

La comunicazione non verbale

La comunicazione (dal latino *cum* = *con*, e *munire* = *legare, costruire* e *communico* = *mettere in comune, far partecipe*) nella sua prima definizione è l'insieme dei fenomeni che comportano la distribuzione e la condivisione di informazioni.

La comunicazione non verbale comprende tutto ciò che viene trasmesso tra un mittente e un destinatario senza l'uso della parola. Una ricerca condotta nel 1972 dallo psicologo statunitense Albert Mehrabian ha dimostrato che ciò che viene inteso in una comunicazione vocale è composto per il 55% dai movimenti del corpo (soprattutto espressioni facciali), dal 38% dall'aspetto vocale (volume, tono, ritmo) e solo dal 7 % dall'aspetto verbale (parole).

Una storica ricerca del 1972 di Paul Ekman ha dimostrato che esistono, uguali per ciascun individuo a prescindere dalla cultura di appartenenza, sei emozioni di base: rabbia, disgusto, tristezza, gioia, paura e sorpresa. Un'ulteriore ricerca del 1992 (sempre di Paul Ekman) ha ampliato la lista di emozioni di base inserendo tra le prime sei divertimento, disprezzo, contentezza, imbarazzo, eccitazione, colpa, orgoglio dei propri successi, sollievo, soddisfazione, piacere sensoriale e vergogna.

Le forme di comunicazione non verbali sono basate su comportamenti di tipo:

- **cinestico**: postura, gesti, viso, sguardo

- **prossemico**: spazio, distanze tra noi e gli altri

- **paralinguistico**: toni, accenti, intonazioni, pause

- **aptico**: l'aptica è costituita dai messaggi comunicativi espressi tramite contatto fisico. Anche in questo caso si passa da forme comunicative codificate (la stretta di mano, il bacio sulle guance come saluto ad amici e parenti), ad altre di natura più spontanea (un abbraccio, una pacca sulla spalla). L'aptica è un campo nel quale le differenze culturali rivestono un ruolo cruciale: per esempio la quantità di contatto fisico presente nei rapporti interpersonali fra le persone di cultura sud-europea verrebbe considerata come una violenta forma di invadenza dai popoli nord-europei.

Nelle diverse modalità comunicative è stato studiato anche cosa ci sia di innato e cosa, invece, sia culturalmente connotato.

Per quel che riguarda le parole e le frasi, molto raramente si tratta di fenomeni universali: in alcuni casi lo sono solo le onomatopee (figura retorica che riproduce, attraverso i suoni linguistici di una determinata lingua, il rumore o il suono associato a un oggetto o a un soggetto a cui si vuole fare riferimento). Per la maggior parte si tratta di caratteristiche culturali.

La sintassi, cioè l'insieme di regole per la combinazione di parole in frasi, probabilmente

contiene certi meccanismi molto generali che sono universali, ma, ovviamente, non le parole (con i loro significati) e le frasi risultanti dalla loro combinazione.

Vi sono alcuni meccanismi universali nella prosodia e nell'intonazione: infatti, è comune a tutte le lingue una differenza sistematica fra intonazioni affermative e interrogative.

Infine, se il programma neurale che produce le espressioni delle diverse emozioni è lo stesso in tutte le culture, l'espressione di queste emozioni può apparire diversa da cultura a cultura, per almeno due ragioni: da un lato possono essere diversi da una cultura all'altra gli eventi che provocano una certa emozione, dall'altro in ogni cultura esistono specifiche "regole di esibizione", cioè norme che stabiliscono quando una certa emozione può essere mostrata, e se la sua manifestazione debba essere attenuata o intensificata. Per esempio in Giappone non si devono esprimere sentimenti di rabbia o aggressività o nei funerali mediterranei si può intensificare anche molto l'espressione di dolore o disperazione.

Lo stesso può dirsi per i **gesti**, studiati nella cherologia (dal greco *kheir*, mano), alcuni dei quali sono probabilmente universali, ma molti condivisi solo all'interno di una certa cultura. Ad esempio, i cenni del capo per il sì e per il no differiscono da cultura e cultura: se un milanese china il capo in avanti per dire sì e lo scuote da destra a sinistra per dire no, un siciliano dice no tirando il capo indietro e un bulgaro o un cingalese invece dicono sì dondolando il capo da destra a sinistra.

Considerando quindi questi aspetti si può concludere che è impossibile non comunicare. L'esempio classico è di chi apre il libro, senza pronunciare una parola, appena si siede nel suo posto in treno: è evidente la sua intenzione di non voler essere disturbato.

Partendo dalla conoscenza delle modalità di comunicazione, Noam Chomsky ha elaborato la lista delle 10 strategie utilizzate dai mass media per la manipolazione del pubblico.

1. La strategia della distrazione

L'elemento principale del controllo sociale è la strategia della distrazione che consiste nel deviare l'attenzione del pubblico dai problemi importanti e dei cambiamenti decisi dalle élites politiche ed economiche, attraverso la tecnica del diluvio o inondazioni di continue distrazioni e di informazioni insignificanti.

2. Creare problemi e poi offrire le soluzioni

Questo metodo è anche chiamato "problema - reazione - soluzione". Si crea un problema, una "situazione" prevista per causare una certa reazione da parte del pubblico, con lo scopo che sia questo il mandante delle misure che si desiderano far accettare.

3. La strategia della gradualità

Per far accettare una misura inaccettabile, basta applicarla gradualmente, a contagocce, per anni consecutivi.

4. La strategia del differire

Un altro modo per far accettare una decisione impopolare è quella di presentarla come “dolorosa e necessaria”, ottenendo l'accettazione pubblica per un'applicazione futura. Questo perché è più facile accettare un sacrificio futuro che un sacrificio immediato.

5. Rivolgersi al pubblico come ai bambini

6. Usare l'aspetto emotivo molto più della riflessione

Sfruttate l'emozione è una tecnica classica per limitare un'analisi razionale e il senso critico dell'individuo. Inoltre, l'uso del registro emotivo permette di aprire la porta d'accesso all'inconscio per impiantare o iniettare idee, desideri, paure e timori, compulsioni, o indurre comportamenti.

7. Mantenere il pubblico nell'ignoranza e nella mediocrità

8. Stimolare il pubblico a essere compiacente con la mediocrità

9. Rafforzare l'auto-colpevolezza

Far credere all'individuo che è soltanto lui il colpevole della propria disgrazia, per causa della sua insufficiente intelligenza, delle sue capacità o dei suoi sforzi. Così, invece di ribellarsi contro il sistema economico, l'individuo si auto svaluta e si incolpa, cosa che crea a sua volta uno stato depressivo, uno dei cui effetti è l'inibizione della sua azione.

10. Conoscere gli individui meglio di quanto loro stessi si conoscono

Negli ultimi 50 anni, i rapidi progressi della scienza hanno generato un divario crescente tra le conoscenze del pubblico e quelle possedute e utilizzate dalle élites dominanti. Questo significa che, nella maggior parte dei casi, il sistema esercita un controllo maggiore e un gran potere sugli individui, maggiore di quello che lo stesso individuo esercita su se stesso.

Chiara Iacono

luglio 2014