



FENICE 16

Comunicazione efficace

manuale partecipante

PROGRAMMA DEL CORSO

Data: 16/03/2020
Pag. I

Progetto	2113496 - FENICE 16 [AVT/165/18I - CUP G48D19000050008]	Cliente	R.E.M.
Titolo Corso	Comunicazione efficace	Edizione	5
Durata (ore)	16	Docente	Elisabetta Mancini

Programma

DATA	ORE	TITOLO	MODALITÀ	DOCENTE
		VERIFICA INGRESSO		
		Caratteristiche della comunicazione		
		I principi della comunicazione		
		La comunicazione non verbale e la percezione		
		La comunicazione : la componente non verbale del processo comunicativo		
		La comunicazione non verbale: approfondimenti		
		La percezione: caratteristiche, processo, selettività		
		La percezione : esempi di percezione e di interpretazione		
		Illusioni ottiche : illusioni di movimento		
		Illusioni ottiche: figure ambigue		
		Comunicazione interpersonale: modelli e ascolto		
		La comunicazione interpersonale: canali, modelli di influenzamento e modalità		
		Comunicazione interpersonale e ascolto: interazione e ascolto attivo		
		VERIFICA USCITA		
		QUESTIONARIO DI GRADIMENTO DEL CORSO		



IN.SI.
BE COMPETENT

I PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE



Cosa significa comunicare?

Non si può non comunicare

Contenuto e relazione

La finalità, il processo, le funzioni della comunicazione

Punteggiatura

Comunicazione a due vie

I canali di comunicazione

Il linguaggio numerico e analogico

Efficacia della comunicazione

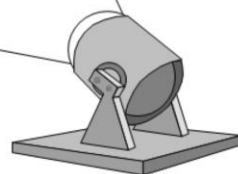
Simmetria e complementarità

[illegible]

I PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE

I principi della comunicazione sono le proprietà di base della comunicazione che hanno implicazioni fondamentali

- sul rapporto tra gli interlocutori
- sull'efficacia della comunicazione stessa



- Nei punti successivi ne esamineremo i cinque assiomi:
- In una relazione non si può non comunicare
- Ogni comunicazione ha due aspetti: di contenuto, di relazione (metacomunicazione);
- Si comunica in modo numerico e analogico;
- La natura dello scambio comunicativo dipende dalla punteggiatura delle sequenze;
- Gli scambi comunicativi possono essere simmetrici (basati su eguaglianza) o complementari (basati sulla differenza).

LA COMUNICAZIONE



Non solo informazione ma anche il tipo di relazione

La comunicazione è una condizione essenziale ed indispensabile della vita umana.

L'uomo si pone in posizione interattiva fin dalla nascita, utilizzando gli strumenti della comunicazione che sono a sua disposizione: il sorriso, il pianto, i comportamenti motori. Da quel momento in avanti l'uomo continua a porsi in situazioni di comunicazione ogni volta che si trova insieme a una o più persone, utilizzando fra gli strumenti che possiede quelli che paiono più adatti al contesto.

Anche all'interno di un contesto organizzativo è importante essere in grado di comunicare in maniera funzionale (precisa, utile, rapida). In una azienda si comunica con collaboratori, colleghi e superiori molte volte durante il proprio turno di lavoro.

La comunicazione viene utilizzata per passare e ricevere informazioni, per trovare e richiedere soluzioni a un problema, per comandare o ricevere disposizioni da altri, per affrontare e gestire rapporti interpersonali.

Nel comunicare non si trasmette solo un'informazione neutra, ma anche il tipo di relazione che si ha o si vuole stabilire.

La comunicazione è, quindi una sequenza di interazioni che stabiliscono una relazione.

LA COMUNICAZIONE: COSA SIGNIFICA COMUNICARE?



“Mettere in comune o scambiare informazioni”

“Trasmettere un messaggio da un emittente a un ricevente e ottenere una reazione di questi al messaggio”

“Orientare i comportamenti verso il conseguimento di obiettivi”

“Comunicare è ciò che arriva non ciò che voglio dire”

Il fatto di comunicare con gli altri, di scambiare esperienze, idee, emozioni con le persone che ci circondano, di interagire in vari modi con coloro che condividono con noi l'ambiente sociale, di lavoro o familiare, rientra nell'esperienza vitale primaria di ciascuno di noi.

Tutto questo complesso di fenomeni si può riassumere nell'espressione comunicazione interpersonale, che si è rivelato, soprattutto negli ultimi decenni, come un nodo cruciale per una serie di discipline relativamente indipendenti fra loro: la psicologia, la linguistica, la pedagogia, la sociologia, la teoria dell'informazione, l'etologia, l'antropologia, le scienze sociali, etc. etc.

Lo studio dei fenomeni comunicativi da parte di numerosi settori disciplinari non ha però contribuito a definire con adeguata chiarezza il concetto stesso di comunicazione, che risulta ancora un termine dalle molte accezioni.



NON SI PUÒ NON COMUNICARE

Comunicare è un principio attivo

Ogni comportamento in situazione relazionale è una comunicazione

Il comportamento non ha un suo opposto

L'attività o l'inattività, le parole e i silenzi hanno tutti valore di messaggio

Non esiste la non comunicazione

La comunicazione è un processo dinamico di interazione fra individui o gruppi di individui che avviene in un contesto sociale

Ogni individuo inserito in un contesto in cui sia possibile instaurare una relazione attua dei comportamenti che possono essere considerati dagli altri dei messaggi, indipendentemente dalla sua intenzionalità o consapevolezza di invio.

Ciò avviene perché in un processo di interazione il comportamento (sia esso sorridere o non guardare in faccia) viene interpretato come un messaggio, una comunicazione che influenza il comportamento successivo di chi ha percepito l'azione.

Poiché non è possibile pensare di non comportarsi, ovvero di attuare un non comportamento, ne deriva che non è possibile non comunicare all'interno di una situazione sociale. Allo stesso modo non è possibile che chi osserva il comportamento non cerchi (lo senta o lo interpreti) di vederlo come un messaggio che lo coinvolge.

CONTENUTO E RELAZIONE

In ogni comunicazione ci sono due livelli

Il **contenuto** evidenzia **che cosa**
si vuole comunicare

La notizia oggettiva in sè, il dato,
l'informazione, l'opinione

La **relazione** indica **come** il
contenuto va interpretato

Il modo soggettivo di interpretare la
notizia rispetto al significato
relazionale che ha

Nella comunicazione non si trasmettono solo dei contenuti ma si instaurano delle relazioni. Il contenuto della comunicazione corrisponde all'informazione, alla notizia, al che cosa si vuole trasmettere o far apprendere.

La relazione che si instaura tra gli attori della comunicazione dipende dalle modalità, dal come il contenuto viene trasmesso (in modo ironico, autoritario, comprensivo, ecc.).

Il contenuto viene per lo più espresso con un linguaggio codificato, utilizzando i canali della comunicazione verbale (es.: parole). La relazione viene espressa con un linguaggio non ben codificato, utilizzando in parte i canali della Comunicazione Verbale (es.: tono della voce) e tutti i canali della Comunicazione Non Verbale (es.: mimica).

Per quanto un possibile disaccordo a livello di relazione crei maggiori danni alla comunicazione rispetto ad un disaccordo a livello di contenuto, si tende a sottovalutare l'importanza del come viene interpretato un contenuto.

Il livello relazionale è dunque una metacomunicazione; cioè una comunicazione sulla comunicazione per meglio interpretarla

La metacomunicazione può essere:

- coerente con la comunicazione (confermandone il significato oggettivo)
- contraddittoria con la notizia oggettiva
- Il più delle volte le metacomunicazioni sono non verbali.

LA RELAZIONE: LE POSSIBILITÀ DI RISPOSTA

- Conferma:

- è un messaggio nel quale si approva (si riconosce per vero), ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento

- **Rifiuto:**

-è un messaggio nel quale si nega ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento

- **Disconferma:**

- è un messaggio nel quale non si prende in considerazione ciò che l'altro ha detto di sé o di un argomento

- **Discutere sulla relazione:**

- è un messaggio nel quale non si prende in considerazione il contenuto, ma solo l'aspetto di relazione

LA FINALITÀ DELLA COMUNICAZIONE

**Tentare di orientare il comportamento
dei nostri simili verso una nostra finalità**

in altre parole:

la comunicazione è

- /// uno scambio di dati ed idee
- /// che avviene in un contesto determinato
- /// volto al conseguimento di un obiettivo

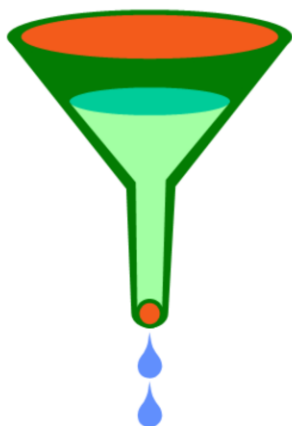


Ciò è vero al di là della nostra intenzione e al di là della nostra consapevolezza.

Il problema critico della comunicazione è quello di orientare i comportamenti verso il conseguimento di obiettivi, passare cioè da cosa devo/voglio dire o fare a quale obiettivo voglio/devo/posso conseguire.

Una comunicazione è efficace quando raggiunge l'obiettivo prefissato.

Che cosa si verifica normalmente quando comunichiamo?



100 ciò che ho intenzione di dire

70 ciò che dico veramente

40 ciò che l'altro ha sentito

20 ciò che l'altro ha capito

10 ciò che l'altro ha ritenuto

Spesso non si è consapevoli della perdita di efficacia del messaggio.

Solo una piccola parte di ciò che vogliamo dire viene recepito dall'altro. Ciò impone una grande attenzione alla chiarezza e alla precisione dei nostri messaggi, e alla verifica di cosa è arrivato all'interlocutore. Chiaramente questo fatto diventa ancora più evidente quando i passaggi si moltiplicano.

La trasformazione del messaggio può dipendere da varie cause. Alcune sono legate ad aspetti di contenuto così ad esempio se si usa un linguaggio che è troppo distante rispetto a quello conosciuto dall'interlocutore (termini specialistici, lingue straniere). A volte invece la causa sta nella scelta di un ambiente inadatto (magari perchè troppo rumoroso) che rende difficoltosa la comunicazione.

LE FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE



1) funzione strumentale



2) funzione di controllo

3) funzione informativa



4) funzione espressa



5) contatto sociale



6) alleviamento dell'ansia

7) stimolazione



8) funzione legata al ruolo



La comunicazione è uno degli aspetti fondamentali di qualsiasi tipo di comportamento sociale.

Deve esistere un gruppo una comunità, gli individui inviano segnali ad altri individui per comunicare, le loro interazioni, le loro emozioni, i loro bisogni, la loro volontà di ottenere qualcosa.

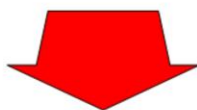
Questo è vero anche per la comunità di animali i quali hanno i loro linguaggi, i loro segnali i loro sistemi di comunicazione.

La comunicazione è pertanto un processo dinamico di interazione fra i individui o gruppi di individui che avviene in un determinato contesto sociale.

[illegible]

PUNTEGGIATURA

**Modello di scambio comunicativo che emerge dal
modo in cui ogni comunicatore organizza/mette in
sequenza gli eventi**



**Il significato attribuito da ognuno ai
comportamenti propri/dell'altro durante
l'interazione**

Quando si verificano difficoltà o corti circuiti nel processo di comunicazione, la tendenza comune a chi parla e a chi ascolta è quella di attribuire all'altro questi incidenti e a considerare la propria risposta come logica conseguenza agli errori altrui.

In questa situazione i messaggi che si intrecciano non sono espressi allo scopo di comunicare contenuti e informazioni, bensì in funzione reattiva a una situazione che ciascuno ritiene ingiusta e dannosa per sé.

In questi casi, dunque, chiediamoci:

- Chi ha iniziato?
- Che ha risposto?
- Chi ha reagito alla risposta?

Ricordiamoci che il disaccordo sulla punteggiatura è alla base di conflitti / incomprensioni / spirali comunicative che allontanano dall'efficacia.



I CANALI DI COMUNICAZIONE

Verbale

La comunicazione verbale è costituita dalle parole che pronunciamo.

Dalla scelta delle parole dipende l'accessibilità o l'incomprensibilità del nostro linguaggio. Una terminologia semplice, concreta priva di tecnicismi e paroloni avrà sicuramente maggiore probabilità di essere compresa dall'interlocutore

Non verbale

L'essere umano comunica con il suo corpo. L'abbigliamento, la postura, la prossemica, la mimica, lo sguardo, la gestualità rappresentano la componente forse più importante del processo comunicativo, essi veicolano la congruenza dei messaggi. Es: evitare di guardare negli occhi l'interlocutore è un segnale che può essere di disagio anche in chi afferma di non nutrire nessun imbarazzo.

Paraverbale

È costituito da:

- tono di voce
- volume
- ritmo e velocità con cui si parla
- intercalare
- inceppamenti (balbettii)
- pause
- spazio di tempo che occupo prima di lasciar parlare l'altro

La comunicazione verbale ha il compito di trasmettere tutti i messaggi di contenuto, invece quella non verbale o paraverbale deve trasmettere tutti i messaggi di relazione.

La relazione fra gli interlocutori è definita anche dal modo in cui viene formulato il contenuto e dal contesto della comunicazione.

Questo ci permette di dire che la comunicazione verbale è razionale, concreta, rivolta al contenuto, volontaria e consapevole. Invece quella non verbale è involontaria, inconsapevole e esprime atteggiamenti verso il contenuto e gli interlocutori.

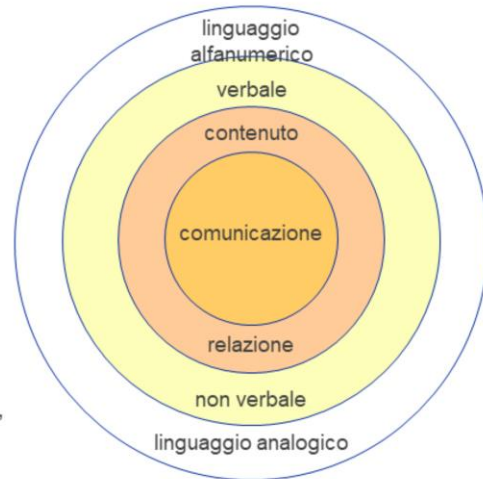
IL LINGUAGGIO NUMERICO E ANALOGICO

Linguaggio alfanumerico

Basato su simboli che rappresentano
Convenzionalmente ciò che si vuole
Comunicare.
Ad esempio: parole, numeri

Linguaggio analogico

Basato su simboli che sono in sé
Affini a ciò che si vuole comunicare
Ad esempio: gesti, disegni, toni, inflessioni,
movimenti



I messaggi verbali costituiscono una piccola parte del processo di comunicazione, mentre i messaggi non verbali (gesti, mimica, sguardo, ecc.) ne sono la parte più cospicua, rilevante ed immediata.

I due linguaggi sono complementari ma:

- **Alfanumerico**
è coerente per inviare contenuti (notizie oggettive) anche complessi
è poco coerente per inviare messaggi di relazione
- **Analogico**
è coerente per inviare messaggi di relazione
è poco coerente per inviare contenuti complessi

Le comunicazioni di contenuto usano più spesso il modulo alfanumerico.

Le metacomunicazioni sono portate più spesso dal modulo analogico.



EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE

Efficacia = Coerenza

- Se i tre canali **sono coerenti**: massima efficacia
- In caso di **contrasto tra verbale e gli altri due canali**: le parole perdono valore

Attenzione!

- Non verbale e paraverbale sono in parte fuori di controllo
- Lasciano trasparire gli stati d'animo

I PROBLEMI, DI SOLITO SORGONO A QUESTO LIVELLO!

Per non trasmettere messaggi distorti è essenziale essere consapevoli non solo di quello che si dice, ma anche di come lo si sta dicendo.

Quando si comunica non trascurare l'importanza di inviare messaggi positivi di conferma: messaggi che comunicano apertura, disponibilità e tranquillità.

Non fermarsi alle parole dette ai propri interlocutori ma dedicare attenzione ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti e intenzione.

Curare sempre il feedback del messaggio che si sta dando.

IL BUON COMUNICATORE

- **Sceglie e controlla** il suo comportamento verbale e non verbale
- **Presta attenzione** al comportamento verbale e non verbale dell'interlocutore
- **Utilizza** regolarmente il feed-back

Il buon comunicatore è responsabile al 100% dei risultati che ottiene (o non ottiene). (Da programmazione neurolinguistica).

Un comunicatore è efficace non solo perché sa presentare bene la sua comunicazione, ma anche perché è attento alle reazioni dell'interlocutore e cerca di interpretarle.

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.

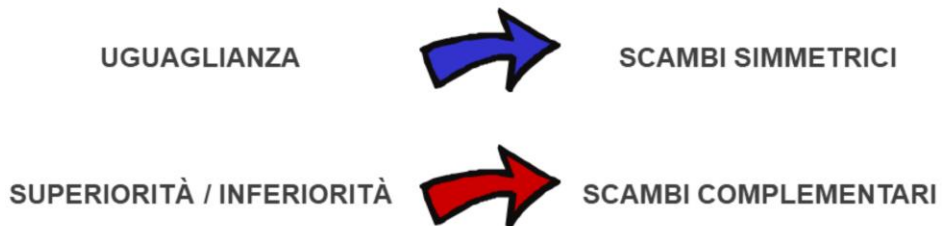
Ascoltare attivamente significa quindi creare un legame con l'interlocutore e mantenerlo attraverso un contatto costante.

PER COMUNICARE IN MODO "APPROFONDITO" OCCORRE STABILIRE UNA RELAZIONE
PRODUTTIVA



SIMMETRIA E COMPLEMENTARITÀ

Ogni messaggio (contenuto più relazione) può
essere letto come una dichiarazione di posizioni



Lo scambio può portare a:

- Posizioni di eguaglianza: i comunicanti sono sulla stessa posizione
- Posizioni di differenza: un comunicante è in posizione di inferiorità e l'altro di superiorità o viceversa, e quindi si parla di:
 - scambi simmetrici (basati su posizioni di reciproca eguaglianza): tipica fra amici, colleghi,... costosa, poco efficace/efficiente
 - scambi complementari (basati su posizioni di reciproca differenza): la forma più utile per farsi capire un modo efficace per arrivare all'obiettivo... scambiandosi nei ruoli; in pratica l'uno guida, l'altro è guidato.

LA COMUNICAZIONE: SINTESI



Un contenuto in un contesto



Non solo parole



Un episodio in una storia



Sintonia o competizione



Inevitabile

I comportamenti devono conformarsi al ruolo ricoperto e agli obiettivi professionali.

Il nostro comportamento influisce sul comportamento degli altri e viceversa

Per non trasmettere messaggi distorti è essenziale essere consapevoli non solo di quello che si dice, ma anche di come lo sta dicendo.

Quando lo si comunica non trascurare l'importanza di messaggi positivi di conferma, messaggi che comunicano apertura, disponibilità e tranquillità.

Non fermarsi alle parole dette dai propri interlocutori ma destinare attenzione ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti, intenzione.

Curare sempre il feed back del messaggio che si sta dando.



IN.SI.
BE COMPETENT

LA COMUNICAZIONE

La componente non verbale del processo comunicativo

Comunicazione verbale e non verbale

I codici non verbali: aspetto esteriore e sistema cinesico e prossemico

Le regole della comunicazione

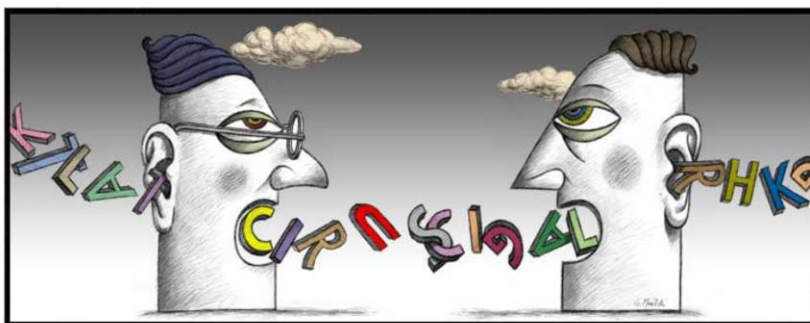
[illegible]

LA COMUNICAZIONE

comunicazione = rendere comune

Trasmissione di informazioni

Stabilire la qualità delle relazione



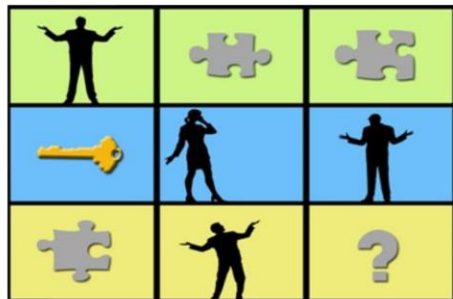
LA COMUNICAZIONE

La comunicazione umana si avvale dell'**uso simultaneo** di differenti canali



Il **linguaggio** è strettamente intrecciato agli aspetti della **comunicazione non verbale**

Non tutto si può esprimere in modo adeguato con le parole



IL COMPORTAMENTO NON VERBALE

Produzione, elaborazione e comprensione del messaggio



- **Ripetere** quanto viene detto verbalmente
- **Sostituire** parti del messaggio verbale
- **Completare** o **chiarire** un messaggio verbale
- **Contraddire** il messaggio verbale
- **Rinforzare** il contenuto verbale



I CODICI NON VERBALI: ASPETTO ESTERIORE

- **Aspetto fisico**

- Comunica importanti **informazioni** rispetto agli individui e **influenza le impressioni** che gli altri possono riportare
- Sono diversi gli elementi non verbali che compongono l'aspetto esteriore come **abiti trucco e acconciatura**



I CODICI NON VERBALI: SISTEMA CINESICO E PROSSEMICO

- Contatto corporeo
- Distanza interpersonale
- Orientamento spaziale
- Postura
- Gestualità
- Mimica facciale

Le espressioni del volto sono in gran parte dominate da **sistemi di controllo cosciente**; hanno la fondamentale funzione di comunicare le **emozioni** e gli **atteggiamenti** e di fungere da **rinforzo** ai segnali della parola parlata





I CODICI NON VERBALI: SISTEMA CINESICO E PROSSEMICO

Lo sguardo

Elementi di tipo **fisiologico e involontario**

dilatazione delle pupille o battito delle palpebre



Elementi di tipo **consapevole**

i movimenti e le espressioni degli occhi

Un **eccellente strumento di comunicazione non verbale** che può trasmettere innumerevoli messaggi di ogni tipo: sicurezza, disinteresse, critica, distacco...

PRIMA REGOLA DELLA COMUNICAZIONE

“NON SI PUO’ NON COMUNICARE”



«Ogni comunicazione ha in sé:

1. Un aspetto di contenuto (cosa)
2. Un aspetto di relazione (come)»

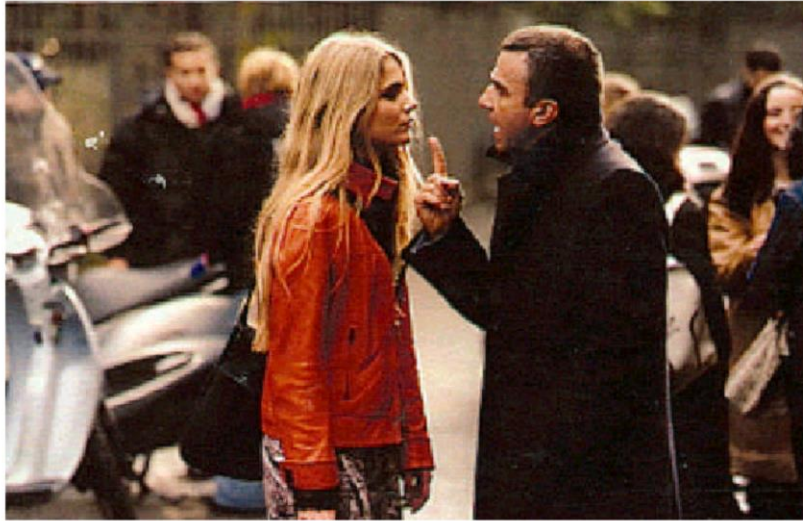
(P. Watzlawick)

"SI COMUNICA IN MODI DIVERSI"



Postura	→ il modo in cui si pone il corpo nello spazio
Mimica	→ le espressioni del volto
Gesti	→ la gestualità il linguaggio delle mani
Distanza	→ lo spazio tra noi e l'altro
Tono	→ la melodia del discorso, le pause, il ritmo dell'eloquio, il timbro di voce
Abbigliamento	→ e uso degli oggetti

SECONDA REGOLA DELLA COMUNICAZIONE



**“ESISTE UNA COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE:
TRA LE DUE
PREVALE LA SECONDA”**

CANALI DELLA COMUNICAZIONE

Verbale 7%

Paraverbale 38%

Non verbale 55%

[illegible]

TERZA REGOLA DELLA COMUNICAZIONE



La comunicazione viaggia su due binari:

Livello di contenuto

(cosa si dice)

Livello di relazione

(come si dice)

QUARTA REGOLA DELLA COMUNICAZIONE



***"NON SO QUELLO
CHE HO DETTO
FINO A QUANDO
NON HO RICEVUTO
LA RISPOSTA"***

QUINTA REGOLA DELLA COMUNICAZIONE

**"OCCORRE RECUPERARE
L'ARTE PERDUTA
DELL'ASCOLTARE"**



Due proprietà dell'arte dell'ascoltare:

Ottenere più informazioni e comprendere meglio
Dimostrare attenzione ed instaurare un rapporto di fiducia



IN.SI.
BE COMPETENT

COMUNICAZIONE

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

Approfondimenti

Effetti

I segnali veicolati

Il linguaggio del corpo

Mimica facciale

Significato culturale e sociale

Paralinguistica

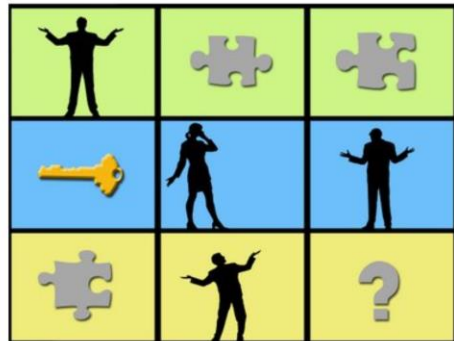
LA COMUNICAZIONE

La comunicazione umana si avvale dell'**uso simultaneo** di differenti canali



Il **linguaggio** è strettamente intrecciato agli aspetti della **comunicazione non verbale**

Non tutto si può esprimere in modo adeguato con le parole



LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

I messaggi vengono espressi tramite:

- **comunicazione verbale**

- linguaggio
- paralinguaggio

- **comunicazione non verbale**

- comportamento spaziale
- movimenti del corpo
- mimica facciale
- simboli

..... oltre la parola

La comunicazione avviene attraverso le parole e il comportamento.

Più dettagliatamente la comunicazione può avvenire attraverso i canali della:

- **Comunicazione Verbale:**
 - linguaggio (le parole)
 - paralinguaggio (il tono di voce, ritmo della comunicazione).
- **Comunicazione Non Verbale:**
 - comportamento spaziale (stato di vicinanza o distanza, orientamento reciproco, postura, ecc.)
 - movimenti del corpo (gestualità, manipolazione di oggetti, ecc.)
 - mimica facciale (mutamenti nella posizione degli occhi, della bocca, delle sopracciglia)
 - simboli (abbigliamento, oggetti esteriori).

In genere vengono utilizzati spontaneamente più mezzi di espressione in contemporanea.

La Comunicazione Non Verbale, essendo più difficile da manipolare, ha il potere di amplificare, contraddire, o sostituire la Comunicazione Verbale.

La comunicazione può essere efficace solo se trasmette messaggi attraverso i diversi canali in maniera congruente.

Gli ingredienti della comunicazione sono:

- 7% parole
- 38% fenomeni paralinguistici
 - voce
 - tono
 - ritmo
 - continuità dell'eloquio
- 55% linguaggio corporeo
 - aspetto esteriore (conformazione fisica, abbigliamento, trucco, pettinatura)
 - comportamento spaziale (vicinanza fisica, orientamento, postura)
 - comportamento motorio (gesti delle mani, cenni del capo, tic)
 - espressione del volto (bocca, sopracciglia, muscoli facciali)
 - sguardo

GLI EFFETTI DELLA COMUNICAZIONE NON VERBALE

- Classifica i significati verbali e definisce le relazioni tra chi partecipa alla conversazione
- Aumenta l'efficacia dei messaggi verbali: rinforza il messaggio
- Consente l'espressione filtrata di contenuti ambigui, contraddittori, imbarazzanti:
difende emittente e ricevente

Possiamo dire che la comunicazione non verbale serve a:

- Metterci in relazione con gli altri
- Confortarci o rassicurarci
- Ridurre uno stato di tensione

Può essere utilizzata per:

- Sostenere il linguaggio
- Sostituire il linguaggio
- Esprimere emozioni
- Esprimere atteggiamenti interpersonali
- Trasmettere informazioni sulla persona
- In cerimonie o rituali

La comunicazione non verbale rispetto a quella verbale può:

- Rinforzarla, supportarla, enfatizzarla
- Indebolirla, attenuarla
- Renderla ambigua
- Smascherare intenzioni e sentimenti.

IL COMPORTAMENTO NON VERBALE

Produzione, elaborazione e comprensione del messaggio



- **Ripetere** quanto viene detto verbalmente
- **Sostituire** parti del messaggio verbale
- **Completare** o **chiarire** un messaggio verbale
- **Contraddire** il messaggio verbale
- **Rinforzare** il contenuto verbale

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

LE MODALITÀ

- **In cui viene prodotta**

- **inconsapevole**

- (atteggiamento di interesse verso l'interlocutore, nelle interazioni faccia a faccia)

- **consapevole ma non per scelta**

- (pianto, espressioni di disgusto o paura, etc...)

- **pienamente intenzionale**

- (gesti di saluti, etc...)

- **In cui viene percepita**

- **inconsapevole**

- (reazione ad un maggiore o minore coinvolgimento personale)

- **consapevole**

TIPOLOGIE DI COMUNICAZIONE NON VERBALE

• Cinesica

- La postura
- La gestualità
- La mimica del volto e lo sguardo
- I movimenti del corpo

• Prossemica

- L'uso dello spazio
- Rapporti spaziali: distanza e orientamento

• Paralinguistica

- La qualità della voce (tono, volume, mordente, ecc.)
- Le vocalizzazioni
- Caratterizzatori vocali

• Accessori

- L'uso di oggetti e abbigliamento

• Fattori ambientali

- Arredamento, illuminazione, temperatura, etc.

Ogni forma di comunicazione non verbale è un vero e proprio linguaggio e quindi, come la lingua parlata, ha un lessico, un alfabeto e delle norme d'uso.

Per lessico si intende una lista di regole di corrispondenze tra segnali e significati e per alfabeto il set di componenti sub-lessicali che combinandosi tra loro, formano tutti i possibili segnali.

Negli ultimi anni sono stati messi a punto alcuni "dizionari" che hanno cercato di dare un significato ai segnali non verbali durante una conversazione. Ad esempio:

- Il dizionario dei gesti simbolici italiani (gestionario)
- Il dizionario dei modi di toccare (tocconario)
- Il dizionario delle espressioni facciali (faccionario)
- Il dizionario degli occhi (occhionario)

CINESICA – IL LINGUAGGIO DEL CORPO

- Avere un aspetto curato
- Stringere la mano con cordialità
- Guardare negli occhi il proprio interlocutore
- Sorridere



OK



- Fissare lo sguardo nel vuoto
- Fissare lo sguardo su un punto del viso o del corpo dell'interlocutore
- Gesticolare eccessivamente con le mani
- Sbadigliare
- Grattarsi
- Manipolare ossessivamente oggetti(penna, fogli, monete..)



NON OK



CINESICA: LA POSTURA

La postura è un **mezzo** per **trasmettere atteggiamenti interpersonali** ed **emozioni**, è **condizionata** da **convenzioni sociali**, è connessa ai rituali attraverso **posizioni simboliche**:

- **eretta**;
- **distesa**;
- a **sedere**;
- **rannicchiata**;
- in **ginocchio**.

I CODICI NON VERBALI: SISTEMA CINESICO E PROSSEMICO

La postura è la posizione che il corpo assume durante uno scambio comunicativo

rivela

lo stato emotivo

con cui l'interlocutore partecipa alla comunicazione

Naturalmente la postura di un individuo si combina con gli **atteggiamenti del volto e degli arti**





I CODICI NON VERBALI: SISTEMA CINESICO E PROSSEMICO

Lo sguardo

Elementi di tipo **fisiologico e involontario**

dilatazione delle pupille o battito delle palpebre

Elementi di tipo **consapevole**

i movimenti e le espressioni degli occhi



Un **eccellente strumento di comunicazione non verbale** che può trasmettere innumerevoli messaggi di ogni tipo: sicurezza, disinteresse, critica, distacco...

I CODICI NON VERBALI: SISTEMA PARALINGUISTICO

- Altezza, ritmo, volume e tono del linguaggio
- Accento
- Qualità della voce
- Sbadigliare, ridere, ecc.

spesso il **"non verbale"** racconta molto più delle parole che diciamo



IL LINGUAGGIO DEL CORPO: I GESTI

- **Emblematici**

- Sostitutivi delle parole

- **Descrittivi**

- Arricchiscono il senso delle parole

- **Di regolazione**

- Dei comportamenti degli altri

- **Di adattamento**

- Per superare disagi o scaricare la tensione

- **Di manifestazione affettiva**

- Per esprimere emozioni

All'interno del dizionario dei gesti sono inclusi i gesti convenzionali, ad esempio il linguaggio dei non udenti, i cosiddetti “emblemi”, cioè quei segnali internazionali, con un messaggio specifico traducibile con facilità ed immediatezza, in parole, al punto da poterle integralmente sostituire.

Alcuni gesti (additare, salutare con la mano, alzare o stringere le spalle) sono pressoché universali, altri invece differiscono a seconda della cultura e finanche degli ambiti regionali. Infatti, riguardo all'Italia, si può dire che “da Napoli in giù è tutto un teatro”, perché i meridionali, in particolare i napoletani e i siciliani hanno una gestualità più accentuata e più ricca, quasi teatrale.

ESEMPI DI GESTUALITÀ



Qualche esempio: gli italiani, per dire “sì” muovono la testa dall’alto verso il basso (lo stesso gesto in Bulgaria e nello Sri Lanka vuol dire “no”) e per dire “no” scuotono lateralmente il capo mentre in Italia meridionale il diniego è indicato da un movimento della testa all’indietro. “Mostrare la lingua” che da noi è un atto oltraggioso, in Cina esprime un complimento.

La “mano a borsa” (palmo della mano in alto, dita unite per le punte e polso che oscilla ripetutamente puntando sulla spalla), un gesto quasi sconosciuto in Gran Bretagna, segnala un’interrogazione (che vuoi?) in Italia, mentre semplicemente unire il pollice a tutte le altre dita della mano rivolte verso l’alto, nel napoletano significa “ti vuoi sbrigare vuoi arrivare al dunque?” (in Tunisia ed in molti Paesi arabi indica esattamente l’opposto: “un attimo di pazienza”).

Un’intima connessione suggeriscono invece gli indici affiancati (quei due se l’intendono) e se durante una discussione animata, tra siciliani, un uomo fa il gesto di unire verso il basso il pollice alle altre dita cosicché la mano pare cascare giù, come una cosa moscia, c’è da giurarci che vuol dire “quaquaraquà, discorsi di pepè” (stupidaggini, aria fritta).

TOCCO



IN.SI.

CNONVERB10BIS 52

Il contatto corporeo è uno tra i più primitivi canali di comunicazione; non tutti i contatti hanno però uno scopo comunicativo, si può toccare per il semplice piacere tattile o per afferrare qualcosa. La società italiana, al pari di altri popoli mediterranei, appartiene alle “società del contatto”, in cui l'interazione fisica tra gli individui è più frequente rispetto alle culture del Nord Europa o a quella statunitense.

Sono stati catalogati molti modi diversi di toccare in un crescendo che va dalla stretta di mano alla carezza e al bacio, dallo schiaffo allo spintone e al calcio, dal pizzicotto al buffetto sulla guancia e alla pacca sulla spalla, fino alle forme di un'interazione più diretta e coinvolgente. Ogni segnale è composto da diversi elementi: se è una mano che tocca, hanno valore distintivo la configurazione della mano, il tipo di movimento, la parte del corpo di colui che è toccato e la pressione che ne riceve. Così alla voce “carezza” troviamo un tocco leggero con il palmo o il dorso di una mano aperta, che può interessare qualsiasi parte del corpo dell'altro, sviluppandosi preferibilmente lungo una linea. A questo segnale corrisponde una frase (ti voglio bene), un significato letterale (voglio darti serenità e piacere), un significato indiretto (voglio che tu sia calmo), un significato originario (voglio darti una piacevole sensazione) e il tipo di rapporto tra i due (affettuoso).

LA MIMICA FACIALE: ESPRESSIONI DEL VOLTO



Neutrale



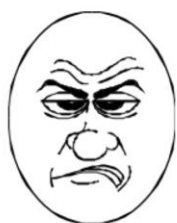
Felice



Triste



Collerico



Molto collerico



Stupito



Felice timido



Spaventato

Sono elementi determinanti per la mimica del volto:

- **La regione frontale:**
 - pieghe orizzontali della fronte
 - pieghe verticali della fronte
 - movimenti delle sopracciglia
- **La parte mediana del viso:**
 - lo sguardo
 - il contatto oculare
- **La bocca e il mento:**
 - gli angoli della bocca
 - il mento.

Le espressioni del volto sono usate per sottolineare le caratteristiche della personalità, far emergere le emozioni e a fornire segnali interattivi all'interlocutore.

Ad esempio la mimica facciale dei direttori di orchestra - l'arte direttoriale è una delle più complesse tecniche di comunicazione non verbale, perché il corpo e il viso del direttore partecipano alla pulsione ritmica dell'orchestra mentre ne coordinano l'esecuzione. Al momento d'iniziare a suonare, il direttore solleva le sopracciglia (siamo in stato d'allerta, siamo pronti) e con un energico cenno del capo dà l'avvio.



- CNONVERB10BIS 54

[illegible]

LA PROSSEMICA

- Parlare ad una giusta distanza dal candidato
- Orientare il corpo verso l'interlocutore



OK



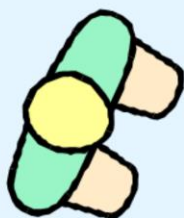
- Mantenere distanza eccessiva o troppo ravvicinata rispetto all'interlocutore
- Dare pacche sulle spalle o sulle braccia
- Dare le spalle



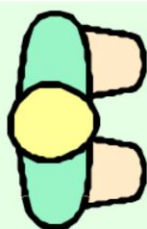
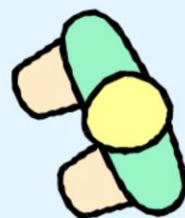
NON OK



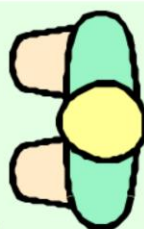
PROSSEMICA: IL SIGNIFICATO CULTURALE E SOCIALE



Americani



Arabi



Prima di continuare bisogna individuare il territorio in cui avviene la comunicazione. Possiamo individuare tre tipologie di spazi:

- Lo spazio personale
Area variabile intorno al proprio corpo
- Il territorio personale
Casa, automobile, scrivania
- Il territorio domestico
spazio occupato temporaneamente o frequentemente da un gruppo

IL SIGNIFICATO CULTURALE E SOCIALE

Hall (1996)

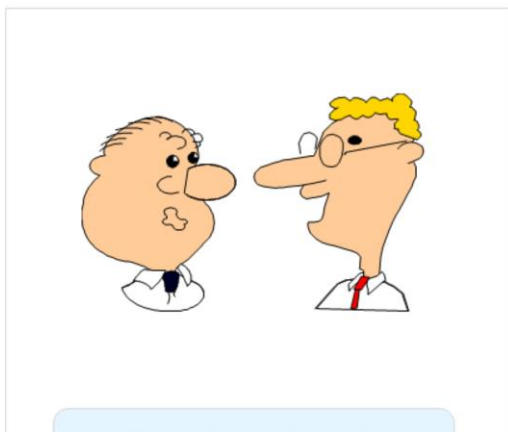
- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 - distanza minima | (contatto) |
| 2 - distanza personale | (a tiro di un braccio) |
| 3 - distanza sociale | (spazio che divide) |
| 4 - distanza pubblica | (relazioni formali) |

Schefflen (1972)

- 1 - posizione **inclusiva** o **non inclusiva**
- 2 - posizione **vis-a-vis** o orientamento **parallelo** del corpo
- 3 - posizione di **congruenza / incongruenza**



IL SIGNIFICATO CULTURALE E SOCIALE



Posizione vis-a-vis



**Orientamento parallelo
del corpo**



LE VOCALIZZAZIONI

Vocalizzazioni ed emozioni

(Caratterizzazioni vocali)

- ampiezza
- tono
- ritmo

Vocalizzazioni ed attribuzioni di personalità

(Segregati vocali)

- veloce...
- variato ...
- altisonante...
- gutturale...
- nasale...
- aspirato...



ARTEFATTI E FATTORI AMBIENTALI

- **Artefatti:**

- sigarette, sigari, pipe, occhiali, penne e pennarelli

- **Fattori ambientali:**

- disposizione del pubblico
- rumori
- temperatura e luminosità
- arredo
- uso di strumenti audiovisivi

Altri artefatti che possono influenzare la comunicazione possono essere:

- abiti
- capelli
- viso e pelle
- distintivi ed ornamenti



IN.SI.
BE COMPETENT

LA PERCEZIONE

Caratteristiche, processo, selettività

La percezione soggettiva

Caratteristiche della percezione

Filtri percettivi

Processo di percezione

Selettività della percezione

[illegible]

IMPORTANZA DELLA PERCEZIONE



La validità dell'efficacia
di una comunicazione
**si basa sulla percezione
del ricevente**
non sulle intenzioni
dell'emittente



IL FENOMENO DELLA PERCEZIONE: DEFINIZIONE

Percezione

Processo attraverso cui
interpretiamo la realtà



È il filtro tra noi e il mondo

La causa più frequente dei problemi di comunicazione risiede nella percezione.

La percezione è il filtro tra noi e il mondo, ovvero il processo attraverso cui elaboriamo gli stimoli provenienti dall'ambiente e attribuiamo loro un significato.

La percezione è la lettura (del tutto personale) della realtà. Nessuno di noi, infatti, vede il mondo così come esso è, ma come ce lo rappresentano le nostre mappe individuali o schemi interpretativi. Tali schemi di riferimento, frutto della nostra storia, delle nostre caratteristiche, delle nostre esperienze, influenzano attraverso la percezione, i nostri sentimenti, le nostre convinzioni, i nostri comportamenti.

Quando si comunica, "la propria realtà" si materializza nei pensieri formulati e nelle parole scelte, ma purtroppo spesso chi comunica legge i fenomeni in modo diverso rispetto a chi ascolta.

Così ad esempio capita di sorprendersi scoprendo che un fatto o un film o un libro che si è trovato divertente ad altri è sembrato piuttosto triste.

La difficoltà nel capirsi quando si comunica deriva dall'ammettere l'esistenza in altri di un modo di sentire diverso dal proprio ed infatti spesso è più facile capire o farsi capire se si cerca di comprendere "come pensa" l'altro.

I problemi di percezione possono quindi trasformarsi in complicati conflitti interpersonali o in blocchi di comunicazione in qualsiasi contesto organizzativo o sociale.



LA PERCEZIONE SOGGETTIVA

La percezione soggettiva dell'individuo è un elemento che va preso in attenta considerazione

- **É l'immagine** che l'individuo ha di:
 - che cosa l'azienda chiede
 - del proprio capo
 - dei collaboratori colleghi
 - del gruppo di lavoro
 - dell'azienda
 - del vertice
 - del proprio lavoro
- E determina:
 - Il **modo in cui interpreta la realtà**
 - Il **modo in cui, di conseguenza, si comporta**

La percezione è un processo che in modo automatico, inconsapevole e condizionato elabora gli stimoli selezionandoli, organizzandoli e interpretandoli attraverso meccanismi di filtro che

I FILTRI PERCETTIVI

- Noi tendiamo ad **organizzare** gli elementi della **realtà** “**colmando i vuoti**”
- Noi tendiamo ad **attribuire** agli **elementi** della **realtà** un **significato**
- Agli **elementi** della **realtà** noi **sovrapponiamo** **elementi** della **nostra esperienza**



Allo stesso oggetto persone diverse possono attribuire significati diversi

Quello che influenza i nostri comportamenti è la nostra percezione di un evento, quindi la mappa che ci siamo costruiti di un certo territorio.

La mappa ce la costruiamo durante il nostro percorso di vita in funzione delle esperienze, dei fatti, delle emozioni che viviamo. La mappa contiene le nostre idee, le nostre credenze, le nostre convinzioni.

Il problema è che spesso tendiamo a credere che la nostra mappa rappresenti il territorio

È invece importante ricordare che non esiste mappa giusta o sbagliata ma che ci sono molte mappe per affrontare la realtà

Per comunicare in modo efficace è importante mettere in comune mappe diverse e ampliare l'area condivisa.

Per ampliare l'area condivisa bisogna ancorare il più possibile la comunicazione a dati e fatti, limitando le interpretazioni.

IL FENOMENO DELLA PERCEZIONE



Generalizzazioni: si seleziona qualche particolare e lo si riorganizza, interpreta, enfatizzando come se fosse il generale.

Cancellazioni: parti rilevanti dell'esperienza vengono escluse dalla rappresentazione dell'esperienza stessa.

Deformazioni: stimoli sensoriali vengono riorganizzati in modo da modificarne le apparenze e quindi da cambiare l'interpretazione.

IL PROCESSO DI PERCEZIONE: LA PORTA DELL'ATTENZIONE

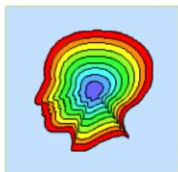


La percezione è il processo attraverso il quale elaboriamo gli stimoli provenienti dall'ambiente in modo per noi significativo e utile a rappresentare / definire il nostro rapporto con la realtà sociale e fisica.

La percezione è dunque il filtro tra noi e la realtà. La percezione crea una nostra immagine della realtà in base alla quale affrontiamo e reagiamo alla realtà.

La nostra mappa del mondo non è la realtà oggettiva ed è tendenzialmente autoconfermante.

SELETTIVITÀ DELLA PERCEZIONE



Non percepiamo tutti i particolari di un campo con lo stesso
risalto; **percepiamo solo ciò che siamo**
motivati a percepire,
il resto finisce nello sfondo

I motivi per cui percepiamo più chiaramente un particolare possono essere diversi:

- Disposizione mentale (la deformazione professionale)
- Significati culturali (la croce, la falce e il martello)
- Umore (vedo tutto nero o rosa)
- Particolari fisici (un nero in una folla di bianchi).



IN.SI.
BE COMPETENT

LA PERCEZIONE



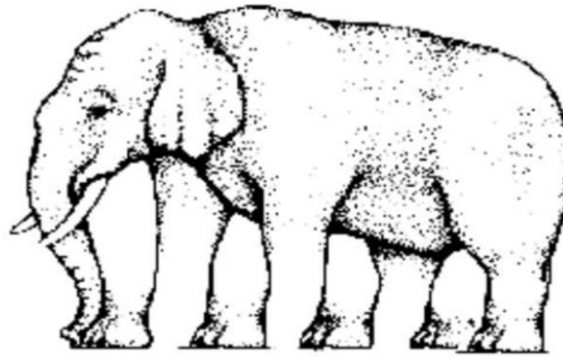
Esempi di percezione e di interpretazione

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

CHE COSA VEDETE?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

QUANTE GAMBE VEDETE?



PERCEZ02 78

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



Vecchia?

Giovane?

Vecchia?

Giovane?

Vecchia?

Giovane?

Vecchia?

Giovane?

CHE COSA VEDETE?



PERCEZ02 80

[illegible]



IN.SI.
BE COMPETENT

ILLUSIONI OTTICHE

Illusioni di movimento

Illusioni che si vedono da fermi

Illusioni che si vedono muovendo la testa avanti e indietro

Illusioni che si vedono muovendo la testa come per annuire

[illegible]

TIPI DI ILLUSIONE DEL MOVIMENTO

Per vedere alcune illusioni è sufficiente stare fermi



Per vedere alcune illusioni bisogna muovere la testa avanti e indietro



Per vedere alcune illusioni bisogna fare muovere la testa come per annuire



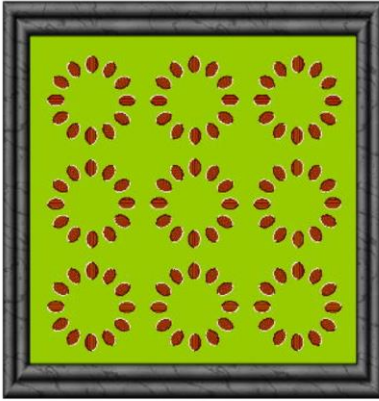
ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI



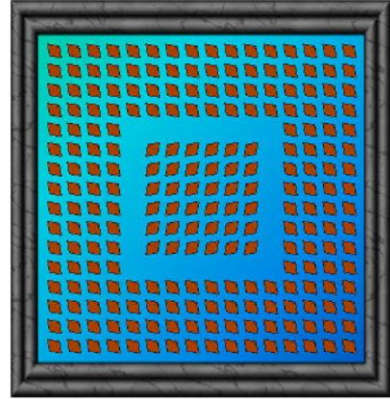
Per vedere questa categoria di illusioni,
è sufficiente stare fermi e fissare le immagini.
Si avrà l'impressione di percepire un movimento.

ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

Sembra che i semini girino

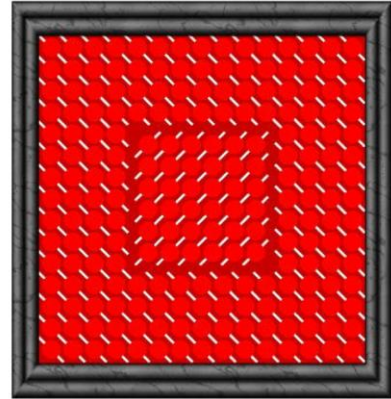


Il centro sembra muoversi rispetto al resto



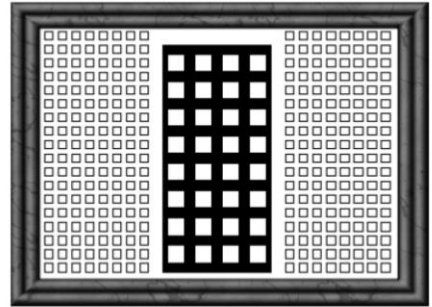
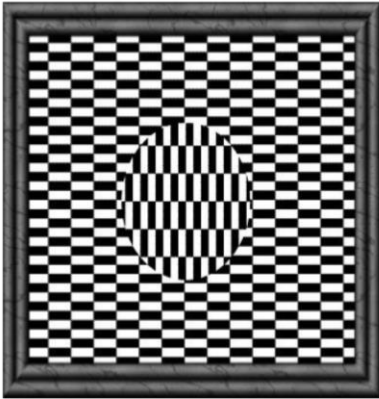
ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

Il centro sembra muoversi rispetto al resto



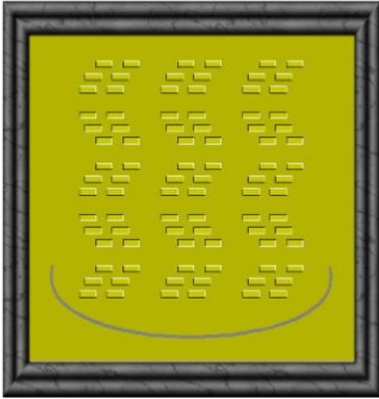
ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

Il centro sembra muoversi rispetto al resto

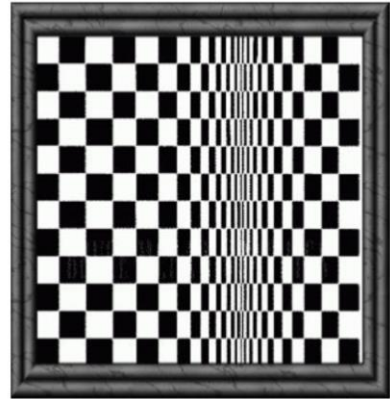


ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

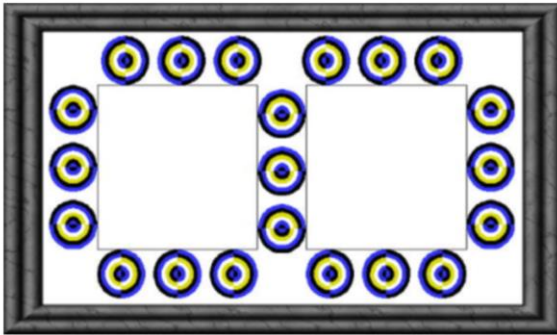
I rettangoli sembrano muoversi



Sembra che l'immagine si muova



I cerchi sembrano muoversi molto lentamente



Il centro sembra muoversi rispetto al resto

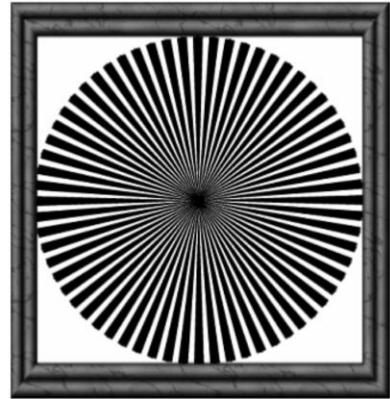


ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

Il centro sembra muoversi rispetto al resto

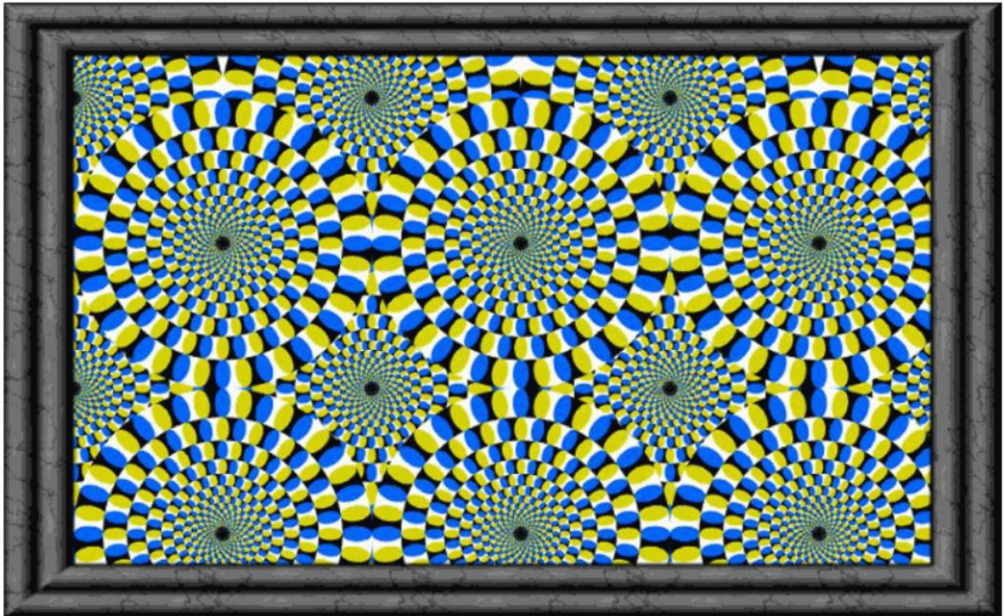


Si creano delle figure di interferenza



ILLUSIONI CHE SI VEDONO DA FERMI

I cerchi sembrano ruotare



ILLOTT01 90

[illegible]

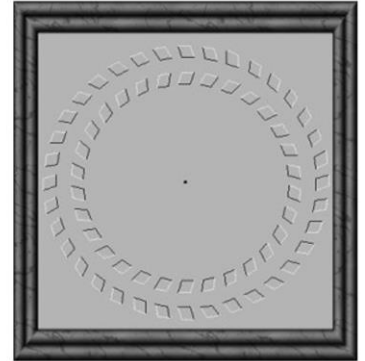
ILLUSIONI CHE SI VEDONO MUOVENDO LA TESTA AVANTI E INDIETRO



Per vedere questa categoria di illusioni,
bisogna muovere la testa
avanti e indietro

ILLUSIONI CHE SI VEDONO MUOVENDO LA TESTA AVANTI E INDIETRO

I cerchi si muovono uno rispetto all'altro





IN.SI.
BE COMPETENT

ILLUSIONI OTTICHE

Figure ambiguous

Ambiguità della prospettiva

Cubo ambiguo

Ambiguità figura-sfondo

Visi ambigu

Immagini che si prestano a varie interpretazioni

Volti nascosti

Teschi

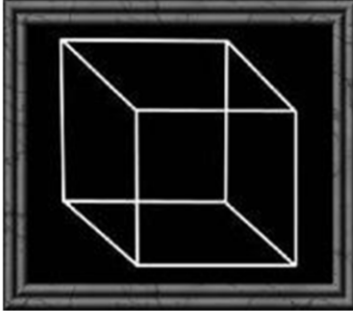
Animali

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

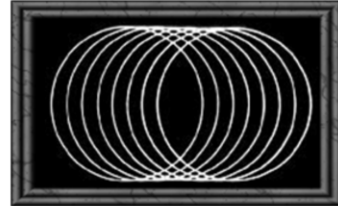
AMBIGUITÀ DELLA PROSPETTIVA

Il cubo di Necker

Tra le due facce parallele allo schermo
qual è quella anteriore?



E tra le facce di questo cilindro?



AMBIGUITÀ DELLA PROSPETTIVA

I cubi sono sei o sette?

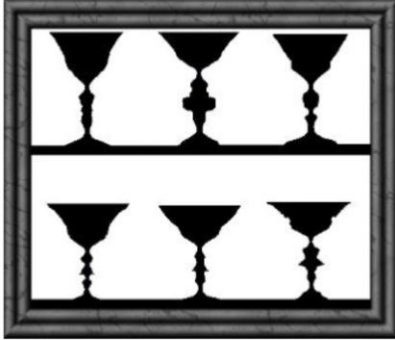


Il cubo grande è cavo?
O si tratta di un cubo piccolo posto
nell'angolo di una stanza?

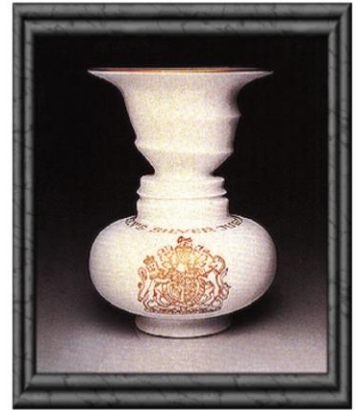


AMBIGUITÀ FIGURA-SFONDO

Una serie di calici?
... Siete sicuri?
E se fossero volti allo specchio?



Rappresentazione fotografica
dell'immagine vaso-volti.

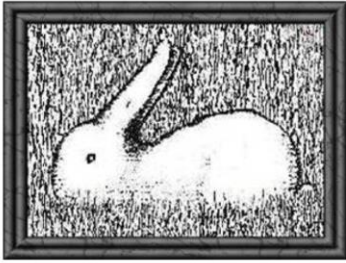


[illegible]

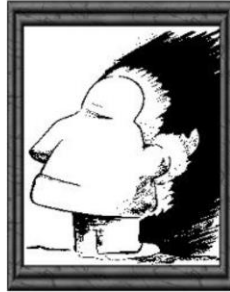
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

IMMAGINI CHE SI PRESTANO A VARIE INTERPRETAZIONI

papera o coniglio?



Indiano o Eschimese?



foca o orso?



cosa c'è scritto in centro?
13 o B?



a quale metà manca il seme?



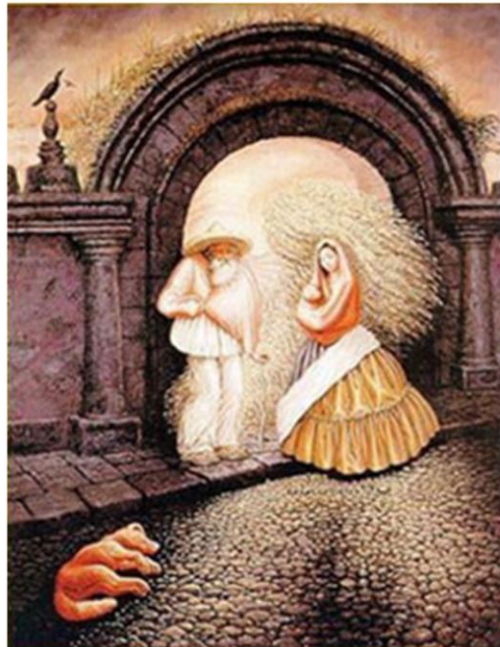
ILLOTT02 108

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



VOLTI NASCOSTI

In questa immagine ci sono 8 volti nascosti.

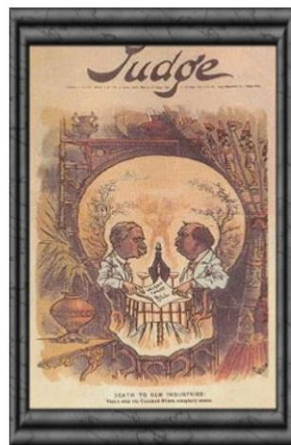


ILLOTT02 110

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and extend across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

ILLOTT02 112

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

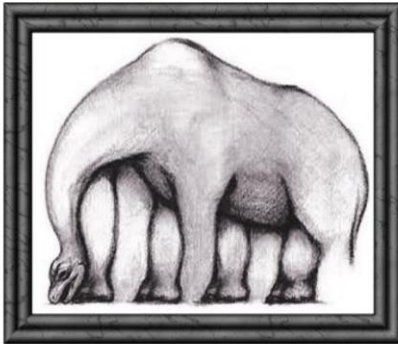


ANIMALI

quanti elefanti ci sono?



quante zampe ha il dinosauro?



alta società o un asino?



ILLOTT02 114

ANIMALI

una foca o un asino?



Il cavallo viene verso di noi o si allontana?



un asino o delle donne?



ILLOTT02 116

gli occhi sono aperti o chiusi?



la maschera ride o piange?

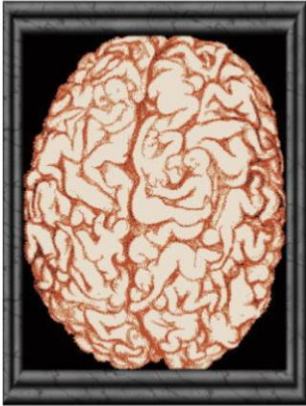


il viso non esiste
è composto dalle dita



AMBIGUITÀ

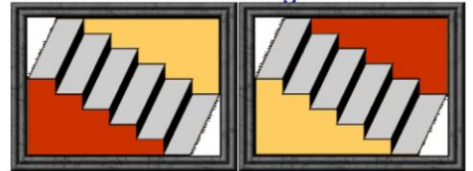
da cosa è formato il cervello?



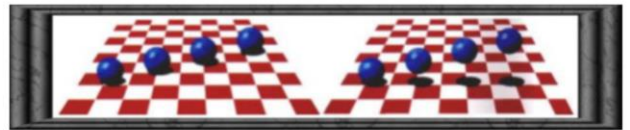
Cosa c'è scritto?



scale ambiguous



che direzione prende la pallina?



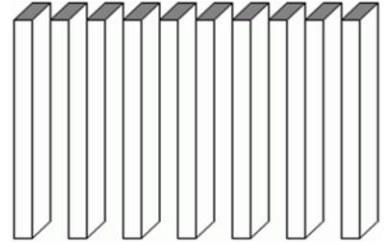
This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

FIGURE SOLIDE

Da sinistra a destra: la barra centrale esiste davvero?



E qui quante barre ci sono?



7 in basso o 10 in alto??



La porta è aperta verso
l'interno o verso l'esterno?

ILLOTT02 120

[illegible]

ILLOTT02 121

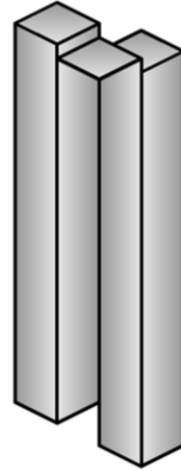
[illegible]

FIGURE SOLIDE

È una sporgenza o una scanalatura?



Due o tre barre?

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



IN.SI.
BE COMPETENT

COMUNICAZIONE

LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

Canali e modelli di influenzamento e modalità

La comunicazione interpersonale

Le modalità di comunicazione

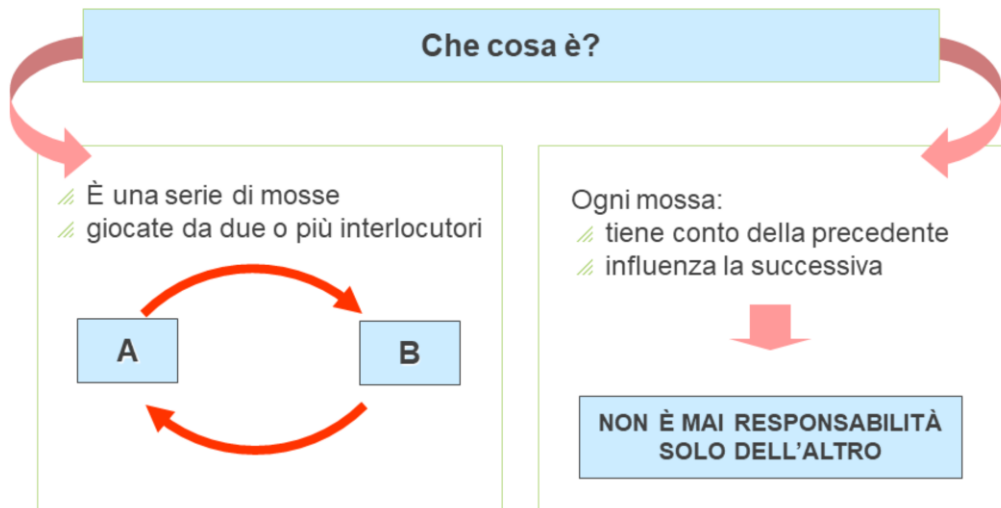
I livelli della comunicazione

Le modalità a una e a due vie

Modelli: sviluppo, controllo, rinuncia, difesa

[illegible]

LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

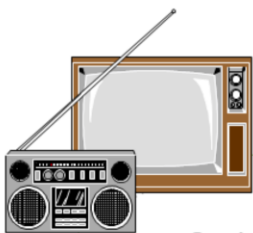


La comunicazione è un processo di interazione e relazione fra più individui.

Tale interazione avviene attraverso l'uso di simboli convenzionali (es.: il linguaggio) e attraverso alcuni assunti di base che la regolano: l'azione di questi ultimi, sovente, non viene naturalmente percepita dagli individui che interagiscono. L'abilità nel comunicare non è una dote naturale: essa è suscettibile di miglioramento tramite apprendimento ed esercizio.

[illegible]

LE MODALITÀ DI COMUNICAZIONE



- Se la comunicazione avviene solo da **A** a **B** si parla di comunicazione ad una via
- Se nella comunicazione tra **A** e **B** avviene un *feed-back* la comunicazione è a due vie in quanto **A** e **B** diventano alternativamente emittente e ricevente



La comunicazione richiede almeno tre elementi: un Emittente, un Messaggio e un Ricevente.

L'Emittente è colui che, attraverso un messaggio, cerca di influenzare o modificare le idee o il comportamento del destinatario. L'Emittente, nel momento in cui vuole trasmettere le sue idee deve codificare le sue informazioni attraverso un linguaggio (verbale e non verbale) che possa essere compreso dal Ricevente.

Il messaggio inviato deve trasmettere delle informazioni al Ricevente. Con il termine "informazione" si intende sottolineare l'aspetto di notizia, di insieme di dati che il messaggio contiene.

L'informazione è ciò che viene comunicato.

Il messaggio viene considerato in termini di "comportamento", prescindendo così dall'intenzionalità di inviarlo.

Il Ricevente è colui al quale è destinato il messaggio. Egli capta il messaggio, ovvero lo percepisce (osservando il comportamento di E, ascoltandone le parole, leggendone la lettera, ecc.), lo ricodifica dandogli un significato ("che cosa vuole dirmi E e perché"). A seguito di questa ridefinizione egli invia una risposta, ovvero un messaggio di ritorno. La procedura dell'invio del messaggio di ritorno (da R a E) è la stessa dell'invio del 1° messaggio (da E a R).

LE MODALITÀ DI COMUNICAZIONE

DA: **Comunicazione**
 Come
 Processo unidirezionale



A: **Comunicazione**
 Come
 Processo circolare



La comunicazione non è un processo unidirezionale dove c'è un emittente che parla e un ricevente che ascolta.

L'emittente diventa anche ricevente e viceversa.

E' importante essere attenti a ciò che si dice, ma è altrettanto importante cogliere le risposte al messaggio inviato.

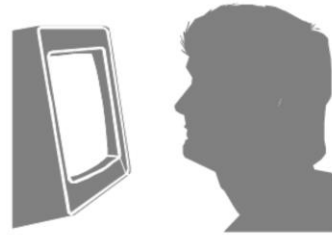
Diventa quindi fondamentale sviluppare una sensibilità all'ascolto e alla ricerca del feed-back (informazione di ritorno) per utilizzarlo al fine di entrare in maggiore sintonia con l'interlocutore.



COMUNICAZIONE A UNA VIA

Il processo della comunicazione è

- unidirezionale
- in genere autoritario
- indirizzato a fornire informazioni, ordini o istruzioni
- finalizzato a:
 - dare qualcosa al ricevente (informazioni)
 - ottenere qualcosa dal ricevente (un risultato, una prestazione)



• Le caratteristiche

- velocità
- ordine
- difesa d'immagine
- focus sulla preparazione

La comunicazione ad una via è:

- adatta a situazioni di emergenza
- rapida e veloce
- c'è un solo responsabile
- chiarezza limitata
- i due interlocutori debbono usare lo stesso codice e condividere le conoscenze
- rinvia l'insorgenza di eventuali conflitti.

COMUNICAZIONE A DUE VIE

Il processo della comunicazione è

- un processo di scambio
- in genere di apertura reciproca
- dovrebbe costituire un mettere in comune
- finalizzato a costruire qualcosa



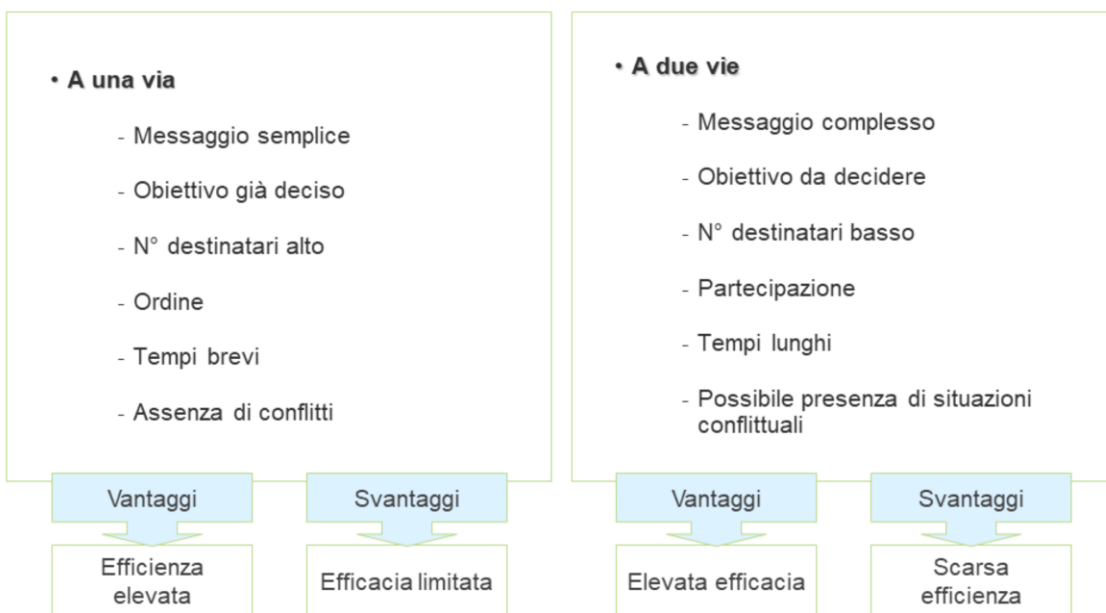
• Le caratteristiche

- comprensione
- affidabilità
- coinvolgimento
- focus sulla gestione

La comunicazione a due vie è:

- preferibile in situazioni normali
- più lenta, richiede tempo
- i responsabili sono entrambi gli interlocutori
- garantisce maggiore chiarezza
- non è necessario che i due interlocutori abbiano lo stesso codice e le stesse conoscenze
- fa emergere rapidamente eventuali conflitti.

CONFRONTO TRA LE MODALITÀ DI COMUNICAZIONE



La comunicazione a una via:

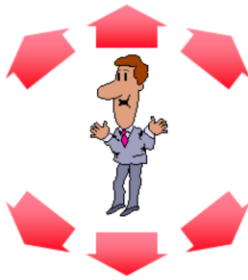
- è adatta a situazioni di emergenza
- è rapida e veloce
- è in carico a un solo responsabile
- è limitatamente chiara
- i due interlocutori devono usare lo stesso codice e condividere le conoscenze
- rinvia l'insorgenza di eventuali conflitti

La comunicazione a due vie

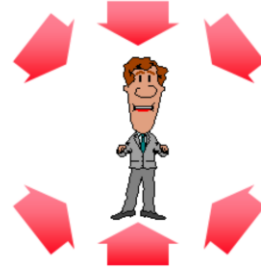
- preferibile in situazioni normali
- più lenta, richiede tempo
- i responsabili sono entrambi gli interlocutori
- garantisce maggiore chiarezza
- non è necessario che i due interlocutori abbiano lo stesso codice e le stesse conoscenze
- fa emergere rapidamente eventuali conflitti

MODELLI NEL PROCESSO DI COMUNICAZIONE

Nel processo di comunicazione *a due vie* si può



INFLUENZARE



ESSERE INFLUENZATI

Modelli possibili

- sviluppo
- controllo
- rinuncia
- difesa

Il processo della comunicazione può avvenire secondo quattro modelli principali a seconda delle interazioni ed influenze reciproche:

- sviluppo;
- controllo;
- rinuncia;
- difesa.

FLUSSI DI INFLUENZA E ATTEGGIAMENTI: MODELLI



IN.SI.

COMINTERP01 131

Sviluppo

- apertura all'altro
- disponibilità ad influenzare e farsi influenzare
- comunicazione a due vie equilibrate

Controllo

- desiderio di prevalere, di influenzare dominando
- ascolto strumentale
- comunicazione prevalentemente ad una via (mio)

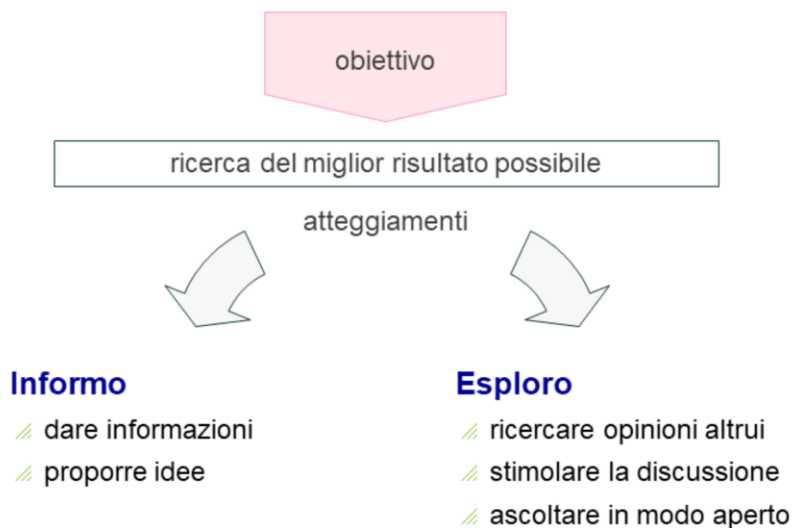
Chiusura

- passività, deferimento dell'iniziativa
- comunicazione prevalentemente ad una via (tuo)

Difesa

- chiusura
- rifiuto dell'ascolto

IL MODELLO DI SVILUPPO



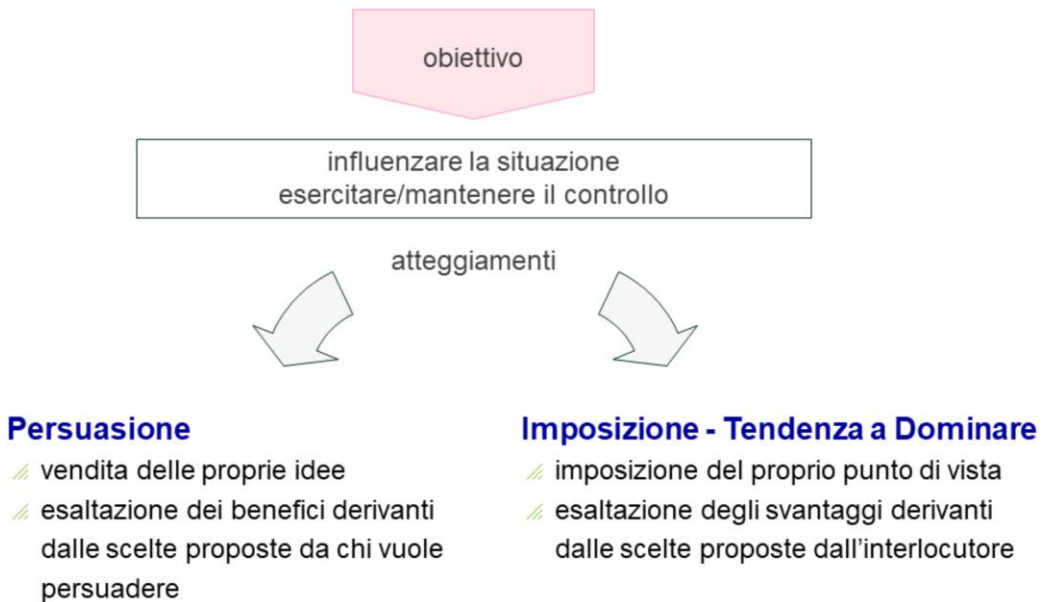
Situazione

- I partecipanti non conoscono tutti i fatti e/o non dispongono individualmente dell'esperienza e delle conoscenze necessarie
- Possono esistere divergenze di opinioni o resistenze tra le persone
- Servono idee nuove. Sono importanti la creatività e l'innovazione
- Sono importanti impegno e sforzo congiunti dei partecipanti

Applicazioni tipiche

- Colloqui di valutazione delle prestazioni
- Gruppi di progetto, di miglioramento e di Problem Solving.

IL MODELLO DI CONTROLLO



Situazione

- Chi promuove la comunicazione (in genere il capo) dispone sia delle informazioni sia dell'esperienza e della competenza necessarie ad affrontare la situazione, e può controllare le alternative
- Più dell'impegno congiunto, è richiesta l'accettazione/l'obbedienza
- È importante la rapidità di esecuzione
- Le resistenze o le divergenze sono ridotte al minimo

Applicazioni tipiche

- Positive: situazioni di emergenza necessità di richiamare all'ordine
- Negative: leadership autocratica.

IL MODELLO RINUNCIATARIO





IN.SI.
BE COMPETENT

COMUNICAZIONE INTERPERSONALE E ASCOLTO

Interazione e ascolto attivo

Cosa vuol dire comunicare

I blocchi della comunicazione

L'ascolto

I vantaggi del buon ascolto

Tecniche di ascolto attivo

Empatia

L'interazione: ascolto, osservazione, uso di domande, riformulazione, ricapitolazione

I comportamenti di chi non ascolta

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

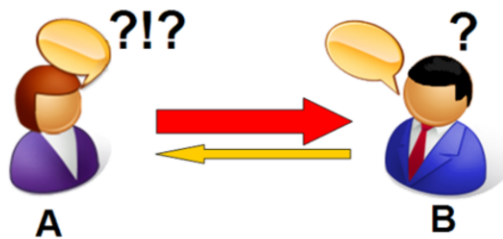
IL VERBO

- **Comunicare:** deriva dal latino *communis* vale a dire **comune**
-*Communicare* indicava l'azione di mettere in comune
- **Comunicare** ha assunto nel senso comune il significato di **trasmettere messaggi, parlare**.
- La comunicazione, intesa nel senso di **mettere in comune** richiede un grosso investimento personale.



I BLOCCHI COMUNICATIVI

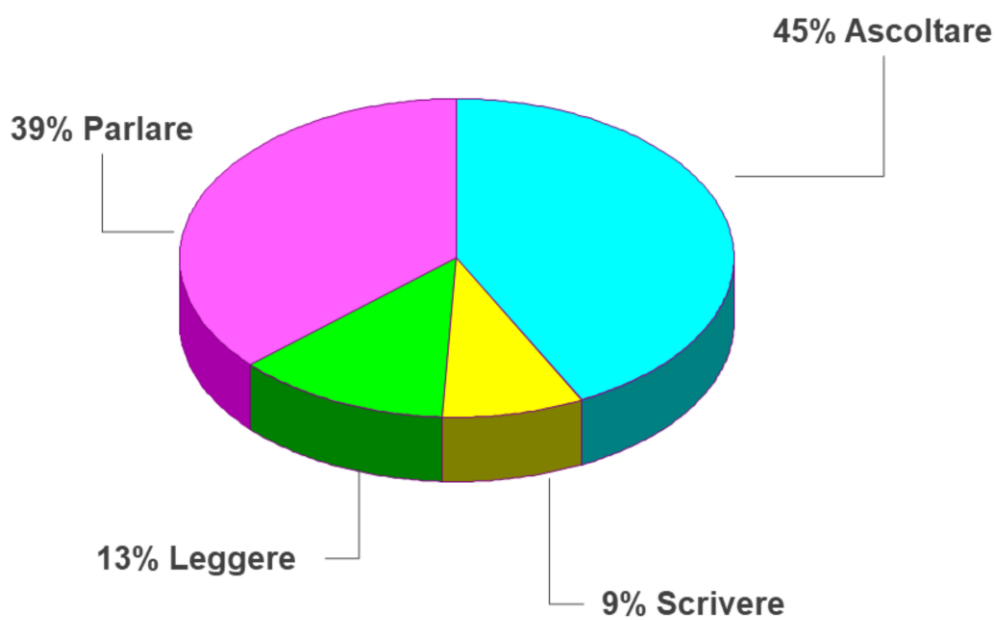
- Sono strategie che mettiamo in atto per impedire che i problemi, le intenzioni, i sentimenti dell'altro ci facciano sprecare tempo e ci privino dei nostri spazi personali.
- Nella comunicazione bisogna fare uno sforzo consistente per ascoltare.
- **L'ascolto è la vera premessa per mettere in comune opinioni o emozioni con l'altro.**
- Accettiamo che possa avere idee diverse dalle nostre ma comunque meritevoli d'attenzione.



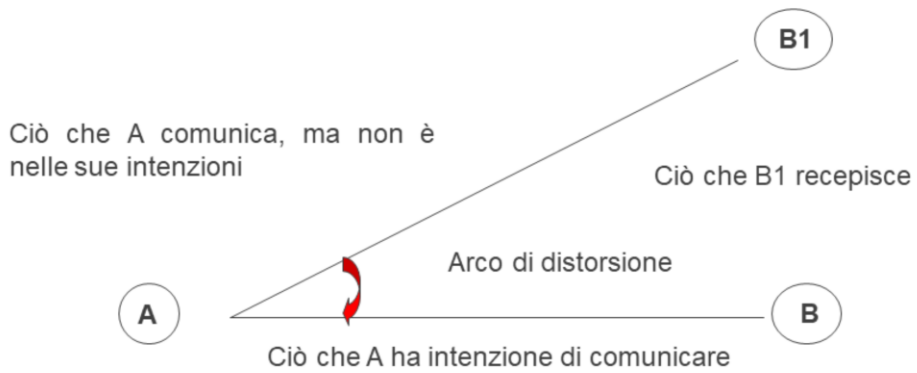
COMINTERP02 137

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

QUANDO COMUNICHIAMO



ASCOLTO E ARCO DI DISTORSIONE



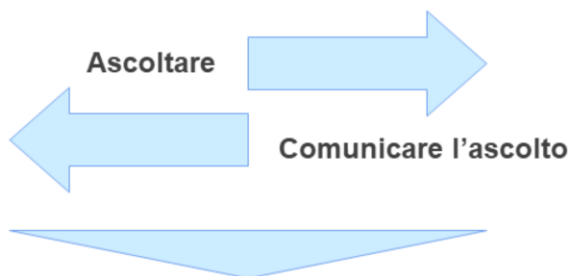
La maggior parte delle volte in cui usiamo lo strumento comunicativo si crea tra chi parla e chi *ascolta*, una difficoltà ad interpretare correttamente i messaggi.

Tale difficoltà deriva in gran parte dall'incapacità di ascoltare l'altro in maniera attiva.

[illegible]

ASCOLTO ATTIVO

L'ascolto è un processo a due vie



Ascolto attivo

- ▼ L'ascolto non può essere solamente passivo
- ▼ La comprensione dell'altro richiede sollecitazioni, esplicitazioni, concessioni di spazi

Un comunicatore è efficace non solo perché sa presentare bene la sua comunicazione, ma anche perché sa decodificare e interpretare le comunicazioni di ritorno: 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.

Saper esercitare l'ascolto attivo significa elevare il proprio livello di consapevolezza rispetto alle relazioni altrui, sviluppando alcune tecniche (osservazione, uso delle domande, riformulazioni, ricapitolazioni).

ASCOLTO ATTIVO

**Per comunicare
magistralmente
è fondamentale esercitare**



UN ASCOLTO ATTIVO



- Ampliare le informazioni condivise fra due o più interlocutori
- aumentare la sintonia fra gli interlocutori stessi anche comunicando l'intenzione di capire prima di formulare giudizi.

L'ascolto attivo si realizza attraverso:

- uso di domande
- tecniche di riformulazione
- tecniche di ricapitolazione
- tecniche di rispecchiamento
- empatia
- linguaggio di precisione.

DIFFERENZE TRA SENTIRE E ASCOLTARE

Sentire

- Percepire suoni
- Nessun interesse
- Atteggiamento passivo
- Udito selettivo
- Spento
- Anonimo
- Rumore
- Entra in un orecchio ed esce dall'altro
- La conversazione langue
- Nessun significato attribuito ai suoni
- Non si trattiene nulla

Ascoltare

- Concentrarsi
- Assorbire
- Interpretare
- Dare un significato
- Sentire quel che non viene detto
- *Tradurre*
- Essere coinvolti
- Essere attivi
- Essere coscienti
- Aiutare a capire
- Incamerare e conservare
- Farsi un'opinione
- Valore aggiunto
- Arricchimento

CAPACITÀ D'ASCOLTO

Ascolto



hanno orecchi ma non ascoltano!

(Dal Vecchio Testamento)

- ▼ Quali sono i **comportamenti più efficaci per riuscire a ricevere messaggi** con una capacità di ascolto e di empatia?

il saper ascoltare

Uno dei problemi più gravi in fatto di comunicazione è una scadente capacità di ascolto.

Un processo di comunicazione efficace significa anche saper ascoltare i problemi, le richieste e le idee degli altri.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

COME ASCOLTARE

1. Smettere di parlare: agli altri e a sé
2. Immaginare il punto di vista delle altre persone
3. Osservare, agire e mostrare interesse
4. Osservare il comportamento non verbale
5. Non interrompere e non valutare troppo rapidamente
6. Ascoltare tra le righe
7. Parlare solo in termini affermativi
8. Parafrasare i contenuti e i sentimenti dell'altro
9. Discutere la propria interpretazione del messaggio
10. Negoziare un accordo sul significato

Ciascuno di noi ha necessità e aspettative che richiedono di essere soddisfatte, ma per comprendere le reali esigenze, bisogna esercitarsi

- Smettere di parlare agli altri e a sé: non si può ascoltare se si sta parlando.
- Immaginare il punto di vista delle altre persone: figurarsi nella loro posizione, nello svolgimento del loro lavoro, nell'affrontare i loro problemi, nell'avere i loro valori. se le altre persone sono giovani, ricordare l'esperienza dei primi giorni in azienda.
- Osservare, agire e mostrare interesse: non guardare la posta, non prendere appunti, non rimescolare le carte, non sbuffare mentre gli altri stanno parlando.
- Osservare il comportamento non verbale: cercare i significati al di là di quello che viene detto
- Non interrompere
- Ascoltare tra le righe: cercare di comprendere i significati impliciti, oltre che quelli espliciti.
- Parlare solo in termini affermativi: resistere alla tentazione di dare giudizi, fare critiche, fare solo repliche costruttive finché il contesto non è definito e le critiche possono essere fatte senza offendere.
- Per essere sicuri di aver capito: parafrasare quanto l'altra persona ha appena detto.
- Ascoltare il punto di vista dell'interlocutore anche se è diverso dal proprio
- Guardare l'interlocutore
- Non pensare a come ribattere mentre ti stanno ancora parlando
- Non giudicare prima di aver capito
- Non interrompere - lascia che l'altro sviluppi il proprio pensiero
- Fare domande per avere altre informazioni, se è necessario per capire
- Fare sintesi per verificare la comprensione
- Ascoltare attivamente:
 - non saltuariamente
 - non superficialmente.

ASCOLTO ATTIVO

- **Attenzione a comunicare all'altro la nostra intenzione di capire prima di formulare giudizi**

Costante attività di feed-back

Esprimere con reazioni appropriate la volontà di ascoltare

L'ascolto non può essere solamente passivo.

La comprensione dell'altro richiede sollecitazioni, esplicitazioni, concessione di spazi.

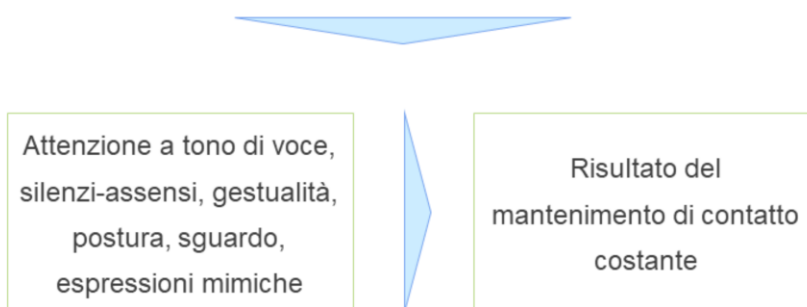
Alla base di un efficace processo di comunicazione ci deve essere una costante attività di feed back , questo è possibile in presenza della capacità e volontà di mantenere un contatto con il ricevente.

Il feed back è tanto più efficace quanto più esercitato in una cultura organizzativa preparata e abituata a richiederlo, a manifestarlo e ad accettarlo traducendone in pratica i risultati.

La volontà di ascoltare può essere meglio espressa con reazioni non verbali e con l'atteggiamento fisico, ad esempio guardando con attenzione chi sta parlando (è difficile pensare che qualcuno ti stia ascoltando se guarda da qualche altra parte).

L'ASCOLTO: NON FERMARSI ALLE PAROLE

Dedicare attenzione ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti, intenzioni



Permette di instaurare una migliore sintonia tra interlocutori chiarendo i meccanismi psicologici della relazione

Attenzione ad esempio a:

- tono di voce
- silenzi-assensi
- gestualità-postura
- sguardo
- espressioni mimiche

L'osservazione è il risultato del mantenimento di un contatto costante da parte di chi comunica.

Una buona osservazione può essere accompagnata dal tentativo di esprimere in modo esplicito gli stati d'animo che ho percepito nell'altro.

Nell'osservare e nel riflettere sugli stati d'animo dell'altro, occorre molto tatto per non esporre in misura eccessiva l'altro o spingerlo ad esprimere aspetti che non intende rivelare; ed anche perché le sensazioni che io ho avuto non necessariamente corrispondono al vero.

La cosa da evitare è dare la sensazione all'altro che lo sto valutando, mentre il vero scopo è comunicargli il livello di accettazione più profondo, anche cioè in termini di emozioni e stati d'animo; ciò avviene più che con le parole con la metacomunicazione: gesti, atteggiamento fisico, tono della voce.

I VANTAGGI DEL BUON ASCOLTO

- Maggiori opportunità di acquisire informazioni
- Possibilità di meglio eseguire l'evoluzione dei problemi e delle situazioni
- Migliore conoscenza delle persone e del modo in cui pensano
- Possibilità di scoprire il modo migliore di trattare le persone
- Aiuto nella soluzione e nella prevenzione di problemi e malintesi
- Maggiori occasioni di miglioramento delle nostre capacità
- Migliore qualità nelle decisioni
- Possibilità di conoscere punti di vista nuovi e originali
- Maggiori probabilità di essere ascoltati dagli altri
-



ASCOLTO E COLLOQUIO INTERPERSONALE

- Il colloquio interpersonale è una situazione che dobbiamo gestire frequentemente
- Non ci sono ricette ma riflessioni, in ogni caso
- Parlare ad una persona e parlare con una persona non sono la stessa cosa: per parlare con una persona dobbiamo imparare ad ascoltare

Il colloquio è lo strumento più naturale per parlare e ascoltare . È il modo per dare conoscere cosa pensano e cosa sentiamo, per dare informazioni, nonché per capire cosa pensa e cosa sente l'altro e per ricevere informazioni. Il miglioramento delle capacità di colloquiare e dialogare è particolarmente rilevante in quanto si realizzano processi di comunicazione a due vie che comportano anche la possibilità di una parte di ascoltare, comprendere e valutare le istanze dell'interlocutore. La capacità di dialogare è un atteggiamento, un modo di essere.

I COMPORTAMENTI DI CHI NON ASCOLTA

- Non guarda mai negli occhi chi parla, non può stare fermo per più di 5'
- Ha sempre troppo da fare
- Si lascia costantemente interrompere da telefonate, visite, etc...
- Fa troppe domande interrompendo chi parla
- Non mostra interesse e sta troppo sulla difensiva
- È aggressivo e non è obiettivo
- Frintende e intende solo ciò che gli conviene
- Non smette mai di parlare
- Non è abbastanza umile

ASCOLTO ATTIVO

- Una delle competenze comunicative più importanti relative all'ascolto consiste nel riconoscere ciò che il nostro interlocutore dice, anche se non siamo d'accordo con lui, prima ancora della nostra esperienza o esprimere il nostro punto di vista

-Ascoltare gli altri costituisce una premessa indispensabile per far sì che gli altri ascoltino

- Nell'imparare a coordinare meglio le nostre attività di vita con quelle degli altri, è bene che evitiamo due diffusi ma terribili modelli di comunicazione:

- Difendere a tutti i costi la nostra *causa* come in un tribunale;
- Dibattere.

- Uno strumento dell'ascolto attivo è la **rielaborazione**

-Il tempo necessario a risolvere un conflitto si dimezza quando ciascuno negoziatore ripete, prima di rispondere, ciò che il suo interlocutore ha detto

Ad esempio in un ospedale un'infermiera, dopo avere ascoltato un paziente, potrebbe esprimersi così:
Vedo che ti senti molto a disagio, Franco, e vorresti alzarci da quel letto e muoverti. Ma il tuo dottore dice che la frattura non potrà sanarsi a meno che tu non rimanga a letto per almeno una settimana.

È probabile che il paziente in questo caso sia più disposto ad ascoltare l'infermiera rispetto al caso in cui quest'ultima avesse invece detto:

Mi dispiace molto, Franco, ma devi stare a letto. Il tuo dottore dice che la frattura non potrà sanarsi a meno che tu non rimanga a letto per almeno una settimana.

Quello che manca in questa seconda versione è il riconoscimento dello stato fisico ed emotivo del paziente.

È il riconoscere i pensieri ed i sentimenti dell'altro che potenzia enormemente le nostre capacità di ascoltare e fa' veramente la differenza nelle nostre relazioni con loro.

TIPOLOGIE DI ASCOLTO

Ascolto empatico

- dimostrare attenzione e comprensione
- instaurare il rapporto e la fiducia

Ascolto reattivo

- dare feed back e rinforzo
- ottenere più informazioni

Ascolto selettivo

- valutare e anticipare
- scegliere le informazioni rilevanti

L'ASCOLTO EMPATICO

- **Empatia**

-Attività consapevole che consente di mettersi nei panni dell'altro, identificare il suo quadro di riferimento vedere il mondo dal suo punto di vista mantenendo la consapevolezza della propria identità, individualità e ruolo professionale

A livello:



▼ Testa

pensieri

parole

sentimenti

▼ Cuore

non verbale

▼ Intenzioni

È diverso da:

Simpatia: reazione emotiva istintiva

L'empatia è la capacità di immedesimarsi negli altri e comprendere i loro sentimenti, ma senza quel coinvolgimento affettivo che ci fa perdere la nostra obiettività.

Un *ascolto attivo*, effettuato mediante un atteggiamento di accoglienza, appunto empatico, può aiutare a comprendere i reali problemi della persona che ci sta di fronte.

USO DI DOMANDE

- Una modalità più diretta per coinvolgere, chiarire, approfondire, confrontare, entrare in sintonia



Tipologia di domande

- ▶ diretta al singolo
- ▶ aperta
- ▶ chiusa
- ▶ di ritorno
- ▶ induttiva
- ▶ di approfondimento

Il fare domande è meno semplice di ciò che potrebbe sembrare perché esistono tipi di domanda diversi funzionali a specifici obiettivi e situazioni, che se usati in modo non corretto sortiscono effetti e risultati negativi.

Tipologia di domande:

- diretta al singolo (per permettere la partecipazione alla discussione anche a chi non vorrebbe, quando ci si rende conto che qualcuno non è pienamente d'accordo senza tuttavia dichiararlo, per recuperare chi si ritira dalla discussione in modo inspiegabile)
- aperta (perché ognuno possa esprimere la propria opinione, per non far pressione sugli interessati, per ampliare il discorso con nuovi elementi)
- chiusa (richiede una risposta monosillaba, permette di far parlare tutti, può essere usata per fare il punto o per concludere)
- di ritorno (è il tipo di domanda più efficace per stimolare tutti e conservare il controllo della situazione, se se ne abusa può frustrare l'interlocutore)
- induttiva (di suggerimento)
- di approfondimento

Formulare domande presenta aspetti contraddittori per chi la riceve; spesso le reazioni sono di rifiuto e di controaggressività. Per questo è importante che le domande siano poste con attenzione, tatto, e disponibilità verso l'altro.

La domanda non deve distruggere l'altro, ma essere uno strumento di indagine e di crescita reciproca.

CARATTERISTICHE DELL'ASCOLTO ATTIVO

- ▼ contatto visivo
- ▼ linguaggio del corpo congruente
- ▼ non interrompere, non distrarsi
- ▼ ascoltare per capire

← **manifestare interesse**

- ▼ invito ad iniziare
- ▼ incoraggiamenti a continuare
- ▼ domande aperte e non difficili
- ▼ invito ad approfondire
- ▼ assumere un atteggiamento di accettazione

← **richiedere informazioni**

- ▼ parafrasare il contenuto
- ▼ riflettere il sentimento/intenzione dell'interlocutore
- ▼ riassumere
- ▼ creare un feedback

← **segnalare comprensione**

Per poter comunicare ed agire conseguentemente in modo efficiente è utile sviluppare la capacità di ascolto.

Caratteristiche fondamentali dell'ascolto attivo sono:

- ascoltare per capire senza porsi subito in posizione critica o di replica;
- assumere un atteggiamento di accettazione di una prospettiva differente dalla propria, accantonando momentaneamente tutte le opinioni consolidate;
- manifestare interesse utilizzando la comunicazione verbale e non verbale. Tale posizione stimola colui che parla e ne facilita la prestazione;
- richiedere informazioni per approfondire i concetti e conoscere i particolari, senza creare difficoltà;
- creare un feed-back, riassumendo quanto ascoltato per verificare il grado di comprensione.

La capacità di ascoltare attivamente si migliora tramite presa di coscienza, auto-osservazione, pratica, pazienza.

Dimostrare interesse e attenzione si esplicita all'interlocutore attraverso diverse modalità.

Ad esempio è importante tener conto del quadro di riferimento dell'interlocutore che può essere diverso da chi invia il messaggio.

È anche importante descrivere, senza giudizi o interpretazioni, gli stati d'animo individuati; ad esempio con domande quali:

- ho l'impressione che lei sia insoddisfatto, vero?
- mi sembra che tu non sia d'accordo, è così?

FAVORISCONO L'ASCOLTO ATTIVO

- **La concentrazione**

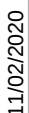
- Ascoltare fino alla fine della frase
- Concentrarsi su ciò che l'altro dice piuttosto che su ciò che noi pensiamo
- Non focalizzare l'attenzione alla ricerca dei punti deboli del discorso dell'altro

- **La gestione della comunicazione non verbale**

- Offrire un buon contatto visivo
- Stare inclinati in avanti e orientati verso chi parla
- Mantenere una postura di apertura

- **La gestione della comunicazione**

- Limitare il numero di parole negli interventi
- Utilizzare rinforzi verbali e riformulazioni
- Fare domande
- Gestire il silenzio in modo da dare spazio all'interlocutore per esplicitare meglio il suo pensiero

COMINTERP02 162[illegible]

L'INTERAZIONE: SINTESI

• Osservazione

- non fermarsi alle parole
- dedicare attenzione ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti, intenzioni
- l'osservazione è il risultato del mantenimento di un contatto costante

• Uso di domande

- Modalità più diretta per coinvolgere, chiarire, approfondire, confrontare, entrare in sintonia

• Ascolto

- è fondamentale ascoltare con attenzione quando l'interlocutore esprime spontaneamente il suo pensiero. Altre volte dovrà essere sollecitato cercando spazi di silenzio per farlo intervenire o sollecitandolo con delle domande

• Riformulazione

- riproporre-riprendere ciò che è stato detto usando esempi concetti diversi
- riprendere l'intervento dell'altro, collegandolo a situazioni comparabili o ad interventi precedenti
- partendo da un intervento, dedurre e concludere conseguenze logiche che "aggiungono valore" a quanto già detto

• Ricapitolazione

- ribadire e sintetizzare i punti essenziali della comunicazione
- far imprimere maggiormente nel ricordo le priorità
- chiarire le conseguenze pratiche-operative della comunicazione

Ascolto: è fondamentale ascoltare con attenzione quando l'interlocutore esprime spontaneamente il suo pensiero. Altre volte dovrà essere sollecitato cercando spazi di silenzio per farlo intervenire o sollecitandolo con delle domande.

Osservazione: è il dedicare attenzione non solo alle parole, ma anche ai comportamenti che esprimono emozioni, atteggiamenti, intenzioni (toni di voce, silenzi, gestualità, sguardo, espressioni mimiche).

Uso domande: è la modalità più diretta attraverso la quale coinvolgere e chiamare in causa altre persone. Rivolta al singolo o ad un gruppo (è chiaro quello che ho detto?, sei/siete d'accordo? hai/avete altre idee in merito?) consente di chiarire, approfondire i vari punti di vista individuali coinvolgendo anche chi è più chiuso e timido.

Riformulare: è esprimere con parole proprie ciò che l'altro ha appena detto (se ho capito bene intendi dire che ...). Serve sia a dimostrare attenzione all'interlocutore che a verificare che si è capito in modo corretto.

Ricapitolare: è riprendere sinteticamente alla fine della comunicazione le cose dette. Serve a meglio imprimere nella memoria dell'interlocutore le cose più importanti e a riflettere insieme sulle conseguenze pratiche/operative del messaggio. L'aspetto più importante della ricapitolazione consiste nel centrarsi sul dopo. Il valore aggiunto della comunicazione consiste nella convinzione, da parte di tutti gli interlocutori, di perseguire determinati obiettivi.



L'INTERAZIONE: SINTESI

- Possiamo **migliorare le nostre competenze di interazione** sviluppando 5 capacità:
 - ascolto
 - osservazione
 - uso di domande
 - riformulazione
 - ricapitolazione

Queste 5 capacità servono a:

- attivare un continuo feed-back durante tutto il processo di comunicazione
- sviluppare la volontà e la capacità di mantenersi in contatto con l'altro.
