

Comunicazione efficace

Giovanna Cosenza

Comunicazione efficace

Cosa vuol dire “comunicazione”?
Cosa vuol dire “efficace”?

Cosa vuol dire “comunicazione”?

Il senso comune...

Comunicazione

- Passaggio, trasmissione, **trasferimento di informazioni** (mezzi di comunicazione... autostrade dell'informazione... comunicazione sempre più veloce...).
- Rendere partecipe qualcuno di qualcosa, **mettere in comune** con gli altri, condividere... sulla base del trasferimento di informazioni.

Un po' di etimologia...

- L'etimologia ha il compito di **farci riconoscere il modo in cui una cultura concepisce i suoi oggetti** (siano cose o concetti) ed è giustificata dal fatto che ogni lingua interpreta le cose diversamente **a seconda delle parole di cui dispone**.
- Ciò vale soprattutto per quelle cose che **esistono solo quando le si nomina** e se ne prende coscienza.

Un po' di etimologia...

- La parola **comunicazione** deriva dal greco antico **koinós**, aggettivo che significava, riferito alle cose, **comune, appartenente a tutti**, e quindi **pubblico, per tutti** (l'aggettivo sostantivato **tà koiná** indicava l'autorità pubblica, il governo, lo Stato);
- Riferito alle persone, **koinós** voleva dire, come primo significato, **partecipe, compagno**, ma anche **della stessa origine o razza** e, come secondo significato, **socievole, affabile, giusto**, ed era dunque connotato positivamente.

Un po' di etimologia...

- La radice greca si trasferì nel latino **cum**, che componeva l'aggettivo *communis* e, nel tardo latino, le parole *communitas*, *communicare*, *communicatio*.
- L'aggettivo **communis** significava propriamente «che compie il suo incarico (*munus*) insieme con (*cum*) altri, ricevendone benefici». Di qui anche in latino il significato di **appartenente a molti, generale**, che passa nel sostantivo *commune* a indicare il **bene comune**, il **territorio comune** e la sua amministrazione.
- Anche in latino il termine era connotato positivamente: la base della società latina era la *communitas*, cioè **la condivisione di beni, consenze, valori fra i membri di una comunità**.

Un po' di etimologia...

- In epoca paleocristiana e medievale infine, il termine *communicare* assunse anche il significato rituale di **avvicinarsi all'altare e prendere la comunione**.
- Nella radice etimologica della parola **comunicazione** c'è un'idea di condivisione e scambio umano che il senso comune contemporaneo ha in parte dimenticato.

La comunicazione sui dizionari

- Il primo significato che tutti i dizionari odierni attribuiscono alla parola **comunicazione** è quello generico di «trasmissione di idee, di pensieri» (cfr. Devoto-Oli e Zingarelli).
- Immancabile è l'idea di «collegamento attuabile con mezzi di trasporto, di trasmissione o diffusione» (Devoto-Oli), che riconduce la comunicazione **ai mezzi e alle vie che permettono il trasferimento fisico di persone, merci, informazioni**.
- Frequente, nelle edizioni degli ultimi dieci anni, l'accoglienza di significati provenienti dagli studi sulle **comunicazioni di massa, le telecomunicazioni e le nuove tecnologie informatiche**.

La comunicazione come trasferimento

- In epoca moderna lo sviluppo, prima, dei **mezzi di trasporto per persone e cose**, poi dei mezzi di **trasmissione delle informazioni** apre nuove possibilità per la comunanza tra persone.
- Per questo si parla di **mezzi di comunicazione**.

Due concetti di comunicazione

- Uno di derivazione greco-latina, che mette l'accento sulla **condivisione**, sul **mettere in comune**.
- Uno moderno e contemporaneo, che interpreta la comunicazione come **trasferimento, trasmissione, passaggio**. Nel secondo senso si sono sviluppate le teorie dei mezzi di comunicazione di massa.

La comunicazione come passaggio di informazione

- Nel **secondo dopoguerra** si impose l'idea della comunicazione come **passaggio di informazione**, nel senso ampio e immateriale in cui comunemente la intendiamo.
- Metafora centrata sulla **geografia** e sul **trasporto**.
- Si pensa alla comunicazione come fosse il **trasporto di un oggetto**: un contenuto immateriale di coscienza **dalla mente di una persona a quella di un'altra**.
- Teoria matematica della comunicazione**, modello ingegneristico: Shannon e Weaver (1949).

Il modello di Shannon e Weaver (1949)



© Giovanna Cosenza

13

La comunicazione come passaggio di informazione

Idea semplicistica che sta alla base di questo modello, pensiero semplice e generale che influenza sia l'**idea ordinaria che abbiamo della comunicazione** che molte teorie della comunicazione.

Lo scopo dell'emittente è quello di trasmettere un **messaggio chiaro e inequivocabile** al suo destinatario, affinché questo sia compreso esattamente dal destinatario.

© Giovanna Cosenza

14

Cosa c'è che non va...

(1)

Non c'è **nessuna riflessione né sul messaggio** (ad es. sulla **molteplicità** dei suoi significati e valori), **né sulla soggettività dei due poli di emissione e ricezione.**

© Giovanna Cosenza

15

Cosa c'è che non va...

(1)

Esempi:

Laurenti e Bonolis (comicità tipica di "Ciao Darwin") ridacchiano sul fatto che Bonolis sia "passato sull'altra sponda"...

Una donna entra per la prima volta nello studio dello psicoterapeuta dicendo:
"Mia madre ha dovuto sposarsi ed eccomi qua".

© Giovanna Cosenza

16

Cosa c'è che non va...

(2)

Si suppone che emittente e ricevente **condividano lo stesso codice**: l'identità e univocità di questo codice sono date per scontate, ma in realtà le persone comunicano anche sulla base di codici, regole, conoscenze, sistemi di aspettative reciproche **molto diverse.**

© Giovanna Cosenza

17

Cosa c'è che non va...

(2)

Esempi:

Due persone che parlano due lingue diverse, senza conoscere assolutamente nulla l'uno della lingua dell'altro, possono comunque comunicarsi qualcosa.

Piero: "Come ti senti oggi?"
Maria estrae un flacone di aspirina dalla borsa.

© Giovanna Cosenza

18

Cosa c'è che non va...

(3)

Il modello è **statico** e **non tiene conto degli aspetti dinamici della comunicazione**, per cui emittente e destinatario cambiano in continuazione ruoli, punti di vista, significati, valori, e le stesse regole dello scambio comunicativo.
Es.: passaggio dal serio al faceto e viceversa, cambiamento di argomento, ecc.

Cosa c'è che non va...

(4)

Il modello dimentica che una parte molto rilevante – spesso **la più rilevante** – della comunicazione umana si basa su **impliciti**, che hanno margini a volte anche molto ampi di **vaghezza e indeterminatezza**.

Cosa c'è che non va...

(4)

Esempi:
Il marito alla moglie: “La minestra è fredda”.

Piero: “Vuoi un caffè?”
Giulia: “Il caffè non mi fa dormire”.

Claudio e Angela vanno al mare. Appena arrivati nella casa al mare, Angela apre la finestra della loro camera, che dà sul mare, e respira ostensivamente, con un'aria soddisfatta.

Cosa c'è che non va...

(5)

Il modello rappresenta solo il **fare informativo** e trascura la **vasta gamma di azioni** che si possono fare quando si comunica.

La comunicazione come azione

Comunicazione come azione = comunic-AZIONE =
comunicare significa **agire sugli altri, fare cose** con le parole.

Fare cose con le parole

Quante e quali cose si possono fare quando si comunica?

Fare cose con le parole

Come ti chiami?
Che ore sono?
Fuori è freddo e nuvoloso.
La prossima volta che arrivi così in ritardo,
non mi trovi più.
Puoi chiudere la porta, per favore?
Buon compleanno!
La minestra è fredda.
Come al solito, la minestra è fredda.

Fare cose con le parole

C'era una volta, in un paese lontano...
Si va assieme al cinema la prossima settimana?
Supponiamo che le cose non vadano come vogliamo...
Oggi è una tiepida giornata di sole.
Sei un bugiardo!
Abbi il coraggio delle tue azioni.
Non credo a una parola di quello che hai detto.

Fare cose con le parole

Affermare, annoiare, avvertire, comandare, congratularsi, corteggiare, descrivere, fare gli auguri, fare ipotesi, giocare, illudere, infastidire, lusingare, mentire, minacciare, molestare, provocare, raccontare, sfidare, spaventare, terrorizzare...
...e **molto altro ancora**.

Fare cose con le parole

- ❖ Atti linguistici **assertivi**: si vogliono indurre gli altri a credere (con diversi gradi di certezza) qualcosa sul mondo (affermazioni, dichiarazioni, descrizioni, narrazioni...).
- ❖ Atti linguistici **direttivi**: si vuol far fare qualcosa a qualcuno (ordini, richieste, domande, preghiere, suppliche, minacce, avvertimenti...).
- ❖ Atti linguistici **commissivi**: si vogliono indurre gli altri a credere che ci si impegna a fare qualcosa (promesse, giuramenti, dichiarazioni di intenzioni...).
- ❖ Atti linguistici **espressivi**: si vogliono indurre gli altri a credere che proviamo certi sentimenti, certe emozioni (congratulazioni, condoglianze, auguri, espressioni di sentimenti...).

Fare cose con le parole

Con un po' di astrazione, le cose che si possono fare quando si comunica sono di **tre tipi** (spesso combinati fra loro):

- Si può **indurre qualcuno a fare qualcosa**;
- Si può **indurre in qualcuno un certo stato cognitivo** (pensiero, credenza, sapere, dubbio, ecc.);
- Si può **indurre in qualcuno un certo stato emotivo** (ansia, paura, felicità, rabbia, compiacimento, ecc.).

Comunicazione efficace

Cosa vuol dire "efficace"?

Comunicazione efficace

Vuol dire comunicare in modo da **raggiungere l'obiettivo** che ci siamo prefissi. Ad esempio:

- Ottenere un **appuntamento**,
- **Catturare l'attenzione** del destinatario sul nostro prodotto o servizio, sulla nostra azienda, su noi stessi,
- **Vendere** un prodotto o servizio,
- **Informare** il nostro destinatario di qualcosa,
- Far sì che il nostro destinatario **faccia** qualcosa,
- Far sì che il nostro destinatario **pensi** qualcosa...

Gli effetti comunicativi

Abbiamo visto che comunicare vuol dire **agire sugli altri**.

Abbiamo visto che le cose che si possono fare quando si comunica sono di **tre tipi** (spesso combinati fra loro):

1. Si può **indurre qualcuno a fare qualcosa**;
2. Si può **indurre in qualcuno un certo stato cognitivo** (pensiero, credenza, sapere, dubbio, ecc.);
3. Si può **indurre in qualcuno un certo stato emotivo** (ansia, paura, felicità, rabbia, compiacimento, ecc.).

Gli obiettivi

Possiamo pensare questi tre tipi di effetti comunicativi come gli **obiettivi principali** che possiamo **VOLER OTTENERE** quando comunichiamo.

1. Si può **VOLER indurre qualcuno a fare qualcosa**;
2. Si può **VOLER indurre in qualcuno un certo stato cognitivo** (pensiero, credenza, sapere, dubbio, ecc.);
3. Si può **VOLER indurre in qualcuno un certo stato emotivo** (ansia, paura, felicità, rabbia, compiacimento, ecc.).

Cosa c'è che non va...

Il modello della comunicazione come passaggio di informazione e l'idea della comunicazione come azione hanno un limite fondamentale:

Sottovalutano il lavoro del destinatario nell'atto comunicativo.

Concepiscono il destinatario semplicemente come un **ricevente passivo**, che (1) o **decodifica** il messaggio o (2) **subisce le azioni** dell'emittente.

La comunicazione come cooperazione

In realtà, perché la comunicazione vada a buon fine, sono essenziali **il consenso e la cooperazione del destinatario**.

In ogni atto di comunicazione il destinatario è sollecitato a esprimere il proprio accordo **completando, nei luoghi opportuni, le lacune del discorso dell'emittente**.

La cooperazione

“Ogni testo è una **macchina pigra** che chiede al lettore di fare parte del proprio lavoro.”

(Umberto Eco, *Sei passeggiate nei boschi narrativi*, Bompiani, Milano, p. 3)

Una favola...

Gianni amava Maria ma lei non voleva sposarlo. Un giorno, un drago rapì Maria dal castello. Gianni balzò in groppa al suo cavallo, e uccise il drago. Maria acconsentì a sposarlo. Vissero felici e contenti da allora in poi.

La cooperazione

Roger Schank ha fatto alcune domande a una bambina di tre anni:

- Come mai Gianni ha ucciso il drago?
 - Perché era cattivo.
 - Cos'era cattivo in lui?
 - Lo aveva ferito.
 - E come lo aveva ferito?
 - Forse gli aveva gettato del fuoco.
 - Perché Maria acconsente a sposare Gianni?
 - Perché lei lo amava molto e lui voleva molto sposarla.
 - Come mai Maria si decide di sposare Gianni quando all'inizio non voleva?
 - Questa è una domanda difficile.
 - Sì, ma quale pensi sia la risposta?
 - Perché prima lei proprio non lo voleva e poi lui discute molto e parla tanto a lei di sposarla e allora lei diventa interessata a sposare lei, voglio dire lui.
- (R. Schank, *Reading and Understanding*, trad. it. *Il lettore che capisce*, La nuova Italia, Firenze, 1992, pp. 29-30)

Comunicazione efficace

Per comunicare in maniera efficace è necessario che siano **molto chiari**:

1. Gli **obiettivi** che vogliamo raggiungere con il nostro atto di comunicazione.
2. A chi è rivolto l'obiettivo che vogliamo raggiungere, ovvero chi è il nostro **destinatario**.

Comunicazione efficace

Spostamento fondamentale di ogni bravo/a comunicatore/comunicatrice:

Uscire da se stessi per...

...mettersi nei panni del/la destinatario/a.

Comunicazione efficace

Arrivederci



giovanna.cosenza@unibo.it

www.giovannacosenza.it