



**Università degli Studi “*Magna Graecia*” di Catanzaro**  
**Facoltà di Sociologia**

# **Gli elementi della comunicazione**

**Dott. Matteo Aloï**

**Psicologia delle comunicazioni**

# Comunicare

- **inviare**
- **trasmettere**
- **trasferire**
- **notificare**
- **far sentire**
- **far vedere**
- **illustrare**
- **far conoscere**
- **partecipare**
- **unire**

- **conoscenze**
- **opinioni**
- **idee**
- **bisogni**
- **aspirazioni**

# Comunicare

Trasmettere delle informazioni  
per mezzo di un messaggio  
utilizzando un codice

# Informazione

- **SEGNICA:**
  - aspetti conoscitivi e razionali
  - precisa denotazione
  - si riferisce alla funzione
  - valutabile quantitativamente in termini di riduzione di incertezza
- **CONTENUTISTICA:**
  - attributi degli oggetti
  - connotazione
  - sistema aperto
  - non produce meccanicamente una riduzione dell'incertezza

# Schema della comunicazione

**CANALE**

**E** → **C** → **D** → **R**

**EMITTENTE**

**CODIFICA**

**DECODIFICA**

**RICEVENTE**

**MESSAGGIO**

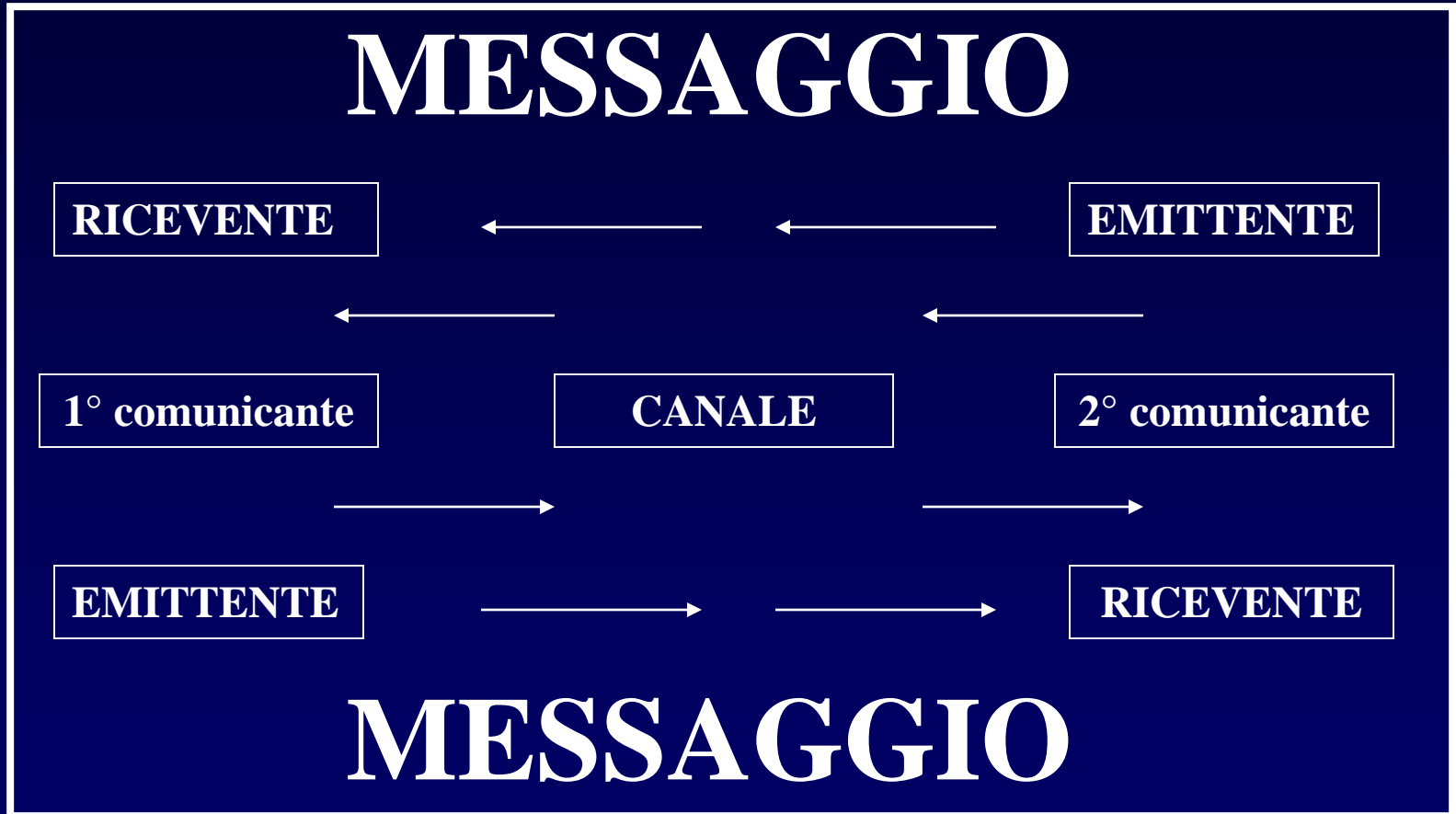
# Elementi della comunicazione

- **CODICE:** tutto ciò che i comunicanti conoscono sul messaggio.
  - Sistema di simboli regolati da rapporti di corrispondenza ai significati.
- **CANALE DI TRASMISSIONE:** supporto fisico della comunicazione; consiste in una porzione di ambiente che viene strutturata ai fini della comunicazione.
  - Mezzo fisico attraverso cui passa il messaggio: onde sonore, onde elettromagnetiche, particelle olfattive e tattili.

# Elementi della comunicazione

- **EMITTENTE:** forma il suo messaggio attraverso una codifica (raccoglie i codici sotto forma di messaggio) e lo invia attraverso il canale.
- **RICEVENTE:** scompone il messaggio con i suoi codici, per formulare posteriormente la sua risposta.

# Circolarità della comunicazione





# Ostacoli alla comunicazione

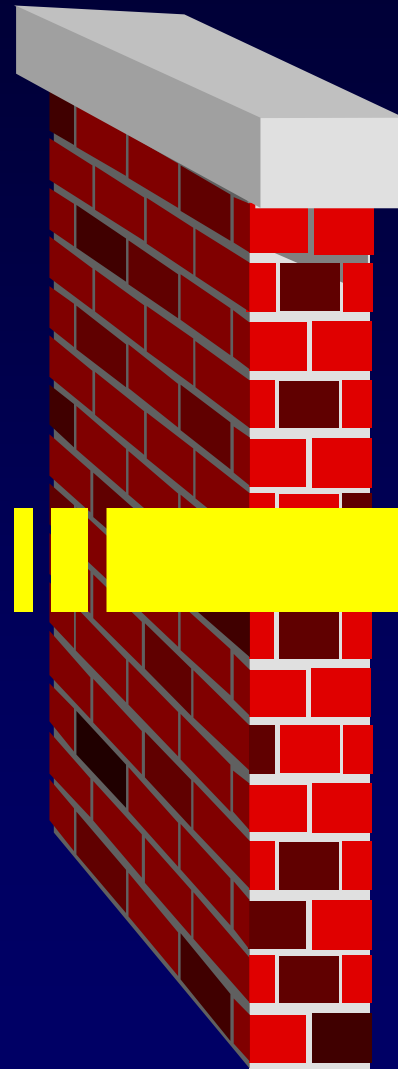
- E e R non condividono il codice.
- Il messaggio viene emesso e ricevuto in un quadro di riferimento che differisce tra E e R.
- Influenza dell'immagine che i comunicanti si fanno uno dell'altro (es. stereotipi di ruolo: l'imprenditore, il ragioniere, il sindacalista, ... il primario, il medico, l'infermiere, il tecnico...)

# BARRIERE

- 1) Barriera mittente.
- 2) Barriera della codifica.
- 3) Barriera del messaggio.
- 4) Barriera del mezzo
- 5) Barriera della decodifica
- 6) Barriera del destinatario.
- 7) Barriera del feedback

# Barriere della comunicazione

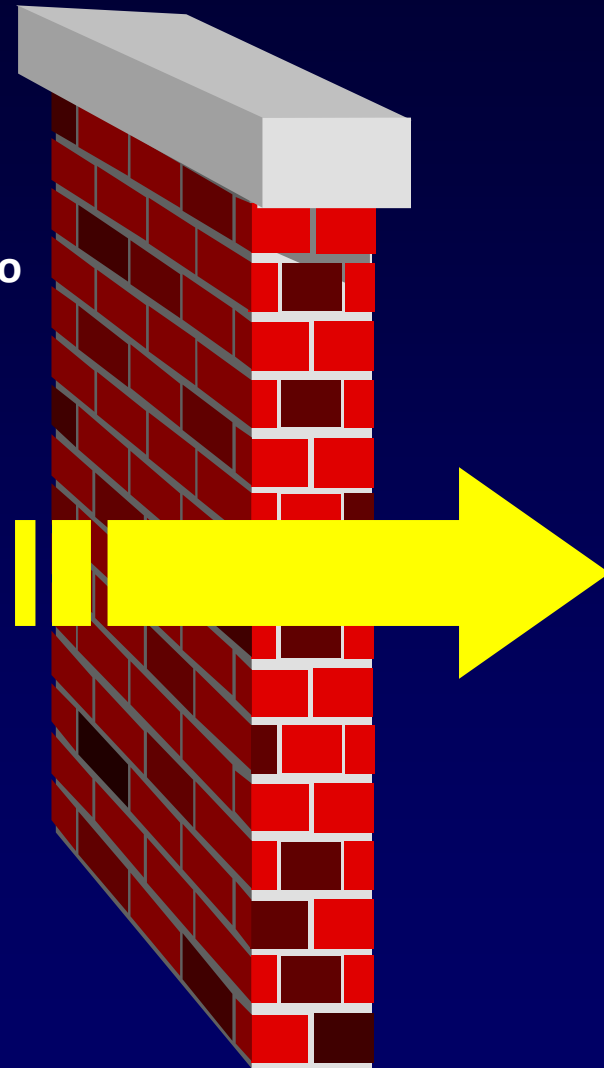
- Limitatezza della capacità del ricevente
- distrazione
- assunto non formulato
- incompatibilità di schemi
- intervento di meccanismi inconsci o parzialmente consci
- presentazione confusa
- assenza di mezzi di comunicazione



**F  
E  
E  
D  
B  
A  
C  
K**

# Barriere della comunicazione

- Capacità di comunicare efficacemente.
- Modo in cui le persone elaborano e interpretano le informazioni.
- Livello di fiducia interpersonale.
- Stereotipi e pregiudizi
- Ego.
- Scarse capacità di ascolto.
- Naturale tendenza a valutare o giudicare il messaggio di un mittente.
- Incapacità di ascoltare comprendendo



**F  
E  
E  
D  
B  
A  
C  
K**

# La comunicazione

dal latino *comunico*, significa *condivisione*.

**Comunicare = interagire, mettere in comune, mettere in relazione**

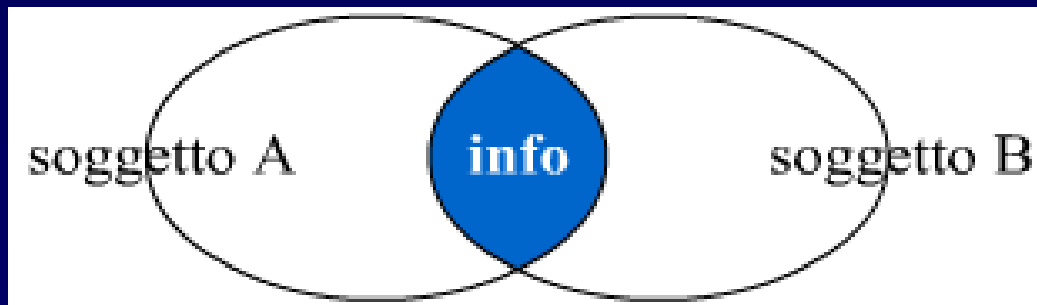
**COMUNICARE** non significa "mandare messaggi", ma  
va intesa come un atto sociale e reciproco di  
partecipazione, atto mediato dall'uso di simboli  
significativi tra individui e gruppi diversi.

# La comunicazione può essere intesa come:

Trasmissione: passaggio di informazione



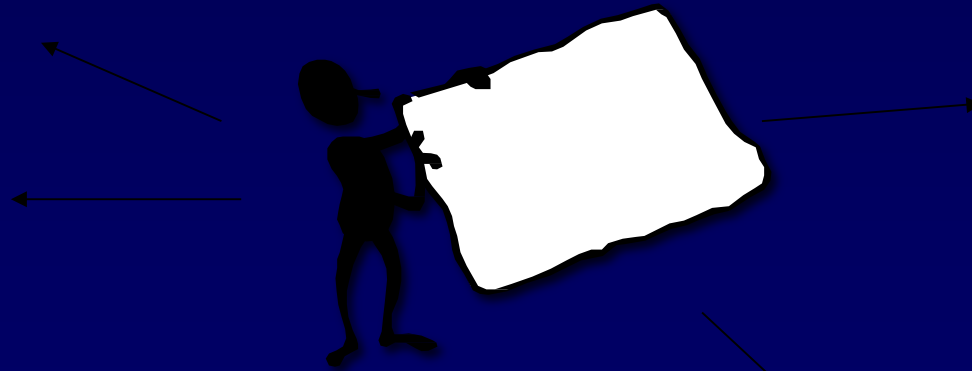
Relazione: mettere in comune, comprensione



Paul Watzlawick (1967) elenca 5 assiomi principali per spiegare la comunicazione:

# 1° assioma: *"Non si può non comunicare"*

Qualsiasi comportamento, le parole, così come i silenzi, l'attività o l'inattività hanno tutti valore comunicativo, e influenzano gli altri interlocutori che non possono non rispondere a queste comunicazioni.



**COMPORAMENTO = MESSAGGIO**

E' possibile:

- Addurre motivi per non rispondere
- Rispondere non rispondendo
- Rifiutarsi di rispondere
- Non rispondere (passività - fuga)

**MA NON E' POSSIBILE NON  
COMUNICARE QUALCOSA**



2° assioma:

*“Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione, di modo che il secondo classifica il primo, ed è quindi metacomunicazione”*

**Significa che il contenuto di un messaggio va interpretato alla luce della relazione esistente tra i soggetti che interagiscono**

Ogni atto comunicativo non soltanto trasmette informazioni, ma al tempo stesso **impone un comportamento**



3° assioma: *“La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti”*

- La scuola sistemico-relazionale di Palo Alto, sostiene che all'interno della comunicazione il **feedback** riveste un'enorme importanza, poiché il processo di comunicazione non va più inteso come un processo unidirezionale e lineare, per cui l'emittente *A* invia un messaggio al ricevente *B*, e *B* risponde indipendentemente dal segnale ricevuto.



Il III° assioma afferma che il processo di comunicazione è una **funzione ricorsiva**, in cui il segnale inviato da *A* influenza in maniera determinante la risposta di *B* ed il nuovo segnale inviato da *B*, a sua volta, condiziona la risposta di *A* e così all'infinito

## 4° assioma: *“Gli esseri umani comunicano sia con il modulo numerico che con quello analogico”*

### LINGUAGGIO NUMERICO:

- parole e segni arbitrari dovuti ad una convenzione sul significato ad esse attribuito.
- è lo strumento privilegiato per trasmettere dei contenuti, (la parola di per sé esprime solo il significato che le è proprio).

### LINGUAGGIO ANALOGICO:

- comunicazione non verbale e para verbale che servono soprattutto a trasmettere gli aspetti che riguardano la relazione tra i partecipanti.

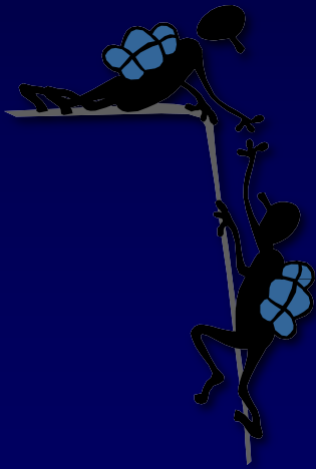
Mi sei simpatico!



L'attività di comunicare comporta quindi la capacità di coniugare questi due linguaggi.

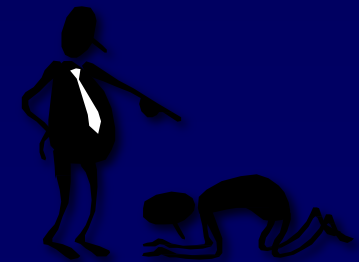
5° assioma: *“Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza”.*

L’interazione simmetrica è basata sull’ *uguaglianza* ed è caratterizzata da un piano di partenza paritario dove il comportamento di un membro tende a rispecchiare quello dell’altro.



La relazione complementare è caratterizzata dalla *differenza* di posizione (superiore e inferiore) assunta dalle persone tra le quali avviene la comunicazione; i diversi comportamenti dei partecipanti si rinforzano a vicenda, dando vita ad una relazione in cui i ruoli sono stati accettati da entrambi (ad es. le relazioni madre-figlio, insegnante-studente).

Quando si irrigidisce una delle due modalità di entrare in rapporto con l’altro, si producono fallimenti comunicativi difficili da recuperare.



# Tipi di comunicazione

- Per frequenza:
  - discontinua, episodica;
  - seriale, abituale
  - continua, routinizzata
- Per estensione:
  - extrapersonale (meccanica, tecnologica)
  - intrapersonale (interiore)
  - interpersonale:
    - binaria
    - di gruppo
    - globale.

# Caratteristiche del processo comunicativo

- La comunicazione è un **processo circolare**: gli eventi non hanno andamento lineare, ma ciascuno fa parte di un continuum in cui ogni segmento è effetto dello stimolo e stimolo alla fase successiva.
- Gli **scambi** di comunicazione possono essere **simmetrici o complementari**:
  - simmetrici quando gli attori tendono a un rapporto paritetico (es. medico/medico);
  - complementari quando uno dei soggetti assume una posizione superiore e invita l'altro ad assumere la posizione inferiore (es. medico/paziente).

# Comunicazione interpersonale

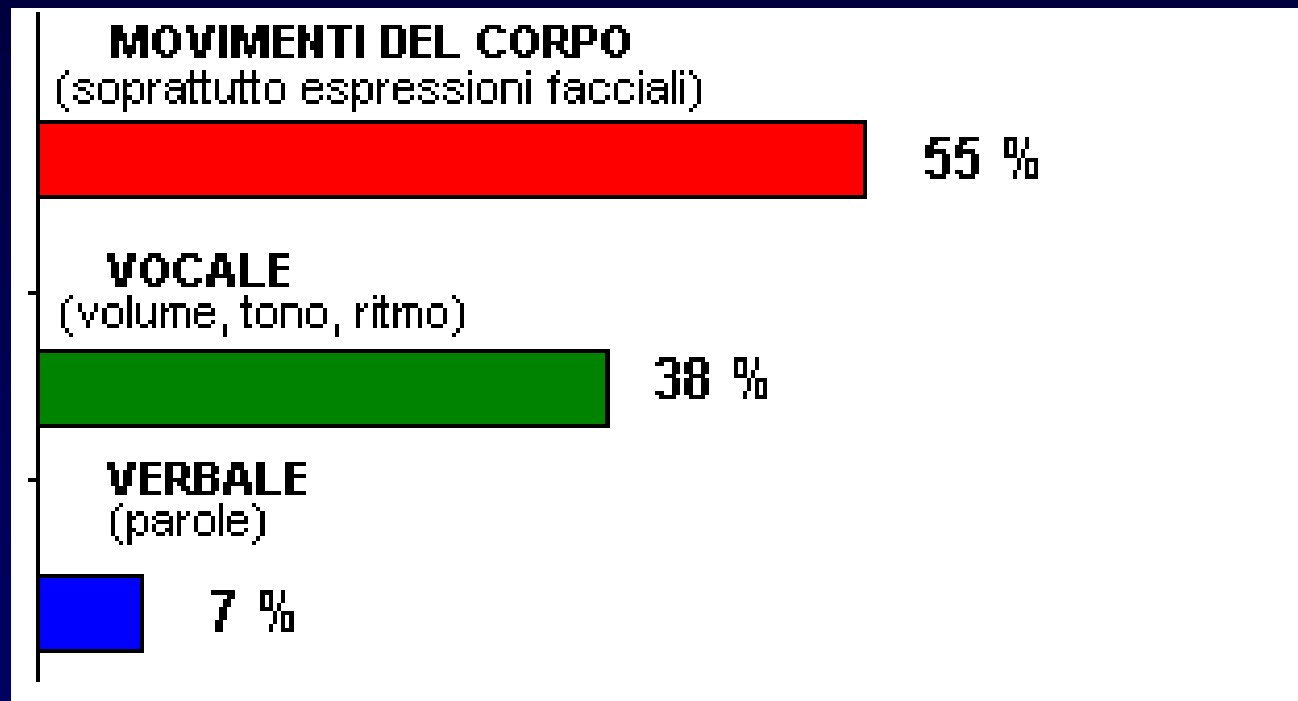
Nella comunicazione tra le persone si utilizzano

- **messaggi verbali:** ciò che si dice
- **messaggi paraverbali:** intonazioni e modulazioni della voce (volume, timbro), inflessioni, pause, ritmi, silenzi
- **messaggi non verbali:** distanze
  - contatti corporei
  - posture e movimenti
  - gestualità
  - espressioni del volto
  - sguardi
  - abbigliamento, acconciatura, trucco....



La comunicazione è determinata dall'apporto attivo di tutto il nostro corpo. In quale percentuale la voce, il viso, le mani incidono sull'efficacia del messaggio?

**Albert Mehrabain** ha cercato di suddividere i messaggi, per evidenziare in che misura ogni componente connota la comunicazione umana.

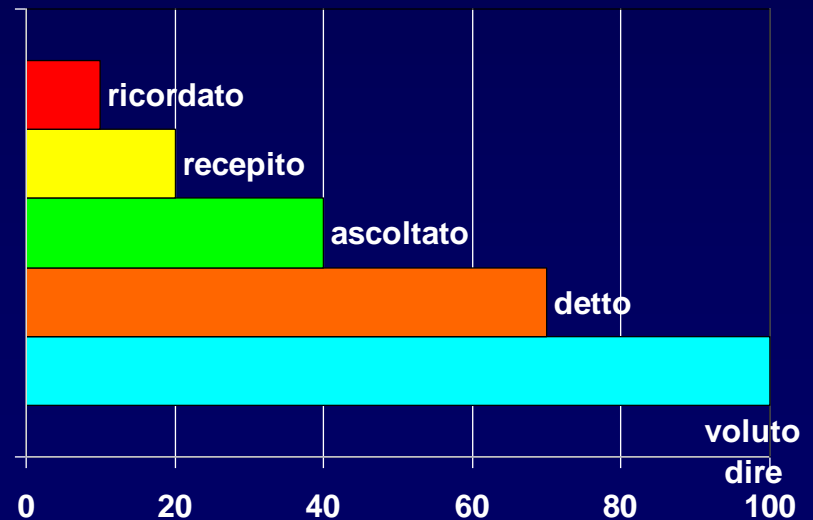


# Alcune percentuali

(indicative.....)

Se quello che vogliamo dire è 100

- quello che diciamo è 70
- quello che viene ascoltato è 40
- quello che viene recepito è 20
- quello che viene ricordato è 10



# Caratteri distintivi

## Comunicazione non verbale

- in gran parte inconsapevole, non intenzionale e non controllabile
- fornisce informazioni sul soggetto che la esprime
- è poco idonea ad esprimere concetti
- è ambigua
- ha grande efficacia nelle relazioni

## Comunicazione verbale

- per lo più consapevole e intenzionale
- fornisce informazioni sugli argomenti espressi
- è idonea a veicolare descrizioni, argomentazioni, narrazioni
- è meno rilevante nelle relazioni

# La comunicazione non verbale

(la ricerca risale agli anni '60: intervengono etologia, psicologia, antropologia, sociologia)

- prende riferimento e valore dal contesto in cui si svolge
- non ne è distaccabile
- i suoi vari aspetti sono compresenti e sinergici
- interagisce con la comunicazione verbale o confermandola o contraddicendola.

# Funzioni della CNV

Svolge una funzione relazionale di base:

- gestisce le situazioni sociali
- comunica la presentazione di sé
- comunica le emozioni
- definisce, cambia, mantiene, difende le relazioni di potere
- influenza i processi di persuasione
- può sostituire la comunicazione verbale.

**La comunicazione nel gruppo si può sostanzialmente suddividere su quattro livelli:**

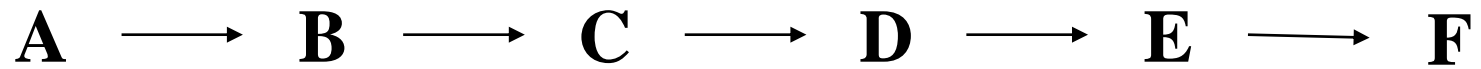
- **quello dei contenuti:** cosa si dice o si fa;
- **quello dei metodi:** come si organizza;
- **quello dei processi comunicativi:** chi dice o fa cosa, a chi, in che modo;
- **quello delle dinamiche di gruppo:** cosa accade tra i membri che comunicano.

La comunicazione all'interno di un gruppo è indispensabile anche per veicolare gli aspetti che caratterizzano la cultura del gruppo, ossia:

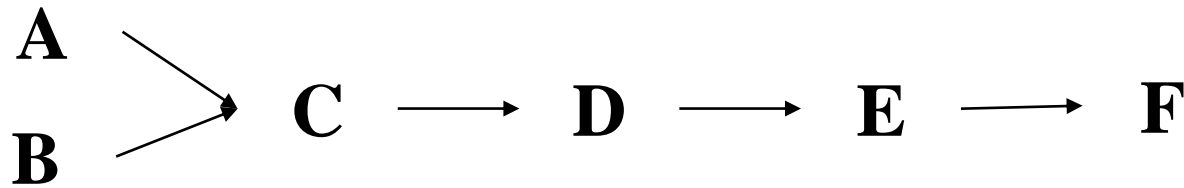
- La mediazione
- L'accettazione della limitatezza
- Il confronto visto come risorsa
- L'equilibrio tra efficacia ed efficienza

# Forme di comunicazione

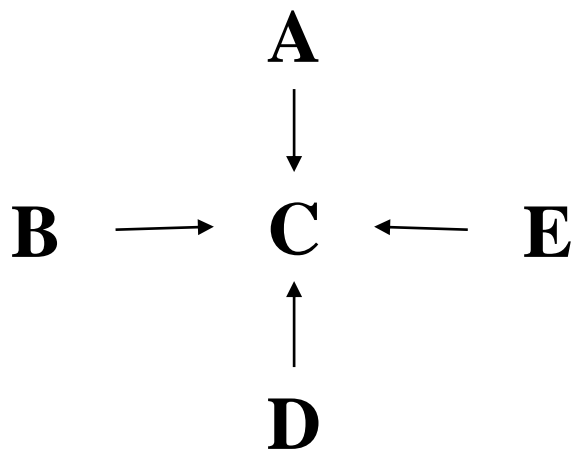
lineare



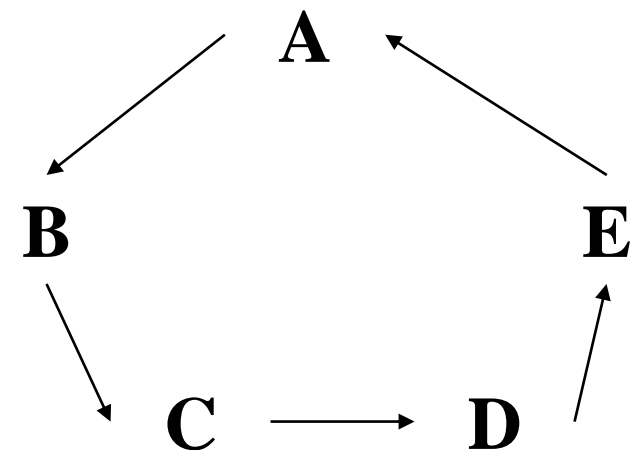
Y



croce

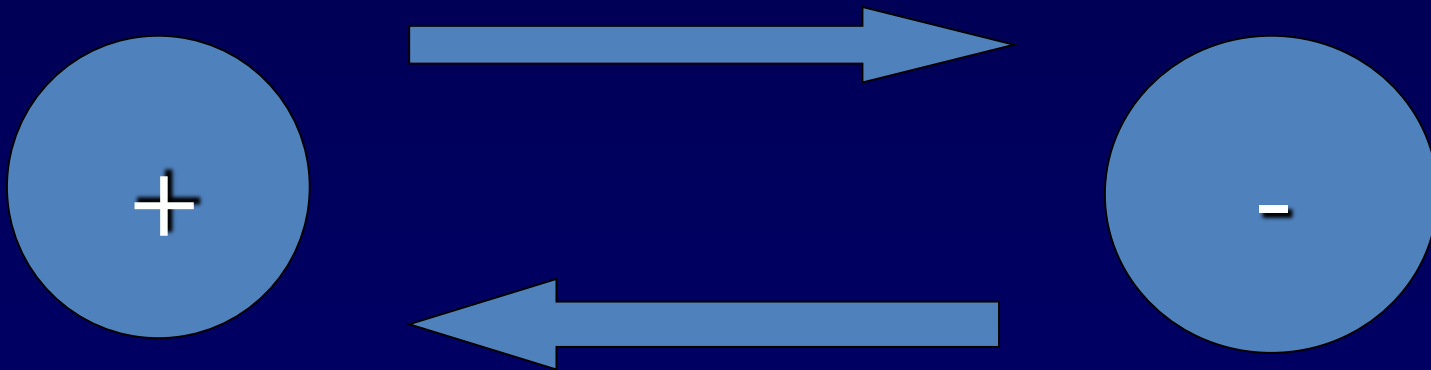


circolare

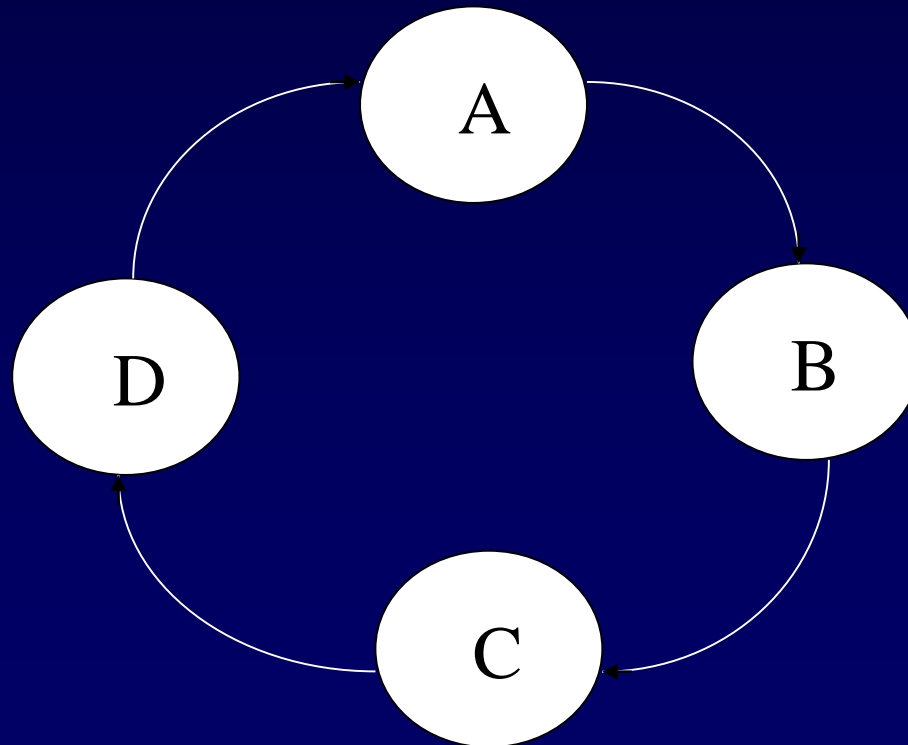




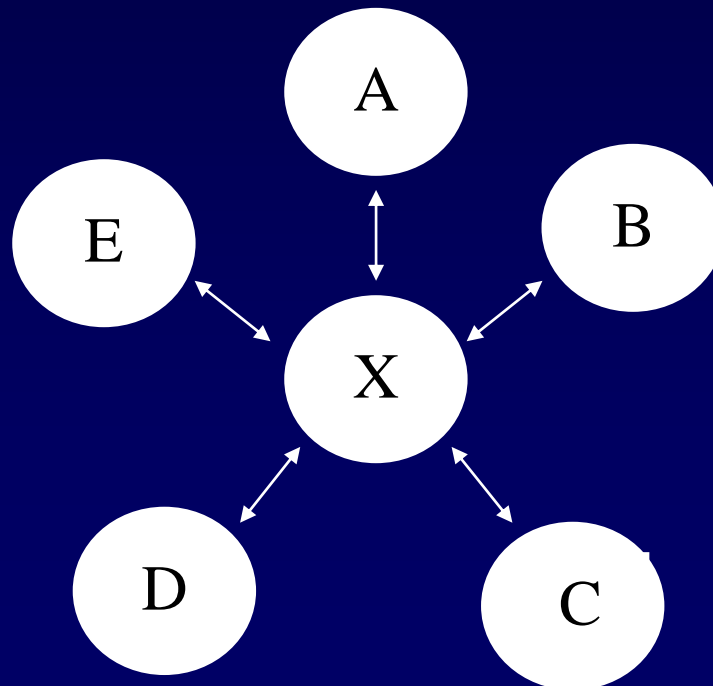
- **BIPOLEARE O BIDIREZIONALE:** che avviene esclusivamente tra due poli o entità del gruppo seguendo una direzione di "andata e ritorno" ;



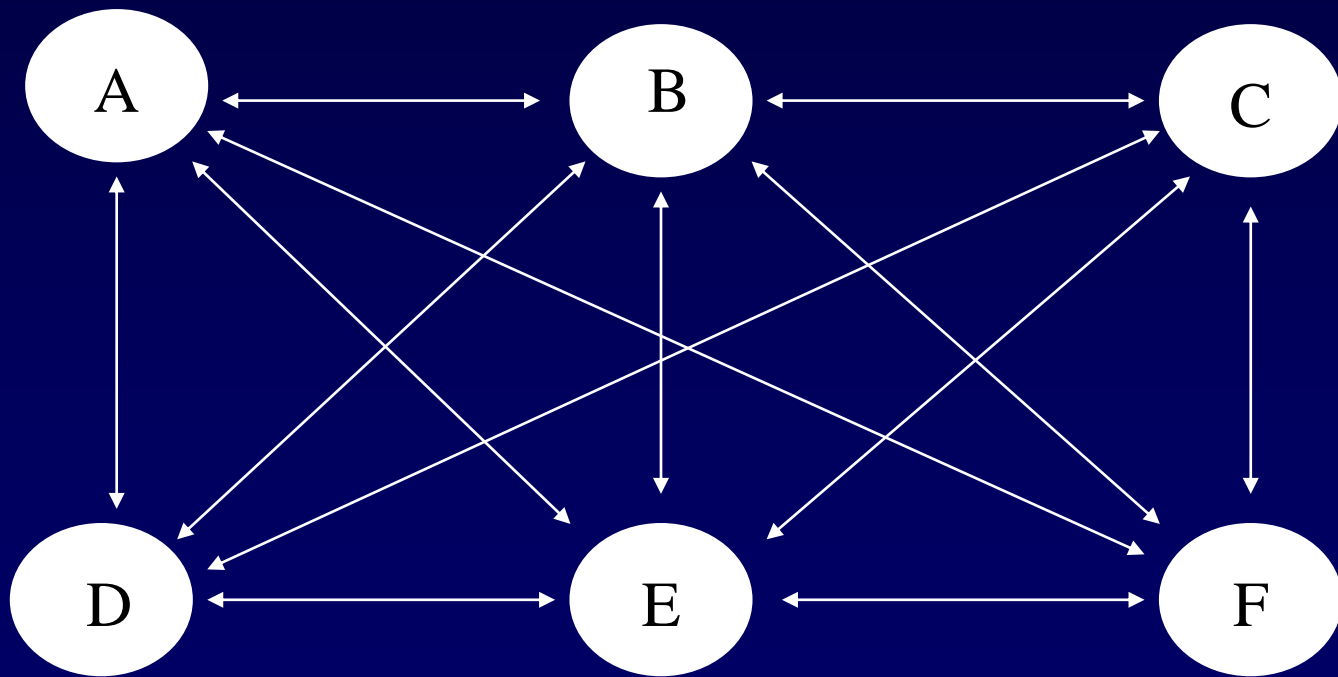
**A CERCHIO O ANELLO** che avviene tra due o più entità tramite un sistema di comunicazione chiuso su se stesso, in cui, ogni singola entità riceve delle informazioni e le riporta, anche rielaborandole, all'entità successiva



**A RUOTA O STELLARE** che avviene tra due o più entità passando, però, attraverso un "elemento centrale". In un gruppo di lavoro, questa modalità comunicativa per cui tutti comunicano con X e X comunica con tutti, pare risulti piuttosto efficace, in particolare, quando è necessario che determinate decisioni vengano prese con rapidità;



**A RETE** che avviene tra tutti i membri di un gruppo dove tutti comunicano con tutti, ovviamente, rispettando turni di parola e tempi di espressione di ciascuno.



Sembra banale ma... per comunicare  
bisogna avere idee, contenuti,  
progetti, sentimenti che abbiano  
validità intrinseca per tutti coloro ai  
quali ci si rivolge o che si suppone vi  
prenderanno parte.

Tuttavia, affinché la comunicazione sia  
**efficace**  
non basta solo cercare le parole giuste.

Alla chiarezza delle idee è necessario affiancare

- capacità di entrare in contatto
- sensibilità immedesimativa
- modo di esprimersi
- capacità di sviluppare e di sostenere le relazioni

“...Ogni comunicazione procede su due livelli, il piano del contenuto ed il piano della relazione ed è quest’ultimo a definire il primo...”

Ludwig Wittgenstein



In altre parole, la comunicazione efficace, richiede priorità nella cura della relazione, perché, al di là del contenuto, risente dei fattori che interferiscono sulla qualità della relazione stessa.

# Fattori che influenzano la comunicazione

