

Corso di Psicologia della Comunicazione

dr Daniele Landi

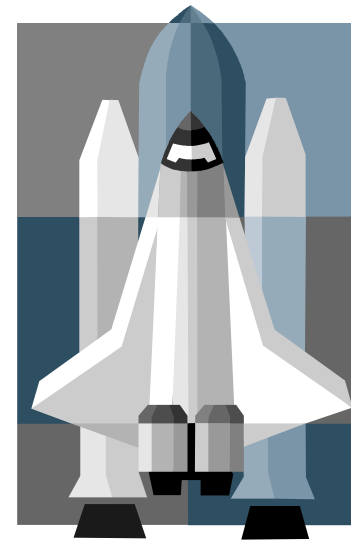
1

COMUNICARE: PERCHÉ?

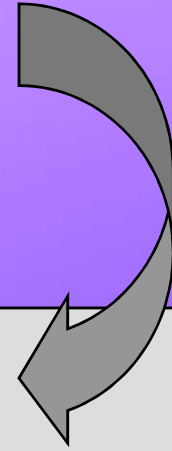
- ↗ Evoluzione: sopravvivenza diretta
- ↗ Intrecciare e mantenere relazioni
- ↗ Narrazione: rielaborazione significati
- ↗ Cultura

Evoluzione biologica vs culturale

- ◆ Ominidi 5.000.000 anni fa
- ◆ Homo sapiens 100.000 anni fa
- ◆ Agricoltura 12.000 anni fa
- ◆ Scrittura 6.000 anni fa
- ◆ Oggi...



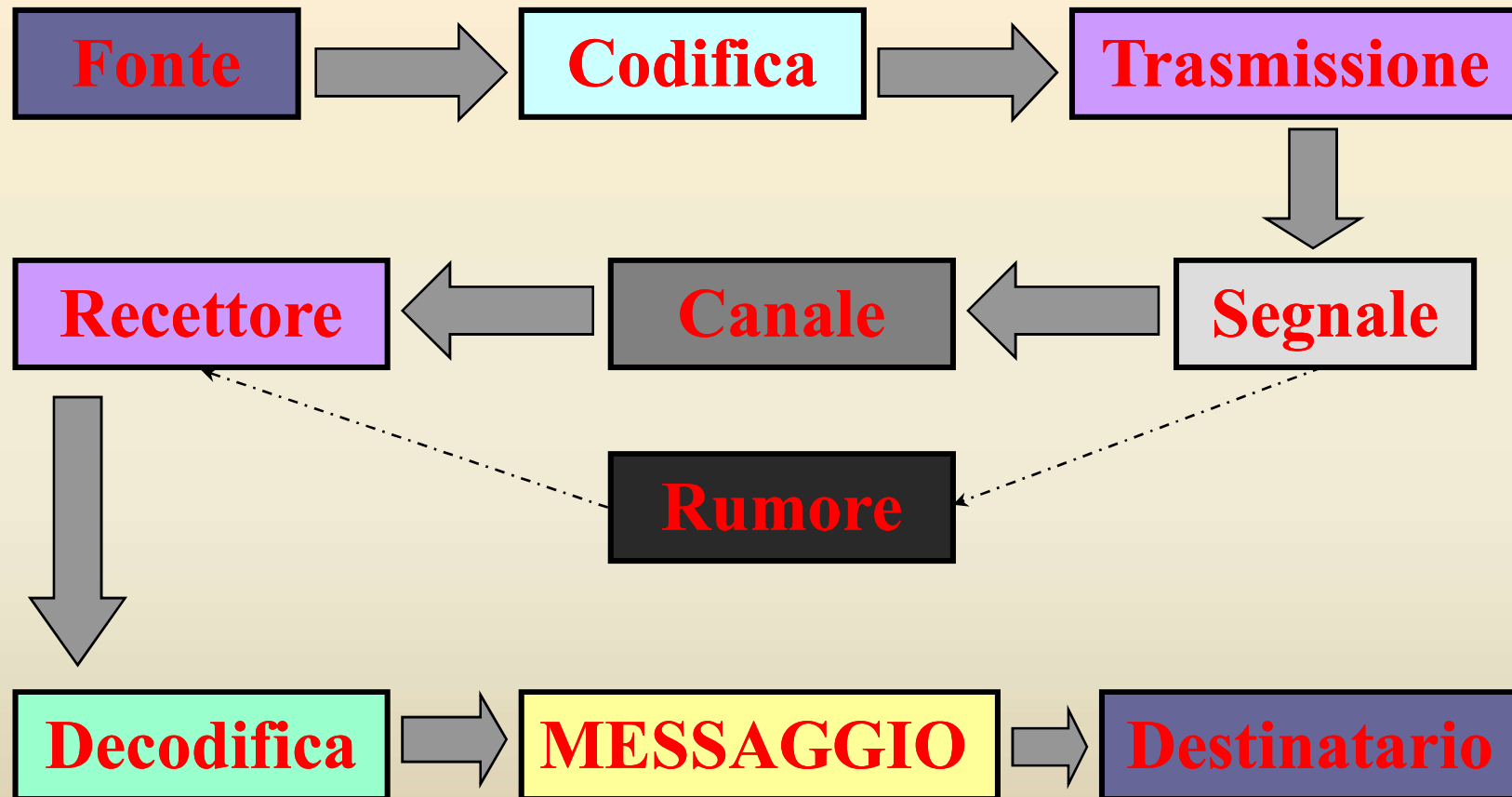
Comunicare?



Significa trasmettere un
messaggio a uno o più
destinatari

1° approccio

Teoria "matematica" della comunicazione



2° approccio

Approccio “pragmatico” alla comunicazione

Questo tipo di approccio esamina i rapporti TESTO-CONTESTO, ossia *l'uso dei significati nelle varie circostanze*.

Distinzione tra i concetti di:

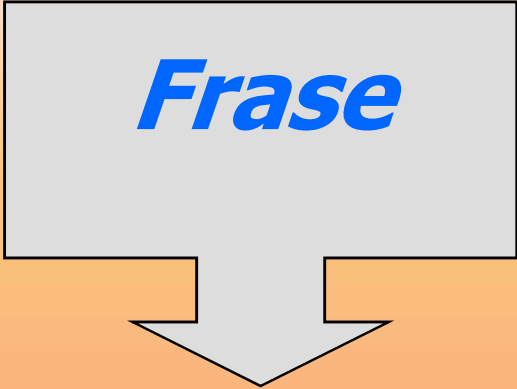
- **SEMANTICA**
- **SINTASSI**
- **PRAGMATICA**

- ◇ SEMANTICA = significato dei segni
- ◇ SINTASSI = relazione formale tra segni
- ◇ PRAGMATICA = relazione dei segni con gli attori



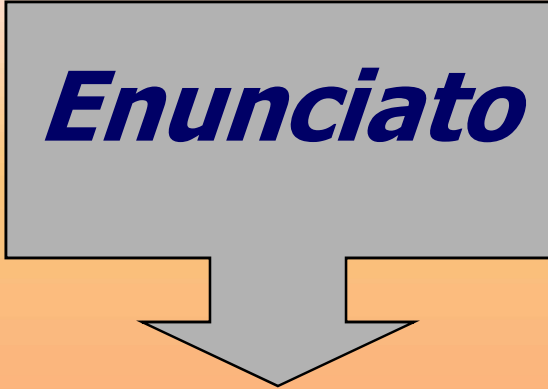
Frase vs Enunciato

Frase



**Espressione
linguistica
astratta
definita dalla
sintassi**

Enunciato



Uso concreto di una
frase in un
contesto reale per
uno scopo

“Puoi andare più veloce?”

Modificando il **tono**, l'**accento** o la **situazione** in cui è pronunciata... cambia il suo senso:

Es. moglie al marito, in auto, diretti ad un appuntamento, in ritardo

oppure

Es. guardando un giocoliere molto abile, che fa roteare delle palline

Indovina chi ha detto

Chi ha detto..?

Chi non ha nulla da nascondere,
non ha nulla da temere

Un movimento
che si propone di
rinnovare il mondo
non serve
all'attimo che
passa, ma al
futuro

Adempimento del
dovere significa:
non agire per sé,
ma servire alla
comunità

Come garantire
il successo della comunicazione?



PRINCIPIO DELLA COOPERAZIONE

Le 4 massime di Grice:

- Massima della **Quantità**
- Massima della **Qualità**
- Massima della **Relazione**
- Massima di **Modo**

Usando adeguatamente le 4 massime è possibile attivare quei processi mentali detti

IMPLICATURA CONVERSAZIONALE

(serve a colmare lo scarto tra ciò che è detto e ciò che è significato, tra FRASE ed ENUNCIATO)

A: “Hai visto Mario?”

B: “C’è la sua auto in parcheggio”

“Mi scoppia la pancia!”

“Ho visto un tizio entrare in un caffè”

3° approccio

Approccio psicologico alla comunicazione

Presupposti:

- *Le relazioni sono intrise di comunicazione e la comunicazione vive attraverso le relazioni*
- *Quando si comunica si DEFINISCE SE STESSI, l'ALTRO e la natura della RELAZIONE*



L'interdipendenza tra
COMUNICAZIONE e RELAZIONI
fa nascere tutti i "*giochi
psicologici*" che si manifestano
nella vita quotidiana (aiuto,
seduzione, persuasione, ostilità,
cooperazione...).

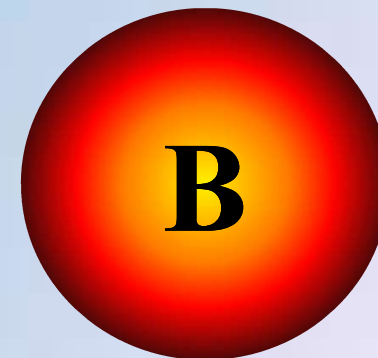


Da questo si desume,
ad esempio,
come nella comunicazione
alla vendita sia
importante la relazione,
il rapporto, che si instaura
tra venditore e cliente.

ANALISI TRANSAZIONALE

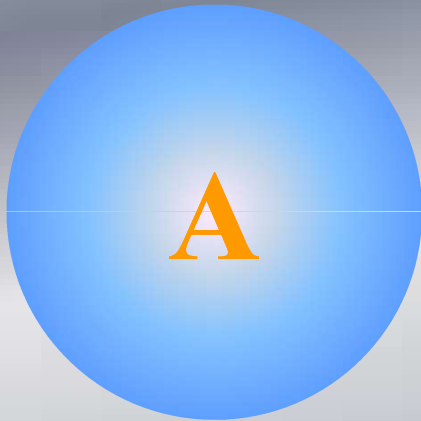
Stati dell'Io

Consistono in un insieme di emozioni, pensieri e comportamenti riferibili a tre modalità di comunicare con se stessi e con gli altri:
genitore, adulto, bambino

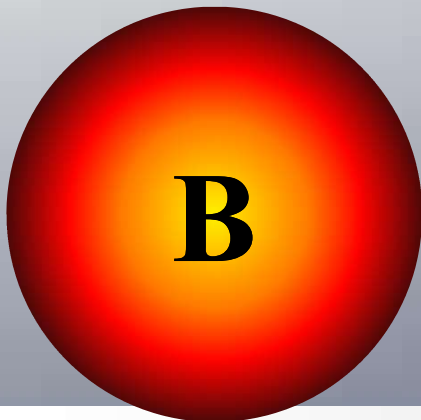




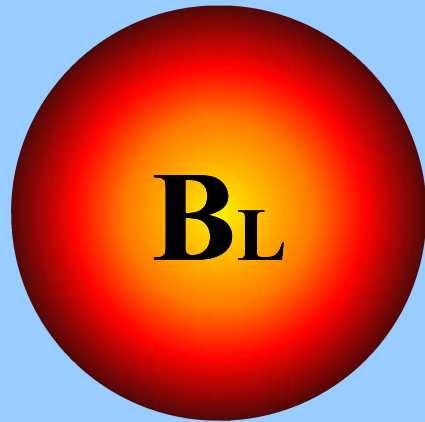
Tradizione - Regole - Etica
Valutazione - Giudizio - Aiuto
Protezione



Razionalità - Analisi - Logica
Problem solving - “Qui e ora”

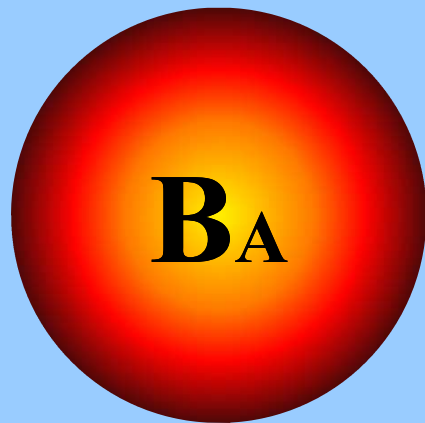


Bisogni - Desideri - Fantasie
Istinti - Pensiero magico Creatività
Intuizione



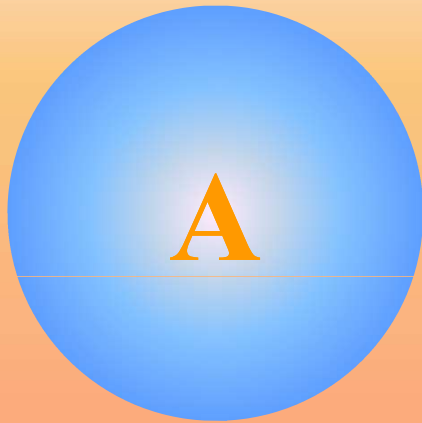
Bambino Libero:

Agisce indipendentemente dalle norme esterne, manifestando e perseguendo spontaneamente emozioni e desideri



Bambino Adattato:

Agisce regolandosi secondo le norme esterne (le segue, le manipola, le trasgredisce) e le persone con le quali si relaziona



ADULTO:

Quello stato dell'Io che attiviamo quando si agisce in risposta alla situazione “qui e ora”, utilizzando tutte le risorse della persona



G_N

Genitore Normativo:

Agisce per imporre delle regole, al fine di proteggere o di promuovere il benessere della persona



G_A

Genitore Affettivo:

Si prende cura degli altri rispettando la loro autonomia e individualità, offrendo un sostegno emotivo e/o operativo

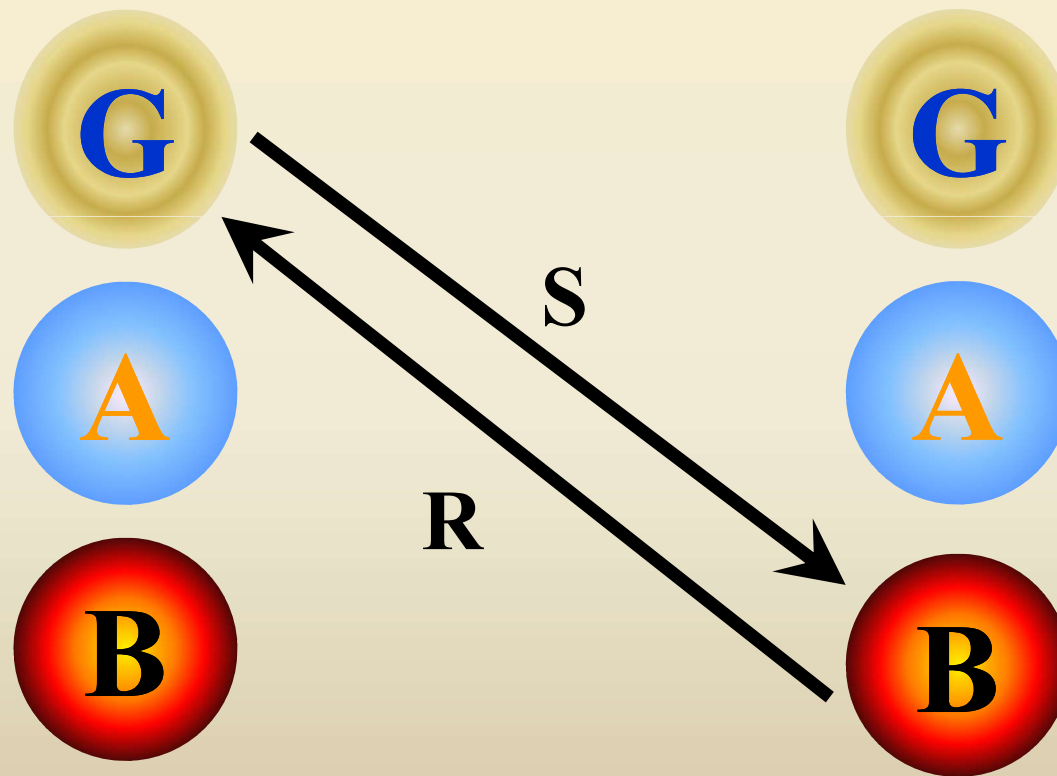
In Analisi Transazionale l'atto del comunicare, sia con noi stessi che con gli altri, è chiamato **transazione** e consiste nella trasmissione di un messaggio tra due stati dell'Io.

Considerando ora le transazioni interpersonali, distinguiamo tra:

- ❖ **TRANSAZIONI PARALLELE**
- ❖ **TRANSAZIONI INCROCIATE**
- ❖ **TRANSAZIONI ULTERIORI**

Le transazioni parallele

Si hanno quando una persona A manda un messaggio (*stimolo*) a una persona B da un preciso stato dell'io, indirizzandolo a un altrettanto preciso stato dell'io della persona B, e la persona B risponde da quello stesso stato dell'io (*risposta*)



Il commesso di un negozio arriva in ritardo a causa di un incidente del quale non ha alcuna responsabilità. Il proprietario del negozio lo rimprovera: «Sei un vero fannullone!» (*Genitore Normativo Negativo*) e il commesso risponde: «Mi scusi...» (*Bambino Adattato Negativo*).

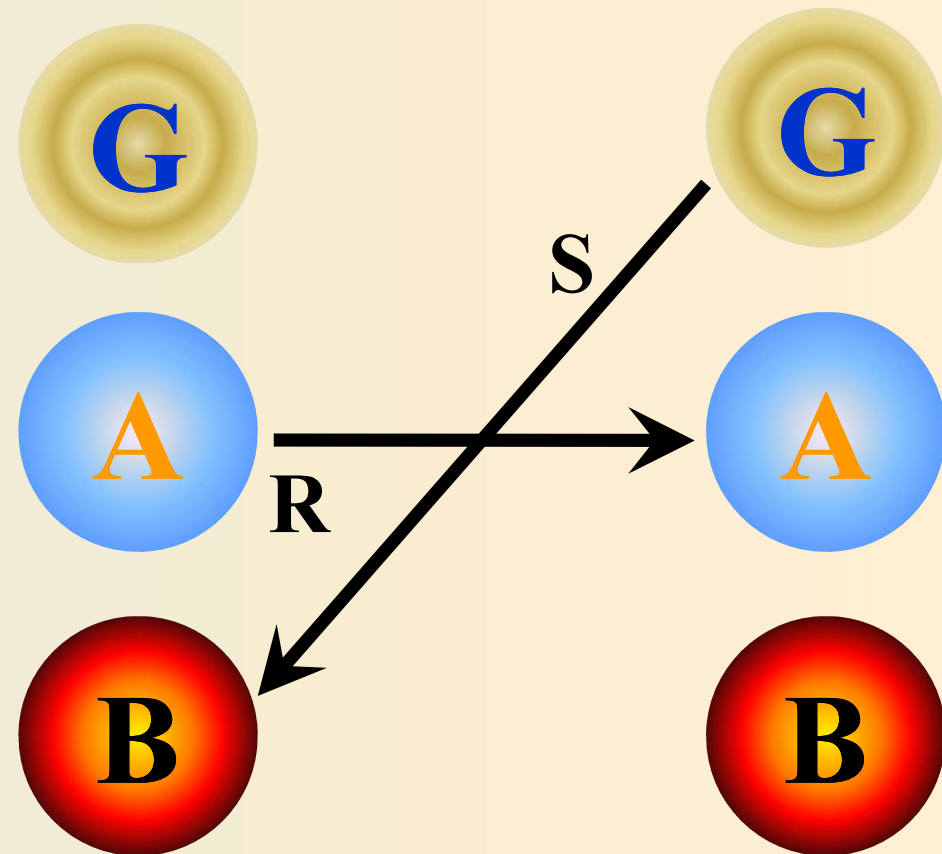
Le transazioni incrociate

Per interrompere una transazione parallela, quando troviamo che essa sia in qualche modo negativa, dobbiamo rispondere da uno stato dell'Io differente da quello al quale il nostro interlocutore invia il messaggio.

Il commesso di un negozio arriva in ritardo a causa di un incidente del quale non ha alcuna responsabilità.

Il proprietario del negozio lo rimprovera: «Sei un vero fannullone!» (*Genitore Normativo Negativo*) ma il commesso non “accetta l'invito” a mettersi nella posizione del Bambino Adattato Negativo

e risponde dal suo stato di *Adulto*: «Sono uscito alla solita ora, ma c'è stato un incidente che ha bloccato il traffico». In questo modo il commesso invita a sua volta il proprietario del negozio a mettersi nello stato dell'*Adulto*.

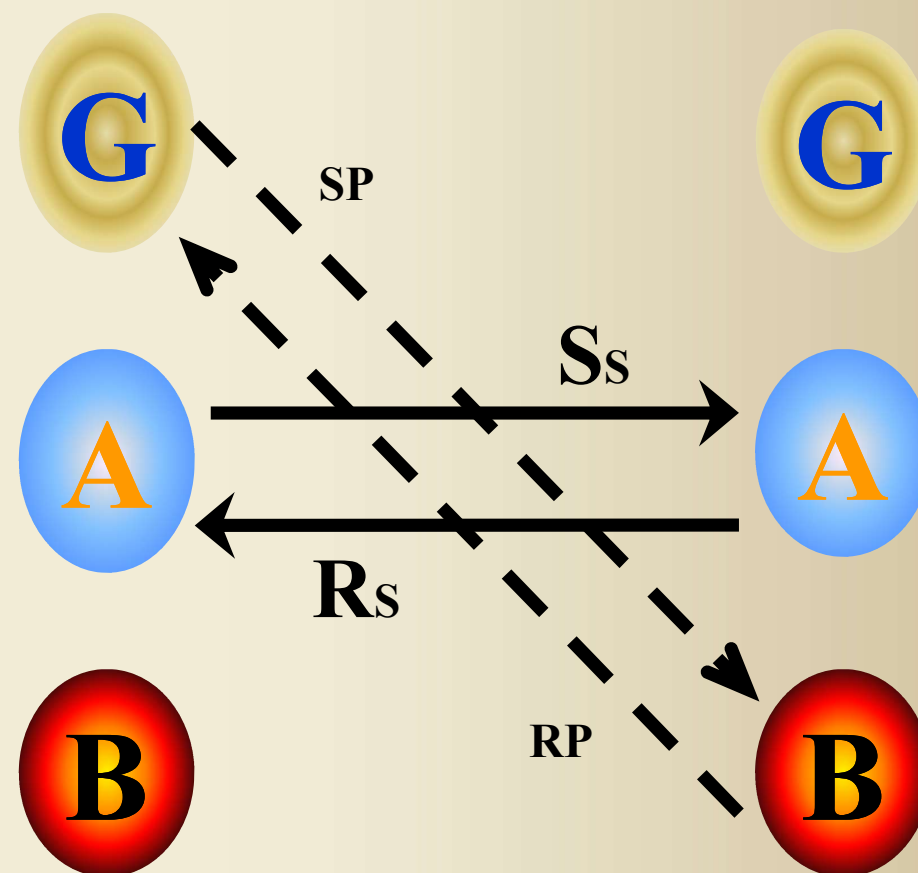


Le transazioni ulteriori

Abbiamo una transazione ulteriore ogni volta in cui l'emittente invia un messaggio che colpisce allo stesso tempo **due stati dell'Io** del destinatario.

Il marito dice alla moglie:
«Le mie camicie non sono nel cassetto». Apparentemente la transazione è da Adulto ad Adulto (si comunica un'informazione relativa a un preciso stato di cose) ma il contesto comunicativo (paraverbale, non verbale, ruoli percepiti da entrambi) identifica una transazione del tipo Genitore Normativo Negativo/Bambino Adattato Negativo.

Nelle transazioni ulteriori il livello *Sociale*, ovvero la transazione manifesta a livello verbale (nell'esempio Adulto/Adulto), non coincide con il livello *Psicologico*, ovvero la transazione attiva a livello emotivo (nell'esempio Genitore/Bambino).

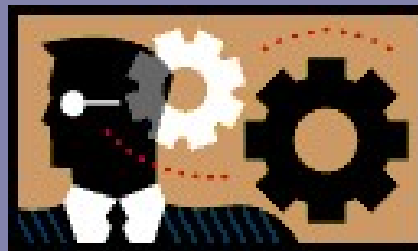


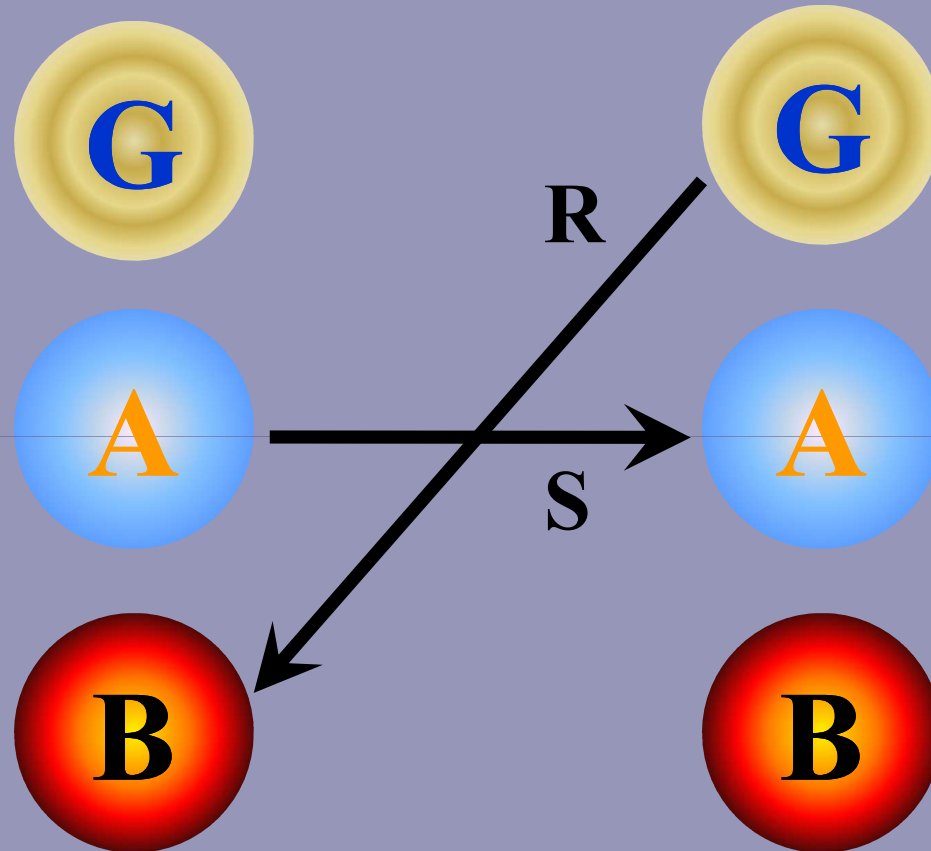
Esercizio

Persona 1: "che ore sono?"

Persona 2: "e smettila di infastidirmi
per ogni cosa!"

Che tipo di transazione è?



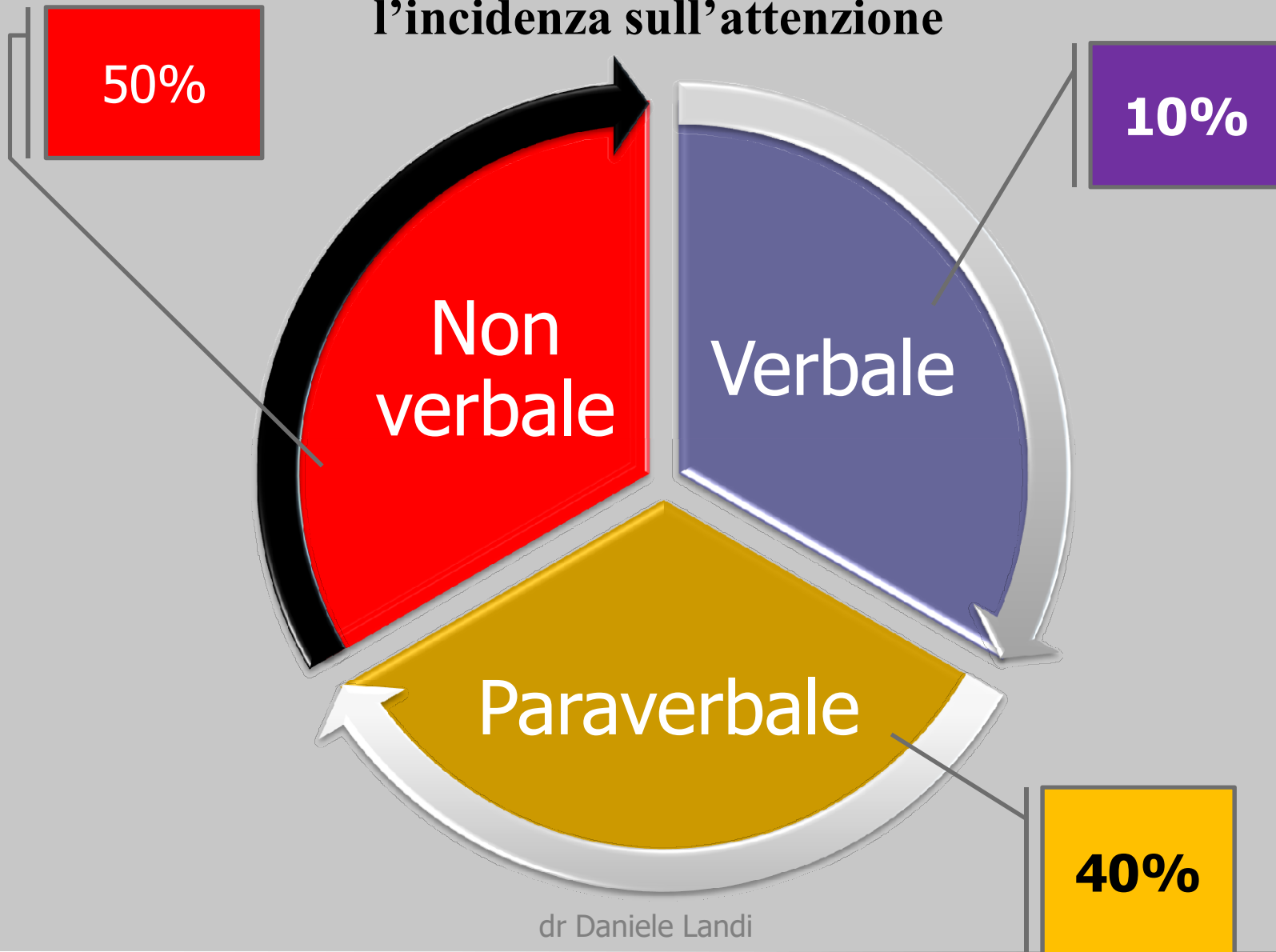


Il tipo di comunicazione primario: **la comunicazione faccia a faccia**



dr Daniele Landi

I livelli della comunicazione e l'incidenza sull'attenzione



LA COMUNICAZIONE VERBALE

- È la parte propriamente linguistica della comunicazione, quella che segue le regole della grammatica, della sintassi e della semantica.
- È la parte + razionale e “studiata” della produzione di un messaggio.
- È la parte appresa.
- È la parte dominante quando si tratta di comunicazione non orale.



LA COMUNICAZIONE PARAVERBALE



- È la parte più emotiva, spontanea, connotativa del messaggio orale
- È la “sfumatura di colore” del linguaggio
- Consapevoli (in modo innato) della sua importanza nell’effetto sul destinatario del messaggio, siamo assolutamente in grado di modularla per i nostri scopi comunicativi

LA COMUNICAZIONE PARAVERBALE

Nel pronunciare una frase gli elementi linguistici sono accompagnati da:

- **Il tono** (produce la cosiddetta *intonazione*)
- **L'intensità** (ossia il volume della voce)
- **Il ritmo** (velocità e alternanza di pause nell'eloquio)
- **Il silenzio**

Questi elementi ci permettono di "codificare" le emozioni. Ogni emozione ha il suo profilo vocale.

Le ricerche svolte sulla capacità di riconoscere le emozioni in base agli elementi paraverbali hanno stabilito un'accuratezza del 60%. Le espressioni vocali delle emozioni negative sono più facilmente identificabili di quelle delle emozioni positive.



LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

- La mimica facciale
- Il sorriso
- Lo sguardo
- I gesti
- La postura
- La prossemica
- L'aptica



LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

- La ***mimica facciale*** esprime in modo forte e privilegiato le emozioni, gli stati d'animo e gli atteggiamenti di un individuo
- Le espressioni facciali sono innate e universali
- Sono fortemente comunicative e le utilizziamo per manifestare le nostre **intenzioni** al destinatario



LA COMUNICAZIONE NON VERBALE



- Il **sorriso** è un segnale fondamentale, ma non uniforme ed univoco!
- Esiste un sorriso *spontaneo*, uno *simulato* e uno *miserabile* (accettazione di una condizione spiacevole): interessano muscoli diversi
- Il sorriso è legato alle emozioni, ma in realtà è soprattutto usato nelle interazioni sociali: è un forte promotore di affinità relazionale

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

Lo ***sguardo***, il contatto oculare, permea gli scambi comunicativi face-to-face

È importante per la regolazione dei turni di conversazione

Ha molti risvolti sociali ed emotivi:



- ✓ Chi parla guarda meno di chi ascolta (40% vs 70% del tempo)
- ✓ Forte segnale per richiedere **consenso** al proprio punto di vista
- ✓ Le persone che guardano di più sono considerate più estroverse, sincere e intraprendenti
- ✓ Lo sguardo prolungato può essere usato con scopi precisi: **seduzione o minaccia**
- ✓ Esistono profonde **differenze culturali** sull'uso dello sguardo

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

I ***gesti*** sono considerati come il “linguaggio del corpo”. Distinguiamo:

- ❖ La gesticolazione (accompagna l'eloquio, lo completa, aiuta nella gestione turni; non convenzionale, ha caratteristiche molto personali)
- ❖ La pantomima (imitazioni di scene, situazioni, azioni)
- ❖ Gli emblemi (gesti convenzionalizzati, simbolici, si sostituiscono all'eloquio; es. il gesto OK; differenze culturali)
- ❖ I gesti deittici (per indicare qualcosa o una direzione)
- ❖ I gesti motori (ripetuti, ritmici; esprimono uno stato d'animo, non seguono l'eloquio; es. tamburellare con le dita, grattarsi,...)

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE



- La ***postura*** è un indicatore di atteggiamento del parlante nei confronti del proprio interlocutore o della situazione/contesto in cui si trova

- Il più delle volte è spontanea, naturale, inconsapevole
 - È possibile però modularla volutamente e artificiosamente per ottenere effetti precisi





Cosa ci
comunicano?



dr. Daniele Landi

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

- ❑ La **prossemica** concerne la percezione, organizzazione, uso dello spazio, della distanza nei confronti degli altri
- ❑ Regola l'equilibrio tra processi affiliativi (vicinanza) ed esigenze di riservatezza (distanza)
- ❑ Esistono 4 "zone" di distanza spaziale che sono buoni indicatori della distanza comunicativa tra le persone:



- Zona intima (0 - 0,5 m)
- Zona personale (0,5 - 1 m)
- Zona sociale (1 - 4 m)
- Zona pubblica (oltre 4 m)

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE



L'***aptica*** si riferisce alle azioni di contatto corporeo con gli altri. Distinguiamo:

- Contatto reciproco vs. contatto individuale
 - Regioni vulnerabili vs. regioni sociali

Come utilizziamo in pubblico il contatto fisico?

Segno di legame, di rapporto amoroso, di dominanza-potere, di cordialità ed estroversione.

I contatti spesso sono ritualizzati (es. i saluti).

Non di rado però possono generare reazioni negative (fastidio, collera, paura...)

Un tipo di comunicazione particolare ...

La menzogna

3 presupposti:

-  Falsità del contenuto
-  Consapevolezza dell'autore
-  Intenzione di ingannare

Due modalità: **dissimulare** e **falsificare**

Si può capire se qualcuno sta mentendo?

- 1) Motivazione
- 2) Analisi contenuti verbali
- 3) Analisi dei fenomeni paraverbali
- 4) Analisi degli aspetti non verbali
- 5) Alterazioni prima-dopo e anomalie

Qual è vero?



Dr. Daniele Landi

LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

- ❏ Ci piace?
- ❏ La sua utilità informativa
- ❏ Correlazione diretta “pubblicizzare-vendere”
- ❏ La pubblicità e la costruzione di immagine



Dr. Daniele Landi

LA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

- Canali di pubblicizzazione: come si scelgono?
- Una nuovo modalità: gli "influencer"



Non alzare la voce.
Migliora il tuo argomento.
(Desmond Tutu)

Non giudicare sbagliato ciò che non conosci.
Prendi l'occasione per comprendere.
(Pablo Picasso)

Oggi sono stato in un bar, ho chiesto
qualcosa di caldo e mi hanno dato
un cappotto. *(Groucho Marx)*

Grazie per l'attenzione...

Per info:

daniele.landisaranga@gmail.com