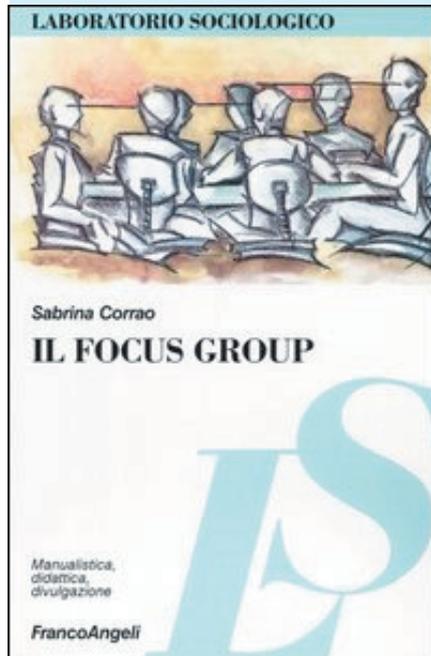


Strumenti bibliografici per il GdQ 20

Sabrina Corrao

Il Focus Group



Editore Franco Angeli

2005, 128 p.

€ 11,50

collana Laboratorio sociologico.
Manualis.-didat.

In sintesi

Il focus group è una tecnica di rilevazione per la ricerca sociale basata sulla discussione tra un piccolo gruppo di persone, invitate da uno o più moderatori a parlare tra loro, in profondità, dell'argomento oggetto di indagine. La sua caratteristica principale consiste nella possibilità di ricreare una situazione simile al processo ordinario di formazione delle opinioni, permettendo ai partecipanti di esprimersi attraverso una forma consueta di comunicazione. Questo testo vuole offrire un contributo nell'auspicio che il focus group venga usato correttamente in modo da sfruttare a pieno le sue potenzialità.

Bruno Bettelheim

Un Genitore Quasi Perfetto



Editore Feltrinelli

1ª ed. 2005, 128 p.

€ 10,00

Economici | 454 | 1998 |

EAN: 9788807814693

In sintesi

Non bisogna cercare di essere genitori perfetti o, tantomeno, aspettarsi che perfetti siano i figli. Il segreto - dice Bruno Bettelheim - sta nell'essere un genitore "quasi" perfetto, cercare di comprendere le ragioni dei propri figli, mettersi nei loro panni, costruire con loro un profondo e duraturo rapporto di comunicazione emotiva e affettiva. Solo questo scambio paritario consente di riconoscere, affrontare e risolvere i problemi che via via si presentano nella vita quotidiana della famiglia: dalle collere e dai capricci ai terrori notturni della prima infanzia, dal rifiuto della scuola alle ribellioni adolescenziali, dalla questione della disciplina a quella delle punizioni, dalle prime esperienze e dal gioco sino alla costruzione dell'identità del bambino. Diventato un classico della psicologia infantile, "Un genitore quasi perfetto" è un prezioso distillato di idee e dell'esperienza maturate nel corso di una carriera più che sessantennale.

G iorgio **B** landino - **B** artolomea **G** ranieri

Le Risorse Emotive nella scuola. Gestione e formazione nella scuola dell'autonomia



Editore Cortina Raffaello

1ª ed. 2002

€ 22,00

EAN: 9788870787368

In sintesi

I cambiamenti strutturali introdotti dall'autonomia scolastica costringono insegnanti e dirigenti a ripensare il proprio ruolo e la propria posizione professionale in relazione agli allievi, alle famiglie e ad altre istituzioni attive sul territorio. In questo volume, sia attraverso puntualizzazioni teorico-metodologiche

sia attraverso numerosi esempi, gli autori esplorano i risvolti emozionali e affettivi delle vicende vissute da docenti e dirigenti nella scuola degli ultimi anni. Evidenziano così quanto siano importanti non solo le dotazioni tecniche ma soprattutto le risorse emotive intrinseche nel lavoro di gestione e in quello educativo, come la capacità di tollerare le frustrazioni, di ascoltare e comunicare. E mostrano come sia davvero innovativo nella scuola imparare a riconoscere i sentimenti che permeano l'impegno quotidiano, in modo che possano essere utilizzati per renderlo più incisivo. Un percorso professionale e umano che può interessare non solo la scuola ma anche altre organizzazioni attraversate da problemi analoghi.

B runa **Z** ani, **P** atrizia **S** elli, **D** olores **D** avid **M** irenda

La Comunicazione: modelli teorici e contesti sociali



Editore
La Nuova Italia Scientifica

Roma, 1ª ed. 1994
Collazione: 255 p. : ill. 22 cm.
Collana: Studi superiori NIS,

Psicologia : 212

ISBN: 8843002163

Fonte Catalografica:
CNR PADOVA

CNR Padova, Catalogo Libri
(Monografie)
Documento generato il 23/03/07
alle ore 06:50:24

sibylla/1.1
(c) Ariadne Engineering
1993/95

Vanda Lucia Zammuner

In sintesi
*Note di Copertina***I Focus Group**

Editore Il Mulino
 brossura
 Collana: Aspetti della psicologia
 Pagine 296
 Anno 2003
 EAN13 9788815084941
 € 19.00

Una tecnica di ricerca sempre più usata nelle indagini sociali e di mercato.

Il focus group è un metodo qualitativo di ricerca che ricava le informazioni da una discussione approfondita di gruppo.

4-12 persone si confrontano, con l'aiuto di un moderatore, su uno specifico problema (il "focus", appunto: un tema, un prodotto, una campagna pubblicitaria, ecc.). Nell'ultimo decennio questo metodo è stato utilizzato sempre più frequentemente nelle ricerche sociali e di mercato, per indagare a fondo opinioni, atteggiamenti, motivazioni e comportamenti. Il volume descrive puntualmente e con molte esemplificazioni questa tecnica di ricerca: caratteristiche, varianti (i mini-group, i focus group virtuali), vantaggi e svantaggi, ambiti di applicazione, modalità d'uso.

Cinzia Albanesi

I Focus Group

Editore Carocci
 novembre 2004
 € 9.00
 SBN: 88-430-3194-5

In sintesi

I focus group sono in tipo particolare di intervista di gruppo che ha lo scopo di produrre dati su un determinato tema attraverso il confronto tra i partecipanti. Si tratta di discussioni attentamente pianificate, che si svolgono con l'aiuto di un conduttore che stimola il gruppo ad esaminare in profondità un argomento, in un clima rilassato. Il volume illustra le principali caratteristiche dei focus group, chiarendo la natura delle informazioni che si ricavano dall'uso di questo metodo e la specificità di tale tecnica di ricerca rispetto ad altre. Inoltre fornisce indicazioni operative per la pianificazione dei focus group e per la loro conduzione.

P. Watzlawick, **J. H. B**eavin, **D. on D. J**ackson

Pragmatica della Comunicazione Umana



Testo chiave in ambito in ambito clinico, ma non solo, questo libro ha posto le basi al fertile sviluppo della comunicazione strategica.

Due sono le tesi centrali proposte:

- 1) i comportamenti patologici - le psicopatologie - non esistono all'interno dell'individuo isolato, sono bensì tipi di interazione patologiche tra le persone;
- 2) studiando la comunicazione è possibile individuare alcune sue "patologie" e dimostrare che sono queste a produrre le interazioni patologiche.

Un caso rappresentativo è fornito dal messaggio "paradossale" che, convogliando contemporaneamente due contenuti con-

traddittori, sottopone l'individuo ad un "doppio legame" dal quale non può svincolarsi; la risposta risultante sarà dunque un comportamento interattivo patologico. Tuttavia, nelle mani del terapeuta, l'induzione di doppi legami e messaggi paradossali può essere anche uno strumento efficace per intervenire nelle interazioni disfunzionali e modificarle al fine di ristabilire un loro equilibrio più adattivo.

Il testo, in modo chiaro, approfondisce l'importanza della teoria della comunicazione nello studio delle interazioni interpersonali, con uno sguardo ai diversi contributi in essa presenti (misurazione dell'informazione, teoria dei giochi e del comportamento economico, cibernetica). Non vengono trascurati poi i numerosi esempi in grado di adattare la teoria alla pratica, nei molteplici contesti applicativi.

Ricci **B**itti **P.E.**, **Z**ani **B.**

La Comunicazione Come Processo Sociale

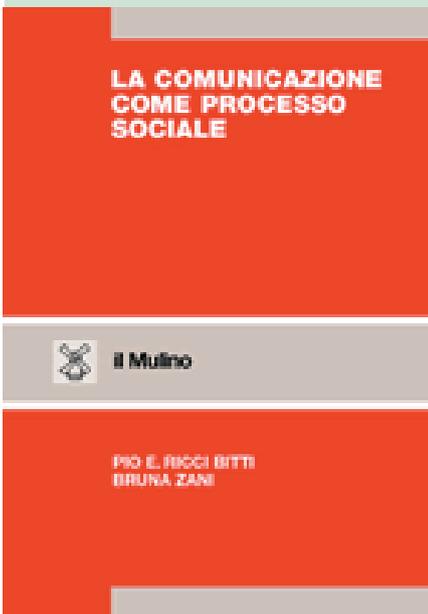
Editore Il Mulino
Collana "Strumenti"
pp. 276, € 17,50
978-88-15-08753-9
anno di pubblicazione 2002

In sintesi

Questo volume delinea lo stato delle ricerche nel campo della comunicazione interpersonale, un settore di studi che si è particolarmente sviluppato negli ultimi decenni. Gli autori adottano la prospettiva della psicologia sociale, individuando nelle interazioni tra le persone le situazioni privilegiate di analisi, in cui il comportamento comunicativo riveste un ruolo centrale. Sono considerati unitariamente i processi di comunicazione verbale e non verbale, nella convinzione che la comunicazione umana non si fonda solo sulla interdipendenza delle due modalità co-

I due sistemi di comunicazione vengono qui studiati in modo integrato nel contesto di particolari fenomeni, quali la conversazione quotidiana, lo sviluppo della competenza comunicativa, l'influenza sociale.

Indice del volume: Premessa. - Parte prima: Cos'è la comunicazione. - I. Struttura della comunicazione. - II. Le funzioni della comunicazione. - III. Comunicazione umana e comunicazione animale. - Parte seconda: Linguaggio e comunicazione non verbale. - IV. Gli studi sul linguaggio. - V. La comunicazione non verbale. - VI. La comunicazione delle emozioni. - Parte terza: Comunicazione e processi sociali. - VII. La conversazione. - VIII. Lo sviluppo della competenza comunicativa. - IX. La comunicazione come processo di influenza. - Riferimenti bibliografici.



Stralci **P**er **A**pprofondimenti

da alcuni significativi studiosi

Alcune considerazioni sul focus group di Claudio Bezzi _____ (pp. 7) _____ 

I focus group di Vanda Lucia Zammuner _____ (pp. 4) _____ 

Il focus group come tecnica di valutazione. Pregi, difetti, potenzialità di Luisa Stagi _____ (pp. 22) _____ 

Bibliografia generale commentata sulla valutazione di Claudio Bezzi _____ (pp. 90) _____ 