

## LA COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE: COS'È, COM'È E QUALI IMPLICAZIONI?

### (I Parte)

Per comunicare bene bisogna sapere a chi si comunica, l'obiettivo principale della comunicazione e cosa si comunica e a chi si comunica? Una volta stabilito quale è il target della nostra comunicazione è importante effettuare un'attenta definizione della finalità, ossia degli obiettivi da raggiungere, che variano in base alle diverse circostanze.

Comunicare significa trasmettere delle informazioni e riceverle; far conoscere e conoscere; mettere in comune con gli altri ciò che è nostro. Influenzare, agire sugli altri ed esserne influenzati. La comunicazione avviene attraverso i nostri comportamenti quando interagiamo con le altre persone, quindi qualsiasi comportamento è comunicazione.

Inoltre, la comunicazione non ristretta al solo linguaggio, si manifesta o si realizza sia con i gesti, sia con le espressioni del viso, sia con gli atteggiamenti del corpo (la postura) e sia con qualunque altro strumento che sia in grado di trasferire messaggi o immagini.

La comunicazione è alla base di qualsiasi rapporto, è impossibile non comunicare, anche in silenzio si comunica qualcosa: il consenso, la volontà di non comunicare, ecc.

La comunicazione può essere considerata da tre punti di vista:

- 1) il contesto in cui avviene la comunicazione (spazio e tempo in cui avviene, sistema sociale di riferimento);
- 2) Il contenuto (argomento di discussione, ciò su cui verte la comunicazione)
- 3) La relazione (rapporto che si definisce tra interlocutori)

Andando per gradi, valutando i tre elementi della comunicazione, un primo obiettivo all'interno ad esempio di un'azienda, per un dipendente, dopo aver definito il proprio ruolo e la propria formazione con tutto il team con cui collabora, deve definire il **contesto** (fisico e sociale) dove si trova, al fine di:

- chiarire l'ambiente, nonché i comportamenti delle persone inserite in esso;
- accostarsi al linguaggio aziendale, specifico di quel contesto;
- definire la natura delle relazioni tra le parti interagenti all'interno di questo sistema.

Ogni comunicazione per acquisire un senso deve calarsi in un **Contesto**: con questo termine si indicano i termini di riferimento che danno significato ad uno scambio di comunicazione. La storia di ogni percorso trova la propria cornice di riferimento nel contesto nel quale si attua poiché è il contesto che struttura ed organizza l'esperienza stessa.

Gli studi di Bateson ci hanno fornito un approccio alla psicologia asserendo che questa è “lo studio delle relazioni degli individui alle relazioni di altri individui” aggiungendo che “occorre considerare non soltanto le reazioni di A al comportamento di B ma anche come queste reazioni influenzano il comportamento successivo di B e l’effetto che tal comportamento ha su A”.

Ciascun adulto chiamato a svolgere un ruolo deve sapere agire in modo corretto, tenendo sempre conto che ciò che osserva e ciò su cui interviene, è in qualche misura il “prodotto” delle relazioni tra gli individui ed in generale tra tutti i sistemi coinvolti. La comunicazione è circolare e quindi ad un comportamento di A corrisponde sempre un comportamento di B in risposta al comportamento percepito e di seguito A attiverà un’ulteriore risposta a B e così via; nelle relazioni questa circolarità non ha un inizio ma semplicemente dei punti di vista. A seconda del punto di vista di A o di B la relazione che si stabilisce tra loro ha un’origine.

Un’azienda capace di dialogare, rappresenta un punto di riferimento indispensabile in grado di facilitare e stimolare il dipendente nel suo processo di crescita, al contrario, un conflitto tra sistemi a livello gerarchico può generare soltanto confusione e difficoltà. Far conoscere ai dipendenti realmente la politica aziendale, significa predisporre le migliori condizioni per avviare un vero gioco di squadra tra i diversi ruoli nell’interesse della crescita aziendale.

Per ottenere quanto detto bisogna, quindi, facilitare il rapporto tra chi trasmette informazioni e chi le riceve, come ad esempio dipendente/dirigente, dirigente/presidente e diventa perciò indispensabile essere consapevoli che la comunicazione influenza il comportamento di chi comunica, favorendo così l’organizzazione delle azioni successive, delle quali la produzione aziendale dovrebbe beneficiare.

Il messaggio di contenuto è l’informazione che si invia a coloro che comunicano attraverso, generalmente, il canale verbale; mentre, **il messaggio di relazione** indica come i partecipanti si percepiscono, cosa sono l’uno per l’altro, come si “vivono” mentre parlano tra loro, si esprime attraverso il canale non verbale (espressioni del viso, postura, etc) e para verbale (ritmo, punteggiatura, tono della voce etc). La compresenza fisica degli interlocutori fa sì che anche fattori legati alla comunicazione non verbale entrino in gioco. Ed ecco quindi il terzo elemento della comunicazione: **la qualità della relazione**.

Il messaggio di relazione esiste in ogni comunicazione e incide sul contenuto, determinandone il modo di comprensione e il modo di ascolto dell’altro. Poiché è veicolato dalla comunicazione non verbale e para verbale esso è più veloce del contenuto, arriva prima e influisce sulla interpretazione di quest’ultimo.

La necessità di avere relazioni porta alla necessità individuale di avere appagamento ad una nutrita serie di bisogni. I modi e i mezzi con i quali l’uomo tende ad avvicinarsi al suo simile, ad avere un

contatto con lui, caratterizzano quella che viene definita la comunicazione. Non può esistere vita senza comunicazione.

Perché la comunicazione passi occorre che il ricevente sia motivato a capire e abbia gli strumenti necessari per decodificare. Rapportarsi con gli altri significa entrare in un complesso mondo di parole, gesti e messaggi non verbali che consentono a ciascun interlocutore di entrare in possesso di innumerevoli informazioni.