

CAPITOLO 1

INTRODUZIONE

“NON SI PUÒ NON COMUNICARE”

Indice

1.1 • I PRINCIPI GENERALI DELLA COMUNICAZIONE	2
Che cosa significa comunicare?	2
I livelli della comunicazione	2
Un esempio	3
Le componenti della comunicazione	3
Gli assiomi della comunicazione	6
L'ascolto attivo	7
Comunicare: il modello di riferimento classico	7
Esempi di processi comunicativi interpretati secondo il modello	9
La “direzione” della comunicazione	10
Direzione della comunicazione nei media	11
Le barriere della comunicazione	11
1.2 • CARATTERISTICHE E FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE	12
Il ruolo della percezione visiva	12
I codici della comunicazione	13
La comunicazione paraverbale	13
La comunicazione non verbale	14

Gli assiomi della comunicazione

In ogni comunicazione esistono delle regole fondamentali che sintetizzano gli aspetti toccati. Questi assiomi dovrebbero essere sempre tenuti in considerazione ogniqualvolta ci si trovi a interagire con qualcuno. Per un manager che deve coordinare attività differenti e comunicare con pubblici differenti sono i rudimenti teorici da conoscere a memoria.

1

Non si può non comunicare: la comunicazione avviene anche se non è intenzionale o conscia. Anche il silenzio comunica.

2

Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione: gli aspetti di contenuto sono le informazioni che vengono trasferite (il “cosa” comunicato), mentre gli aspetti di relazione sono il modo in cui vengono veicolati i contenuti (il “come” comunicato). Gli aspetti di relazione offrono informazioni aggiuntive su quelli di contenuto, ovvero evidenziano quali implicazioni comportano, se sono previste azioni ecc.

3

Le relazioni possono essere simmetriche o complementari:

- a. nelle relazioni simmetriche l'uno tende a rispecchiare il comportamento dell'altro;
- b. nelle relazioni complementari il comportamento di uno completa quello dell'altro.

4

È sbagliato supporre che l'altro colga le stesse informazioni e le elabori nello stesso modo: non esiste una sola realtà, e pur ammettendo che due individui colgano nello stesso istante lo stesso aspetto della realtà, è praticamente impossibile che questo venga vissuto nello stesso modo e che dia origine alle stesse conclusioni.

5

La natura della relazione dipende anche dalle interruzioni:

una serie di comunicazioni può considerarsi come una sequenza ininterrotta di scambi di messaggi. Alla radice di innumerevoli conflitti vi sono “punteggiature” diverse che attribuiscono significati diversi alle stesse sequenze di eventi.



Esempi di processi comunicativi interpretati secondo il modello

PROCESSO COMUNICATIVO	EMITTENTE	CODICE	CANALE	MESAGGIO	RICEVENTE
romanzo	autore	lingua italiana scritta	pagine stampate	storia	lettore
spettacolo televisivo	regista + attori	lingua italiana parlata + immagini	onde (suoni + immagini)	scenette	spettatore
musica	musicista	7 note + 5 varianti + ritmo	onde sonore	sequenze note	ascoltatore
lezione di matematica	docente	simbologia algebrica	onde sonore + immagini	risoluzione di un problema	allievi
trattativa commerciale	venditore	lingua italiana scritta, parlata e linguaggio mimico gestuale	onde (suoni + immagini)	vantaggi dell'acquisto	cliente

A questi possiamo tranquillamente aggiungere due esempi di stretta attualità, legati alla comunicazione via e-mail o con un blog aziendale.

PROCESSO COMUNICATIVO	EMITTENTE	CODICE	CANALE	MESAGGIO	RICEVENTE
E-mail	autore	Lingua italiana scritta, eventualmente immagini e documenti allegati	Computer e Protocollo di trasmissione della posta elettronica (Smtip)	Informazione o comando	lettore
Blog aziendale	Dipendenti di un'impresa	Lingua italiana, immagini, link	Internet	Illustrazione della vita aziendale, di prodotti e servizi	Pubblico generico, stakeholder

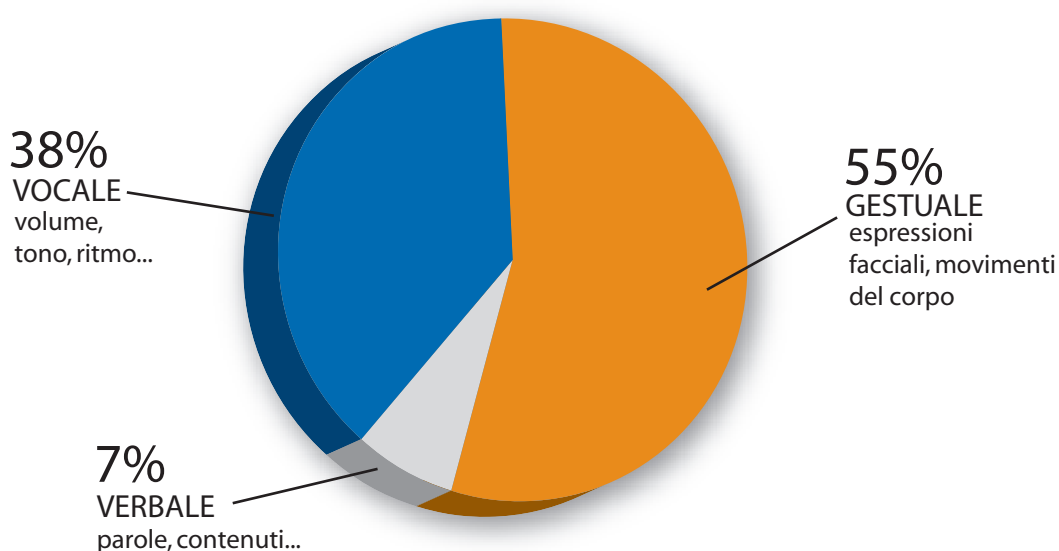


I codici della comunicazione

Comunicare non equivale solo a parlare. Esistono infatti tre codici comunicativi diversi e complementari:

- **VERBALE:** i contenuti della comunicazione (parole, linguaggio, gergo ecc.)
- **VOCALE (PARAVERBALE):** tono di voce, velocità dell'eloquio, silenzio, ritmo ecc.
- **GESTUALE (NON VERBALE):** posizione del corpo, contatto visivo, gestualità, abbigliamento ecc.

Questi tre codici non sono equivalenti ai fini dell'impatto sull'interlocutore. Ciò che il ricevente ricorda non è equamente distribuito. L'aspetto gestuale e paraverbale sono certamente più importanti di quello verbale in termini di “impressione comunicativa”.



La comunicazione paraverbale

La comunicazione paraverbale è determinata dalla voce di chi parla, in particolare:

- dal tono della voce;
- dall'altezza della voce;
- dal ritmo e dalla velocità (numero di parole nell'unità di tempo);
- dalle sottolineature;
- dalle esitazioni (non volute);
- dalle pause (volute);
- dal volume del parlato (determinato da quanto tempo si parla prima di lasciare la parola all'interlocutore).