



**MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI**

Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione



REGIONE DEL VENETO

COMUNICAZIONE



www.viversicura.it

 Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza
Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



- **“COMUNICARE”**

✓ *cum + munus* = dono scambiato

✓ *cum + mœnia* = fraternità entro le stesse mura

comunicazione



passaggio e
trasmissione di
informazione

relazione

www.viversicura.it

Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza
Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA
CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



- ...verso una definizione...

- La comunicazione può essere definita una trasmissione di informazioni, conoscenze, pensieri tra due o più soggetti.
- La comunicazione - pur avendo una base volontaria - contiene elementi non sempre coscienti e controllati.
- La comunicazione si serve sempre di un sistema di traduzione (linguaggio) e di un mezzo attraverso il quale il messaggio possa raggiungere il destinatario.



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



- COMUNICAZIONE \neq COMPORTAMENTO

- Comportamento = qualsiasi azione percepibile compiuta da un individuo sia consapevole che inconsapevole o riflessa.
- La comunicazione è un comportamento ma non tutti i comportamenti sono comunicazione.
- Esistono comportamenti senza intenzionalità comunicativa.

- COMUNICAZIONE \neq INTERAZIONE

- Interazione = qualsiasi forma di contatto, volontaria o involontaria, diretta o mediata, tra due o più individui.
- La comunicazione è sempre una forma di interazione ma esistono interazioni senza intenti comunicativi (ad es. interazioni casuali).



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



- COMUNICAZIONE ≠ INFORMAZIONE
- Informazione = flusso di dati, conoscenze e messaggi espressi generalmente attraverso un linguaggio decodificabile.
- La comunicazione non solo comporta un atto informativo ma presuppone l'intenzione dell'individuo di veder riconosciuto il proprio atto comunicativo.



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



LIVELLI DI ANALISI

LIVELLO
INTERPERSONALE

azione e relazione

LIVELLO SOCIALE

matrice culturale



LIVELLO INDIVIDUALE

attività cognitiva

processi di codifica e
decodifica

intenzionalità

emozioni

www.viversicura.it

 Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza

Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



- COMUNICAZIONE \neq COMPORTAMENTO

- Comportamento = qualsiasi azione percepibile compiuta da un individuo sia consapevole che inconsapevole o riflessa.
- La comunicazione è un comportamento ma non tutti i comportamenti sono comunicazione.
- Esistono comportamenti senza intenzionalità comunicativa.

- COMUNICAZIONE \neq INTERAZIONE

- Interazione = qualsiasi forma di contatto, volontaria o involontaria, diretta o mediata, tra due o più individui.
- La comunicazione è sempre una forma di interazione ma esistono interazioni senza intenti comunicativi (ad es. interazioni casuali).




VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



I MODELLI

www.viversicura.it

 Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza
Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



APPARATO STRUTTURALE DELLA COMUNICAZIONE

FONTE: sede del messaggio da indirizzare

DESTINATARIO: partner del processo di comunicazione; individuo/i a cui il messaggio é indirizzato

LINGUAGGIO: intermediazione attraverso un sistema di segni condiviso

CANALE: supporto per la comunicazione

RUMORE: elemento ambientale che puó disturbare la trasmissione del segnale

ASPETTI DINAMICI

CODIFICA: traduzione del messaggio da parte della fonte

DECODIFICA: 'scoperta' del messaggio da parte del destinatario

FEED-BACK: retroazione o informazione di ritorno

www.viversicura.it

Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza

Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

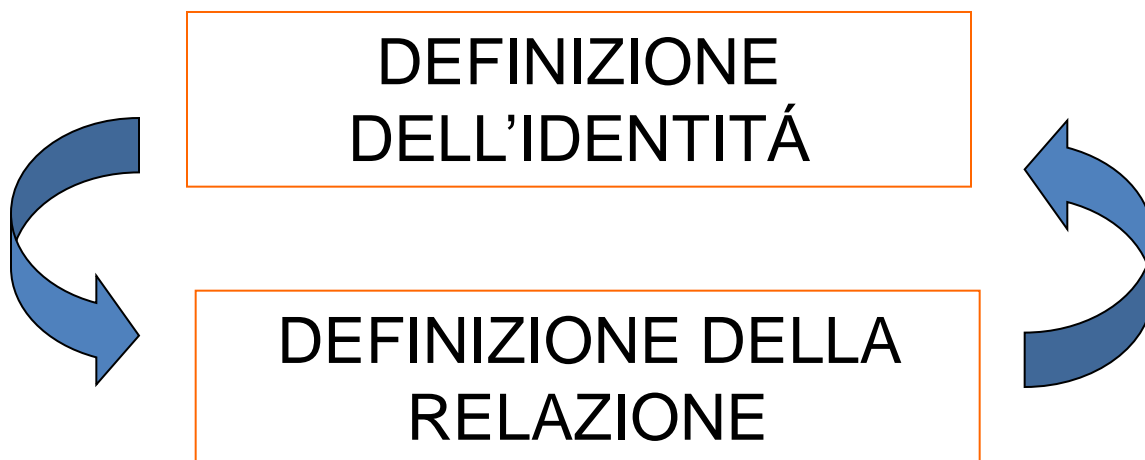
CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO

(Bateson, 1972; Watzlawick et al., 1967)

Comunicazione come veicolo delle
manifestazioni osservabili nella relazione



www.viversicura.it

Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza
Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

1. È IMPOSSIBILE NON COMUNICARE
2. DIVERSI LIVELLI DI COMUNICAZIONE
3. IMPORTANZA METACOMUNICAZIONE
4. IMPORTANZA PUNTEGGIATURA
5. COMUNICAZIONE NUMERICA E ANALOGICA

...

(Watzlawick et al., 1967)

www.viversicura.it

Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza

Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

1. É IMPOSSIBILE NON COMUNICARE

il comportamento non ha il suo opposto → non esiste qualcosa che sia *non comportamento* e non é possibile avere un *non comportamento*

qualsiasi interazione (attività, in attività, parole, silenzio...) ha valore di messaggio

qualsiasi interazione influenza gli altri e questi rispondono

la comunicazione ha luogo non solo quando é conscia, intenzionale e/o efficace



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

2. LA COMUNICAZIONE IMPLICA ALMENO 2 LIVELLI

→ livello di contenuto

es. comportamento aggressivo scimmie

→ livello di relazione

es. “questo é un gioco”



VIVERSICURA
CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

3. METACOMUNICAZIONE

È possibile non solo comunicare ma anche metacomunicare

Metacomunicazione = comunicazione sulla comunicazione

Conditio sine qua non per una comunicazione efficace e una corretta definizione di sé e della relazione

X: “come sei brutto oggi”

Y: “stai scherzando?”



VIVERSICURA
CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

4. PUNTEGGIATURA

La comunicazione é una serie ininterrotta di scambi

Ogni elemento della sequenza di scambi é contemporaneamente stimolo, risposta e rinforzo

Es. scambio comunicativo tra A e B



VIVERSICURA
CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA



IL MODELLO PSICOLOGICO:

ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

5. COMUNICAZIONE NUMERICA E ANALOGICA

comunicazione numerica = comunicazione verbale

relazione arbitraria tra *parola e cosa rappresentata*

comunicazione evoluta

sintassi logica complessa

semantica poco adeguata al livello della relazione

comunicazione analogica = comunicazione non verbale

riferimento diretto alla *cosa rappresentata*

comunicazione arcaica

semantica adeguata al livello della relazione



IL MODELLO PSICOLOGICO:

INTERAZIONE



Naven – Bateson (1935)

Osservazione dei riti della tribú di Iatmul in Nuova Guinea

la relazione tra individui é soggetta a cambiamento nel corso delle interazioni comunicative

Processo di SCISMOGENESI

Scismogenesi = processo di differenziazione delle norme di comportamento individuale derivante dall'interazione cumulativa tra individui



IL MODELLO PSICOLOGICO:

LA COMUNICAZIONE PARADOSSALE



TEORIA DEL DOPPIO LEGAME

- ❖ due o piú persone sono coinvolte in una relazione intensa che ha un alto valore per la sopravvivenza fisica/psicologica
- ❖ in questo contesto viene dato un messaggio che..
 - ✓ asserisce qualcosa
 - ✓ asserisce qualcosa sulla propria asserzione
 - ✓ le due asserzioni si escludono a vicenda(l'ingiunzione deve essere disobbedita per essere obbedita)
- ❖ chi riceve il messaggio non puó abbandonare il campo né metacomunicare



IL MODELLO PSICOLOGICO:

LA COMUNICAZIONE PARADOSSALE



PARADOSSO

Epimenide di Creta disse: “tutti i cretesi sono bugiardi”

Epimenide di Creta

tutti i cretesi sono bugiardi



IL MODELLO PSICOLOGICO:



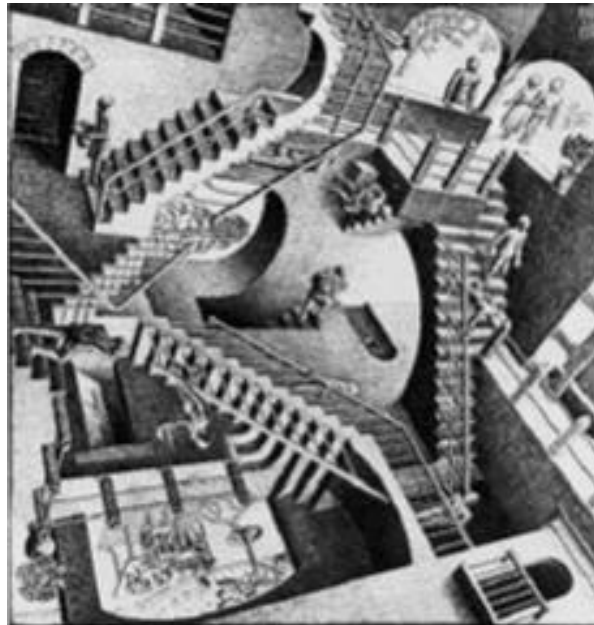
LA COMUNICAZIONE PARADOSSALE

VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA

CIRCUITO RIFLESSIVO:

Nello stesso sistema, due messaggi sono contemporaneamente livello superiore e livello inferiore



www.viversicura.it

Powered by Edulife

Campagna straordinaria di formazione per la diffusione
della cultura della salute e della sicurezza
Art. 11, comma 7 – D.Lgs. 81/08 DGR n. 277 del 09/02/2010



distinzione dicotomica tra linguistico ed extra-linguistico

la comunicazione come somma delle due componenti

messaggio = verbale + non-verbale
componente non verbale come *ancella* della componente verbale

il linguaggio non verbale serve a “colorire”

componente non verbale come *generatrice* di significato

contributo essenziale alla comunicazione

puó determinare il significato della componente verbale



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA

Forme di contatto



- **in Italia - Contatto frontale**
- **la sfera dell'intimità è data dalla distanza di un braccio teso**
- **culture della costa europea del Mediterraneo: idem, chi si avvicina troppo invade il campo dell'altro, mettendolo a disagio e dandogli la sensazione di essere aggredito**
nel Mediterraneo arabo: la distanza si riduce, chi parla tocca spesso l'interlocutore sul petto o sul braccio
culture europee non mediterranee e americane: i due interlocutori restano a distanza di un doppio braccio
in Giappone, a Mosca: lo spazio personale è molto ridotto e quindi il contatto è obbligato e non si dice mai "permesso?" o "scusi!"
- **Contatto laterale**
- **Soprattutto al Nord, è escluso l'eccesso di contatto fra uomini, visto come esibizione di omosessualità o ubriachezza**
- **molte culture mediterranee: anche i maschi si prendono a braccetto tra di loro**
nei paesi arabi: i maschi si prendono anche per mano
nel resto d'Europa: come in Italia
zone rurali dell'Oriente sopravvive l'abitudine di prendersi per mano tra persone dello stesso sesso
in Giappone: prendersi a braccetto, camminare molto vicini, a contatto di spalla, hanno una connotazione sessuale
in Turchia e in altre zone di cerniera tra Europa ed Asia: mettere la mano sulla spalla di uno straniero significa "Caro ospite, lascia che ti guidi"
- **Bacio**
- **Due baci sulle guance tra donne o tra donna e uomo sono sempre ammessi, tra uomini solo in casi eccezionali (ad es.: condoglianze)**
- **in Giappone: un bacio in pubblico, anche tra padre e figlio, è escluso categoricamente**
in Turchia ed in altre culture medio-orientali: il bacio è d'obbligo anche tra giovani maschi
- **Spazio personale nel luogo di lavoro**
- **Il luogo chiuso indica maggior prestigio ma anche maggior rispetto degli altri; il visitatore deve bussare ma spesso non attende la risposta "avanti"**
- **i giapponesi: preferiscono, anche ad alti livelli gerarchici, gli spazi aperti in cui esibire il proprio ruolo**
i nordici: interpretano lo spazio aperto come una mancanza di rispetto, "Me ne frego di disturbarti"
in Germania o negli Stati Uniti: il visitatore comunica rispetto per il territorio altrui tenendo la mano appoggiata allo stipite, ma i tedeschi di solito tengono le porte chiuse, mentre gli statunitensi aperte

- **METTERSI NEI PANNI DELL'ALTRO** immedesimarsi nell'altro, assumere il suo punto di vista, il suo modo di leggere la realtà, assumere il ruolo dell'altro

ASCOLTO



- E' necessario sviluppare alcune competenze relative a:
- **Saper ascoltare**
- **Saper conquistare l'attenzione**
- **Saper dialogare**
- per rendere funzionale ed efficiente la comunicazione in un gruppo.

ASCOLTO



- **Ricezione del messaggio:** sintonizzarsi sull'interlocutore e distogliere l'attenzione dalle nostre idee. Accogliere e registrare tutto senza critiche e pregiudizi.
- **Elaborazione del messaggio:** cerchiamo di comprendere il punto di vista dell'altro, mettiamo "a fuoco" la sua richiesta, dal suo modo di presentarsi ci possiamo chiedere come "vuole apparire" nel gruppo, sentiamo le sue emozioni e quello che ci trasmettono (convinzione o sfiducia? Ottimismo o negatività?)
- **Risposta al messaggio:** evitando risposte di tipo aggressivo o intimidatorio, è possibile anche fare domande per avere chiarimenti, sintetizzare per essere certi di aver capito...)

STILE PASSIVO

1. lasciare che vengano violati i propri diritti e che gli altri ne traggano vantaggio
2. non raggiungere i propri obiettivi
3. lasciare che gli altri scelgano per se stessi

STILE AGGRESSIVO

1. violare i diritti altrui per trarne vantaggio
2. raggiungere i propri obiettivi a spese degli altri
3. stare sulla difensiva e attaccare l'altro
4. intromettersi nelle scelte altrui

STILE ASSERTIVO

1. proteggere i propri diritti rispettando i diritti altrui
2. raggiungere i propri obiettivi senza offendere gli altri
3. Avere un senso di autostima equilibrato
4. essere socialmente ed emotivamente espressivi
5. decidere per se stessi

STILI COMUNICATIVI



VIVERSICURA

CAMPAGNA STRAORDINARIA DI FORMAZIONE IN SICUREZZA

ESSERE ASSERTIVO:

1. essere sincero con sé e con gli altri
2. essere capace di dire apertamente ciò che si vuole, si prova, o di cosa si ha bisogno, ma non a scapito degli altri
3. essere sicuro di sé ed essere positivo, capire i punti di vista degli altri
4. comportarsi in modo razionale ed adulto
5. reagire modo appropriato alla cultura, alla situazione e alle altre persone
6. essere soddisfatto del modo in cui si è gestita una situazione anche quando non si è riuscito a influenzare il risultato
7. avere rispetto per se stessi e per gli altri

- E' lo stile della comunicazione EFFICACE
- E' la tendenza di comportamento a comunicare in modo chiaro e diretto, la volontà di affermare i propri diritti e le proprie posizioni rispettando e tenendo conto dei diritti altrui
- E' basata su una filosofia di responsabilità personale e consapevolezza dei diritti delle altre persone