



COMUNICAZIONE

1

Gli assiomi della comunicazione

- Watzlawick -

PRIMO ASSIOMA

“Non si può non comunicare e, al contempo, tutto è comunicazione”

2

Non si può non comunicare ...

Nel momento stesso in cui almeno due soggetti entrano in contatto tra loro, scatta il processo di comunicazione.

... L'uomo che guarda fisso di fronte a sé mentre fa colazione in una tavola calda affollata

... il passeggero d'aereo che siede con gli occhi chiusi ...

L'attività o l'inattività, le parole o il **silenzio** hanno tutti valore di messaggio!

La comunicazione può essere così pensata come l'unico fenomeno della nostra esistenza senza un suo opposto: a differenza di tutti i fenomeni che ci circondano la comunicazione non ha un suo contrario (l'altra faccia della medaglia).

3

COMUNICAZIONE

COMUNIC - AZIONE = azione che mette in comune

“Ci troviamo in presenza di un processo di **Comunicazione tutte le volte che un comportamento di una persona o di un animale si impone all'attenzione di un'altra persona o animale**”

4

La comunicazione è....

Dimensione psicologica costitutiva di ogni essere umano

Una attività sociale

Una risposta a bisogni di tipo fisico

Contribuisce a formare e consolidare il nostro senso di identità

5

“ Un tempo, neppure troppo lontano , si diceva comunicare con ... mentre oggi si dice semplicemente e con stupefacente disinvoltura comunicare a... e non sembra sia necessario attendersi risposta “
(Ferrarotti)

6

Gli elementi basilari che compongono il **processo di comunicazione interpersonale** sono:



- L'**emittente** (E): Colui che attivamente inizia il processo di comunicazione.
- La **codifica**: la trasformazione del pensiero in forma simbolica.
- Il **messaggio**: l'insieme dei simboli che l'emittente trasmette.
- Il **mezzo**: sono gli strumenti attraverso i quali l'emittente comunica.
- La **decodifica**: chi riceve dà significato ai simboli trasmessi dalla fonte.
- Il **ricevente** (R)

7

Nella comunicazione il modello si concretizza nelle seguenti fasi:

formulazione (codifica)	ciò che il comunicatore vuole dire (intenzione)
emissione	ciò che il comunicatore realmente dice
ricezione	ciò che gli ascoltatori sentono
decodifica	ciò che gli ascoltatori hanno capito
interpretazione	ciò che gli ascoltatori ritengono di aver sentito

8

Elementi di un processo comunicativo efficace

- Consapevolezza
- Obiettivo
- Ruolo
- Chi è il nostro interlocutore?
- Storia della relazione
- Strumenti utilizzati
- Contesto
- Tempo
- Ascolto

9

Quando una comunicazione è efficace?

COMUNICAZIONE EFFICACE

“Una comunicazione è efficace
quando raggiunge gli obiettivi stabiliti”.

L'efficacia della comunicazione si misura dal **risultato**: *ciò che conta non sono le intenzioni ma ciò che arriva, ovvero la percezione altrui* → coerenza tra l'obiettivo del comunicatore e l'interpretazione dell'ascoltatore

10

Piani della comunicazione



- **Contenuto** (cosa si dice)
- **Relazione** (come si dice)

11

Livelli comunicativi di contenuto e di relazione :

- conferma
- rifiuto
- disconferma

12

Vantaggi di un ascolto efficace

- Abbassa il livello emotivo, riduce stress e tensioni
- Fornisce informazioni
- Aumenta l'autostima
- Maggiore produttività
- Riduce le incomprensioni, favorendo rapporti più profondi e soddisfacenti

13

Problemi nella COMUNICAZIONE

ATTENZIONE degli ascoltatori

DISTORSIONE del messaggio

SAPER ASCOLTARE

14

Primo problema: ATTEZIONE

- Problema di motivazione / interesse / coinvolgimento

- Problema di tempo:
 - 20 minuti: tempo massimo per il quale ci si può aspettare che un uditorio segua un determinato argomento con livelli medio-alti di attenzione
 - 90 minuti: tempo massimo per cui si può pretendere che le persone restino sedute ad ascoltare con un livello di attenzione accettabile

15

Secondo problema: DISTORSIONE

In qualsiasi messaggio che passa tra due persone che comunicano, si verifica una perdita di efficacia dello stesso da 100 a 10 dovuta alla **dispersione**.

formulazione (ciò che il comunicatore vuole dire)	100
emissione (ciò che il comunicatore realmente dice)	70
ricezione (ciò che gli ascoltatori sentono)	40
decodifica (ciò che gli ascoltatori hanno capito)	20
interpretazione (ciò che gli ascoltatori ritengono di aver sentito)	10

16

Terzo problema: ASCOLTARE è diverso da SENTIRE



SAPER ASCOLTARE...

- ASCOLTARE IL PUNTO DI VISTA DELL'INTERLOCUTORE ANCHE SE E' DIVERSO DAL PROPRIO
- GUARDARE L'INTERLOCUTORE
- NON PENSARE A COME RIBATTERE MENTRE TI STANNO ANCORA PARLANDO
- NON GIUDICARE PRIMA DI AVER CAPITO
- NON INTERRUPTERE - LASCIA CHE L'ALTRO SVILUPPI IL PROPRIO PENSIERO
- FARE DOMANDE PER AVERE ALTRE INFORMAZIONI, SE E' NECESSARIO PER CAPIRE
- ASCOLTARE ATTIVAMENTE:
 - NON SALTUARIAMENTE
 - NON SUPERFICIALMENTE

18

SAPER ASCOLTARE

“Abbiamo due orecchie ed una sola bocca,
per ascoltare il doppio
di quanto parliamo”
Zenone

19

Dove è la nostra mente mentre gli altri parlano?

Non c'è dialogo senza il nostro impegno a comprendere quanto l'altro ci vuole comunicare

Ascoltare significa:

- Aver cura dell'altro
- Cercare la verità dell'altro
- Essere disposti a scoprire che non siamo nel vero
- Ascoltare qualcuno diverso da noi
- Aprirsi all'altro come atto di fiducia

20

Per essere ascoltati...



- Osservazione dei fatti (senza giudizi moralistici)
- Espressione ciò che si sente
- Quale bisogno esiste all'origine dei nostri sentimenti
- Richieste precise e concrete

“ Quando lasci i vestiti per casa invece di metterli a posto io mi innervosisco perché ho bisogno di più ordine negli spazi che condividiamo. Potresti, per favore, prendere le tue cose e metterle in camera tua? ”

21

COMUNICAZIONE EFFICACE

Rispetto all'obiettivo atteso tutti i soggetti coinvolti hanno una **corresponsabilità** nel processo comunicativo



22

Come prevenire le interferenze?

- Visualizzare come arriverà il messaggio al destinatario
- Esame preventivo di ogni singolo passaggio
- Valutare la ricezione attraverso l'analisi del feedback

23

Successo di una comunicazione dipende da:

- **CODICE CONDIVISO** - **Codice**: E' il sistema di **suoni, gesti, segni** dai **significati condivisi** che ci permette di comunicare.

Il codice svolge il ruolo di **sintonizzatore** tra emittente e ricevente: solo se entrambi i soggetti del processo di comunicazione sono a conoscenza del codice usato si rende possibile la decodifica del messaggio, quindi la realizzazione di un processo comunicativo completo.

24

DIFFERENZE CULTURALI

Comportamento	Interpretazione italiana	Interpretazione in altre culture
Sorridere mentre si ascolta	Generico accordo o comprensione di quello che viene detto	In Giappone può indicare disaccordo ma timidezza nel manifestarlo
Guardare dritto negli occhi mentre si ascolta	Segno di franchezza ed attenzione	In Estremo Oriente o nei paesi arabi fissare un uomo=sfida, una donna=proposta erotica.

25

Comportamento	Interpretazione italiana	Interpretazione in altre culture
Tenere gli occhi abbassati	Segno di disattenzione	In Giappone forma di rispetto per comunicare che l'attenzione è massima In molte culture euroasiatiche e africane rispetto del subordinato nei confronti di un superiore

26

Comportamento	Interpretazione italiana	Interpretazione in altre culture
Muovere la testa ripetutamente da dx a sx	Negazione	In India, nello Sri Lanka "sì"
Muovere la testa dall'alto verso il basso	"Sì"	Nello Sri Lanka "No"

27

Comportamento	Interpretazione italiana	Interpretazione in altre culture
Mettere entrambe le mani in tasca	Estrema informalità	In Cina posizione non accettata, è offensiva In Turchia può portare al licenziamento
Tenere il pugno chiuso ed il pollice volto verso l'alto	Ok, d'accordo (di origine statunitense)	In Estremo Oriente significato minaccioso In Brasile "grazie" In Indonesia "dopo di te"

28

Successo di una comunicazione dipende da:

REGISTRO LINGUISTICO: il livello espressivo scelto dall'emittente (vocaboli, costruzione della frase, pronuncia, tono) in base alla situazione e al rapporto esistente tra emittente e ricevente.

Il registro è efficace se è adeguato ai destinatari ed è coerente in ogni parte del testo.

29

Successo di una comunicazione è valutare la ricezione tramite il feedback



feedback è.....

Risposta/reazione ad un
messaggio

30

Il feedback può essere...

- Immediato
- Differito
- Coerente
- Incoerente
- Atteso
- Inatteso
- Disatteso

31

Gli assiomi della comunicazione

- Watzlawick -

SECONDO ASSIOMA

“Nella comunicazione, a fianco del contenuto,
è sempre presente un aspetto di relazione”

32

Relazione/contenuto

- Contenuto = le cose che vengono dette (notizia, informazione, dati, ecc)
- Relazione = il *modo* con cui si comunica (es. il modo in cui parlo: tranquillo, paziente, arrabbiato, frettoloso; il modo in cui guardo il mio interlocutore: interessato, annoiato, premuroso; etc.)

33

Relazione/contenuto

		CONTENUTO	
		Accordo	Disaccordo
RELAZIONE	Positiva	La comunicazione è efficace e generativa.	La comunicazione è positiva e ha possibilità di successo.
	Negativa	La comunicazione è bloccata. La non consapevolezza della relazione impedisce una comunicazione efficace.	La comunicazione è distruttiva.

Se salta la RELAZIONE, salta la comunicazione!!

34

Gli assiomi della comunicazione

- Watzlawick -

TERZO ASSIOMA

“La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione”

35

Esempio...

Diamo un senso...

- 1) Caro Giovanni ora sono felice solo quando mi sei accanto non provo nulla se guardo gli altri uomini generosi gentili premurosi non sono contenta di te desidero l'affetto di un altro uomo non sarò mai tua Paola
- 2) Caro Giovanni, ora sono felice. Solo quando mi sei accanto non provo nulla. Se guardo gli altri uomini generosi, gentili, premurosi, non sono contenta di te. Desidero l'affetto di un altro uomo. Non sarò mai tua, Paola
- 3) Caro Giovanni, ora sono felice solo quando mi sei accanto. Non provo nulla se guardo gli altri uomini: generosi, gentili, premurosi non sono. Contenta, di te desidero l'affetto. Di un altro uomo non sarò mai. Tua, Paola

36

Gli assiomi della comunicazione

- Watzlawick -

QUARTO ASSIOMA

“Gli esseri umani comunicano

- a) col modulo verbale (o alfanumerico o digitale)
- b) col modulo analogico”



Comunicazione Non Verbale e Paraverbale

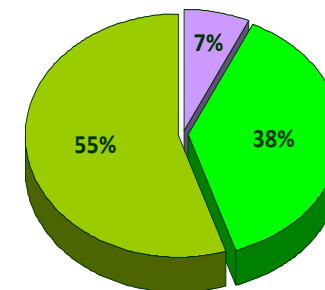
37

Nei primi istanti di un processo comunicazionale noi percepiamo dal nostro interlocutore il

7% dei messaggi provenienti dal linguaggio verbale;

55% dei messaggi provenienti dalla comunicazione non verbale;

38% dei messaggi provenienti dalla comunicazione paraverbale (tono, ritmo, pause della voce).



38

“ Non mi fido delle parole perchè nascondono molto e rivelano poco di ciò che è realmente importante e significativo “

(Freud)

39

Siamo molto più “visti” che “ascoltati”

- 83% delle informazioni che raggiungono la nostra corteccia cerebrale passa **attraverso gli occhi**
- solo 17% giunge dall'orecchio...

e molto spesso è solo dopo aver deciso, sulla base di quel che si vede di una persona che si decide se ascoltarla o no.

perché

40

Siamo molto più “visti” che “ascoltati”

Il nostro cervello, nel momento in cui procede alla comprensione, prevede che

per primo si attiva l'emisfero destro del cervello (quello analogico, globale, visivo, emotivo)

e poi i dati così pre-elaborati vengono passati all'emisfero sinistro (logico, razionale, linguistico, analitico): siamo dunque prima “visti” e poi “ascoltati”.

41

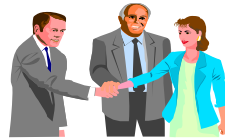
COMUNICAZIONE NON VERBALE



42

COMUNICAZIONE NON VERBALE

COSA DIRE SULLA **PRESENZA** IL LINGUAGGIO DELL'ABBIGLIAMENTO



- Gli abiti sono la prima cosa che le persone notano di voi.
- E' vero che i gusti sono gusti ma bisogna accettare il fatto che siamo inseriti in una società con le sue regole e i suoi standard.
- L'abito non fa il monaco dice il proverbio, non farà il monaco ma farà **l'immagine**.

43

COMUNICAZIONE NON VERBALE

COSA DIRE SULLA **POSTURA**

La silenziosa espressione **di ciò che proviamo**.

La postura è meno controllabile del volto e del tono della voce; la posizione del corpo può segnalare un'ansia segreta che il volto non fa trapelare.

Può segnalare la fiducia o l'immagine che una persona ha di se stessa.

Es. seduto con le mani tra le gambe indica evidente ansia;

Es. seduto con le gambe allungate e mani in tasca indica incertezza.

44

COMUNICAZIONE NON VERBALE

COSA DIRE SULLA **POSTURA**

Braccia

Conserte: se si tengono alte sul busto è un gesto di netto rifiuto.

Se si tengono basse si manifesta rilassamento e eventuale interesse per l'altro in fase di ascolto).

Piedi

Quando le punte dei piedi convergono e sono accompagnate da un divario evidente, la postura può essere percepita come aggressiva.

Talloni convergenti o addirittura a contatto: la postura viene percepita come umile e remissiva.

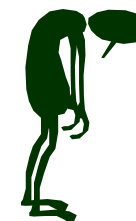
45

COSA DIRE SULLA **POSTURA**



POSTURA DOMINANTE

- eretta
- testa inclinata indietro



POSTURA DI SOTTOMISSIONE

- eretta
- capo abbassato

46

COMUNICAZIONE NON VERBALE

COSA DIRE SUI **GESTI**

Non tutti sono significativi, ma tutti insieme costituiscono un messaggio rilevante

I cenni del capo rappresentano uno dei segnali più efficaci: sono indicatori molto importanti per capire l'interazione che si stabilisce con l'interlocutore.

Un cenno di assenso è un segnale di rinforzo che invita chi parla a continuare, una rapida successione di questo movimento invece indica che chi li effettua vuole prendere a sua volta la parola.

47

LA STRETTA DI MANO



La stretta di mano è un elemento importantissimo nel linguaggio del corpo.

La persona che offre la mano per prima è di solito la più assertiva.

Il palmo rivolto verso il basso è un chiaro segno di dominanza, al contrario una stretta di mano sottomessa è data con il palmo rivolto verso in alto.

La forza del contatto dà un'indicazione del carattere; la stretta di mano deve essere decisa, ma importante è non stringere troppo forte.

48

COSA DIRE DELLE **ESPRESSIONI**

MIMICA FACCIALE

La parte che viene guardata con maggior interesse e frequenza è sicuramente il viso.

La mimica facciale è la forma di comunicazione non verbale che più frequentemente cerchiamo negli altri.

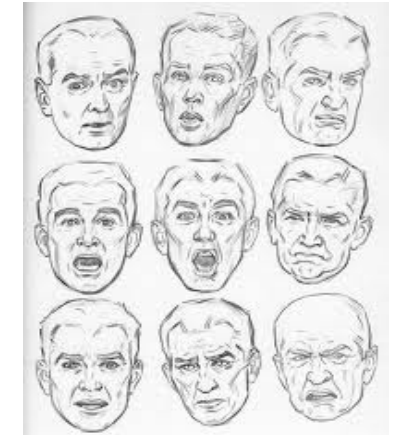
Nell'espressione di un viso ne ricaviamo indicazioni su ciò che probabilmente passa per la mente del nostro interlocutore e sul suo stato d'animo.

49

COSA DIRE DELLE **ESPRESSIONI**

LE ESPRESSIONI DEL VISO SONO IL RISULTATO DI MICROMOVIMENTI PROVENIENTI DA:

- REGIONE FRONTALE
- REGIONE MEDIANA
- REGIONE DEL MENTO E DELLA BOCCA



50

MICROMOVIMENTI DEL VOLTO

I muscoli del volto possono produrre circa **20.000** diverse espressioni facciali, una sessantina delle quali, integrate dai movimenti della testa, sono comunemente riconosciute nelle varie culture come dotate di senso.

Anche se il contenuto appare difficile da trasmettere, le **emozioni** e il senso complessivo del messaggio vengono generalmente colti con esattezza, senza far uso delle parole.

51



52

DISGUSTO



53



54

STUPORE / SORPRESA



55



56

SFIDA / MINACCIA



57



58

SEDUZIONE



59

Espressioni "base" universali (1972):

Rabbia
Disgusto
Tristezza
Gioia
Paura
Sorpresa

60

LE PARTI DEL VISO

Le sopracciglia esprimono con la massima immediatezza: incredulità, sorpresa, collera, perplessità.

Pur volendo è molto difficile riuscire a governarle, il loro movimento è spontaneo.

Sollevarne una significa scetticismo; sollevarne due significa sorpresa.

Labbra dritte e serrate sono indice di tensione

61

LE PARTI DEL VISO

Gli occhi abbassati che guardano di sfuggita il viso dell'interlocutore sono tipici di chi prova un senso di inferiorità o di colpa.

Lo sguardo fisso negli occhi può significare fiducia in se stessi e fermezza o rabbia per sentirsi offesi o accusati ingiustamente.

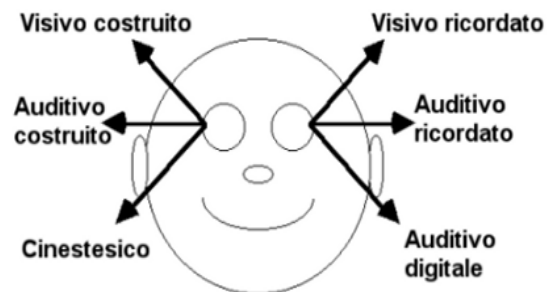
Muovere continuamente gli occhi può essere una manifestazione di imbarazzo.

62

Modelli di movimento oculare

Emisfero destro:
Centri creativi del
cervello

Intuizione
Creatività



Emisfero sinistro:
Pensiero analitico

Logica
Linguaggio

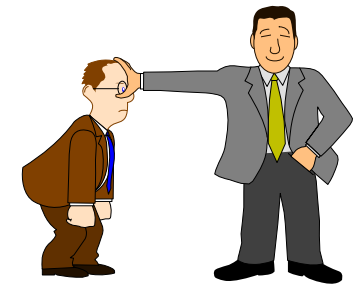
- **Occhi in alto a sinistra:** immagine ricordata
- **Occhi in alto a destra:** immagine costruita e fantasia visiva
- **Occhi di lato a sinistra:** suoni ricordati, parole,
- **Occhi di lato a destra:** suoni e parole costruite
- **Occhi in basso a sinistra:** dialogo interno
- **Occhi in basso a destra:** sta provando delle sensazioni

63

COMUNICAZIONE NON VERBALE

COSA DIRE SULLA **PROSEMICA**

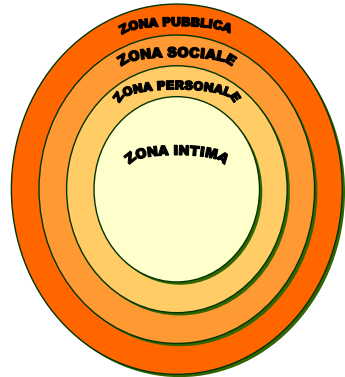
Tutti gli animali vivono in una sorta di bolla virtuale che rappresenta la loro intimità e che ha il raggio della distanza di sicurezza, cioè quella che consente di difendersi da un attacco o di iniziare una fuga. Negli uomini, essa è data dalla distanza del braccio teso (circa 60 cm.).



64

COSA DIRE SULLA **PROSSEMICA**

La distanza interpersonale



INTIMA: 0-45 cm

PERSONALE: 45-120 cm



SOCIALE: 120-360 cm

PUBBLICA: da 360 cm



65

COSA DIRE SULLA **PROSSEMICA**

La distanza tra le persone comunica la loro relazione, comunica le loro intenzioni di relazioni.

Quanto più è elevato lo status di una persona, tanto maggiore è la zona intima che gli altri le riconoscono;

I segnali di distanziamento indicano il desiderio di avere più spazio libero sia in senso fisico che psicologico.

66

COMUNICAZIONE **PARAVERBALE**

TONO, RITMO E PAUSE

IL TONO



non è semplicemente il tono di voce di chi parla (melodica, timbrica); ma l'intera costruzione della frase (interrogativa, imperativa,...)

è lo specchio del nostro stato d'animo e può essere quindi aggressivo, adirato, ironico, didattico, stizzoso, brontolone, calmo, tranquillizzante, neutro, amichevole, alto, basso, chiaro...

CI SI PUO' ALLENARE A CURARE LA PROPRIA TIMBRICA
PER RENDERLA AMICHEVOLE E SIGNIFICATIVA
(CHE EFFETTO FA LA NOSTRA VOCE AL REGISTRATORE?)

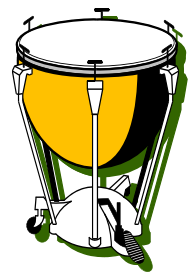
67

COMUNICAZIONE **PARAVERBALE**

TONO, RITMO E PAUSE

IL RITMO

Deve essere "in linea" con il contesto comunicativo e con il momento.



VARIARE IL RITMO
PER RICHIAMARE L'ATTENZIONE

68

COMUNICAZIONE **PARAVERBALE**

TONO, RITMO E PAUSE

LE PAUSE



sono indispensabili; fanno pensare e ci fanno riflettere... sono un segnale di rispetto per l'altro... servono a sottolineare, richiamano l'attenzione

69

IMPORTANTE: CONGRUENZA!

Un messaggio è **INCONGRUENTE** quando le tre componenti (verbale, paraverbale, non verbale) sono incoerenti, cioè sono in conflitto tra loro nell'esprimerlo.

Si verifica una perdita di credibilità!

70

IMPORTANTE: CONGRUENZA!

La congruenza



Da noi, cortesia e disponibilità verso la persona sono al primo posto

L'incongruenza



Da noi, cortesia e disponibilità verso la persona sono al primo posto

71

CONOSCERE I SIGNIFICATI DELLA COMUNICAZIONE



SERVE

per imparare a controllare il proprio comportamento
per diventare consapevoli degli effetti che la nostra comunicazione produce negli altri

NON SERVE

per "giocare allo psicologo"
interpretando le intenzioni dell'interlocutore

72

AUMENTA I VANTAGGI
DI UNA SITUAZIONE
FAVOREVOLE

LA COMUNICAZIONE
EFFICACE

CREA
INTEGRAZIONE A
LIVELLO DELLA
RELAZIONE

EVITA CONFLITTI
INUTILI

73

Per raggiungere i propri obiettivi...



**NELLA VITA PERSONALE (MA ANCHE
PROFESSIONALE), QUINDI, È
DETERMINANTE...**

**COMUNICARE
EFFICACEMENTE!!**

74

Note per una comunicazione efficace

- Presentare il proprio argomento chiaramente e in modo comprensibile – usare un linguaggio semplice che possa essere compreso facilmente da chi ascolta
- Essere concisi – l'argomento deve essere presentato brevemente
- Mantenere il contatto non verbale con chi ascolta; mantenere il contatto con gli occhi per cogliere segnali non verbali, come sbadigli e distrazioni.

75

Note per una comunicazione efficace

- Controllare il linguaggio del corpo: mantenere un atteggiamento corporeo aperto (postura eretta, regioni del collo e del petto non protette, testa sollevata, spalle non sollevate, atteggiamento complessivo rilassato, braccia lungo i fianchi)
- Incoraggiare le domande, cercare di ottenere dei feedback, chiarire ciò che potrebbe non essere chiaro o essere stato frainteso
- Ascoltare punti di vista differenti e comunicare l'ascolto.

76

