

# *Pragmatica della comunicazione umana*

## **Assiomi della “Pragmatica della comunicazione umana”**

*(Watzlawick, scuola di Palo Alto)*

**1.**

**Non si può non comunicare**

**2.**

**Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione**

**3.**

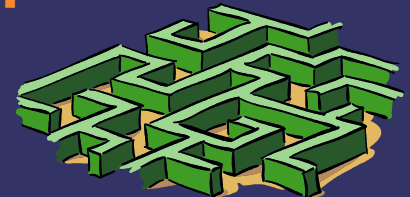
**La comunicazione è un processo circolare**

**4.**

**Gli esseri umani comunicano con il linguaggio verbale e con quello analogico**

**5.**

**Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari**

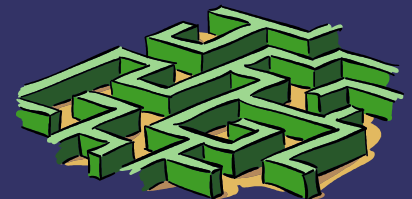


# *Comunicazione*

=

**trasmissione di informazioni**

**messa in comune**



# ***Fattori condizionanti***

## **Identità dei comunicanti**

(personale, sociale, professionale, valoriale, segreta)

*[Jervis, Laing]*

## **Relazione fra i comunicanti**

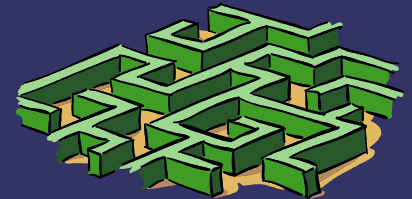
(elementi di status e socioculturali)

*[Goffman]*

## **Contenuto**

(fattuale, emotivo)

*[Lakoff]*



# ***Fattori condizionanti***

## **Linguaggio**

(stile, registro)

*[Grice, Hagege]*

## **Coerenza fra codice verbale e analogico**

(congruenze e contraddizioni)

*[Watzlawick]*

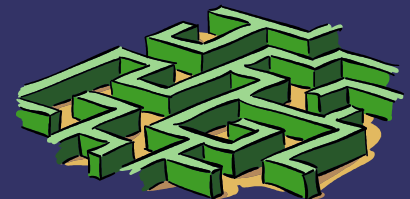
## **Canale di trasmissione**

(contatto diretto / mediato)

## **Contesto**

(casualità, intenzionalità, tempo)

*[Goffman]*



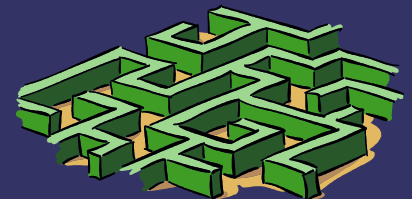
# *Fattori condizionanti*

## **Obiettivi**

(condivisione di contenuti, definizione della relazione)

## **Strategie**

(attenzione a se stesso, interlocutore, relazione)



# *Componenti del processo*

## **Strategico**

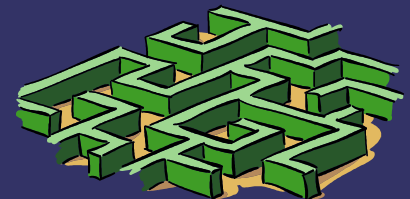
(consapevolezza degli obiettivi)

## **Pragmatico**

(rivolto agli effetti: attenzione rivolta alla risposta, non all'intenzione)

## **Sistemico**

(consapevolezza di condizionamenti contestuali e influenze reciproche)



# *Componenti del processo*

## **Linguaggio verbale**

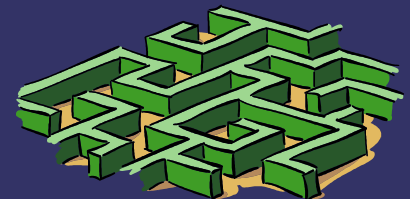
*(Vygotsky, De Mauro)*

### **Denotativo**

(parola in rapporto all'oggetto: significante)

### **Connotativo**

(fluttuazioni dell'alone semantico: significato)



# *Componenti del processo*

## **Linguaggio analogico**

### **Postura**

(atteggiamenti e posizioni corporali)

### **Prossemica**

(distanze e atteggiamenti spaziali)

### **Movimenti**

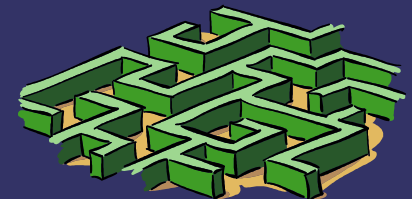
(delle braccia e della mani ad accompagnare la verbalizzazione del messaggio)

### **Espressioni**

(del viso)

### **Messaggi paraverbali**

(Tono, timbro, volume)





# *Termini di efficacia*

## **Regole di cooperazione conversazionale**

*(Paul Grice)*

### **Quantità**

(essere adeguati ed esaurienti)

### **Qualità**

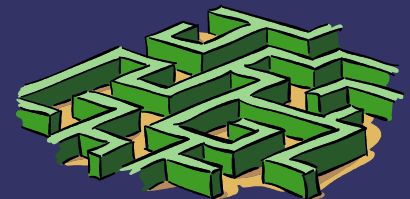
(essere veritieri, affermare solo ciò che è comprovato)

### **Pertinenza**

(stare al tema)

### **Modalità**

(sintesi, evidenza, chiarezza;  
operatori modali e regole di cortesia)



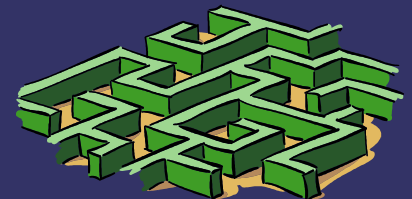
# *Elementi di efficacia*

## **Chiarezza**

Essere diretti, precisi, evitare giri di parole e ambiguità

## **Semplicità**

Definire e limitare le priorità e l'ordine espositivo, usare uno stile paratattico, linguaggio adeguato e comprensibile



# *Elementi di efficacia*

## **Capacità persuasiva**

elementi: strutturali, valoriali, affettivi

fattori: emittente, ricevente, contenuto

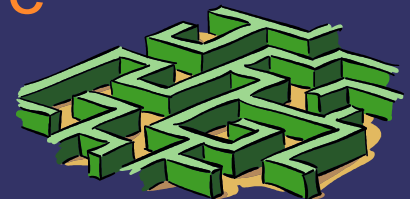
Stili: passivo, aggressivo, manipolativo, assertivo

## **Capacità di ascolto**

Prestare attenzione, legittimare, riconoscere,  
apprezzare, interessarsi

Percezione, intuizione, intelletto, interpretazione, comprensione.

Sapere quando parlare e quando tacere



# ***Fattori di forza del messaggio persuasivo***

**Credibilità, autorevolezza, attrattiva di chi parla**

**Affidabilità, attendibilità, veridicità  
del contenuto trasmesso**

**Ricettività e attenzione di chi ascolta**

