the sound of silence

Module 0
Cosa è la comunicazione

Introduzione al modulo

La comunicazione è l'azione che le persone compiono ogni giorno per inviare e ricevere informazioni.
La persona che invia il messaggio è il mittente, la persona che riceve il messaggio è il ricevente (o destinatario).
L'informazione contenuta nel messaggio può essere un fatto, un'idea, un concetto, un'opinione, un'istruzione, un'emozione e tanto altro.

L'obiettivo principale, nonchè la sfida di ogni processo comunicativo è comprendere il messaggio per poter trovare una interpretazione comune per entrambi, mittente e ricevente.

Sebbene non sia difficile definire cosa sia la comunicazione, pensare a come veicolare il messaggio da comunicare può risultare complesso: a questo scopo può essere utile dividere i messaggi che vogliamo comunicare.
La comunicazione si divide in varie tipologie:
Comunicazione verbale: faccia a faccia, via telefono, radio, videochat o altri media
Comunicazione non verbale: linguaggio del corpo, gesti, il nostro abbigliamento e/o le nostre azioni
Comunicazione scritta: lettere, e-mail, libri, riviste, social media
Comunicazione visuale: grafici e diagrammi, loghi e altre immagini
La comunicazione orizzontale o bidirezionale coinvolge partecipanti che negoziano il loro ruolo nel processo comunicativo – possono essere consapevoli o meno della negoziazione -, mentre nella comunicazione verticale o unidirezionale il mittente e il ricevente sono ben distinti ed è anche possibile che il ricevente non abbia la possibilità di dare feedback del messaggio ricevuto.
In questo modulo illustreremo differenti tipi di comunicazione, suddivisi per canali, stili, obiettivi e livelli di comunicazione.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Obiettivi della comunicazione

In una organizzazione non-profit la comunicazione è utile per facilitare il flusso delle informazioni tra le persone e i dipartimenti, favorendo la comprensione e la collaborazione attraverso i diversi i media, considerando tutti i canali di comunicazione con i relativi strumenti e reti. Una strategia di comunicazione interna prevede che tali canali di comunicazione con i relativi strumenti e reti devono essere accettati da tutti i membri dell'organizzazione; diversamente, l'informazione può essere persa o fraintesa. La comunicazione inoltre aiuta a capire meglio le persone, eliminando le incomprensioni e creando chiarezza nei pensieri e nelle espressioni.

Un altro obiettivo della comunicazione è l'educazione: ad ogni modo deve essere accompagnata da determinate competenze per poter analizzare criticamente l'informazione, utilizzando il pensiero logico. Dunque la comunicazione ed il trasferimento dell'informazione non possono fermarsi alla semplice consegna del messaggio.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tipi di comunicazione

Un messaggio è inviato dal mittente al ricevente (o a più riceventi), utilizzando un canale di comunicazione. Il mittente codifica il messaggio in una forma appropriata al canale di comunicazione utilizzato; così il ricevente decodifica il messaggio per comprenderne il senso e il significato.
Dal momento che il fraintendimento può capitare in qualsiasi momento del processo di comunicazione, un professionista della comunicazione cerca di comprendere il proprio pubblico, sceglie un canale di comunicazione appropriato, affina il più possibile il messaggio al canale scelto e lo decodifica per ridurre al minimo il fraintendimento da parte del ricevente.
(Maggiori indicazioni su come categorizzare il proprio pubblico (e quali canali e strumenti utilizzare) sono disponibili al Modulo 3 – Analisi degli Stakeholders, al Modulo 4 – Strumenti per la comunicazione e al Modulo 5 – Canali di comunicazione).
I riceventi possono usare tecniche come il chiarimento e la riflessione per assicurarsi di aver correttamente compreso il messaggio. Possono chiedere, ripetere, riformulare, utilizzare metafore per poter veicolare correttamente il messaggio attraverso concetti più familiari al ricevente stesso.
La comunicazione può essere categorizzata in due tipologie:

1. basata sui Canali di Comunicazione:

- comunicazione verbale (orale o scritta), in cui ascolti (o leggi) ciò che dice una persona per capire il significato del suo messaggio
- comunicazione non verbale, in cui osservi una persona per capire il significato del suo messaggio

2. basata su Stile e Obiettivo della Comunicazione:

- formale
- informale

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tipi di comunicazione basati sui Canali di Comunicazione

Comunicazione Verbale

La comunicazione verbale è una forma di comunicazione nella quale il messaggio è trasmesso verbalmente; la comunicazione è effettuata attraverso il passaparola e/o la scrittura. Nella comunicazione verbale è fondamentale mantenersi su criteri di semplicità e sintesi, soprattutto perchè generalmente le persone tendono a perdere la loro concentrazione dopo 10 minuti, il che è un rischio per un'efficiente decodifica dell'informazione trasmessa.
Quando parliamo agli altri presupponiamo the comprendano cosa stiamo dicendo perchè noi sappiamo cosa stiamo dicendo. Ma non è questo il caso.
Normalmente le persone portano le proprie attitudini, percezioni, emozioni e pensieri a proposito dell'argomento della comunicazione: ciò può creare barriere nella corretta consegna del messaggio.
Dunque per poter effettuare la consegna del messaggio in modo efficiente, può essere utile calarsi nei panni del punto di vista altrui, del ricevente in questo caso. Capirà il messaggio?

La Comunicazione Verbale è ulteriormente suddivisa in:
- Comunicazione Orale
- Comunicazione Scritta

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Comunicazione Orale

Nella comunicazione orale si usa il parlato. Include le conversazioni faccia a faccia, i discorsi, le conversazioni telefoniche, i video, la radio, la televisione, le videochat. Il tono, il volume, la velocità e la chiarezza del parlato possono influire sulla comunicazione orale.

I vantaggi della comunicazione orale sono:

- può dare feedback immediato
- leggendo le espressioni facciali e il linguaggio del corpo le persone possono intuire se fidarsi o meno del messaggio che stanno ricevendo

Svantaggi della comunicazione orale:
Nelle conversazioni faccia a faccia, l'utente non sempre è in grado di riflettere su che messaggio sta inviando, a meno che non prenda delle lunghe pause mentre avviene la conversazione.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Comunicazione scritta

Nella comunicazione scritta, i segni e i simboli sono utilizzati per comunicare. Un messaggio scritto può essere stampato o scritto a mano e può essere trasmesso via email, lettera, rapporto scritto, nota, appunto, post su un social network etc. Il messaggio è influenzato dal vocabolario a disposizione del mittente e dal suo utilizzo della grammatica, dal suo stile di scrittura, dalla precisione e dalla chiarezza del linguaggio utilizzato.
I vantaggi della comunicazione scritta sono:

- i messaggi possono essere modificati e revisionati parecchie volte prima di inviarli
- la comunicazione scritta fornisce registrazioni per ogni messaggio inviato, le quali possono essere salvate per una successiva analisi
- un messaggio scritto consente al ricevente di comprenderlo appieno in maniera tale da dare un feedback appropriato
- Gli svantaggi della comunicazione scritta sono: - diversamente dalla comunicazione orale, la comunicazione scritta non può consentire un feedback immediato

si impiega più tempo per comporre un messaggio scritto che per proferirlo verbalmente (e molte persone possono avere difficoltà nell'espressione chiara e corretta in forma scritta del proprio pensiero)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Comunicazione Non Verbale

La comunicazione non verbale consiste nell'invio e nella ricezione di messaggi senza parole. Si può affermare che tutte quelle modalità di comunicazione che non sono orali o scritte (come i gesti, il linguaggio del corpo, la postura, il tono della voce o le espressioni facciali) fanno parte della comunicazione non verbale.
La comunicazione non verbale aiuta il ricevente nella comprensione del messaggio. Spesso i segni non verbali riflettono la situazione in maniera più accurata di quelli verbali. A volte una rispota non verbale contraddice quanto espresso dalla comunicazione verbale, influenzando l'efficacia della comunicazione stessa.
La comunicazione non verbale è composta ed influenzata dai seguenti elementi:

- apparenza (abbigliamento, capigliatura, igiene, utilizzo di cosmetici) e ambiente (dimensioni della stanza, illuminazione, decorazioni, arredamento)
- linguaggio del corpo (espressioni facciali, gesti, postura)
- suoni (tono della voce, volume, velocità del parlato o della lettura)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Tipologie di comunicazione basate su scopo e stile:

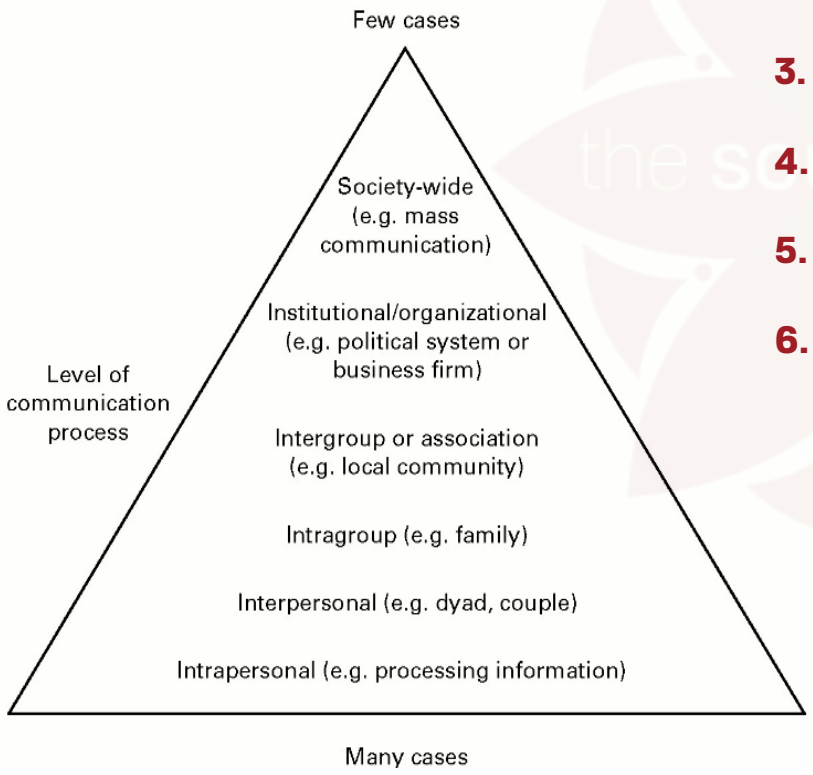
In questa tipologia di comunicazione durante la trasmissione di un messaggo è necessario seguire determinate regole, convenzioni e principi. La comunicazione formale è utilizzata in alcune circostanze ufficiali: in ambienti professionali come riunioni di lavoro, conferenze, interviste etc.
Alcuni principi di comunicazione formale sono:
- l'uso del gergo e di linguaggio scurrile è da evitare, privilegiando l'uso di grammatica e pronuncia corrette
- relazioni gerarchiche e linee di autorità devono essere rispettate e seguite

Comunicazione Informale

La comunicazione informale può essere descritta come comunicazione casuale. È basata sulle relazioni sociali tra i membri di una organizzazione e può verificarsi anche tra amici e familiari.
La comunicazione non formale non segue le linee di autorità. In una organizzazione può aiutare nell'esprimere le lamentele del personale (poichè le persone si sentono più libere di esprimersi nei contesti informali) e può aiutare nella costruzione delle relazioni.
Nella comunicazione informale il gergo è spesso utilizzato e il linguaggio scurrile non è proibito.
is not restricted.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

There are six levels of communication process according to the Pyramid of Communication:



1. **Intrapersonale**
   (elaborazione dell'informazione)
2. **Interpersonale**
   (diade, coppia)
3. **All'interno del gruppo**
   (cerchia familiare, gruppo di amici intimi)
4. **Tra gruppi o associazioni**
   (comunità locali)
5. **Istituzionale/aziendale**
   (sistema politico o impresa)
6. **Macro sociale**
   (comunicazione di massa)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

1. Comunicazione intrapersonale

Si verifica in presenza di una sola persona, il comunicatore stesso; può essere considerata come una comunicazione tra sè e sè in quanto il soggetto, attraverso un processo di riflessione, cerca di decodificare un messaggio. La comunicazione intrapersonale aiuta la riflessione individuale e l'organizzazione dei propri pensieri.
"Il livello di comunicazione intrapersonale riguarda l'elaborazione dell'informazione percepita dalle caratteristiche individuali del soggetto (il singolo caso nel quale si apprende l'informazione, l'attenzione, la percezione, la comprensione, il ricordo e l'apprendimento). Può dunque avere effetti sulla conoscenza, sulle opinioni e sulle attitudini del soggetto stesso." (Denis McQuail)

2. Comunicazione

- Coinvolge due o più persone
- Consente la possibilità di ricevere feedback e scambio di messaggi/punti di vista/opinioni
- Può avvenire tra due persone soltanto oppure coinvolgere gruppi di persone, sia piccoli che grandi
- Può essere formale/informale, personale/impersonale
- Può essere utilizzata per gestire e condividere aspetti della quotidianità
- La natura delle relazioni che si stabiliscono tra persone che comunicano è fondamentale quanto il livello di cooperazione e di educazione che condividono
- The nature of the relationship between the communicators is a very important notion, as well as cooperation and norm formation

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

3. Comunicazione all'interno del gruppo

The features of interpersonal communication are also relevant to the intragroup communication. Facilitating factors for encoding and decoding the right message are:
- similar backgrounds, norms and values
- similar levels of skills in writing, speaking, listening, reading, etc.

4. Comunicazione all'interno del gruppo

Le caratteristiche della comunicazione interpersonale valgono anche per la comunicazione all'interno del gruppo. I fattori che facilitano la corretta codifica e decodifica del messaggio sono:
- esperienze pregresse, norme e valori similari
- livelli similari di competenze nello scrivere, parlare, ascoltare, leggere etc.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

5. Institutional/organisational communication

It is a process by which actors of a society are collected and coordinated to reach the goals of both individuals and the collective group. It is often a component to effective management in a workplace environment.

4. Comunicazione tra gruppi o associazioni

Si verifica quando persone facenti parte di gruppi ben identificati interagiscono tra loro; la comunicazione è così modellata dalla loro appartenenza sociale a quel determinato gruppo e non dalle loro caratteristiche personali ed individuali. Molti dei nostri processi comunicativi avvengono tra gruppi (i quali gruppi sono formati da persone accomunate da età, etnia, orientamento sessuale, politico o religioso). La comunicazione tra gruppi identifica la comunicazione come un processo dinamico nel quale ogni emozione, cognizione e motivazione di chi comunica influenza il comportamento durante l'interazione.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

5. Comunicazione istituzionale/aziendale

È un processo comunicativo attraverso il quale gli attori di una società o azienda sono riuniti e coordinati con l'obiettivo di raggiungere degli obiettivi sia individuali che di gruppo. Spesso è una componente decisiva per una gestire efficacemente l'ambito lavorativo.

6. Comunicazione di massa

In questo processo comunicativo una persona, un gruppo di persone o una organizzazione invia un messaggio attraverso un canale di comunicazione destinandolo a un gruppo di destinatari anonimi ed eterogenei, i quali solitamente corrispondono al pubblico generico oppure ad una sua parte.

I canali utilizzati per la comunicazione di massa solitamente includono le trasmissioni televisive, radiofoniche, i social media e la stampa.
Generalmente il mittente è un comunicatore professionale che spesso rappresenta una organizzazione. In passato la comunicazione di massa era un processo comunicativo parecchio costoso ma grazie ai social media e alla connessione globale alle reti internet adesso è fruibile facilmente da chiunque e ovunque.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union