



Lo slalom del PARLARE

La comunicazione è resa possibile da alcuni elementi.

Emittente: è la persona che invia il messaggio.

Ricevente: è la persona alla quale il messaggio viene trasmesso.

Messaggio: è il contenuto della comunicazione, ossia l'informazione che noi vogliamo trasmettere all'altro.

Codice: è la modalità che utilizziamo per comunicare. Può essere un gesto, un segno scritto, o delle parole, ma anche odori, sensazioni, ambiente.

Il codice è il vero segreto della comunicazione. Esso varia da cultura a cultura, da ambiente ad ambiente. Talvolta è così determinante che una sua errata interpretazione impedisce la comunicazione. Solo una profonda conoscenza dei codici permette una comunicazione efficiente.

Gran parte dei problemi relazionali scaturiscono dall'assurda pretesa di concentrarsi unicamente sul messaggio da trasmettere.

Molte volte la sola presenza di chi comunica è il principale impedimento alla comunicazione, perché i suoi codici gestuali producono "allergia" in chi dovrebbe ricevere il messaggio.

Canale: è il mezzo che viene utilizzato per comunicare il messaggio: voce, testo scritto, musica, ecc. interferenze: sono gli ostacoli ambientali e naturali che prevengono e/o impediscono il ricevimento dell'informazione.

Feedback: letteralmente "retroazione", è la verifica che il messaggio emesso è stato correttamente ricevuto dal destinatario.

da: *dimensioni nuove*, rivista mensile Elledici
articoli di PAOLA BUSSO

 Don Bosco Ti Parla...

SCARICA ALTRE SCHEDE DA
www.ilgrandeducatore.com

Coordinamento redazionale di Angelo Santi, ex-allievo salesiano

SCHEDA

51

VERDE

serie
GIOVANI, CAMPIONI DI VITA

Supplemento della rivista "Educatori di vita"
ilgrandeducatore@gmail.com



Ti sto ascoltando

GIOVANI

Felici
CON gli altri

In questo SECONDO DOSSIER analizziamo alcuni atteggiamenti fondamentali che ci aiutano a migliorare le nostre relazioni con gli altri. Dal *feliciometro* (in Scheda 47) passiamo ora ad un altro importantissimo strumento: un paio di occhiali speciali, gli *Empax* (in Scheda 49, pag. 4).

LE SCHEDE
SULL'ARGOMENTO

49 - VUOI ESSERE MIO AMICO?

50 - TI DIRÒ CIÒ CHE PENSO E COME MI SENTO

51 - TI STO ASCOLTANDO

52 - VOGLIO ASCOLTARTI

Fotografie e immagini non firmate sono dell'Archivio SDB.
Le foto sono di repertorio e non si riferiscono alle persone di cui si parla.

QUANDO PARLIAMO SIAMO SEMPRE ASCOLTATI?



E quando gli altri ci parlano, noi li ascoltiamo?

Vediamo ora quali sono gli elementi che costituiscono la comunicazione.

- ✓ Anzitutto abbiamo l'emittente, ossia la persona che invia un messaggio;
- ✓ colui che invece riceve il messaggio è il ricevente.

Il contenuto della comunicazione è il messaggio («*Abbassa il volume della radio, perché non riesco a studiare*»). Fin qui sembrerebbe tutto semplice e facile e pare che non ci sia bisogno di una laurea per capirlo. Ma in realtà le cose sono un po' più complesse, per il semplice fatto che **il messaggio viene sempre veicolato mediante un codice, fatto di segni scritti, parole, gesti, ma anche tono di voce, ambiente**, ecc.

Le più gravi difficoltà nascono infatti in questo ambito, perché per molte culture i codici non sono uguali. Ma non sono solo le differenze culturali che rendono difficile la comunicazione.

Ognuno di noi ha dei riferimenti diversi che concorrono alla formazione di codici diversi. Vi sono alcuni percorsi di base che marcano uno scarto profondo e che rendono la comunicazione altro da quello che l'emittente vorrebbe.

Una buona conoscenza dei diversi codici richiede molta preparazione, intelligenza, sensibilità e grande apertura. **Questo aspetto dell'apertura meriterebbe di essere approfondito perché secondo molti studiosi sarebbe questo l'elemento che segna, nella storia, la vittoria o la condanna di un individuo e di una società.**

Insomma, pare che **per crescere occorra saper ascoltare**, e ascolta solo chi vuole ascoltare.

LA LEGGE DEL CRISE. Kevin Roberts ha scoperto che ogni marchio suscita una reazione emotiva e questa è il risultato della comunicazione. Orbene, la comunicazione può essere considerata soddisfacente solo se segue **la legge del Crise, ossia del Cuore, del Rispetto, dell'Intimità, della Sensualità e dell'Emozione.** Crise, appunto.



Cuore: l'uomo comunica per il 20% in modo razionale e per l'80% in modo emotivo. Questo vale per ogni tipo di comunicazione, dalla pubblicità alla scuola, dal catechismo al campo estivo, dalla predica

Ti sto ascoltando

al discorso politico. La sola comunicazione razionale non suscita eroi, né santi. Senza cuore rimane solo lo squallore.

Rispetto: quando parliamo vogliamo che gli altri investano in noi le loro

emozioni. **Quando ascoltiamo, siamo noi che investiamo negli altri le nostre emozioni**, il nostro tempo e forse anche il nostro denaro. Tradire questa attesa è terribile. Il *brand* (= il nostro segno caratteristico) – la matematica, l'oratorio, l'attività, la pizza – perde di credibilità.

Intimità: una canzone, un quadro, un libro, un ambiente ci affascinano solo quando li sentiamo nostri. Solo quando proviamo una sorta di empatia (= è una forma di "sentire dentro l'altro") **che li identifica come una parte di noi stessi, creati apposta per noi, allora siamo legati in profondità con l'oggetto della comunicazione:** la predica, il catechismo, l'oratorio, l'ora di matematica, la birra...

Sensualità: possiamo vivere senza i cinque sensi? No. E allora perché pensiamo che la comunicazione fra due esseri umani possa avvenire al di fuori dell'armonia dei suoni, dei colori, degli odori? Mah, mistero! Mai e poi mai una verità può essere comunicata ad altri esseri umani senza **il coinvolgimento dei cinque sensi. Il tono della voce, i profumi, le luci, il silenzio e l'armonia sono elementi che determinano il successo o il fallimento di una comunicazione.**

Emozione: ogni gesto suscita un'emozione, o viene compiuto a causa di un'emozione. Non comperiamo un paio di scarpe solo perché ne abbiamo bisogno, ma per provare un'emozione. Senza emozione suscitata, sottesa e realizzata, non c'è acquisto, non c'è comunicazione realizzata.

Solo se l'emozione è memorabile, ossia viene ricordata, allora l'evento sarà ripetuto, se ne parlerà ad altri. Si diventa apostoli di quell'evento.

Ma attenzione... se l'emozione è negativa... quale sarà il risultato della comunicazione?

educare



Comunicare senza cuore rimane solo lo squallore!