



Comunicare a Scuola

Corso di formazione per il Personale Scolastico

a cura del

Prof. Giovanni Fioravanti

PROGRAMMA



1° Incontro:

- Presentazione del corso e dei suoi obiettivi
- Raccontarsi: “Il disegno di sé”
- Quali aspettative e bisogni?

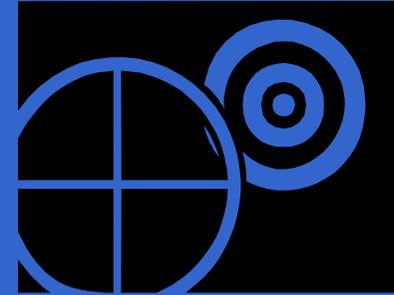
2° Incontro:

- Cosa significa comunicazione?
- La comunicazione nella “Prospettiva contrattuale”
- Test: “*Valuto le mie capacità di ascolto*”
- Sviluppo delle competenze relazionali e comunicative:
- Role play

3° Incontro:

- La comunicazione efficace
- Lo *script* telefonico
- Role play
- Conclusioni

OBIETTIVI



- **COSA SIGNIFICA COMUNICARE**
- **COSA SIGNIFICA COMUNICARE
NELLA “PROSPETTIVA
CONTRATTUALE**
- **ACQUISIRE COMPETENZA
NELL’ASCOLTO E NELLA
COMUNICAZIONE EFFICACI**
- **ACQUISIRE FAMILIARITA’ CON
LO SCRIPT TELEFONICO**



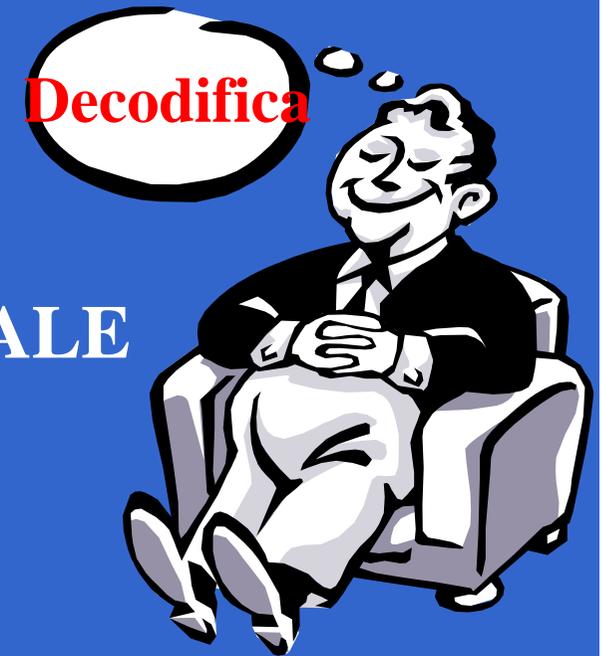
**Il linguaggio è ciò che mostra maggiormente
l'uomo, parla e io vedo chi sei.**

Ben Jonson

Comunicare significa:

PASSARE UN MESSAGGIO

Codifica



Decodifica

ATTRAVERSO UN CANALE

DA UNA PERSONA

EMITTENTE

AD UN'ALTRA

RICEVENTE

TIPI DI COMUNICAZIONE

MESSAGGIO



EMITTENTE

A UNA VIA



RICEVENTE

TIPI DI COMUNICAZIONE

A DUE VIE

MESSAGGIO



EMITTENTE

RICEVENTE

FEED BACK



LA COMUNICAZIONE E' UN PROCESSO
CIRCOLARE
CHE METTE IN RELAZIONE

E con **R**

MESSAGGIO

FEED BACK



E

messaggio

R

feed back

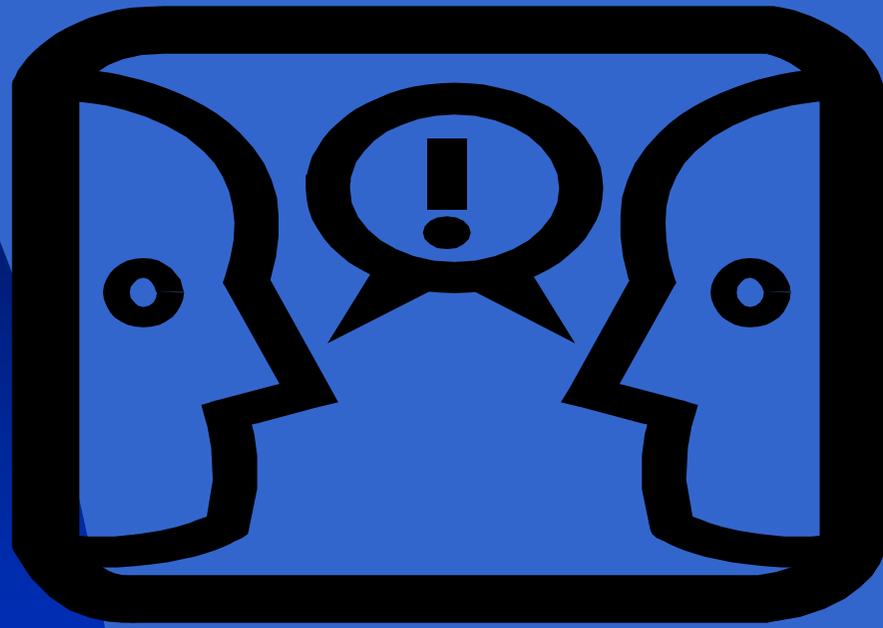


Segnale di ritorno che consente ad **E**
di verificare:

- Se il messaggio è arrivato a **R**
- Cosa intende fare **R**
- Come potrà proseguire la comunicazione



**NON SI PUO'
NON
COMUNICARE**



**ANCHE IL SILENZIO E'
COMUNICAZIONE**

OGNI COMUNICAZIONE HA 2 ASPETTI



CONTENUTO = INFORMAZIONE

RELAZIONE =

- **COME MI VEDO**
- **COME VEDO L'ALTRO**
- **COME PENSO CHE L'ALTRO MI VEDA**

SI COMUNICA CONTEMPORANEAMENTE ATTRAVERSO:

042M4200

LINGUAGGIO

NUMERICO : LA PAROLA

VERBALE

SCRITTA

020-NARER

LINGUAGGIO

ANALOGICO: NON VERBALE

SEGNALI

VOLTO

CORPO

ABBIGLIAMENTO

INTERFERENZE NELLA COMUNICAZIONE

Nel processo di comunicazione interferiscono alcuni fattori



FILTRI

che determinano una



DISTORSIONE DEL MESSAGGIO

Intesa come distanza tra ciò che era mia intenzione comunicare e ciò che è stato percepito dal mio interlocutore (e viceversa)





L' ECLISSI DI SOLE

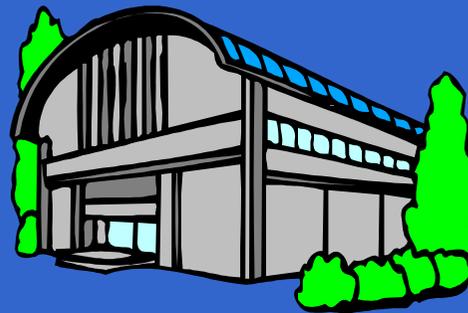


IL PRESIDE AL VICE PRESIDE

“Come sapete, domani avremo l’eclissi di sole, e ciò non avviene tutti i giorni. Farete uscire tutti gli studenti in tuta da ginnastica nel cortile della scuola: così potremo vedere questo raro fenomeno. Io darò le necessarie disposizioni. In caso di pioggia non vi sarà nulla da vedere: farete passare in tal caso gli studenti in palestra.”

IL VICE PRESIDE AGLI INSEGNANTI

“Per disposizione del Signor Preside, domani alle ore nove eclissi di sole in tuta da ginnastica con istruzioni del Preside che non accade tutti i giorni. Se il tempo sarà piovoso, non ci sarà nulla da vedere fuori. Ma l’eclissi avrà luogo in palestra.



UN INSEGNANTE A UN COLLABORATORE SCOLASTICO

“Per ordine del Signor Preside, domani alle ore 9, in tuta da ginnastica, inaugurazione dell’eclissi di sole. Il Preside darà in palestra tutti gli ordini necessari nel caso dovesse piovere: cosa che non accade tutti i giorni.”

IL COLLABORATORE SCOLASTICO AGLI ALTRI COLLABORATORI SCOLASTICI

“Domani alle ore nove il Signor Preside, in tuta da ginnastica, farà eclissare il sole in palestra con istruzione, se sarà bel tempo. Se piove, non ci sarà l’eclissi, sebbene questo non accada tutti i giorni.”



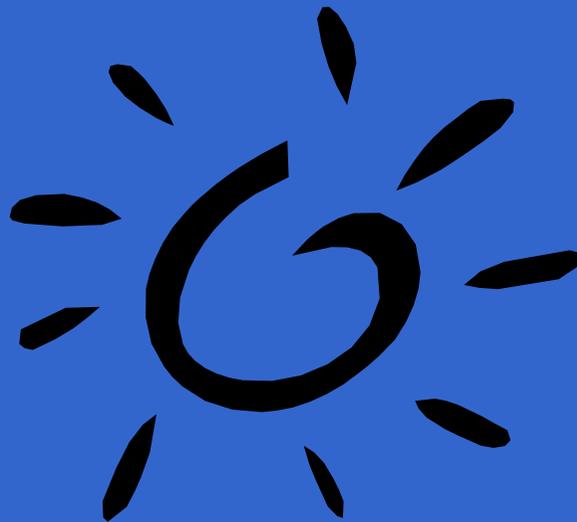
IL COLLABORATORE SCOLASTICO AGLI STUDENTI

“Domani alle ore nove del mattino, ci sarà l’eclissi del Signor Preside in tuta da ginnastica per effetto del sole, sarà bel tempo; ma se pioverà in palestra, si andrà in cortile per l’istruzione, perché questo non accade tutti i giorni.”



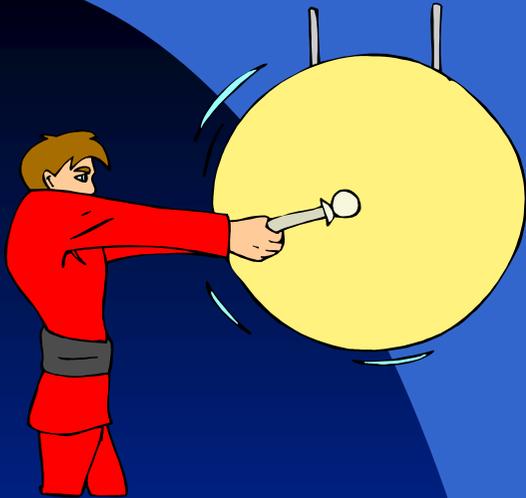
GLI STUDENTI TRA DI LORO

“Domani alle nove pare che il sole in tuta da ginnastica, farà eclissare il Preside con istruzione. Peccato che questo non accada tutti i giorni.”



I FILTRI SONO DI TRE TIPI

1. TECNICO



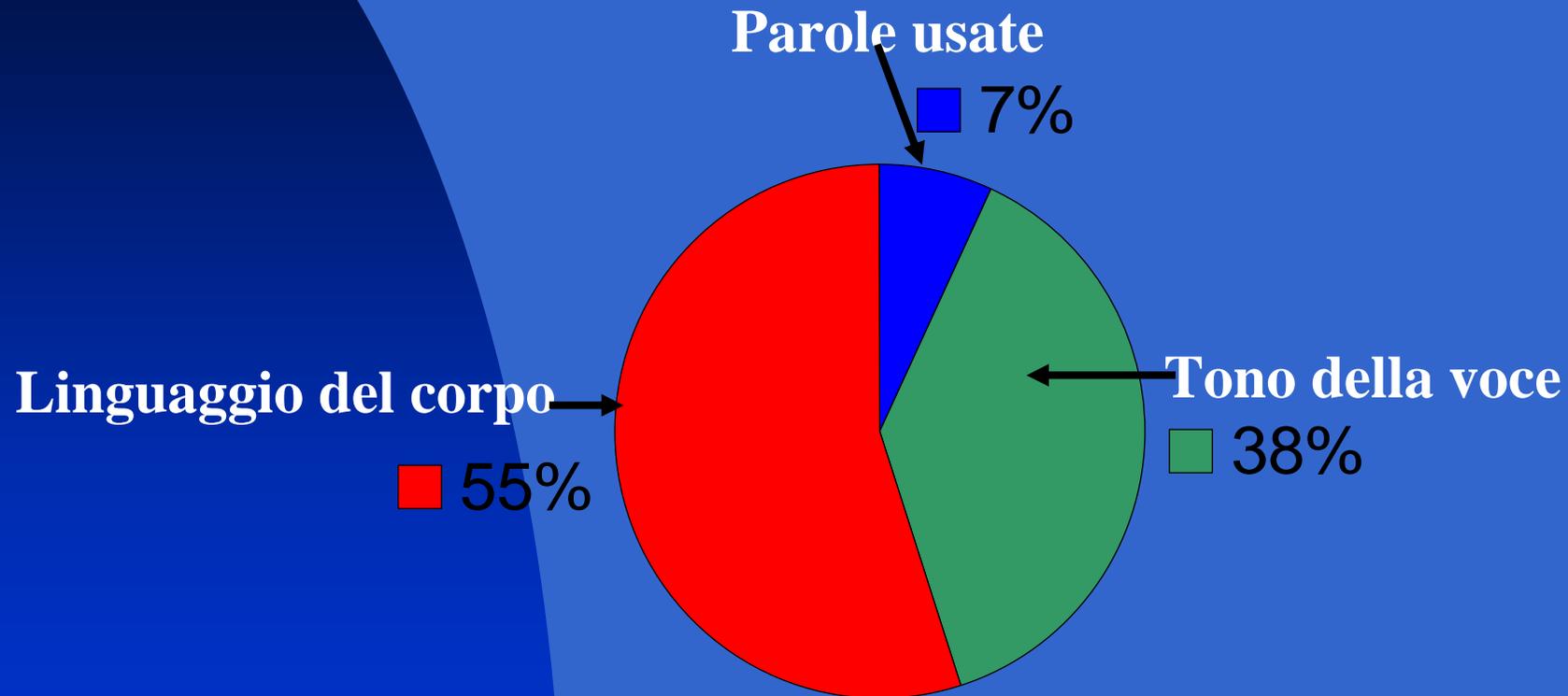
2. SOCIALE



3. PSICOLOGICO



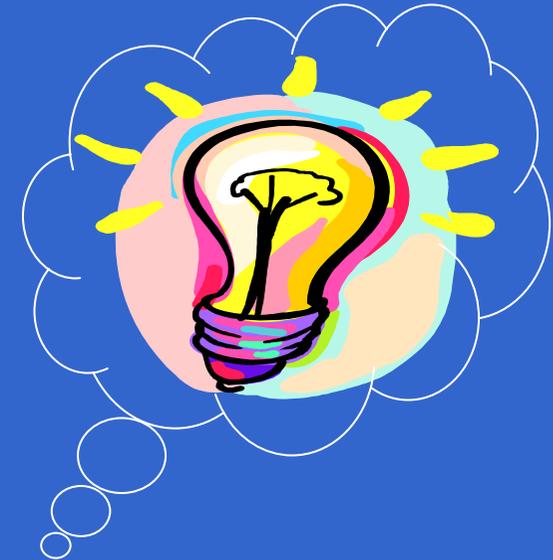
INCIDENZA DI UN MESSAGGIO



Il successo della comunicazione dipende da due elementi:



a. **Il Contesto** (dove mi trovo)



b. **La Mappa del Mondo** (cosa penso)



Quando io uso una parola, disse
Humpty Dumpty con tono indignato,
“essa significa esattamente quello che io
Voglio che significhi – né più né meno”.

“Ma bisogna vedere”, disse Alice, “se
Voi *potete* far dire alle parole tante

cose diverse”.

“Bisogna vedere”,
disse Humpty Dumpty,
“chi è il padrone – tutto qui”.

Lewis Carroll



An illustration in the top left corner shows four stylized human figures in orange, blue, pink, and green, standing on a dark blue ledge. They are holding mobile phones to their ears. In the background, there are black silhouettes of city buildings with yellow and blue lights. The entire slide has a blue background.

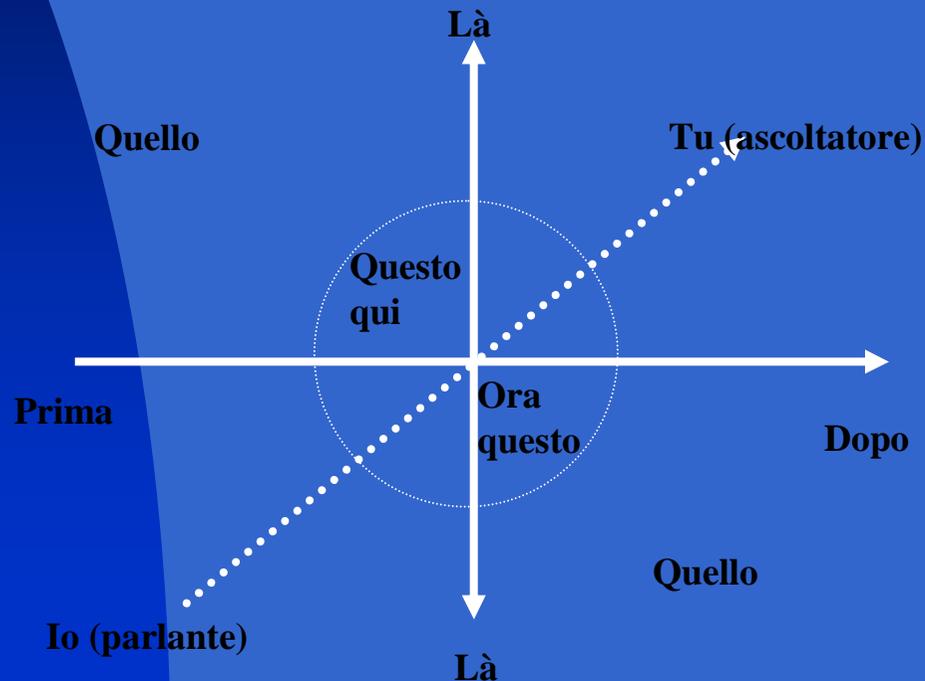
CONTRATTO DI COMUNICAZIONE

(Rommetveit 1974/976)

- ✓ Il linguaggio è *un fenomeno prettamente sociale* , per cui ogni frase pronunciata è parte di un preciso *atto comunicativo*, strettamente legato al *contesto*.
- ✓ Tutti gli atti comunicativi implicano una serie di *accordi taciti* tra gli interlocutori che si riferiscono alla realtà sociale condivisa in quel momento.
- ✓ Elemento fondamentale negli atti comunicativi è l' *intersoggettività*.
- ✓ Quando viene meno l' *intersoggettività* o *decentramento* si perde la comprensione degli eventi.

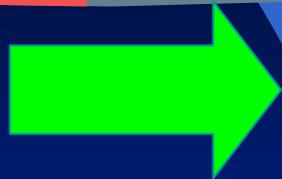
LA PROSPETTIVA CONTRATTUALE

Fondamentale negli atti comunicativi è l' *intersoggettività* una caratteristica di molte situazioni sociali nelle quali i partecipanti assumono reciprocamente i rispettivi punti di vista e giungono così a condividere un comune universo di riferimento.





L' ARCHITETTURA DELL' INTERSOGGETTIVITA'



Il modello interazionista

I partecipanti ad una interazione sono legati reciprocamente dalle caratteristiche di uno *specifico contratto* riguardante:

- a. I soggetti che vi prendono parte
- b. l'oggetto della comunicazione
- c. La situazione in cui essa ha luogo

LA FINESTRA DI JOHARI

Quello che io so di me

Quello che io non so di me

Quello che
gli altri
sanno di me

1. Conosciuta

- Nome
- Posto di lavoro
- Struttura fisica

2. Cieca

- Atteggiamenti
- Comportamenti

Quello che
gli altri non
sanno di me

3. Nascosta

- Carattere
- Motivazioni
- Aspettative
- Problemi

4. Ignota

- Aspetti inconsci

LA COMUNICAZIONE EFFICACE

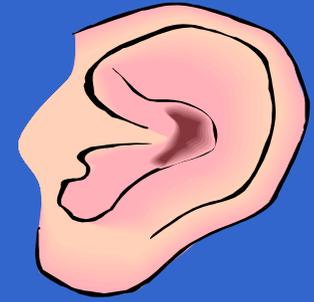


❖ **EMPATIA**

❖ **ALLINEAMENTO**

❖ **RAPPORT**

❖ **RICALCO**



The Ear

**La natura ha dato all'uomo
una lingua, ma due orecchie, in
modo che egli possa ascoltare
dagli altri due volte di più di
quanto non parli.**

EPITTETO

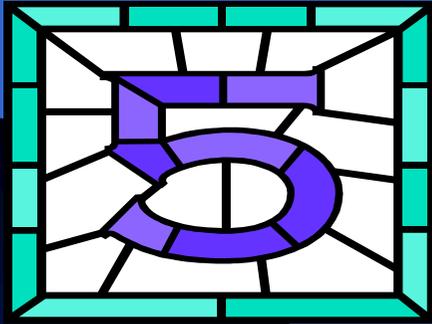
La qualità della **comunicazione** dipende dalla qualità della **relazione**

	IO SONO OK	IO NON SONO OK
TU SEI OK	COMUNICAZIONE EFFICACE	INSICUREZZA DIFESA RINUNCIA
TU NON SEI OK	RINUNCIA A FARSI CAPIRE	IMPOSSIBILITA' DI DIALOGO

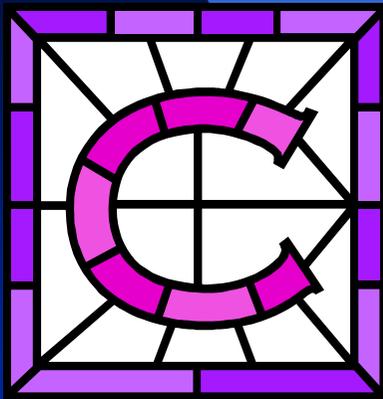


Una comunicazione efficace evita i seguenti atteggiamenti

- INTERPRETARE
- PRESSARE
- GIUDICARE
- SFOTTERE
- ESSERE FALSI
- PUNIRE
- ESSERE EGOCENTRICI



Le **5 C** di una buona comunicazione verbale



- **CHIAREZZA**
- **COMPLETEZZA**
- **CONCISIONE**
- **CONCRETEZZA**
- **CORRETTEZZA**

ATTENZIONE!

Qualsiasi mezzo di comunicazione venga utilizzato...



...la forma e i contenuti devono essere chiari per evitare:

ERRORI

MALINTESI

DISSERVIZI

LA COMUNICAZIONE TELEFONICA



- RISPONDERE POSSIBILMENTE ENTRO IL TERZO SQUILLO
- TENERE LA CORNETTA A 5 CM. DI DISTANZA DALLA BOCCA
- DIRE IL NOME DELL'ISTITUTO, SALUTARE E PRESENTARSI
- USARE SEMPRE CORTESIA
- RIVOLGERSI ALL'INTERLOCUTORE USANDO IL SUO COGNOME
- SCANDIRE BENE LE PAROLE USANDO FORME LESSICALI SEMPLICI E CORRETTE
- EVITARE ESPRESSIONI E PAROLE NEGATIVE
- NON USARE DIMINUTIVI
- APPLICARE LE REGOLE DELL'ASCOLTO EMPATICO
- EVITARE DI LASCIARE IL CLIENTE IN ATTESA TROPPO A LUNGO
- ASSUMERE UN TONO DI VOCE IL PIU' POSSIBILE SERENO E CALOROSO
- ELIMINARE LE FRASI DUBITATIVE
- EVITARE ESPRESSIONI CHE INDICANO POSIZIONI DI INFERIORITA'

LO SCRIPT TELEFONICO

APERTURA



- *“Istituto Professionale di Stato Luigi Einaudi...”*
- *Buongiorno...*
- *Sono: Nome e Cognome...*
- *In cosa posso aiutarla?*

IL CORPO DELLA CONVERSAZIONE



- **Ascoltare con attenzione dimostrando interesse**
- **Chiamare per nome il cliente**
- **Soddisfare il cliente**
- **Chiedere al cliente se può attendere al telefono**

LA CHIUSURA



- Riassumere l'azione concordata con il cliente
- Concludere in modo formale

Script di chiusura



- *Allora riferirò al Sig...*
- *La farò richiamare appena possibile.*
- *La ringrazio di averci contattato.*
- *Arrivederci.*

LA GESTIONE DELLE OBBIEZIONI



- Sgonfiare la situazione
- Lasciare parlare il cliente
- Raccogliere informazioni nell'ascolto
- Porre domande aperte
- Farsi carico dei disguidi
- Proporre soluzioni adeguate

IL SANDWICH

*Se dobbiamo dare brutte notizie,
“imburriamole” fra notizie, atteggiamenti e
situazioni positive.*

- APERTURA
- CATTIVE NOTIZIE
- CHIUSURA



*L'uso della tecnica sandwich rende più
accettabile il rifiuto.*



Ottime
notizie
per lei

La lasciamo
tornare
a casa
non appena
avra' pagato