# Psicologia sociale della comunicazione nei gruppi e nelle

# organizzazioni (con modulo di Ricerca qualitativa e quantitativa)

## Prof. Carlo Galimberti; Prof. Carla Mazzoleni

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si caratterizza per la sua natura prevalentemente esperienziale, proponendosi come occasione di *learning by doing* sulle tematiche della comunicazione nei gruppi di lavoro all’interno dei contesti organizzativi.

Obiettivo principale del corso è fornire a chi lo frequenti la possibilità di riflettere sul proprio modo di stare in un gruppo di lavoro in riferimento sia alle proprie esperienze passate, sia a quelle che verranno realizzate all’interno dei lavori in gruppo proposti durante il semestre.

Pertanto, il tema specifico del corso – le conseguenze della ‘phygitalizzazione’ dei luoghi di lavoro sui processi comunicativi nei gruppi e nelle organizzazioni – più che un oggetto di apprendimento tradizionalmente inteso costituirà un’occasione per far sì che chi partecipa al corso:

a) si sensibilizzi all’**esercizio delle *soft skills*** (comunicazione, lavoro in gruppo, public speaking ecc.) oggi considerate essenziali per l’ingresso nel mondo del lavoro;

b) metta alla prova la **capacità di lavorare in gruppo** all’interno di un Project Work, modalità di lavoro che verrà proposta spesso nei due anni di frequenza del CdS Cimo;

c) si appropri di **strumenti per l’analisi** dei processi comunicativi (Analisi delle Conversazioni) e delle interazioni in gruppo (Focused Ethnography) imparando a progettare, analizzare e valutare l’interazione comunicativa finalizzata alla collaborazione nei gruppi di lavoro.

Le modalità didattiche utili a lavorare sui tre obiettivi sopra indicati verranno modulate in rapporto alla numerosità degli iscritti al corso.

Al termine dell’insegnamento chi vi ha preso parte sarà in grado di:

– riconoscere e descrivere i fenomeni psicosociali che caratterizzano le principali dinamiche dei gruppi di lavoro nei contesti organizzativi (conoscenza e comprensione);

– analizzare i processi comunicativi secondo la prospettiva dialogico-conversazionale (conoscenza e comprensione);

– analizzare scambi interpersonali reali riconoscendo al loro interno le istanze di tipo soggettivo e sociale in essi espresse (capacità di applicare conoscenza e comprensione);

– valutare-regolare la propria posizione nei processi comunicativi e nelle interazioni di gruppo in modo da valorizzazione i propri interlocutori, saper scegliere strumenti e definire processi adeguati per comunicare (capacità di applicare conoscenza e comprensione al proprio comportamento);

* sapersi muovere strategicamente all’interno di contesti lavorativi ‘phygitalizzati’ (capacità di applicare conoscenza e comprensione);
* dimostrare di avere acquisito capacità di analisi e di argomentazione originali in ordine alle tematiche affrontate dal corso, con particolare riferimento a casi e materiali discussi in aula (autonomia di giudizio);
* saper esprimere concetti e utilizzare le categorie psicosociali proposte dal corso con capacità argomentativa e proprietà di linguaggio (abilità nella comunicazione);
* avere compreso le caratteristiche principali, comuni e specifiche, delle teorie, dei metodi e delle tecniche operative presentati (capacità di apprendere).

***PROGRAMMA DEL CORSO***

 Il corso si articola in Parte 1 (prof. Carlo Galimberti, 30 ore) e Parte 2 (Prof.ssa Carla Mazzoleni, 20 ore).

Oggetto comune alle due Parti sarà il processo di ‘phygitalizzazione’ degli ambienti di lavoro, costituito dall’ibridazione di strumenti digitali con elementi fisici degli spazi di lavoro (si pensi, ad es., a sistemi di prenotazione delle postazioni di lavoro, al riconoscimento facciale e vocale applicato alla customizzazione degli spazi di lavoro, all’organizzazione di interazioni e alla manipolazione di oggetti fisici e digitali a distanza, alle App destinate a supportare la gestione di clienti e fornitori ecc.). Tale processo, acceleratosi a seguito delle misure prese in vista del contenimento degli effetti dalla pandemia da COVID-19 a partire dal marzo del 2020, appare ormai determinante nel definire i processi lavorativi, con particolare riferimento alla strutturazione dei luoghi di lavoro e agli scopi cui essi saranno destinati nell’immediato futuro. La Parte 1 del corso punterà a mettere a fuoco le conseguenze che queste trasformazioni stanno avendo sul modo di comunicare nei gruppi e nelle organizzazioni, mostrando l’ineludibilità della considerazione del ruolo delle tecnologie digitali e della loro applicazione alla vita quotidiana. La Parte 1 intende portare chi frequenterà il corso a raggiungere quanto indicato nel paragrafo dedicato a “Obiettivo del corso e risultati di apprendimento attesi” proponendo un Project Work da realizzare lavorando in piccolo gruppo (min. 6, max. 10 membri per gruppo a seconda del numero delle iscrizioni). Tale PW prevederà la realizzazione di un artefatto comunicativo (servizio radiofonico, podcast, video, mostra fotografica, evento performativo ecc.) che sviluppi uno dei temi proposti nel corso delle lezioni teoriche o degli interventi-testimonianza di esponenti del mondo del lavoro. La trattazione di ogni argomento previsto dal programma della Parte 1 prevede: introduzione teorica, incontro con professionisti-testimoni esperti del tema loro assegnato, analisi di testi e audiovisivi, lavoro in piccolo gruppo.

La Parte 2 intende formare all’utilizzo di un modello di Analisi qualitativa delle conversazioni prodotte nei gruppi di lavoro. In linea con l'impostazione generale del corso, anche la Parte 2 offrirà un’occasione di *learning by doing* proponendo agli studenti di analizzare le dinamiche comunicative che si verificheranno nel gruppo di lavoro cui essi parteciperanno per realizzare il Project work (cfr. Parte 1). In particolare si lavorerà sull’*impression management* e sulle strategie di presentazione di sé nei processi interpersonali. Partendo dal riconoscimento della natura contrattuale di ogni scambio comunicativo, la Parte 2 intende fornire a chi partecipa al corso gli strumenti per definire, descrivere ed analizzare il processo di 'intercomprensione' realizzato in ogni conversazione, attraverso la gestione intrecciata dei contenuti (il *'ciò di cui si parla'*) e della relazione intessuta (*'come e con/tramite chi se ne parla'*).

All’inizio del corso, verrà consegnato un Sillabo dettagliato che indicherà letture preparatorie, contenuti e modalità di lavoro per ogni unità didattica sia della Parte 1, sia della Parte 2, oltre a specificare natura e modalità del Project Work.

Per facilitare l’acquisizione di competenze utili alla preparazione della dissertazione di tesi di laurea, il corso prevede inoltre la possibilità di partecipare – su base volontaria – a un workshop tenuto dal dott. Alberto Stracuzzi sul tema “Conosci il tuo prossimo – la ricerca di mercato come strumento conoscitivo”. Costituito da 5 incontri di 2 ore ciascuno, il workshop intende introdurre alla comprensione di natura, obiettivi e strumenti della ricerca field, applicata alla conoscenza del mercato e dei consumatori, in termini di vissuti, comportamenti ed aspettative.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Parte 1

\* G. Albeggiani-C. Galimberti et Al., *Digital enterprise,* Hoepli, Milano, 2015 (pp. 17-28).

\* C. Galimberti, *Segui il coniglio bianco*, in E. Marta-C. Regalia, *Identità in relazione. Le sfide odierne dell’essere adulto*, McGraw Hill, Milano, 2011 (pp. 73-127).[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/autori-vari/identita-in-relazione-le-sfide-odierne-dellessere-adulto-9788838671739-712047.html)

\*\* C. Galimberti-C. Mazzoleni-P. Pirrello, *Decidere nei piccoli gruppi: dell’interazione nei piccoli gruppi*, in E. Magrin (a cura di), *La coda di Minosse*, F. Angeli, *negoziazioni conversazionali e presa di decisione come organizzatori* Milano, 1996, pp.79-146.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/la-coda-di-minosse-le-ragioni-della-decisione-9788820496142-242669.html)

\* A. Gaggioli (2017). Phygital Spaces: When Atoms Meet Bits. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20(12), 774-774.

\* Il Prisma, *Now We Work*, McGrawHill, Milano, 2015, pp. 23-57, ISBN: 9788838674914 (capp. 1, 2, 3, 4, Casi Studio)[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/now-we-work-progettare-gli-uffici-dellinnovazione-9788838674914-242196.html)

\* R. Sennett, *Insieme: rituali, piaceri, politiche della collaborazione*, Feltrinelli, Milano, 2012.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/sennett-richard/insieme-rituali-piaceri-politiche-della-collaborazione-9788807883583-187817.html)

\*\* I. Vergine, E. Brivio, T. Fabbri, A. Gaggioli, G. Leoni, & C. Galimberti. (2019). Introducing and implementing phygital and augmented reality at work. Studi Organizzativi, 2, 137-163. doi:10.3280/SO2019-002006

\* Visione dell’episodio ‘I Am the Hotel’ (St. 1, Ep. 3) della serie televisiva *Altered Carbon* (Netflix, 2018–in produzione). Si suggerisce di porre particolare attenzione alla sequenza con particolare attenzione alla sequenza da 03’58’’ a 05’52’.

\* <http://ecosistemaurbano.org/english/new-workspaces-connecting-the-physical-and-digital-spheres/>

Parte 2

\* C. Mazzoleni-C. Galimberti, *Analisi delle Conversazioni. Linee guida ed esempi,* EDUCatt, Milano, 2013.[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/carla-mazzoleni-carlo-galimberti/analisi-delle-conversazioni-9788867800452-674427.html)

\* C. Mazzoleni-F. Lauber Pedroni, *Self-handicapping. Strategie di presentazione del sè,* Armando Editore, Roma, 2015. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/carla-mazzoleni-fabienne-lauber-pedroni/il-self-handicapping-strategia-di-presentazione-di-se-9788869920004-232631.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Verranno utilizzate varie modalità di lavoro:

* presentazione di contenuti da parte del docente in presenza
* interventi di esperti in presenza o a distanza
* attività in piccolo gruppo in aula o a distanza tramite piattaforma scelta dal gruppo
* attività a distanza a supporto del lavoro svolto in presenza utilizzando gli strumenti della Didattica Aumentata Digitalmente (indicazioni specifiche verranno fornite in presenza e tramite la piattaforma Blackboard)
* visione di materiali audio-video.

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La prova d’esame sarà differente in base alle modalità di partecipazione al corso.

Per chi non avrà frequentato il corso o comunque non avrà raggiunto il 75% delle presenze, l’esame sarà di natura orale e verterà sui contenuti dei testi proposti in bibliografia (contrassegnati sia con \*, sia con \*\*). Il voto finale terrà conto dell’esattezza delle risposte (peso 70% - si veda quanto detto in precedenza rispetto a risultati di apprendimento relativi a ‘conoscenza e comprensione’, ‘capacità di applicare conoscenza e comprensione’ e ‘capacità di apprendere’) e delle abilità argomentative e comunicative evidenziate durante il colloquio (peso 30% - si veda quanto detto in precedenza rispetto a risultati di apprendimento relativi ad ‘autonomia di giudizio’ e ad ‘abilità nella comunicazione’).

Per chi avrà preso parte ad almeno il 75% delle lezioni e partecipato ai gruppi di lavoro, la prova d’esame si baserà su:

a) valutazione del Project Work relativo alla Parte1 (peso 40% - si veda quanto detto in precedenza rispetto a risultati della ‘capacità di apprendere’) e dell’analisi, relativa alla Parte 2, condotta su di una conversazione prodotta in uno degli incontri del gruppo di lavoro (peso 40% - si veda quanto detto in precedenza rispetto a risultati di apprendimento relativi a ‘capacità di applicare conoscenza e comprensione’) valutati da una commissione composta dal titolare del corso e da almeno 2 ‘giudici’ individuati tra gli esperti intervenuti durante il corso;

b) colloquio (20%) relativo ai testi indicati in bibliografia con \* e agli argomenti trattati a lezione, riassunti nel materiale didattico reso disponibile online (vedi quanto detto in precedenza rispetto a risultati di apprendimento relativi a ‘conoscenza e comprensione’). Il colloquio avverrà secondo la modalità del *focus group* (vedi risultati di apprendimento relativi ad ‘autonomia di giudizio’ e ad ‘abilità nella comunicazione’).

La frequenza del workshop “Conosci il tuo prossimo – la ricerca di mercato come strumento conoscitivo” comporterà l’aggiunta di un punto al voto finale.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Avvertenza: Qualora si dovessero ripresentare situazioni di emergenza sanitaria, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento saranno assicurate “in remoto”, attraverso la piattaforma Blackboard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e le altre previste e comunicate in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

 Prerequisiti: Per quanto riguarda i contenuti, avendo carattere introduttivo, l’insegnamento non necessita strettamente di prerequisiti relativi ai contenuti.Tuttavia, l’interesse per le tematiche psicosociali e per le teorizzazioni inerenti i processi di comunicazione può facilitare la comprensione dei contenuti presentati. Per quanto riguarda le modalità di partecipazione, la motivazione a mettersi in gioco nelle interazioni di gruppo e la disposizione a riflettere sulla propria esperienza gioveranno alla fruizione delle attività proposte e al raggiungimento degli obiettivi del corso.

*Orario e luogo di ricevimento*

Durante il periodo di lezione, il Prof. Carlo Galimberti riceve il martedì dalle ore 11:00 alle ore 13:00 presso il Dipartimento di Psicologia. Al di fuori del periodo di lezione, data e orario del ricevimento settimanale verranno comunicate per tempo dal docente. In caso di necessità sarà possibile richiedere al docente un appuntamento inviando una email all’indirizzo carlo.galimberti@unicatt.it.

La Prof.ssa Carla Mazzoleni riceve presso il Dipartimento di Psicologia su appuntamento (carla.mazzoleni@unicatt.it).

Per entrambi i docenti, qualora si dovessero ripresentare situazioni di emergenza sanitaria, o comunque in caso di richiesta della/o studentessa/studente, il ricevimento avverrà per via telematica attraverso audio/video conferenza su piattaforma Teams o Skype.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)