



# **DIALOGUE LAB**

Il Gioco Dell'etica Della Comunicazione Dialogica



DIACOMET



UNIVERSITY OF TARTU

# DIALOGUE LAB

Il Gioco Dell'etica Della Comunicazione Dialogica

## **Dialogue Lab**

Il Gioco Dell'etica Della Comunicazione Dialogica

Il gioco da tavolo "Dialogue Lab" di Diacomet ha ricevuto finanziamenti dal programma di ricerca e innovazione Horizon Europe dell'Unione Europea, nell'ambito della convenzione di sovvenzione n. 101094816.

Le opinioni espresse in questo documento sono esclusivamente quelle degli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione Europea o dell'Agenzia esecutiva europea per la ricerca. Né l'Unione Europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili per tali opinioni.

## **Autori**

Ideazione del gioco e metodologia: Professoressa Halliki Harro-Loit, Dottoressa Mari-Liisa Parder, Marten Juurik (Centre per l'Etica, Università di Tartu)

Gruppo di lavoro per lo sviluppo dei casi presso il Centro per l'Etica, Università di Tartu: Tobias Pilv, Kaisa-Maris Hagel, Kertu Rajando, Laura Lilles-Heinsar, Triin Paaver

Contributi dei partner Diacomet allo sviluppo dei casi di gioco: Kristina Juraitė (VMU), Mari-Liisa Parder (UTARTU), Eglė Gerulaitienė (VMU), Inesa Bunevičienė (VMU), Halliki Harro-Loit (UTARTU), Christina Krakovsky (OEAW), Marina Lindmeyr (OEAW), Elina Tolonen (TAU), Heikki Heikkilä (TAU), Marko Milosavljević (UL), Romana Biljak Gerjevič (UL), Rijk van den Broek (HU), Bessie Slagt (HU), Sophie Duvkot (HU), Erik Uszkiewicz (HES), Eszter Hadnagy (HES), Laura Amigo (USI)

Formulazione dei principi per una comunicazione favorevole al dialogo: Halliki Harro-Loit, Epp Lauk, Maren Juurik, Mari-Liisa Parder, Tobias Eberwein, Marie Rathmann

Editing: Mari-Liisa Parder, Laura Lilles-Heinsar

Revisione Linguistica: Jaq Greenspon (VMU)

Correzione bozze: Kertu Rajando, Carmen Helene Raudmets, Tobias Pilv, Kaisa-Maris Hagel, Triin Paaver, Lilles-Heinsar

Foto di copertina e design degli avatar: Britten Dortmans

Progettazione grafica e impaginazione: Kertu Rajando

ISBN 978-9985-4-1508-5 (PDF)

ISBN 978-9985-4-1505-4 (print)

Editore: Centro per l'Etica, Università di Tartu

© Università of Tartu, 2026

## **Indice**

Introduzione

Istruzioni per il gioco da tavolo

Casi dimostrativi per l'introduzione

LIBRO 1: Casi per giornalisti ed esperti di comunicazione

LIBRO 2: Casi per rappresentanti delle organizzazioni

LIBRO 3: Casi per l'istruzione superiore

LIBRO 4: Casi per le scuole

Feedback

Il significato delle combinazioni di colori

Principi per una comunicazione favorevole al dialogo

Dialogue Lab è disponibile anche online su <https://diacomet.eu/games>.

Scansiona il codice QR per accedervi direttamente.



Abbreviazioni delle organizzazioni partner di Diacomet:

## Introduzione

### Laboratorio del Dialogo

L'obiettivo del gioco è imparare a riconoscere gli aspetti etici della comunicazione dialogica nella vita quotidiana.

### Quando e perché è necessario il dialogo?

La comunicazione dialogica è importante per sostenere una cultura della discussione e della partecipazione, così come per favorire buone relazioni tra le persone: nelle famiglie, nelle comunità professionali, nelle organizzazioni, nella società e tra i Paesi. Tuttavia, la comunicazione dialogica non è appropriata in ogni situazione. Per esempio, in una situazione di crisi è piuttosto necessaria una comunicazione chiara e unidirezionale, che aiuti le persone ad attraversare la situazione in sicurezza, con il minor danno possibile. Anche in molte situazioni di apprendimento vi è una notevole quantità di istruzione unidirezionale; allo stesso modo, il dialogo potrebbe non essere la forma dominante negli incontri informativi.

Pertanto, la comunicazione dialogica è necessaria soprattutto quando lo scopo della comunicazione è essere compresi e riconosciuti, deliberare, discutere, raggiungere accordi, cooperare, dare e ricevere feedback, costruire e sviluppare relazioni.

### Quadri normativi di una buona cultura della discussione

Un approccio normativo risponde alla domanda: come dovrebbe essere? In altre parole, dobbiamo chiederci quali condizioni debbano essere garantite nella società — attraverso l'educazione, le leggi, l'autoregolamentazione e la cultura — affinché le persone siano motivate a impegnarsi per una buona cultura comunicativa e per il dialogo. Affinché le norme su ciò che è giusto e sbagliato siano comprensibili a molte persone, di solito si concorda un codice di buone pratiche: valori e principi che vengono inseriti nei codici di condotta.

**L'etica della comunicazione dialogica** è quindi una questione trasversale nella società: riguarda tutte le professioni, tutti i settori e la comunicazione tra gruppi e individui. Nell'ambito di Diacomet, abbiamo formulato sei aree della buona comunicazione dialogica e le relative linee guida di comportamento ( si veda appendice alla fine del documento).

Lo sviluppo di una cultura dell'etica della comunicazione dialogica nella società presuppone che gli individui possiedano competenze sia etiche sia comunicative.

La competenza etica inizia con la capacità di riconoscere le dimensioni e le scelte etiche presenti nelle situazioni quotidiane. Il serious game "Dialogue Lab" offre un'opportunità per coltivare la capacità di individuare dilemmi etici della comunicazione e di impegnarsi in una riflessione critica e in una deliberazione su tali situazioni nei contesti della vita quotidiana. Il gioco sostiene inoltre lo sviluppo delle abilità necessarie per articolare e giustificare decisioni etiche.

### **Di cosa si compone il gioco?**

Il gioco educativo "Dialogue Lab" è composto da narrazioni costruite attorno a situazioni di vita reale, che coinvolgono solitamente due o tre personaggi. Ogni storia è presentata dal punto di vista di due personaggi che occupano ruoli diversi, perseguono obiettivi diversi e possiedono informazioni leggermente differenti sulla situazione.

Un elemento centrale dell'etica della comunicazione dialogica è la capacità di "mettersi nei panni dell'altra persona". Questo aiuta a comprendere che non tutte le circostanze rilevanti possono essere conosciute e che fare domande prima di giudicare può essere più appropriato. Porre domande è un'abitudine costruttiva che può prevenire molti conflitti comunicativi. Perciò, "Dialogue Lab" sviluppa anche la capacità del giocatore di riconoscere i bisogni altrui nelle situazioni comunicative. La struttura a doppia prospettiva costituisce il secondo elemento chiave del gioco.

Il terzo elemento consiste in cinque possibili risposte alla situazione presentata nella storia dal punto di vista di una delle parti coinvolte. In alcuni casi, il personaggio è direttamente coinvolto in un conflitto comunicativo; in altri, è un osservatore che deve decidere se e come intervenire: in quale misura, in che modo e in quale momento.

Le risposte si basano su profili sviluppati dal Centro per l'Etica dell'Università di Tartu, ciascuno fondato su una diversa teoria morale: il deontologo, l'utilitarista, l'egoista etico, il pragmatico orientato alla relazione e l'etico della cura.

Ai fini di "Dialogue Lab", questi profili sono stati costruiti per descrivere scelte e reazioni che emergono specificamente nei contesti comunicativi.

Nessuna delle cinque risposte è interamente positiva; allo stesso modo, nessuna risposta viola esplicitamente i principi dell'etica della comunicazione. Le opzioni non includono manipolazione, menzogna o comportamenti offensivi. In alcune

narrazioni, un personaggio può usare tecniche manipolative; in questi casi, l'obiettivo è aiutare i giocatori a riconoscere tali strategie e a riflettere sulla risposta più appropriata. Molte persone hanno vissuto situazioni in cui, ore dopo un conflitto, pensano: "Avrei dovuto dire questo...".

Il quarto elemento di "Dialogue Lab" sono gli avatar, centrali per la meccanica del gioco. Il gruppo costruisce un avatar condiviso attraverso il consenso. La costruzione si basa sull'assemblaggio di tessere di puzzle, in cui ogni risposta corrisponde a un colore specifico. Ogni avatar è composto da sei pezzi, ciascuno dei quali rappresenta una decisione presa durante il gioco: tre casi, ciascuno con due storie, per un totale di sei decisioni.

Ogni pezzo è numerato, permettendo ai giocatori di rivedere quali colori hanno scelto individualmente e collettivamente in situazioni specifiche. L'avatar del gruppo può includere pezzi grigi, che indicano una mancanza di consenso. Essi rappresentano situazioni in cui le scelte di valore relative all'etica della comunicazione differivano in modo così sostanziale da non permettere il raggiungimento di un accordo.

Il quinto elemento è il feedback, in cui l'esito del gioco viene analizzato in base ai colori, cioè scelte etiche, che dominano l'avatar e a quelli meno rappresentati. È importante sottolineare che gli avatar non rappresentano i singoli giocatori; indicano piuttosto quali scelte etiche della comunicazione sono risultate dominanti nelle risposte di un determinato gruppo ai casi.

La nostra designer degli avatar, Britten Dortmans, ha creato gli avatar del gioco da tavolo ispirandosi a elementi mitologici e visualizzando i tratti distintivi di ciascun tipo. Alla fine del libretto, ogni descrizione tipologica è accompagnata dall'immagine del relativo avatar.

Gli avatar possono essere molto diversi nei colori, talvolta includendo tutti quelli disponibili. Questo spesso indica che i giocatori sono pensatori etici situazionali, che percepiscono ogni scenario costruito come unico. Possibili interpretazioni delle palette di colori sono fornite nella sezione finale di questo libretto.

In sintesi, il gioco educativo "Dialogue Lab" mira ad aiutare i giocatori a riconoscere le scelte etiche nelle situazioni comunicative quotidiane, a diventare più consapevoli delle proprie competenze comunicative e a immaginare meglio i bisogni degli altri nell'interazione. La versione da tavolo del gioco cerca inoltre di avviare e sostenere una discussione interpersonale su ciò che occorre notare

nelle narrazioni. Tale dialogo facilita un'analisi situazionale approfondita, poiché ascoltare gli altri aiuta a rivelare dettagli che altrimenti potrebbero passare inosservati. Favorisce inoltre la comprensione di come persone diverse giustificano le proprie scelte.

La comunicazione è come l'aria: tutti la usano, ma la si nota solo quando una comunicazione efficace è assente e sorgono conflitti. Quando il conflitto è già presente, discutere della comunicazione stessa diventa spesso difficile. Come si può dire a un superiore che non ha ascoltato e che questo ha ridotto la propria disponibilità a collaborare? Forse non ricorda più l'interazione o le osservazioni che hanno causato disagio, o la riunione in cui ha frainteso le tue parole.

Le narrazioni del gioco sono strutturate per quattro gruppi target: giornalisti e professionisti della comunicazione; dipendenti di varie organizzazioni; personale e studenti dell'istruzione superiore; personale e studenti delle scuole di istruzione generale.

Prof.ssa Halliki Harro-Loit

Istituto di Studi Sociali, Università di Tartu

Dott.ssa Mari-Liisa Parder

Centro per l'Etica, Università di Tartu

# Istruzioni per il gioco da tavolo

## Come si gioca

Il gioco può essere giocato in gruppi da 2 a 6 partecipanti.

### 1. Leggere la storia

Ogni caso include due prospettive dal punto di vista dei personaggi: due visioni della stessa storia, ciascuna con il proprio dilemma. Leggete prima la prospettiva contrassegnata con "I" alla fine del titolo e completate le fasi successive prima di passare alla seconda prospettiva, cioè "titolo II".

### 2. Prendere una decisione

Dopo aver letto una prospettiva del caso, esaminate le opzioni di risposta fornite e decidete segretamente quale opzione preferite. Non esiste una sola risposta corretta: ogni opzione è ispirata a una teoria etica. Immaginatevi nella situazione del personaggio e scegliete cosa fareste.

Per confermare la scelta, collocate davanti a voi sul tabellone il gettone colorato corrispondente alla risposta selezionata, assicurandovi che gli altri giocatori non possano vedere il colore scelto.

**NB:** lo scopo di nascondere la propria scelta è ridurre al minimo l'influenza sugli altri giocatori che non hanno ancora deciso. Altrimenti, un giocatore potrebbe vedere un colore dominante nel gruppo e scegliere un'opzione con cui non è realmente d'accordo, solo per conformarsi.

### 3. Giustificazione

Una volta che tutti i giocatori hanno preso segretamente la propria decisione e hanno collocato i gettoni colorati coperti sul tavolo, i colori vengono rivelati simultaneamente. Tutti i giocatori girano i gettoni a faccia in su e inizia la fase di giustificazione.

Ogni giocatore deve spiegare perché ha fatto quella scelta. La lunghezza e il livello di dettaglio della spiegazione possono essere decisi dal giocatore. Si parla in senso orario. Con ogni nuova prospettiva, la fase di giustificazione può iniziare dal giocatore successivo nell'ordine.

Durante questa fase, è essenziale che, mentre un giocatore spiega la propria decisione, gli altri ascoltino attentamente e lascino che termini. Nell'etica della

comunicazione dialogica, l'attenzione è di grande importanza: perciò siate rispettosi e non interrompete. Dopo che tutti i giocatori hanno giustificato le proprie risposte, segue la fase di discussione.

#### **4. Discussione**

La fase di discussione è aperta e non ha limiti di tempo. I giocatori possono chiedersi chiarimenti, proporre controargomentazioni, confrontare prospettive e, in generale, deliberare sul caso e sulle opzioni di risposta.

L'obiettivo di questa fase è che il gruppo raggiunga una decisione condivisa su quale risposta sia preferibile. Qui non vale la preferenza della maggioranza: tutti i giocatori devono concordare sulla scelta, cioè deve essere raggiunto il consenso. Se, dopo la discussione, tutti i giocatori concordano sulla stessa risposta, al centro del tabellone viene collocato un pezzo dell'avatar corrispondente al colore selezionato. Se non si raggiunge il consenso, al centro viene collocato un pezzo grigio dell'avatar.

**NB:** non raggiungere il consenso, cioè ottenere un pezzo grigio dell'avatar, non significa fallire. Le persone reagiscono alle situazioni in modi diversi e spesso hanno giudizi di valore fundamentalmente differenti riguardo allo stesso caso. Questo non significa che il dialogo tra tali persone sia impossibile. Al contrario, attraverso il dialogo il gruppo può concludere che risolverebbe la situazione in modi diversi: anche questo è un risultato pienamente accettabile.

#### **5. Costruire l'avatar**

Il gruppo costruisce il proprio avatar.

Ogni pezzo dell'avatar è numerato e indica la sequenza delle decisioni. Un avatar completo è composto da sei pezzi, corrispondenti alla durata di una partita completa: tre casi per due prospettive. Così, alla fine di un turno completo di gioco, un pezzo dell'avatar sarà stato collocato al centro del tabellone.

#### **6. Ricominciare**

Dopo che un nuovo pezzo è stato aggiunto agli avatar, si torna alla prima fase. Questo significa leggere la seconda prospettiva del caso corrente oppure la prima prospettiva di un nuovo caso.

#### **7. Fine del gioco**

Il gioco termina quando gli avatar sono completamente costruiti. Durante una partita vengono giocati tre casi. Poiché ogni caso ha due prospettive, le fasi vengono completate sei volte in totale.

Dopo che gli avatar sono stati completati, i giocatori possono analizzare e confrontare i propri tipi decisionali utilizzando le descrizioni fornite alla fine del libretto di gioco.

## Casi dimostrativi per l'introduzione

## **LIBRO 1: Casi per giornalisti ed esperti di comunicazione**

Le norme etiche del giornalismo si sono evolute nel corso di molti decenni nelle società democratiche. Di conseguenza, giornalisti e specialisti della comunicazione sono professionisti per i quali l'esistenza di norme che regolano la comunicazione, il trattamento delle informazioni e la loro diffusione è consueta. Perché, allora, la conoscenza e l'applicazione dei principi dell'etica della comunicazione dialogica potrebbero essere utili a giornalisti e professionisti della comunicazione?

Uno dei principi centrali dell'etica giornalistica è che il giornalismo ha il dovere di servire il bisogno del pubblico di ricevere informazioni veritiere e rilevanti. In altre parole, i giornalisti sono tenuti a essere principalmente leali verso il pubblico, sebbene nella pratica quotidiana debbano anche dimostrare lealtà verso i propri pubblici, le fonti e i soggetti delle loro storie, spesso prendendo decisioni complesse sotto pressione temporale. La lealtà primaria di uno specialista della comunicazione, al contrario, è legata all'organizzazione che serve. Questa differenza genera alcune delle tensioni più significative tra questi due ruoli professionali.

L'etica della comunicazione dialogica, tuttavia, attraversa e supera i principi etici professionali sia dei giornalisti sia degli specialisti della comunicazione. Sebbene le decisioni relative alle gerarchie di lealtà rimangano importanti, esse sono secondarie rispetto ai valori fondamentali della comunicazione dialogica. L'etica della comunicazione dialogica si fonda sull'ascolto, comprese le risposte che segnalano al parlante di essere stato compreso, sull'argomentazione basata su prove e su un'interazione rispettosa in cui le asimmetrie di potere sono ridotte al minimo. Un giornalista può applicare questi valori, per esempio, quando denuncia la corruzione? Sì, perché la veridicità, la dignità umana e il rifiuto delle pratiche manipolative sono valori universali dell'etica della comunicazione.

Dalla metà degli anni Ottanta alla fine degli anni Novanta, la gestione della comunicazione ha vissuto una cosiddetta svolta dialogica, durante la quale gli approcci accademici alla comunicazione organizzativa hanno posto sempre più enfasi sulla comunicazione bidirezionale con il pubblico. Nella pratica, tuttavia, si incontrano ancora professionisti della comunicazione che si concentrano principalmente su come trasmettere il proprio messaggio a un pubblico target.

Nonostante tradizioni professionali consolidate, l'attuale ambiente di comunicazione pubblica, polarizzato e saturo di propaganda, obbliga i comunicatori professionali a riflettere più a fondo sull'etica della comunicazione quotidiana. L'etica della comunicazione dialogica offre un possibile approccio in cui il modo stesso di comunicare favorisce la coesione sociale. Essere ascoltati e compresi è di fondamentale importanza per le persone. Il pubblico non apprezza le situazioni in cui un giornalista "travolge" metaforicamente un intervistato. Allo stesso modo, un responsabile della comunicazione che, per lealtà verso la dirigenza, parla dei dipendenti anziché con i dipendenti, può contribuire involontariamente al loro allontanamento dall'organizzazione.

Basandosi su decenni di discorso accademico sui valori, sulle gerarchie di lealtà, sui principi e sui concetti dell'etica del giornalismo e della comunicazione, il progetto Diacomet ha proposto ambiti, valori e principi dell'etica della comunicazione dialogica. Essi mirano a stabilire un quadro normativo e ad articolare linee guida per ottenere risultati positivi ed evitare quelli negativi, come l'emergere di conflitti. Questi principi non sono fissi: gli utenti possono reinterpretarli e perfezionarli attraverso la pratica, soprattutto considerando l'evoluzione continua dell'ambiente comunicativo.

I principi sono formulati a livello generale e acquisiscono significato quando vengono interpretati nel contesto di casi specifici. In questo libretto abbiamo raccolto brevi narrazioni basate su casi pratici provenienti da diversi Paesi, alle quali i principi proposti possono essere applicati.

Una caratteristica distintiva dell'etica della comunicazione è che l'applicazione dei principi spesso occupa una zona grigia, in cui interpretazioni nette sono rare nelle situazioni comunicative quotidiane. In alcuni casi, tuttavia, le violazioni delle buone pratiche sono evidenti. In tali casi, decidere come rispondere diventa una scelta etica. Come si dovrebbe reagire se si è vittime? O se si è spettatori? Lo spettatore dispone di informazioni sufficienti per intervenire?

Per esempio, un passante vede un fotoreporter spostare un pacco consegnato fino al primo gradino di una casa per indurre un residente schivo a uscire abbastanza da poter essere fotografato. La persona scende i gradini per recuperare il pacco e il reporter scatta la fotografia. Il passante dovrebbe dire al reporter che questa tattica costituisce un inganno? Oppure dovrebbe scrivere dell'incidente sul proprio blog senza parlare con il giornalista?

Lo scopo di questo gioco è avviare una discussione su domande di questo tipo.

## **LIBRO 2: Casi per rappresentanti delle organizzazioni**

Il dialogo interpersonale costruttivo genera generalmente emozioni positive, poiché essere ascoltati e inclusi nelle discussioni favorisce il senso di essere membri apprezzati di un collettivo. Nella pratica, tuttavia, le organizzazioni possono dichiarare collaborazione e apertura nelle proprie mission e vision senza che tali principi si riflettano nella comunicazione quotidiana.

Per esempio, un dirigente può convocare una riunione, assegnare compiti e poi annunciare che i dipendenti devono ora iniziare a cooperare. Oppure, durante una valutazione della performance, un dipendente può proporre modifiche ai processi di lavoro; il dirigente può annuire in segno di accordo, ma nella pratica successiva il dipendente non percepisce alcun cambiamento e non riceve alcuna spiegazione sul perché le modifiche proposte non siano state attuate. In queste e in molte situazioni simili, è probabile che le persone non agiscano in malafede; piuttosto, l'assenza di dialogo spesso passa inosservata. È anche vero che il dialogo richiede sia impegno sia tempo.

I principi dell'etica della comunicazione dialogica, insieme ai casi tratti dalla vita organizzativa quotidiana presentati di seguito, aiutano gli individui a riconoscere meglio le situazioni che richiedono una decisione etica su quale soluzione comunicativa sia più appropriata in un determinato contesto

L'etica della comunicazione dialogica nelle organizzazioni dipende in larga misura dall'apertura, dalle competenze e dalla motivazione dei leader ad ascoltare i dipendenti in modo tale che essi siano realmente coinvolti nelle decisioni che li riguardano o negli ambiti in cui possiedono competenze rilevanti. Spesso dipende anche dai leader se l'uso di tecniche manipolative viene tollerato nelle riunioni, cioè se qualcuno ricorre alla manipolazione e chi presiede la riunione non interviene. In altre parole, una cultura della comunicazione dialogica all'interno delle organizzazioni richiede che ogni leader sia disposto a ricevere feedback critici, poiché ascolto, inclusione e responsabilizzazione comunicativa dei subordinati richiedono impegno e dedizione costanti.

## **LIBRO 3: Casi per l'istruzione superiore**

La conoscenza accademica è in larga misura fondata sul dialogo. Una deliberazione libera, rispettosa, onesta, analitica e critica è un presupposto per la creazione della conoscenza accademica e per l'educazione universitaria. Le università contemporanee, tuttavia, si sono allontanate da questo ideale accademico, poiché l'accelerazione del tempo sociale e i modelli di finanziamento prevalenti hanno creato condizioni in cui pubblicare idee e risultati di ricerca è spesso più vantaggioso che impegnarsi in una discussione prolungata. È vero che, con la diffusione dell'intelligenza artificiale generativa, è probabile che aumenti il bisogno di dialogo tra docenti e studenti; tuttavia, è difficile prevedere quali forme tale dialogo potrà assumere.

Le istituzioni di istruzione superiore costituiscono un ambiente comunicativo peculiare. Da un lato, operano all'interno di strutture gerarchiche, per esempio assistente, docente, professore associato, professore ordinario. Dall'altro, come osservato, l'apprendimento e la deliberazione accademica funzionano meglio in condizioni dialogiche, in cui coloro che hanno maggiore potere istituzionale hanno la responsabilità di responsabilizzare coloro che ne hanno meno. Pertanto, l'etica della comunicazione dialogica costituisce parte integrante della cultura dell'istruzione superiore, ma spetta a coloro che vi partecipano interpretarla e attuarla nella pratica quotidiana.

Questa raccolta di narrazioni etico-comunicative pensate per i contesti dell'istruzione superiore presenta una varietà di situazioni comunicative tra parti diverse: tra docente e studente, supervisore e subordinato, o studente e studente. Alcuni casi riguardano i confini della libertà accademica e i temi sensibili; altri sono direttamente collegati a situazioni che sorgono in aula.

L'etica della comunicazione dialogica si interseca anche con l'etica della ricerca. Per esempio, respinge la pratica dell'autorialità onoraria o regalata: attribuire la paternità di un lavoro in cambio di una posizione o di un favore, anziché per un contributo effettivo a un articolo. Tuttavia, se un collega ben intenzionato include, per mantenere rapporti amichevoli o evitare conflitti, il nome di una persona il cui unico contributo è stato ottenere finanziamenti, sorge una scelta etico-comunicativa. Se e come si dovrebbe dire al collega che ha violato un principio dell'etica della ricerca? Si dovrebbe restare in silenzio per preservare la relazione? Oppure segnalare la questione a un organismo responsabile del rispetto dell'etica della ricerca?

Esistono anche punti di intersezione con i principi della buona didattica e del buon apprendimento. Per esempio, dare e ricevere feedback riguarda sia la pratica pedagogica sia l'etica della comunicazione. Tradizionalmente, il feedback è anonimo, con l'obiettivo di offrire agli studenti un senso di sicurezza nell'esprimere opinioni critiche. Ma cosa accade quando uno studente abusa di questo diritto includendo commenti offensivi o affermazioni false su un docente nel proprio feedback? Per esempio, uno studente potrebbe scrivere che un docente è arrivato ripetutamente in ritardo, quando in realtà è arrivato in ritardo una sola volta e per poco. Uno dei valori fondamentali dell'etica della comunicazione dialogica è l'uguaglianza nella comunicazione. Applicare questo valore alla valutazione dei sistemi di feedback solleva la questione se il sistema assegni a studenti e docenti pari responsabilità nel garantire che ciò che viene detto o scritto sia veritiero e sostenga la dignità umana e il dialogo.

Uno degli obiettivi delle narrazioni presentate qui è invitare i giocatori a riflettere su dove finisca la buona pratica di ricerca o di insegnamento e dove inizi l'etica della comunicazione.

## LIBRO 4: Casi per le scuole

Il dialogismo è una filosofia dell'educazione che sottolinea il dialogo tra insegnante e discente come fondamento dell'insegnamento e dell'apprendimento. La tradizione della pedagogia dialogica risale ai tempi di Socrate e Platone. Oggi, quando l'insegnante non è più soltanto un trasmettitore unidirezionale di conoscenze, il dialogo significativo come strumento pedagogico è diventato sempre più importante. I principi della comunicazione dialogica sono anche incorporati nella versione aggiornata del Codice etico degli insegnanti estoni.

I valori fondamentali dell'etica della comunicazione dialogica includono l'ascolto e la comprensione reciproci tra insegnante e discente, il rispetto e l'onestà. Nella vita scolastica quotidiana sorgono situazioni in cui tutte le parti coinvolte — studenti, personale educativo, genitori e familiari, membri della comunità — devono riconoscere i punti decisionali etico-comunicativi, valutare linee d'azione alternative e determinare il modo più appropriato per rispondere.

Si consideri una situazione in cui lo Studente A fa continuamente commenti ad alta voce durante la lezione, finché lo Studente B perde la pazienza e sbotta: "Gli studenti con autismo dovrebbero stare nell'educazione speciale!". Quali opzioni ha l'insegnante in questa situazione? Quando e come dovrebbe rispondere? Lo Studente B dovrebbe essere rimproverato per aver etichettato, anche se in quel momento stava difendendo il proprio diritto a lavorare senza interruzioni? Se si deve fare un'osservazione allo Studente B, come e in quale momento dovrebbe essere fatta? Nell'etica della comunicazione, c'è una differenza significativa tra affrontare una questione immediatamente e pubblicamente oppure più tardi e privatamente.

Sviluppare una cultura della comunicazione dialogica richiede pratica continua: imparare a riconoscere i punti decisionali etici, considerare attentamente le diverse opzioni di risposta, identificare la linea d'azione più appropriata e riflettere sulle sue conseguenze.

A volte può essere difficile distinguere le scelte etico-comunicative dalle scelte etiche generali. Per esempio, gli adolescenti Julia e Romeo hanno concluso la loro relazione e il ragazzo ha ora una nuova fidanzata. In un incontro sociale, la nuova fidanzata osserva che l'ex fidanzata di Romeo si veste in modo provocante. Nessuno dei presenti risponde sul momento, ma più tardi la migliore amica di

Julia le riferisce ciò che la nuova fidanzata ha detto su di lei. Di conseguenza, Julia rifiuta di partecipare alla festa di compleanno della sua migliore amica se Romeo e la sua nuova fidanzata sono invitati. L'amica si sente ferita e dice che è ingiusto da parte di Julia costringerla a scegliere tra gli amici.

Questa situazione inizia con scelte etico-comunicative. Qualcuno avrebbe dovuto intervenire subito e dire che fare commenti critici su qualcuno alle sue spalle è inappropriato? Julia avrebbe dovuto essere informata del commento? Tuttavia, la storia si sviluppa infine in un dilemma morale più ampio: se Julia dia priorità al proprio benessere alla festa o alla lealtà verso la sua cara amica.

Una caratteristica dell'etica della comunicazione è che l'applicazione dei principi spesso occupa una zona grigia, dove interpretazioni nette sono rare nell'interazione quotidiana. In alcuni casi, tuttavia, una violazione delle buone pratiche è evidente. In tali casi, decidere come rispondere diventa una questione etica. Come si dovrebbe reagire se si è vittime? O se si è spettatori? Uno spettatore dispone davvero di informazioni sufficienti per intervenire? Sono domande adatte alla riflessione di insegnanti, discenti, personale di supporto scolastico e genitori.

## Feedback

### Tipo orientato ai principi



Il tipo orientato ai principi o alle regole è ispirato all'etica deontologica e all'idea generale secondo cui la moralità di un'azione è determinata dall'azione stessa; le conseguenze dell'azione non sono considerate importanti. Questo tipo è adatto a seguire principi e valori concordati: ciò che si dovrebbe e non si dovrebbe fare.

Nell'etica della comunicazione dialogica, valori e principi, cioè codici di condotta, sono articolati nei codici etici. I valori sono talvolta espressi in modo più implicito rispetto ai principi. Per

esempio, la verità, che è un valore universale nell'etica della comunicazione, può essere formulata come principio nel modo seguente: "Ogni partecipante alla comunicazione è responsabile di garantire che vengano diffuse informazioni veritiere".

Il tipo orientato alle regole è motivato dagli ideali, ma non tutti gli individui condividono gli stessi valori o principi. Tuttavia, tutti i tipi orientati alle regole tendono a pensare in modo categorico: esistono solo giusto e sbagliato, senza spazio per le zone grigie.

Uno stereotipo del tipo orientato ai principi potrebbe essere quello di un amministratore severo che segue requisiti e procedure alla lettera. Allo stesso tempo, quando il significato dei principi è stato discusso e concordato, una mentalità orientata a valori e principi può fornire stabilità e senso di sicurezza. In una mentalità orientata alle regole, possono sorgere dibattiti sull'interpretazione dei valori o dei principi, ma non vengono fatte eccezioni semplicemente perché qualcuno soffre o richiede un trattamento speciale. Per questo tipo, i principi dovrebbero essere formulati come linee guida categoriche, per esempio "mentire è inammissibile"; non è considerato moralmente rilevante deliberare se e quando una "bugia bianca" possa essere giustificata. Per esempio, la libertà di parola è, per questo tipo, un valore da difendere senza compromessi.

## Tipo orientato al grande gruppo o all'interesse pubblico



Il tipo orientato al beneficio di un grande gruppo o all'interesse pubblico è ispirato all'utilitarismo. Il ragionamento morale si basa su quale linea d'azione produca il massimo vantaggio o il più grande beneficio complessivo per il maggior numero possibile di persone. Nella comunicazione che beneficia un grande gruppo o il pubblico, è giustificabile che un individuo debba sopportare inconvenienti. Per esempio, per i giornalisti, informare il pubblico è spesso così importante che gli individui in posizioni di potere devono tollerare più critiche rispetto alla persona media.

Il tipo orientato a servire l'interesse pubblico non segue un insieme fisso di regole o principi, ma cerca invece di massimizzare il bene comune in ogni situazione. Questo può richiedere compromessi e il bilanciamento di valori o ideali diversi e concorrenti.

Poiché questo tipo ritiene che il danno sia giustificato se necessario per raggiungere un bene maggiore, nell'etica della comunicazione è probabile che preferisca la trasparenza alla protezione della privacy, e l'informare tutti al mantenere la riservatezza. Nel contesto dell'etica della comunicazione dialogica, per questo tipo è importante che un gran numero di persone, un gruppo o il pubblico, abbia pari opportunità di partecipare alla comunicazione.

## Tipo orientato a sé



Il tipo orientato a sé è ispirato all'egoismo etico e al soggettivismo. Questo tipo parte sempre dal proprio migliore interesse. Sebbene ciò possa apparire non etico in molte situazioni, questo tipo di solito non è motivato dal guadagno personale. Il tipo orientato a sé può semplicemente evitare danni o obblighi aggiuntivi, prendendosi così cura del proprio benessere o della propria tranquillità. Quando possibile, tende a delegare il processo decisionale ad altri.

Nel contesto dell'etica della comunicazione dialogica, questo tipo tende a riflettere attentamente prima di reagire o esprimere un'opinione. Soprattutto nelle controversie, preferisce rimanere in silenzio o rispondere nel modo più neutrale possibile. Non partecipa attivamente ai dibattiti, ma questo non significa che non abbia un'opinione personale. Per esempio, la privacy nella comunicazione è un valore importante per questo tipo, ma garantire la privacy viene visto come responsabilità personale dell'individuo rispetto alle informazioni che circolano pubblicamente su di lui.

## Tipo orientato alla relazione



Questo tipo è motivato dal mantenere e sviluppare buone relazioni e, ove possibile, evita di danneggiarle, anche se ciò significa mettere da parte valori e principi quando necessario. Cerca di bilanciare interessi diversi senza favorire nessuno. Da un lato, può essere visto come un attore passivo che preserva lo status quo ed evita tensioni. Dall'altro, può essere visto come un mediatore che cerca il consenso su questioni divisive.

Nel contesto dell'etica della comunicazione dialogica, questo tipo generalmente non critica le persone in posizioni di potere. Evita anche dispute con persone che hanno un'autorità decisionale significativa. Per questo tipo, la libertà di parola di solito non è un valore per cui vale la pena lottare. Apprezza le buone competenze comunicative che consentono negoziati efficaci.

Nel contesto dell'etica della comunicazione dialogica, un potenziale problema del tipo orientato alla relazione riguarda il feedback onesto e diretto, poiché tende ad accordarsi con le persone e a lodarle troppo facilmente. Poiché crede che la lode e il riconoscimento facciano piacere alle persone, lo fa anche in situazioni in cui la lode diventa insincera o addirittura si trasforma in menzogna.

## Tipo orientato all'etica della cura



Questo tipo è motivato a proteggere e sostenere la persona che, in una determinata situazione, è considerata la più debole. Può offrire aiuto e sostegno a scapito del proprio beneficio o dei propri interessi. A differenza del tipo orientato alla relazione, l'individuo orientato all'etica della cura tende a mostrare favoritismo verso la parte più debole e non teme di danneggiare i rapporti con gli altri.

Nel contesto dell'etica della comunicazione dialogica, questo tipo è di solito un ascoltatore buono ed empatico e non dà alle persone feedback critici o giudicanti. A differenza del tipo orientato all'interesse pubblico, il tipo orientato all'etica della cura si concentra su uno specifico individuo nella comunicazione. Una persona con una mentalità etica della cura rispetta il diritto di ciascuno a determinare i confini della propria privacy, ma ritiene che gli individui inesperti o vulnerabili debbano essere protetti e ricevere consigli tempestivi. Dire la verità non deve ferire una persona.

Questo tipo è disposto a criticare pubblicamente chi detiene il potere, se tale presa di parola protegge qualcuno che ha subito un torto o che non può parlare per sé. Una persona orientata all'etica della cura è attenta alle situazioni in cui qualcuno viene escluso dalla comunicazione. La libertà di parola, per questo tipo, non è tanto un diritto umano generale, quanto una questione che richiede intervento quando individui specifici ne vengono privati. Una persona con una mentalità etica della cura di solito non si preoccupa delle conseguenze che il difendere gli altri può comportare per sé.

## Il significato delle combinazioni di colori

Se nei pezzi dell'avatar dominano il **viola** e il **verde**, ciò suggerisce che i giocatori preferiscono mantenere relazioni interpersonali positive ed evitare il conflitto. Gli individui che compiono tali scelte probabilmente si astengono dalla critica pubblica, ma rimangono sensibili alle situazioni in cui qualcuno viene sopraffatto o ignorato. In genere viene dedicato più tempo alla comunicazione, all'ascolto e alla discussione, poiché ciò contribuisce a un'atmosfera più positiva.

Se la combinazione dominante è **blu** e **verde**, i giocatori tendono ugualmente a evitare il conflitto, ma adottano una posizione più cauta e riservata nella comunicazione. Sono meno inclini a rivolgere critiche direttamente ai leader. L'etica della comunicazione viene intesa principalmente come questione di relazioni interpersonali. Nelle riunioni e in altri contesti di comunicazione pubblica, l'enfasi è posta sul trovare compromessi, offrire rassicurazione e favorire la riconciliazione piuttosto che impegnarsi nella critica.

Una combinazione di **rosa-rosso**, **giallo** e **viola** può indicare una mentalità secondo cui alcuni principi devono essere sostenuti anche se ciò rischia il capitale sociale personale o le relazioni. Questa combinazione può riflettere una disponibilità, di fronte a un dilemma etico complesso, a collocare i propri interessi immediati o quelli altrui in una posizione secondaria o terziaria.

Una combinazione di **rosa-rosso** e **giallo** rappresenta un modo di pensare in cui i principi pubblicamente concordati di buona comunicazione e i valori condivisi devono sempre essere difesi. Gli accordi di gruppo hanno la precedenza sulle relazioni interpersonali armoniose, poiché l'adesione ai valori garantisce ordine e sicurezza. Se diventa evidente che i valori non sono stati concordati chiaramente, occorre avviare una discussione. La predominanza di questa combinazione può indicare una visione secondo cui non dovrebbero essere fatte eccezioni per chi **viola** norme stabilite: si possono comprendere le ragioni, ma non giustificarle.

Il **blu** e il **giallo** formano una combinazione di colori contrastante: il **giallo** rappresenta una mentalità attiva e orientata al pubblico, mentre il **blu** rappresenta una posizione più passiva e protettiva. La loro combinazione suggerisce che le scelte siano determinate principalmente dalle sfumature specifiche di ciascuna situazione in discussione.

Una combinazione di **giallo** e **verde** può indicare una mentalità che valorizza un'ampia inclusione, il riconoscimento e la trasparenza, anche se ciò richiede una certa flessibilità nell'adesione ad alcuni principi, come la stretta veridicità.

Anche la combinazione di **rosa-rosso** e **viola/verde** è in qualche misura contraddittoria, poiché il ragionamento etico basato sulle regole, **rosa-rosso**, tende a essere più efficiente in termini di tempo rispetto all'applicazione dell'etica della cura, **viola**, o dei valori orientati alla relazione, **verde**, che richiedono entrambi molto più tempo e deliberazione.

Una predominanza di **grigio** può indicare discussioni lunghe o ascolto reciproco limitato. Può anche suggerire che le esperienze dei partecipanti riguardo ai casi siano molto diverse, portando a interpretazioni fondamentalmente differenti. Le tonalità **grigie** possono inoltre indicare che i partecipanti possiedono valori realmente divergenti e concordano consapevolmente che non è possibile raggiungere il consenso: "essere rispettosamente d'accordo nel non essere d'accordo". Anche un simile risultato è significativo, poiché il dialogo richiede di comprendere e riconoscere posizioni di valore differenti.

## **Principi per una comunicazione favorevole al dialogo**

### **1. Ambito dell'autonomia individuale e dell'autodeterminazione informativa**

Questo ambito riguarda la capacità e l'opportunità degli individui di prendere decisioni autonome, informate e ponderate nelle situazioni comunicative; di definire consapevolmente i confini della propria privacy; di scegliere l'ambiente informativo a cui desiderano partecipare; e di assumersi la responsabilità delle informazioni che condividono. L'autodeterminazione informativa implica anche la possibilità e il diritto di controllare la raccolta, l'accuratezza, l'uso e la divulgazione dei propri dati personali.

La comunicazione dialogica ha successo quando ogni persona possiede autonomia e una comprensione ponderata dei confini della propria vita privata e di quella delle persone a lei vicine. Le istituzioni hanno la responsabilità di proteggere la privacy e salvaguardare i dati personali sensibili nelle proprie pratiche, anche negli ambienti di comunicazione digitali e mediati dall'intelligenza artificiale, in cui i dati personali possono essere raccolti, elaborati o inferiti.

1.1 Gli individui devono avere l'opportunità di esercitare la propria autodeterminazione informativa, cioè la capacità e la possibilità di decidere quali informazioni su di loro vengono diffuse e come vengono comunicate, nel quadro delle leggi esistenti.

1.2 Gli individui devono avere il diritto di rifiutare informazioni o comunicazioni che possano mettere in pericolo il loro benessere o che considerino eticamente o personalmente inaccettabili.

1.3 Il diritto all'autodeterminazione informativa deve essere sostenuto quando gli individui sono inesperti, non dispongono delle risorse necessarie e/o sono vulnerabili nella specifica situazione comunicativa.

1.4 I partner comunicativi in posizione più forte devono rafforzare l'autodeterminazione informativa di coloro che si trovano in posizioni più deboli. Occorre tenere conto del fatto che le capacità comunicative dei bambini corrispondono al loro livello di sviluppo e che la capacità di autodeterminazione informativa delle persone anziane e/o malate può essere inferiore al consueto.

1.5 Gli individui devono avere accesso alle informazioni che li riguardano e che sono essenziali per prendere le proprie decisioni.

1.6 L'uso di sistemi digitali e mediati dall'intelligenza artificiale nella comunicazione dovrebbe rispettare e sostenere l'autodeterminazione informativa degli individui, compresa la trasparenza sulla raccolta dei dati, sul trattamento e sui processi decisionali automatizzati.

## **2. Ambito della qualità dell'informazione e della deliberazione**

La qualità dell'informazione è una condizione cruciale per una comunicazione dialogica etica. Una comunicazione di alta qualità significa che le persone comunicano onestamente, sono trasparenti riguardo alle proprie intenzioni e condividono le informazioni rilevanti nel miglior modo possibile. Per una buona interazione dialogica, non è sufficiente verificare i fatti: le informazioni devono anche essere presentate in modo da permettere una valutazione critica e la possibilità di porre domande. Uno scambio di informazioni di alta qualità e discussioni ragionevoli creano le basi per un dialogo fondato sulla fiducia. In situazioni caratterizzate da sensibilità o polarizzazione, i comunicatori devono prestare particolare attenzione alla propaganda, alle mezze verità e alle informazioni fuorvianti. I partecipanti alla comunicazione condividono la responsabilità di diffondere proattivamente informazioni affidabili nell'interesse pubblico, specialmente nei momenti di crisi o di elevata attenzione pubblica. Allo stesso tempo, le tecnologie emergenti creano nuove opportunità di manipolazione, rendendo essenziale dichiarare chiaramente e contrassegnare adeguatamente i contenuti generati dall'intelligenza artificiale.

2.1 I partecipanti sono responsabili della valutazione dell'affidabilità delle informazioni a loro disposizione.

2.2 I partecipanti alla comunicazione dovrebbero rendere note le proprie fonti al fine di garantire trasparenza e fiducia.

2.3 Tutti i partecipanti alla comunicazione dialogica devono fornire e ricevere risposte chiare riguardo allo scopo della comunicazione.

2.4 La manipolazione e/o l'inganno — come la condivisione di informazioni false, la pubblicità occulta, la propaganda, le generalizzazioni manipolative o l'occultamento parziale di informazioni — sono non etici.

2.5 I comunicatori dovrebbero garantire trasparenza quando utilizzano strumenti digitali e assistiti dall'intelligenza artificiale, compresa la chiara dichiarazione di

contenuti generati o modificati dall'IA, al fine di prevenire la manipolazione e sostenere una valutazione informata da parte dei partner comunicativi.

### **3. Ambito della condotta etica nelle situazioni di confronto e disaccordo**

Le differenze di opinione e la discussione aperta delle loro cause sostengono il dialogo tra individui, all'interno delle organizzazioni e nella società nel suo complesso. I partecipanti alla comunicazione dovrebbero assumersi la responsabilità dei propri messaggi esprimendo in modo chiaro e trasparente motivazioni, prospettive e limiti. Gli atti comunicativi hanno implicazioni etiche e la responsabilità riguarda non solo le intenzioni del comunicatore, ma anche la possibile interpretazione e le conseguenze di ciò che viene detto.

Nelle situazioni di conflitto è importante comprendere se il conflitto sia stato innescato da una barriera comunicativa<sup>1</sup> e di che tipo di barriera si tratti. La cortesia rimane essenziale nella comunicazione conflittuale.

3.1 Ogni persona ha la responsabilità di rimanere aperta a opinioni differenti e di ascoltare le ragioni che le sostengono. Il disaccordo non dovrebbe essere temuto. Il dialogo può portare a una comprensione condivisa, a un compromesso o a un riconoscimento pacifico delle differenze che rimangono.

3.2 Quando non è possibile raggiungere un accordo, il dissenso dovrebbe essere accettato e le ragioni del disaccordo dovrebbero essere articolate chiaramente, poiché un confronto costruttivo con il disaccordo è un elemento essenziale di un dialogo significativo.

3.3 Quando sorgono disaccordi, è importante distinguere se la questione deriva da un malinteso o da un autentico conflitto di valori.

3.4 In caso di conflitto, è necessario verificare se, e in quale misura, le informazioni alla base del conflitto possano essere false, inaccurate o distorte.

3.5 Etichette o stereotipi non devono essere usati per rafforzare le proprie argomentazioni.

---

<sup>1</sup> Le barriere comunicative possono assumere molte forme, come parlare senza comprendersi, quasi come se non si parlasse la stessa lingua; affermarsi troppo o troppo poco; moralizzare o rimproverare; offrire lodi vuote; fare supposizioni infondate nella conversazione; e altro ancora.

#### **4. Ambito dell'uguaglianza, della libertà e della sicurezza**

I valori fondamentali alla base della comunicazione dialogica sono la libertà di espressione, la dignità umana, la sicurezza, il coraggio e la riservatezza. La sicurezza non può esistere senza coraggio, e il coraggio non può esistere senza sicurezza. La libertà di espressione è il diritto di avere un'opinione e condividere informazioni, mentre la sicurezza nella comunicazione dialogica e rispettosa si riferisce a un ambiente in cui tutti i partecipanti sono in grado di impegnarsi in un dialogo onesto e senza ostacoli. La dignità umana richiede uguaglianza. Questo principio dovrebbe essere sostenuto da misure strutturali e organizzative appropriate, per garantire che l'uguaglianza sia rispettata e sostenuta nelle pratiche comunicative. La comunicazione favorevole al dialogo valorizza la diversità tra culture, società e lingue e incoraggia la partecipazione attiva di persone di ogni provenienza e identità, inclusi, ma non solo, genere, età, orientamento sessuale, religione, etnia, status socioeconomico, appartenenza a minoranze e background educativo.

La sicurezza garantisce che gli individui possano esprimere opinioni diverse e critiche senza timore di ripercussioni. Tuttavia, l'espressione di opinioni critiche deve rimanere rispettosa e non deve insultare o sminuire gli altri. Quando si condividono informazioni che possono causare danno, la riservatezza deve essere mantenuta.

4.1 Ognuno ha il diritto di esprimere liberamente i propri pensieri: personalmente, all'interno delle organizzazioni e attraverso i media. Questa libertà deve essere esercitata responsabilmente.

4.2 La comunicazione dovrebbe tenere conto dei bisogni e delle circostanze specifiche dei partecipanti, al fine di garantire che tutti abbiano un'equa opportunità di essere ascoltati e compresi.

4.3 I leader e le persone in posizioni di maggiore potere hanno il dovere di garantire che le persone possano esprimere opinioni critiche in sicurezza.

4.4 Le informazioni non dovrebbero essere classificate come riservate allo scopo di evitare danni reputazionali. In certe situazioni, questo può richiedere di dare priorità alla divulgazione di informazioni critiche nell'interesse pubblico, anche quando ciò entra in conflitto con altre lealtà o aspettative gerarchiche.

4.5 Quando la comunicazione avviene tra persone le cui posizioni — o la cui capacità di partecipare e valutare le conseguenze — sono disuguali, la parte più

influyente e/o competente ha l'obbligo di aiutare coloro che si trovano in una posizione più vulnerabile a comprendere le possibili conseguenze della comunicazione.

4.6 Le molestie e la manipolazione emotiva nella comunicazione sono inaccettabili.

4.7 Manipolazioni come il tone-policing<sup>3</sup>, inteso come tattica conversazionale, il grooming o lo shaming sono inaccettabili, in particolare quando prendono di mira caratteristiche protette come genere, etnia, razza o orientamento sessuale, incluse le loro intersezioni.

## **5. Ambito dell'ascolto attivo: risposta e inclusione**

L'ascolto attivo è una componente centrale e un valore fondamentale della comunicazione dialogica, poiché favorisce l'inclusione e la comprensione reciproca. Rispondendo in modo appropriato, l'ascoltatore dimostra attenzione alla conversazione e comprensione del proprio partner comunicativo.

5.1 Nel dialogo, i partner comunicativi devono ascoltarsi reciprocamente con piena attenzione e rispondere in modi che sostengano la comprensione reciproca.

5.2 L'ascolto attento richiede consapevolezza dei segnali non verbali e un atteggiamento libero da pregiudizi, che nella comunicazione significa astenersi da giudizi infondati.

5.3 Le decisioni che riguardano un individuo non devono essere prese senza coinvolgere quella persona nel processo comunicativo. Il principio guida è: "Parla con la persona, non della persona".

## **6. Ambito del feedback costruttivo**

Una delle ragioni per cui la comunicazione dialogica può fallire nei processi educativi, nelle pratiche di leadership o nelle relazioni interpersonali è il dare o

---

<sup>2</sup> Gli esempi includono il gaslighting, una forma di manipolazione in cui qualcuno tenta di minare l'autostima e la percezione della realtà di un'altra persona; la manipolazione attraverso il silenzio, cioè il trattamento del silenzio; la negazione o la minimizzazione; la colpevolizzazione della vittima; l'induzione del senso di colpa; e la comunicazione passivo-aggressiva.

<sup>3</sup> Il tone-policing è una pratica in cui l'attenzione viene diretta al modo in cui un messaggio viene espresso anziché a ciò che viene detto. Questa tattica conversazionale sposta il focus dalla sostanza del messaggio originale alle emozioni del parlante — per esempio, suggerendo che una persona che esprime un punto di vista critico dovrebbe parlare con un tono "più calmo" o "più piacevole" per essere presa sul serio. Il tone-policing delegittima l'esperienza, la storia o la posizione di una persona.

ricevere feedback inappropriati, eccessivi o negativi. Il feedback basato sulla comunicazione dialogica include: accordi preliminari sullo scopo, sul metodo, sui tempi e sul contesto del feedback; ascolto attivo; e rispetto reciproco. Soprattutto, il feedback costruttivo dovrebbe aiutare a rispondere alla domanda: che cosa dovremmo fare dopo?

6.1 Il feedback costruttivo è appropriato nel tono e nel contenuto; chi dà feedback evita critiche personali o eccessive e incoraggia invece il dialogo su possibili soluzioni.

6.2 Il feedback dialogico richiede una comprensione condivisa tra chi lo dà e chi lo riceve riguardo a quando e su quale questione il feedback verrà fornito.

6.3 Prima di dare feedback, chi lo fornisce dovrebbe considerare se debba applicarsi il principio: "Non offrire consigli prima che vengano richiesti".

6.4 Chi dà feedback dovrebbe valutare la propria competenza e offrire indicazioni solo entro i limiti della propria esperienza.

6.5 Chi dà feedback dovrebbe guidare il destinatario verso la ricerca delle proprie conclusioni o soluzioni ponendo domande pertinenti e di sostegno.