

## LA COMUNICAZIONE

**E' impossibile "non comunicare"**

Qualsiasi relazione fra persone implica una comunicazione.

Le persone entrano in comunicazione tra loro quando (consapevolmente o meno) danno inizio ad una comunicazione

## LA COMUNICAZIONE

**Ogni comunicazione è composta sempre da (almeno) due aspetti :**

1. Di *contenuto*, ossia le informazioni, i dati.....
2. Di *relazione*, ossia il contesto, che indica come interpretare la comunicazione e dà indicazioni sui significati dei dati

## LA COMUNICAZIONE

**Il significato della comunicazione viene attribuito dal “*ricevente*”**

Non è possibile in alcun modo essere certi della corrispondenza esatta tra i significati che intende comunicare “*l'emittente*” e quelli che ha inteso “*il ricevente*”

## LA COMUNICAZIONE

**La comunicazione è regolata da un processo circolare di “*emissione*” e “*retroazione*” (*feedback*)**

In questo “circuitto riflessivo” l'attribuzione dei ruoli (*emittente e ricevente*) è arbitrario

## LA COMUNICAZIONE

**L'organizzazione dei significati della comunicazione avviene nel tempo mediante la ripetizione di definizioni coincidenti (*ridondanza*)**

Questo provoca una attribuzione preferenziale di significato anche in presenza di pochi elementi (*pregiudizi*)

**Autoefficacia** = la fiducia di un individuo nella propria capacità di attuare un comportamento prestabilito nell'intento di raggiungere un obiettivo in un determinato tempo.

Un livello di autoefficacia molto alto può essere un ostacolo al cambiamento.

**Frattura interiore** = percezione delle contraddizioni esistenti tra la propria attuale condizione ed importanti aspirazioni, valori e mete ideali. Una frattura interiore è dolorosa e "chiede" di essere risolta nel minor tempo possibile.

# Trappole della comunicazione

## **Trappola della *confrontazione della negazione.***

L'operatore insiste per il cambiamento che ritiene opportuno e suscita le resistenze del cliente. Si creano due fronti contrapposti.

*L'ascolto riflessivo può essere un rimedio.*

## **Trappola dell'*etichettatura.***

Bisogna stare attenti a chi si ha davanti.

## **Trappola del *biasimo.***

La modalità interattiva fondata sul biasimo solleva molte resistenze nel cliente. Deve essere chiara e sincera la finalità non giudicante del counselling.

## **Trappola dell'*esperto.***

Questa modalità è fondata sull'idea dell'operatore di possedere tutte le risposte. Se funziona il cliente diventa passivo.

## **Trappola "*a domanda rispondi*"**

L'operatore fa molte domande a cui il cliente risponde con monosillabi. Questa modalità è spesso indotta dall'ansia del primo incontro.

## **Trappola della *focalizzazione prematura.***

L'operatore e il cliente si concentrano su aspetti differenti. E' importante partire dalle preoccupazioni espresse dal cliente ed eventualmente collegarle a ciò che l'operatore vede come problema.

# IL COLLOQUIO MOTIVAZIONALE

Il colloquio motivazionale è uno stile di counselling centrato sul cliente, orientato, per affrontare e risolvere un conflitto di ambivalenza in vista di un cambiamento del comportamento

*(W.R. Miller e S.Rollnick)*

## Le cinque abilità di base

1. *Formulare domande aperte*
2. **PRATICARE L'ASCOLTO RIFLESSIVO**
3. *Riassumere*
4. *Sostenere e confermare*
5. *Evocare affermazioni automotivanti*

## L'ascolto riflessivo

L'ascolto riflessivo è la comunicazione di una ragionevole supposizione sul significato delle parole del cliente, restituita dall'operatore sotto forma di affermazione.

L'ascolto riflessivo ha lo scopo di :

verificare il significato delle parole del cliente

farlo continuare a parlare sull'argomento

chiarire i significati espressi

fare supposizioni sui significati inespressi

sottolineare ed amplificare aspetti particolari

de-enfatizzare e minimizzare aspetti particolari.

L'ascolto riflessivo ha la capacità di restituire l'attenzione dell'operatore, di generare un feedback

controllato, di comunicare accettazione e comprensione.

Le principali modalità dell'ascolto riflessivo sono :

**ripetizione semplice** : focalizza l'attenzione sul significato di quelle parole. E' utile nelle fasi iniziali del colloquio.

**Parafrasi** : riproporre la frase del cliente utilizzando sinonimi e parole con significato affine.

**Riformulazione** : restituzione delle affermazioni del cliente arricchite, in modo mirato, da alcune considerazioni dell'operatore. Serve a favorire la ristrutturazione di percezioni del cliente.

**Riflessione del sentimento** : comunicare una ipotesi sullo stato d'animo, sulle emozioni da cui nascono le affermazioni del cliente.

## La comunicazione

- 1) In una persona in stadio di "contemplazione" o "riflessione" prevale un atteggiamento di
  - a) negazione del problema
  - b) ambivalenza verso il problema
  - c) determinazione a risolvere il problema
  
- 2) Vero o falso
  - a) è impossibile "non comunicare"      V    F
  - b) il significato della comunicazione      V    F  
viene attribuito dall'emittente
  - c) la comunicazione è regolata da un      V    F  
processo circolare detto feedback
  
- 3) Quali tra le seguenti fanno parte delle abilità di base per il colloquio motivazionale
  - a) praticare l'ascolto riflessivo
  - b) dare consigli
  - c) interrogare
  - d) formulare domande aperte
  - e) riassumere
  - f) cercare di persuadere
  - g) sostenere e confermare
  - h) evocare affermazioni automotivanti

Risposte corrette

Domanda 1     b

Domanda 2     V F V

Domanda 3     a, d, e, g, h.

Ricordo che mi serve una lavagna luminosa e, possibilmente, una lavagna a fogli mobili.

Il mio intervento prevede anche un momento di lavoro per sottogruppi.

# I 7 principi della comunicazione efficace

## 1. PRINCIPIO DI PERTINENZA

Il messaggio deve essere adeguato all'ascoltatore  
Il messaggio deve essere adattato all'ascoltatore

## 2. PRINCIPIO DI SEMPLICITA'

Il messaggio per essere chiaro deve essere semplice

## 3. PRINCIPIO DI DEFINIZIONE

Termini complessi devono essere spiegati

## 4. PRINCIPIO DI STRUTTURAZIONE

Il messaggio deve procedere per gradi sviluppando un'idea/concetto/ipotesi per volta

## 5. PRINCIPIO DI RIPETIZIONE

Puntualizzazioni ripetute di concetti chiave sono utili alla comprensione del messaggio

## 6. PRINCIPI DI COMPARAZIONE

Il messaggio è più comprensibile se semplificato, concretizzato comparato. Le associazioni di idee favoriscono la comprensione

## 7. PRINCIPIO DI FOCALIZZAZIONE

Nel comunicare occorre centrare l'attenzione sugli aspetti essenziali.