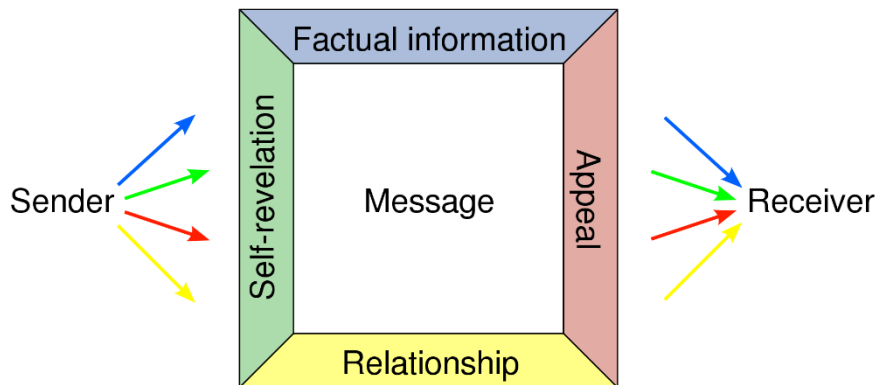


## MATERIALI per i PARTECIPANTI

### IL MODELLO DELLA COMUNICAZIONE QUATTRO-ORECCHI

Il **modello delle quattro-dimensioni** (anche conosciuto come **quadrato della comunicazione** o **modello quattro-orecchi**) è un modello di comunicazione di [Friedemann Schulz von Thun](#). Secondo questo modello ogni messaggio ha quattro aspetti, anche se non su tutti viene messa la stessa enfasi. I quattro lati del messaggio sono: i fatti, l'auto-rivelazione, la relazione e la richiesta.



#### Relazione

Il riquadro della comunicazione descrive la struttura a più dimensioni della comunicazione umana. Esso combina il postulato (secondo assioma) di [Paul Watzlawick](#), cioè che ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione, con le tre parti del modello [Organon](#) di [Karl Bühler](#), cioè che ogni informazione contiene qualcosa sul fatto in sé, su colei/ui che la invia e colei/ui che la riceve. Tali modelli sono anche noti nella linguistica come modelli dell'atto linguistico ([speech act](#)).

#### Le quattro dimensioni della comunicazione

- La *dimensione del fatto* contiene affermazioni che sono dati di fatto, come dati o eventi che fanno parte della notizia.
- Nell' *auto-rivelazione* o apertura di sé chi parla – consapevolmente o senza volerlo – dice qualcosa di sé, le sue motivazioni, valori, emozioni, ecc.
- Nella *dimensione della relazione* è espressa la risposta ricevuta, come il „mittente” sta in relazione con il „ricevente” e cosa pensa di lui.
- La *dimensione della richiesta* contiene il desiderio, il parere, le indicazioni e gli effetti che chi parla sta cercando.

Ogni dimensione individualmente può essere fraintesa. L'esempio classico di Schulz von Thun è quello del passeggero seduto davanti che dice all'autista: "Hey, Il semaforo è verde". Il conducente capirà qualcosa di diverso a seconda dell'orecchio che utilizzerà e reagirà di conseguenza (sulla dimensione del fatto potrebbe intendere il "**dato di fatto**" "*il semaforo è verde*", ma potrebbe anche intenderlo come un "**ordine**" "*Dai, muoviti!*", oppure sul piano della "**relazione**" potrebbe prenderlo come un "*voglio aiutarti*" o, se ascoltasse tra le righe, "*sono di fretta*" che rivelerebbe parte del sé "**auto-rivelazione**"). L'enfasi sulle quattro dimensioni può essere intesa ed espressa in modi diversi e può anche essere compresa in modi diversi. Così il mittente potrebbe sottolineare la richiesta contenuta nel messaggio e il ricevente potrebbe ricevere principalmente la parte del messaggio relativa alla relazione. Questo è uno dei motivi principali dei malintesi.

#### La dimensione del fatto

Di cosa informo:

sulla **dimensione del fatto** il mittente informa su dati, fatti e dichiarazioni. È compito del mittente quello di inviare queste informazioni in modo chiaro e comprensibile.

Il ricevente verifica con „l'orecchio del Fatto” se il messaggio soddisfa i criteri di verità (vero/falso), di pertinenza (pertinente/non pertinente) e di completezza (soddisfacente/qualcosa va aggiunto). In un gruppo che sta insieme da tanto la dimensione del fatto è chiara e necessita solo di poche parole.

### La dimensione dell'auto-rivelazione

Cosa rivelo di me:

in ogni comunicazione ci sono informazioni sul mittente. Nella dimensione **dell'auto-rivelazione** o della manifestazione di sé il mittente si rivela. Questo messaggio si compone di espressioni del sé consapevoli così come di rivelazioni di sé non intenzionali, che non sono consapevoli al mittente (vedi anche la finestra di [Johari](#)). Così ogni comunicazione diventa un'informazione sulla personalità del mittente.

“L'orecchio auto-rivelazione” del ricevente percepisce quali informazioni sul mittente sono nascoste nel messaggio.

### La dimensione della relazione

Cosa penso di te (opinione su di te) e come possiamo procedere insieme (opinione su di noi):

la **dimensione della relazione** esprime come il mittente intende stare in relazione con il ricevente e cosa pensa di lui. Dal modo in cui gli parla (modo di formulare il discorso, linguaggio del corpo, tono della voce...) può esprimere stima, rispetto, gentilezza, disinteresse, disprezzo o qualcos'altro.

A seconda di quale messaggio il ricevente sente con „l'orecchio della relazione”, egli può sentirsi depresso, accettato o trattato con condiscendenza. Una buona comunicazione si distingue per una reciproca considerazione.

### La dimensione della richiesta

Cosa vorrei che tu facessi:

chi fa un'affermazione, desidera anche che abbia un effetto. Questo **messaggio di richiesta** dovrebbe indurre il ricevente a fare qualcosa o lasciare qualcosa incompiuto. Il tentativo di influenzare l'altro può essere più meno aperto (parere) o nascosto (manipolazione).

Con il suo “orecchio richiesta” il ricevente si domanda: "Cosa devo fare, pensare o provare ora?"

Esempio: le mamme sono molte condizionate dalle richieste dei figli. "Mamma! Le scarpe .... " "Si! Arrivo subito e te le metto!"

### Esempi

1. Il poliziotto dice: "Il semaforo è verde!"
2. La moglie dice al marito che è appena tornato a casa: "è già tardi..."
3. Due persone stanno mangiando insieme un pasto fatto in casa. Quella che non ha cucinato dice: "c'è qualcosa di verde nella minestra".

#### Mittente

Il fatto:	<i>C'è qualcosa di verde</i>
L'auto-rivelazione:	<i>Non so cosa sia</i>
La relazione:	<i>Tu dovresti sapere cos'è</i>
La richiesta:	<i>Dimmi cos'è!</i>

#### Ricevente

Il fatto:	<i>C'è qualcosa di verde</i>
L'auto-rivelazione:	<i>Non sai cosa sia quella cosa verde e questo ti mette a disagio.</i>
La relazione:	<i>Pensi che la mia cucina lasci a desiderare</i>
La richiesta:	<i>Dovrei cucinare solo quello che conosci in futuro!</i>

L'altro risponde: "Se non ti piace il sapore, puoi cucinare da solo!"