

MODULO FORMATIVO COMUNICAZIONE dott.ssa Salemme Alessandra

COMUNICAZIONE

Dal latino: mettere in comune

Per comunicare servono almeno due persone = DIADE

La comunicazione è caratterizzata da alcune funzioni di base:

- Funzione Proposizionale = Serve a elaborare, organizzare e trasmettere conoscenze fra i partecipanti all'interno di una comunità. È in gioco la conoscenza dichiarativa, intesa come la totalità delle conoscenze disponibili nella memoria a lungo termine.
- Funzione Relazionale = Permette di generare e definire le relazioni nella e attraverso la comunicazione. La comunicazione permette di generare sviluppare delle relazioni, così come di mantenerle, rinnovarle, cambiarle, restaurarle, estinguerle.
- Funzione Espressiva = una modalità originale per manifestare pensieri, sentimenti ed emozioni. La comunicazione è infatti alla base della creatività umana

IL PROCESSO DI COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

La comunicazione avviene fra le persone perciò il sistema di comunicazione deve perciò servire una varietà di individui che differiscono nelle convinzioni, nel livello di istruzione, nella cultura, nei bisogni e nelle esperienze di vita. Gli elementi e le fasi che entrano in gioco nella comunicazione interpersonale sono:

1. La fonte di messaggio: avvia il processo di comunicazione e ne determina molti aspetti, quali il tipo di messaggio che viene trasmesso, la sua forma e anche il canale in cui avviene la trasmissione. La comunicazione mira, in genere, a soddisfare qualche bisogno con il quale qualcun altro (il ricevente) ha a che fare. L'esigenza di trasmettere ad altri le proprie idee, informazioni, sensazioni assicura uno scopo concreto alla comunicazione, per esempio fornire informazioni, dare un consiglio, chiedere un parere, ottenere un certo comportamento.
2. La codifica del messaggio: comporta la scelta di una forma di comunicazione (verbale o non verbale) che riesca a trasferire i significati attraverso parole, scritti, gesti, o azioni. È fondamentale considerare non solo che cosa si intende comunicare, ma anche in che modo comunicarlo per ottenere l'effetto desiderato su chi riceve il messaggio, per questo è vantaggioso adattare il messaggio al livello interculturale, agli interessi e ai bisogni del destinatario. Utile è anche considerare

le eventuali conseguenze non desiderate, per ridurle al minimo. Per comunicare in modo efficace bisogna conoscere a fondo la natura umana e avere sensibilità per l'effetto che le parole, al di là del loro significato, possono avere sulla persona. Talvolta la codifica del messaggio viene seguita non da chi trasmette, per esempio un collaboratore può trascrivere un messaggio telefonico e presentarlo al destinatario in tale forma. In questo caso l'intermediario funge anche da filtro e chi trasmette deve porre particolare attenzione nel rendere ben chiaro il suo messaggio.

3. La trasmissione del messaggio: riguarda per lo più la scelta del canale di trasmissione (medium). La comunicazione orale, per esempio, può avvalersi di molti canali (colloquio diretto, colloquio telefonico, nastro registrato, audio o videotape), può avvenire faccia a faccia oppure nel contesto di una riunione con altri partecipanti. La comunicazione orale consente l'interazione tra chi trasmette e chi riceve, attraverso il feedback che quest'ultimo può trasmettere al suo interlocutore, lo svantaggio è la sua volatilità, non c'è registrazione. La comunicazione scritta avviene per mezzo di relazioni, lettere, rapporti, note, notiziari, manuali e comunicati di vario genere, lo svantaggio è che non offre l'opportunità di una risposta diretta e immediata. La scelta del canale di trasmissione più adatto al messaggio che si intende trasmettere è una delle decisioni più importanti per chi trasmette.
4. La ricezione del messaggio: soltanto se qualcuno riceve il messaggio c'è vera trasmissione. Molti tentativi importanti di comunicare sono falliti proprio perché il messaggio non ha raggiunto il destinatario.
5. La decodifica del messaggio: è l'attribuzione di un significato al messaggio da parte del ricevente. Tale significato è il prodotto delle esperienze del passato, dei pregiudizi e del livello culturale, della mentalità e dell'ambiente. C'è sempre la possibilità che il messaggio, una volta decodificato da chi lo riceve, presenti un significato diverso da quello che attribuisce chi l'ha trasmesso, e il mancato accertamento della decodifica del messaggio può dar luogo a fraintendimenti disastrosi. Il problema di farsi capire non è semplicemente un problema di codice linguistico e anche un problema di codice culturale.
6. Il feedback: è la risposta che il ricevente manda alla fonte circa il tipo di decodifica che ha operato

TIPI DI COMUNICAZIONE:

La comunicazione non verbale ha spesso più peso sull'effetto di un messaggio di quanto ne abbia la comunicazione verbale; un'indagine (Mehrabian A.: Non-verbal communications, Aldine, Chicago) ha evidenziato, che:

- ✓ il 55% circa del contenuto del messaggio viene trasmesso con la mimica facciale e i gesti,

- ✓ il 38% con l'inflessione e il tono della voce,
- ✓ ed appena il 7% con la parola.

Considerando che i messaggi non verbali spesso contraddicono il messaggio verbale, soprattutto perché sono meno controllabili rispetto ad esso, è vantaggioso essere ben ricettivi dei messaggi non verbali che ci vengono inviati, oltre che essere ben consapevoli del fatto che anche noi li inviamo agli altri, più o meno intenzionalmente. La comunicazione non verbale gioca una parte molto importante nel processo di comunicazione, e non solo nei colloqui faccia a faccia. Un messaggio scritto, per esempio, comunica anche con il suo aspetto: può essere battuto ordinatamente al computer, oppure scribacchiato a mano, su carta di poco prezzo o su carta pergamena, in caratteri più o meno chiari ed eleganti, ecc...

- VERBALE → parola (orale e scritta)
- NON VERBALE → tutti gli altri modi di comunicare, esclusa la parola:
 - Prossemica = si riferisce all'organizzazione e all'utilizzo dello spazio e delle distanze con altri all'interno di una comunicazione
 - Aptica = azioni di contatto (baci, strette di mano, pacca sulla spalla)
 - Espressioni del volto
 - Sguardo
 - Gestualità
 - Postura
 - Movimento del corpo
 - Abbigliamento
 - Trucco
 - Reazioni somatiche
 - Mimica
 - Stile di atteggiamento (sicuro, esitante, amichevole, altero, ecc.)
- PARAVERBALE = Definito dagli elementi paralinguistici e dalle caratteristiche extralinguistiche:
 - Modulazione della voce
 - Tono della voce
 - Intensità
 - Timbro
 - Ritmo di elocuzione
 - Pause
 - Chiarezza di dizione
 - Tratti soprasegmentali (o accentuazioni semantiche)
 - Silenzi ecc.

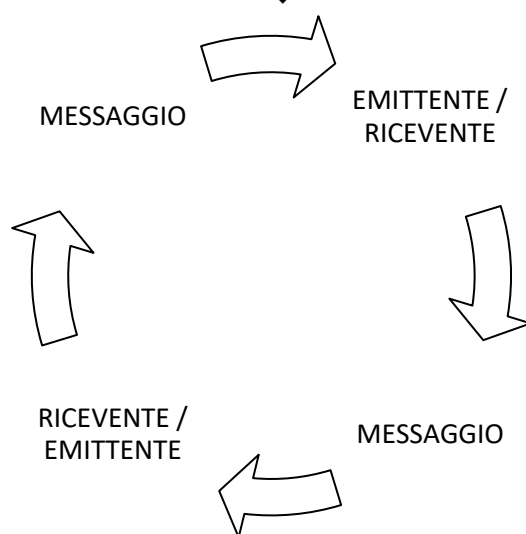
MODELLI (SCHEMI) DI COMUNICAZIONE:

- MODELLO LINEARE



EMITTENTE (colui che invia il messaggio) – MESSAGGIO (contenuto) –
DESTINATARIO o RICEVENTE (colui che riceve il messaggio)

- MODELLO CIRCOLARE



Nella maggior parte delle situazioni le persone sono contemporaneamente fonte e bersaglio di comunicazione: la comunicazione è un processo dinamico e non statico, che può essere valutato solo mentre accade.

LA CAPACITA' DI ASCOLTO ATTIVO

Paradossalmente, ma non tanto, chi vuol comunicare con efficacia, cioè chi vuole ottenere risultati di comprensione o di apprendimento, deve sapere innanzitutto ascoltare. Ascoltare l'altro, interpretare i suoi messaggi para-verbali e corporei, capire i suoi problemi, tener conto delle sue opinioni, individuare le sue difese, i suoi punti di vista, le sue difficoltà a comprendere e così via.

Ascolto e osservazione rappresentano le capacità base per la gestione della comunicazione e delle relazioni interpersonali.

L'ascolto è certamente uno strumento per raccogliere informazioni e verificare che l'altro abbia capito ma soprattutto uno strumento di gestione e relazione, perché è attraverso l'ascolto che si valorizza l'altro.

Altrettanto importante è osservare il comportamento degli interlocutori e l'insieme di fenomeni che si verificano nel gruppo. La comunicazione non si limita alla componente verbale e molti messaggi vengono inviati utilizzando altri canali quali

gesti, sguardi, postura, mimica e così via. È proprio osservando questi elementi che è possibile conferire significato emotivo e relazionale alle comunicazioni verbali, ed possibile, inoltre, cogliere tempestivamente situazioni di disagio o di difficoltà che quasi sempre vengono espresse prima (e talvolta esclusivamente) attraverso i comportamenti, poi con le parole.

LE TECNICHE DI COMUNICAZIONE

Sono sostanzialmente quattro:

1. osservazione
2. ascolto
3. uso di domande
4. riformulazione e ricapitolazione

1. Osservazione: La comunicazione efficace implica di non fermarsi alle parole per analizzare un'altra importante fonte d'informazione: il linguaggio non verbale. 14 Osservare vuol dire dedicare attenzione ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti, intenzioni. L'osservazione è il risultato del mantenimento di un contatto costante con l'interlocutore.

2. Ascolto: Un comunicatore è efficace non solo perchè sa presentare bene la sua comunicazione, ma anche perchè sa decodificare ed interpretare le comunicazioni di ritorno: in una parola sa ascoltare. Saper ascoltare significa porsi in modo attivo nei confronti dell'interlocutore, costringendo se stesso e l'altro ad una maggior comprensione reciproca prima di formulare giudizi. L'ascolto attivo significa elevare il proprio livello di consapevolezza rispetto alle relazioni altrui, sviluppando alcune tecniche (osservazione, uso delle domande, riformulazioni, ricapitolazioni). La comunicazione del nostro interlocutore richiede sollecitazioni, esplicitazioni, concessioni di spazio.

3. Uso di domande: L'uso di domande rappresenta la modalità più diretta per coinvolgere, chiarire, approfondire, confrontare, entrare in sintonia.

La tipologia di domande può essere:

- Diretta (presenza del punto di domanda, es: *sei arrabbiato/a?*)
- Indiretta (Le proposizioni interrogative indirette sono introdotte dalle congiunzioni *se, come, perché, quando, quanto* e dagli aggettivi e pronomi interrogativi *chi, che cosa, cosa, quale, quanto*, es: *non capisco se sei arrabbiato*)
- Aperta (es: *Cosa pensate di questa lezione?*)
- Chiusa (es: *Vi è piaciuta la lezione?*)
- di suggerimento (es, *Potrebbe essere utile fare questo per migliorare la situazione?*)

- di approfondimento (es, *le dispense sono scritte in modo chiaro? Si leggono bene?*)

4. Riformulazione e ricapitolazione

Per riformulazione si intende riproporre/riprendere ciò che è stato detto, usando esempi o concetti diversi. Per riformulare occorre riprendere l'intervento dell'altro collegandolo a situazioni comparabili o interventi precedenti.

La riformulazione permette di aggiungere valore a quanto già detto attraverso la deduzione logica.

Per ricapitolazione si intende ribadire e sintetizzare i punti essenziali della comunicazione per fare imprimere maggiormente nel ricordo le priorità. La ricapitolazione permette di finalizzare la comunicazione chiarendone le conseguenze pratico-operative.

STILI COMUNICATIVI

	<u>PENSIERI</u>	<u>EMOZIONI</u>	<u>COMPORTAMENTI</u>
<i>PASSIVO</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Autodenigrazione - Senso di colpa - Credenza: il valore di una persona si misura in base alle sue prestazioni 	<ul style="list-style-type: none"> • Rabbia repressa • Paura • Ansia /fobia sociale 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evitamento ✓ Fuga ✓ Scarso coinvolgimento ✓ Manipolazione degli altri
<i>AGGRESSIVO</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Prevaricazione - Attacco - Credenza: il valore di una persona si misura in base ai suoi risultati 	<ul style="list-style-type: none"> • Rabbia esplosiva • Risentimento 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Attacco verbale ✓ Attacco fisico ✓ Invadenza / giudizio ✓ Competizione esasperata
<i>ASSERTIVO</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Autostima - Autoefficacia - Credenza: un essere umano va rispettato in quanto tale e non sulla base delle sue prestazioni o dei suoi risultati 	<ul style="list-style-type: none"> • Consapevolezza e gestione delle emozioni 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rispetto di sé ✓ Rispetto degli altri ✓ Gestione dei conflitti ✓ Capacità di stabilire e mantenere relazioni sociali sane

ASSERTIVITA' = capacità di esprimere in modo chiaro ed efficace le proprie emozioni ed opinioni rispettando il punto di vista e le emozioni dell'altro. → Si manifesta inoltre nella capacità di iniziare, continuare e portare a termine le interazioni sociali, esprimere i propri sentimenti, comunicando non solo quelli positivi ma anche quelli negativi → E' inoltre l'abilità di risolvere problemi e soddisfare bisogni personali come il chiedere favori, avanzare richieste, esprimere la capacità di resistere attivamente a pressioni e influenze individuali o di gruppo, rimanendo coerenti con le proprie credenze ed opinioni.

LE COMPONENTI DELL'ASSERTIVITA':

- AUTOSTIMA → avere fiducia nelle proprie capacità di pensare, scegliere e prendere decisioni
- SAPERE ASCOLTARE
- SAPERE AMMETTERE I PROPRI SBAGLI
- SAPERE CRITICARE IN MANIERA COSTRUTTIVA
- SAPER DIRE DI NO (SENZA SENTIRSI IN COLPA) → dire di no diventa essenziale quando:
 - dire di sì non aiuta né noi né l'altro
 - dire di no aiuta direttamente o indirettamente l'altro

IL MESSAGGIO ASSERTIVO È:

- ESPRESSIONE DI SÉ → dei propri sentimenti, delle proprie idee ed opinioni
- ACCETTAZIONE DELL'ALTRO → ascolto attivo e disponibilità ad accogliere punti di vista diversi dai propri
- RICERCA DELLA MEDIAZIONE

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

P. WATZLAWICK, membro della scuola di Palo Alto e fondatore ed esponente dell'approccio sistemico



dal focus sull'individuo al focus sui suoi sistemi di riferimento (famiglia, gruppo) e sugli scambi relazionali; l'attenzione alla soggettività e all'unicità del singolo implica l'attenzione alla sua rete di relazioni

PRAGMATICA DELLA COMUNICAZIONE = indaga gli effetti della comunicazione sul comportamento

Nel 1971 P.W. pubblica il libro "*Pragmatica della comunicazione umana*", all'interno del quale definisce i 5 ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE → descrivono proprietà

semplici della comunicazione; tali proprietà hanno fondamentali implicazioni interpersonali (Watzlawick, Beavin e Jackson; 1967)

ASSIOMA = concetto dato per vero che non necessita di spiegazioni (non devono essere dimostrati)

1. NON SI PUO' NON COMUNICARE → qualsiasi comportamento, in una situazione di interazione, è comunicazione; anche il silenzio, l'immobilità, l'inattività sono comunicazione e influenzano il comportamento dell'altro

2. OGNI COMUNICAZIONE HA UN ASPETTO DI CONTENUTO E UNO DI RELAZIONE → l'aspetto di contenuto riguarda il messaggio, l'insieme di informazioni verbali e non che vengono scambiate; l'aspetto di relazione riguarda le caratteristiche e la natura della relazione che intercorre tra i comunicanti → l'aspetto di relazione è determinato dalla METACOMUNICAZIONE e classifica l'aspetto di contenuto



modo in cui la comunicazione avviene e modo in cui viene assunta

3. LA NATURA DI UNA RELAZIONE DIPENDE DALLA PUNTEGGIATURA DELLE SEQUENZE DI COMUNICAZIONE TRA I COMUNICANTI → per punteggiatura si intende l'interpretazione soggettiva della comunicazione, significa interpretare lo scambio comunicativo secondo il proprio punto di vista. Durante uno scambio comunicativo ognuno "prende" le parti del discorso che ritiene più importanti, le interpreta e dà un feedback → causa –effetto

4. GLI ESSERI UMANI COMUNICANO SIA ATTRAVERSO LA MODALITA' NUMERICA (verbale), SIA ATTRAVERSO LA MODALITA' ANALOGICA (non verbale) → la modalità analogica è il mezzo principale per esprimere emozioni e stati d'animo

5. GLI SCAMBI COMUNICATIVI POSSONO ESSERE SIMMETRICI O COMPLEMENTARI → sono simmetrici quando i comunicanti sono sullo stesso piano (insegnante - insegnante; alunno-alunno), mentre sono complementari quando i comunicanti sono collocati su piani diversi (insegnante-alunno; genitore-figlio) → non sono posizioni rigide e inflessibili, ma dipendono dal contesto; in una relazione è importante saper oscillare tra complementarietà e simmetria.

EMPATIA

Empatia (letteralmente soffrire insieme) è comunione di spiriti, compenetrazione psicologica, sintonia con l'altro o con il gruppo. Alla base c'è un'accettazione reciproca senza barriere e senza tante riserve (una specie di contatto psicologico), poi c'è una coltivazione del rapporto basato sul rispetto reciproco e sull'interesse comune ed infine c'è un'arte di favorire sinergia di gruppo e comporre conflitti emotivi. Creare un clima di empatia, per esempio, in una situazione didattica, non è semplice, ma è quasi sempre possibile e soprattutto necessario. Una volta innescato il processo del clima empatico, tutto riesce più semplice e produttivo con soddisfazione di tutte le parti e con una forte solidarietà di gruppo. In situazione didattica, il ruolo primario di creare il clima di empatia spetta al docente e/o al tutor, ma è ovvio che senza il coinvolgimento del gruppo ogni sforzo si vanifica facilmente. In una riunione spetta al conduttore. In una intervista spetta all'intervistatore. In un lavoro di gruppo spetta al leader e così via.

La prima regola per il successo è: sapersi mettere nei panni altrui, che per il manager significa soprattutto capire le difficoltà di comprensione dei suoi collaboratori, sintonizzarsi sul clima di gruppo, interpretare i loro bisogni, saper ascoltare e saper porre le domande che rilevano ciò che pensa, cosa capisce, cosa vorrebbe dire; facendogli capire nel contempo che lo si è capito.

C. ROGERS, psicoterapeuta americano, individua degli atteggiamenti

fondamentali e facilitanti perché si creino rapporti interpersonali costruttivi:

- Accettazione incondizionata e non giudicante: liberarsi da i pregiudizi vs l'altro
- Autenticità e congruenza: esprimere coerenza tra i livelli, *ciò che i sente, ciò che si è e ciò che si fa*
- Comprensione empatica:
Empatia NON E' = "Io, al suo posto in quella situazione farei, penserei, deciderei, proverei"
Empatia E' = "Vedere il mondo con gli occhi dell'altro" e quindi poter riconoscere, accettare e comprendere, senza giudizi e interpretazioni, ciò che l'altro percepisce, pensa, prova o decide e fa in quella stessa situazione

Ogni persona è diversa, ha la sua storia personale, i suoi vissuti, i suoi lutti e i suoi pregiudizi

Pregiudizio: opinione preconstituita, un giudizio preventivo affrettato o avventato, privo di giustificazione razionale o emesso a prescindere da una conoscenza precisa dell'oggetto e tale da impedire valutazioni corrette.

Stereotipo: In generale può essere definito come l'insieme delle caratteristiche che vengono attribuite ad una certa categoria di oggetti → Nel campo delle scienze sociali viene definito insieme coerente e mediamente rigido di credenze che un gruppo condivide rispetto ad un altro gruppo o categoria sociale → immagini relative a gruppi sociali (in particolare negative), attraverso di esso si colgono le caratteristiche di alcuni gruppi che si possono rilevare in determinate situazioni. Spesso succede che per confermare il nostro pregiudizio cerchiamo delle "prove" che confermino la nostra idea di partenza → PROFEZIA CHE SI AUTODETERMINA O AUTOAVVERA