

Informazione e Comunicazione

Siena, 13 novembre 2019

Il bisogno di comunicare

- Il primo interrogativo è relativo alla distinzione che dobbiamo fare tra comunicare e informare.
- Il secondo riguarda la nascita dell'esigenza di comunicare. Io non parlerei se non ci fosse qualcuno che mi ha parlato per primo. Da qui si capisce come la comunicazione si leghi al concetto di gruppo.

Quali differenze?

- Informazione = l'etimologia (*in formatione*) ci dice che è qualcosa che ci giunge dall'esterno e che serve ad arricchire le nostre conoscenze.
- Comunicazione = l'etimologia (*cum unum*) ci spiega che si vive una realtà di scambio fra due o più individui, mettendo in comune una idea, un progetto, un sentimento....

Il problema *Comunicazione*

“Ogni uomo porta in sé la chiave di tutte le lingue”

W. Von Humboldt

Come avviene il prodigio della parola?

Se è vero che noi parliamo perché c'è qualcuno che ci ha parlato per primo, facendoci uscire dalla solitudine e aiutandoci a prendere coscienza di noi stessi, il linguaggio non è altro che una forma di creatività perché permette di trasformare i moti della coscienza in simboli oggettivi e condivisibili.

Perché è tanto difficile intendersi?

Prima di tutto nell'uomo c'è l'intuizione.
Poi c'è la messa a fuoco del concetto.
Per ultima arriva la parola, ma deve subire tre passaggi o, forse meglio, tre traduzioni e noi sappiamo bene come un testo, dopo tre traduzioni sia irriconoscibile anche al suo originario creatore.

Ad aumentare le difficoltà dell'intesa

- Motivazione (problema, bisogno, mancanza e desiderio)
- Contestualità (il *qui* e *l'ora* del discorso)
- Aspettative (la selezione spontanea di ciò che ci interessa)
- Autorevolezza della fonte (credibilità del comunicante)
- Uso di idiomi, terminologie, figure e traslati.

Cosa c'è dall'altra parte?

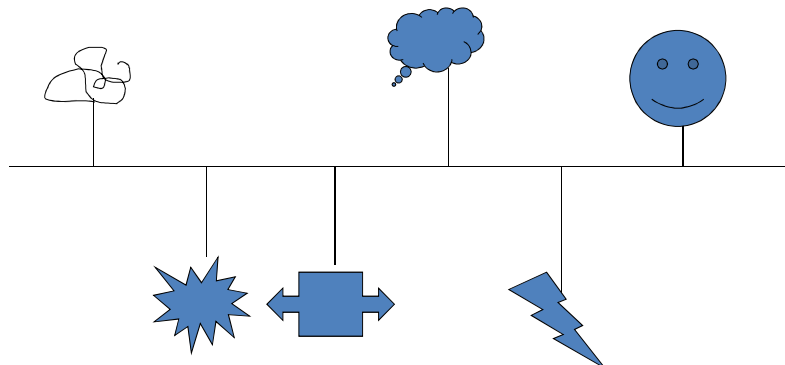
Una serie indefinita di attese e di atteggiamenti che filtrano i messaggi in arrivo. Noi accettiamo tutto ciò che soddisfa i nostri interessi, che è in pace e in armonia con i nostri sensi, che non contrasta con le nostre aspettative.

Di cosa ci serviamo per comunicare?

Di tutto ciò di cui disponiamo:
dall'immaginario al gesto, dal mondo dei desideri e dei bisogni ai vissuti esaltanti o dolorosi, dall'utilizzo della metafora al ricorso ai rumori (*fisici, psicologici e semantici*) che, nella comunicazione assumono un peso determinante.

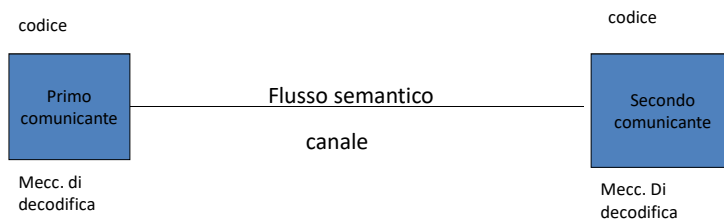
Limiti di una comunicazione

Cosa arriva a destinazione di quanto si dice?

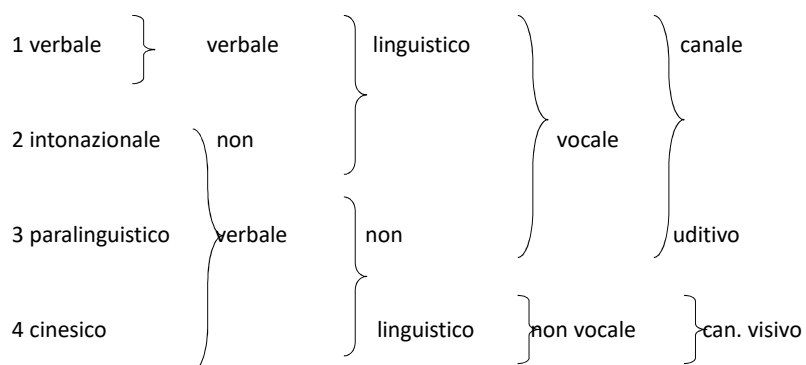


Alla base della comunicazione

Schema primitivo di una comunicazione



I 4 sistemi della comunicazione



Circuito del feed-back

$$P \neq Er. (Cu + Es)$$

Come nasce un gruppo

Perché si possa parlare di gruppo (in psicologia) occorrono due premesse che investono tutte le persone interessate:

- La motivazione deve essere comune
- Tutti i partecipanti devono percepirsi reciprocamente

Gruppo

(organizzazione sociale, secondo la sociologia)

-Collegamento tra due o più persone che soddisfi le seguenti condizioni:

- *Influenza nei rapporti tra i membri*
- *Ideologia comune*

Varie forme di aggregazione

- L'influenza reciproca fra i membri del gruppo è tanto più intensa, quanto più il gruppo è ristretto.
- La stessa influenza reciproca diminuisce via via che il gruppo si allarga e questo la differenzia da altre forme di aggregazione come folle, comunità, organizzazioni.

Come si riconosce un gruppo

Per legame: *primario o secondario*

Per istituzione: *formale o informale*

Per conduzione: *democratico, autarchico, autogestito*

Per motivazione: *spontaneo, elettivo, coatto*

Funzione del gruppo (nei confronti dell'individuo)

- Affiliazione: dipendenza emotiva dal proprio ambiente teso ad evocare reazioni affettive (amicizia, sostegno, rinforzo ...)
- Potere: bisogno di condizionare il comportamento dell'altro nella relazione sociale
- Successo: aspetto competitivo dei rapporti che si instaurano nella relazione sociale

Successo – Competizione

- Dalla variabile dinamica a quella culturale
- + **Successo** + **Competizione**
= equilibrati
- + **Successo** - **Competizione**
= violenti
- - **Successo** + **Competizione**
= esaltati
- - **Successo** - **Competizione**
= apatici

Funzione del gruppo (nei confronti della società)

- Conciliante: quando i vincoli personali tra partecipanti aiutano ad aumentare il morale e a favorire la creatività (produzione)
- Disgregante: quando le conflittualità personali ostacolano la coesione e la serenità e di conseguenza la creatività (produzione)

La coesione

Si tratta del prodotto delle forze che agiscono su un individuo e lo spingono a rimanere nel gruppo

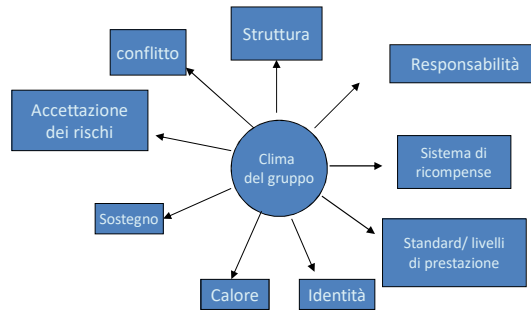
La generale tendenza a identificare la coesione con l'attrazione esercitata dal gruppo sui membri, deve essere integrata con tre fattori: interazione, attrazione, appartenenza

Quello che si oppone alla coesione

La **coesione** è un fenomeno di equilibrio costantemente minacciato da *forze disgreganti* che attentano all'unità del gruppo e da tensioni dinamiche interne, frutto della lotta con le forze dissolutive e devianti.

In pratica vengono meno alcuni fattori fondamentali quali: l'interazione, l'attrazione e l'appartenenza.

Clima all'interno di un gruppo



Problemi nella vita di gruppo

Ogni individuo è portatore di doti personali. Questo, se da una parte è una ricchezza, dall'altra fa sì che nel gruppo si creino spigolosità e problemi di amalgama. Alla base di tutto dobbiamo distinguere fra:

- * Abilità
- * Attitudine
- * Abitudine
- * Adattamento

Una parola sull'adattamento

Processo attraverso cui un individuo si adegua all'ambiente (*fisico e sociale*) modificando i propri schemi di comportamento (*adattamento passivo*) o operando sull'ambiente stesso per trasformarlo in funzione delle proprie necessità (*adattamento attivo*; alcuni Autori preferiscono in questo caso parlare di [aggiustamento](#)).

Adattamento e omeostasi

Secondo J. Piaget esistono due processi, di [assimilazione](#) e di [accomodamento](#), attraverso i quali gli schemi mentali vengono arricchiti mediante l'incorporazione degli apporti provenienti dall'ambiente e continuamente modificati per far fronte alle nuove necessità che si presentano. L'adattamento viene così inteso in termini di equilibrio tra l'individuo e l'ambiente (vedi [omeostasi](#)).

L'immagine del Gruppo

- Se l'identità è la condizione necessaria, ma non sufficiente per una comunicazione efficace, la parte finale del processo comunicativo rappresenta a tutti gli effetti la costruzione dell'immagine di gruppo che può presentarsi con due diverse tipologie.

Immagine riscontrata

- E' l'identità che i pubblici destinatari percepiscono ed è rilevata dalle classiche indagini quali-quantitative (confronti, test, sondaggi, interviste ...)

Immagine attesa

- E' costituita dall'identità e dai valori che il gruppo ha posto alla base della comunicazione e che gradirebbe vedere riconosciuti dai pubblici destinatari.