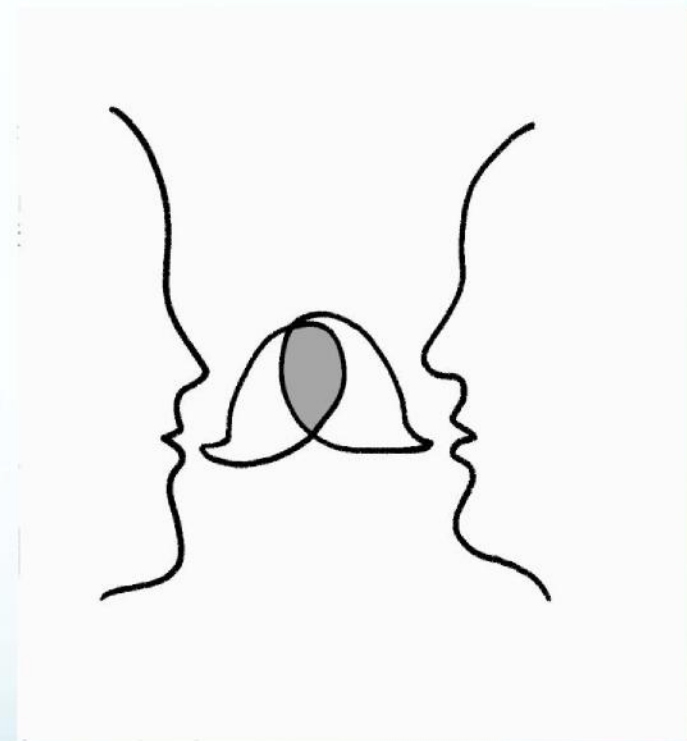


Il processo di comunicazione

- **COMUNICARE:** communis = comune, mettere qualcosa in comune, condividere
- La comunicazione interpersonale si svolge a 2 livelli:
- **CONTENUTO:** indica ciò che si intende comunicare (Canali Verbali)
- **RELAZIONE:** **come** si vuole impostare la comunicazione (Canali Non Verbali)



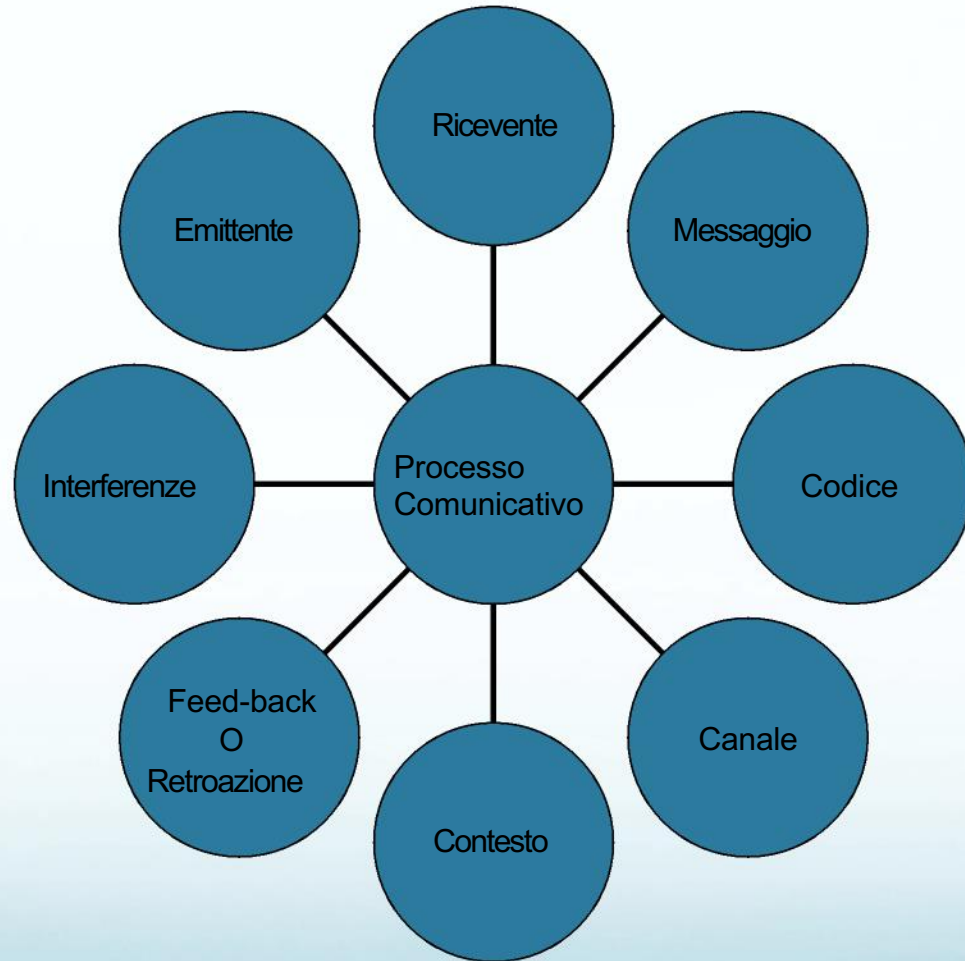
La comunicazione come
processo, mezzo, strumento

attraverso la quale



Si realizza il rapporto sociale,
le relazioni tra gli esseri umani

Le componenti fondamentali del processo comunicativo





Componenti fondamentali del processo comunicativo

- **Emittente:** la persona che in funzione di uno scopo invia un messaggio
- **Ricevente:** persona alla quale è inviato il messaggio
- **Messaggio:** un fatto, una idea , un sentimento da comunicare, costituisce il contenuto della comunicazione
- **Codice:** significa trasferire il messaggio in un codice scelto (parole, gesti, espressioni). Il codice ha una serie di regole e simboli definiti che deve necessariamente essere condiviso dal trasmittente e dal ricevente perché il messaggio possa essere compreso.

Esempi: lingua scritta o parlata , segni (carattere braille), immagini (bandiere ecc..)

Codice/feedback

- Un aspetto altrettanto importante, e quindi da non sottovalutare parlando di codici della comunicazione: non tutto quello che viene comunicato dall'emittente arriva al ricevente.

- Il soggetto vuole dire 100
- In realtà dice 80
- Il ricevente sente 50 (rumori o altri disturbi dell'ambiente)
- Capisce 30
- Ricorda 20

“ Quello che comunichiamo è ciò che l'altro ha capito e non quello che pensiamo di aver comunicato”

(Watzlawick, Beavin, Jackson).

Alcune ricerche hanno dimostrato che la maggior parte degli individui si ricordano del:

- *10% di ciò che essi hanno letto*
- *20% di ciò che essi hanno ascoltato*
- *30% di ciò che essi hanno visto (film, fotografie..)*
- *50% di ciò che essi hanno visto ed ascoltato*
- *80% di ciò che essi hanno detto*
- *90% di ciò che essi hanno spiegato e dimostrato praticamente*

Continua.....

- **Canale:** mezzo fisico, strumento attraverso cui passa il messaggio (radio, telefono, e-mail, suono ecc..)
- **Contesto:** spazio fisico e sociale all'interno del quale avviene la comunicazione (è un contorno essenziale nel determinare il significato di una relazione)
- **Interferenze:** rumore o disturbo: questi disturbi possono essere di origine ambientale (ambiente rumoroso, brusio) o psicologici .

Il feedback come strumento di verifica

Feedback o retroazione : il ricevente , ricevuto e decodificato il messaggio trasmette una risposta

Il feedback può informare l'emittente che:

- Il destinatario non prende in considerazione il messaggio
- Il destinatario prende in considerazione il messaggio
 - lo comprende totalmente
 - lo comprende in parte
 - non lo comprende affatto

Esempio

- Immaginate di essere l'assistito e l'infermiere vi dica "verrà subito qualcuno del lab. e le farà un prelievo per gas, elettroliti ed enzimi; quindi scenderà per una risonanza ed ECG, nel frattempo rileveremo i suoi PV, inoltre assume FANS?"
- Capireste cosa l'infermiere intende dire?
- Quali termini dovrebbero essere chiariti?

Canali della comunicazione

Verbale (ciò
che viene detto)

parole, concetti,
lessico, sintassi

Paraverbale
(come viene
detto)

tono, ritmo,
accenti, volume,
pause ...

Non verbale
(altri segnali)

gesti, mimica,
postura, distanza,
posizione ...

Paraverbale

- Tono di voce, velocità e ritmo dell'eloquio (numero di parole nell'unità di tempo), sottolineature, esitazioni (non volute), pause (volute), volume del parlato (quanto tempo si parla prima di lasciare la parola all'interlocutore), silenzio ecc.
- Sono comprese anche le esclamazioni tipo uhm, oh, ah, eh , ma anche colpi di tosse, borbottii, sbuffare, risatine .

Non verbale

- Le parole sono sempre accompagnate da una gestualità, da posture particolari, da un uso modulato della voce e quant'altro.
- La comunicazione, (Birdwhistell 1971) avviene in massima parte (65%) attraverso il canale visivo dei gesti. Che una gran parte della comunicazione possa essere, e sia effettivamente, veicolata attraverso i codici non verbali è confermato dalla alta comprensibilità, per esempio, dei film muti.
- Il linguaggio non verbale è normalmente molto più efficace di quello verbale per esprimere emozioni complesse o stati d'animo irrisolti o conflittuali; talvolta il linguaggio del corpo rivela, a chi lo sa leggere, ciò che il parlante tenta di celare tra le sue parole.

GLI ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

Gli studiosi della famosa scuola di Palo Alto (California) hanno cercato di studiare le comunicazioni umane in modo pratico , non intendendo la comunicazione come la semplice trasmissione di qualcosa da parte di una persona ad un'altra ma come un processo di scambio di informazioni e di influenzamento reciproco che pone in collegamento tra loro le persone .

□ In ogni processo comunicativo esistono regole fondamentali, definiti “assiomi”.



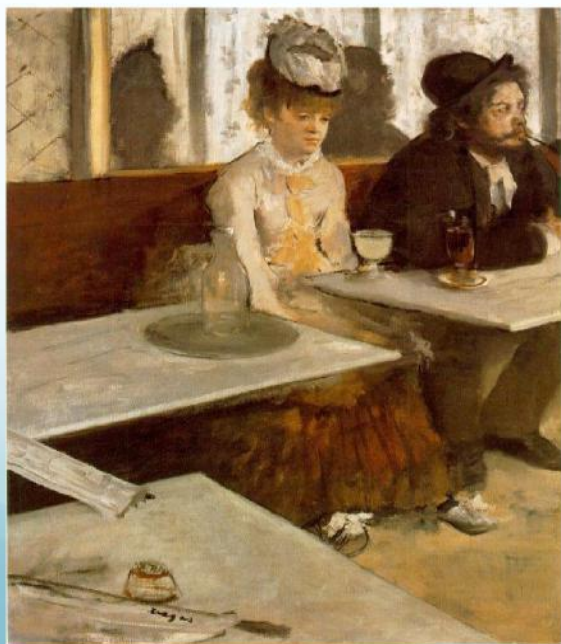
P. Watzlawick, J.H. Beavin, D.D. Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana, Studio dei modelli interattivi delle patologie e dei paradossi*, Roma, Astrolabio, 1971



1° assioma

“Non si può non comunicare”.

Il comportamento non ha un suo opposto;
non esiste un “non comportamento”.



E. Degas, *L'absinthe*, 1876

Anche il silenzio comunica



2° assioma

“Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione”.

- Il primo aspetto trasmette i dati (è il “cosa” comunicato); il secondo è il modo in cui viene veicolato il contenuto (è il “come” comunicato) e cioè il modo in cui si deve assumere tale comunicazione. Il contenuto del messaggio è lo stesso.



3° assioma

“La natura di una relazione dipende anche dalla punteggiatura”.

- Una serie di comunicazioni può considerarsi come una sequenza ininterrotta di scambi di messaggi fra i partecipanti. Alla radice di innumerevoli conflitti vi sono “**punteggiature**” diverse che attribuiscono significati diversi alle stesse sequenze di eventi. Non esiste una punteggiatura giusta o sbagliata, ma relativa e connessa ai punti di vista degli interlocutori.
- Esempi: *Cerchiamo di immaginare un uomo che si chiude in se stesso davanti alla moglie che brontola. Il primo potrebbe pensare che si chiude perché la moglie brontola, e la seconda potrebbe convincersi che lei brontola perché lui si chiude.*
- *Il figlio: “È inutile che parlo con la mamma perché tanto urla sempre e non mi lascia esprimere i miei pensieri e le mie motivazioni, quindi sto in silenzio, non faccio niente, non dico niente e ho risolto”. La mamma: “È così silenzioso e passivo che mi fa arrabbiare, non mi racconta mai nulla, non si sforza di avere idee sue e, spesso, devo gridare per fargli fare le cose!”*

4° assioma

Gli esseri umani comunicano sia con il modulo numerico che quello analogico

- Modulo numerico: utilizza mezzi strutturati, segni e suoni a cui è stato dato un significato convenzionale (es: segnali stradali)
- La **comunicazione analogica** è essenzialmente ogni tipo di **comunicazione non verbale** (espressioni viso, utilizzo spazio, inflessioni voce)



5° assioma

“Le relazioni possono essere simmetriche o complementari”.

- In generale: uno scambio simmetrico avviene fra interlocutori che si considerano sullo stesso piano, svolgendo funzioni comunicative e ruoli sociali analoghi; uno tende a rispecchiare il comportamento dell'altro. Uno scambio complementare fa incontrare persone che si relazionano ma non sono sullo stesso piano del potere, non hanno lo stesso ruolo comunicativo, la stessa autorità sociale, gli stessi interessi; il comportamento di uno completa quello dell'altro.



Utilizzo del linguaggio

Chi usa il pensiero critico evita di dare descrizioni generiche , vaghe e non specifiche come ad esempio :

- Il signor Luigi ha passato una *buona* notte
- Susanna assume liquidi e *li tollera bene*
- La signora Ferri ha camminato *senza difficoltà*

- Più correttamente : *Il signor Luigi ha dormito dalle 10 alle 6 di mattina e dice di sentirsi riposato*

Distinguere i fatti dalle interpretazioni

- Fatti: affermazioni verificabili attraverso l'osservazione e l'indagine e di cui è possibile verificarne l'attendibilità
- Inferenze: conclusioni basate su informazioni relative ai fatti ma vanno al di là di esse per fare affermazioni riguardo a qualcosa che non è ancora noto.
- Giudizi: valutazioni delle informazioni che riflettono valori o altri criteri di valutazioni
- Opinioni: convinzioni o giudizi che possono rispecchiare i fatti o essere infondate

Esprimere fatti e non ipotesi

- Le impressioni non sono la stessa cosa dei fatti e degli eventi che hanno avuto luogo in realtà. Le ipotesi basate sull'osservazione spesso somigliano ai fatti, abituarsi a descrivere esplicitamente quello che volete dire vi darà maggiore credibilità e renderà più facile per l'interlocutore ascoltare
- Il fatto che una persona abbia un certo comportamento non significa che tutti faranno la stessa cosa nelle stesse circostanze.
- Per accrescere la credibilità e ridurre la soggettività e le generalizzazioni conviene presentare le cose con una serie di domande :
- Quanto? Quanto spesso? Quando? Dove? Rispetto a che cosa?
- In sintesi: **descrivere un comportamento piuttosto che etichettarlo**

Esempio

La signora Alberti si presenta in ospedale, dove un infermiera la pesa. La bilancia indica 110 Kg.

- 1. Fatto: la signora Alberti pesa 110 Kg
- 2. Inferenza: la signora Alberti assume più calorie del necessario
- 3. Giudizio: la signora Alberti è golosa o ha scarso autocontrollo
- 4. Opinione: se una persona vuole veramente perdere peso, ci riesce

Lo spazio circostante alla persona non è vuoto. E' diviso in zone o sfere concentriche in cui egli decide i criteri di penetrabilità

P
R
O
S
S
E
M
I
C
A

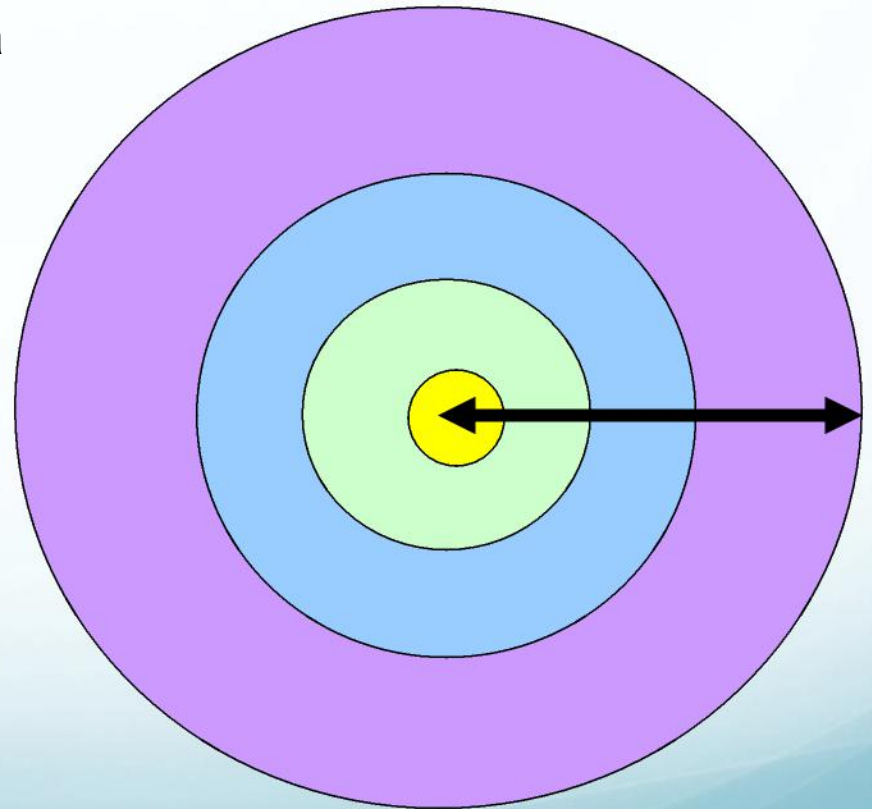
Lo studio dell'uso che
l'uomo fa dello spazio
sociale e personale e della
percezione che ha

Intima 20-50 cm

Personale 50-120 cm

Sociale 120-240 cm

Pubblica 240 cm-8 m



Zona Intima 20 - 50 cm

- Qui si permette l'accesso alle persone amate, ai familiari e agli amici più vicini.
- La comunicazione in questa zona è basata prevalentemente sul contatto fisico, l'osservazione dei dettagli somatici, sulla percezione degli odori e dei suoni.
- E' la zona più difesa da ogni individuo.

Zona Personale 50 - 120 cm

- E' la zona della stretta di mano con conoscenti, amici, colleghi.
- La comunicazione si realizza soprattutto per mezzo del tono della voce, ma conservano ancora importanza i segnali somatici.
- Non si avvertono più in maniera intensa gli odori altrui.
- Prelude alla zona sociale.

Zona Sociale 120 - 240 cm

- Zona della neutralità affettiva ed emozionale in cui permettiamo l'accesso a persone che hanno con noi relazioni occasionali e di lavoro.
- La comunicazione si realizza senza contatto fisico e assume importanza l'utilizzo della voce e della sguardo.
- E' facile perdere il contatto con gli altri e/o escluderli.

Zona Pubblica 240 cm - 8 m

E' la zona in cui si perde il contatto diretto e in cui si sviluppano le relazioni con piccoli gruppi

- La comunicazione si realizza prevalentemente mediante l'uso della voce, lo sguardo e la gestualità
- E' la zona in cui è necessario tenere un buon livello di coscienza di se stessi e una buona capacità di metacomunicare per rendere più efficace la comunicazione

Concludendo Comunicare in modo assertivo

- La comunicazione assertiva è la capacità di comunicare i propri sentimenti in maniera chiara e diretta ma non minacciosa ed aggressiva
- **La comunicazione assertiva facilita l'espressione** dei bisogni umani, alla base dei quali si instaurano relazioni per un *nursing umanistico*

Esempio

Utente: infermiera questa minestra ha un sapore orribile ed è fredda, non la voglio.

Infermiere 1: “Bene me la ridia”(comunicazione passiva)

Infermiere 2: non è certo colpa mia. Deve parlare con la dietista. Io non posso farci nulla.(comunicazione aggressiva)

Infermiere 3 : Mi rincresce. Si può farla scaldare o sostituire con qualcos'altro. Cosa preferisce?
(comunicazione assertiva)

Il giusto equilibrio

- Una buona relazione nelle professioni di cura è dato da un equilibrio tra:
- Come fare: capacità' di ascolto e utilizzo delle tecniche comunicative
- Come stare con l'altro: capacità' di entrare in empatia con l'assistito senza perdere la propria prospettiva
- Capacità' di oscillare tra il qui ed ora nello scambio relazionale ed attivare processi mentali per intervenire in modo funzionale nella situazione .

La “giusta distanza”

- Eccessivo distacco
- **Empatia** :coinvolto nelle emozioni dell'altro
- Eccessivo coinvolgimento: travolto dalle emozioni **dell'altro**



I porcospini di Shopenhauer

In una fredda giornata di inverno un gruppo di porcospini si rifugia in una grotta e per proteggersi dal freddo si stringono vicini. Ben presto però sentono le spine reciproche ed il dolore li costringe ad allontanarsi l'uno dall'altro. Quando poi il bisogno di riscaldarsi li porta di nuovo ad avvicinarsi si pungono di nuovo. Ripetono più volte questi tentativi, sbalottati avanti e indietro tra due mali, finchè non trovano quella moderata distanza reciproca che rappresenta la migliore posizione, quella giusta distanza che consente loro di scaldarsi e nello stesso tempo di non farsi male reciprocamente.

