

La comunicazione: principi e modelli

Comunicare è un bisogno vitale: solo attraverso la comunicazione, quindi lo scambio di informazioni, gli esseri umani (ma anche tutti gli altri animali) possono alimentarsi e riprodursi, così come ottenere una posizione nel gruppo sociale.

Per comunicazione si intende un processo volontario di trasmissione di informazioni, attuato con uno scopo preciso e basandosi su un sistema di segni e di regole condiviso da emittente e destinatario (*codice*). Il messaggio, una volta trasmesso dall'emittente, è decodificato, interpretato e compreso dal destinatario.

La comunicazione è quindi un **processo** durante il quale due soggetti interagiscono e attuano azioni volte alla produzione, trasmissione, interpretazione e comprensione di messaggi, sulla base di un codice condiviso (per esempio, una lingua).

La comunicazione è inoltre un **processo volontario** e si differenzia quindi dall'espressione, che è invece una trasmissione involontaria di informazioni, generalmente manifestata da simboli ai quali il soggetto che li percepisce attribuisce un senso (per esempio, il rossore sulle guance può indicare una sensazione di vergogna o timidezza). Con la comunicazione avviene un **scambio di informazioni**, che non sono necessariamente di natura referenziale e che servono a gestire e creare relazioni sociali, ad attivare azioni e comportamenti.

Per comunicare gli individui sfruttano una serie di **segnali**, dei quali condividono il significato e che possono essere di tipo visivo, uditivo, olfattivo o tattile. L'insieme di questi segni, ciascuno dei quali è costituito da un elemento segnaletico e da uno noetico (cioè di significato), costituisce il **codice**. Affinché la comunicazione sia efficace, gli interlocutori devono condividere uno stesso codice, cioè un insieme di segni

e di regole per codificarli, selezionarli e combinarli. I codici esistenti sono in realtà numerosi e prevedono l'utilizzo di canali differenti, che possono interessare indifferentemente tutti i sensi. Un codice, se socialmente condiviso, non è modificabile dal singolo, che deve apprenderne le regole e rispettarle. Il codice è infatti un prodotto sociale, espressione di una volontà collettiva e non della volontà del singolo. La modifica del codice e delle sue regole è infatti possibile solo entro certi limiti (peraltro ristretti), pena l'efficacia del processo comunicativo.

Affinché si possa parlare di comunicazione, è necessario però che nel destinatario si attivi un **processo cognitivo** di interpretazione e comprensione. Non è quindi sufficiente il semplice passaggio di informazioni né una semplice reazione automatica: deve esserci infatti un'attività ermeneutica. Per esempio, uno schiaffo o una pacca sulla spalla sono un atto comunicativo, mentre il colpo con il martelletto per testare i riflessi non lo è.

I codici

I codici sono insiemi di **segni** e di **regole** per codificarli, selezionarli e combinarli. Le caratteristiche dei codici dipendono dai segni che li costituiscono.

In generale, un **segno** è una cosa che indica un'altra cosa, che non è materialmente presente. In pratica, è un po' come se il segno fosse il segnaposto di un altro elemento, al quale è stabilmente connesso (per esempio, il rosso, nel semaforo, indica il divieto di procedere, mentre il verde indica il permesso di farlo). L'elemento che agisce da segnaposto è detto elemento segnaletico (o **significante**), mentre l'elemento al quale l'elemento segnaletico rimanda ed è connesso stabilmente è detto elemento noetico (o **significato**). Così, nella lingua italiana, il segno

che ha come significante l'insieme dei fonemi ['kane] e come significato l'immagine mentale del mammifero domestico rimanda direttamente all'animale reale (**referente**).

Oltre che dai segni, il codice è costituito dalle regole per codificarli, selezionarli e combinarli tra loro. Dovendo veicolare un'informazione, selezioniamo gli elementi del codice che ci interessano e li uniamo in una sequenza lineare. Non tutte le sequenze lineari sono ammesse ed è il codice a stabilire quali sono accettabili. La combinazione lineare degli elementi costituisce l'aspetto **sintagmatico** (o *del processo*) del codice. Oltre a fornire regole per la combinazione dei segni, il codice stabilisce anche le sostituzioni ammissibili (aspetto **paradigmatico**, detto anche *del sistema*). Per esempio, dati tre elementi lessicali *Il, bue, mangia*, si possono produrre le frasi *Il bue mangia* oppure *Mangia il bue*. Nella prima frase, l'elemento *bue* potrebbe essere sostituito da altri, come *cane, gatto, bambino* e, se modificato anche l'elemento *il*, da *gatta, bambina*. Nella seconda ipotesi, dato un soggetto umano, sarebbe ammissibile la sostituzione di *il bue* con *il pollo*, mentre non lo sarebbe quella con *la bambina*. Allo stesso modo, *mangia* potrebbe essere sostituito da *cucina, cuoce, prepara*.

In altri termini, l'asse sintagmatico corrisponde alla dimensione combinatoria lineare degli elementi linguistici, mentre l'asse paradigmatico individua le possibili sostituzioni di ciascun elemento posto nell'asse sintagmatico.

In funzione della tipologia dei segnali che li costituiscono i codici assumono caratteristiche diverse. Esistono infatti codici gestuali (come la lingua dei sordi), codici cromatici (come quello dei semafori) codici iconici (come i segnali stradali) e codici verbali (come le lingue storico-naturali, cioè quelle parlate dalle diverse comunità umane).

La comunicazione: principi e modelli

In particolare, i codici artificiali (cioè creati *ad hoc*) sono altamente formalizzati e in essi ciascun significato corrisponde ad un solo significato. Non è questo il caso delle lingue storico-naturali, nelle quali il rapporto tra significante e significato non è perfettamente biunivoco.

Segnali e canali

La comunicazione sfrutta una serie di segnali, cioè indicazioni sensibili, che sono trasmessi attraverso canali differenti, che sono tanti quanti sono i sensi. Il segnale è infatti la parte sensoriale del segno, cioè quella percepibile attraverso i sensi. Di conseguenza, i segnali che viaggiano:

- su onde sonore sfruttano il canale uditivo;
- su onde luminose sfruttano il canale visivo;
- in forma chimica nell'aria sfruttano il canale olfattivo;
- in forma elettrochimica nei canali nervosi sfruttano il canale tattile e gustativo.

I codici verbali

Sono particolarmente rilevanti quei codici che sfruttano il canale uditivo e che utilizzano come segnali insiemi strutturati di suoni. Sono questi i cosiddetti codici verbali, ossia le lingue storico-naturali.

I segni di questi codici sono costituiti da un **significante**, composto da suoni (**fonemi**, nell'uso orale) o da elementi grafici (**grafemi**, in quello scritto), e da un significato, cioè un concetto o rappresentazione mentale. Il significato non è infatti l'entità reale (*referente*), bensì l'immagine mentale di essa.

Il rapporto tra significante e significato è **arbitrario**: non esiste infatti una regola in base alla quale un significante vada associato a un significato, tanto che le diverse lingue operano associazioni diverse.

I modelli che descrivono la comunicazione

L'analisi dei diversi modelli che hanno nel tempo cercato di descrivere la comunicazione come interazione e serie di comportamenti mostra come l'idea di comunicazione diventi sempre più articolata, divenendo da semplice scambio lineare di informazioni tra emittente e destinatario una complicata dinamica nella quale è fondamentale il ruolo del destinatario.

Il modello di Shannon e Weaver

Gli studiosi americani Claude Shannon e Warren Weaver illustrarono il loro modello di comunicazione (detto *modello ingegneristico*), alla fine degli anni Quaranta del secolo scorso, nel volume *Mathematical Theory of Communication*. Secondo Shannon e Weaver, la comunicazione è il passaggio di informazioni da un emittente a un destinatario, attraverso un elemento codificatore, un canale e un elemento decodificatore. Si soffermano quindi sugli aspetti quantificabili della trasmissione di dati da un primo sistema a un altro, con caratteristiche simili, attraverso un canale. Questo modello non rende conto però delle complesse dinamiche della comunicazione umana e risulta essere sufficiente a descrivere gli atti comunicativi attuati nel mondo animale che, almeno all'umano, paiono essere privi di ambiguità.

Nella comunicazione interpersonale umana, non si tratta di un semplice processo di codificazione e decodificazione, ma entra in gioco il ruolo fondamentale dell'interpretazione.

Il modello ingegneristico è illustrato in modo ottimale utilizzando la comunicazione telefonica, nella quale sono coinvolti una sorgente di dati, un sistema che li riceve, un elemento codificatore (il microfono che trasforma le onde sonore in impulsi elettrici), un messaggio (sequenza di dati), un canale (il doppio), un elemento de-

codificatore (l'apparato che converte gli impulsi elettrici in onde sonore). La trasmissione dei dati può essere disturbata dal cosiddetto *rumore di linea*, cioè disturbi dovuti alla natura del canale o ad agenti esterni.

Il modello ingegneristico non ipotizza però la presenza di due parlanti, quindi di figure senzienti all'uno e all'altro capo del telefono che si scambiano messaggi con un fine preciso. Inoltre, l'**elemento codificatore** converte "meccanicamente" le informazioni iniziali in un formato trattabile e trasmissibile. Nei modelli più recenti che si occupano di descrivere la comunicazione umana, l'elemento codificatore diventa la capacità (o *istanza cognitiva*) del mittente di utilizzare il codice condiviso, così come anche l'**elemento decodificatore** diventa anch'esso un'istanza cognitiva, capace di ricostruire, cioè di interpretare e non semplicemente decodificare, una sequenza di segnali, a partire da un codice condiviso. La decodifica diventa quindi interpretazione, cioè attribuzione di senso, che sottintende anche la necessità di colmare alcune lacune, mettere in evidenza le diverse implicazioni e considerare anche fattori circostanziali e contestuali.

Se il **messaggio** nel modello ingegneristico è una sequenza di dati, convertita in segnali e decodificata, nei modelli successivi esso diventa la realtà concettuale "scambiata" attraverso un codice simbolico, nella forma di una serie di segnali che sono interpretati e non semplicemente decodificati. Anche il **canale**, qui inteso come medium fisico che permette il passaggio di segnali codificati, diventa successivamente un insieme di fattori (ambientali, culturali, psicologici) che possono influenzare il processo comunicativo e la sua natura. Allo stesso modo, anche il sistema di destinazione, cioè il punto di arrivo dei segnali emessi dalla fonte, non è qui inteso come una persona in qua-

La comunicazione: principi e modelli

lità di essere senziente, ma può essere una macchina o un qualsiasi sistema meccanico o elettronico. Nei modelli successivi esso diventa un elemento del tutto attivo che riceve il messaggio e ne ricostruisce e crea il senso.

Il modello ingegneristico ha quindi alcuni **limiti**. Non considera infatti tutta una serie di fattori (cognitivi, emotivi, sociali, culturali) che intervengono in modo determinante nel processo comunicativo e che, di conseguenza, non possono essere tralasciati per una sua descrizione e comprensione ottimale. Questo perché si occupa delle informazioni dal momento in cui sono codificate a quando sono decodificate, senza preoccuparsi del processo cognitivo che porta alla loro produzione e al loro impiego. Stabilisce quindi se i dati emessi giungono integri a destinazione, senza però preoccuparsi del loro destino. In uno scambio comunicativo umano, non è però sufficiente che la trasmissione dei dati vada a buon fine, perché ci possono essere diversi livelli di comprensione di quegli stessi dati: si può comprendere per esempio poco, abbastanza, molto, moltissimo oppure tutto. Inoltre, questo modello non tiene conto di tutti gli aspetti legati ai diversi canali e mezzi (per esempio, la comunicazione scritta avviene secondo dinamiche diverse rispetto a quella orale).

Il modello di Jakobson

Il linguista russo naturalizzato americano Roman Jakobson (1896-1982), fondatore della *Scuola di Praga*, promosse una teoria della comunicazione che, adattando e correggendo i limiti del modello di Shannon e Weaver, ben si adattava alla descrizione del processo comunicativo umano.

Nel modello di Jakobson, la comunicazione è un processo di trasmissione di un **messaggio** da un **mittente** a un **destinatario** attraverso un **canale**, nel quale hanno un ruolo fondamentale gli attori con tutte le loro istanze, il **codice** linguistico, il **contesto** e le circostanze nelle quali l'atto ha luogo.

Gli elementi che compongono il processo comunicativo sono secondo Jakobson quindi sei:

- mittente;
- contesto;
- messaggio;
- canale di trasmissione;
- codice;
- destinatario.

Il modello di Jakobson riformula il modello ingegneristico, tenendo conto degli attori coinvolti (intesi come soggetti creativi, ciascuno diversamente connotato per esempio da conoscenze, aspettative, desideri, bisogni) e degli aspetti contestuali e circostanziali,

che costituiscono il tratto distintivo della comunicazione interumana.

A ciascuno degli elementi della comunicazione Jakobson associa una funzione linguistica:

- **emotiva** per il mittente, connessa con la manifestazione del suo vissuto, della sua ideologia, della sua percezione del reale;
- **referenziale** per il contesto (la realtà entro la quale si sviluppa il processo comunicativo), collegata al bisogno di descrivere, raccontare, rappresentare e commentare il reale, cioè oggetti, persone, eventi, e di confrontare opinioni, idee;
- **poetica** per il messaggio, quando l'attenzione va allo stile e quindi all'elaborazione del messaggio per fini estetici;
- **fatica** per il canale (fisico e/o psicologico) e il mezzo della comunicazione, collegata direttamente con l'esigenza di verificare che il canale sia funzionale e "solido";
- **metalinguistica** per il codice, quando si concentra sul codice per analizzarlo e descriverne il funzionamento nel particolare contesto;
- **conativa** per il destinatario, quando questo è assunto come oggetto di azione (per esempio, per convincerlo a sposare un tesi o a compiere un'azione).



Adattato da una lezione dell'Università di Milano

<http://users.unimi.it/labs/pdf/1/1%20La%20comunicazione.doc>