PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 6 - numero 981 di mercoledì 14 aprile 2004

Comunicare l'emergenza

Cinque regole fondamentali per comunicare situazioni di pericolo senza generare panico.

Pubblicità

In caso di pericoli che minacciano la sicurezza pubblica, le autorità sono chiamate ad informare i cittadini. Ma con quali modalità dare l'allarme per fornire al pubblico una informazione corretta, senza generare panico?
Il tema è stato affrontato dal periodico dei Vigili del Fuoco "Obiettivo sicurezza", che ha illustrato l'approccio statunitense alla gestione delle emergenze pubbliche, presentando gli esiti di una ricerca svolta dall'Università del Colorado.

Lo studio statunitense, che ha preso in esame anche le modalità di reazione del pubblico ai messaggi di allarme, ha elaborato alcune indicazioni che possono migliorare la comunicazione di emergenza.
Soffermandoci su queste ultime, sono illustrate cinque caratteristiche fondamentali di un messaggio di allarme: specificità, coerenza, accuratezza, certezza e chiarezza. Inoltre è sottolineata l'importanza di ripetere il messaggio.

"Specificità - Un buon messaggio di allarme è sufficientemente specifico sull'area interessata, su cosa le persone dovrebbero fare, sul tipo di rischio, su quanto tempo le persone devono attuare le azioni protettive e sulla fonte del messaggio. Non sempre è possibile raggiungere il livello desiderato su tutti questi punti, dato che esistono sempre aree di incertezza o elementi ignoti. In questi casi, piuttosto che essere poco chiari è preferibile dichiarare quali punti non possano essere indicati con precisione.
Coerenza - Un messaggio deve essere coerente, anche nei riguardi degli altri messaggi. [...] Nella maggior parte dei casi le incoerenze tra i messaggi che si succedono sono dovute alla maggiore informazione che si ha sul rischio, che può apparire in aumento o in diminuzione. In questi casi la coerenza si raggiunge semplicemente facendo riferimento a quello che è stato detto prima ed a come la situazione sia mutata ed ai motivi che hanno portato a tale mutamento.
Certezza - Il messaggio deve essere certo, anche quando le condizioni sono incerte. Questa affermazione può sembrare paradossale, ma se si è nel dubbio sulla possibilità che un evento si verifichi, è meglio affermare che non c'è modo di essere certi se l'evento si verificherà, ma che si è deciso di agire come se questo si verificherà con certezza. [...]
Chiarezza - Le parole del messaggio devono essere semplici e comprensibili da par te di tutti.
Accuratezza - L'accuratezza è fondamentale affinché nelle persone non si ingeneri il sospetto che qualcosa stato taciuto. Questo pericolo, che conduce a ritenere non credibile la fonte delle informazioni, si supera arricchendo il comunicato con tutte le informazioni necessarie. Accuratezza implica anche assenza di errori banali, la cui presenza può indurre a ritenere possibili errori su questioni importanti."

"Obiettivo sicurezza".

Pubblicità