

Corso di Laurea in Scienze del Servizio Sociale
a.a. 2011/2012

PSICOLOGIA SOCIALE E DI COMUNITÀ
Modulo di
PSICOLOGIA SOCIALE E DEI GRUPPI

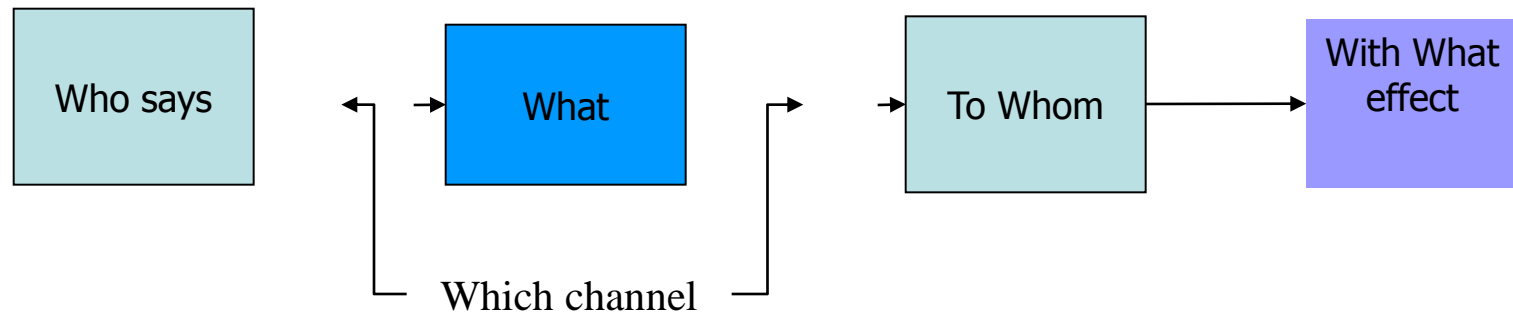
Comunicazione e linguaggio

Alessio Nencini
alessio.nencini@univr.it

Modello lineare

Le cinque “W” (Lasswell, 1948):

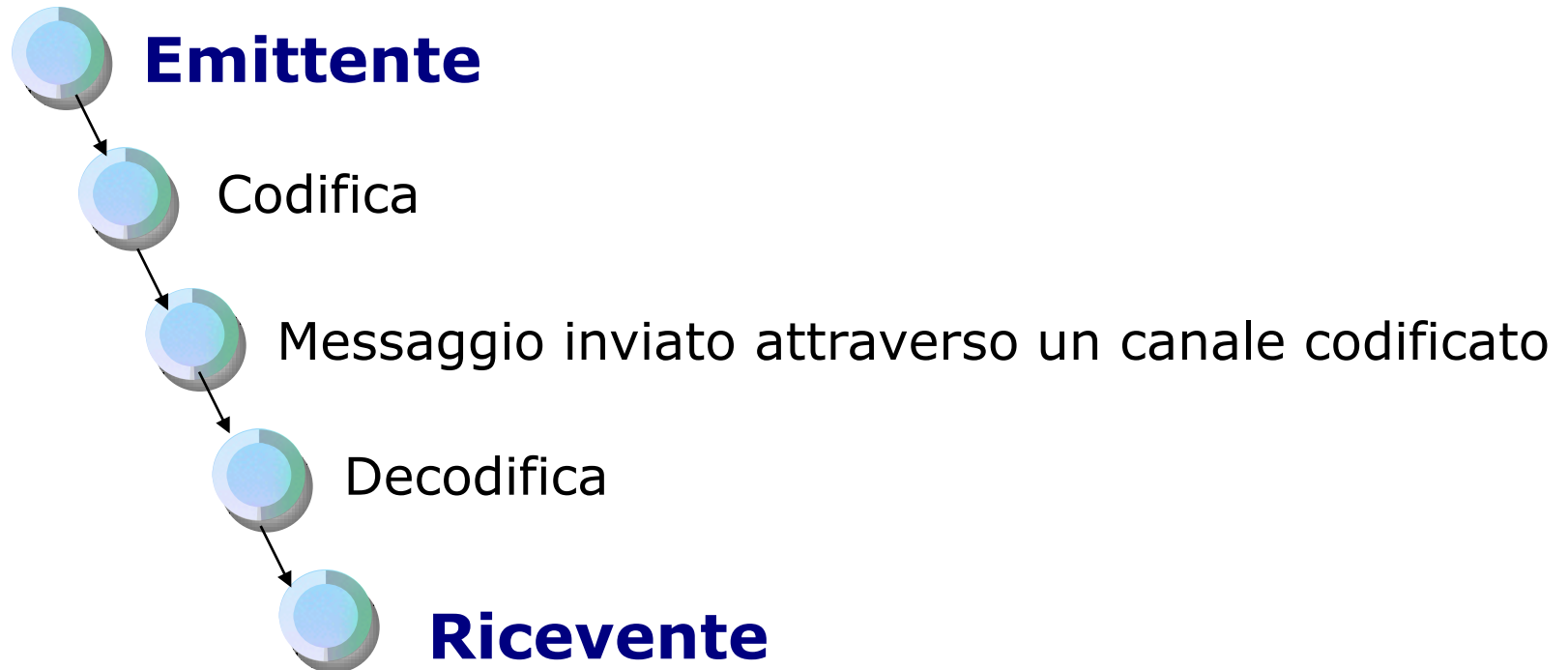
- Who says
- What
- To Whom
- Which channel
- With What effect



Modello lineare

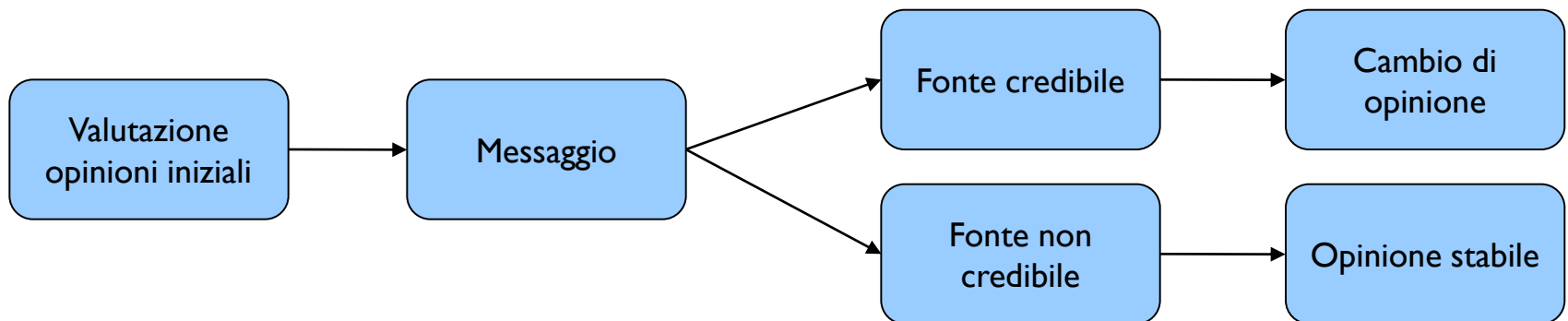
Shannon e Weaver (1949):

- Concezione atomistica della comunicazione
- Processo unidirezionale



La comunicazione persuasiva

- ▶ Attenzione agli **effetti** prodotti dai singoli elementi della comunicazione sulle opinioni dei riceventi.
- ▶ Carl Hovland e la scuola di Yale
 - Utilizza il modello di Shannon e Weaver e lo applica in contesto sperimentale
- ▶ Hovland e Weiss (1951) → *credibilità della fonte*



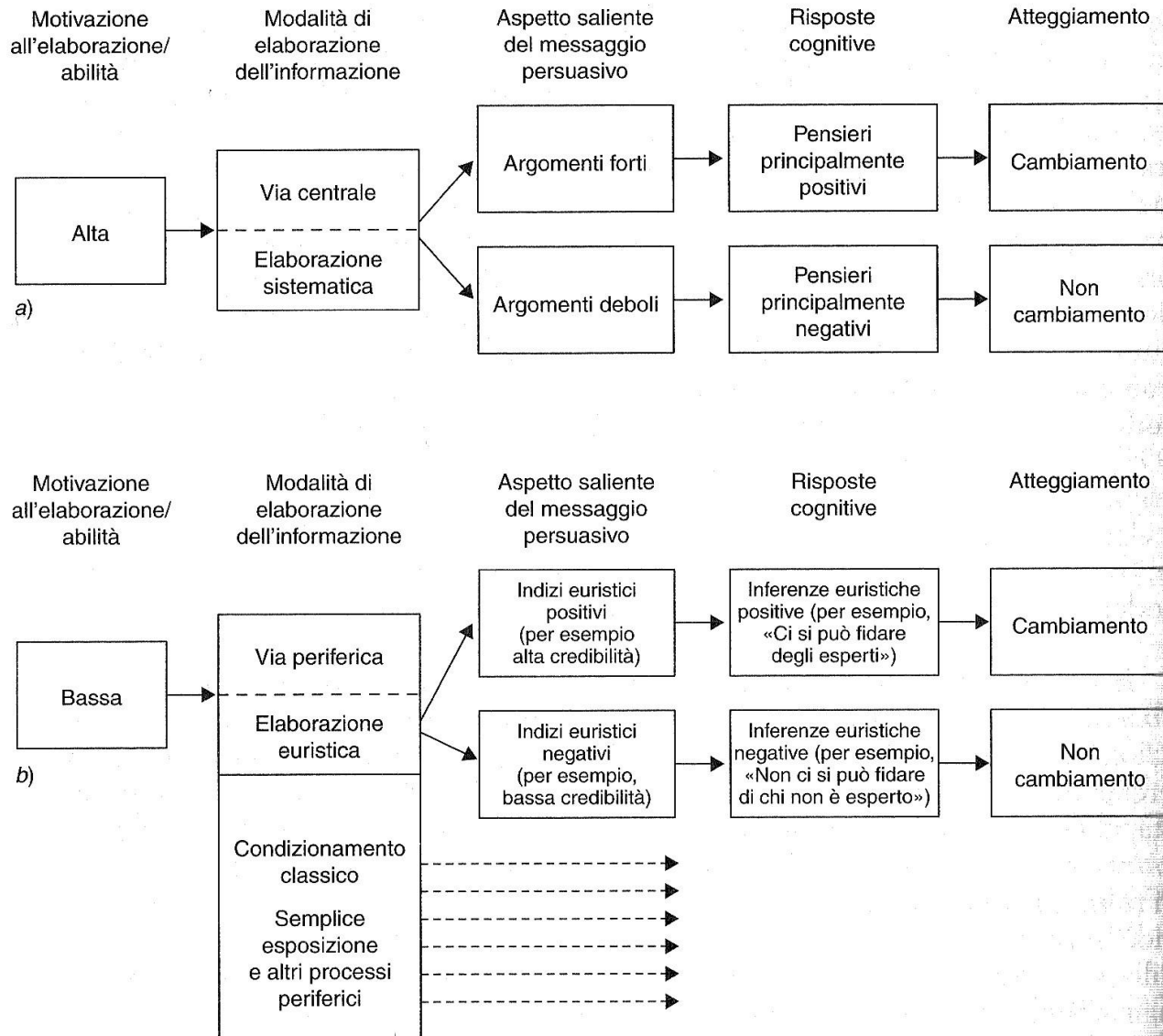
La scuola di Yale

- ▶ Hovland e Weiss → persistenza del cambiamento di opinione e *sleeper-effect*
 - Valutazione iniziale sulla base della fonte, senza tenere conto delle argomentazioni, mentre successivamente avevano considerato anche i *contenuti*.
- ▶ **Contenuto del messaggio** → richiamo della paura (Janis e Feshback, 1953)
- ▶ Caratteristiche del **ricevente** → *autostima, aggressività ed intelligenza* (Janis e Hovland, 1959).



Il modello a due vie

ELM (Elaboration Likelihood Model) → Petty e Cacioppo



Esperimento sull'esame finale

Petty, Cacioppo e Goldman (1981)

▶ *Partecipanti*

- Studenti di college

▶ *Procedura*

- Comunicazione che proponeva cambiamenti sostanziali nel sistema di valutazione degli esami.

▶ *Manipolazioni sperimentali*

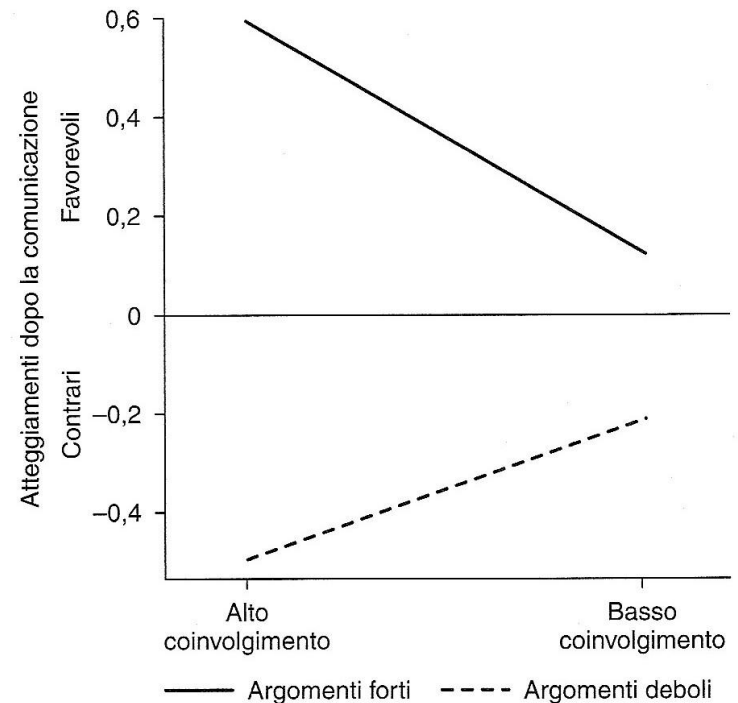
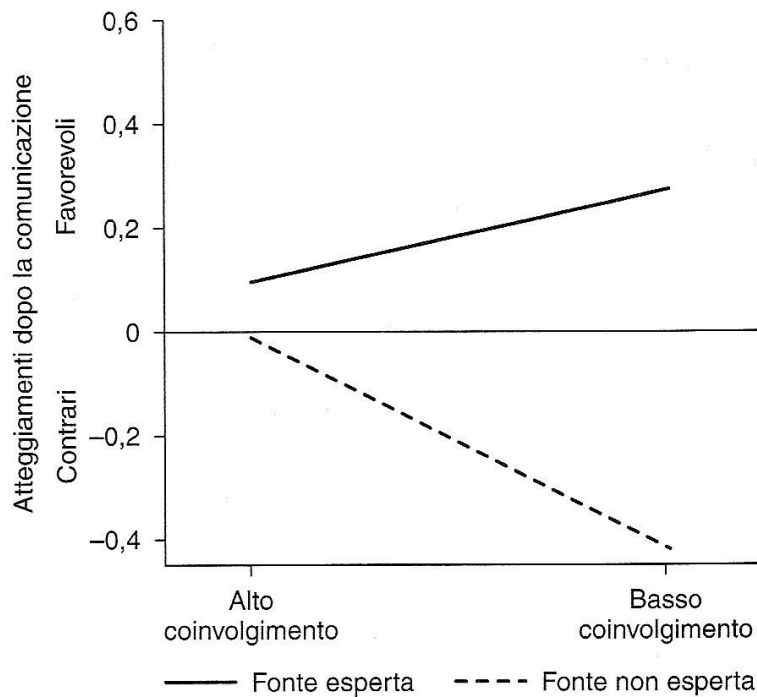
- Rilevanza personale (cambiamenti immediati o tra 10 anni)
 - Qualità delle argomentazioni (forti o deboli)
 - Credibilità della fonte (Commissione Carnegie per l'istruzione superiore o una classe di un liceo locale)
-



Esperimento sull'esame finale

Petty, Cacioppo e Goldman (1981)

► Risultati



Linguaggio e comunicazione

- ▶ Linguaggio come strumento, significato co-costruito in relazione all'uso
- ▶ Linguaggio:
 - Sistema convenzionale di segni regolato da una grammatica

“in assenza di un sistema di segni [...] è possibile solo il più primitivo e limitato tipo di comunicazione [...]. L'invio razionale ed intenzionale di esperienze e pensieri agli altri richiede un sistema intermediario, di cui il discorso umano è il prototipo”.

(Vygotskij, 1934)



La pragmatica

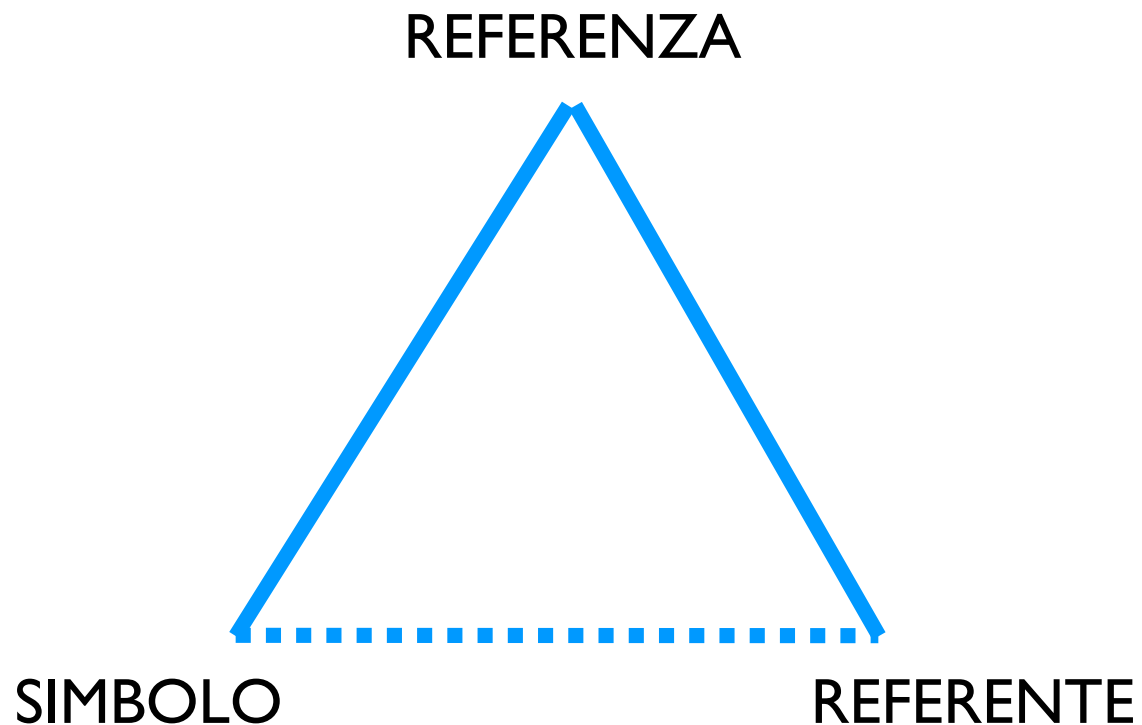
- ▶ Charles W. Morris
- ▶ Semiotica:
 - Sintattica: regole che combinano i segni
 - Semantica: significazione dei segni
 - Pragmatica: l'uso e gli effetti dei segni



L'approccio semiotico

- ▶ La comunicazione come significazione e come segno.
- ▶ La semiotica è la scienza che studia la vita dei segni, come la capacità di **generare significati** e le proprietà di ogni messaggio di **avere senso** per i comunicanti.
- ▶ *Diagramma della significazione:*
 - ▶ **Referente:** l'oggetto o evento che è comunicato
 - ▶ **Simbolo:** ad es. un termine linguistico, /cane/
 - ▶ **Referenza:** la rappresentazione mentale, il concetto, dell'oggetto o evento comunicato

Diagramma della significazione





La pragmatica nel circolo di Vienna

- ▶ Ludwig Wittgenstein
- ▶ Le regole d'uso del linguaggio mutano in base al contesto di enunciazione ed alla funzione che svolgono in una situazione specifica.
- ▶ Il linguaggio non serve a capire gli altri, ma ad *influenzarli*: esso è uno strumento di azione sul mondo sociale in cui viviamo.



Linguaggio ordinario e formale

- ▶ Ogni linguaggio si compone di:
 - Unità simboliche (segno grafico + “valore”)
 - Regole di applicazione
- ▶ **Linguaggio formale:** il valore d'uso non cambia il valore simbolico.
- ▶ **Linguaggio ordinario:** l'uso di unità simboliche e regole di applicazione modifica il valore simbolico
- ▶ Il significato è il valore d'uso delle unità simboliche.
- ▶ Quindi, il linguaggio ordinario genera significato, mentre quello formale esaurisce il valore d'uso nelle regole di applicazione



L'approccio pragmatico alla comunicazione

- ▶ La comunicazione come **azione** e come **fare**.
- ▶ Dire qualcosa è anche fare sempre qualcosa.
- ▶ Assiomi della comunicazione che indicano le modalità della comunicazione pragmatica.

Gli assiomi della comunicazione

1. Non si può non comunicare
2. In ogni comunicazione esiste un aspetto di contenuto e un aspetto di relazione
3. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti
4. Gli esseri umani comunicano sia con il modulo numerico che con quello analogico (CNV)
5. Tutti gli scambi di comunicazione possono essere definiti simmetrici o complementari



1. Impossibile non comunicare

- ▶ **I primo assioma** dice che è impossibile non comunicare: qualsiasi interazione umana è una forma di comunicazione. Qualunque atteggiamento assunto da un individuo, diventa immediatamente portatore di significato per gli altri.

2. Contenuto e relazione

- ▶ **Il secondo** stabilisce un rapporto tra il contenuto e la relazione che c'è fra i comunicanti: il contenuto classifica la relazione.
- ▶ Ogni comunicazione comporta un aspetto di metacomunicazione che determina la relazione tra i comunicanti.
- ▶ Ad esempio, la mamma che ordina al bambino di andare a fare il bagno esprime, oltre al contenuto (la volontà che il bambino si lavi), anche la relazione che intercorre tra chi comunica e chi è oggetto della comunicazione, nel caso particolare quella di superiore/subordinato.

3. Punteggiatura

- ▶ **Il terzo assioma** evidenzia la connessione tra la punteggiatura della sequenza di comunicazione e la relazione che intercorre tra i comunicanti: il modo di interpretare la comunicazione è in funzione della relazione tra i comunicanti.
- ▶ Poiché la comunicazione è un continuo alternarsi di flussi comunicativi da una direzione all'altra, il modo di leggerla sarà determinato dal tipo di relazione che lega i comunicanti.
- ▶ Ad esempio, se una scimmietta potesse stabilire la punteggiatura delle comunicazioni, potrebbe affermare di avere ben addestrato il proprio padrone, in quanto ogni volta che si mette a ballare questi è subito pronto a suonare il proprio organetto.

4. Analogico e digitale

- ▶ **I quarto assioma** attribuisce agli esseri umani la capacità di comunicare sia analogicamente sia digitalmente.

Modello digitale (verbale)

- Attribuire una parola arbitraria a un oggetto
- Di recente sviluppo
- Per scambiare info su oggetti
- Più specifico e complesso

Modello analogico (CNV)

- L'immagine rimanda all'oggetto.
- Di sviluppo arcaico
- Definisce la relazione
- Più ambiguo perché privo di sintassi

5. Relazioni simmetriche e complementari

- ▶ Infine, per il **quinto assioma**, tutti gli scambi comunicativi si fondano o sull'uguaglianza o sulla differenza e quindi possono essere simmetrici o complementari.
- ▶ Si dicono **complementari** gli scambi comunicativi in cui i comunicanti non sono sullo stesso piano (mamma/bambino, dipendente/datore di lavoro).
- ▶ Sono **simmetrici** gli scambi in cui gli interlocutori si considerano sullo stesso piano: è questo il caso di comunicazioni tra pari grado. (marito/moglie, compagni di classe, fratelli, amici)