

COMUNICAZIONE

CORSO ISTRUTTORI UISP

Dott.ssa Eleonora Ceccarelli
Psicologa, Psicologa dello Sport e Psicoterapeuta

Ordine Psicologi della Toscana n.5450

La COMUNICAZIONE

Profondamente connaturata all'essenza dell'uomo, viene spesso vissuta e percepita come un evento che “accade” e sul quale è possibile esercitare poco controllo.

Per questo motivo difficilmente viene considerata come uno strumento importante e utilizzabile in modo consapevole per costruire relazioni efficaci.

LA COMUNICAZIONE È L'ESSENZA DELLA NOSTRA VITA

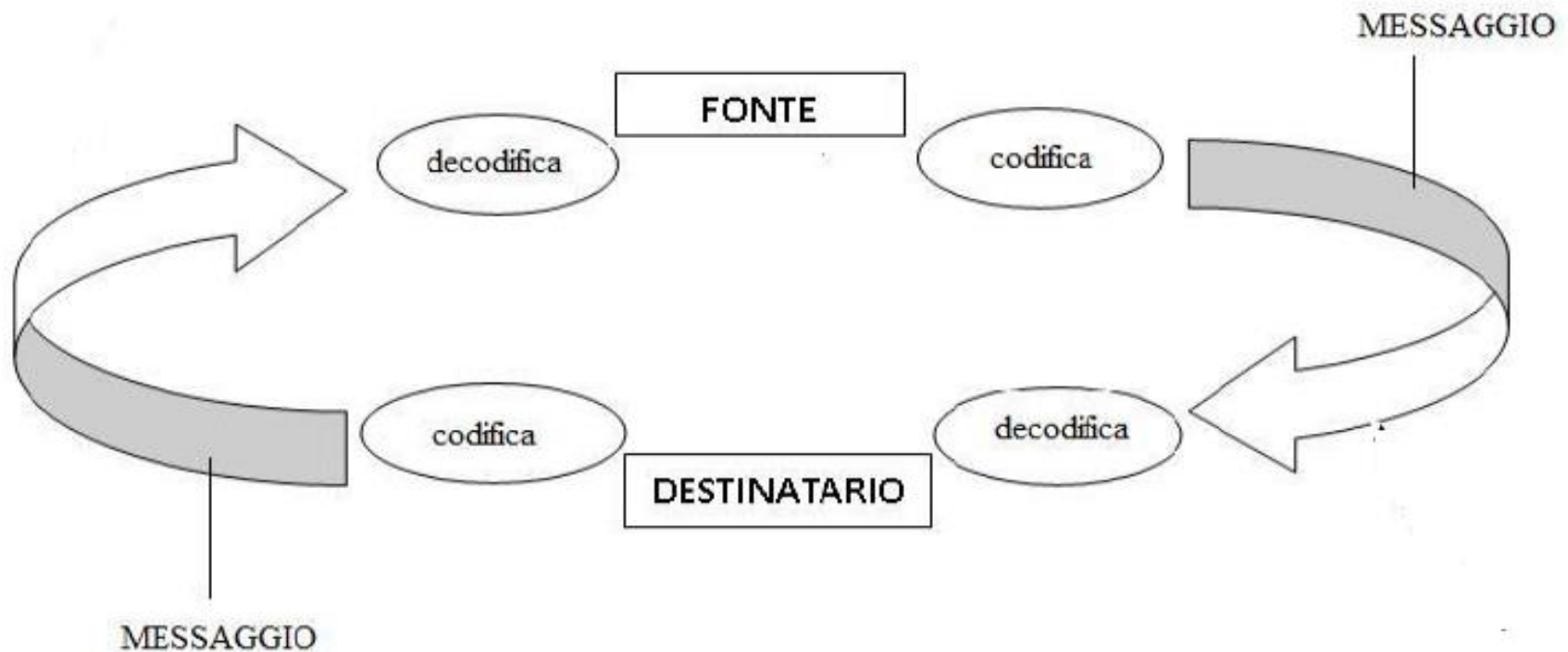
Che cosa significa?

Attraverso la comunicazione riusciamo a **creare delle relazioni umane**, poiché ogni messaggio riesce a generare delle reazioni umane.

dal latino: *communicare*, mettere in comune



Come funziona la Comunicazione?



I 5 ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE UMANA

(Watzlawick et al. 1967)

LA PRAGMATICA DELLA COMUNICAZIONE UMANA

Pragmatica, cioè l'analisi delle influenze che la comunicazione ha sul comportamento.

La comunicazione non viene più considerata come un semplice passaggio di informazioni, ma diventa un atto, un evento, un processo.

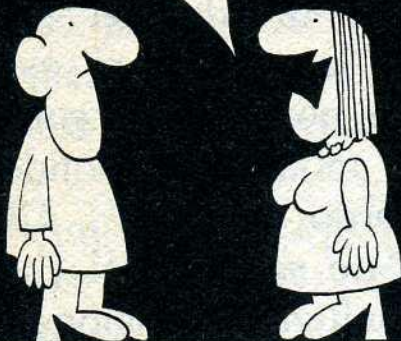
Essa viene definita **considerando anche i comunicanti** con tutto il loro bagaglio emotivo, culturale e sociale **e l'ambiente** in cui si attua e comprende gli effetti che esso ha sui partecipanti e sul loro comportamento durante l'interazione.

I 5 ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE UMANA

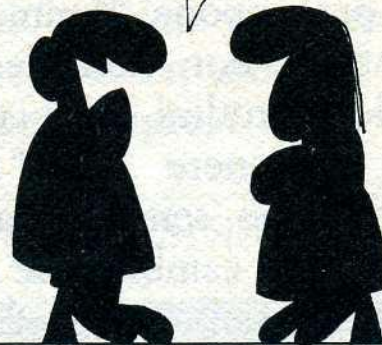
1. Non si può non comunicare

L'attività o l'inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio: influenzano gli altri e gli altri, a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni e in tal modo comunicano anche loro.

DEVI SMETTERLA DI
PROVOCARMI!



(MA SE NON APRO BOCCA!)



SÌ, MA IO NON SOPPORTO IL TONO DEL TUO
SGUARDO E IL MODO IN CUI NON MI
PARLI !!...



(NOI NON CI PARLIAMO MAI...)

PIUTTOSTO CHE UN MONOLOGO CON TE
PREFERISCO UN DIALOGO CON ME STESSO.



2. Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione

Ogni comunicazione non trasmette soltanto informazione ma impone un comportamento. E questo dipende dalla natura della relazione tra i comunicanti.

Ad esempio:

“E’ importante allungare la gamba e tenerla tesa per fare questo esercizio” e “Allunga la gamba e tienila tirata altrimenti sbagli l’esercizio”.

Entrambe recano più o meno lo stesso contenuto, ma definiscono evidentemente relazioni molto diverse.

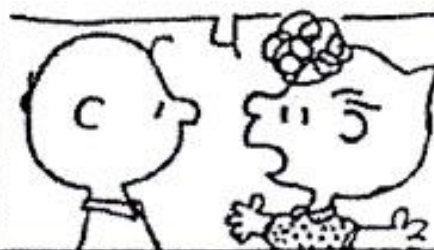
In realtà, quanto più una **relazione** è spontanea e “**sana**”, tanto più l’aspetto di relazione passa in secondo piano; viceversa, le **relazioni** “**malate**” sono caratterizzate da una lotta costante per definire la **natura della relazione**, mentre l’aspetto di contenuto della comunicazione diventa sempre meno importante.

Il **contesto** in cui ha luogo la comunicazione servirà a chiarire ulteriormente la relazione.

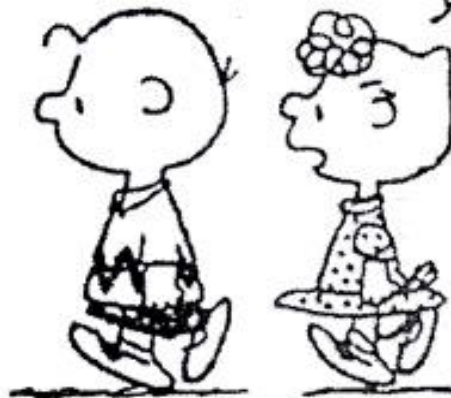
SE RESTI QUI A
PARLARE CON UN
EDIFICIO,
PENSERANNO TUTTI
CHE SEI MATTA



PERCHÉ?! ALMENO STA AD
ASCOLTARE!



ALMENO, QUANDO PARLO CON
LA SCUOLA, LEI STA A SENTIRE
QUELLO CHE HO DA DIRE!



3. La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura delle sequenze di comunicazione tra i comunicanti

Nel processo di comunicazione è possibile il verificarsi di un “corto circuito”, la tendenza, cioè, di attribuire all’interlocutore l’impossibilità di comprendere i contenuti di quanto si dice.

Poiché questo atteggiamento può essere reciproco, **tutti gli interlocutori attribuiscono agli altri l’insuccesso della comunicazione.**

Alla base di molti conflitti c'è un disaccordo su come punteggiare la sequenza di eventi, di stabilire cioè quale comportamento viene prima, come causa, e quale ne è la conseguenza.

Un esempio: L'allenatore afferma: *“io alzo la voce perché tu non mi ascolti.”* Mentre l'atleta risponde: *“io non ti ascolto perché tu urli sempre.”*

Il pensiero lineare di causa-effetto avviene quando le persone che interagiscono cercano la causa del proprio comportamento in quello altrui, senza valutare la propria responsabilità nel suscitare una certa risposta/comportamento.

Sarebbe estremamente utile che l'allenatore, in questo caso, si soffermasse a pensare, in un'ottica circolare, “cosa sto facendo io, che fa sì che il mio atleta non mi ascolti?”. Mentre l'atleta potrebbe costruttivamente ragionare sul principio inverso. “cosa del mio comportamento suscita le urla del mio allenatore?”.

Il pensiero lineare è sterile, determina una punteggiatura rigida che non offre alternative: lo psicologo dello sport deve essere attento a individuare il punto di vista di ogni partecipante alla relazione e a non assumerne uno fisso.

Quindi, come regola generale, possiamo estrapolare che in un conflitto sterile e reiterato sarebbe molto più utile chiedersi cosa faccio io che determina quel comportamento nel mio compagno? Invece che andare avanti all'infinito a sottolineare le mancanze dell'altro. Tale riflessione sulla propria modalità di comunicare permette di compiere un salto logico e trovare soluzioni alternative alla diatriba.

Vi vengono in mente esempi tratti dal vostro contesto di lavoro?

4. Ogni comunicazione è composta da un modulo numerico e da un modulo analogico

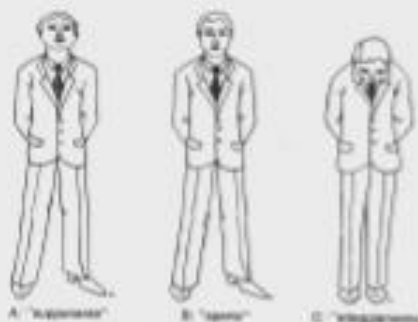
Modulo numerico: Comunicazione verbale

Modulo analogico : comunicazione non verbale

E' fondamentale essere consapevoli del fatto che esistono **due livelli di comunicazione** poiché, nel momento in cui comunichiamo, è necessario tenerli **congruenti e coerenti** tra loro, per evitare di mettere in confusione gli altri o di mandare messaggi contraddittori.

L'uomo è un animale sociale, ed in quanto tale si manifesta primariamente attraverso il proprio corpo.

Argyle afferma esplicitamente che "... nel passato è stata attribuita troppa importanza al linguaggio... che il linguaggio è notevolmente dipendente e strettamente intrecciato alla comunicazione non verbale e che vi sono molte cose che non si possono esprimere adeguatamente con le parole..." (Argyle, "Il corpo e il suo linguaggio", Zanichelli, Bologna, 1978).



Nella comunicazione tra le persone si utilizzano

- **messaggi verbali:** ciò che si dice
- **messaggi paraverbali:** intonazioni e modulazioni della voce (volume, timbro), inflessioni, pause, ritmi, silenzi
- **messaggi non verbali:**



distanze
contatti corporei
posture e movimenti
gesti
espressioni del volto
sguardi
abbigliamento,
trucco ...



Alcune percentuali (indicative ...)

Influenzano il nostro interlocutore:

comunicazione verbale 7%

comunicazione paraverbale 38%

comunicazione non verbale 55%

Se quello che vogliamo dire è 100

quello che diciamo è 70

quello che viene ascoltato è 40

quello che viene recepito è 20

quello che viene ricordato è 10

Caratteri distintivi

Comunicazione non verbale

- in gran parte inconsapevole, non intenzionale e non controllabile
- fornisce informazioni sul soggetto che la esprime
- è poco idonea ad esprimere concetti
- è ambigua
- ha grande efficacia nelle relazioni

Comunicazione verbale

- per lo più consapevole e intenzionale
- fornisce informazioni sugli argomenti espressi
- è idonea a veicolare descrizioni, argomentazioni, narrazioni
- è arbitraria (convenzionale)
- è meno rilevante nelle relazioni

5. Tutti gli scambi di comunicazione sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sulla uguaglianza o sulla differenza.

Comunicare in modo simmetrico in certe situazioni e in modo complementare in altre è indispensabile per mantenere mobilità nel rapporto con l'altro.

Rischi: escalation simmetrica o complementarietà rigida.

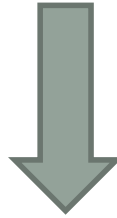
L' ASCOLTO.... Condizione essenziale

**Per comunicare è necessario ascoltare
Senza ascolto non c'è comunicazione**



ASCOLTO ATTIVO ≠ ASCOLTO PASSIVO

L' Ascolto è il primo passo nella relazione



Per dimostrare **attenzione e interesse** per l'**altro** e per porre le basi di un **rapporto di fiducia**, senza il quale sarà poi difficile essere ascoltati.

ASCOLTO ATTIVO

- Conoscere in modo più approfondito i diversi soggetti sociali
- Entrare in contatto con le loro specifiche esigenze
- Capire quali sono le loro emozioni
-



L'ascolto attivo è un'abilità comunicativa che si basa sull' **empatia e sull'accettazione**, sulla creazione di un rapporto positivo e di un clima non giudicante.

E.....

Ascolto di noi stessi
e delle nostre emozioni



Alcune tecniche comunicative:

VERBALI

- La riformulazione
- La delucidazione
- La capacità di saper porre domande
- Uso dei messaggi in prima persona

NON VERBALI

- Assentire
- Guardare con attenzione
- Mantenere il contatto oculare

Oltre alla COMUNICAZIONE.....

- **EMPATIA**
- **ASSERTIVITA'**



IL MIX VINCENTE NELLA RELAZIONE CON GLI ALTRI

EMPATIA



E' la capacità di “**mettersi nei panni dell'altro**” percependo, in questo modo, emozioni e pensieri.

Deriva dal greco, en-pathos “*sentire dentro*”, e consiste nel riconoscere le emozioni degli altri come se fossero proprie, calandosi nella realtà altrui per comprenderne punti di vista, pensieri, sentimenti, emozioni e “pathos”.

ASSERTIVITÀ



L'assertività è la **capacità di esprimere i propri bisogni e i propri diritti, le proprie sensazioni positive o negative, senza violare i diritti ed i limiti altrui.**

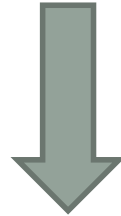
Comunicare ed ascoltare in modo aperto, diretto ed onesto.

PASSIVITA'



AGGRESSIVITA'

ASSERTIVITA'



RISPETTO

RESPONSABILITA'

Comportarsi in modo assertivo vuol dire bilanciare i bisogni degli altri con i propri.

Non c'è uno sconfitto e un vincente perché entrambi sono vincenti.

- **STILE ASSERTIVO**

- Esprime i propri bisogni e le proprie esigenze
- Comunica le proprie emozioni
- Accetta il punto di vista e le critiche costruttive degli altri
- Rispetta i diritti altrui
- Non giudica
- Fornisce critiche costruttive
- Non svaluta gli altri
- E' aperto al cambiamento



**ASSERTIVI NON SI NASCE
MA SI DIVENTA**

LA COMUNICAZIONE ALL'INTERNO DI UNA SQUADRA

Tra operatori di una squadra (o azienda) e i clienti la comunicazione acquista efficacia se il messaggio passato è univoco e condiviso da tutti i comunicatori. Altrimenti si incorre nel rischio dell'incoerenza.

Quindi il primo passo per un'azienda (o una squadra) è avere una VOLONTÀ CONDIVISA, ovvero una MISSION.

La MISSION non è sempre definita in modo chiaro dal datore di lavoro ma è importante uniformarsi ad essa anche quando è implicita (non evidente) per far passare un messaggio coerente.

Quindi è molto importante essere coerenti sia con la nostra modalità di comunicare: tra verbale e non verbale, sia con i nostri colleghi che come noi si relazionano con il pubblico.

Bibliografia

- «Pragmatica della comunicazione umana. Studio dei modelli interattivi, delle patologie e dei paradossi» Watzlawick P.; Beavin J. H.; Jackson D. ed. Astrolabio
- «Prepararsi al via. Psicologia dello sport sistemico-relazionale» D. Tortorelli ed. Franco Angeli
- «Comunicazione e relazione *Come gestire dialoghi e legami nel quotidiano*» di Maria Menditto ed. Erikson
- «Il corpo e il suo linguaggio» Argyle, ed. Zanichelli
- «Essere Assertivi. *Come imparare a farsi rispettare senza prevaricare sugli altri*» di R. Alberti e M. Emmons
- «Il linguaggio segreto del corpo. La comunicazione non verbale» A. Guglielmi ed. Piemme
- «Sport Marketing. Il nuovo ruolo della comunicazione » P. Zagnoli E. Radicchi ed. Franco Angeli

GRAZIE PER L ' ATTEZIONE

Contatti:

Dott.ssa Eleonora Ceccarelli

3382227321

ceccarelli.eleonora@yahoo.it

Seguimi s  sport e famiglia

