
COMUNICAZIONE

Se urli non ti fai capire

di Gianni Bianco

«Se urli non ti capisco!». Quante volte abbiamo ripetuto (o ci siamo sentiti dire) questa frase, quando una conversazione amichevole stava per degenerare in rissa verbale. Un estremo messaggio lanciato all'interlocutore sperando che, abbassando i decibel e attutendo la forza d'urto di alcune espressioni, si potesse tornare a comunicare, ovvero a far partire e arrivare informazioni corrette e correttamente comprese.

«Se gridate, a casa non capiscono nulla», ripetono anche i conduttori dei talk show, impegnati a riportare ordine tra gli ospiti, convinti che nei salotti tv esca vincitore solo chi riesca a mandare al tappeto l'avversario politico, a colpi di invettive e insinuazioni, brandendo come clave l'insulto e l'urlo.

Una questione di buon senso e di buona educazione, si direbbe, prima ancora che di psicologia della comunicazione. Ma lì dove non è riuscito monsignor Della Casa adesso ci prova il web. È infatti uno studio americano condotto su Internet a riabilitare una categoria a rischio estinzione: quanti espongano civilmente il proprio pensiero. Gli studiosi dell'università di Madison in Wisconsin hanno fatto leggere un articolo di fisica nucleare (postato su un blog) a due gruppi di seicento persone. I ricercatori avevano però fatto seguire a quello scritto, commenti pesanti e aggressivi (per il primo gruppo), civili e ragionevoli (per il secondo). Così facendo hanno scoperto che quanti si sono trovati davanti a reazioni dure e violente finivano per travisare il testo, chi invece aveva letto opinioni espresse in maniera più garbata, aveva compreso correttamente il senso dello scritto di partenza.

Chi urla ha dunque la sensazione immediata d'essere sentito di più, ma alla lunga finisce per essere ascoltato di meno. Una lezione istruttiva dopo una campagna elettorale che per la prima volta è stata combattuta anche e soprattutto sul web, scambiato non per una agorà ma per un ring. Abbiamo visto rifilare offese e colpi sotto la cintola, senza però che molti elettori comprendessero la cosa più importante: quali fossero i programmi di ciascuno per cambiare l'Italia. ■