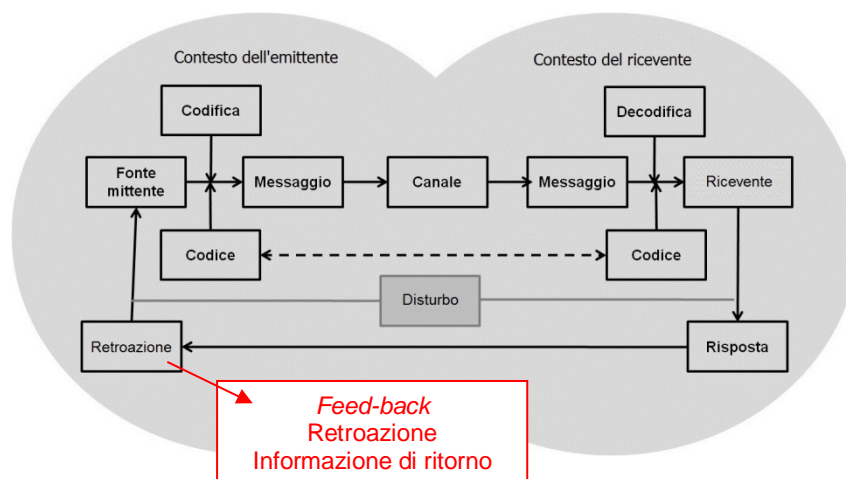


# SPICOLOGIA BIBLICA LA COMUNICAZIONE L'informazione di ritorno

di GIANNI MONTEFAMEGLIO

A conclusione del nostro esame del ciclo comunicativo, rimane da dire qualcosa sulla retroazione, l'informazione di ritorno, tecnicamente chiamata *feed-back*.



Con il *feed-back* la comunicazione risulta completa. Si tratta di un messaggio di ritorno che il "ricevente" dà all'"emittente" a conferma, permettendo all'"emittente" di verificare che il suo messaggio è stato recepito. Nel contempo gli consente di prevedere il seguito che la comunicazione può avere. Vediamo subito un esempio pratico di *feed-back*, poi lo approfondiremo.



L'“emittente”, sulla sinistra, sta parlando. Mentre lui parla, il “ricevente” gli dà dei messaggi di ritorno. Possono essere delle brevi parole o delle emissioni di voce, come *mmm*. Questi sono i *feed-back*. Sono dei regolatori. Chi parla ha la conferma che l'altro ascolta e lo segue, e chi li emette regola la sua emotività, mantenendo l'equilibrio. Ricevendo dei *feed-back*, chi parla si orienta anche su come proseguire.

Si possono inviare anche dei *feed-back* non verbali. Ecco alcuni esempi:



L'omino a destra sta dando un *feed-back* non verbale. La sua espressione indica perplessità. Dopo questo *feed-back* è improbabile che il suo interlocutore continui a sorridere.



Qui, come *feed-back* c'è un gesto che parla da solo.



Anche qui i “messaggi di ritorno” alle invettive, non verbali, hanno un significato evidente.



I messaggi di risposta – i *feed-back* – non verbali, sono impiegati anche nei messaggi telefonici:



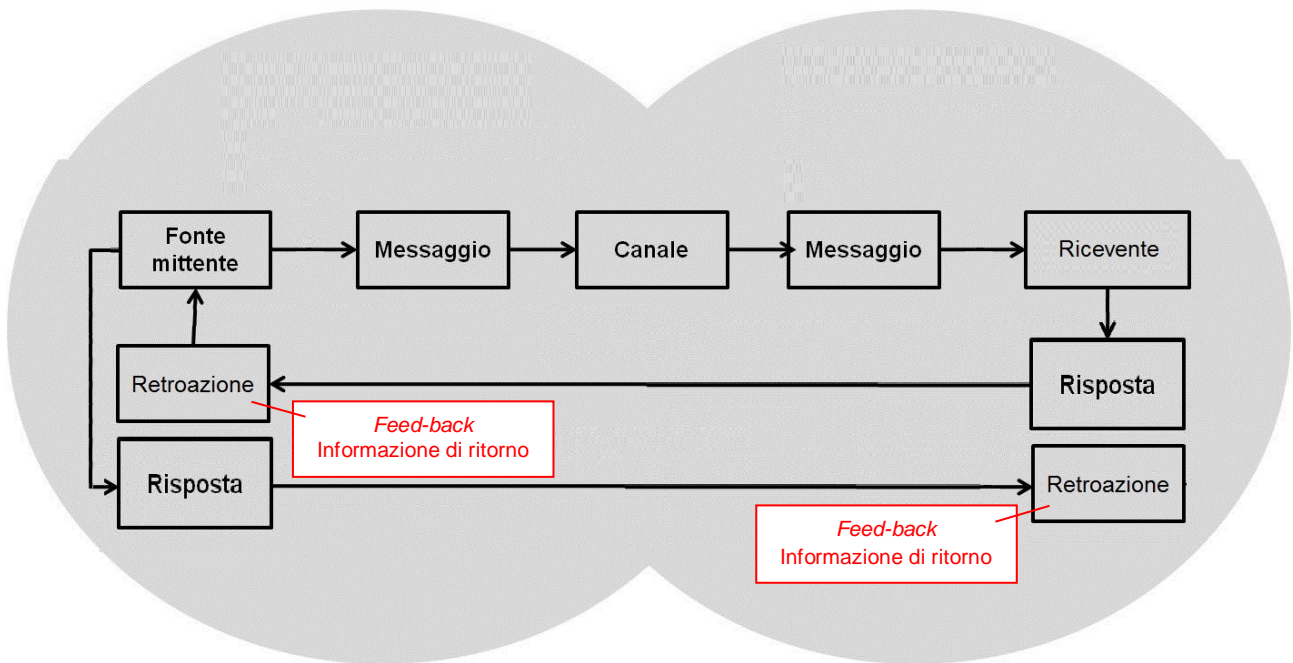
Se ci si fa caso, durante una telefonata si susseguono come dei mugolii (*mm*, *m-m*): sono dei *feed-back* che si inviano a chi parla per confermare la propria presenza e l'ascolto, dando nel contempo la possibilità a chi li emette di regolare le proprie emozioni. Se si vuole mandare in crisi chi ci parla al telefono, basta smettere di colpo di inviargli *feed-back*. La persona, appena si accorge di non ricevere più *feed-back*, si allarma e va in apprensione.



Pronto ... ci sei? ...  
Pronto! ... Ma ci sei? ... Pronto!!

dei *feed-back* che si inviano a chi parla per confermare la propria presenza e l'ascolto, dando nel contempo la possibilità a chi li emette di regolare le proprie emozioni. Se

Con il *feed-back* l'interlocutore può comunicare assenso, dissenso, rifiuto, incomprendimento, reazioni emotive. La modalità del *feed-back* può essere verbale oppure non verbale. Nella dinamica continua della comunicazione, in una conversazione tra due persone si instaura una circolarità: avviene un interscambio continuo di *feed-back* tra i due. Chi lo riceve ne manderà quindi a sua volta al suo interlocutore. Il nostro schema comunicativo va quindi ampliato così:



Se durante la nostra vita quotidiana facciamo caso alle azioni di risposta delle persone, scopriremo molti tipi di *feed-back*. Come, ad esempio: gli sbadigli di chi partecipa a una riunione, l'espressione facciale di chi legge un annuncio su una bacheca, ciò che provoca una telefonata che non arriva, e così via. Questi *feed-back* sono non verbali. Non sarà difficile, facendoci caso, individuare anche quelli verbali, sia negli altri che in noi stessi.

I *feed-back* possono essere suddivisi – per ciò che riguarda l'“emittente” – in *feed-back* di controllo e in *feed-back* di risposta.

Il *feed-back* di controllo è quello che consente all'“emittente” di valutare ciò che dice. Gli arriva da sé stesso. Esempi: ascoltandosi (tono della voce, ritmo del linguaggio), rileggendo ciò che ha scritto, riassumendo ciò che ha detto.

Il *feed-back* di risposta gli arriva invece dal suo interlocutore e perciò riguarda gli effetti del messaggio dopo che è arrivato a destinazione. Con questo tipo di *feed-back* l'“emittente” può essere informato che il suo interlocutore non prende in considerazione ciò che gli viene detto oppure non ha recepito bene il messaggio oppure non ne ha gradito il tono. Di fronte a queste reazioni può allora ritenere chiusa la comunicazione oppure capire che ha sbagliato il canale comunicativo e/o il codice oppure che ha scelto una modalità relazionale sbagliata.

A conclusione, diciamo qualcosa sulla comunicazione *simbolica*. Con *simboli* intendiamo gli elementi che si riferiscono all'emotività e all'effettività, a differenza dei *segni* che sono invece gli elementi che danno invece alla comunicazione il loro aspetto razionale, cosciente e voluto.

Vediamo un esempio tratto dalla Bibbia:

“Ecco un etiope, eunuco e ministro di Candace, regina di Etiopia, sovrintendente a tutti i tesori di lei, era venuto a Gerusalemme per adorare, e ora stava tornandosene, seduto sul suo carro, leggendo il profeta Isaia. Lo Spirito disse a Filippo: «Avvicinati e raggiungi quel carro». Filippo accorse, udì che quell'uomo leggeva il profeta Isaia, e gli disse: «Capisci quello che stai leggendo?» Quegli rispose: «E come potrei, se nessuno mi guida?». E invitò Filippo a salire e a sedersi accanto a lui”. - At 8:26-31.



Tra i due segue una lunga conversazione: “Filippo prese a parlare e, cominciando da questo passo della Scrittura, gli comunicò il lieto messaggio di Gesù” (v. 35). Ciò che disse Filippo e il suo modo di dirlo, spiegando la Bibbia, produsse gli effetti narrati ai vv. 36-38: “Giunsero a un luogo dove c'era dell'acqua. E l'eunuco disse: «Ecco dell'acqua; che cosa impedisce che io sia battezzato?» ... Fece fermare il carro, e discesero tutti e due nell'acqua, Filippo e l'eunuco; e Filippo lo battezzò”.



Ora s'immagini più o meno la stessa scena, ma oggi. Diciamo che c'è una persona



desiderosa di conoscere il messaggio biblico. Immaginiamo una signora seduta in una sala d'attesa che sta leggendo una Bibbia che le hanno regalato. Un ministro di culto, laureato in teologia, vede la scena e nota che la Bibbia è nuova, che ha le pagine intonse. Si avvicina e con modo garbato attacca bottone. Lei è contenta di avere lì qualcuno tanto preparato e lo invita a parlare. Lui inizia a parlare di ermeneutica e di esegesi, parole che lei non ha mai sentito. Lui ce la mette tutta, perché desidera sinceramente aiutarla, ma tratta con lei come se avesse davanti degli studenti di Scienze Bibliche all'ultimo anno di università. Alla fine le domanda se è tutto chiaro.

Che potrebbe mai rispondere la malcapitata? Probabilmente gli dirà un timido sì, ringraziandolo e non vedendo l'ora che se ne vada. Chissà poi se aprirà la Bibbia di nuovo.

La comunicazione è miseramente fallita. Che cosa è successo? Lui ha commesso tutta una serie di errori. Ha usato solo dei *segni* ovvero quegli elementi che danno alla comunicazione il loro aspetto razionale, cosciente e voluto. Non ha invece impiegato i *simboli* ovvero quegli elementi che si riferiscono all'emotività e all'effettività.

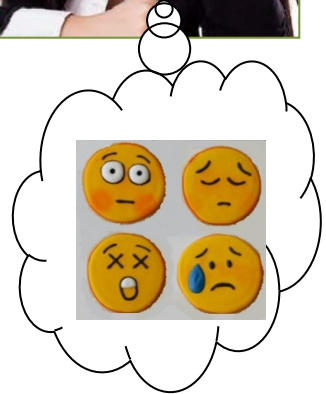
Questo difetto è riscontrabile ogni qualvolta da un podio religioso l'oratore, sebbene preparato, fa ricorso unicamente alla mente trascurando il cuore.



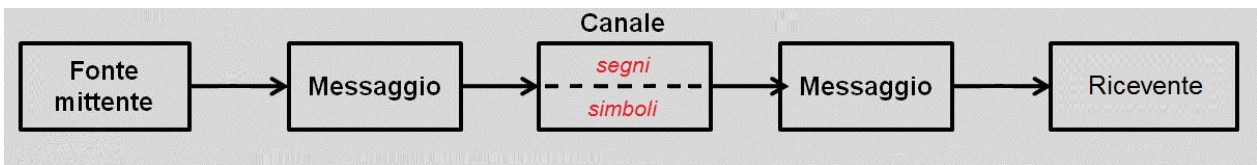


“Il brano della Bibbia che stava leggendo era questo: «Come una pecora fu condotto al macello, e come un agnello che tace dinanzi a chi lo tosa, così egli non aprì bocca. È stato umiliato ma ottenne giustizia. Non potrà avere discendenti, perché con violenza gli è stata tolta la vita». Rivoltosi a Filippo l'eunuco disse: «Dimmi, per piacere: queste cose il profeta di chi le dice, di se stesso o di un altro?». Allora Filippo prese la parola e cominciando da questo brano della Bibbia gli annunciò che era Gesù”. - At 8:32-35, TILC.

“È dal manoscritto 1QIs<sup>a</sup> (devi sapere che “a” si scrive come esponente) che ... Inoltre, l'analisi filologica di *Isaia* ha dimostrato che ... Sebbene alcuni esegeti asseriscano che ... non possiamo trascurare il *Testo Masoretico* da cui si vince che ... Per ultimo, ma non ultimo, c'è da aggiungere la questione delle varianti”.



Possiamo così meglio schematizzare la strutturazione del canale comunicativo:



Va evidenziato che il sotto-canale dei *simboli* (costituito dagli elementi che si riferiscono all'emotività e all'effettività) è molto più veloce di quello dei *segni* (costituito dagli elementi che danno alla comunicazione il loro aspetto razionale, cosciente e voluto).

Nell'esempio della donna che subisce la lezione biblica, lei è ben presto condizionata nel suo processo di “decodificazione” del messaggio. In lei infatti si sviluppa un'ansia indotta dal ritmo incalzante del saccente biblista. Se poi alla fine lui chiede se ha capito, ciò le dà la mazzata finale.

Questa riflessione ci mostra che nella comunicazione interpersonale contano l'efficacia e l'efficienza e, se il termine non appare troppo grossolano, di produttività.

- ✚ L'*efficacia* di una comunicazione è data dal rapporto tra il risultato conseguito e l'obiettivo prefissato;
- ✚ L'*efficienza* è data dal livello complessivo di ansia e di disagio vissuto dalle persone coinvolte;
- ✚ La *produttività* di una comunicazione è data dal rapporto che si instaura tra efficacia ed efficienza.

Appare allora evidente che la comunicazione deve raggiungere un certo livello di efficacia, al di sotto del quale la comunicazione non avrebbe più senso. Nel contempo non deve oltrepassare un certo livello di ansia e disagio, perché oltre questo entra in gioco un'emozionalità tale da invalidare l'efficacia stessa del messaggio.

Infine, l'uso o meno di *feed-back* ci permette di mettere in risalto che la comunicazione può essere a una oppure a due vie.

- La comunicazione a una via è quella in cui c'è unicamente il passaggio di informazioni dall'“emittente” al “ricevente”, senza la presenza di *feed-back*. Esempi: un annuncio fatto in TV o alla radio, una comunicazione apposta in bacheca, un ordine categorico di un superiore. In questi casi chi emette il messaggio non riceve risposte.
- La comunicazione a due vie implica invece la presenza di *feed-back* e quindi la verifica tra chi parla e il suo interlocutore.

Comunicazione a una via		Comunicazione a due vie	
	Esempi		Esempi
Messaggio semplice	Il battezzatore dice alle folle poche parole, in modo schietto. – <i>Lc 3:7-9</i> .	Messaggio complesso	Il colloquio dell'angelo Gabriele con Miryàm è articolato. – <i>Lc 1:26-33</i> .
Obiettivo predeterminato	Yeshùà porta tre dei suoi su un alto monte. - <i>Mt 17:1-9</i> .	Obiettivo fissato <i>in itinere</i>	Yeshùà intuisce il pensiero dei suoi ed entra in merito. – <i>Mt 16:5-12</i> .
Molti ascoltatori	Con le folle Yeshùà usa poche parole, senza colloquio. – <i>Mt 14:14-22</i> .	Pochi ascoltatori	Yeshùà discorre con i suoi che gli rispondono. – <i>Mt 16:13-18</i> .
Relazione autoritaria	“Ho sotto di me dei soldati; e dico a uno: «Va'», ed egli va”. - <i>Mt 8:9</i> .	Relazione partecipativa	Conversazione di Yeshùà con una samaritana. – <i>Gv 4:7-26</i> .
Comando	Erode comanda a una sua guardia di decapitare il battezzatore. - <i>Mr 6:27</i> .	Interscambio	“Io non vi chiamo più servi ... ma vi ho chiamati amici”. – <i>Gv 15:15</i> .
Dipendenza	I servi lavano i piedi agli ospiti, senza scambi comunicativi. – <i>Gn 18:4</i> .	Interdipendenza	“Voi dovete lavare i piedi gli uni agli altri ... vi ho dato un esempio”. - <i>Gv 13:14,15</i>
Componenti emotive trascurate	“Dico ... «Vieni», ed egli viene; e al mio servo: «Fa' questo», ed egli lo fa”. - <i>Mt 8:9</i> .	Componenti emotive recepite	“Egli disse loro: «Venitevene ora in disparte, in un luogo solitario, e riposatevi un poco». - <i>Mr 6:31</i> .
Tempi brevi	“Egli disse: «Portatemi una scodella nuova, e mettetevi del sale». Quelli gliela portarono”. - <i>2Re 2:20</i> .	Tempi ampi	Yeshùà dà disposizioni per preparare la celebrazione della Pasqua con i suoi apostoli. – <i>Lc 22:7-13</i> .
Percezione oltre il reale	Pietro scambia per reale l'apparizione di Mosè e di Elia. – <i>Mt 17:4</i> .	Percezione meno del reale	Una donna si prende cura di Yeshùà come se gli altri non ci fossero. - <i>Lc 7:37,278</i> .
Nessuna Conflittualità *	“Alzatevi, andiamo via di qui” ( <i>Gv 14:31</i> ). Non c'è scambio comunicativo. I discepoli ubbidiscono e seguono Yeshùà.	Possibile conflittualità	Yeshùà comunica che vuol tornare in una zona pericolosa. Tommaso replica: “Andiamo anche noi, per morire con lui!”. - <i>Gv 11:16</i> .

\* al momento della comunicazione