

17 Public speaking - La comunicazione rivolta al pubblico

Tecniche di gestione e di comunicazione non verbale

Le criticità del public speaking

- Per molti è stressante parlare in pubblico
- Come porsi di fronte agli altri?
- Come leggere l'attenzione, l'interesse del pubblico?
- Come strutturare il messaggio?

Parlare in pubblico a volte genera stress. In che modo?

Gabriele Achilli

Lo stress in sé NON è negativo, è un ADATTAMENTO DEL CORPO ad una situazione. Diventa negativo solo se è troppo duraturo e/o intenso.

Quindi? Che fare?

Per contrastare lo stress è molto utile applicare **“strategie decongestionanti - destrutturanti”** verso la risposta di adattamento errata o esagerata.

In alternativa **“tecniche di rilassamento”**

LE STRATEGIE DECONGESTIONANTI/DESTRUTTURANTI

- Avere una **SEQUENZA DI ARGOMENTI INTERCAMBIABILI**
- Avere **DIVERSE ATTIVITÀ** per la presentazione (varietà aiuta)
- **VISUALIZZARE SCENE PIACEVOLI**-momenti piacevoli prec./seguenti
- Osservare se stessi (e gli altri) **DALL'ESTERNO**
- **VERBALIZZARE** lo stress, non accumularlo
- Trovare **“PARI” CON CUI CONDIVIDERE** stress e soluzioni

Impediscono allo stress di manifestarsi o lo riducono!

LE TECNICHE DI RILASSAMENTO

PSICOLOGICHE

- PRE-VISUALIZZAZIONE scena
- ACTING BEFORE (rappresentare prima)
- GIÙ DAL PIEDISTALLO* (contro suggestione sociale)

FISICHE

- RESPIRAZIONE PROFONDA (ossigenazione)
- STATUA DI SALE (Amigdala ko!)

Perché a volte è difficile comunicare?

Ciò che ci circonda e percepiamo **NON** è IL TERRITORIO MA SOLTANTO LA MAPPA DI ESSO! Bandler e Gringer

E' come confondere il menù con il cibo in esso descritto!



NESSUNA MAPPA PUÒ ESSERE PERFETTA.
OGNI MAPPA INFLUENZA il comportamento

PER CAMBIARE COMPORTAMENTO è sufficiente CAMBIARE LA MAPPA!

E il punto di vista che FA la cosa.
Ferdinand de Saussure

DA CHE COSA SCATURISCE IL COMPORTAMENTO?

OGNI COMPORTAMENTO NASCE DA UN FINE POSITIVO

...anche i comportamenti negativi:

- URLARE per farsi riconoscere
- COLPIRE per evitare un pericolo
- NASCONDERSI per sentirsi sicuri

...INVECE DI CONDANNARE il comportamento si può riflettere sulla RADICE del comportamento agito per trovare **COMPORTAMENTI ALTERNATIVI** che conducano al medesimo fine!!!

Quali comportamenti?

Quali comportamenti/atteggiamenti (anche non verbali) sono tipici dei nostri momenti di successo?

È possibile riprodurre i "migliori" come MODELLI ..il risultato sorprenderà!

È possibile farlo ANCHE CON I COMPORAMENTI DEGLI ALTRI...

Come si modifica il comportamento in una situazione difficile?

- Con il **MODELLAMENTO: APPRENDIMENTO PER IMITAZIONE**
SPONTANEO: nei bambini vs i genitori/modelli
STUDIATO: con analisi di strategie di successo per replicarle
- Con il **CONFRONTO DI PUNTI DI VISTA**
Si vede il problema da un'altra angolazione
- **CON LA RIVISITAZIONE COMICA**
del soggetto (voce, aspetto) o della situazione

Come porsi di fronte ad un gruppo?

Esistono accorgimenti che aiutano ad ottenere il risultato relazionale desiderato. Quali?

Postura- posizione mantenuta

SIMMETRICA
(su asse verticale)

Può essere... CHIUSA MED. APERTA TROPPO APERTA

ASIMMETRICA
(disassata)

Che cosa rappresenta?

- La relazione
- Lo stato emotivo
- Il livello di interesse



DANIELA DEBORTOLI - consulenza e formazione

Quale scegliere?


SIMMETRICA Per enfatizzare

RUOLO,
DISTANZA RELAZIONALE da interlocutori

ASIMMETRICA Per evidenziare

CREDIBILITÀ
RELAZIONE FORTE informale

Attenti ai gesti!



APERTURA
• Mani, braccia, spalle, viso

CHIUSURA
• Incroci di gambe e braccia, spalle curve, viso vs basso,...

TENSIONE
• Pizzicarsi labbra, volto, sdraiarsi voce,...

INTERESSE
• Avvicinarsi, fissare, osservare,...

Gesti

PROSEMICA - MANTENIAMO LE DISTANZE!

0 - 50/55 s. intimo
50 - 125 s. personale
125 - 200/250 s. Sociale
oltre 200/250 s. pubblico



DANIELA DEMAGOSTRI consulenza e formazione

In che modo si usa lo spazio?

Se si vuole rendere la comunicazione più confidenziale, più ricca emotivamente: **MAGGIORE VICINANZA**

Se si vuol mantenere maggior formalità: **ATTENTI ALLE DISTANZE!**

TUTTO È SEMPRE MODIFICABILE!
Si può giocare con le distanze.

**ORIENTAMENTO
DA CHE PARTE STAI?**

FRONTALE :  distacco

LATERALE: legame forte 

ANGOLARE: chissà come andrà a finire? 

Anche in questo caso è utile variare a seconda dell'effetto desiderato (e della predisposizione).

DANIELA DEMAGOSTRI consulenza e formazione

Cinesica- quanto ci muoviamo?

MOVIMENTI FREQUENTI E VELOCI
Di solito indicano:
Agitazione, fretta, scarsa professionalità



MOVIMENTI TROPPO RARI E LENTI
Di solito indicano: *indifferenza, apatia, noia*



MOVIMENTI RILASSATI
Esprimono sicurezza, padronanza della situazione



DANIELA DEBAGSTRI consulenza e formazione

Chi è sicuro di sé...

Ha una **POSIZIONE E GESTI DI APERTURA**, utili alla comunicazione

GESTISCE LO SPAZIO a seconda del tipo di relazione che vuole creare.

Mantiene un **ORIENTAMENTO variabile** a seconda della situazione, **MAI FORZATO, FLESSIBILE** per raggiungere l'obiettivo relazionale.

Fa **MOVIMENTI LENTI, RILASSATI**

Come strutturare il messaggio?

Per ottenere e mantenere l'attenzione del pubblico.

In primo luogo: organizzazione!

INCIPIT

1. Avvicina al pubblico
2. Incuriosisce
3. Promette

Sviluppo

- Presenta e argomenta i contenuti
- Permette l'interazione

Conclusione

- Riprende gli elementi caratterizzanti fondamentali.

INCIPIT .1 Avvicina

- **ERRORE COMUNE: INIZIARE SUBITO** la spiegazione
- Bisogna far capire che **CI PUÒ ESSERE INTERAZIONE!!!**
- **FARE 3-4 DOMANDE APERTE** su elementi in comune (temperatura, provenienza, conoscenza su argomento, partecipazione a eventi simili)
- **RACCONTARE un aneddoto CURIOSO o SIMPATICO** su argomento, su di noi (per ridurre l'ansia iniziale)
- **SI SPOSTA L'ATTENZIONE SUL PUBBLICO**

INCIPIT .2 Incuriosisce-Promette

PRIMI CONTENUTI:

- **PERSONALI** per avvicinare pubblico. Solo se si è "sicuri"

La prima volta che ho visto/scoperto che/mi è stato detto...ho pensato....ma in effetti guardando/toccando...mi sono reso conto...

- **CURIOSI-Che non si troverebbero**
L'autore di questo dipinto non voleva assolutamente accettare la commissione e per convincerlo...per fortuna nostra il committente ha usato anche questi metodi che certo sono discutibili...che cosa ne pensate?/vero?
- **CHE STUPISCO**
Quest'opera era stata offerta...ma è stata rifiutata perché non piaceva, è stata considerata...



SVILUPPO - I contenuti

- SEMPLICI - con **METAFORE...** (non troppe!)
- **SCELTI SUI BISOGNI** del pubblico (divertirsi/approfondire conoscenze/avere conoscenze di base...)
- **ORGANIZZATI A GRUPPI**
- **INTERVALLATI** **DA** **ANEDDOTI**
divertenti/personali/curiosi/specifici "Quando il dipinto venne esposto per la prima volta..." (per mantenere alta attenzione)
- Accompagnati da **RIFERIMENTI A FATTI NOTI** a tutti "Come tutti sappiamo Giuseppe e Maria si trovavano..." (rassicurano) o **COMUNI con il relatore** (avvicinano)
- Con **GRATIFICAZIONI** per il pubblico: **intelligenza** "Ottima osservazione", **partecipazione**, **pazienza** (migliorano la relazione)

SVILUPPO - L'interazione

Chi vuole vedere un film va al cinema...o cerca su Internet le opere che vuol conoscere...

Il pubblico cerca:

Ciò che **NON** Può **TROVARE DA SOLO** (aneddoti...)

LA POSSIBILITÀ DI INTERAGIRE

Le domande di feed-back, di accordo, i riferimenti a sit. comuni,...SONO FONDAMENTALI.

LA CONCLUSIONE

Che cosa mi porto a casa?

IL VANTAGGIO (informazioni, divertimento, curiosità soddisfatta) è l'unico elemento da rimarcare.

IL RINGRAZIAMENTO per l'attenzione/l'interazione, la simpatia, la pazienza...rafforza l'effetto ottenuto.