



La comunicazione

GIROLAMI LAURA
CORSO ADDETTO ALLE ATTIVITÀ AMMINISTRATIVO
SECRETARIALI

SOMMARIO

INTRODUZIONE	3
1.COS'è LA COMUNICAZIONE?	4
3. TIPI DI COMUNICAZIONE	6
3.1 La comunicazione visiva	6
3.2 La comunicazione verbale	7
3.3 La comunicazione scritta	7
3.4 La comunicazione strategica	7
4.I LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE	8
5.GLI STILI DELLA COMUNICAZIONE	9
6.I CANALI DELLA COMUNICAZIONE	10
7.LA LETTERA COMMERCIALE	11
7.1 Gli elementi della lettera commerciale	11
7.2 Come scrivere una lettera commerciale	12

INTRODUZIONE

Al termine del corso di “Addetto alle attività amministrativo-segretariali” ho scelto di esporre, con la mia tesi, il tema della comunicazione.

Comunicare significa mettere insieme, scambiare informazioni, conoscenze, bisogni, atteggiamenti, emozioni, percezioni tra soggetti coinvolti in un determinato contesto spazio-temporale su tematiche comuni.

La comunicazione quindi non è solo passaggio unidirezionale di notizie e di informazioni, non è divulgazione ma è interazione e feedback, è condivisione di significati, di punti di vista per affrontare problematiche comuni. Senza dubbio la comunicazione interpersonale faccia a faccia e in parte anche la comunicazione telefonica rappresentano le modalità attraverso le quali è possibile realizzare queste condizioni.

Nel processo comunicativo assumono rilevanza significativa non solo i contenuti (le informazioni), ma anche il sistema di valori, i pregiudizi, i vissuti personali, gli stili comunicativi dei soggetti interagenti.

Anche il contesto (familiare, sociale, lavorativo) nel quale avviene la comunicazione ha la sua rilevanza in quanto influenza il modo di pensare e lo stato d’animo degli interlocutori.

1. COS'È LA COMUNICAZIONE?

La comunicazione è un processo, nel quale trasmettiamo informazioni a una o più persone, attraverso lo scambio di un messaggio, che viene elaborato da chi lo riceve secondo un codice che deve essere comune.

La parola 'comune' qui è importante, perché se il codice non è condiviso fra noi e le persone con cui comunichiamo, la comunicazione rischia di spezzarsi e di non raggiungere il suo obiettivo, ovvero quello di trasmettere un certo messaggio.

Ogni singolo istante della nostra vita noi comunichiamo e questo può farci pensare che la comunicazione sia qualcosa di naturale, priva di passaggi o di strani intrecci.

Vero! La comunicazione è naturale, ma per diventare comunicatori eccellenti bisogna andare un po' più in profondità e capire come funziona la comunicazione.



2. COME FUNZIONA LA COMUNICAZIONE

La teoria della comunicazione, ovvero la scienza che studia l'invio e la ricezione delle informazioni, parla di diversi tipi di comunicazione, che si applicano a situazioni comunicative diverse.

Nel processo di comunicazione è però fondamentale scegliere il livello di comunicazione, lo stile di comunicazione, il canale di comunicazione e i contenuti giusti.

Gli elementi tipici della comunicazione, sia essa interpersonale, istituzionale e di massa, sono quattro: l'emittente, il messaggio, il canale e il ricevente.

Il concetto è perfetto e lineare: l'emittente può pensare di inviare un'informazione usando un certo canale e, in un modo o nell'altro, il messaggio arriva al ricevente ma dietro c'è molto di più e per creare una comunicazione efficace, è necessario farsi delle domande:

- Con chi devo comunicare?
- Che tipo di messaggio devo inviare?
- Qual è il canale giusto da utilizzare?
- In che modo ottenere l'effetto desiderato?

Le risposte a tutte queste domande si potranno avere analizzando attentamente tutte le caratteristiche della comunicazione.

3. TIPI DI COMUNICAZIONE

Quando si parla di comunicazione si fa riferimento a tre macro-tipi di comunicazione:

- la **comunicazione interpersonale** che è uno scambio di informazioni tra due o più persone, può essere diretta, faccia a faccia, o mediata;
- la **comunicazione istituzionale**, utilizzata dalle istituzioni per comunicare con la propria collettività;
- la **comunicazione di massa** (comunicazione d'impresa o comunicazione di marketing) che consente di trasmettere e scambiare informazioni a un vasto pubblico e su lunghe distanze, con scopi informativi, persuasivi o commerciali.

Le comunicazioni istituzionali e di massa (sia private che pubbliche) si possono suddividere in:

- comunicazione visiva
- comunicazione verbale
- comunicazione scritta
- comunicazione strategica

Capire qual è la comunicazione più appropriata è un passaggio necessario per sviluppare capacità comunicative e raggiungere gli obiettivi della comunicazione.

3.1 La comunicazione visiva

La **comunicazione visiva** è l'invio di informazioni attraverso le immagini: fotografie, grafiche e grafici, modelli e qualsiasi altro elemento visuale possa permettere a chi lo guarda di creare l'associazione con un messaggio. Lo scopo della comunicazione visiva è chiarire il messaggio, rafforzarlo se serve e anche suscitare un interesse che coinvolge più sensi, su tutti la vista. Questo interesse, a sua volta, alza la soglia di attenzione, rendendo il messaggio potenzialmente più efficace.

3.2 La comunicazione verbale

La **comunicazione verbale** presuppone l'impiego delle parole per condividere le informazioni. Le parole possono essere veicolate attraverso la Tv, la radio, i podcast e i canali social che presuppongono la presenza di contenuti video. La comunicazione verbale è efficace quando emittente e ricevente raggiungono un accordo sui significati del linguaggio che condividono.

3.3 La comunicazione scritta

La **comunicazione scritta** è una comunicazione dove la parola assume una forma scritta per veicolare un certo messaggio. L'esempio più chiaro è il giornale, che può essere un quotidiano, un magazine, un periodico ecc. che convoglia informazioni espresse con parole, ordinate in un supporto cartaceo oppure online.

3.4 La comunicazione strategica

La **comunicazione strategica** è una forma di comunicazione scritta; anch'essa si avvale delle parole per trasmettere un messaggio ma diventa strategica quando viene plasmata su obiettivi che possono essere persuasivi, ma anche informativi o promozionali.



4. I LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE

I livelli di comunicazione interpersonale universalmente riconosciuti sono tre: **verbale**, **paraverbale** e **non verbale** e, affinché un messaggio sia efficace, è bene che tutti e tre i livelli siano sintonizzati fra di loro.

- Il **livello verbale** è costituito dalle parole, dalle frasi, ovvero da ciò che crea il contenuto del messaggio.
- Il **livello paraverbale** interessa le modalità, come ad esempio il volume della voce, ma anche il tono con cui scrivi un post.
- Il **livello nonverbale** è l'insieme dei movimenti che assume il tuo corpo durante la comunicazione.

Se i tre livelli sono disallineati si genera confusione e di conseguenza scarsa credibilità, mentre quando i tre livelli sono in linea, si crea chiarezza e coerenza, ingredienti fondamentali per comunicare con efficacia in ogni situazione.

5. GLI STILI DELLA COMUNICAZIONE

Quando si parla di stili di comunicazione si deve separare l'aspetto proprio della comunicazione interpersonale da quello della comunicazione d'impresa. Qualsiasi sia il tipo di comunicazione verbale, non verbale, scritta o visiva si possono utilizzare diversi stili di comunicazione: passivo, aggressivo, passivo-aggressivo e assertivo.

La **comunicazione passiva** viene utilizzata quando le persone desiderano apparire indifferenti rispetto all'argomento in questione. Supportano tutte le opinioni, non importa quanto diverse esse siano da ciò che pensano o provano davvero.

La **comunicazione aggressiva** viene utilizzata quando le persone sopraffanno la conversazione con i propri pensieri e si rifiutano di ascoltare le idee degli altri.

La **comunicazione assertiva** è il modo più efficace per comunicare. Con questo stile, le persone esprimono i loro pensieri, idee e opinioni rispettando e ascoltando anche quelli degli altri.



6. I CANALI DI COMUNICAZIONE

I canali di comunicazione possiamo dividerli in base ai due diversi tipi di comunicazione, la comunicazione interpersonale e la comunicazione istituzionale o di impresa.

Molto spesso viene utilizzato il termine strumenti di comunicazione invece che canali di comunicazione. Sono due modi per dire la stessa cosa e in questo articolo preferiamo utilizzare ‘canali di comunicazione’.

Il canale della comunicazione interpersonale è il corpo, ovvero la voce nella comunicazione verbale e il corpo in quella non verbale.

Sguardo, posizione delle braccia e delle gambe, ammiccamenti, lacrime, sono tutti elementi non verbali che però comunicano, ovvero trasmettono un messaggio.

I canali della comunicazione di impresa vengono talvolta definiti strumenti di comunicazione in quanto hanno il potere di canalizzare un messaggio, ovvero di trasmetterlo ai riceventi.

I canali della comunicazione d’impresa possono essere divisi basandosi sulla divisione in merito ai quattro livelli della comunicazione stessa.

Tra i tanti strumenti di comunicazione abbiamo la comunicazione scritta di impresa che si avvale di lettere commerciali.



7. LA LETTERA COMMERCIALE

Per scrivere una lettera commerciale è necessario essere professionali e conoscere le principali regole da seguire, poiché la maggior parte di queste lettere segue un formato preciso e facile da apprendere che è possibile adattare a qualsiasi tipo di contenuto.

Ci sono regole base di una lettera commerciale come, ad esempio, che deve sempre contenere la data, le informazioni sul mittente e sul destinatario e alcuni paragrafi del corpo legati al prodotto e/o servizio che stiamo offrendo.

7.1 Gli elementi della lettera commerciale

La lettera commerciale deve contenere i seguenti elementi:

- Il **mittente** è colui che invia la lettera
- Il **destinatario** è colui al quale la lettera viene inviata
- **Luogo e data**
- **Oggetto** indica il motivo per cui si scrive la lettera
- L'**apertura** è una scrittura che viene scelta per iniziare la lettera
- Il **corpo della lettera** è il contenuto del messaggio
- **Saluto** è una scrittura che viene scelta per concludere la lettera
- **Firma del mittente** è il nome del mittente
- **Allegato** è un documento che accompagna la lettera



7.2 Come scrivere una lettera commerciale

Per scrivere una lettera commerciale è necessario:

- Scrivere sempre prima il luogo e la data
- Scrivere l'oggetto in modo sintetico ed esauriente
- Rivolgersi al destinatario sempre dando del "Voi", se è una persona giuridica mentre se è una persona fisica, ci si può rivolgere usando il "Lei"
- Iniziare la lettera usando un'apertura formale ad esempio, Gentile cliente, Egr.Sig., Spett.le Ditta
- Scrivere il corpo della lettera con toni formali, distaccati evitando discorsi lunghi e toni di confidenza
- Chiudere la lettera con un saluto altrettanto formale come ad esempio, distinti saluti
- Scrivere la formula di chiusura.



Conclusioni

Dopo aver esposto il tema della comunicazione e di aver approfondito tutte le sue caratteristiche posso confermare che la comunicazione resta un punto cardine nella nostra vita quotidiana poiché grazie ad essa l'uomo si è evoluto, si è migliorato raggiungendo alti livelli nella società moderna.

