

An abstract painting by Joan Miró, featuring a complex composition of bold, black, curved lines and vibrant, organic shapes in shades of blue, yellow, red, and green. The background is a light, warm tone. The overall style is characteristic of Miró's 'tàrrac' or 'magical' style, with a sense of movement and spontaneity. A small signature 'JM 16' is visible in the bottom left corner.

Psicologia della comunicazione

Fondamenti

Psicologia della comunicazione – I. Riccioni

Psicologia della comunicazione

Settore scientifico-disciplinare: Psicologia generale

Campo di ricerca interdisciplinare tra la psicologia e la linguistica.

L'indagine psicologica sul linguaggio e sulla comunicazione umana procede principalmente secondo i metodi della psicologia sperimentale e ha il fine di comprendere i processi psicologici alla base dell'acquisizione, dell'elaborazione e dell'uso comune della lingua.

La comunicazione

Difficile fornire una definizione univoca del fenomeno comunicazione, anche in considerazione dei numerosi approcci al problema elaborati all'interno di varie discipline (linguistica, sociologia, psicologia, filosofia, antropologia etc.).

Due punti fermi:

- Impossibilità di non comunicare (→ Scuola di Palo Alto)
- Comunicazione come soddisfacimento di bisogni.

Nell'esistenza umana la comunicazione è essenziale a diversi livelli per un'ampia serie di motivazioni. Essa, infatti, risponde a:

- ***bisogni di tipo fisico*** (qualità della vita e salute psico-fisica)
- ***bisogni di tipo psico-sociale*** (si sviluppano il senso di appartenenza e di coinvolgimento, di affiliazione e di controllo/influenza; ma anche il senso di identità personale)
- ***bisogni di tipo pratico o strumentale*** (ad es., richiedere e ottenere informazioni etc.)
- ***bisogni di tipo cognitivo*** (comprensione e alla categorizzazione del reale)
- ***bisogni di tipo emotivo*** (manifestazione di emozioni, sentimenti e stati d'animo; tentativi di influenzare gli stati d'animo altrui - spaventare, rallegrare, divertire etc. - ; dare e ricevere riconoscimento).

I sistemi comunicativi

- **Verbale**: la parola, in senso ampio, un sistema simbolico codificato secondo un canale vocale o grafico e strutturato secondo schemi regolari (grammatica).
- **Intonazionale**: conferisce la cosiddetta “punteggiatura” al discorso.
- **Paraverbale**: tutti i segnali vocali che accompagnano l’enunciazione verbale. (Es. pause piene e vuote, risate, borbottii, sbadigli etc.)
- **Cinesico**: tutti i messaggi veicolati dal corpo: gesti e movimenti (intenzionali e non), sguardo etc.
- **Prossemico**: tutto ciò che riguarda i movimenti di avvicinamento/allontanamento nello spazio, la distanza interpersonale (*intima*, da 0 a 50 cm, *personale*, da 50 cm a 1 m, *sociale*, da 1 a 4 m, *pubblica*, oltre i 4 m).

Tali sistemi operano simultaneamente. Ognuno di essi partecipa alla costruzione del significato di un atto comunicativo.

Anolli (2003, 2006) parla in proposito di *sintonia semantica e pragmatica*, intesa come quel processo che coordina in modo convergente e coerente i diversi sistemi di significazione e segnalazione, che, tuttavia, risultano dotati di una *relativa autonomia*. Tale autonomia rende possibile la produzione, volontaria o involontaria, di messaggi incongruenti.

Le funzioni della comunicazione

Le funzioni del linguaggio sono state analizzate da diversi autori e secondo diverse prospettive.

Già nel 1934 lo psicologo tedesco K. Bühler, nella sua *Sprachtheorie*, aveva distinto tre funzioni fondamentali esplicate dal linguaggio:

- 1) una funzione *rappresentativa*, o *simbolica*, in quanto il linguaggio fa riferimento ad oggetti o eventi del mondo circostante;
→ orientata sull'oggetto
- 2) una funzione *espressiva* o *sintomatica*, in quanto il linguaggio veicola stati d'animo ed espressioni emotive di un parlante;
→ orientata sul parlante
- 3) una funzione di *appello* o *segnale*, in quanto, attraverso il linguaggio, il parlante cerca in vario modo di coinvolgere l'interlocutore.
→ orientata sul destinatario

R. Jakobson (1966), linguista, filologo e critico letterario di origine russa, tra i fondatori della Scuola di Praga, è autore di una delle più note classificazione delle funzioni del linguaggio. Egli ne distingue sei principali:

1) la funzione ***referenziale*** (orientata al contesto) secondo la quale, tramite il contenuto del messaggio il parlante si riferisce (cioè fa riferimento) al mondo;

2) la funzione ***emotiva*** (orientata sul mittente) secondo cui il parlante, attraverso il messaggio, manifesta i propri stati d'animo;

3) la funzione ***conativa*** (orientata sul destinatario) secondo la quale il mittente, inviando un messaggio, si propone sempre, o di norma, di influenzare dal punto di vista emotivo, intellettuale o comportamentale, il destinatario;

4) la funzione ***fatica*** (orientata sul canale) che permette di verificare/controllare che il contatto tra conversanti sia stato attivato e sia mantenuto (come, ad esempio, quando, non solo all'inizio, ma anche nel corso di una telefonata l'uno o l'altro dei conversanti chiede: "Pronto?") ;

5) la funzione ***metalinguistica*** (orientata sul codice) che permette al linguaggio di parlare di sé (si può parlare di linguaggio solo attraverso l'impiego del linguaggio stesso);

6) la funzione ***poetica*** (orientata sul messaggio) che riguarda le situazioni nelle quali chi produce un messaggio assegna una maggiore (o pari) importanza alla forma rispetto al contenuto

F. Schulz von Thun (1997), integrando la classificazione delle funzioni comunicative proposta da Bühler con alcuni principi desunti dalle ricerche della Scuola di Palo Alto, ha proposto un modello della comunicazione secondo cui qualsiasi messaggio prodotto da un parlante si caratterizza come un fenomeno a quattro dimensioni. Ogni messaggio contiene, cioè, necessariamente in sé aspetti di:

- 1) **contenuto**: cioè, aspetti relativi agli oggetti sui quali verte il messaggio;
- 2) **relazione**: ogni volta che un mittente si rivolge a un destinatario, esplicitamente o implicitamente, comunica la propria opinione su di lui e sulla relazione che intercorre tra di loro;
- 3) **rivelazione di sé**: quando un individuo parla non può fare a meno di rivelare qualcosa di sé;
- 4) **appello**: quando un individuo produce un messaggio intende solitamente ottenere qualcosa dal destinatario (ad esempio, l'esecuzione di un'azione concreta, la modifica di un comportamento o l'assunzione di un particolare atteggiamento).



Es.: *E' da tanto che non andiamo al cinema!*