

CONCETTO DI COMUNICAZIONE

Comunicazione e vita sono una cosa sola: quando inizia la vita inizia la comunicazione. Quando nasciamo la prima cosa che facciamo è urlare, far capire che abbiamo fame, sete, freddo... Con il tempo ciascuno di noi mantiene intatti i bisogni primari/fisiologici/fisici e scopre di avere bisogni secondari che si differenziano da persona a persona in base alla professione, alla cultura, agli obiettivi personali ecc...

Comunicare significa "mettere in comune", condividere qualcosa con qualcun altro. La comunicazione esiste quando una persona si mette in relazione con un'altra, anche a distanza.

La comunicazione serve per soddisfare bisogni primari e bisogni secondari

L'uomo comunica per soddisfare i suoi bisogni

In base al bisogno l'uomo sceglie cosa comunicare e come

La pubblicità anticipa i bisogni, comunica di quali cose abbiamo bisogno portandoci ad acquistare, fare, vedere quello che viene promosso.

Comunichiamo con:

- la voce
- con il corpo (postura, abbigliamento, posizione nello spazio e rispetto agli altri nello stesso ambiente ecc...)
- con i gesti
- con le reazioni involontarie (arrossire, impallidire, aumentare i battiti cardiaci ecc...)

E' importante **COSA** comunicare e **COME** lo comunico.

Da questo dipende l'EFFICACIA del messaggio.

Più la comunicazione è chiara, più è efficace il messaggio, più probabilità c'è di ottenere una risposta alla nostra richiesta. Se emetto un messaggio confuso l'interlocutore potrebbe non capire di cosa ho bisogno e rispondere in modo errato al mio bisogno.

Un messaggio efficace quindi possiede:

- capacità di CATTURARE L'ATTENZIONE
- capacità di IMPRIMERSI NELLA MEMORIA
- capacità di SCATENARE LA REAZIONE dell'interlocutore

La comunicazione visiva si basa su questo principio. Un messaggio pubblicitario efficace può

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO VISIVO

restare integro nel tempo perché è sempre efficace (esempio immagine Baci Perugina, scritta Coca Cola, logo Apple, slogan come "provare per credere", "prevenire è meglio che curare" ecc...)

ELEMENTI FONDAMENTALI DELLA COMUNICAZIONE

EMITTENTE	messaggio	RICEVENTE
trasmette	Attraverso un mezzo (canale)	interpreta
codifica	codice	decodifica

La comunicazione viene interpretata come una TRASMISSIONE DI DATI come in un circuito elettronico.

Definizioni:

EMITTENTE: colui che invia il messaggio.

Es. **Io** scrivo una e-mail alla scuola.

RICEVENTE: colui che riceve il messaggio.

Es. **La scuola** riceve una e-mail da me.

REFERENTE: o ARGOMENTO è l'oggetto di cui si parla.

Es. La e-mail che io scrivo alla scuola riguarda **gli argomenti del corso di grafica e il programma didattico**.

CODICE: sistema di regole per trasformare i segni in messaggi.

Es. La e-mail è scritta **in italiano**. I termini con cui parlo del programma sono condivisi con gli altri docenti in modo che ci capiamo tra noi.

MESSAGGIO: contenuto della comunicazione.

Es. Nella email il testo è: **Il corso di Discipline grafico-pubblicitarie si occuperà dei seguenti argomenti...L'obiettivo del corso è...**

CANALE: mezzo fisico o psicologico per trasportare il messaggio dall'emittente al ricevente.

Es. per recapitare il programma al Dirigente Scolastico l'insegnante ha scelto **la posta elettronica**.

CONTESTO: ambiente della comunicazione.

Es. "batteria" assume significati diversi a seconda del contesto (batteria di pentole, batteria dell'auto e strumento musicale)

Ostacoli alla comunicazione:

RUMORE = interferenza, distorsione del messaggio per cause "tecniche" legate al canale utilizzato.

Es. Mentre sto parlando al telefono la comunicazione è disturbata e non sento bene.

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO VISIVO

Es. Sulla fotocopia c'è una riga di inchiostro che non mi permette di leggere il testo.

EQUIVOCO = incomprensione o ambiguità del messaggio legato alla codifica/decodifica del messaggio stesso

Es. Io parlo al mio vicino di casa in italiano, ma il vicino viene dalla Cina e non conosce la lingua, quindi non capisce cosa gli dico.

SCOPI DELLA COMUNICAZIONE

A cosa serve la comunicazione?

- **SCOPO STRUMENTALE** – chiedo per ottenere qualcosa

es. "Vieni con me a cena stasera"?

"Che ore sono"?

...

- **SCOPO INFORMATIVO** – chiedo per scambiare conoscenza

es. "Questa mattina ho visto tua sorella alla stazione".

"Oggi pioverà".

"Mercoledì la 1B entrerà alle ore 9.00"

- **FUNZIONE ESPRESSIVA – MANIFESTA EMOZIONI E SENTIMENTI** espressione artistica (fotografia, romanzi, pittura, cinema...)

La comunicazione permette di:

 **socializzare** – SCOPO DI CONTRATTO SOCIALE

Es. "Ci siamo già incontrati da qualche parte"?

- **influenzare gli altri – FUNZIONE DI CONTROLLO**

Es. "Non pagare il biglietto del treno comporta una sanzione di 50 euro"

- **agire i diritti e i doveri legati ai ruoli ed alle posizioni - FUNZIONE DI RUOLO**

Es. "Entrare in ritardo a scuola comporta un disagio per tutti"

Svolge un ruolo importante:

- **nell'attivare una reazione dell'organismo.** es. far ridere/spaventare/piangere – SCOPO DI STIMOLAZIONE

Es. Barzellette, vignette, caricature ecc...

- **nel risolvere da uno stato di disagio** – SCOPO DI ALLEVIAMENTO

Es. "Vorrei confidarti una mia preoccupazione riguardo a...".

Ciascun individuo è la causa e l'effetto dei suoi atti comunicativi.

Es. Vestirsi in modo adeguato all'ambiente scolastico ha effetto sul voto di condotta. Andare a scuola con un abbigliamento inappropriato può provocare una reazione negativa da parte degli insegnanti.

la percezione di noi stessi è condizionata dalle nostre interazioni con gli altri, ovvero dalle risposte dall'esterno agli atti comunicativi.

Es. I post sui social network scatenano commenti, like, risposte ecc...

Spesso siamo condizionati nelle nostre azioni dalle reazioni degli altri ai nostri comportamenti.

Es. Arrivare in ritardo tutti i giorni al lavoro comporta il rischio di un richiamo da parte dell'ufficio del personale, quindi tutte le mattine devo alzarmi 15 minuti prima per non trovare traffico ed arrivare in tempo al lavoro.

IL PROCESSO DI CODIFICA E DI DECODIFICA DEL MESSAGGIO

Emittente e ricevente devono **condividere lo stesso codice**, altrimenti la comunicazione non avviene o avviene in modo parziale.

Emittente e ricevente devono conoscere **il significato dei segni usati per comunicare** (alfabeti, gesti, simboli, icone, immagini, colori ecc...)

CODICE: linguaggio

SEGNO: veicolo che mette in rapporto una forma/espressione con un contenuto. E' l'immagine visiva del codice. Le lettere dell'alfabeto sono segni grafici, forme grafiche a cui si attribuisce un suono/una lettera/un significato.

Es. Quando una persona non sa scrivere, per firmare traccia una X sul foglio. Quella X, in quella situazione, significa "Nome e cognome" della persona che l'ha tracciata.

Noi "impariamo a leggere e scrivere": ci insegnano un codice per comunicare con gli altri.

segno può essere:

- parola
- immagine
- suono
- odore
- sapore
- atteggiamento
- gesto

il segno ha due aspetti fondamentali:

- il **SIGNIFICANTE:** l'aspetto grafico e fonetico delle parole, l'aspetto iconico delle immagini ecc...E'qualcosa di concreto. Sono suoni, immagini, simboli, colori, forme ecc...

Es. un cerchio sbarrato con il disegno di una sigaretta

- il **SIGNIFICATO:** è l'idea/il concetto che il significante rappresenta. E'un concetto astratto.
- Es. un cerchio sbarrato con il disegno di una sigaretta SIGNIFICA "Vietato fumare".

- La comunicazione efficace sceglie quale significante e quale significato abbinare al referente da evocare in quel particolare contesto.

Es. Noi dobbiamo interpretare i geroglifici egizi, ma per gli antichi egizi il significato di quei segni erano chiarissimo.

- I SEGNI SI SUDDIVIDONO IN:**

- INDICI:** segni naturali già presenti in natura. Orme sulla sabbia, fumo che si alza dal fuoco, colorito della pelle. Si suddividono in tracce, sintomi fisici ed indizi.

Comunicano per connessione, vogliono dire qualcosa di quello a cui si riferiscono.

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO VISIVO


Vanno interpretati.

Es. La polizia scientifica trova macchie di rossetto su una tazzina sul luogo del delitto e deve capire chi le ha lasciate, quando ecc...e mettere in relazione queste informazioni con il fatto accaduto.

 **ICONE:** riproducono l'aspetto esteriore della cosa che rappresentano.

Comunicano per somiglianza.

Es. Il disegno di una busta sul cellulare significa "accesso alle e-mail"

 **SIMBOLI:** sono immagini a cui viene attribuito un significato per convenzione

Comunicano per convenzione

Es. Il disegno di un cuore significa "amore"


Per comprendere il significato dei simboli è necessario conoscere il contesto (cultura, ambito geografico, ambito lavorativo ecc...) e il referente (argomento di cui si tratta).

I CODICI E LA COMUNICAZIONE EFFICACE

Per poter decifrare un messaggio, il ricevente deve conoscere il codice dell'emittente.

Emittente e ricevente devono utilizzare lo stesso codice di comunicazione.

I codici vanno interpretati tenendo conto del contesto:

 a livello verbale (parole). Es. Lingue, termini tecnici

 a livello iconico (delle immagini)

 a livello non verbale (gesti, atteggiamenti ecc...)

Es. Nel rap/trap i gesti e lo slang creano un mondo di comunicazione comprensibile a chi lo conosce

Bisogna saper scegliere il CANALE adeguato al messaggio da comunicare ed al ricevente

Es. Per far sapere ai miei amici (ricevente) dove incontrarci mando un messaggio con wapp (canale), invece per fissare un appuntamento con il dentista (ricevente) uso il telefono (canale)

FEEDBACK = risposta che il ricevente trasmette all'emittente.

In base al feedback l'emittente capisce se il messaggio è stato compreso.

Es. Le verifiche servono per capire se la classe ha studiato ed ha capito gli argomenti delle lezioni

COMUNICARE CON LE IMMAGINI

IL LINGUAGGIO VISIVO E'EFFICACE PERCHE':

- ☒ è sintetico, veloce, essenziale
- ☒ di grande impatto comunicativo

Dal Paleolitico l'uomo ha imparato a rappresentare la propria vita con immagini e simboli. La Storia dell'Arte è la storia dell'uomo rappresentata.

Es. Per girare film ambientati nel passato si studiano le opere d'arte per capire gli abiti, le abitazioni, le armi, l'alimentazione ecc...

☒ LE IMMAGINI CONDIZIONANO IL COMPORTAMENTO DEI CITTADINI

Es. Gli effetti del Buon Governo e del Cattivo Governo vengono rappresentati nel palazzo comunale di Siena in modo che ciascun cittadino possa trarre insegnamento e sia portato a comportarsi bene nella comunità

☒ LE IMMAGINI NARRANO EVENTI REALMENTE ACCADUTI

Es. Arazzi, cicli pittorici, bassorilievi, vasi ecc... rappresentano battaglie, eventi storici importanti o la vita di personaggi illustri (re, condottieri, santi, eroi ecc...)

☒ LE IMMAGINI FISSANO GLI EVENTI NELLA MEMORIA

Es. Nelle chiese le storie narrate nella Bibbia e nel Vangelo vengono dipinte sulle pareti. Il racconto è costruito con immagini e scritte. Le immagini sono costruite per rendere il racconto comprensibile. Si usano codici di colore, i personaggi vengono rappresentati in modo da renderli riconoscibili. I personaggi sono riconoscibili in tutte le scene (abbigliamento, attributi, colori, fisionomia).

Le scritte (se ci sono) servono per guidare l'osservatore nella lettura dell'immagine.

LE IMMAGINI VENGONO COSTRUITE

L'immagine viene costruita in base al messaggio che deve essere comunicato/al racconto.

Il pittore sceglie **cosa** rappresentare della realtà. Mette in evidenza alcuni elementi, ne omette altri, esaspera alcuni caratteri, elimina quello che confonde.

Es. anche nella comunicazione contemporanea si fa questo: le foto vengono rielaborate, i difetti eliminati con Photoshop, le luci modificate ecc...

Il pittore sceglie **come** rappresentare la realtà. Decide se la scena è immobile o è dinamica, se ci sono solo i personaggi principali o anche quelli secondari ecc...

LE IMMAGINI CI CONVINCONO PERCHE' SONO SINTETICHE: FANNO RIFERIMENTO A VALORI/IDENTITA'

NELLA PUBBLICITA' LE IMMAGINI DA SOLE NON BASTANO

COMUNICAZIONE E LINGUAGGIO VISIVO

IMMAGINI E SCRITTE

NELLA PUBBLICITA' CONTEMPORANEA LE IMMAGINI FOTOGRAFICHE VENGONO MANIPOLATE