

Comunicazione

Elementi e decalogo del buon
comunicatore

- **Trasmittitore**
 - Prepara e trasmette il messaggio utilizzando il linguaggio (o i linguaggi)
- **Messaggio**
 - Viene affidato ad un vettore
- **Ricevente**
 - Deve sintonizzarsi per ricever il messaggio
 - Deve saper interpretare i linguaggi con cui è espresso il messaggio

[Vedi note](#)

Tipi di comunicazione

•Ad una via – Il trasmettitore affida il messaggio al vettore senza preoccuparsi del fatto che il ricevente lo riceva

•Esempi: la radio, la televisione

•A due vie – Il trasmettitore affida il messaggio al vettore preoccupandosi che il ricevente lo riceva e lo interpreti correttamente, per fare questo ha bisogno di feedback da parte del ricevente che non è un soggetto passivo ma attivo in questo processo di comunicazione.

Per avere feedback di solito il trasmettitore si affida alle domande che possono essere:

chiusa – si deve rispondere con un sì o con un no,
esempio:

Questo oggetto è rosso?

Risposta SI/NO

aperte – si possono dare diverse risposte, cioè un ventaglio aperto di risposte, esempio

Mi potrebbe dire, secondo

Lei....., il colore di questo oggetto?

tendenziose – tendenti cioè ad influenzare l'interlocutore,

esempio:

Come Lei giustamente avrà osservato
il colore di quell'oggetto è rosso. Non è vero?

Il Decalogo del buon comunicatore

Comprendere chi ci sta di fronte
Mettarsi in relazione e creare empatia con l'interlocutore
Saper ascoltare sia le parole che i messaggi non verbali, per offrire ciò di cui l'interlocutore ha bisogno
Calibrare il feedback, il ritorno della nostra comunicazione
Saper negoziare (la comunicazione che negozia punta ad un vantaggio reciproco)

Comunicare in modo persuasivo, seduttivo (per portare l'altro sul proprio terreno)
Tenere d'occhio la comunicazione non verbale
Public speaking
Riappropriarsi del piacere di un linguaggio corretto
Per la comunicazione scritta non dimenticare la "leggerezza" la sburocratizzazione, la sintesi.

[Vedi note](#)

Non è soltanto forma, né una questione di stile. Saper comunicare significa mettersi in relazione con gli altri, comprendere le ragioni dell'interlocutore ed esprimere al meglio le proprie.

Vuol dire gettare un ponte fra due sponde e generare un flusso di informazioni.

Uno scambio che aggiunge senso, arricchisce l'umanità dell'uno e dell'altro.

Non è la bacchetta magica che apre ogni porta , ma sicuramente aiuta.

Non c'è campo, non c'è livello che possa fare a meno di questa competenza.

L'arte del comunicare non s'improvvisa

Uno dei requisiti più richiesti dalle Aziende Moderne è la propensione al lavoro di gruppo, le persone che non sanno comunicare tra loro non potranno mai fare parte di un team.

Da un'indagine americana risulta che nella classifica delle 10 qualità più richieste per essere assunti, sfilano ai primi posti:

- La capacità di comunicazione verbale
- L'entusiasmo
- La propensione all'ascolto

- Una buona comunicazione scritta
- ecc.

E solo agli ultimi posti la votazione ed i meriti scolastici.

1 - Comprendere velocemente chi ci sta di fronte

**Se non ci si sforza di capire le altrui ragioni
non può esserci comunicazione**

**Poiché il tempo è una delle variabili su cui si gioca il
successo di ogni iniziativa,
più in fretta lo si fa meglio è.**

**Ognuno di noi ha una propria mappa mentale,
una rappresentazione personale della realtà**

[Vedi note](#)

Se dall'altra parte del telefono c'è un cliente arrabbiato, l'operatore dovrà comprendere le ragioni di tale collera; solo allora potrà capire come recuperare il consumatore.

Solo tenendo conto di questo si potrà escludere la possibilità di equivoci e fraintendimenti spesso alla base dell'incomunicabilità.

Ciò non significa rinunciare alla propria identità, ma piuttosto utilizzare il linguaggio dell'altro per spiegare il nostro pensiero.

2 - Mettersi in relazione, creare empatia con l'interlocutore.

Una volta compresa la mappa mentale dell'altro bisogna utilizzare le informazioni ottenute per instaurare un feeling, creare cioè empatia con chi ci sta di fronte.

Non si comunica solo ciò che interessa ma si cerca di andare verso l'interlocutore, di mettersi in relazione con lui

[Vedi note](#)

Non crea empatia la segretaria che risponde al telefono con voce annoiata o stizzita e con fare passivo, non dà una buona immagine di sé e nemmeno dell'azienda per cui lavora.

Non crea empatia il tecnico, che in un convegno si preoccupa di tirar fuori tutto ciò che sa senza prestare la benché minima attenzione al suo modo di esprimersi, all'entusiasmo ed al coinvolgimento che le sue parole possono più o meno suscitare.

Non crea empatia il genitore che ritiene assurdo che il giovane figlio, che adora le Spice Girls, si dichiari disposto a scappare per vedere un loro concerto.

Non crea empatia il genitore che ritiene il figlio un incapace mettendogli sempre davanti un modello, spesso sfuocato, delle proprie mancate aspirazioni.

Non si crea empatia, avendo delle responsabilità aziendali, se nelle comunicazioni, in cui in pratica si trasmette l'immagine dell'azienda, non lo si fa con la massima apertura e flessibilità.

3 - Imparare ad ascoltare

In un mondo caratterizzato da un eccessivo rumore di fondo e dal frastuono, non è necessario alzare il volume della conversazione, ma disporsi ad ascoltare prima di comunicare.

Per questo oltre alle informazioni sono necessarie antenne sensibili e una forte dose di immaginazione e di intuito.

L'ascolto può essere una dote naturale ma più spesso si impara.

Una particolare abilità va sviluppata nell'ascoltare non solo i segnali forti ma anche i cosiddetti segnali deboli, i messaggi non verbali, nell'anticipare fenomeni e dichiarazioni i cui contorni sono ancora nebulosi e poco chiari.

[Vedi note](#)

Il primo step della comunicazione è l'ascolto, spesso la gente fa finta di ascoltare, assorta nei propri problemi e distratta dal rumore di fondo, e dal frastuono.

Alzare il volume da parte del trasmittente è sempre sintomo del percepire di non essere ascoltato, capito.

Più che di ascolto bisognerebbe parlare di attenzione a tutti i segnali che ci vengono dall'interlocutore, dal suo linguaggio gestuale, dal suo tono di voce, da piccole sfumature, a volte, possiamo cogliere quale è il vero problema che l'interlocutore ci sta ponendo. Spesso si gira intorno al problema, per timidezza, per incapacità espressiva, per incapacità di dominio e di sintesi.

Prima di ogni momento di comunicazione, sarebbe buona norma, preparare l'incontro, fissando gli obiettivi che si vuole raggiungere, gli argomenti che si vuole trattare, raccogliendo informazioni, spesso se l'interlocutore ha il sentore di trattare con persone incompetenti, non assume un buon atteggiamento.

All'inizio è buona norma presentare gli obiettivi in maniera semplice e lineare, l'ideale sarebbe farlo con modelli che non necessitino di spiegazioni preliminari, utilizzando schemi concettuali in cui sono rappresentati gli oggetti dell'argomento da trattare, questo per catturare

subito l'attenzione e fargli pensare: "vuoi vedere che ho trovato uno competente che risolverà i miei problemi?"

4 - Calibrare il “feedback”

Il significato della comunicazione sta nel suo responso, tutto ciò che si ottiene rappresenta l'effetto della nostra comunicazione e non di ciò che speravamo.

Ma se il feedback non è quello atteso, dovremo cambiare atteggiamento

Fraasi del tipo “tu non hai capito” dovrebbero essere sostituite con “forse non mi sono spiegato”

[Vedi note](#)

Sono le sfumature, i piccoli dettagli che fanno la differenza.

Il professore che spiega la lezione e non si fa capire dai ragazzi, invece di imprecare contro la loro disattenzione o ignoranza (con l'unico effetto di allontanarli da se), dovrebbe cercare di illustrare in modo diverso la sua relazione.

Il genitore che pretende dal figlio un comportamento diverso da quello da lui stesso assunto e che questi hanno assimilato per emulazione proprio della figura paterna, spiazza l'interlocutore ponendolo di fronte ad un paradosso inestricabile (Pretende da me quello che Lui non ha saputo/voluto/potuto fare....Parla bene ma razzola male.... O ancora peggio Parla male ma razzola bene...ergo lo checcè Lui ne dica continuerò a comportarmi esattamente come lui si è sempre comportato..... O esattamente al contrario di come Lui si è sempre comportato)

Nei sistemi complessi il feedback è il vero attivatore della retroazione da cui scaturisce l'auto-organizzazione.

5 - Saper negoziare

Se si vuole ottenere un obiettivo ben preciso, bisogna saper negoziare affinché si abbia la sensazione di un vantaggio reciproco.

Esaminiamo la comunicazione tra il sindacalista ed il dirigente d'Azienda:

Se le parti sono su posizioni rigide, entrano in conflitto e l'armonia si spezza;

Se una è troppo morbida, perde terreno

Si tratta dell'abilità di mettere in atto una trattativa, anche se i termini non sono prettamente commerciali.

[Vedi note](#)

Beati i mediatori, perché possiederanno la terra. Bisogna essere sì RAZIONALI e quindi rigorosi, ma spesso è necessario essere RAGIONEVOLI.

Ricordare sempre l'adagio: *“Si prendono più mosche con una goccia di miele che con un barile d'aceto”*.

Spesso si assume atteggiamenti troppo duri, spaventando l'interlocutore, che si chiude a riccio non favorendo così una buona comunicazione.

6 - Comunicazione persuasiva

E' la capacità di chi comunica con un obiettivo ben chiaro in mente di convincere l'altro portandolo sul proprio terreno.

[Vedi note](#)

Bisogna avere la capacità di “*sedurre*” (nel senso latino *secum ducere*) l'interlocutore, annaliarlo con i nostri argomenti che devono essere musica melodiosa per le sue orecchie. Noi stiamo dicendo quello che Lui vuole sentir dire.... (deve vederci come un suo alleato) Quello che Lui avrebbe voluto dire.....(deve pensare di aver trovato il suo portavoce....).

7 - Comunicazione non verbale

Non si comunica solo con le parole, fondamentale è l'atteggiamento.

Alcuni sintomi:

- Il modo di stringere la mano
- Il modo di stare seduti, in modo eretto si va verso l'interlocutore, abbandonati sulla sedia si mostra disinteresse e una certa noia.
- Il modo di guardare l'interlocutore, negli occhi si dimostra fiducia in se stessi, uno sguardo abbassato è sintomo di smarrimento.
- Il modo di vestire, la persona si sente più a proprio agio con un abito adatto alla circostanza

[Vedi note](#)

Non è sintomo di grande personalità presentarsi ad un colloquio di lavoro con vecchi jeans. Dimostra mancanza di rispetto nei confronti degli interlocutori e si rischia di attirare l'attenzione non tanto sul proprio potenziale ma su quel lembo di tessuto in meno.

8 - Public speaking

Davanti ad una platea va bandita l'improvvisazione, non la spontaneità.

Nel preparare una relazione il primo passo è la progettazione:

Chi è il mio pubblico?

Come posso entrare in relazione ?

Poi si individua il messaggio forte, i tre punti fondamentali da comunicare.

Quindi ci deve essere la volontà di parlare, il desiderio di entrare in comunicazione utilizzando un linguaggio che sia capito, metafore, aneddoti per mantenere alto il livello di attenzione.

[Vedi note](#)

Parlare in pubblico non è facile, subentrano una serie di variabili che riguardano la sfera emotiva, che se non controllata può portare a risultati opposti a quelli sperati.

Una buona preparazione aiuta tantissimo, avere chiari gli obiettivi da raggiungere ed i messaggi da trasmettere è fondamentale, le cose maggiormente da curare sono:

- La platea, chi sono gli interlocutori, sono solo ascoltatori o possono anche prendere la parola e fare domande?
- La materia da trattare, la conosciamo bene ? Siamo preparati a rispondere anche a domande a cui potrebbe esserci difficile rispondere? Sappiamo depistare l'attenzione rinviando.... Prendendo tempo...? Ma anche queste qualità sono sintomatiche per l'ascoltatore attento.
- Il messaggio, siamo proprio convinti dei messaggi che diamo, ci crediamo veramente ? Attenzione i dubbi traspaiono in modo lapalissiano, un osservatore attento coglie anche i tic del relatore nei momenti in cui enuncia qualcosa in cui non crede, un rossore, una caduta di tono o di entusiasmo sono tutti piccoli sintomi che possono denotare tante cose ed i nostri interlocutori sono lì attenti ad osservare e se fra i partecipanti c'è qualche nostro detrattore, quando prenderà la

parola punterà diritto alle debolezze o carenze della nostra relazione.

- Conoscere quindi i lati deboli e prepararsi le risposte che non vanno mai improvvisate.

9 - Linguaggio appropriato

Le nostre frasi sono spesso infarcite di *parassitismi verbali*, che non fanno altro che appesantire la comunicazione:

è molto ricorrente il termine “cosa”, le locuzioni “diciamo”, “un attimino”, “espressamente”, “nella misura in cui” ecc.

La nostra lingua poi non ha il dono della sintesi.

Siamo capaci di ripetere un concetto all’infinito, con un linguaggio arcaico spesso burocratico.

Dovremmo imparare dagli inglesi che in tre parole dicono tutto.

E' un Handicap che i giovani si portano dall'università dove hanno bisogno di far sapere al professore quanto hanno studiato.

[Vedi note](#)

La proprietà di linguaggio è spesso assente nell’interlocuzione, ognuno procede a briglia sciolta, non preoccupandosi di quello che capisce l’interlocutore, anzi a volte si è convinti che se non capisce è meglio, oppure gli si imputa la colpa della mancata comprensione. Quante volte abbiamo sentito dire dopo una riunione; “Tanto quello È meglio che non capisca niente....oppure tanto lo so che nonostante tutti i miei sforzi non ha capito niente, non mi ha neanche ascoltato.... Era assente... pensava a tutt’altre cose che a quello che dicevo.... Ma a che cosa è servita questa riunione? Forse solo a perdere del tempo.....

10 - Comunicazione scritta

Gli americani con il loro *Business Writing* sono molto più avanti di noi, ma la rivoluzione dell'*e-mail*, dove la sintesi è fondamentale, sta costringendoci ad un cambiamento.

Pensiamo all'uso assurdo che si sta facendo del fax: è diventato una fotocopiatrice, si manda di tutto, quintali di carta.

Dovremmo adeguare la nostra capacità di comunicazione ai nuovi mezzi.

Abbiamo strumenti rivoluzionari e continuiamo a comunicare come se avessimo ancora penna e calamaio.

Una regola d'oro: si scrive in funzione di un obiettivo.

L'articolo di un quotidiano è diverso dalla relazione di un amministratore delegato o da una dispensa tecnica.

[Vedi note](#)

Lo scrivere costringe alla sintesi mentre il parlare porta alla verbosità ed alla digressione. Mettere per iscritto il messaggio spesso serve anche per evitare equivoci..... ma io avevo capito che..... La mia interpretazione era un'altra.....

Si può sempre invitare l'interlocutore a rileggere più attentamente la nostra relazione.

Se non si scrive però in maniera chiara e lineare si rischia che lo scritto diventi un boomerang..... Coloro che amano il lavoro destrutturato difficilmente mettono per iscritto qualcosa..... Devono sempre lasciarsi la possibilità di cambiare completamente opinione o di sostenere che non avevamo capito bene Che intendevano dire un'altra cosa ... magari Esattamente il contrario di quello che noi abbiamo interpretato.