

CORSO DI FORMAZIONE

FORMATORI EX ART. 37 D.LGS. 81/08

Seminario 3 – Formazione specifica

Modulo 3

Comunicazione efficace in materia di salute e sicurezza del lavoro

*“La comunicazione funziona bene quando gli altri
fanno esattamente quello che vuoi tu.”*

Formatore anonimo

Dalla norma...

il d.lgs. 81/08 amplia le misure generali di tutela (art. 15) rispetto al d.lgs. 626/94 e assegna un ruolo strategico ai processi di informazione, formazione ed addestramento

sottolinea l'importanza fondamentale dello sviluppo di una **cultura della prevenzione** nei luoghi di lavoro per il miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza



Formazione

“processo educativo attraverso il quale trasferire ai lavoratori ed agli altri soggetti del sistema di prevenzione e protezione aziendale conoscenze e procedure utili alla acquisizione di competenze per lo svolgimento in sicurezza dei rispettivi compiti in azienda e alla identificazione, alla riduzione e alla gestione dei rischi”

(art. 2 c. 1 d.lgs. 81/08)

Informazione

“complesso delle attività dirette a fornire conoscenze utili alla identificazione, alla riduzione e alla gestione dei rischi in ambiente di lavoro”

(art. 2 c. 1 d.lgs. 81/08)

Addestramento

“complesso delle attività dirette a fare apprendere ai lavoratori l'uso corretto di attrezzature, macchine, impianti, sostanze, dispositivi, anche di protezione individuale, e le procedure di lavoro”

(art. 2 c. 1 d.lgs. 81/08)

...alla cultura...

“Fare formazione nella sicurezza significa sviluppare cultura partendo dalla cultura esistente tenendo conto del contesto organizzativo, dei processi di produzione, delle norme scritte e non scritte che li governano, dei linguaggi, dei modi di pensiero e delle modalità di percezione e rappresentazione del rischio che caratterizzano le organizzazione in cui ci si trova ad agire.”

Carlo Galimberti



i sociologi definiscono la cultura come:

"un insieme concatenato di modi di pensare, sentire e agire più o meno formalizzati che, essendo appresi e condivisi da una pluralità di persone, servono, in modo a un tempo oggettivo e simbolico, a costituire queste persone in una collettività particolare e distinta"

Émile Durkheim

...ai comportamenti

ogni specifico contesto sociale e organizzativo sviluppa una sua specifica definizione e cultura del pericolo e della sicurezza

sulla base di questa definizione e cultura, piuttosto che su una serie di calcoli di probabilità o di giudizi razionali, vengono compiute, molto spesso, le scelte nei confronti dei rischi

L'INFORMAZIONE È NOTIZIA

è l'attività di trasferimento di dati, notizie, conoscenza di fatti che modifica il livello di conoscenze di chi riceve l'informazione

LA COMUNICAZIONE È COMPORTAMENTO

è l'attività volta ad ottenere un certo comportamento attraverso l'informazione

“La comunicazione, essenza delle relazioni umane, è un processo di interazione fra le persone finalizzato alla condivisione di informazioni, esperienze, pensieri ed emozioni, attraverso un flusso di messaggi fra i soggetti coinvolti caratterizzato da influenzamento reciproco”

Emanuele Invernizzi

Assiomi e principi della comunicazione

- ✓ non si può non comunicare
- ✓ esistono livelli comunicativi di contenuto e di relazione
- ✓ in una relazione “sana” (coerenza linguaggio verbale e non verbale), il contenuto “prevale” sulla relazione (ovvero il messaggio arriva al destinatario)
- ✓ le fasi della comunicazione sono scandite dalla “punteggiatura” messa in atto dai comunicanti

Paul Watzlawick

Assiomi e principi della comunicazione

- ✓ esistono ambiguità e paradossi nella comunicazione
- ✓ la relazione può essere simmetrica (le persone sono sullo stesso piano) o complementare
- ✓ la meta-comunicazione è la comunicazione sulla comunicazione
- ✓ la comunicazione concerne la semiotica (cioè aspetti relativi ai simboli e ai segni) e la cinesica (il linguaggio non verbale)

Paul Watzlawick

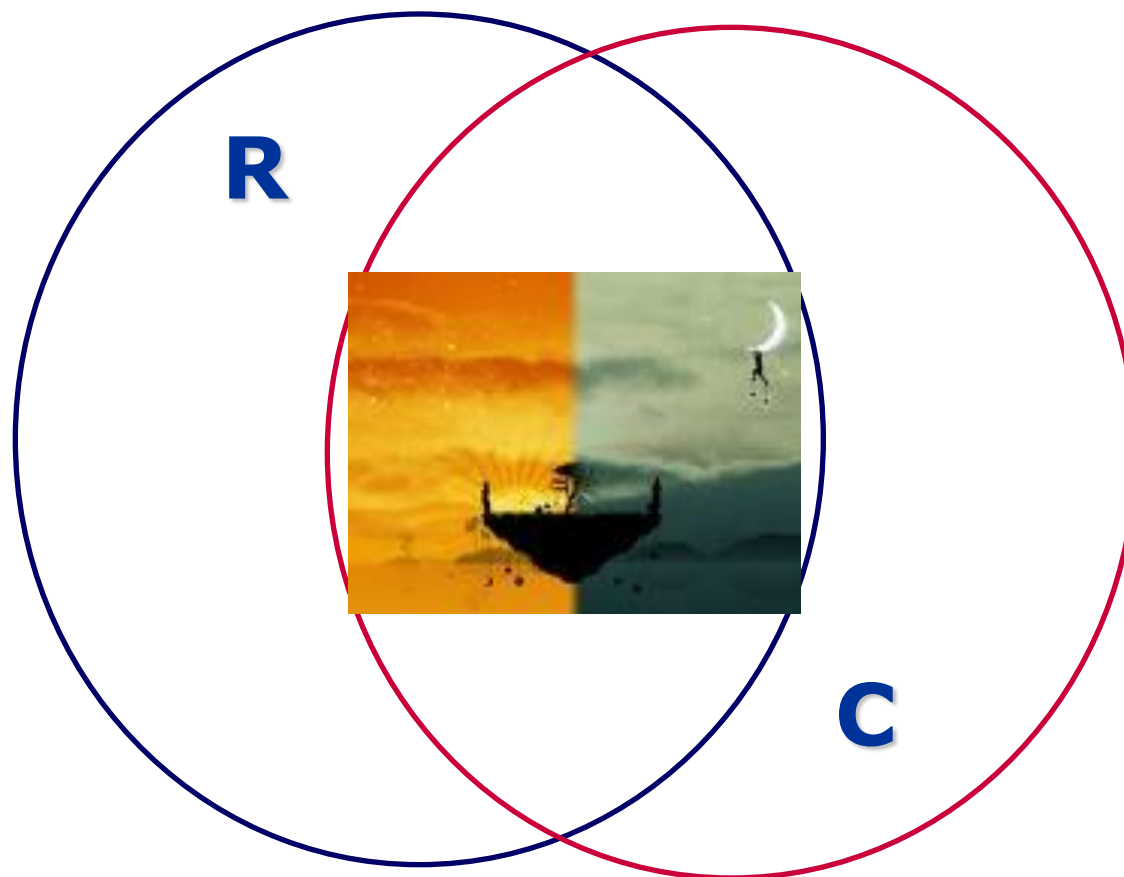
**comunicare significa andare incontro alle persone
nel loro mondo suscitando una reazione**

Milton Erickson

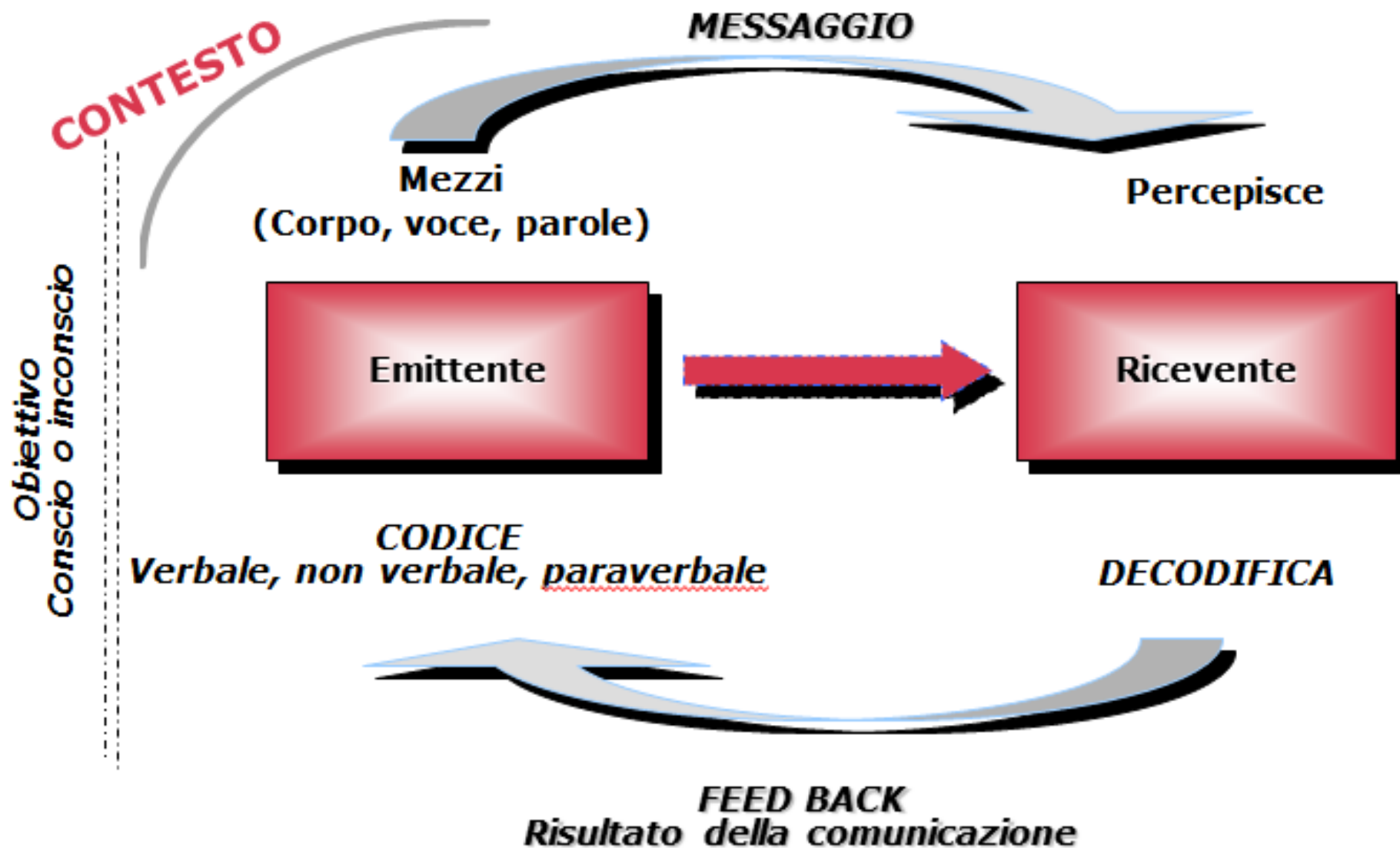


La relazione nella comunicazione

in ogni comunicazione c'è un aspetto di contenuto e uno di relazione



Gli elementi della comunicazione

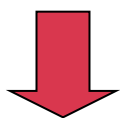


La dispersione della comunicazione

Emittente

vuole
dire

100%



riesce a
dire

80%



Ricevente

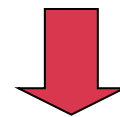
ascolta

60%



comprende

40%



ricorda

20%

La dispersione della comunicazione

aspetti da presidiare nella comunicazione:

- focalizzare l'attenzione su chi parla
- parlare direttamente con gli interlocutori, preferire quindi un “contatto visivo”, che permetta di cogliere anche i segnali di comunicazione non verbale
- lasciare a chi parla tempi adeguati per esprimersi prima di porre domande

Saper ascoltare

“ascoltare”, processo mentale più sofisticato del “sentire”, vuol dire “trattenersi di proposito a udire attentamente il messaggio dell’interlocutore”, cioè:

- ✓ raccogliere informazioni da chi parla
- ✓ sospendere il giudizio mentre qualcuno parla
- ✓ dimostrare attenzione a chi parla in modo da incoraggiarlo a proseguire la comunicazione
- ✓ intervenire con osservazioni limitate ma incoraggianti

l'ascolto è dato da:

comprensione del messaggio

disponibilità ad approfondire senza fretta e senza
pregiudizi

accettazione del “peso” che ha il messaggio per
chi lo invia

Saper ascoltare

i vantaggi:
riduce le incomprensioni
induce l'interlocutore ad esprimersi senza timore
coinvolge le persone
permette la partecipazione attiva



“È bene parlare solo quando si deve dire qualcosa che valga più del silenzio”

Abate Dinouart “L'arte di tacere”

IL PRIMO PILASTRO

IL SILENZIO

IL SECONDO PILASTRO

LE DOMANDE APERTE

IL TERZO PILASTRO

LA RIFORMULAZIONE

IL QUARTO PILASTRO

LE DOMANDE DI PRECISIONE

IL QUINTO PILASTRO

L'INCORAGGIAMENTO

IL SESTO PILASTRO

IL RIASSUNTO

**SU QUELLO SU CUI SI E' D'ACCORDO
SU CIO' SU CUI NON SI E' D'ACCORDO
SU CIO' CHE RESTA DA DISCUTERE**

L'empatia

una differente tipologia di ascolto è l'empatia (“einfuhlung”, “sentire dentro”)

“capacità di percepire l'esperienza soggettiva altrui attraverso un processo di immedesimazione nell'altro che evoca stessi stati d'animo e sentimenti”

contiene il suffisso “pathos”
immedesimazione:
“sentire come l'altro sente”



L'empatia

favorisce la costituzione di un clima di comprensione, fiducia, sostegno che permette all'individuo di aprirsi, sperimentare, apprendere, crescere, collaborare, comunicare

quindi, ascoltare in modo empatico serve a:

- ✓ capire la situazione
- ✓ costruire relazioni
- ✓ condividere
- ✓ raggiungere obiettivi

Il feed-back

il feed-back è il messaggio di ritorno di una comunicazione e quindi la verifica se la nostra comunicazione è arrivata al destinatario così come la volevamo trasferire

caratteristiche del feed-back “utile”

specifico

costruttivo

faccia a faccia

tempestivo

orientato al futuro

continuativo

bi-direzionale

Il feed-back organizzativo

feed-back corretti e ascolto
facilitano le relazioni e alimentano la
positività del clima di lavoro

il feed-back è uno strumento di
empowerment (rafforzamento e
valorizzazione) delle capacità lavorative

utile per orientare e consolidare
comportamenti organizzativi efficaci
e positivi dei colleghi

La relazione

RELAZIONE AGGRESSIVA



RELAZIONE PASSIVA



RELAZIONE ASSERTIVA



Aggressività



tendenza a dominare e svalutare gli altri
comportamento **centrato su se stesso**
accompagnato dalla volontà di mettere gli
altri in condizione di inferiorità: **critico**,
valutativo, non ascolta gli altri

Passività

comportamento centrato sugli altri, sempre conciliante, orientato ad evitare conflitti e contrapposizioni

rinuncia all'esercizio dei propri diritti per il timore di perdere **l'approvazione** degli altri



Assertività

dal latino “asserere”, affermare le proprie opinioni e diritti nel rispetto degli altri

l'assertività è una modalità comunicativa e relazionale attraverso la quale si riesce a far valere il proprio punto di vista o esigenza con la persuasione, orientando le scelte e ottenendo il consenso altrui

il comportamento assertivo permette di farsi rispettare nel rispetto dell'altro

“vinco io e vinci tu”

“io sono ok, tu sei ok”



si esprime nella capacità di usare in ogni contesto relazionale strumenti e modalità che facilitano il raggiungimento degli obiettivi e retroazioni positive



indicatori:

- ✓ sicurezza (controllo dell'ansia) e professionalità
- ✓ risposte soddisfacenti e costruttive alle richieste e alle critiche
- ✓ gestione efficace delle situazioni di conflitto

componenti dell'assertività

- ✓ avere stima di sé e degli altri
- ✓ ascoltare e comunicare con efficacia
- ✓ assumere responsabilità e rischi
- ✓ saper dire di no senza offendere
- ✓ saper ammettere un errore
- ✓ dare feedback positivi e criticare in modo costruttivo
- ✓ esprimere le emozioni in forma positiva

Gli ingredienti della comunicazione efficace

LA PREPARAZIONE

(obiettivi, destinatari, contenuti)

IL LINGUAGGIO DEL CORPO

(mimica, gesti, sguardi, postura, prossemica, abbigliamento)

LA VOCE

(tono, volume, pause)

LE PAROLE

(gergo e tecnicismi)

La preparazione

le domande della comunicazione



perché?



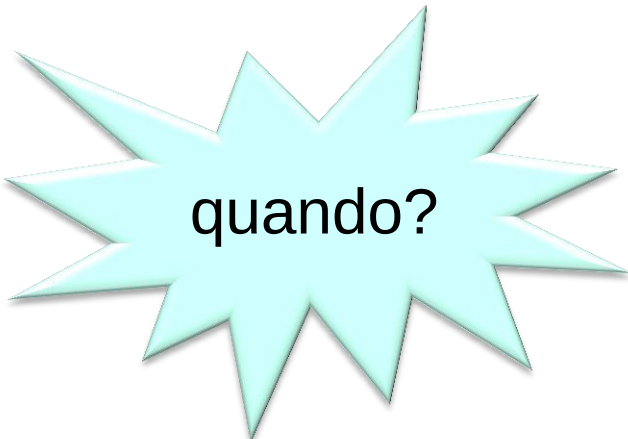
a chi?



cosa?



come?



quando?

CONDIZIONI PER L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE

diagnosi consapevole, finalizzata e articolata degli interlocutori coinvolti nel processo di comunicazione

popolazioni diverse richiedono modalità di comunicazione diverse

non “cosa devo dire” ma

- ✓ quali obiettivi voglio o posso raggiungere
- ✓ a quale pubblico mi rivolgo

non “il meglio di ciò che so” del contenuto ma

il meglio di ciò che so in funzione
degli obiettivi

La preparazione

si parte da...



si arriva a...

**dico tutto quello che
voglio**



**dico quello che
serve**

delimitare l'argomento:

***“IL SEGRETO PER ESSERE
NOIOSI È DIRE TUTTO”***

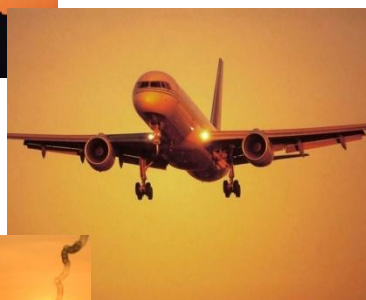
Voltaire

La preparazione

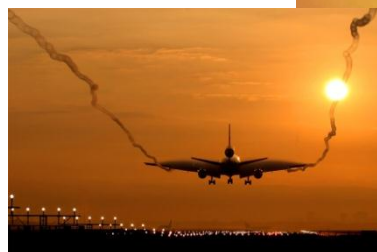
un viaggio in aereo



1. IL DECOLLO
suscitare attenzione



2. IL VOLO
mantenersi in quota



3. L'ATTERRAGGIO
ottenere il massimo ricordo

Il linguaggio del corpo



Il linguaggio del corpo



noi parliamo
con gli organi vocali
ma conversiamo
con tutto il corpo

Il linguaggio del corpo

un discorso può essere **fatto** in tanti modi

QUALI SONO I NOSTRI **MOVIMENTI**?

- mimica
- gestualità
- postura
- prossemica



un discorso può essere **detto** in tanti modi

COM'È LA NOSTRA **VOCE**?

- il tono
- il ritmo
- il volume
- le pause



CATTURARE L'ATTENZIONE CON...



**“Parlare oscuratamente
lo sa fare ognuno
ma chiaro,
pochissimi”**

Galileo Galilei



Il codice

il codice è il **sistema di segni** con cui l'emittente formula (codifica) il messaggio che invia al destinatario, una **convenzione comunicativa** (linguaggio) che rende possibile la produzione e lettura del messaggio

la decodifica è possibile solo se mittente e destinatario conoscono e condividono il codice

il lessico è collegato al contenuto

SPECIALISTICO

riguarda discipline
e/o aree con alto
grado di
specializzazione
(es. l'informatica)

SETTORIALE

riguarda settori o
ambiti di lavoro
non specialistici
(es. la lingua dei
mass-media)

Il lessico tecnico

vantaggi del lessico tecnico

- ✓ precisione e rigore
- ✓ oggettività e neutralità emotiva
- ✓ economia di linguaggio
- ✓ ufficialità e formalità

cosa accade se il destinatario
non condivide il nostro
codice tecnico?



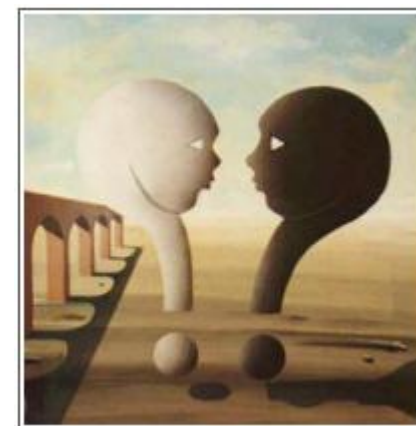
Comunicare con interlocutori non esperti

la comunicazione è un processo a due vie

usare un linguaggio tecnico, non comprensibile
nega i principi stessi della comunicazione

chi comunica con un “interlocutore non esperto” deve:

- avere la consapevolezza di dover fronteggiare la distanza che lo separa dal destinatario
- avere la capacità di utilizzare accorgimenti per ridurre al minimo i rischi che derivano da tale distanza



Comunicare con interlocutori non esperti

comunicare significa flessibilità relazionale

ma anche

flessibilità lessicale



Comunicare con interlocutori non esperti

- usare il feed-back
- riformulare scegliendo parole del linguaggio comune
- usare esempi
- limitare il ricorso a sigle e acronimi
- rinunciare a arcaismi, latinismi e neologismi
- preferire le parole brevi

La percezione

noi conosciamo la realtà e gli altri tramite la percezione
ma la percezione non è un'esatta fotografia del mondo esterno

anche se spesso pensiamo
che ciò che percepiamo sia “vero”,
la percezione è piuttosto una sintesi operata
da ogni soggetto tra il mondo esterno
e il proprio mondo interno

La percezione

la comunicazione risponde a criteri di efficacia quando e se:

- ✓ entrambi gli interlocutori attribuiscono lo stesso significato ad un certo messaggio
- ✓ la comunicazione di relazione rinforza quella di contenuto ed è coerente con il contesto in cui avviene

...ma se questo non succede?

I disturbi della comunicazione



disturbi tecnici

- ❑ ostacolano la percezione del suono (*rumori di ambiente, interruzioni esterne, ecc*) - sono eliminabili

barriere sociali

- ❑ differenze culturali (di codice, di status, di valori, ecc) - sono modificabili solo in parte

barriere psicologiche

- ❑ filtri percettivi, pregiudizi, stati emotivi individuali - favoriscono interpretazioni errate del messaggio e sono il campo di azione della metacomunicazione

I disturbi della comunicazione

esterni

disturbi telefonici, interventi di persone terze, rumori...

interni

aggressioni verbali, pregiudizi, stereotipi, esplicitazione di giudizi riguardo ai soggetti o al concetto espresso, distrazione o insofferenza, segni di diniego, non ascolto, silenzio continuo, togliere la parola bruscamente, interventi continui o di durata eccessiva...

che cos'è un'obiezione?

- ✓ resistenza ad accettare la nostra visione/proposta
- ✓ resistenza alla relazione

ma spesso è anche

- ✓ richiesta di informazioni/approfondimenti
 - ✓ espressione di interesse problematico
- ...spesso implicita/nascosta

Le obiezioni

gestione delle obiezioni:

- ✓ prima di rispondere essere sicuri di aver capito l'obiezione
- ✓ rispondere in modo calmo e amichevole
- ✓ non contraddire l'interlocutore apertamente
- ✓ rispettare le obiezioni anche quando non sono condivise
- ✓ condensare le risposte
- ✓ dopo le nostre risposte verificare se l'interlocutore è convinto
- ✓ imparare a conoscere sempre meglio l'interlocutore

Canali comunicativi

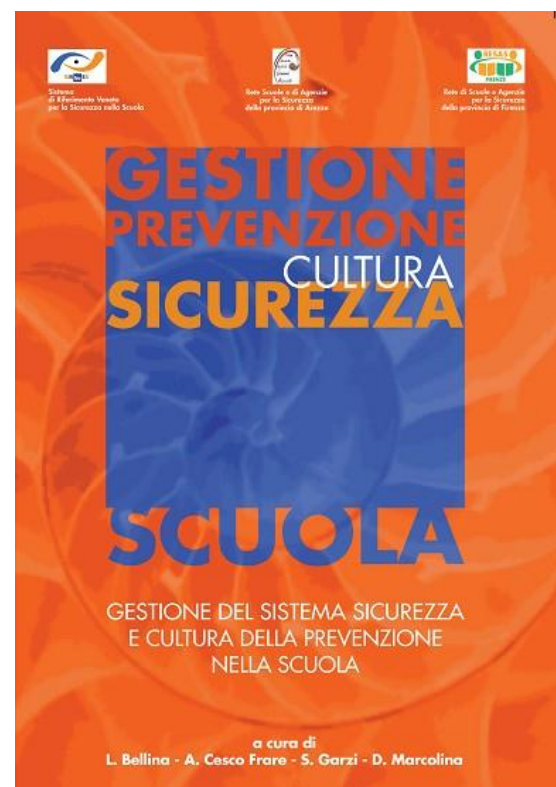
come trasmettere le informazioni

- riunioni, assemblee, incontri per gruppi di lavoro
- avvisi in bacheca, lettere personali, e-mail
- pieghevoli, volantini, guide
- segnaletica di sicurezza
- siti web

Comunicare la sicurezza



pubblicato sul Bollettino
Ufficiale della Regione
Piemonte n. 27 del 5 luglio 2012



realizzato dalle Reti di Toscana
e Veneto e pubblicato da INAIL
e MIUR

www.inail.it

f.moroni@inail.it