

PAROLA D'ONORE

LA LEGGENDA DEL 7%

di Arshad Moscojiuri

Quanto conta davvero la parola, cioè il linguaggio verbale, nella comunicazione? Se stai già rispondendo che vale il sette per cento, mentre il restante 93 appartiene al non verbale e al paraverbale, parliamone un momento. Questa credenza si è infatti insinuata da anni tra le nostre informazioni, svicolando le griglie del buon senso, della capacità critica e della corretta citazione delle fonti. Insomma, è il frutto di un equivoco che, fa sorridere, si è propagato proprio grazie al linguaggio verbale.

Tutto deriva da uno studio condotto nel 1967 da uno psicologo statunitense, Albert Mehrabian, che lo pubblicò poi nel 1972 nel suo libro *Nonverbal Communication*. Soltanto che, in verità, non affermava che nella comunicazione il verbale contasse così poco.

Albert Mehrabian trasse la conclusione secondo cui gli aspetti non verbali (i movimenti del corpo, la postura, la gestualità, le espressioni e le microespressioni facciali) e paraverbali (tono della voce, ritmo, velocità di parlata) della comunicazione hanno una grande importanza nel veicolare i messaggi che esprimiamo ogniqualvolta ci troviamo a dialogare con uno o più interlocutori.

Lo psicologo americano condusse due esperimenti distinti. Il primo, condotto insieme a Morton Wiener, consisteva nel far leggere a uno speaker una serie di parole con un tono di voce non coerente (congruo) con il significato delle parole stesse. In questo modo i due studiosi intendevano scoprire se fosse più importante il contenuto del messaggio o il tono di voce utilizzato. A due soggetti femminili venne chiesto di leggere nove parole (tre positive, tre neutrali e tre negative) ognuna con tre differenti tonalità (positiva, neutrale e negativa). Le parole vennero registrate e fu chiesto a tre gruppi di 10 soggetti ciascuno di ascoltare la registrazione e identificare l'atteggiamento dell'oratore. Il primo gruppo doveva prestare attenzione solo al contenuto del messaggio, il secondo solo al tono di voce e il terzo ad entrambi. I risultati indicarono che i giudizi relativi a messaggi composti da una sola parola pronunciata con intonazione erano basati principalmente sul tono di voce. Il secondo esperimento di Mehrabian, condotto questa volta con Susan Ferris, riguardava ancora il modo in cui giudichiamo i sentimenti di un oratore, ma questa volta mettendo a confronto l'importanza del tono di voce rispetto a quella dell'espressione facciale. L'influenza dell'aspetto verbale venne minimizzata al massimo scegliendo una parola il più possibile neutrale: "forse". Questa volta vennero utilizzati tre speaker, ognuno dei quali pronunciava il termine "forse" in tre modi differenti. Alle tre diverse registrazioni vennero poi affiancate tre diverse espressioni facciali. Mehrabian e Ferris ritennero di poter trarre da questo esperimento la conclusione secondo cui quando giudichiamo l'atteggiamento di un oratore, la sua espressione facciale è circa 1,5 volte più importante del tono di voce impiegato.

Al termine del documento nel quale venivano spiegati i risultati di questo esperimento, Mehrabian e Ferris tentarono di integrare le evidenze di entrambi gli studi condotti, arrivando ad affermare che l'influenza della comunicazione paraverbale e non verbale sull'ascoltatore è pari rispettivamente al 38 e al 55%,

mentre l'aspetto verbale incide solo per il 7%. Un risultato all'apparenza così rigido e contro-intuitivo veniva in realtà immediatamente limitato nel suo campo di applicabilità dallo stesso Mehrabian, che subito dopo la pubblicazione dei risultati degli esperimenti precisava che queste percentuali derivano da esperimenti riguardanti la comunicazione di sentimenti e di atteggiamenti e che non erano pertanto applicabili a contesti diversi e più complessi.

Fin dalla sua formulazione, la teoria di Mehrabian è stata oggetto di numerose critiche da parte della comunità scientifica. Allo psicologo americano veniva rimproverata da un lato l'estrema artificialità del contesto in cui gli esperimenti furono condotti e dall'altro l'eccessiva semplicità del modello di comunicazione su cui gli esperimenti stessi erano basati. Nessuno contestò il bassissimo numero di volontari testati, che è davvero insignificante.

Le critiche però non vanno tanto a Mehrabian, quanto piuttosto a chi ha abusato dei risultati dei suoi esperimenti traendone conclusioni più ampie di quelle realmente esemplificate dallo psicologo. Benché infatti Mehrabian abbia sottolineato più volte che i risultati della sua ricerca possono essere considerati validi solo a condizione che l'oratore pronunci una sola parola, il suo tono di voce sia in contraddizione con il significato della parola stessa, il giudizio dell'interlocutore sia relativo solo ai sentimenti di chi parla, "l'equazione 7-38-55" è ancora oggi utilizzata in maniera alquanto disinvolta da formatori e consulenti per la comunicazione, senza tenere conto delle limitazioni che il ricercatore aveva precisato. In una lettera indirizzata nel 2002 a Max Atkinson, Mehrabian stesso evidenziava con rammarico il frequente fraintendimento delle sue teorie: *«Sono ovviamente scontento dalle citazioni errate del mio lavoro. Fin dall'inizio ho cercato di fornire le corrette limitazioni delle mie scoperte. Purtroppo, il settore dei sedicenti consulenti dell'immagine e della leadership ha molti "praticanti" con pochissima esperienza psicologica»*.

Qual è dunque la percentuale che si può attribuire al linguaggio verbale?

Forse la comprensione migliore è quella che l'essere umano è un sistema complesso, poco riducibile a formule e percentuali rigide. Considerare il linguaggio verbale significa considerare un'umanità in costante evoluzione che, negli ultimi decenni, sperimenta balzi di modalità comunicative impressionanti.

L'uso dei social, dei cellulari e della messaggistica in genere, audio o scritta, sicuramente sta spostando l'ago della bilancia in maniera sensibile. A conti fatti, ci basti per ora osservare che il linguaggio verbale, ovvero il contenuto della comunicazione, è senz'altro molto meno incisivo di tutto il resto che forma la comunicazione stessa. Il linguaggio verbale fatica però a condividere le emozioni, e non bastano le emoticon a sollecitare l'empatia. I nuovi scenari che si aprono per la comunicazione dell'essere umano sono fluidi e soggetti a cambi veloci, e il vero rischio non è la percentuale che riveste la parte verbale, ma come riuscire a coltivare e approfondire quella empatica. Altrimenti, vivremo in un mondo popolarissimo e costantemente connesso, dove tutti si sentono costantemente soli.