

7ª EDIZIONE

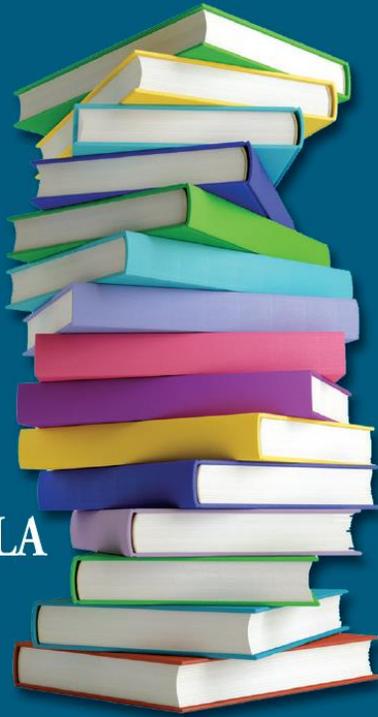
# STUDI CLINICI: METODOLOGIA

Coordinatore  
**Dr.ssa Stefania Gori**

4° MODULO

## COMUNICARE

(dalla stesura condivisa del protocollo  
alla comunicazione durante gli eventi scientifici)



NEGRAR  
DI VALPOLICELLA  
7-8 SETTEMBRE  
2021

Centro Formazione  
IRCCS Ospedale Sacro Cuore Don Calabria

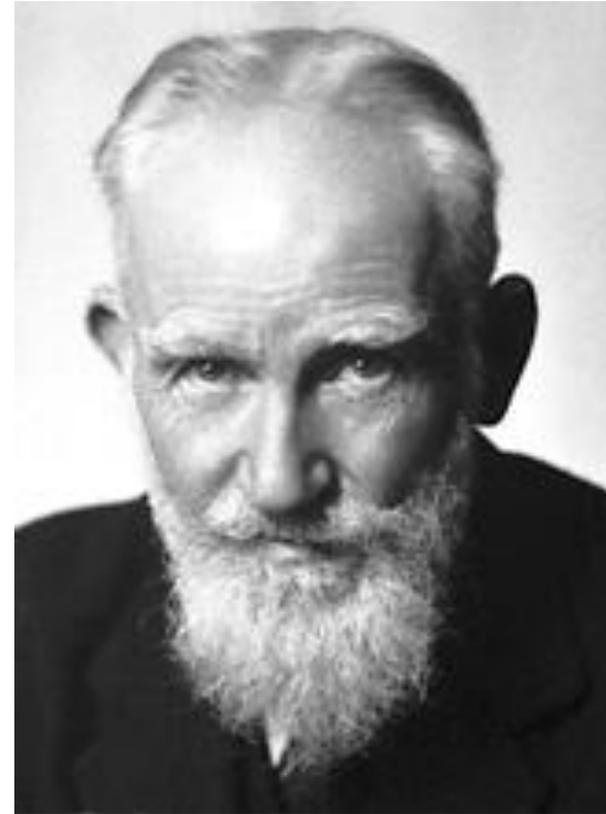
# LA COMUNICAZIONE EFFICACE

Premessa

Gli assiomi della comunicazione  
L'importanza di conoscere l'obiettivo  
L'ascolto attivo

(Roberta Ceccarelli)

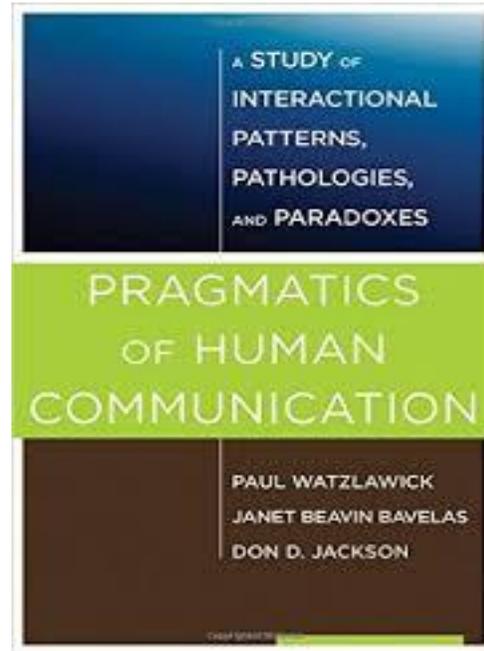
*The single biggest problem  
in communication  
is the illusion  
That it has taken place*



*George Bernard Shaw*

# Premessa

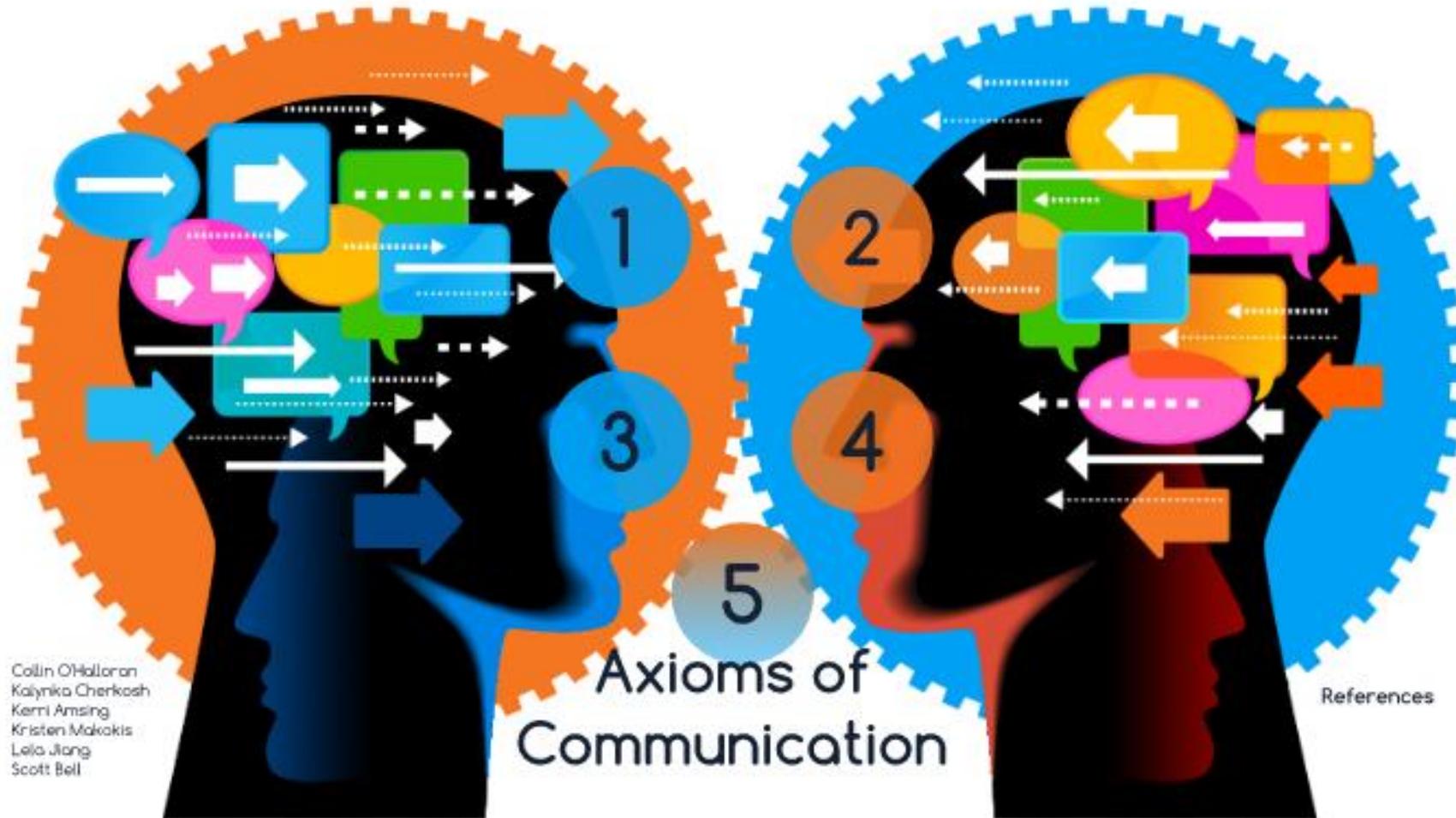




Paul Watzlawick  
1967

**La comunicazione come comportamento**

# Gli assiomi della comunicazione



Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes - Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson, Bill O'Hanlon - W. W. Norton & Company, 2011

# Gli assiomi della comunicazione

**1° assioma:**

**“Non si può non comunicare”**



*«Il buono, il brutto, il cattivo» Sergio Leone, 1966*

# Gli assiomi della comunicazione

## 1° assioma: “Non si può non comunicare”

### 2.2 The Impossibility of Not Communicating

2.21 First of all, there is a property of behavior that could hardly be more basic and is, therefore, often overlooked: **behavior has no opposite.** In other words, there is no such thing as nonbehavior or, to put it even more simply: **one cannot *not* behave.** Now, if it is accepted that all behavior in an interactional situation<sup>1</sup> has message value, i.e., is communication, it follows that **no matter how one may try, one cannot *not* communicate.** Activity or inactivity, words or silence all have message value: they influence others and these others, in turn, cannot *not* respond to these communications and are thus themselves communicating. It should be clearly understood that the mere absence of talking or of taking notice of each other is no exception to what has just been asserted.

# Gli assiomi della comunicazione

**2° assioma:**  
**“Ogni comunicazione**  
**ha un aspetto di contenuto e uno di relazione**  
**e il secondo classifica/definisce il primo”**

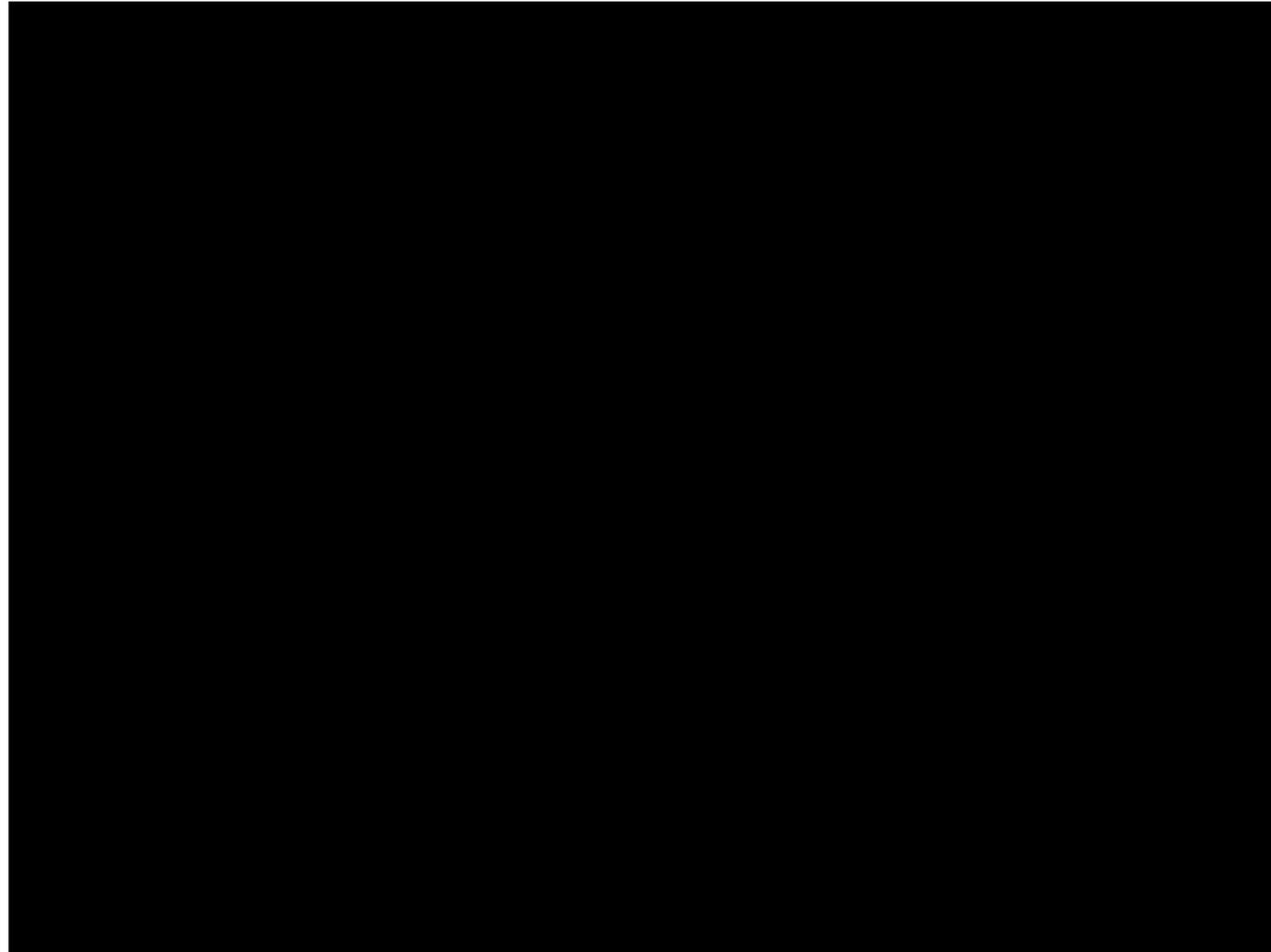


© United Feature Syndicate, Inc. 1963

# Gli assiomi della comunicazione

**3° assioma:**

**“Gli scambi comunicativi si collegano l’uno all’altro come causa-effetto; la sequenza dipende dalla interpretazione che gli interlocutori danno della relazione”**



«Il Padrino»  
*Francis Ford Coppola*  
1972

# Gli assiomi della comunicazione

LA MAPPA NON E' IL TERRITORIO



Bateson 1963

# Gli assiomi della comunicazione



Escher 1956



# Gli assiomi della comunicazione

## 4° assioma:



**La ricerca della felicità (The Pursuit of Happyness) - Gabriele Muccino - 2006**

# Gli assiomi della comunicazione

## Linguaggio Verbale

**Linguaggio/vocaboli utilizzato,  
formale/informale,  
ornamenti del discorso, sintassi,**



## Linguaggio Para Verbale

**Tono, volume, ritmo,  
pause/silenzi, vocalizzazioni**



## Linguaggio Non Verbale

**Postura, gestualità, mimica facciale,  
sguardo, abbigliamento,  
prossemica, setting**



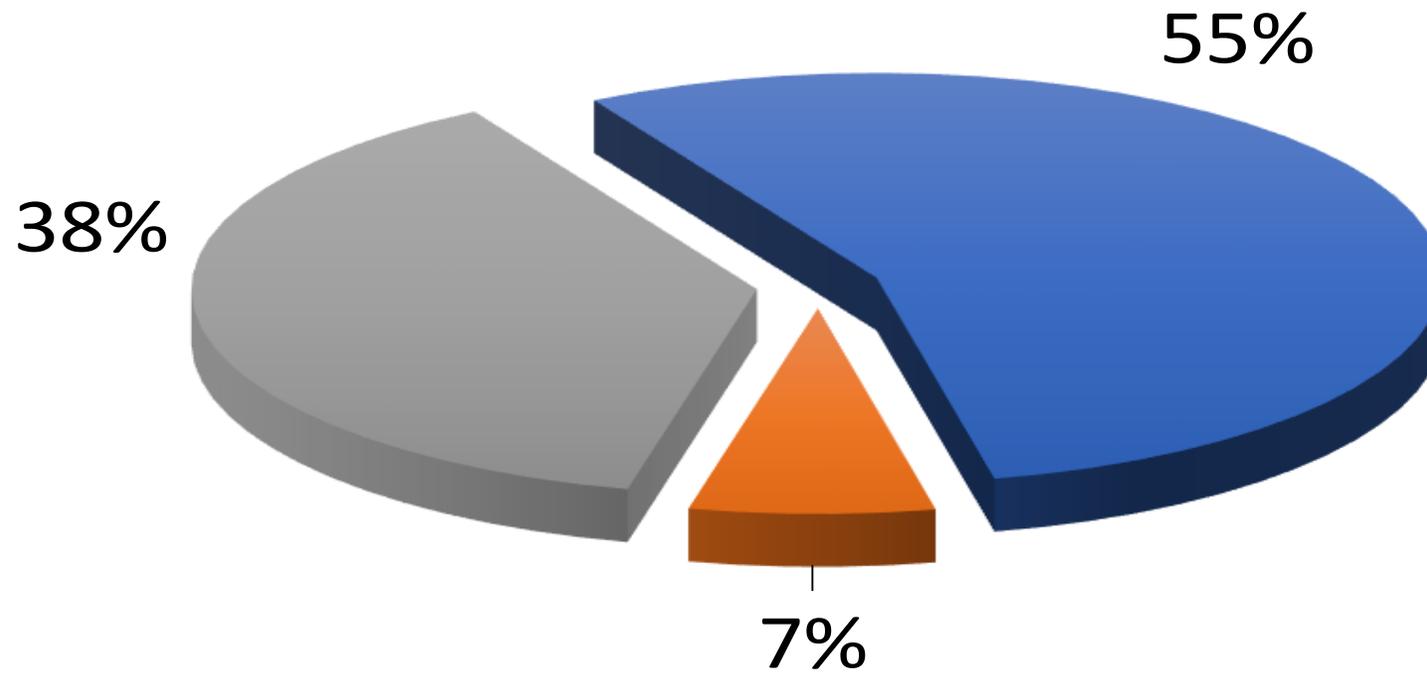
# Gli assiomi della comunicazione

**Il canale verbale fornisce soprattutto informazioni di contenuto**

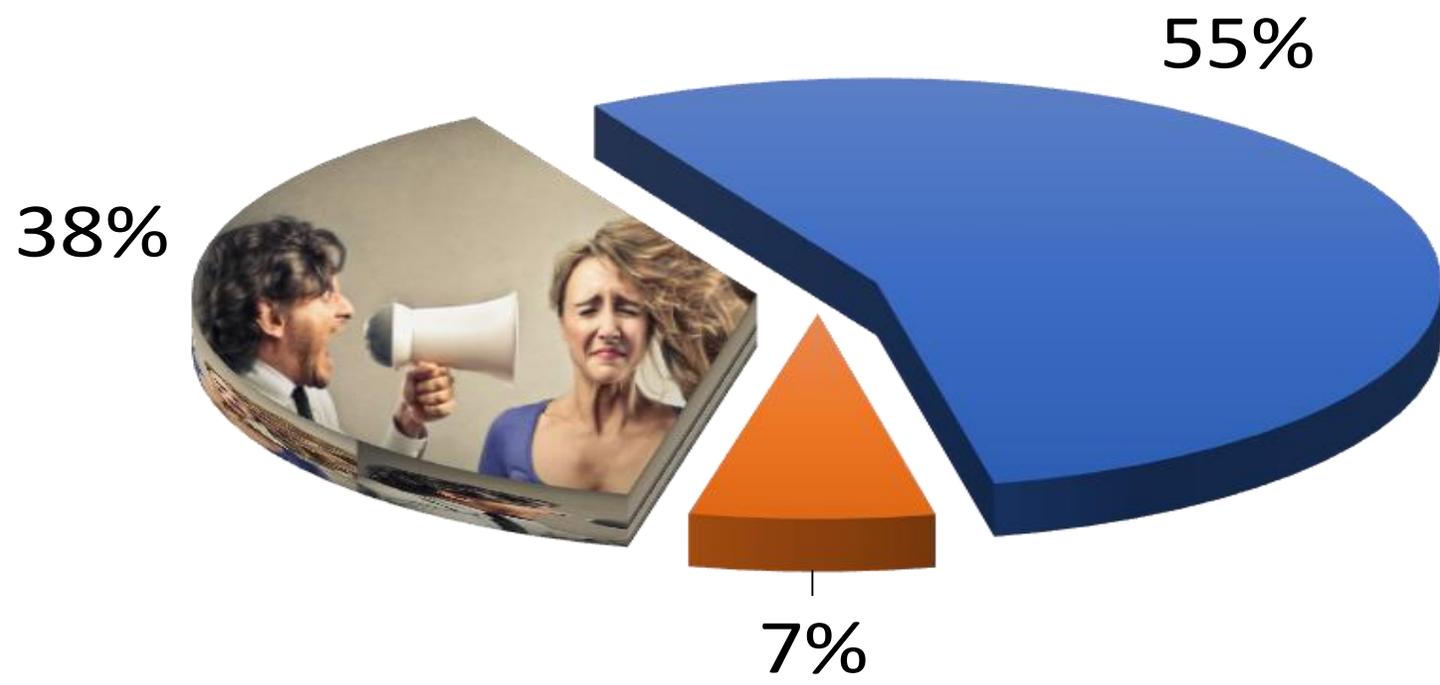


**Il canale non verbale e para verbale forniscono informazioni sulla (natura della) relazione**

# Gli assiomi della comunicazione



# Gli assiomi della comunicazione



# Gli assiomi della comunicazione

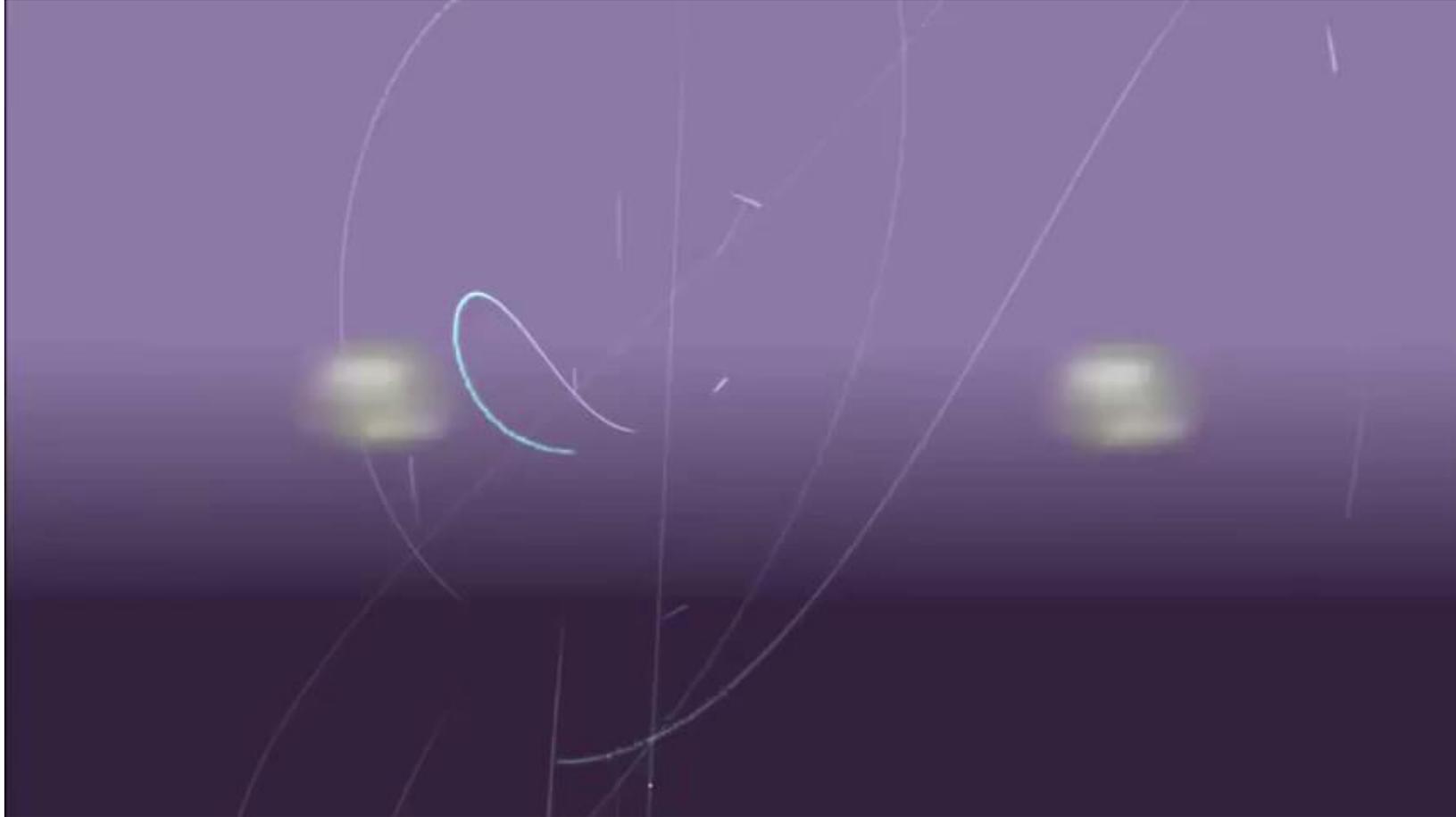


# Gli assiomi della comunicazione



# Gli assiomi della comunicazione

## 4° assioma:



«The Big Bang Theory» - Chuck Lorre, Bill Prady – 2008-2019

# Gli assiomi della comunicazione

## 5° assioma:

**“ Tutti gli scambi comunicativi sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza”**



# Gli assiomi della comunicazione

## 5° assioma:

**“ Tutti gli scambi comunicativi sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza”**



# Gli assiomi della comunicazione

## 5° assioma:

**“ Tutti gli scambi comunicativi sono simmetrici o complementari, a seconda che siano basati sull’uguaglianza o sulla differenza”**



«Il grande dittatore (The Great Dictator) scritto, diretto, musicato, prodotto e interpretato da Charlie Chaplin - 1940

# L'importanza di conoscere l'obiettivo



**Come rendo la mia  
comunicazione più  
efficace?**

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific

**M**easurable

**A**chievable

**R**ealistic

**T**imely

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific



**Chiaro, ben definito, concreto**

**M**easurable

**A**chievable

**R**ealistic

**T**imely

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific



**Chiaro, ben definito, concreto**

**M**easurable



**Misurabile, esiste un criterio per definire se è stato raggiunto**

**A**chievable

**R**ealistic

**T**imely

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific



**Chiaro, ben definito, concreto**

**M**easurable



**Misurabile, esiste un criterio per definire se è stato raggiunto**

**A**chievable



**Raggiungibile, attivando una serie di azioni concrete**

**R**ealistic

**T**imely

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific



**Chiaro, ben definito, concreto**

**M**easurable



**Misurabile, esiste un criterio per definire se è stato raggiunto**

**A**chievable



**Raggiungibile, attivando una serie di azioni concrete**

**R**ealistic



**Realistico, non utopistico o impossibile**

**T**imely

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

**S**pecific



**Chiaro, ben definito, concreto**

**M**easurable



**Misurabile, esiste un criterio per definire se è stato raggiunto**

**A**chievable



**Raggiungibile, attivando una serie di azioni concrete**

**R**ealistic



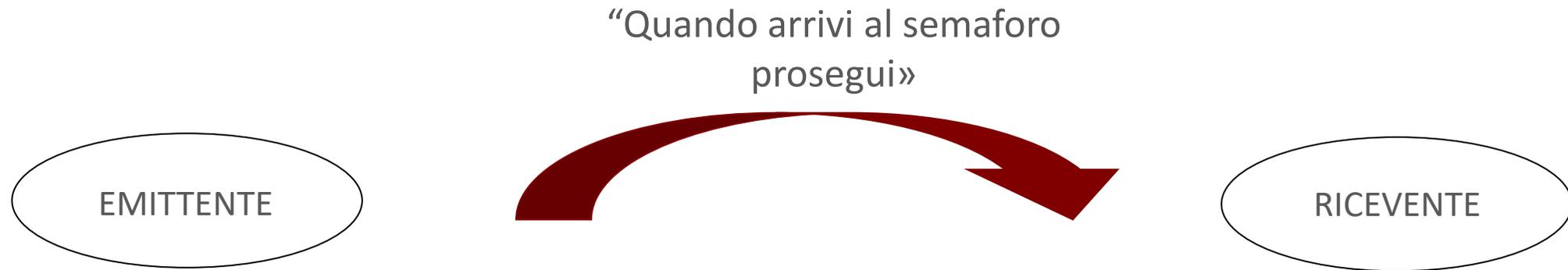
**Realistico, non utopistico o impossibile**

**T**imely



**In un tempo che è possibile definire**

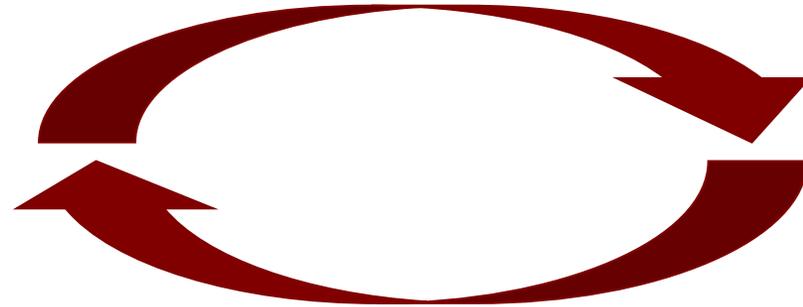
# L'importanza di conoscere l'obiettivo



# L'importanza di conoscere l'obiettivo

RICEVENTE

“Quando arrivi al semaforo prosegui  
sulla strada principale»



«ok allora vado  
dritta»

EMITTENTE

# L'importanza di conoscere l'obiettivo

La nostra abilità e la nostra efficacia nel comunicare dipendono dalla nostra capacità di rilevare sistematicamente quanto il nostro interlocutore percepisce di quello che noi diciamo, per calibrare costantemente la nostra comunicazione



**LA COMUNICAZIONE E' O NON E' EFFICACE IN BASE AL FEEDBACK DI CHI CI ASCOLTA, NON ALL'INTENZIONE DI CHI PARLA**

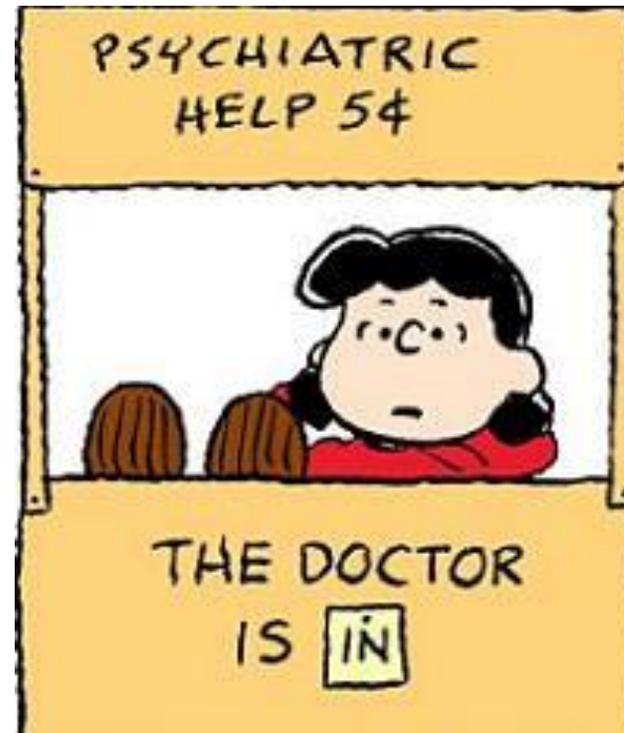
**Ascolto Attivo**

**Ascolto Attento**

**Ascolto Selettivo**

**Finto Ascolto**

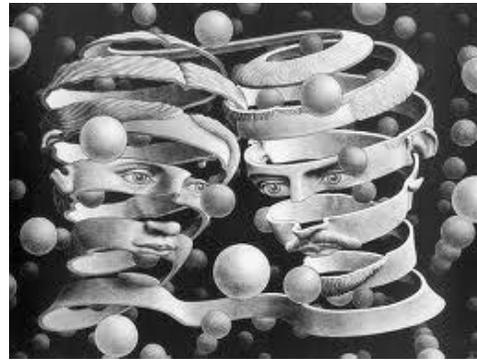
**Non Ascolto**



# L'ascolto attivo

«ASCOLTARE» in modo tale da indurre l'altro a riflettere e chiarire (anche a se stesso)  
quanto comunicato

permette di apprendere informazioni non evidenti, alcune delle quali non chiare  
neanche all'interlocutore



- ✓ Guardare il mondo con gli occhi dell'altro
- ✓ Concentrarsi sulle sensazioni, su parole ambivalenti, sul tono.....sui segnali deboli
- ✓ **Non interrompere**
- ✓ Esprimere anche le proprie sensazioni
- ✓ Verificare la comprensione reciproca (*parafrasare, riformulare...*)
- ✓ **Dare il proprio feedback**

**Attraverso le domande è possibile tenere sotto controllo...**



- ✓ Domande aperte (non chiuse)
- ✓ Che aggiungono o precisano dettagli

# Concludendo

**Uno scambio comunicativo dipende da...**



# Concludendo

## Uno scambio comunicativo dipende da...

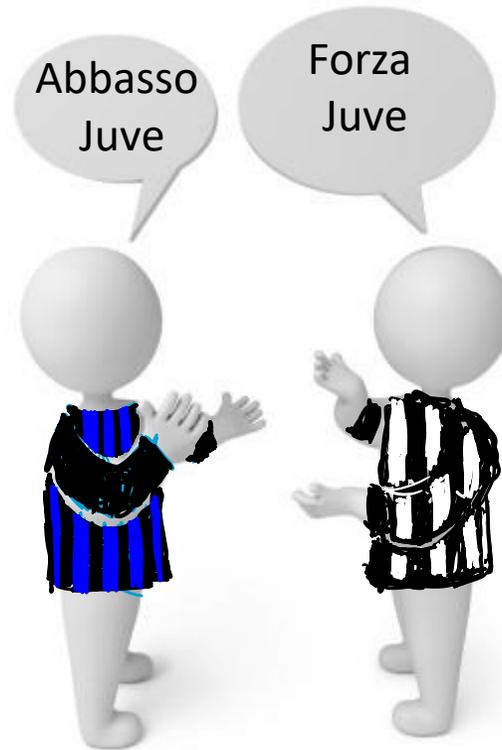
Relazione tra gli interlocutori, soprattutto da come ciascuno interpreta tale relazione



# Concludendo

## Uno scambio comunicativo dipende da...

Relazione tra gli interlocutori, soprattutto da come ciascuno interpreta tale relazione

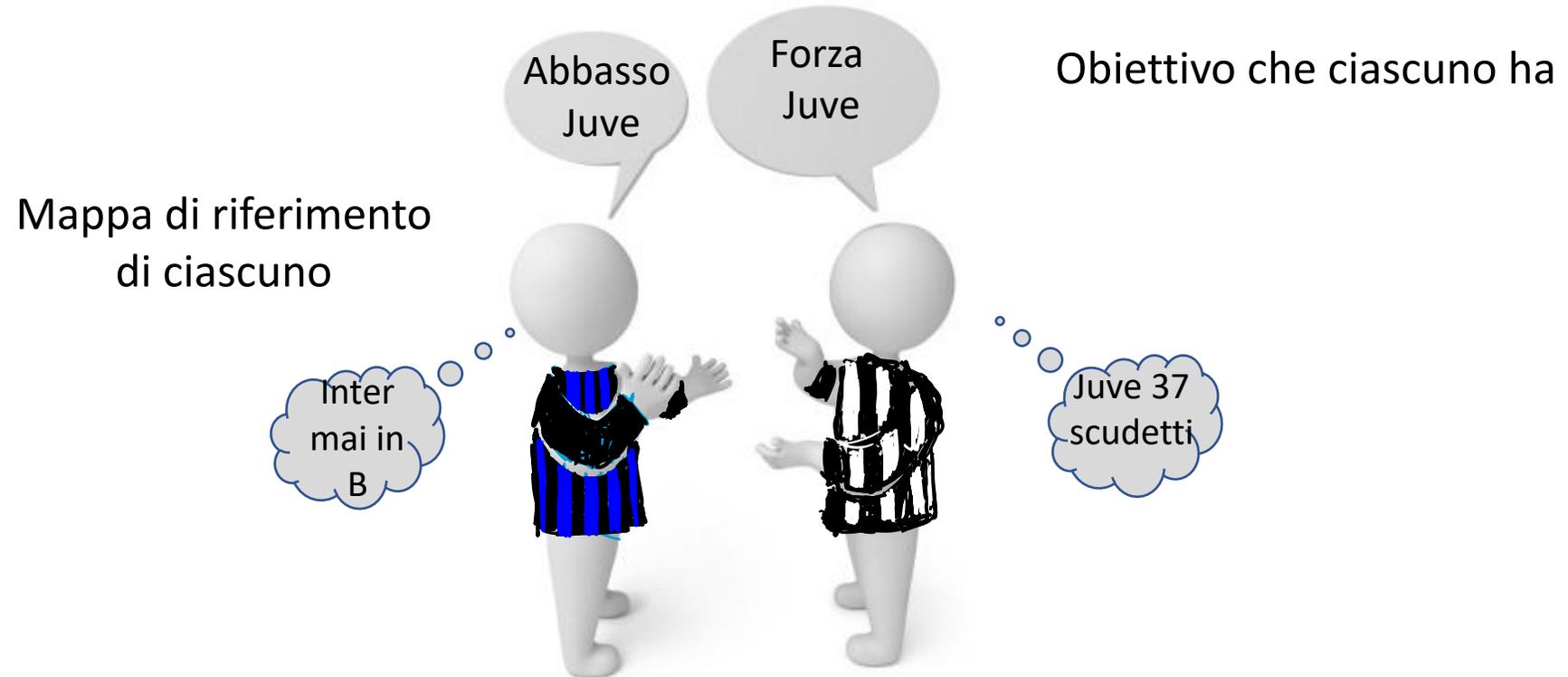


Dall'obiettivo che ciascuno ha

# Concludendo

## Uno scambio comunicativo dipende da...

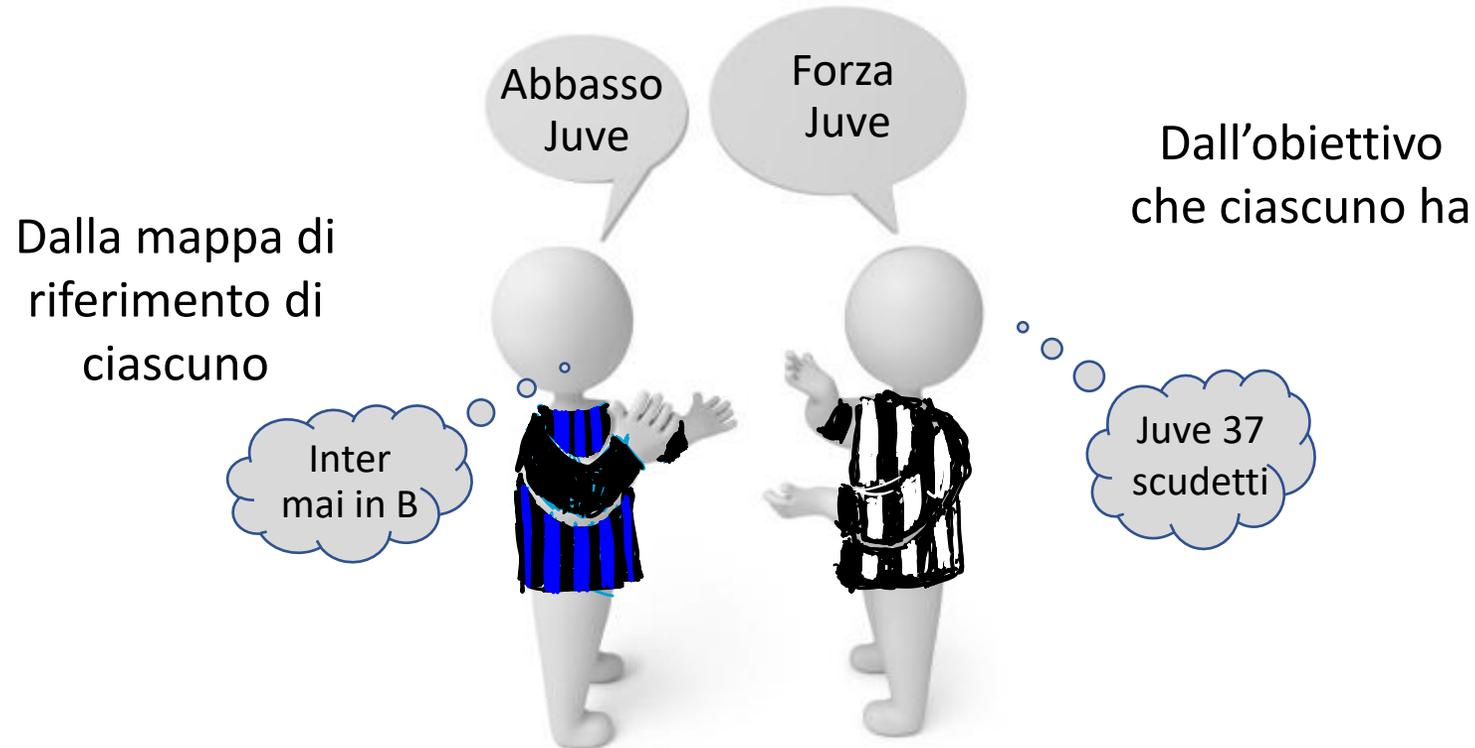
Relazione tra gli interlocutori, soprattutto da come ciascuno interpreta tale relazione



# Concludendo

## Uno scambio comunicativo dipende da...

Relazione tra gli interlocutori, soprattutto da come ciascuno interpreta tale relazione



Il tutto veicolato dal linguaggio para verbale e non verbale

# Concludendo

Quando è particolarmente importante ottenere una comunicazione efficace occorre porre attenzione a come si comunica: occorre quindi formulare strategie, definire obiettivi, ascoltare attivamente.

Lasciare queste cose al caso non significa "non comunicare" (il che è impossibile), significa comunicare proprio ciò che non si vorrebbe