

Cornice teorica

L'arte di comunicare

[Introduzione]

- **Non è possibile non comunicare**
- Cosa significa comunicare bene?
 - Atteggiamento estremo 1: essere simpatici, brillanti, abili nella retorica (funziona solo in relazioni brevi)
 - Atteggiamento estremo 2: se il contenuto è serio e veritiero, il consenso degli altri verrà da sé (noioso)
- **Comunicare bene significa essenzialmente comunicare efficacemente, ovvero ottenere gli scopi che ci prefissiamo di raggiungere.**

[Introduzione]

- **Una comunicazione efficace è la risposta a una sequenza di domande corrette:**
 - Che cosa vogliamo/dobbiamo ottenere? (obiettivo)
 - Che cosa vogliamo comunicare? (contenuti)
 - Chi sono, che cosa pensano, che cosa desiderano, che cosa otterranno i nostri interlocutori innanzitutto dall'ascoltarci e poi dall'essere d'accordo con quanto proponiamo?
 - Chi siamo noi per gli interlocutori? Qual è il reciproco rapporto di potere?
 - In quale contesto (quando, dove, con quali mezzi, a quante persone, per quanto tempo) dobbiamo/vogliamo/possiamo comunicare?
 - Quindi, come comunicheremo ciò che vogliamo comunicare?

[Introduzione]

- *“ Con il tono giusto si può dire tutto. Con il tono sbagliato, nulla. L'unica difficoltà consiste nel trovare il giusto tono”*
(George Bernard Shaw, 1856-1950, drammaturgo, narratore e saggista, premio Nobel per la letteratura nel 1925).



[Principi della comunicazione]

- Il verbo **comunicare** deriva dal latino *communis agere* e significa “mettere in comune, condividere”
- La comunicazione è quindi lo scambio e la condivisione di informazioni tra soggetti per mezzo della parola scritta, parlata, gesti, immagini, suoni.
- È **vivere insieme esperienze, valori, emozioni.**
- Attraverso la comunicazione possiamo **costruire un'identità comune.**

[Principi della comunicazione]

- Il processo comunicativo è bidirezionale.
- Gli elementi dell'attività comunicativa sono:
 - **L'emittente** è il soggetto da cui parte la comunicazione. È caratterizzato e condizionato dalla propria cultura, interessi, linguaggio, esperienza, ecc.
 - **Il destinatario** è il soggetto a cui il messaggio viene rivolto.
 - **Il canale** è il mezzo che viene utilizzato per la trasmissione del messaggio (corpo, voce, web, televisione, ecc.)
 - **Il messaggio** è rappresentato dai contenuti e dai significati.
 - **Il codice** è l'insieme delle regole convenzionali per esprimere il messaggio (es.: lingua madre, slang, braille per i ciechi, ecc.)
 - **Il feedback** rappresenta il “messaggio” di ritorno dal destinatario all'emittente.

[Principi della comunicazione]

- **Cogliere il canale sensoriale preferito dal nostro interlocutore può costituire una indicazione del canale da utilizzare per comunicare efficacemente con lui o lei. Lo studio dei canali rappresentazionali costituisce una delle attività di base del modello della Programmazione Neurolinguistica.**
- **In un processo di comunicazione la scelta del mezzo condiziona il contenuto stesso del messaggio** (es.: mail, sms, di persona, ecc.)
- Ogni messaggio quando viene emesso e quando viene ricevuto subisce delle trasformazioni (*“Le persone non ascoltano quando parlo...”, “I clienti non si ricordano mai di quanto gli ho spiegato la volta prima e devo ripetere tutto da capo”, “non riesco a capire mio figlio”, ecc.*)
- **Il responsabile della comunicazione è l'emittente. Gli obiettivi di una comunicazione, infatti, non sono trasmettere un messaggio e dire delle cose, ma ottenere una reazione oppure influenzare un comportamento. La comunicazione è il risultato ottenuto e non il contenuto trasmesso.**

[Principi della comunicazione]

- **Paul Watzlawick** (Villach, Austria, 25 luglio 1921 - Palo Alto, Stati Uniti, 31 marzo 2007) è uno psicologo austriaco, primo esponente della statunitense Scuola di Palo Alto. È il massimo studioso della pragmatica della comunicazione umana, delle teorie del cambiamento e del costruttivismo radicale. Figura di spicco dell'approccio sistemico e della terapia breve, si deve alle sue opere la diffusione dell'approccio allo studio della comunicazione e dei problemi umani della Scuola di Palo Alto.



Canali della comunicazione

- Lo stile di ciascuno è determinato dal controllo di due aspetti: **cosa dire e come dirlo**.
- Le parole scelte, la struttura delle frasi, gli strumenti retorici rappresentano la **comunicazione verbale**.
- L'uso della voce rappresenta la **comunicazione paraverbale (CPV)**.
- Il linguaggio del corpo costituisce la **comunicazione non verbale (CNV)**.
- Il **silenzio può essere prudente, artificioso, ostile, canzonatorio, sprezzante, politico, di plauso, ecc.** e viene interpretato dal ricevente in relazione al contesto e alla comunicazione non verbale, ossia all'espressione del volto, alla postura, allo sguardo. Il potere di uno sguardo nel silenzio dimostra il valore della comunicazione non verbale anche quando comunichiamo con le parole.
- Interpretare una singola leva comunicativa ha senso solo osservando tutte le altre in chiave simultanea.

[Creare sintonia]

- Comunicazione non verbale e paraverbale per creare sintonia:
 - Secondo le ricerche della PNL, nelle persone che condividono uno stesso stato emotivo e vivono la condizione di sintonia, anche il ritmo respiratorio e quello cardiaco tendono ad avvicinarsi e a ridurre le differenze.
 - Quando dal nostro interlocutore giungono segnali di chiusura e rifiuto, può essere utile una particolare tecnica comportamentale chiamata **mirroring** (in italiano **rispecchiamento**).

[Ascolto e comprensione]

- *“Ci si persuade meglio, di solito, con le ragioni che si sono trovate da soli, che con quelle che sono state trovate dall’intelligenza degli altri”* (Blaise Pascal).
- Nella quotidianità, noi lo traduciamo con *“Tu non mi ascolti mai”*.



Blaise Pascal (1623 – 1662), matematico, fisico e filosofo francese.

[Ascolto e comprensione]

- Nelle relazioni con colleghi, superiori, figli, allievi, solo **le persone eccellenti esprimono competenze di ascolto**. Le persone che non sanno ascoltare usano costruire una comunicazione autoreferenziale.
- Esprimono competenze di ascolto coloro che hanno compreso:
 - Che ascoltare serve;
 - Che i colleghi, superiori, figli, allievi sono disposti a negoziare nella misura in cui ascoltiamo;
 - Che ascoltare è un'operazione molto diversa da sentire.

[Ascolto e comprensione]

- L'ascolto è ritenuto lo strumento guida degli altri strumenti della comunicazione. Lo psicoterapeuta Carl Rogers fu il primo promotore dell'ascolto come approccio centrato sulla persona per comprendere gli altri.



Carl Rogers (Oak Park, Illinois, 8 gennaio 1902 - 4 febbraio 1987), psicologo statunitense.

[Ascolto e comprensione]

- “L’attore non è chiamato a esprimere se stesso ma deve mettersi al servizio di una comunicazione: comunicare è molto diverso da esprimersi perché il centro della comunicazione non è colui che agisce la comunicazione ma la persona a cui vogliamo trasferire il messaggio. E perché questo accada è necessario mettersi in ascolto dei bisogni dell’interlocutore.”



Gabriele Vacis Regista teatrale, è tra i fondatori della Cooperativa Laboratorio Teatro Settimo. Ha curato la regia di spettacoli quali *Libera nos* ispirato alle opere di Luigi Meneghello; *Novecento*, *Canto per Torino*, Olivetti, drammaturgia di Laura Curino e Gabriele Vacis; *Totem*. Letture, suoni, lezioni, con Alessandro Baricco.

[Ascolto e comprensione]

- L'ascolto è la prima attività comunicativa necessaria per ottenere la fiducia dei nostri interlocutori verso di noi e verso la nostra categoria.
- Il clima minaccioso generato dalla mancanza di ascolto fa sì che le persone non partecipino alla elaborazione di nuove idee e non condividano informazioni utili. L'empatia è la capacità di comunicare all'altro che abbiamo compreso il suo stato d'animo e i suoi sentimenti.
- *Ascoltare è come navigare nei mari del Nord: spesso dell'altro vediamo una punta di ghiaccio e non comprendiamo che l'iceberg nascosto dei suoi valori, dei suoi bisogni, dei suoi pensieri è molto più profondo. Se non valutiamo con attenzione questi valori e questi bisogni profondi, la nostra nave rischia di infrangersi contro un iceberg invisibile.*

[Ascolto e comprensione]

- Il primo passo per *ascoltare bene* anche nelle situazioni difficili consiste nell'identificare i propri punti di caduta dell'attenzione all'ascolto al fine di scoprire a quale di questi si è particolarmente sensibili.
- Gli **ostacoli che rendono difficile l'ascolto** possono essere:
 - La mancanza di tempo;
 - Alcune volte abbiamo già una nostra opinione sull'argomento;
 - L'interlocutore non ci è gradito;
 - Ci troviamo in un momento emotivamente difficile.
- I **limiti interni** all'ascolto possono essere:
 - Chi è troppo concentrato sui propri obiettivi e sulle proprie soluzioni non è veramente interessato ad ascoltare i bisogni dell'interlocutore (es. venditore);
 - Abbiamo capito il problema del nostro allievo, perché siamo professionisti tecnicamente preparati, e quindi ascoltare non ci serve;
 - Abbiamo fretta di presentare le nostre soluzioni, perché siamo sicuri di averle trovate o perché abbiamo paura del silenzio.

[Ascolto e comprensione]

- Contromisura: dallo slogan *“quelli bravi capiscono subito”* allo slogan *“quelli bravi non capiscono subito”*
- Lo strumento fondamentale dell'eccellente comunicatore sono proprio le **domande di approfondimento**.
- Le tecniche di ascolto diventano essenziali quando ci troviamo di fronte a **interlocutori difficili**:
 - L'interlocutore può essere difficile perché **non disponibile**. Occorre quindi lavorare sulla creazione di un clima di fiducia, si lavora sulla relazione.
 - L'interlocutore può essere difficile perché **inconsapevole**. Bisogna allora aiutarlo a focalizzare e chiarificare i bisogni.
- Le **domande aperte** favoriscono la disponibilità dell'interlocutore a dare risposte articolate, e servono a coinvolgerlo perché gli offrono la possibilità di chiarire le sue opinioni, le sue attese, i suoi punti di vista. Attraverso le **domande chiuse** possiamo fare verifiche, precisare aspetti di dettaglio e, in definitiva, ottenere notizie precise e specifiche.

[Intelligenza emotiva]

- **Daniel Goleman** sottolinea l'importanza nel contesto scolastico di una intelligenza che non sia solo logica fredda e astratta, ma una combinazione armonica di diverse capacità: stabilire rapporti costruttivi, lavorare in gruppo, sviluppare la creatività, affidarsi quando è necessario alle sensazioni viscerali, cogliere le **correnti emotive** che si stabiliscono tra le persone potenziando quelle positive e deviando quelle distruttive. Nel quadro dell'intelligenza emotiva Goleman sottolinea l'importanza dell'ascolto e dell'empatia, quali capacità di entrare in contatto con il vissuto degli altri e con il proprio.



Bibliografia di riferimento

2006

Intelligenza sociale

Goleman Daniel, *Rizzoli*

Pensieri

Pascal Blaise, *Garzanti Libri*

2004

Il linguaggio del cambiamento. Elementi di comunicazione terapeutica

Watzlawick Paul, *Feltrinelli*

Emozioni distruttive. Liberarsi dai tre veleni della mente: rabbia, desiderio e illusione

Gyatso Tenzin (Dalai Lama); Goleman Daniel, *Mondadori*

2003

Di bene in peggio. Istruzioni per un successo catastrofico

Watzlawick Paul, *Feltrinelli*

2000

Lavorare con intelligenza emotiva

Goleman Daniel, *BUR Biblioteca Univ. Rizzoli*

La terapia centrata-sul-cliente

Rogers Carl R., *Psycho*

1999

Intelligenza emotiva

Goleman Daniel, *BUR Biblioteca Univ. Rizzoli*

1997

Istruzioni per rendersi infelici

Watzlawick Paul, *Feltrinelli*

1976

La realtà della realtà. Confusione, disinformazione, comunicazione

Watzlawick Paul, *Astrolabio Ubaldini*

1974

Change: la formazione e la soluzione dei problemi

Watzlawick Paul; Weakland John H.; Fisch Richard, *Astrolabio Ubaldini*

1971

Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi

Watzlawick Paul; Beavin J. H.; Jackson D. D., *Astrolabio Ubaldini*

Psicoterapia di consultazione. Nuove idee nella pratica clinica e sociale

Rogers Carl R., *Astrolabio Ubaldini*

[Studio Psicologia-Psicoterapia]

- **dott. Fabio D'Antoni**

Piazza della Legna, 2

33033 Codroipo (UD)

cell. 333 5730981

e-mail: fabio_dantoni@virgilio.it