

Elaborato di: ██████████ **Baldioli Chiara** ██████████ **matr. 743155**

Pacchiana Valeria ██████████ **matr. 743292**

PNL PER COMUNICARE MEGLIO

La programmazione neuro linguistica (PNL o, in inglese, NLP da Neuro-linguistic programming) è una tecnica psicologica che integra diverse discipline tra cui la psicologia, la linguistica, la cibernetica e la teoria dei sistemi. Essa postula la possibilità di influire sugli schemi comportamentali di un soggetto tramite la manipolazione di processi neurologici, attuata tramite l'uso del linguaggio.

La PNL nasce nel 1974 presso l'università di Santa Cruz, in California, dove il matematico Richard Bandler e il linguista John Grinder (i fondatori della disciplina) iniziarono le loro ricerche ispirandosi a persone che, nella loro attività, producevano risultati eccellenti, per ricavarne modelli replicabili da chiunque con gli stessi risultati. Secondo questi due studiosi, la PNL sarebbe strumentale "all'individuazione delle modalità per aiutare le persone ad avere vite migliori, più complete e più ricche". Servirebbe quindi a sviluppare abitudini/reazioni di successo, amplificando i comportamenti "facilitanti" (cioè efficaci) e diminuendo quelli "limitanti" (cioè indesiderati).

Risulta necessario, perciò, scoprire la struttura di ciò che la gente fa, per poi inventare sistemi per trasformarla. In questa prospettiva, la disciplina è descritta dagli autori anche come un processo educativo, poiché si elaborano dei modi per insegnare alle persone (viste come macchine per imparare) ad usare il proprio cervello. Secondo Bandler, "La gente dedica più tempo ad usare un frullatore di quello che dedica a imparare a usare il proprio cervello. Non dà una grande importanza al fatto di usare deliberatamente la propria mente in maniere diverse da quella abituale".

"Tesina: PNL per comunicare meglio"

Scritto da chi.ba

Martedì 17 Maggio 2011 19:18 - Ultimo aggiornamento Martedì 17 Maggio 2011 19:37

Il nome scelto dai fondatori della disciplina sintetizza tre componenti:

- **Programmazione**, poiché gli esseri umani sono visti come auto-programmabili, cioè capaci di influire sulle modalità di comportamento soggettive, fondate sulla percezione e sull'esperienza, propria di ogni individuo. Tramite la PNL si interverrebbe su una gamma predefinita di comportamenti (programmi o schemi), che funzionano in modo inconsapevole ed automatico;
- **Neuro**, dato che ogni comportamento deriva da processi neurologici; si dà importanza alla ricezione di stimoli dagli organi di senso; essi giungono al sistema nervoso, che li rielabora come [percezioni](#) e rappresentazioni;
- **Linguistica**, che definisce il sistema con cui i processi mentali umani sono codificati, organizzati e trasformati attraverso il [linguaggio](#) e i sistemi di comunicazione.

La programmazione neuro linguistica è oggi una disciplina che riunisce vari ambiti dello studio della comunicazione umana e implica una modificazione delle strutture dei comportamenti, trasferibile in diversi contesti quali la psicoterapia (in particolare nel trattamento di [fobie](#) , [depressione](#)

,
[abitudini ossessive](#)

,
[disturbi psicosomatici](#)

), il counseling, l'educazione, l'apprendimento, la negoziazione, la vendita, la leadership, il team-building, la gestione del personale o di un team e la comunicazione aziendale.

Interessante è anche l'applicazione della PNL su singoli individui, finalizzata allo sviluppo e al miglioramento del sé.

Nonostante la trasferibilità in diversi ambiti e l'abbondanza di affermazioni a sostegno di questa disciplina, già all'epoca delle prime pubblicazioni gli autori furono tacciati di non essere riusciti a portare evidenze empiriche. Questo fatto, insieme ai dubbi sulla fondatezza dei meccanismi presentati, ha fatto sì che la PNL non abbia ricevuto il sostegno della [comunità scientifica](#) e venga da essa considerata una pseudoscienza, le cui fondamenta non sono radicate nel metodo scientifico. Una seconda critica frequente riguarda l'assenza di prove sperimentali e di ricerche strutturate che supportino le teorie sostenute dalla PNL, alcune delle quali contrarie alle attuali conoscenze mediche e psicologiche.

Le basi della PNL

L'idea centrale della PNL è che i pensieri, i gesti e le parole dell'individuo interagiscono tra loro nel creare la percezione del mondo. Modificando la propria visione (detta *mappa del mondo*, cioè il sistema di credenze relativo a ciò che è la

[realtà](#)

esterna e a ciò che è la realtà interna), anche attraverso l'applicazione di tecniche specifiche, la persona può potenziare le proprie percezioni, migliorare le proprie azioni e prestazioni.

- MODELLAMENTO o MODELING : è un modo di **apprendere** velocemente, osservando altri che hanno già raggiunto e vivono i risultati che si vorrebbero ottenere e fare propri.

Modellare significa

copiare

la struttura, l'atteggiamento, i pensieri, le credenze, le domande, la fisiologia di chi ha quel qualcosa che si vorrebbe ottenere. Il modeling è al cuore della PNL ed è legato alla presupposizione per cui

se qualcuno "riesce" non c'è ragione valida per cui un altro individuo non possa farlo

.

- CALIBRAZIONE : vuol dire rendere coerenti il linguaggio verbale e non verbale nella consegna di un messaggio, oppure rendere coerente la propria comunicazione con quella di uno o più partecipanti ad uno scambio comunicativo. Per un buon comunicatore, la calibrazione è essenziale per capire le risposte non verbali durante una conversazione e per migliorare la propria risposta nell'interazione.

- SISTEMI RAPPRESENTAZIONALI

- ANCORAGGIO : significa stabilire dei **triggers**, ovvero segnali di riconoscimento, collegati a uno o più specifici stati d'animo. Si ha un processo di associazione tra uno stimolo e una particolare esperienza (ad es. un gesto, un tono di voce fanno riattivare le proprie risorse, utili per affrontare i problemi). Le ancore, positive o negative, possono essere generate naturalmente o create "artificialmente", cioè appositamente.

• □ □ □ □ □ □ **RAPPORT, MATCHING E MIRRORING: Il rapport deriva dal francesismo □ *rapporter* che è stato poi usato, in**

inglese, per indicare la creazione di contatto e relazione con altri individui. Un esempio di rapport profondo è l'empatia, ovvero la capacità di mettersi in sintonia con un'altra persona.

Il rapport può essere stabilito con le tecniche del [Matching](#) e del [g Mirroring](#)

Matching significa fare come fa l'altra persona, basandosi sul ritmo respiratorio, sullo stato d'animo, sul tono e sul ritmo di voce.

Mirroring significa, letteralmente, fare da specchio all'altro.

Le due tecniche sono delicate e hanno come scopo di creare affinità, rapporto, relazione, sintonia, empatia e non di scimmiettare l'altra persona.

Tutto ciò si rifà al concetto di ricalco, originariamente formulato da Grinder e Bandler, secondo cui è fondamentale entrare in relazione con il cliente basandosi sul suo modello del mondo e stabilire con lui delle affinità a livello cosciente, ma soprattutto inconscio. Ci sono tanti modi per farlo, quanti ne permette la propria esperienza sensoriale. Una volta stabilito un ricalco efficace si può guidare il cliente verso il cambiamento.

Ogni volta che un essere umano interagisce con il mondo circostante, lo fa tramite rappresentazioni sensoriali. Le informazioni vengono raccolte attraverso tutti i canali ed elaborate attraverso alcuni canali sensoriali prediletti e infine riversate nel mondo esterno sotto forma di un comportamento caratterizzato da specifiche modalità sensoriali. Il canale di processo sensoriale di cui l'individuo è più consapevole è detto "sistema rappresentazionale primario". Secondo la PNL, la popolazione è divisa in tre gruppi: visivi, auditivi e cinestesici.

"Tesina: PNL per comunicare meglio"

Scritto da chi.ba

Martedì 17 Maggio 2011 19:18 - Ultimo aggiornamento Martedì 17 Maggio 2011 19:37

Ogni gruppo farebbe uso inconscio di comportamenti e termini diversi, al fine di innescare un'interazione con un'altra persona, sarebbe perciò necessario capire di quale gruppo faccia parte l'interlocutore, per poi strutturare il rapporto e le frasi di un dialogo in modo tale da potenziare la riuscita della comunicazione. È importante che chiunque comunichi sia dunque in sintonia con il ricevente della comunicazione e con il suo sistema rappresentazionale.

Ecco un esempio di come, in una psicoterapia, non si riesca a stabilire un contatto comunicativo efficace, poiché la cliente utilizza prevalentemente un sistema rappresentazionale cenestesico (relativo alle sensazioni corporee), mentre il terapeuta risponde attraverso il canale sensoriale visivo:

CLIENTE: Mi sento così *ferita* (gli occhi guardano in basso a destra e la mano sinistra si dirige verso lo sterno e preme). Mio marito mi ha lasciata e io mi *sento*
debole...così sola. Non ho mai
provato
un
dolore
così, capisce cosa voglio dire?"

TERAPEUTA: "*Vediamo* se capisco; voglio avere più *chiara* l'origine del suo dolore (gli occhi in alto e a sinistra). Potrebbe *metterlo*
a fuoco
,
dandomi un'
immagine
del suo dolore, così potremo
vedere
se ci suggerisce come affrontare il problema"

CLIENTE: "Ho provato ad *afferrare* un'immagine, ma mi *sento* peggio. *Sento* che lei non è in *c*
ontatto
con la mia difficoltà"

Risvolti applicativi

Nel campo della comunicazione indirizzata a molti, per la quale spesso sono utilizzati supporti informatici, è particolarmente importante tenere conto del fatto che i riceventi utilizzeranno diversi sistemi rappresentazionali. Per colpire con efficacia i destinatari del messaggio, sarà quindi necessario utilizzare elementi che interesseranno maggiormente i visivi (es. immagini), gli uditivi (es. effetti sonori), i cinestesici (es. parole significative, con forte potere evocativo di sensazioni).

Anche i termini utilizzati devono rifarsi ai tre sistemi rappresentazionali prevalenti; ecco alcuni esempi:

Visivi → *Voglio vedere come finisce, A me sembra che vada bene, Non mi è chiaro, Allargare gli orizzonti, Farsi un quadro della situazione, Mettere le cose in prospettiva,...*

Uditivi → *Questa cosa suona giusta, Qualcosa mi dice che, È fuori tono, Ti ascolto, Parlamene ancora,...*

Cinestesici → *Sento che andrà bene, Mi puzza di bruciato, È una persona acida, Ho un presentimento, E' un colore caldo,...*

"Tesina: PNL per comunicare meglio"

Scritto da chi.ba

Martedì 17 Maggio 2011 19:18 - Ultimo aggiornamento Martedì 17 Maggio 2011 19:37

Queste semplici indicazioni possono essere utili per costruire una presentazione in Power Point, da esporre come presentazione di un progetto o di un piano di intervento, durante un congresso o anche per la presentazione della tesi di laurea. Inoltre presentazioni simili possono essere strumenti ausiliari in interventi di prevenzione o di altro tipo, rivolti ad un ampio gruppo di soggetti.

È utile sapere che gli individui non mancini tendono a:

- rivolgere gli occhi in alto a sinistra, quando sono stimolati a ricordare delle immagini→ Concetti già noti vanno posti a sinistra dello schermo
- rivolgere gli occhi in alto a destra, quando sono stimolati a creare, a costruire col pensiero qualcosa di nuovo→ Ciò che è ancora da apprendere va sulla destra dello schermo

I principi della PNL possono anche servire a chi costruisce una presentazione per intensificare o "sbiadire" un ricordo o un'immagine carica emotivamente.

Come esempio, prendiamo in considerazione la modalità visiva e le sue submodalità, ovvero elementi universali, che possono essere utilizzati per cambiare qualsiasi immagine, indipendentemente dal suo contenuto.

Normalmente, un'immagine più luminosa e più grande aumenta l'intensità delle sensazioni, mentre rendere molto grande una figura può farla sembrare ridicola o irreali. Trucchi simili possono essere usati per star meglio (ad es. ridurre le dimensioni di un'immagine sgradevole per tranquillizzarsi) o per comunicare una carica emozionale legata all'immagine. Quando si comunica, è inevitabile che si influenzino le esperienze altrui e che si generino reazioni.

"Tesina: PNL per comunicare meglio"

Scritto da chi.ba

Martedì 17 Maggio 2011 19:18 - Ultimo aggiornamento Martedì 17 Maggio 2011 19:37

Bandler, in "Usare il cervello per cambiare" (1985), propone di provare a pensare ad un'immagine carica emotivamente e di mutare uno dei seguenti aspetti (submodalità visive), per capire quali di essi e in che misura trasformino l'esperienza di ognuno.

Colore: da colori vivaci e intensi al bianco e nero

Distanza: da vicinissimo a lontanissimo

Profondità: da immagine piatta, bidimensionale, alle tre dimensioni

Durata: da un'apparizione rapida, fuggevole a un'immagine persistente, che si conserva

Nitidezza: da chiarezza in ogni dettaglio a figura sfocata e indistinta

Contrasto tra chiaroscuri: da violento a gradazioni continue e sfumate

Campo: da immagine circondata da una cornice a una panoramica, che circonda completamente

Movimento: da fotografia fissa a film

Velocità: film da lentissimo a velocissimo

Dominante: cambiare l'equilibrio dei colori, accrescere l'intensità dei rossi e diminuire quella di

"Tesina: PNL per comunicare meglio"

Scritto da chi.ba

Martedì 17 Maggio 2011 19:18 - Ultimo aggiornamento Martedì 17 Maggio 2011 19:37

azzurri e verdi

Trasparenza: immagine trasparente, in modo che si veda cosa c'è sotto la superficie

Rapporto dimensionale: alta e stretta, poi larga e bassa

Orientamento: la parte superiore dell'immagine è inclinata in modo che si allontani e si avvicini

Figura/sfondo: cambiare la separazione tra figura e sfondo, invertire l'importanza dei due.

Abbiamo provato ad applicare le conoscenze appena riportate, costruendo le prime slides di una presentazione in Power Point (allegata).

- Nella prima abbiamo applicato l'effetto illuminazione, al fine di rendere il titolo più incisivo agli occhi dell'osservatore.
- Nella seconda abbiamo inserito tre espressioni diverse tipiche dei tre diversi sistemi rappresentazionali prevalenti (in alto visivo, al centro uditivo, in basso cinestesico) e inserito un'immagine di colore seppia per attivare ricordi emotivamente connotati. Abbiamo favorito l'intensificarsi della coloritura emotiva, tramite l'ingrandimento progressivo della fotografia.
- Nella terza slide abbiamo giocato sull'immagine con chiaroscuri, colori naturali, bianchi e neri e luminosità, che si presentano in successione, al fine di stimolare, nei destinatari della comunicazione, un'attivazione emotiva differente a seconda della soggettività degli individui.

[scarica tesina in pdf](#)