

la comunicazione

www.santofabiano.it

ma che cos'è?

è la modalità con cui scegliamo di esprimerci























G. Samek Lodovici, 2002

comunicare comporta qualcosa di più della semplice espressione e manifestazione di idee e di sentimenti

Quando ha/non ha funzionato

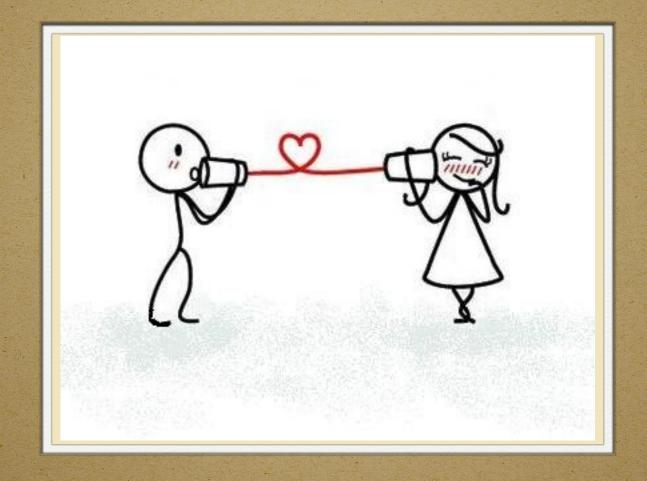
- Per comprendere quali sono i requisiti di efficacia della comunicazione è sufficiente domandarsi
 - Quando ha funzionato
 - Quando non ha funzionato

Che cosa è stato determinante in quella circostanza?

gli assiomi della pragmatica

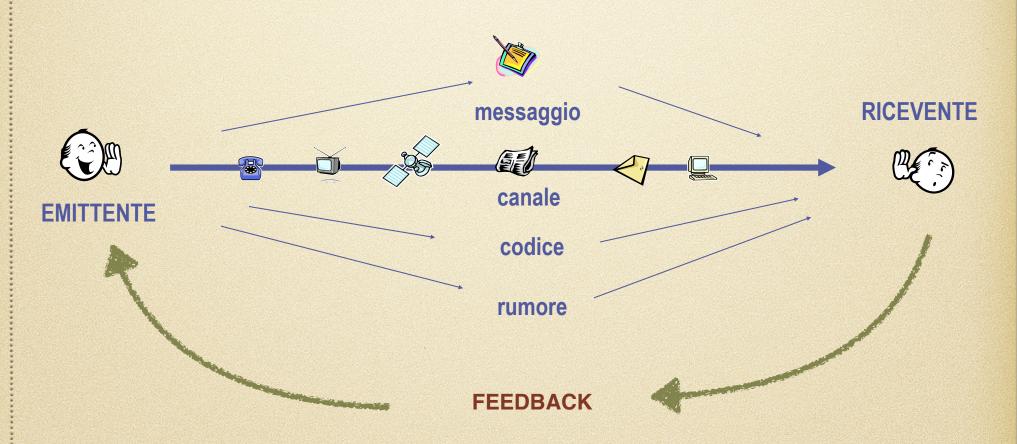


- 1. Non si può non comunicare
- 2. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione
- 3. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione
- 4. Gli esseri umani comunicano sia in modo numerico che analogico
- 5. Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari a seconda che siano basati sull'uguaglianza o sulla differenza



La "tecnica" comunicativa

La struttura "matematica" del processo comunicativo



La teoria che sta alla base del modello è stata formulata nel 1949 da Claude Elwood Shannon e Warren Weaver, due matematici statunitensi.

I tre livelli comunicativi

Verbale

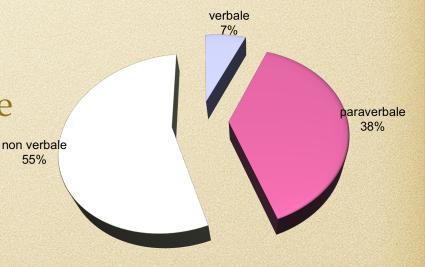
• È l'ambito delle parole che sono contenute nel messaggio

Paraverbale

• È definito dal tono della voce, dal ritmo della conversazione, dalla punteggiatura ecc.

Non verbale

• Riguarda le espressioni corporee



La comunicazione "a una via"

Caratteristiche

- Destinatari non definiti nel numero e nel target
- assenza di relazione diretta
- impossibilità di replicare

Requisiti:

- Messaggio comprensibile
- argomentazioni adeguate
- programmazione e organizzazione del processo comunicativo

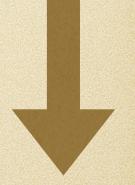
Vantaggi:

 Consente di raggiungere un numero ampio di destinatari in tempi brevi

Limiti:

Non consente di interagire né di avere un feedback

EMITTENTE



RICEVENTE

La comunicazione "a due vie"

Caratteristiche

- Destinatari pochi e definiti
- Si instaura una relazione "reciproca"

Requisiti:

- Atteggiamento di attenzione verso l'interlocutore
- Adeguamento del linguaggio e delle modalità di comunicazione

Vantaggi:

- Consente di avere un feedback immediato
- Consente di raggiungere i destinatari in modo "diretto"
- Consente di calibrare tempi e modi della comunicazione

Limiti:

Non consente la diffusione di messaggi diretti alla generalità

EMITTENTE



RICEVENTE

Il "rumore"

è un'interferenza esterna che interviene nel processo comunicativo, condizionandone l'efficacia

















i presupposti



• si riesce a comunicare "bene" quando si è instaurata una relazione, cioè una situazione in cui siano chiari il contesto e i ruoli

Il contesto

- È il luogo/la situazione in cui avviene la relazione e si caratterizza per l'incontro tra le aspettative reciproche
- La percezione del contesto dipende da elementi legati alla conoscenza, all'esperienza e all'emotività

Iruoli

- Sono le posizioni occupate all'interno di un contesto
- Variano durante lo sviluppo della relazione
- Sono definiti dalle aspettative reciproche

Gli scopi

- Esprimono le ragioni reali e apparenti della partecipazione all'interazione
- Derivano dai valori "percepiti" all'interno del contesto / della situazione

Vantaggio per gli altri

+

Vantaggio per sè

+

santo fabiano

Vantaggio per gli altri

benefattori

Vantaggio per sè

santo fabiano

Vantaggio per gli altri

sprovveduti

benefattori

Vantaggio per sè

santo fabiano

-

Vantaggio per gli altri

sprovveduti

santo fabiano

benefattori

Vantaggio per sè

banditi

Vantaggio per gli altri

sprovveduti

benefattori

stupidi

Vantaggio per sè

banditi

Teoria attribuzionalista

Ciò che succede agli altri dipende da loro

Anche ciò che succede a me dipende dagli altri

la "scelta"

gli "effetti" della comunicazione derivano dalla percezione di:

- -noi stessi
- -l'altro
- -il contesto
- -il fine

conseguentemente, la scelta consiste nel:

- -perchè
- -cosa
- -in che modo
- -in quale momento

le "percezioni" reciproche

• la stessa situazione può generare diverse percezioni da cui dipende l'approccio comunicativo di ciascuno e ... l'efficacia della relazione

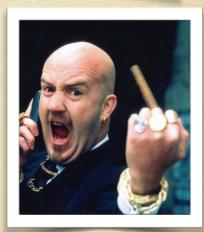


l'atteggiamento comunicativo

- consenso / conflitto
- fiducia / sospetto
- interesse / disinteresse





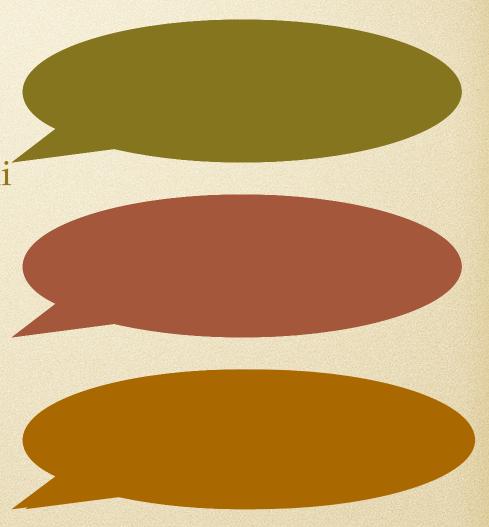


la "mia" percezione di "me" nel "contesto"

 chi sono, cosa faccio qui e cosa mi interessa

cosa penso del contesto in cui
mi trovo, cosa mi aspetto e
cosa vogliono da me

• come percepisco gli altri



la "mia" percezione di "me" nel "contesto"

- chi sono, cosa faccio qui e cosa mi interessa
- cosa penso del contesto in cui mi trovo, cosa mi aspetto e cosa vogliono da me
- come percepisco l'interlocutore e cosa voglio da lui/lei
- cosa voglio ottenere / cosa posso ottenere
- cosa non voglio "perdere"



la percezione che gli "altri" hanno di "me"

- dipende dal riconoscimento di:
 - utilità
 - ruolo
 - competenza
 - abilità
 - stima
 - amicizia
 - simpatia





anche nella predisposizione di un avviso si evincono i fattori che hanno determinato le scelte comunicative, come il timore di essere frainteso, pur manifestando una richiesta legittima e generalizzata

Covey, 2001

le tre fasi della crescita personale

- tu: pretesa di dipendenza dagli altri
- io: consapevolezza e autonomia
- noi: relazione e interdipendenza

per comunicare in un contesto organizzativo o di lavoro è necessario esprimersi in chiave di "noi"