UNITÀ 6

Comunicare se stessi agli altri

1. Che cos'è l'autostima

L'autostima può essere definita come un atteggiamento generalizzato verso se stessi, in positivo o in negativo. Si tratta del sentimento per cui una persona, rivolgendosi a se stessa, pensa in generale positivamente o negativamente. Per esempio: "Sono attraente, sono capace, posso farlo"; oppure "Non valgo nulla, nessuno può capirmi, la vita è difficile, non sarò mai quello che voglio essere".

Nella vita di tutti i giorni, l'autostima è la **coscienza di poter far fronte alle sfide della vita** e di poter costruire il proprio futuro. Un atteggiamento positivo implica prima di tutto un'accettazione totale di sé, il riconoscimento della propria dignità e del proprio valore.

L'autostima viene determinata da informazioni soggettive e oggettive collegate alla percezione di tre tipologie del Sé (termine utilizzato da molti psicologi per identificare l'autostima) (figura 6.1).

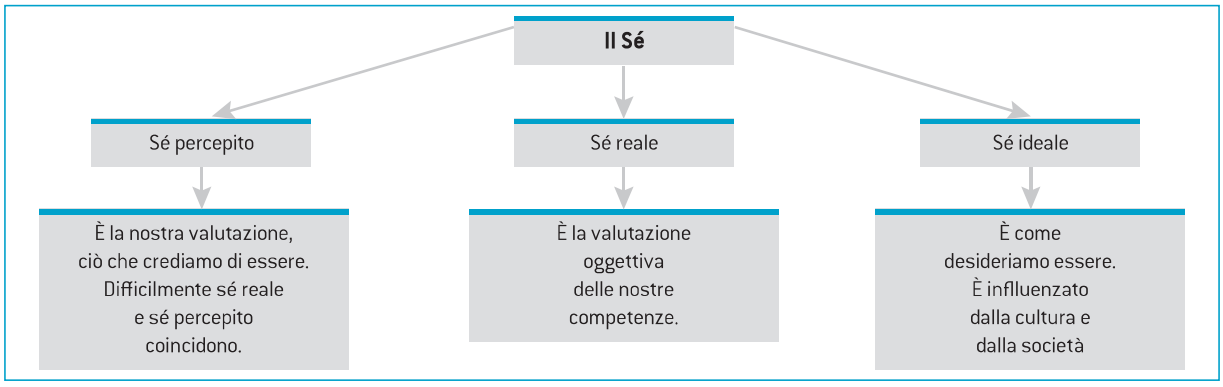

Figura 6.1 Le tre tipologie del Sé nella valutazione dell'autostima.

I problemi di autostima possono nascere dalla **discrepanza tra il Sé ideale e quello percepito**: uno scarto tra i due termini ci deve essere, ma in proporzione accettabile, altrimenti si rischia la disistima; in tal caso, per esempio, tendiamo a svalutarci, ci sentiamo troppo lontani da come desideriamo essere, il nostro modello ideale ci appare irraggiungibile. Ogni persona che ha poca fiducia in sé dovrebbe ridurre il Sé ideale, diminuendo le pretese, e ampliare il Sé percepito evitando di essere ipercritica rispetto alle proprie qualità.

Figura 6.2 L'autostima si raggiunge quando si riesce ad avere un'immagine di se stessi veritiera, senza esagerare nel sopravvalutarsi né nel sottovalutarsi.

L'autostima è importante perché incide su diversi **ambiti** (figura 6.3).

- **Vita familiare**: comprende la qualità dell'affetto ricevuto nell'infanzia e che si è disposti a dare a se stessi e agli altri.
- **Proprie emozioni**: cioè riuscire a riconoscere e accettare ciò che si prova. "Questa situazione mi fa paura." "Avere paura non vuol dire essere deboli."
- **Aspetto e abilità fisiche**: i mezzi di comunicazione offrono continuamente modelli fisici con cui confrontarci, la maggioranza delle volte irreali. "Il corpo della mia amica è meglio." "Non sono come Maria." "Mi piaccio." "Sono in forma."
- **Relazioni con gli altri**: significa riuscire a creare rapporti positivi, paritari, di scambio, crescita e confronto con gli altri. "Ho un rapporto di stima reciproca con il mio vicino di banco." "I miei rapporti di amicizia sono stabili e piacevoli." "Anche se non sempre è facile, ho accanto a me il *partner* che volevo."
- **Successo scolastico e lavorativo**: mettersi alla prova e riuscire a ottenere quello che ci si era prefissati aumenta il senso dell'autoefficacia. "Cinque anni di studio per raggiungere la maturità sono impegnativi, ma riuscirò a ottenere quello che voglio." "Posso scegliere il tipo di lavoro che voglio fare." "Ho avuto una promozione/aumento di stipendio perché ho sempre portato risultati concreti."

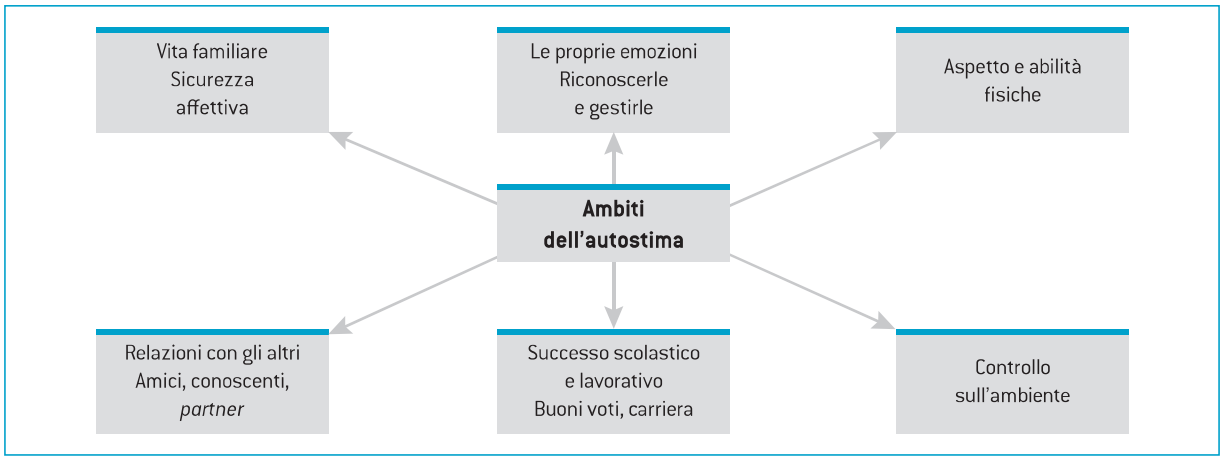

Figura 6.3 Schema riassuntivo dei diversi ambiti in cui agisce l'autostima.

- **Controllo sull'ambiente**: è la capacità di non essere sopraffatti dagli eventi esterni, ma di avere la consapevolezza di poter modificare le cose agendo su di esse. "Ho paura di questa situazione, ma voglio affrontarla ugualmente." "Voglio assumermi pienamente la responsabilità della mia decisione."

Le persone che hanno una buona autostima sono quelle che **si riconoscono un valore**, si stimano, si apprezzano, si vogliono bene, hanno la capacità di analizzare oggettivamente i propri pregi, le proprie debolezze, i propri errori e sanno gestire gli sbagli che commettono, migliorandosi costantemente attraverso azioni concrete.

1.1 L'autoefficacia

Autoefficacia
È l'insieme delle convinzioni di un individuo riguardo alla propria capacità di mettere in atto i comportamenti necessari per raggiungere determinati risultati.

L'**autoefficacia** è una capacità generativa (funzione organizzativa degli elementi), identificata dallo psicologo sociale Albert Bandura, che ha lo scopo di orientare le sottoabilità cognitive (mentali), sociali, emozionali e comportamentali in maniera efficiente per assolvere scopi specifici.
In parole semplici, **è la fiducia** che ogni persona **ha sulle proprie capacità** di organizzare ed eseguire una serie di azioni necessarie per ottenere determinati risultati, raggiungere degli obiettivi e, nella fase d'applicazione, prevenire, controllare e gestire le potenziali difficoltà che si possono presentare.
A differenza dell'autostima, che comunque influenza il livello dell'autoefficacia personale, non comporta un giudizio di valore sulla personalità o sulle capacità generali della persona, ma è legata a uno **specifico contesto o compito da svolgere**.
Le convinzioni che si hanno rispetto al proprio livello di autoefficacia influenzano il modo in cui le persone pensano, sentono, trovano le motivazioni e di conseguenza agiscono.
L'autoefficacia si costruisce gradatamente nel corso della vita, attraverso la sperimentazione di situazioni diverse come:

- i **successi** o i **fallimenti** ("In passato ci sono riuscito? Quante volte? Ci sono riuscito grazie alle mie capacità?");
- le **esperienze** apprese tramite l'osservazione e l'imitazione, definite vicarie ("Altri ci sono riusciti? Come hanno fatto? Se ci sono riusciti loro, posso farlo anch'io");
- la **persuasione** e le **influenze sociali** ("Secondo gli altri ci riuscirò? Che cosa pensano gli altri delle mie capacità?");
- la **capacità immaginativa** che permette di anticipare le situazioni, le proprie reazioni emotive e comportamentali e le conseguenze delle proprie azioni ("Che cosa potrebbe accadere? Quali strategie posso mettere in atto?");
- la **persuasione verbale** ("Riesco a farmi comprendere dagli altri? Siamo sulla stessa lunghezza d'onda?");
- lo **stato fisiologico** ("Mi sento in forma? Il compito assunto richiede molta efficienza?");
- lo **stato emotivo** ("Sono sereno e tranquillo? Posso affrontare anche le situazioni difficili?").

Persone con bassa autoefficacia	Persone con alta autoefficacia
Sono intimidite da attività difficili e cercano di evitarle.	Affrontano compiti difficili con motivazione.
Hanno aspirazioni modeste e scarso impegno nel raggiungere gli obiettivi.	Si pongono obiettivi ambiziosi e si impegnano a raggiungerli.
Sono lente nel recuperare i fallimenti.	Recuperano velocemente la loro autoefficacia dopo i fallimenti.
Attribuiscono le prestazioni scadenti alle loro incapacità e perdono fiducia.	Attribuiscono l'insuccesso alla mancanza di conoscenze e di impegno.
Sono sopraffatte da ansia e stress.	Affrontano i problemi esercitando un buon controllo.
Nelle difficoltà abbandonano.	Nelle difficoltà intensificano il loro impegno e la loro costanza, forti dei successi passati.

UNITÀ 3

La comunicazione ai gruppi

1. Le caratteristiche della comunicazione di gruppo

I gruppi vivono di comunicazione, il bisogno di comunicare è talmente radicato che i membri lo fanno anche quando gli scambi non sono necessari o funzionali al raggiungimento di uno scopo.

Quando si parla delle caratteristiche della **comunicazione di gruppo** bisogna fare una distinzione tra:

- un gruppo, in cui ogni membro ha uno scambio comunicativo con gli altri componenti;
- un singolo relatore che propone le sue tematiche/opinioni a un gruppo di ascoltatori.

In tutti e due i casi, bisogna sempre tenere in considerazione che il gruppo, come si è detto nel modulo 1, unità 5, ha caratteristiche psicologiche diverse rispetto alle dinamiche relazionali che si possono presentare quando si interagisce con un singolo interlocutore. Esso è costituito da più persone, in interazione fra loro, che si influenzano sia nel comportamento sia nella comunicazione. Nell'esposizione in gruppo, rispetto a un dialogo fra due interlocutori, aumentano:

- il grado di coinvolgimento;
- il numero dei pensieri rilevanti (pro e contro);
- le aspettative;
- i punti di vista e le riflessioni;
- i vissuti personali di ogni componente.

In più viene favorito il confronto sociale. Comunicare con il gruppo e parlare a un gruppo vuol dire, da una parte, aver interiorizzato i meccanismi classici della comunicazione (affrontati nei moduli precedenti), dall'altra, conoscere anche le tecniche e gli accorgimenti specifici della comunicazione nel collettivo.

Figura 3.1 Il sofista Gorgia affermava: "La parola riesce a calmare la paura, eliminare il dolore, suscitare gioia e aumentare la pietà". Se la parola è in grado di influenzare i sentimenti e i comportamenti delle singole persone, essa è, di conseguenza, anche in grado di condizionare un'intera comunità.

2.4 Il possesso dello spazio fisico

Il possesso dello spazio fisico è un'abilità fondamentale ai fini dell'efficacia della comunicazione in pubblico e risulta direttamente proporzionale alla capacità del relatore, durante la sua esposizione, **di dominare con sicurezza lo spazio fisico e ambientale**.
Si sceglie di adottare una posizione piuttosto che un'altra in funzione del messaggio che si vuole trasmettere e della reazione che si vuole avere dai presenti.
A volte la distanza relatore-pubblico è un elemento già stabilito a priori (aula scolastica, sala conferenze ecc.), ma si può sempre, nella giusta misura, decidere di modificare la propria collocazione fisica statica a favore di una più dinamica e vitale.
Esaminiamo quattro casi.

1. **Posizione di coinvolgimento e coraggio:** ci si avvicina ai partecipanti, empaticamente ci si fonde con essi, s'instaura un rapporto diretto, si eliminano le barriere per stimolare fiducia e interesse.
2. **Posizione d'ascolto:** viene messa in atto quando un interlocutore pone una domanda. Inizialmente ci si avvicina a colui che parla, ma, subito dopo, ci si colloca nella parte opposta. Questa manovra è indispensabile per tenere viva l'attenzione degli altri partecipanti che, diversamente, potrebbero iniziare a chiacchierare, distraendosi.
3. **Posizione direttiva:** può essere utilizzata tutte le volte che si deve rispondere a una domanda oppure fornire indicazioni comportamentali. Si esce dal gruppo e si riprende la posizione centrale.
   Il risalto all'aspetto formale, in queste occasioni, serve a stimolare nel gruppo una concentrazione mirata.
4. **Posizione d'interazione:** il relatore, senza invadere lo spazio intimo (Modulo 1, Unità 3, paragrafo 3.2), si avvicina a tutti i componenti, sorridendo. La reazione a tale condotta è, per il comunicatore, un efficace *feedback* del livello di fiducia creatosi fino a quel momento fra le parti.

Approfondimento

La giusta distanza... La perfetta interazione...

In una fredda giornata d'inverno un gruppo di porcospini si rifugia in una grotta. Per proteggersi dal freddo gli animali si stringono uno all'altro. Ben presto però sentono le spine reciproche e il dolore li costringe ad allontanarsi l'uno dall'altro. Quando poi il bisogno di riscaldarsi li porta di nuovo ad avvicinarsi si pungono di nuovo.
Ripetono più volte questi tentativi, sballottati avanti e indietro tra due mali, finché non trovano quella moderata distanza reciproca che consente loro di scaldarsi e nello stesso tempo di non farsi male reciprocamente.

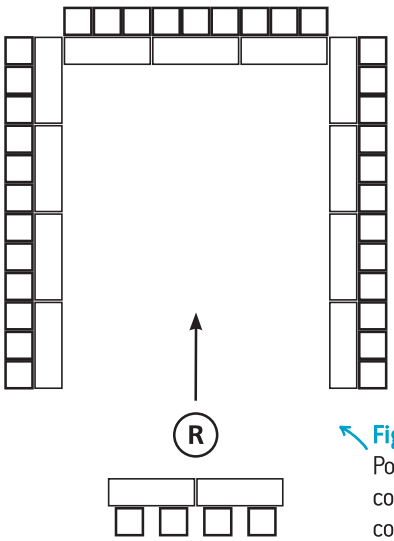

Figura 3.6a Posizione di coinvolgimento e coraggio.

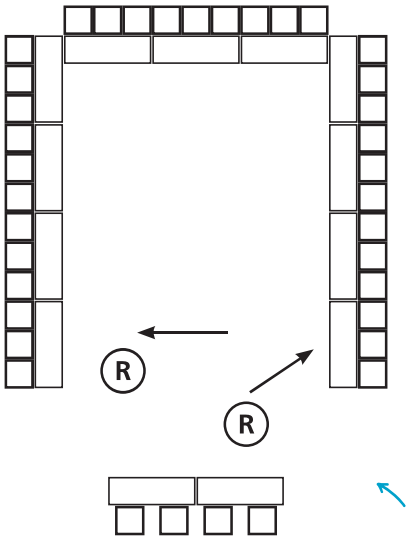

Figura 3.6b Posizione d'ascolto.

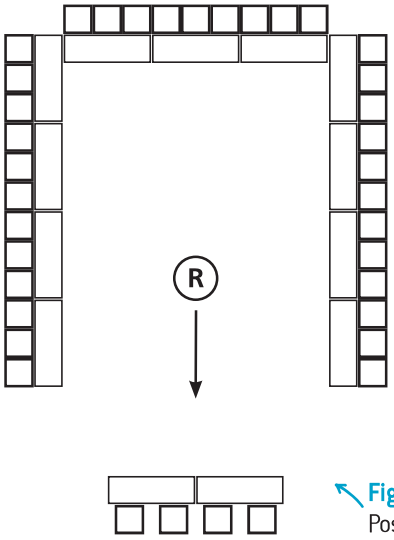

Figura 3.6c
Posizione direttiva.

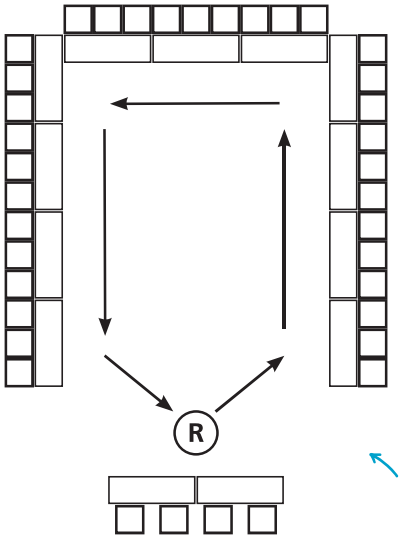

Figura 3.6d
Posizione d'interazione.

2.5 Il contatto visivo

> *Per farsi capire dalle persone, bisogna parlare prima di tutto ai loro occhi.*
>
> Napoleone Bonaparte

L'espressione "contatto visivo" è stata coniata a metà degli anni '60, ed è diventata, nel mondo occidentale, la definizione di un segno di **fiducia nella comunicazione sociale**. Fa parte della comunicazione non verbale (Modulo 1, Unità 3, paragrafo 3.2) ed è un canale fondamentale di comunicazione di informazioni emozionali in forma sia volontaria che inconsapevole. Attraverso un efficace contatto visivo con gli ascoltatori, si possono ottenere notevoli benefici:

- si trasmette la sensazione del colloquio a due, mostrando sicurezza e interesse verso l'interlocutore;
- si eliminano distrazioni visive;
- si ottiene una notevole padronanza dell'aula, cogliendo ogni piccolo segnale come affaticamento, dubbio, interesse ecc.;
- si attenua il nervosismo perché nel momento in cui lo sguardo del relatore viene lentamente proiettato sugli altri, si raggiunge automaticamente un rallentamento di tutte le altre attività motorie.

Un relatore non deve mai: guardare nel vuoto, leggere testi, guardare solo i volti più compiacenti o importanti, fare *scanning*, cioè dare occhiate fugaci e a scatti troppo brevi, fissare insistentemente la stessa persona.
Il contatto visivo cambia a seconda della tipologia di sala in cui si sta operando e del numero degli interlocutori.

Sala con sedie a semicerchio oppure tavoli a ferro di cavallo – Gruppi piccoli e medi

Il relatore, mentre parla, rimane fermo al centro della stanza e guarda uno alla volta tutti i componenti del gruppo.

Figura 3.7a Sala con tavoli a ferro di cavallo.