

Comunicazione

un'introduzione



These slides are licensed under a Creative Commons Attribution-Non commercial-Condividi allo stesso modo 2.5 Italia License.

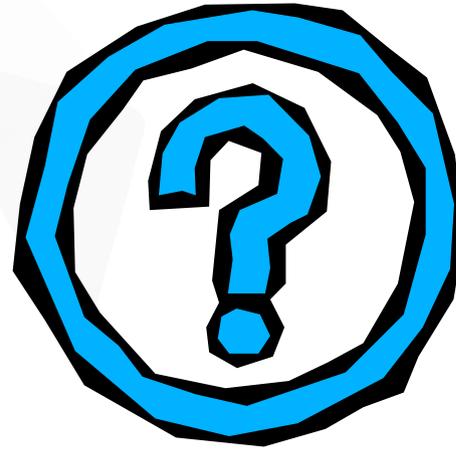
Un viaggio nell'etimo..

comunicàre *lat.* COMMUNICÀRE *render co-*
mune (v. *Comune*). — Far altri partecipe
di una cosa; Dare notizia, Ragguagliare.
— Vale anche Amministrare che fa il
sacerdote il sacramento dell'Eucarestia,
facendo così partecipare il cristiano alla
mensa celeste.

Deriv. *Comunicàndo-a; Comunicatíva; Comuni-*
catóre; Comunicatòria.

Fonte: *Vocabolario Etimologico di Pianigiani*

Cos'è la *comunicazione*



- È un concetto riferibile a tutte le forme di vita
- Lo scambio di informazioni tra due o più entità in grado di emettere e ricevere segnali, intendendo per *scambio* un processo interattivo in cui è presente un meccanismo di retroazione (*feed-back*)

Cos'è la *comunicazione umana*

- dalla comunicazione in regime di immediatezza..
- ..alla comunicazione in regime di mediatezza
 - cultura
 - esperienza
 - riflessione
 - consapevolezza

A cosa serve comunicare?



1

Comunicare il nostro senso d'identità

2

Comunicare bisogni sociali

3

Comunicare bisogni di tipo pratico

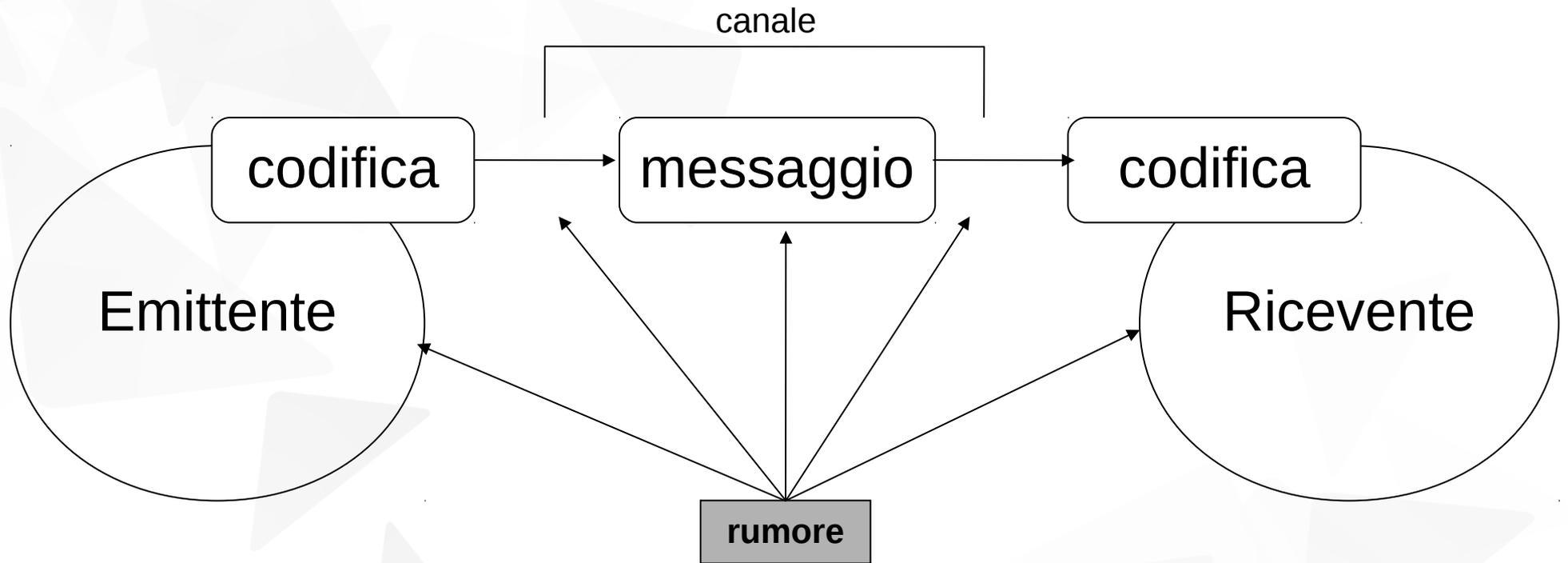
Requisiti della comunicazione

- I messaggi che partono dall'emittente devono essere percepiti dal ricevente
- I messaggi devono essere interpretati secondo un codice e un contesto
- Le funzioni di emittente e ricevente possono essere scambiate



Il modello tradizionale della comunicazione

(emittente – messaggio – ricevente)



Questo modello viene considerato superato in quanto la comunicazione non è comprensibile come un processo puramente lineare, cioè dove il ricevente è muto e passivo e dove la comunicazione ha un inizio e una fine che coincidono con gli interlocutori

Il modello tradizionale della comunicazione

(emittente – messaggio – ricevente)

Il RUMORE può essere di tre tipi:

- *ESTERNO*: comprende tutti quei fattori esterni al ricevente che impediscono la corretta ricezione del messaggio (es.: un rumore di fondo, una scarsa o eccessiva illuminazione, ecc..)
- *FISIOLOGICO*: quando ci sono motivi fisiologici che impediscono al ricevente di percepire correttamente il messaggio (es.: problemi di udito, problemi di vista, ecc..)
- *PSICOLOGICO E CULTURALE*: quando vi sono motivazioni psicologiche o culturali che influenzano la percezione o la comprensione del messaggio

Il modello interattivo della comunicazione

- La comunicazione è paragonabile ad una partita a tennis verbale e non verbale, nella quale i messaggi circolano tra gli interlocutori
- L'emittente può diventare anche ricevente durante la stessa interazione; La comunicazione può dirsi riuscita quando le immagini mentali degli interlocutori coincidono
- Emittente e ricevente appartengono ciascuno ad un "ambiente" (inteso come status, ruolo, cultura, ecc..). Le differenze ambientali possono essere causa di fraintendimenti (es.: Una battuta spiritosa o un'immagine prese come offese)

Anche questo modello viene considerato limitato per il fatto di intendere ancora il processo comunicativo come un'attività statica definita da azioni separate che iniziano e finiscono

Il modello dialogico della comunicazione

- Gli interlocutori sono **contemporaneamente** (e non in momenti diversi) *SIA* emittenti *CHE* riceventi durante una stessa interazione
- Il carattere fondamentalmente interattivo del modello rende impossibile isolare ogni singolo atto comunicativo da ciò che lo precede o lo segue

La comunicazione non è più vista come qualcosa che una persona fa ad un'altra, ma come UN PROCESSO in cui i soggetti coinvolti creano una RELAZIONE interagendo l'un l'altro e contribuendo congiuntamente a creare il significato degli scambi

I cinque assiomi

①

L'impossibilità di non-comunicare

Qualsiasi comportamento ha valore di messaggio, influenzando gli altri attori

②

Ogni comunicazione ha un aspetto di *contenuto* e un aspetto di *relazione*

Comunicare significa *sia* trasmettere informazione *che* determinare un comportamento

I cinque assiomi

③

La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazioni tra i comunicanti

Gli scambi comunicativi sono organizzati secondo una sorta di punteggiatura che rende possibile identificare chi parla e chi risponde

④

Gli esseri umani comunicano sia con il modulo *numerico* sia con quello *analogico*

Il modulo numerico è rappresentato dal linguaggio verbale e riguarda quindi l'uso delle parole. Il modulo analogico riguarda invece le modalità di comunicazione non verbale.

I cinque assiomi

5

In una comunicazione tutti gli scambi sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull'uguaglianza o sulla differenza

Nel rapporto simmetrico si ha una relazione improntata all'uguaglianza e il comportamento dei membri tende a rispecchiarsi; nel rapporto complementare il comportamento segnala una differenza tra i membri. La posizione assunta da ciascun membro in uno scambio complementare può essere di tipo superiore (one-top) oppure inferiore (one-down)

Bibliografia minima

- ▼ P. Watzlawick, J.H.Beavin, Don D. Jackson, Pragmatica della comunicazione umana, Roma, Astrolabio, 1971
- ▼ Watzlawick, P., Il linguaggio del cambiamento, Milano, Feltrinelli, 2004



Grazie della partecipazione!

Per informazioni e approfondimenti

www.metaloghi.org

enrico.marchetti@unife.it

enrico.marchetti@metaloghi.org



These slides are licensed under a Creative Commons
Attribuzione-Non commerciale-Condividi allo stesso modo 2.5 Italia License.