



Corso

Operatore/trice turistico/a addetto/a alla valorizzazione delle risorse culturali locali

MODULO:

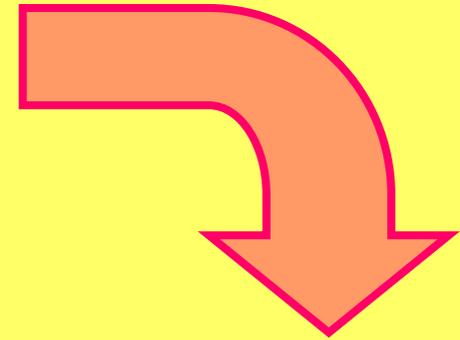
Orientamento e sensibilizzazione

La comunicazione

Processo di scambio
di informazioni e di
influenzamento
reciproco che avviene
in un determinato
contesto

Comunicare è
un atto
implicito della
natura
dell'uomo

COMUNICAZIONE



Interazione sociale

Il processo di comunicazione non è lineare e non può essere spiegato immaginando un percorso rettilineo all'inizio e alla fine del quale si trovino un emittente e un ricevente

6 FATTORI

Emittente

Messaggio

Codice

Contesto

Ricevente

Canale

EMITTENTE

Chi produce il
messaggio. La fonte
dell'informazione.

CODICE

Il sistema di riferimento in base al quale il messaggio viene prodotto: parola parlata o scritta, immagine. La scelta del codice da utilizzare da parte dell'emittente è di fondamentale importanza per la comprensione della comunicazione da parte del ricevente.

Per una comprensione efficace è necessario che il codice sia condiviso e quindi conosciuto dagli attori del processo comunicativo

MESSAGGIO

L'informazione prodotta e trasmessa secondo le regole del codice, l'oggetto della comunicazione. Il messaggio può essere verbale o non verbale

CONTESTO

L'ambito in cui il messaggio è inserito, l'"ambiente" significativo all'interno del quale si situa l'atto comunicativo.

CANALE

Veicolo attraverso il quale e per mezzo del quale viene trasmessa la comunicazione (es. voce, carta, elettricità).

Si possono distinguere un canale personale (comunicazione faccia a faccia, diretta), e i canali non personali (comunicazione mediale, televisione, stampa, computer).

Il primo tipo di canale indica una comunicazione interattiva e in mutamento costante, il secondo indica invece una comunicazione preconfezionata e senza *feedback* immediato

RICEVENTE

È colui il quale riceve e interpreta il messaggio pervenutogli dalla fonte, compiendo una operazione di decodifica sulla base dei propri codici culturali e modelli mentali (esperienze, percezioni, atteggiamenti, valori).

Ai fini di una efficace comunicazione i codici culturali e i modelli mentali di emittente e ricevente devono essere uguali o almeno simili tra loro

3 SETTORI

Sintassi

Semantica

Pragmatica

SINTASSI

Riguarda i problemi
relativi alla trasmissione
dell'informazione
(codici, canali,
ridondanza, ecc.).

SEMANTICA

Riguarda lo studio del significato della comunicazione come convenzione tra gli individui; lo scambio effettivo di informazioni, infatti, presuppone sempre una convenzione semantica, cioè un codice comunicativo.

PRAGMATICA

Riguarda le influenze che la comunicazione esercita sul comportamento altrui. Comprende non solo il linguaggio verbale, ma anche quello non verbale, cioè il linguaggio del corpo. Riguarda, dunque, tutti gli effetti della comunicazione all'interno di una relazione.

2 aspetti

A white starburst shape with a blue outline, containing the word 'Contenuto'.

Contenuto

A white starburst shape with a blue outline, containing the word 'Relazione'.

Relazione

CONTESTO

Elemento fondamentale per definire la comunicazione. È ciò che sta intorno al processo di comunicazione.

Noi, quando comunichiamo, influenziamo il contesto e, nello stesso tempo, siamo influenzati da esso.

Il contesto può essere definito come l'insieme di circostanze o di fatti che costituiscono e caratterizzano una determinata situazione all'interno della quale si colloca un singolo avvenimento per poterlo comprendere e valutare. Ogni evento deve essere inserito in un contesto.



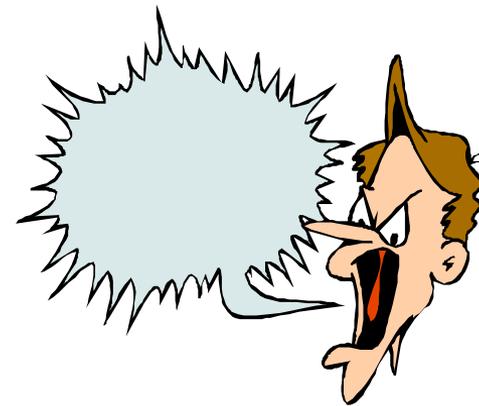
**Non si può
prescindere
dal contesto!**

Linguaggio
numerico



Linguaggio
analogico

Linguaggio numerico



Si serve di parole, dei nomi convenzionali dati agli oggetti. Il rapporto tra il nome e la cosa nominata è un rapporto stabilito arbitrariamente. Le parole sono segni arbitrari secondo la sintassi logica della lingua.

Linguaggio analogico



Permette di comunicare per mezzo di immagini, che sono di per sé simili alla cosa, legate ad essa da un nesso non convenzionale, ma specifico. Nella comunicazione analogica si può fare più facilmente riferimento alla cosa che si rappresenta. Essa si esprime spesso, nell'uomo, come linguaggio gestuale, mimico e paralinguistico. La comunicazione analogica è, quindi, più comprensibile rispetto alla comunicazione verbale.



L'uomo dispone
di entrambi
questi moduli
comunicativi.



Il linguaggio numerico ha un'importanza particolare perché serve a scambiare informazioni sugli oggetti e anche perché ha la funzione di trasmettere la conoscenza di epoca in epoca.

L'aspetto di contenuto ha più probabilità di essere trasmesso con un modulo numerico, mentre il modulo analogico avrà un maggiore predominanza nella trasmissione dell'aspetto di relazione.

Punteggiatura

L'ordine che i protagonisti di una comunicazione danno alle loro azioni e controreazioni, cioè, la relazione causa-effetto.

Possono sorgere conflitti tra ciò che si considera la causa e ciò che si considera l'effetto dei reciproci comportamenti.

Il concetto di comunicazione comporta in ogni caso la presenza di un'interazione tra soggetti diversi. Ogni processo comunicativo avviene in entrambe le direzioni e, all'inverso, non si può parlare di comunicazione là dove il flusso di segni e di informazioni sia unidirezionale.

Non si può non comunicare

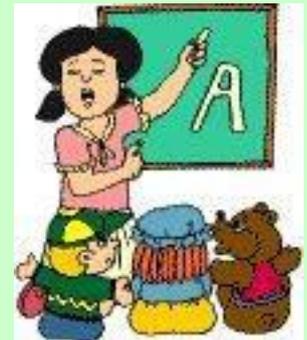
Anche in un monologo chi parla ottiene dalla controparte un feedback continuo.

L'attività o inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio.

Ogni gesto e ogni parola influenza gli altri e gli altri, a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni. In questo modo comunicano anche loro.



Gli scambi di comunicazione tra due soggetti possono essere *simmetrici* o *complementari*, a seconda che si tratti di una relazione basata sull'uguaglianza o sulla differenza.



Relazione simmetrica

I comportamenti tendono a rispecchiare il comportamento dell'altro, a trovare le motivazioni l'uno nell'altro. Questo è ciò che si verifica nel rapporto tra uguali. Ognuno dei due tende ad essere uguale all'altro, o più precisamente, a non essere da meno dell'altro; ciascuno dei due tende a dimostrare la sua volontà e il suo diritto di definire il rapporto come tra uguali. L'interazione simmetrica è, quindi, caratterizzata dall'uguaglianza e dalla minimizzazione della differenza.

Escalation simmetrica

Ciascuno cerca di essere "più uguale" all'altro. I comportamenti simmetrici tendono per loro natura ad essere competitivi.

Relazione complementare

Si hanno due diverse posizioni. Uno dei due assume la posizione superiore, primaria (*one-up*), l'altro tiene la posizione inferiore, secondaria (*one-down*). In questo tipo di relazione c'è uno che ha un comportamento di imposizione e l'altro che accetta la sottomissione. Chi sta sopra è colui che dirige, consiglia, critica; chi sta sotto è colui che chiede, obbedisce, accetta.

Questo tipo di rapporto può, però, diventare pericoloso quando la complementarità diventa rigida, quando cioè colui che si trova nella posizione *one-up* soffoca la personalità dell'altro tenendolo costantemente in una posizione di dipendenza emotiva o intellettuale.

La situazione ottimale sarebbe quella di comunicare in modo simmetrico in certe situazioni e in modo complementare in altre. In questo modo è possibile mantenere una mobilità nel rapporto con l'altro. Relazioni totalmente simmetriche o totalmente complementari portano ad una patologia comunicativa. Una comunicazione sana ha bisogno sia di complementarità che di simmetria.

Assiomi della comunicazione



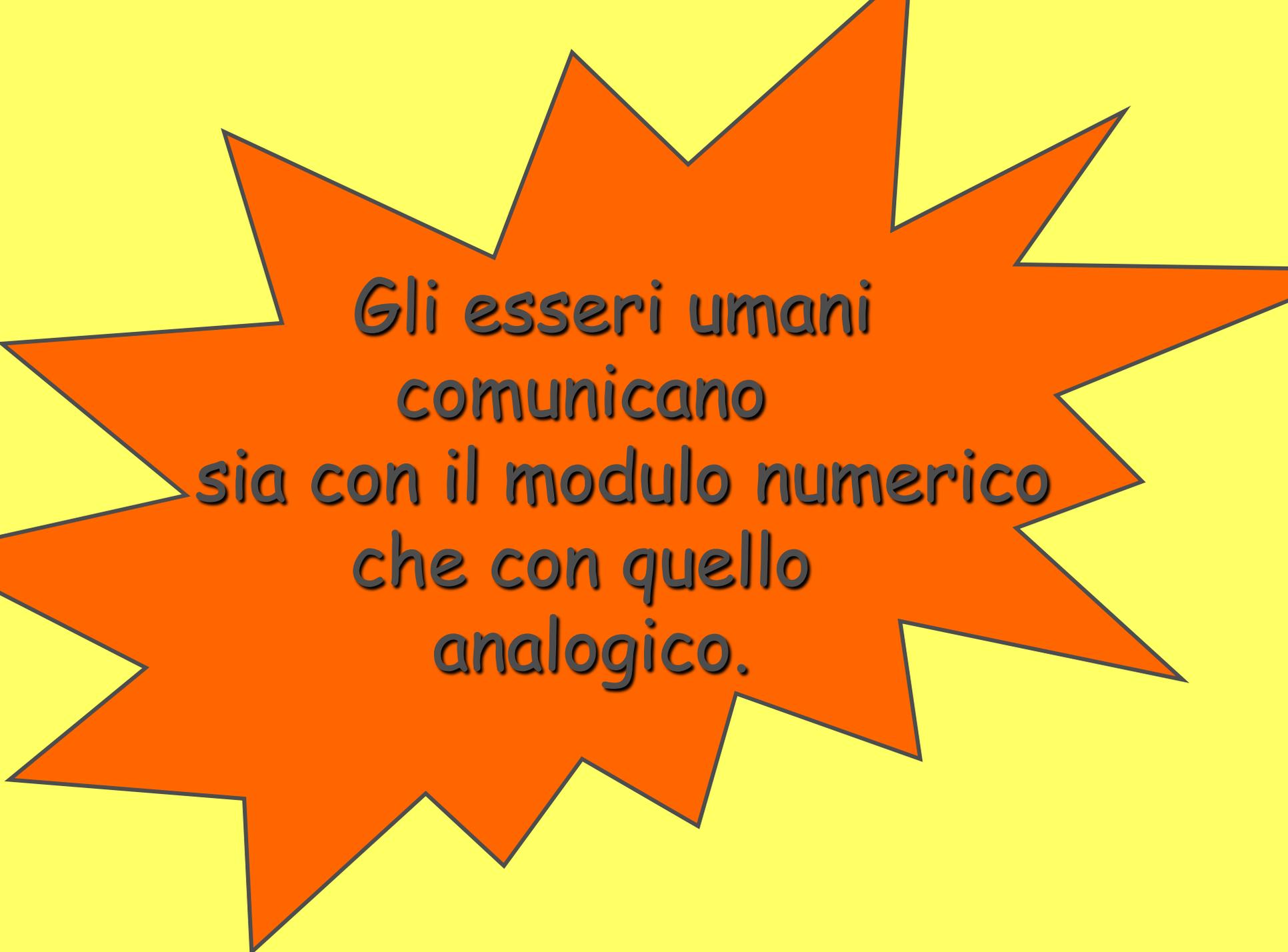
Non si può non comunicare



Ogni comunicazione ha
un aspetto di
contenuto e uno
di relazione



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



Gli esseri umani
comunicano
sia con il modulo numerico
che con quello
analogico.



Tutti gli scambi di
comunicazione
sono simmetrici
o complementari.