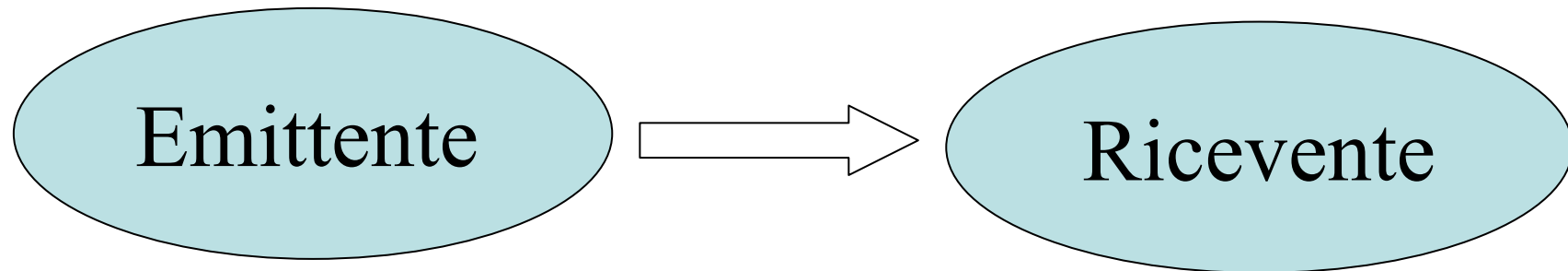


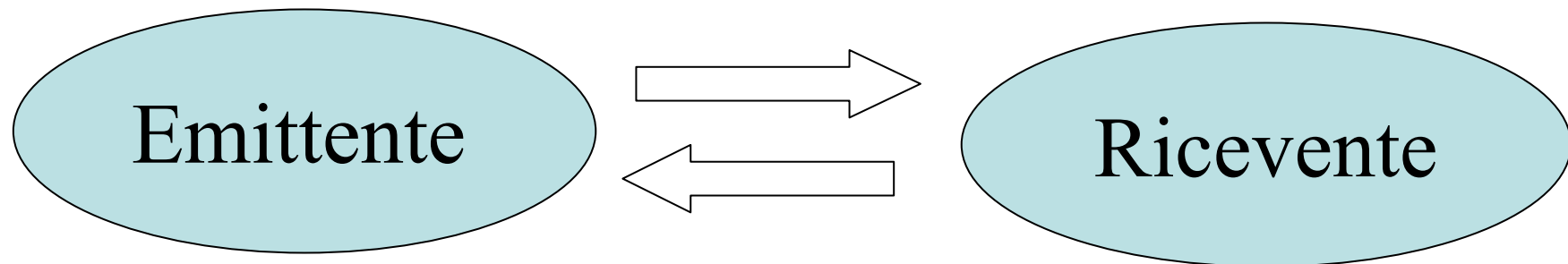
# LA COMUNICAZIONE

A seconda che il feedback sia previsto o meno  
si avrà

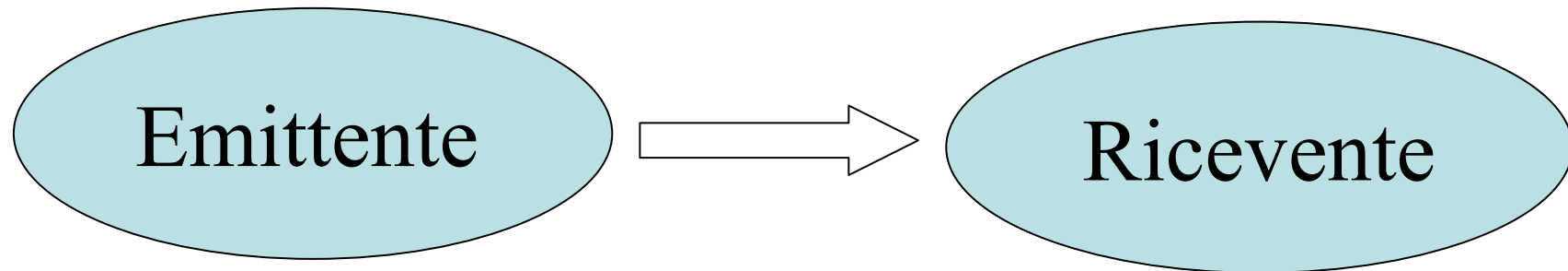
## COMUNICAZIONE AD UNA VIA



## COMUNICAZIONE A DUE VIE



# COMUNICAZIONE AD UNA VIA



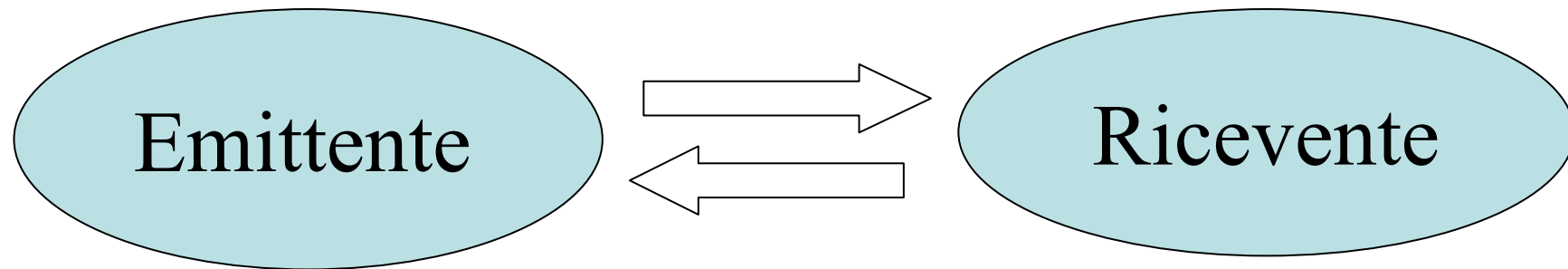
## VANTAGGI

1. Ordine logico
2. Velocità

## Richiede

1. Credibilità e autorevolezza
2. Preparazione e padronanza della materia

# COMUNICAZIONE A DUE VIE



## VANTAGGI

1. Precisione nell'interpretazione
2. Immediato riscontro della comprensione

## Richiede

1. Condivisione di codice e convenzioni verbali e non
2. Volontà di rimuovere gli ostacoli

# CARATTERISTICHE OPERATIVE I

<b>1 VIA</b>	<b>2 VIE</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Messaggio semplice</li><li>✓ Obiettivo predefinito</li><li>✓ Alto numero di destinatari</li><li>✓ Tempo limitato</li><li>✓ Mezzo o canale scelto dall'emittente</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Messaggio complesso</li><li>✓ Obiettivo solo delineato</li><li>✓ Numero limitato di destinatari</li><li>✓ Tempo ampio</li><li>✓ Mezzo o canale scelto da entrambi</li></ul>

# CARATTERISTICHE OPERATIVE II

<b>1 VIA</b>	<b>2 VIE</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>☞ Successo del trasferimento di informazione causato dall'emittente</li><li>☞ Rapporto di autorità e dipendenza gerarchica</li><li>☞ Componenti emotive trascurate</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>☞ Successo del trasferimento di informazione causato da entrambi</li><li>☞ Rapporto di empatia e interdipendenza tra le parti</li><li>☞ Componenti emotive enfatizzate</li></ul>

# La comunicazione avviene attraverso uno dei tre **canali o mezzi espressivi**



Segni verbali  
o fono-acustici



Segnali ottico-grafici



Espressioni  
mimiche-gestuali

La comunicazione avviene sia attraverso le parole

## **COMUNICAZIONE VERBALE**

che mediante il comportamento, gli oggetti,  
l'abbigliamento,

la mimica facciale, la postura, la prossimità e vicinanza  
nello spazio,

le espressioni del viso, i movimenti di braccia e mani,  
il tono, il timbro, il volume,  
il tempo, il timbro

## **COMUNICAZIONE ANALOGICA E NON VERBALE**



## **COMUNICAZIONI VERBALI**

Fondate sull'uso della parola:

- Messaggi scritti
- Discorsi
- Colloqui

**ESEMPI:**

- Circolare interna
- Manifesto
- Riunione
- Lezione

## **COMUNICAZIONI ANALOGICHE**

Si realizzano mediante:

- Azioni
- Situazioni
- Oggetti

**ESEMPI:**

- Impostazione grafica del testo
- Comportamenti
- Ambiente fisico

# LA COMUNICAZIONE ANALOGICA

- ❑ Esprime contenuti relativi alle emozioni e alle relazioni
- ❑ Offre la comodità di avere, nel rapporto “faccia a faccia”, un feedback spontaneo e immediato
- ❑ Influenza, completa, aggiunge sfumature, chiarifica e amplifica il contenuto del messaggio verbale
- ❑ E' difficile da interpretare in modo univoco, non possiede un vocabolario universale ed è soggetto ad interpretazioni soggettive

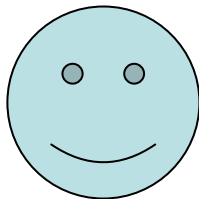
# Alcuni segni della comunicazione facciale

A seconda della gradazione della posizione degli occhi e della bocca si esprime



- un atteggiamento triste, collerico, arrabbiato, malvagio

Oppure



- Felice, contento/timido, neutrale, indifferente

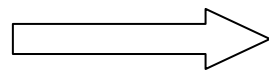
# GLI STILI DELLA COMUNICAZIONE



**STILE E' LA TENDENZA  
A PRIVILEGIARE  
UN MODO DI ESPRIMERSI  
E DI RELAZIONARSI,  
CHE PUO' ESSERE UTILE  
IN ALCUNE CIRCOSTANZE E  
DISFUNZIONALE IN ALTRE**

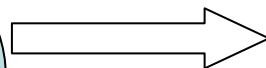
# QUATTRO STILI DI COMPORTAMENTO AGGREGATIVO

❖ **Stile PASSIVO**



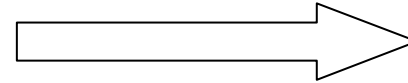
Atteggiamento di  
minimizzazione delle  
proprie posizioni, di  
rinuncia e di paura di  
offendere l'altro

❖ **Stile AGGRESSIVO**



Atteggiamento di  
superiorità, intollerante  
e giudicante,  
disconoscimento delle  
opinioni e dei meriti  
altrui

# ❖ Stile PERSUASIVO



La forza persuasiva del messaggio  
è legata a tre fattori

## **PERSUASIONE CENTRATA SUL PERSUASORE**

Credibilità, autorevolezza,  
attrattività di chi parla;

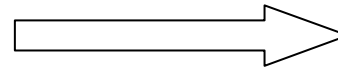
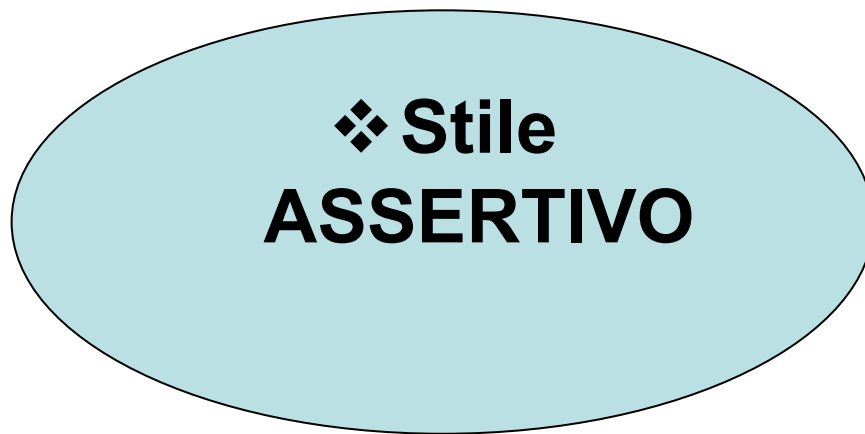
## **PERSUASIONE CENTRATA SUL CONTENUTO**

Affidabilità, veridicità, attendibilità;

## **PERSUASIONE CENTRATA SUL PERSUADENDO**

Coinvolgimento, ricettività, riferimento a potere,  
autostima, prestigio, vulnerabilità, orgoglio,  
suggestionabilità

Atteggiamento che  
fa appello  
all'immaginazione,  
ai sentimenti, alle  
aspettative  
dell'interlocutore,  
al principio di  
convenienza per  
ottenere, con la  
forza della parola  
e senza  
costringere, una  
risposta/reazione  
a proprio  
vantaggio.



**ASSERTIVITA'** è uno stile maturo che implica l'estrema flessibilità delle strategie e la capacità di scegliere quando essere passivi e delegare scelte ad altri; quando essere aggressivi ed evitare soprusi; quando essere manipolativi e persuasivi e nascondere ciò che si vuole tenere segreto; quando usare la comunicazione indiretta (ad es. metafore, frasi idiomatiche) e agire in modo affermativo.

Atteggiamento che privilegia il riconoscimento e rispetto delle opinioni altrui, anche nelle differenze, attraverso l'ascolto e l'idea di libertà, intesa come capacità di affrancarsi da condizionamenti negativi.

# Competenze distintive nei gruppi

Per fare in modo che  
la comunicazione sia  
efficace  
e si ottenga la  
comprensione del  
contenuto e  
l'accettazione  
della forza (relazione)  
del messaggio sono  
necessarie  
alcune competenze







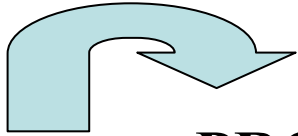
- **GESTIONE DEL TEMPO**

Capacità di individuare e mettere in pratica comportamenti finalizzati ad un impiego del tempo che soddisfi gli obiettivi della propria organizzazione attraverso il discernimento tra tempo oggettivo e il tempo soggettivo, che segue il valore dell'opportunità del dire e non dire



- **INNOVAZIONE E PROATTIVITA'**

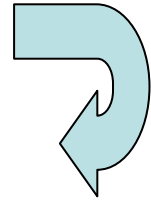
Capacità di superare gli schemi precostituiti e superare quelle inibizioni individuali e organizzative, che ostacolano la produzione di approcci alternativi e soluzioni inesplorate e creative



## • **PROBLEM SOLVING**

Capacità di attivarsi per il raggiungimento del risultato anche all'interno di contesti destrutturati e mutevoli o in carenza di informazioni e linee guida

Capacità di individuare e sviscerare i lati di un problema attraverso un forte orientamento al risultato, assiduità e tenacia, autonomia nell'assunzione di iniziative



## **NEGOZIAZIONE**

Processo in cui due o più interlocutori si impegnano a risolvere un problema partendo da interessi e punti di vista contrapposti, l'uno facilitando e mediando con l'altro

Diverse logiche:

- lo perdo/tu vinci;(la vittima)
- lo perdo/tu perdi;(perdita di tempo);
- lo vinco (l'egoista);
- lo vinco/tu perdi,(il dominatore)
- lo vinco/tu vinci;(il negoziatore per eccellenza)

## NEGOZIAZIONE DISTRIBUTIVA

- Quando prevale la competizione si adotta una posizione rigida, basata sul sospetto e la diffidenza
- Si cerca di massimizzare la propria parte di benefici relativi

## NEGOZIAZIONE INTEGRATIVA

- Quando prevale la collaborazione si adotta una posizione flessibile, uno stile assertivo
- Si cerca di aumentare i benefici reciproci

# GESTIONE DEI CONFLITTI

Circolo vizioso della comunicazione

Il conflitto è alimentato da pregiudizi e stereotipi che irrigidiscono le rispettive posizioni

Può essere celato da formalismi, avvertito a livello emotivo, manifestato da comportamenti palesi

Si genera da particolari espressioni con connotazioni forti, le generalizzazioni, le polemiche, gli errori logici, le discrepanze culturali, nelle conoscenze, nelle aspirazioni, nel credo religioso, negli schemi di riferimento.

