



DISPENSA DI COMUNICAZIONE

---

DISPENSA DI  
**COMUNICAZIONE**



**GIUSEPPE MILAZZO**



## LA PRESENTAZIONE DI SE STESSI

Il primo passo per comunicare efficacemente è quello di conoscere il profilo dei propri interlocutori, allo scopo di stimolare l'interesse ed entrare in sintonia con loro.



### **Profilo professionale**

Famiglia, hobby, attività sportive, cultura scolastica, idee politiche, motivazioni personali, ecc...

### **Profilo Tecnico-Professionale**

Posizione professionale, collocazione nella gerarchia aziendale, le cognizioni tecniche, il comportamento decisionale, ecc...

### **Motivazioni personali**

Prestigio, desiderio di novità, sicurezza, ecc...



**L'IMPORTANZA  
CHE HA IL DESTINATARIO  
DI QUALSIASI COMUNICAZIONE**

Alla base di qualsiasi relazione e quindi di ogni comunicazione, c'è sempre una persona umana, con i suoi pregi e i suoi difetti: c'è un individuo che noi dobbiamo avvicinare e informare; c'è un uomo da convincere e trasformare democraticamente in soggetto ricettivo e reagente.

Chi comunica dimentica di esaminare preventivamente chi sarà il destinatario del suo messaggio; si preoccupa più delle parole, della “bella figura” che esse gli fanno fare, che delle reazioni umane che il messaggio riuscirà a generare nell'ascoltatore.

Uno dei principali doveri di colui che trasmette un messaggio è quello di conoscere la persona o il pubblico al quale si rivolge allo scopo di personalizzare il messaggio, umanizzarlo e renderlo adeguato alla ricettività del suo destinatario.

Non potranno mai esserci buone “relazioni” se non ci si eserciterà con profitto nelle buone comunicazioni e viceversa.



## TERMINOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

La prima cosa da mettere in discussione è il senso che si vuole attribuire alla parola “Comunicare”.

... << *Esercitazione Brainstorming* >> ...

Il termine “Comunicare” significa inviare, trasmettere, trasferire, notificare, far vedere, far sentire, illustrare, far conoscere, investire, contagiare, partecipare, unire, mettere in comune con gli altri ciò che è nostro.

**Chi comunica è una fonte di trasmissione; (mittente)**

*Essa utilizza segnali o simboli o suoni; la fonte, nel momento in cui va in trasmissione, deve:*

*individuare il destinatario a cui si vuole rivolgere;*

*scegliere il veicolo di comunicazione;*

*verificare che gli strumenti di ricezione del destinatario siano in grado di raccogliere il messaggio;*

*compilare il messaggio; tenere presente le eventuali interferenze.*





**L'oggetto della comunicazione *messaggio*;**

*Il messaggio è l'espressione o la manifestazione della volontà di chi trasmette attraverso un codice convenzionale.*

*Chi trasmette deve essere sicuro che le regole da lui usate siano conosciute da chi dovrà interpretarlo, quindi deve scegliere o creare un codice che stabilisca le regole di interpretazione e di individuazione del suo messaggio.*

**Il mezzo per comunicare è il veicolo di trasmissione;**

*Sono i mezzi ai quali ci si affida per trasportare un messaggio dalla fonte al destinatario. La scelta di tali mezzi va fatta da chi trasmette e può essere semplice o combinata.*

*Chi trasmette può servirsi di uno o diversi veicoli per trasmettere, a seconda che per un messaggio occorranò uno, due o più mezzi, atti a farlo meglio comprendere.*

*I veicoli, o strumenti di trasmissione, possono essere svariati: la parola è il veicolo principe, o meglio, quello che è più comunemente usato.*

*Sono veicoli i segni, i simboli, i colori, i mezzi che usa chi comunica.*



*Comunicare è molto difficile, per il fatto che la estrinsecazione di un messaggio può essere compromessa da una cattiva scelta di mezzi di comunicazione.*

*Chi trasmette ha centinaia di mezzi (veicoli) a disposizione per esprimersi e farsi capire: può usare la parola in un colloquio o una lettera; un manifesto o un articolo di giornale; può usare combinazioni di mezzi orali e visivi.*

*Chi trasmette deve essere in grado di esprimere lo stesso concetto con il maggior numero possibile di veicoli di trasmissione e di usarli in tutte le circostanze. Ciò perché, se i veicoli già usati per la trasmissione sono stati inefficaci, bisogna saperli sostituire con mezzi più idonei.*

*L'uomo, quando è fonte di trasmissione, deve esercitarsi continuamente alla selezione e all'applicazione dei migliori veicoli per i suoi messaggi.*

*Non potremmo mai dire quale sia il migliore veicolo per comunicare. E' compito di chi trasmette stabilire se usare la parola o lo scritto, il manifesto o internet, e quando impiegare questo o quel veicolo.*

*Spetta al mittente scegliere il tipo di messaggio e la forma che più lo rende efficace; soltanto lui, conoscendo il destinatario, potrà prevedere le reazioni che il suo messaggio*

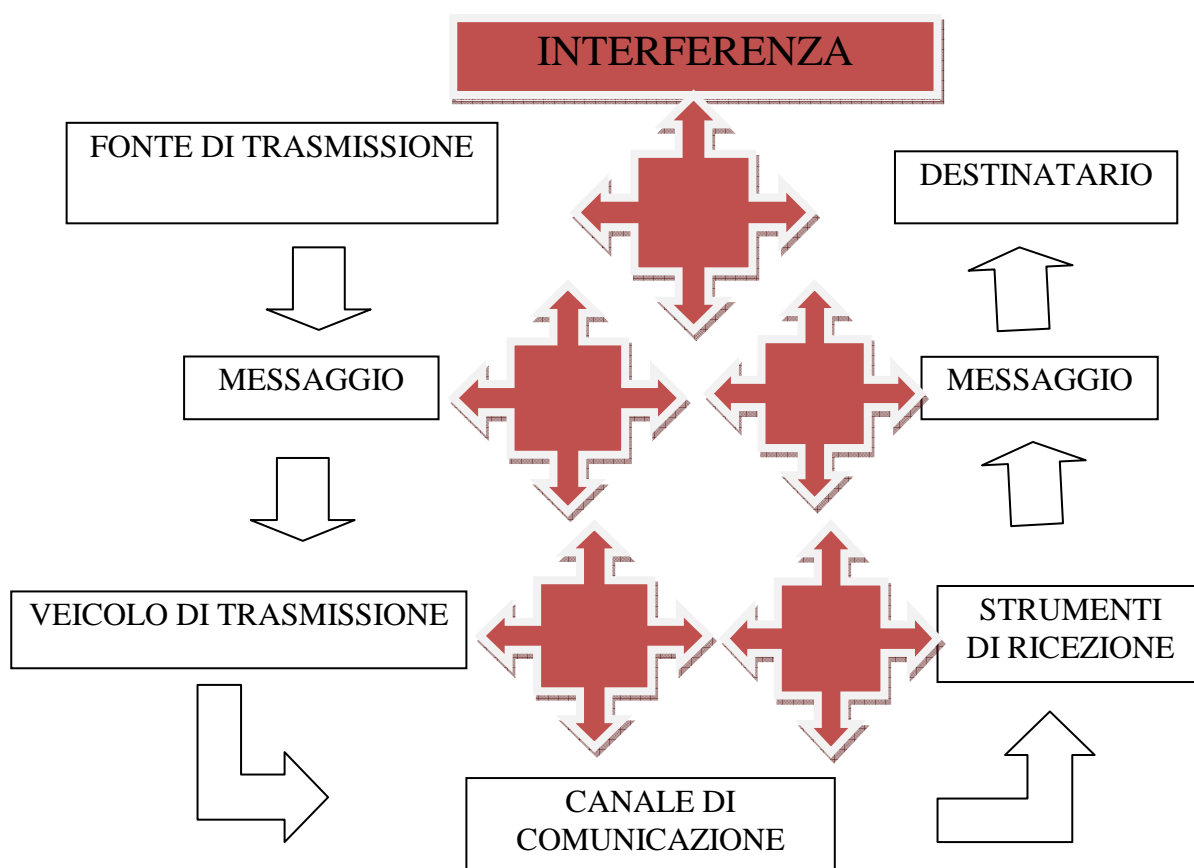


*provocerà e acquisire valide esperienze dai risultati ottenuti.*

**La strada attraverso cui passa la comunicazione è il *canale di comunicazione*;**

**Il mezzo col quale la persona raccoglie il messaggio è lo *strumento di ricezione*;**

**La persona alla quale indirizziamo il nostro messaggio è il *destinatario*:**





Un messaggio riesce a giungere al destinatario senza deformazioni se non incontra interferenze o se, incontrandole, riesce a neutralizzarle e a non farsi influenzare.







## LE INTERFERENZE

Nelle comunicazioni c'è il pericolo che un ostacolo si frapponga tra chi trasmette e chi riceve, compromettendo la trasmissione o la ricezione di un messaggio.

L'interferenza può essere presente nella fonte di trasmissione (come quando chi trasmette un messaggio orale è balbuziente o parla una lingua diversa da quella dell'ascoltatore); nel messaggio (se compilato in termini astrusi); nel canale di trasmissione (ad esempio nel microfono che non è attaccato all'altoparlante, oppure la cui linea è disturbata); l'interferenza, quindi, può essere un qualsiasi impedimento, che si trovi lungo il canale di comunicazione.

Mettiamo il caso che il nostro messaggio sia scritto: può darsi che l'apparecchio usato dal destinatario siano gli occhiali e in quel momento essi siano rotti o irreperibili, può darsi che noi comunichiamo un messaggio con un colore rosso e il destinatario sia daltonico. I vizi di ricezione sono costituiti, nel primo caso dalla mancanza di uno strumento idoneo (gli occhiali), nel secondo da un difetto di vista (daltonismo).



L'interferenza può essere nel destinatario stesso, nel senso che egli non è in condizioni favorevoli, spirituali o fisiche per ricevere il messaggio nel momento in cui lo trasmettiamo. Può darsi che il nostro messaggio abbia tutti i requisiti per essere ricevuto e capito: prendiamo per ipotesi un invito a un appello di beneficenza, nobile e perfetto quanto si voglia, che raggiunga il destinatario nel momento in cui fa baruffa con la moglie. Oppure un messaggio perfetto a uno scolaro stanco e che ha voglia di dormire.

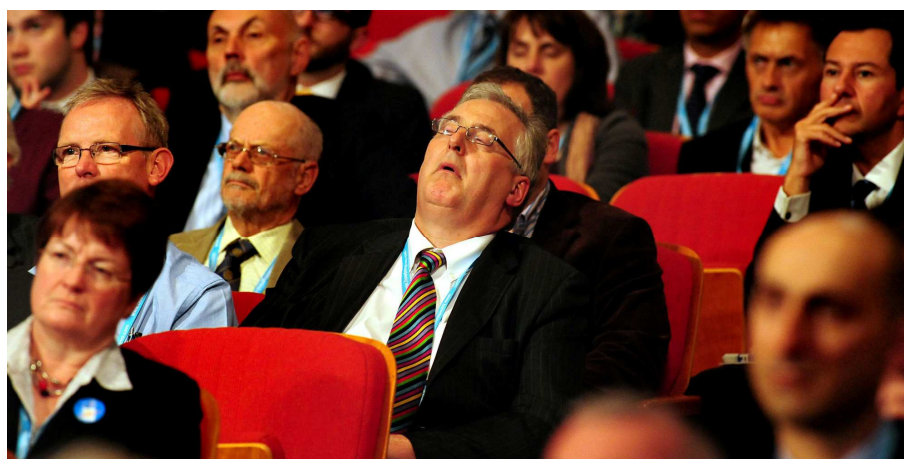
L'appello alla beneficenza, la lezione interessante, possono essere tutti messaggi perfetti e arrivare senza interferenza al destinatario, ma è proprio nei destinatari che essi incontrano, come abbiamo visto, le interferenze rappresentate dalla distrazione del ballo, dal disaccordo familiare, dalla stanchezza fisica.

Casi più tipici sono quelli che riscontriamo nel nostro apparecchio radio per scariche di elettricità, o durante i programmi televisivi, quando le immagini tendono a scomporsi per interferenze tecniche o atmosferiche.

Nei messaggi scritti spesso le interferenze sono costituite da una scrittura illeggibile o dalla fotocopia che, a volte, non riproduce con chiarezza il testo originale. D'altra parte, an-



che se un testo è scritto chiaramente, con grafia eccellente, esso può essere incomprensibile: o perché viene esposto in una sala buia oppure perché i concetti che esprime sono troppo tecnici e difficili a capirsi.





## IL CONTROLLO

Dall'esame del destinatario dipenderà la forma che daremo al nostro messaggio e l'impiego dei mezzi che dovremo usare per comunicare. La scelta di un veicolo di comunicazione piuttosto di un altro è sempre relativa: ciò che conta è la sostanza del nostro messaggio e la forma con cui l'esprimiamo.





**RAPPORTO TRA FONTE  
DI TRASMISSIONE E DESTINATARIO**

Per comunicare bisogna individuare il destinatario del nostro messaggio e stabilire un contatto al suo stesso livello culturale. Stabilito questo primo contatto intellettuale che chiameremo “comprensione”, dovremo contemporaneamente sfruttare l’elemento “simpatia” perché il destinatario sia ben disposto all’ascolto o alla proiezione del nostro messaggio.

Oltre a questi due fattori ce n’è uno che ha molta importanza e che si chiama “interesse”: esso impegnerà a fondo il cuore e la mente del destinatario se il messaggio riesce a fornirgliene l’incentivo.

Qualunque cosa vogliamo comunicare bisogna che sia interessante per il destinatario; se lo è solo per noi, e dobbiamo trasmetterlo comunque, dovremo trovare la forma adatta per stimolare l’interesse del destinatario.





## COME COMUNICARE

La fonte trasmittente si serve di parole e di segnalazioni acustiche per colpire l'interesse del destinatario attraverso l'udito; usa la parola scritta e le segnalazioni visive per colpire l'interesse di chi riceve attraverso le sue sensazioni ottiche. I veicoli di trasmissione, per maggiore chiarezza, li chiameremo: "Strumenti auditivi, strumenti visivi e strumenti audiovisivi".

L'udito non ci aiuta molto ad imprimere nella nostra mente un messaggio ricevuto; mentre l'udito e la vista insieme riescono a farci ricordare meglio ciò che ci è stato comunicato. Oltre ai due sensi citati (udito e vista) noi ci serviamo del tatto, dell'odorato e del gusto per acquisire conoscenze.

Parliamo di tessuti, di carte o di superfici, di profumi o di sapori, è preferibile, a seconda dei casi, far toccare con mano, far odorare, far gustare ciò che più direttamente colpirà, negli ascoltatori o negli spettatori, il senso di cui parliamo. Nulla sarà più efficace, parlando di un tipo di stoffa, che mostrare un campione del tessuto così che la mano del destinatario ne avverta la qualità, la trama e l'ordito.



Non c'è niente di meglio che fare odorare il fiore o il composto chimico di cui si parla. Assaggiare un formaggio o una salsa, un vino o una spezie, insegna molto meglio di qualsiasi esposizione verbale.

I sensi dei destinatari ai quali più direttamente rivolgiamo i nostri comunicati sono due: l'udito e la vista.

Gli strumenti audiovisivi sono chiamati anche “aiuti audiovisivi” nel senso che essi aiutano a comunicare un messaggio con più evidenza e comprensibilità. Per noi essi sono soltanto “strumenti di comunicazione”.





## LE TECNICHE DI COMUNICAZIONE

Alla base delle comunicazioni vi è sempre un codice convenzionale che regola la compilazione, l'emissione e l'interpretazione di un messaggio. Come per scrivere, leggere o interpretare una lingua abbiamo bisogno di conoscerne l'alfabeto, così per le segnalazioni auditive e visive dobbiamo conoscere gli strumenti e le tecniche proprie delle comunicazioni auditive e visive.







## QUANTO SI COMUNICA

Un relatore di una conferenza o un docente che si prepara ad affrontare una lezione ha una preparazione del 100% (chiamata preparazione ideale).

In realtà in base allo stato di salute, allo stato d'animo, alla materia che deve trattare, il pensare a cosa va incontro sviluppa in sé una preparazione reale dell'80%.

Nel momento di esposizione dell'argomento da trattare si perde il 20% del potenziale di comunicazione nel tono della voce, nel modo di come viene esposto l'argomento, il locale, la platea, ecc. Siamo al 60%.

Un'altra piccola percentuale si perde nell'ascolto siamo al 50%; si ricorda che per ascolto si intende partecipare efficacemente al processo di comunicazione. Un altro 10% si perde per la mancanza di interesse degli argomenti da parte di chi ascolta e siamo al 40%. Altri 5% si perdono nell'accettazione degli argomenti proposti dal relatore e siamo al 35%. Quanti sono coloro che ricordano ciò che si è detto nella relazione? - nella fase di ricordo si ha una percentuale del 35%. Quanti ascoltatori sono capaci di attuare





<b>TECNICA DI COMUNICAZIONE DA RICORDARE</b>
--

- Preparare quello che si deve dire (provare a “dire”, simulare, preparare una scaletta degli argomenti).
- Usare parole semplici ed espressioni brevi (soggetto, predicato, complemento).
- Controllare che l’interlocutore ci segue (pausa, domanda, riepilogo dopo interruzione).
- Pausa prima di rispondere (pausa di riflessione).
- Domanda (mettere i segna nomi) (aiutare a fare le domande).
- Riepilogare brevemente l’ultimo concetto (stavamo dicendo? se ricordo bene ...).
- Evitare di divagare, essere rigidi sul tema della conversazione e curare i rapporti spaziali mantenendo una distanza confortevole dall’interlocutore.
- Essere obiettivi e non esaltare il proprio “io” o il proprio “status”.
- Non trascurare alcuni punti della conversazione (far finta che!).



**HO LE IDEE CHIARE  
SU QUELLO CHE VOGLIO DIRE?**

- Sto usando le parole e le espressioni necessarie per trasmettere ciò che ho in mente in modo che chi le riceve avrà la stessa immagine?
- Sto comunicando in termini specifici e in linea con l'argomento?
- Sto dando a ogni punto la dovuta attenzione aiutando l'ascoltatore a capire?
- Sto ottenendo un ritorno significativo?





## RESISTENZA NELLA COMUNICAZIONE

Spesso durante la comunicazione verbale esistono frasi, tono, espressioni e mimica che provocano resistenze inducendo l'interlocutore ad ascoltare di meno o a smettere di ascoltare. Di seguito si elencano le più comuni:

-----

- Espressione (sorriso - riso - riconoscimento - pianto).
- Posture (posizione del corpo - mani aperte - tese - rilassate).
- Movimento azione (afferrare per il braccio, accarezzare, guardare).
- Intonazione della voce.
- Odore.
- Abbigliamento.

-----





**Comportamenti e approcci non verbali che possono aiutare a comunicare meglio, come per esempio:**

- Dimostrare attenzione utilizzando termini e suoni come “capisco” “certamente”.
- Mantenersi nello stesso livello spaziale guardando quasi sempre negli occhi, raddrizzando la testa e assumendo una postura aperta e rilassata e un atteggiamento franco.
- Usare movimenti positivi; sporgendosi in avanti.

-----





## INTERVENTO OBIEZIONE

- Dimostrare interesse e considerazione.
  - Mantenere un atteggiamento disponibile.
  - Ascoltare senza interrompere.
  - Non innescare “presuntuosi dibattiti”.
  - Formulare risposte in modo non aggressivo ma gentile.
  - Pausa di riflessione.
- 





## ASCOLTO

- Convincersi dell'utilità.
- Avere desiderio di imparare.
- Guardare negli occhi chi parla.
- Non essere prevenuti; essere aperti.
- Evitare distrazioni.
- Controllare le emozioni individuali.
- Ascoltare i segnali non verbali.
- Non essere critici.
- Non emettere giudizi.







## REGOLE PER COMUNICARE

Chiarezza su obiettivi e finalità del messaggio; pianificare la sequenza degli argomenti.

Esposizione delle idee in modo chiaro; sforzarsi di esprimersi in modo sintetico (non disperdersi in inutili dettagli).

Coerenza sul piano verbale e non verbale (curare contenuto e comportamento).

Verificare che l'interlocutore sia interessato (prevedere argomentazioni che superino barriere difensive) [stare zitti per alcuni secondi].





## INDICE

– La presentazione di se stessi	Pag. 2
– L’importanza Che ha il Destinatario di qualsiasi Comunicazione	Pag. 3
– Terminologia della Comunicazione	Pag. 4
– Le Interferenze	Pag. 9
– Il Controllo	Pag. 12
– Rapporto tra fonte di Trasmissione e Destinatario	Pag. 13
– Come Comunicare	Pag. 14
– Le Tecniche di Comunicazione	Pag. 16
– Quanto si Comunica	Pag. 17
– Tecnica di Comunicazione da Ricordare	Pag. 19
– Ho le idee chiare su quello che voglio dire?	Pag. 20
– Resistenza nella Comunicazione	Pag. 21
– Intervento Obiezione	Pag. 23
– Ascolto	Pag. 24
– Regole per Comunicar	e Pag. 25