

Public speaking

10 ottobre 2024

Docente Luca Longo

Il focus (dalla presentazione del webinar)

«Non sempre è facile parlare in pubblico, soprattutto per chi non lo fa per professione e in modo continuativo. Eppure sempre più spesso viene chiesto ai dirigenti delle Associazioni di “raccontare” l’esperienza associativa, il lavoro svolto, gli incontri avuti, le emozioni provate. Lo chiedono gli organi di stampa, le radio, le televisioni, i social media ma, soprattutto, le persone che incontriamo nei convegni, nelle assemblee, nelle riunioni.

Ormai comunicare adeguatamente l’esperienza associativa è diventato indispensabile se vogliamo dare valore alle nostre attività e al prezioso contributo di soci e volontari. Questo incontro non solo ci renderà consapevoli dell’importanza di parlare in pubblico ma ci presenterà tecniche comunicative per farlo in modo efficace.»

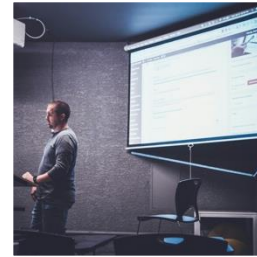
Gli obiettivi

Esplorare gli aspetti fondamentali delle dinamiche comunicative e le modalità efficaci di public speaking



Comunicazione

- Elementi essenziali
- Ascolto
- Conflitto



Public speaking

- Progettazione
- Erogazione
- Valutazione

Check-in

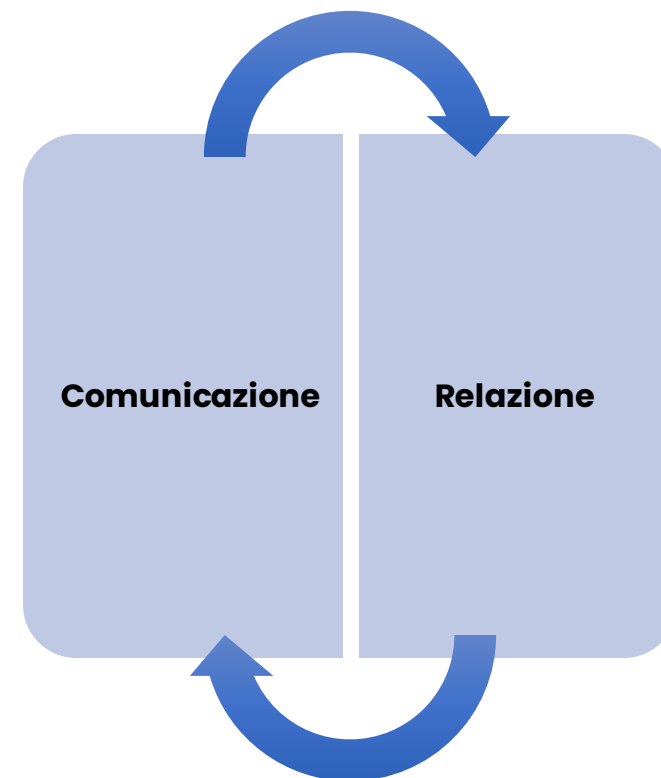
Parlare in pubblico:

le prime 3 parole che ti vengono in mente sono...

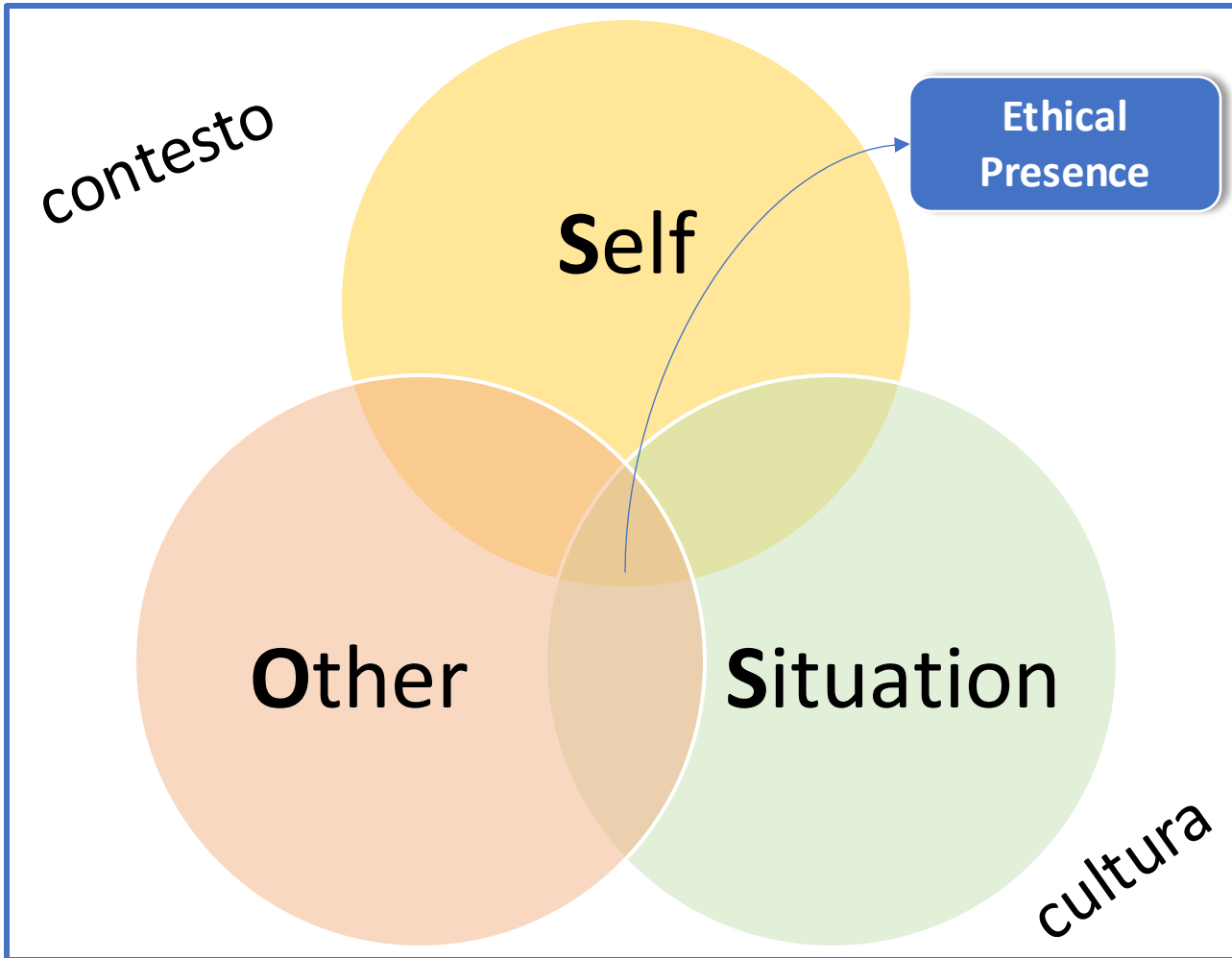
La comunicazione: elementi essenziali

Una definizione

È un processo di scambio di informazioni e di influenzamento fra due o più persone che avviene in un determinato contesto



Una premessa: il modello S.O.S.



Il nostro impatto è determinato da 3 fattori principali in relazione dinamica tra loro:

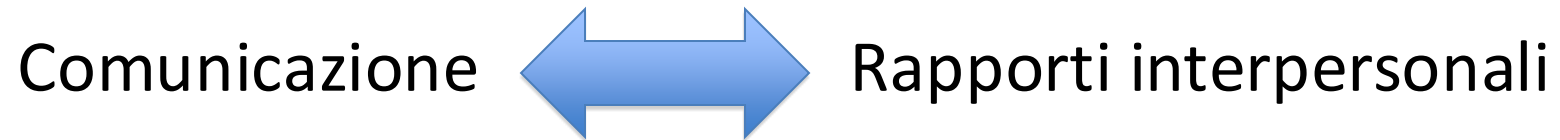
SELF | Io, le mie caratteristiche, le mie capacità, la mia storia. In questo momento.

OTHER | Gli altri, le persone, i colleghi, gli interlocutori. Le relazioni con essi.

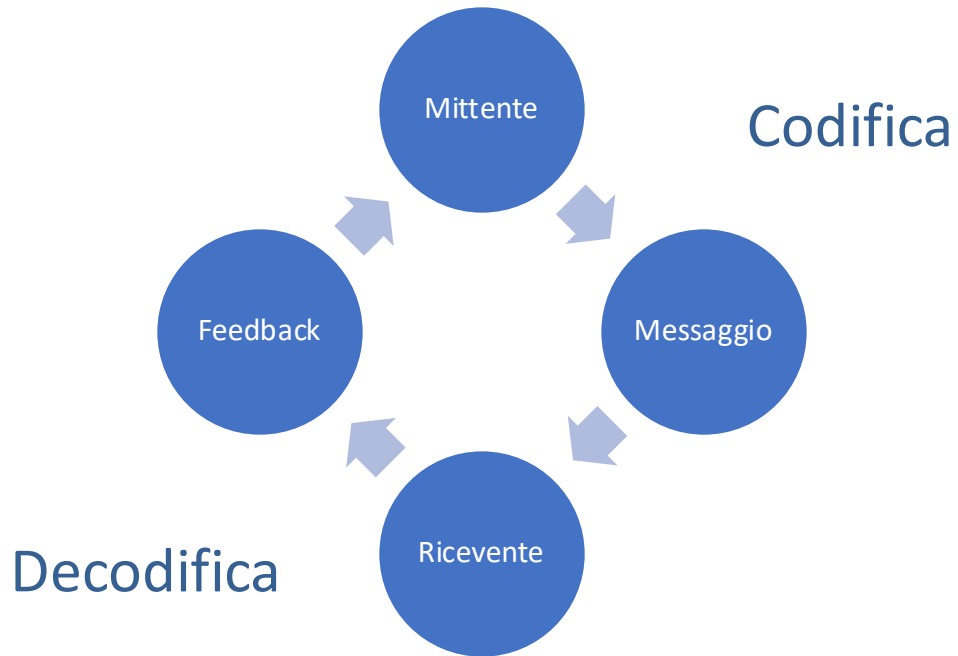
SITUATION | Eventi, fatti che si verificano in un determinato momento.

Di cosa si tratta...

La comunicazione è un'esperienza di tutti
È il primo veicolo d'interazione con gli altri

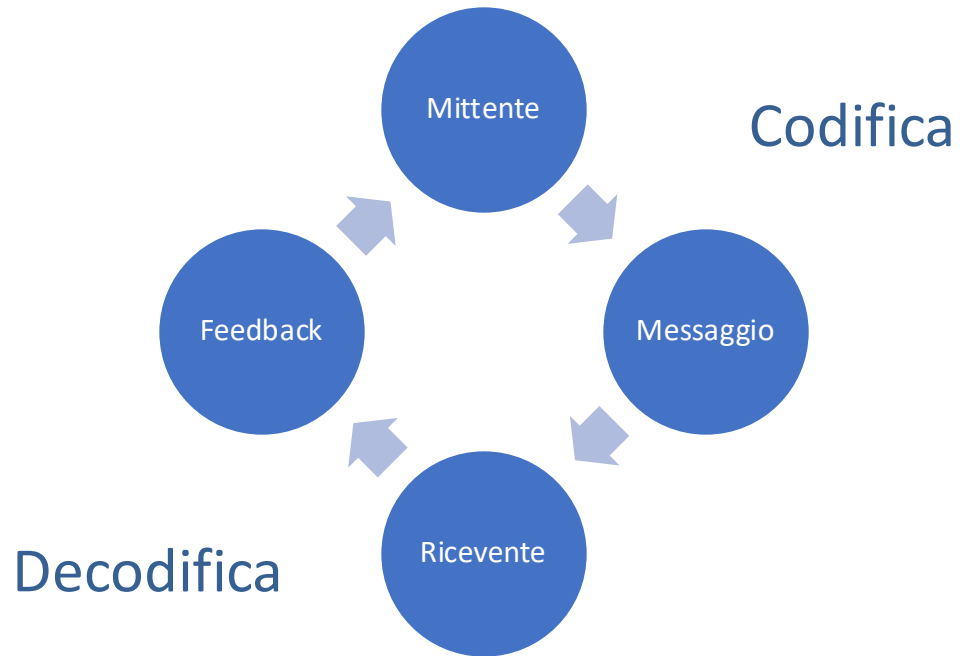


Il Processo comunicativo



1. Nel comunicare il mittente persegue alcuni **obiettivi**
2. Per raggiungerli utilizza **un metodo**
3. Il metodo è efficace se il messaggio è **ricevuto, compreso e produce** le reazioni attese

Il Processo comunicativo



1. Nel comunicare il mittente persegue alcuni **obiettivi** > **PROGETTARE**
2. Per raggiungerli utilizza **un metodo** > **REALIZZARE**
3. Il metodo è efficace se il messaggio è **ricevuto**, **compreso** e **produce** le reazioni attese > **VALUTARE**

5 assiomi della comunicazione

1. Non si può non comunicare
2. Ogni messaggio ha un aspetto di contenuto e uno di relazione
3. La comunicazione è digitale e analogica
4. Il flusso comunicativo dipende dalla punteggiatura degli eventi
5. La comunicazione ha una forma simmetrica e una complementare

I assioma

Non si può non comunicare

Il assioma

Ogni messaggio ha un aspetto di
contenuto ed uno di relazione

III assioma

La comunicazione è digitale (verbale)
e analogica (non verbale)

La comunicazione non verbale

Sistema cinesico:

Comportamento spaziale

Contatto corporeo

Distanza interpersonale

Comportamento motorio-gestuale

Mimica

Postura

La comunicazione non verbale

Elementi non linguistici del parlato:

Tono

Timbro

Intensità

pausa

La comunicazione non verbale

Aspetto esteriore:

Aspetto fisico

Abbigliamento

Trucco

Acconciatura

Funzioni della CNV

- Rafforzare ciò che si sta dicendo
- Sostituire la comunicazione verbale
- Contraddire il messaggio espresso a parole

IV assioma

Il flusso comunicativo dipende dalla
punteggiatura degli eventi

V assioma

La comunicazione ha una forma
simmetrica e una complementare

Comunicazione e conflitto

- Incompatibilità di interessi percepita
- Contenuto e relazione
- Disinnescare l'escalation: simmetria e complementarità
- Ruoli e responsabilità

Comunicazione e conflitto

Agente: “Buongiorno, potrei vedere la sua patente?”

Cittadino: “Buongiorno, vorrei sapere perché mi ha fermato”

Agente: “Lei è passato col semaforo giallo, mentre poteva arrestarsi senza pericolo per la circolazione”

Cittadino: “Deve andare dall’oculista, io stavo già attraversando l’incrocio quando è scattato il giallo”

Agente: “Da come guida dall’oculista dovrà andarci lei. Lei non si deve permettere, qui le valutazioni le faccio io. È in contravvenzione”

Comunicazione e conflitto

Agente: “Buongiorno, potrei vedere la sua patente?”

Cittadino: “Buongiorno, vorrei sapere perché mi ha fermato”

Agente: “Lei è passato col semaforo giallo, mentre poteva arrestarsi senza pericolo per la circolazione”

Cittadino: “Deve andare dall’oculista, io stavo già attraversando l’incrocio quando è scattato il giallo”

Agente: “Lei ha commesso un’infrazione passando col giallo, dato che aveva la possibilità di fermarsi senza rappresentare pericolo per le altre auto. Purtroppo è in contravvenzione”

L'ascolto

Attività attraverso la quale il soggetto percepisce stimoli provenienti dall'esterno e dall'interno. Non solo stimoli sonori ma tutti i segnali la cui decodifica consente la comprensione del messaggio comunicativo nella sua globalità

Tipi di ascolto



Download

Ascolti a partire da quello che sai, cerchi (e trovi!) conferme a quello che già pensi.



Fattuale

Il tuo ascolto si focalizza sulla persona che hai di fronte a te, ti rendi conto delle differenze, vedi qualcosa di nuovo



Empatico

Cominci a vedere e a «sentire» la situazione attraverso gli occhi dell'altra persona, ti immedesimi



Generativo

... può allora accadere che tra te e l'altro (o gli altri) si crei uno spazio da cui emergono nuove idee e possibilità.

Otto Scharmer

CSVABRUZZO



Parlare in pubblico



**The
Guardian**

Comunicare in pubblico non è...

- Leggere un discorso
- Recitare a memoria
- Doppiare le slide
- Seguire un copione

Comunicare in pubblico è...

Entrare in relazione con altri

La persona al centro

- Spontaneità
- Vissuti
- Orientamento all'altro
- Relazione

3 fasi

- Progettazione
- Erogazione
 - Aspetti comportamentali
 - Contenuti
 - Gestione dell'ansia
- Valutazione

La progettazione

CSVABRUZZO



Alcune domande guida

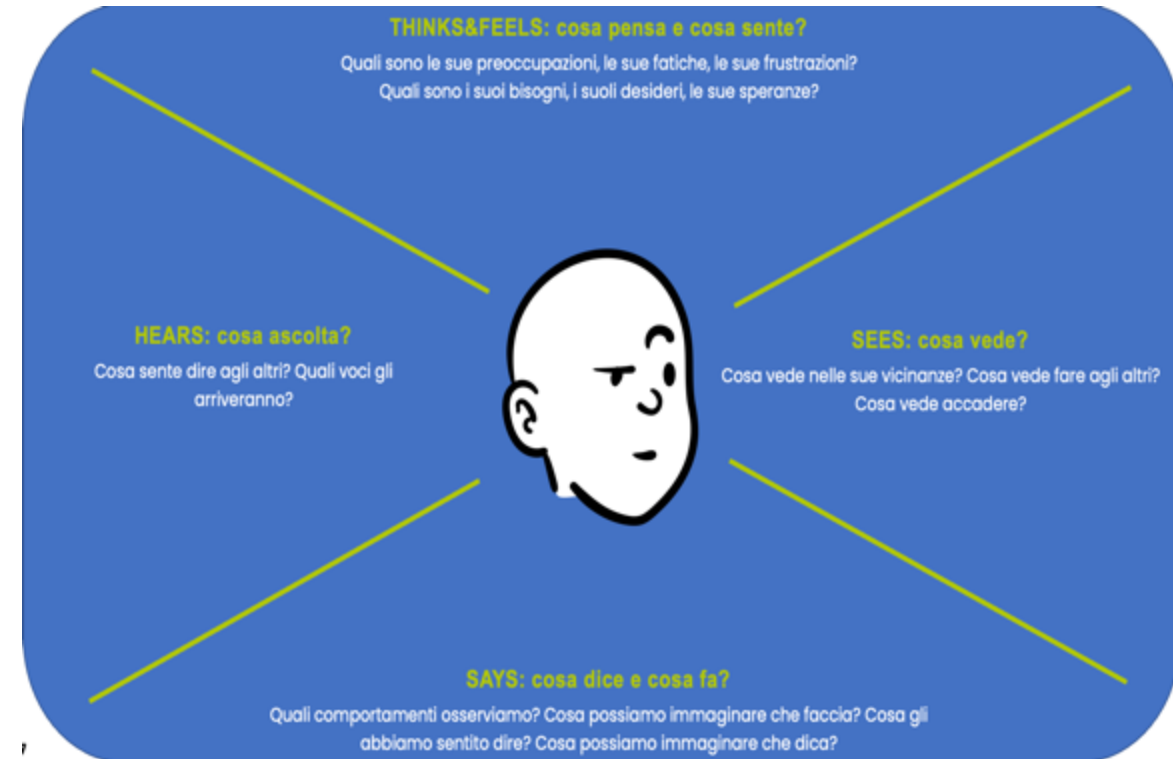
- Qual è il mio obiettivo?
- Cosa voglio comunicare?
- Quali sono gli argomenti e gli esempi relativi?
- Chi sono i miei uditori?
- Ho altre informazioni di contorno pertinenti?

Obiettivi e aspettative

Obiettivi	aspettative
Indurre l'azione	Capire il problema
Illustrare soluzioni	Apprendere nozioni
convincere	Ascoltare soluzioni
Insegnare concetti	Capire come fare su un problema

Tools – Empathy Map

- Obiettivo: sviluppare il **profilo del fruitore/destinatario** dell’iniziativa
- Disegnare su un foglio un cerchio che rappresenti il fruitore/destinatario e dargli un nome
- Dividere il foglio in 4 sezioni
- Completare ogni sezione con tutte le informazioni che riuscite a raccogliere



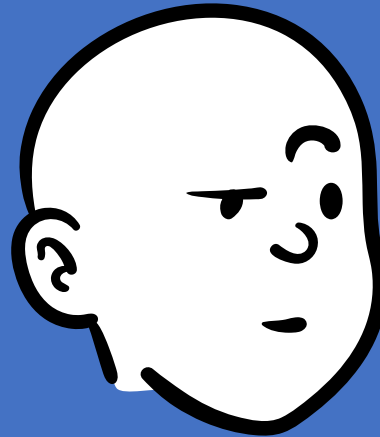
Empathy Map

THINKS&FEELS: cosa pensa e cosa sente?

Quali sono le sue preoccupazioni, le sue fatiche, le sue frustrazioni?
Quali sono i suoi bisogni, i suoi desideri, le sue speranze?

HEARS: cosa ascolta?

Cosa sente dire agli altri? Quali voci gli arriveranno?



SEES: cosa vede?

Cosa vede nelle sue vicinanze? Cosa vede fare agli altri?
Cosa vede accadere?

SAYS: cosa dice e cosa fa?

Quali comportamenti osserviamo? Cosa possiamo immaginare che faccia? Cosa gli abbiamo sentito dire? Cosa possiamo immaginare che dica?

Gli elementi essenziali

- Uditori
- Obiettivo
- Messaggio che vogliamo trasmettere
- Speaker(s)
- Sequenza dei contenuti e timing
- Esigenze tecniche

L'erogazione: aspetti comportamentali

CSVABRUZZO



Cosa e come

- Le persone non sono calcolatori che decodificano messaggi
- Le persone interpretano segnali (all'interno di contesti specifici)

Il “come” determina il “cosa”

Il contatto visivo

- Guardare davvero le persone
- Individuare alcune zone
- Fissare le persone a rotazione per alcuni secondi

Da evitare

- Fissare una sola persona
- Scansionare velocemente tutti i partecipanti
- Fissare il vuoto
- Dare le spalle
- Guardare lo schermo

Stare in piedi e muoversi (1)

- Si brucia energia nervosa
- Si focalizza l'attenzione su di noi
- Si hanno maggiori possibilità di modulazione
- Si tiene alto il livello di attenzione

Stare in piedi e muoversi (2)

- Stare al centro così da vedere tutti
- Avvicinarsi alle persone
- Non frapporre barriere
- Usare tutto il corpo
- Individuare un punto “neutro” cui tornare

La gestualità (1)

- I gesti rendono le nostre parole più efficaci
- I gesti mostrano un oratore più interessato
- I gesti non si apprendono
- I gesti devono essere in sintonia con abitudini e attitudini

La gestualità (2)

- Usare gesti semplici e definiti
- Usare tutto il corpo
- Usare gesti semplici e naturali

La voce

- Una voce troppo bassa tenderà a scomparire
- Modulare il volume in funzione di chi sta in fondo
- Non parlare mentre si fa altro
- Agitazione e nervosismo sono innanzitutto vostri
- Intonazione e prosodia per variare e diversi aspetti
- Far “suonare” le cose importanti (sottolineare)
- Usare le pause in modo strategico (enfasi e tempo di apprendimento)

L'erogazione: i contenuti

CSVABRUZZO



Speech efficace: elementi essenziali

Introduzione

- Attacco:
 - Dare una buona impressione (competenza, credibilità, chi sono, perché sono qui)
 - Interessare da subito
 - Esplicitare e disambiguare
 - Vitalità
- Scenario:
 - Esplicitare gli obiettivi e il percorso
 - Mostrare l'agenda
 - Illustrare la tesi
 - Anticipare le conclusioni

Conclusione

- Ripete sinteticamente i punti principali per fissarli
- Consente una valutazione rispetto alle premesse
- È un'occasione di feedback
- È un'occasione di rilancio

Svolgimento

- Intervento:
 - Dal noto all'ignoto
 - Dal semplice al complesso
 - Dal condiviso al discutibile
 - RUOLO EMOTIVO (aneddoti personali, storie...)
 - RUOLO COGNITIVO (citazioni da film, metafore...)
 - Un concetto – un esempio
- Interazione:
 - Stabilire da subito il livello di interattività
 - Ripetere e riformulare la domanda
 - Ascoltare l'interlocutore ma rispondere a tutti

L'erogazione: gli strumenti

Le slide

- Non si leggono ma si commentano
- Annunciare i contenuti prima della slide

Lo schermo

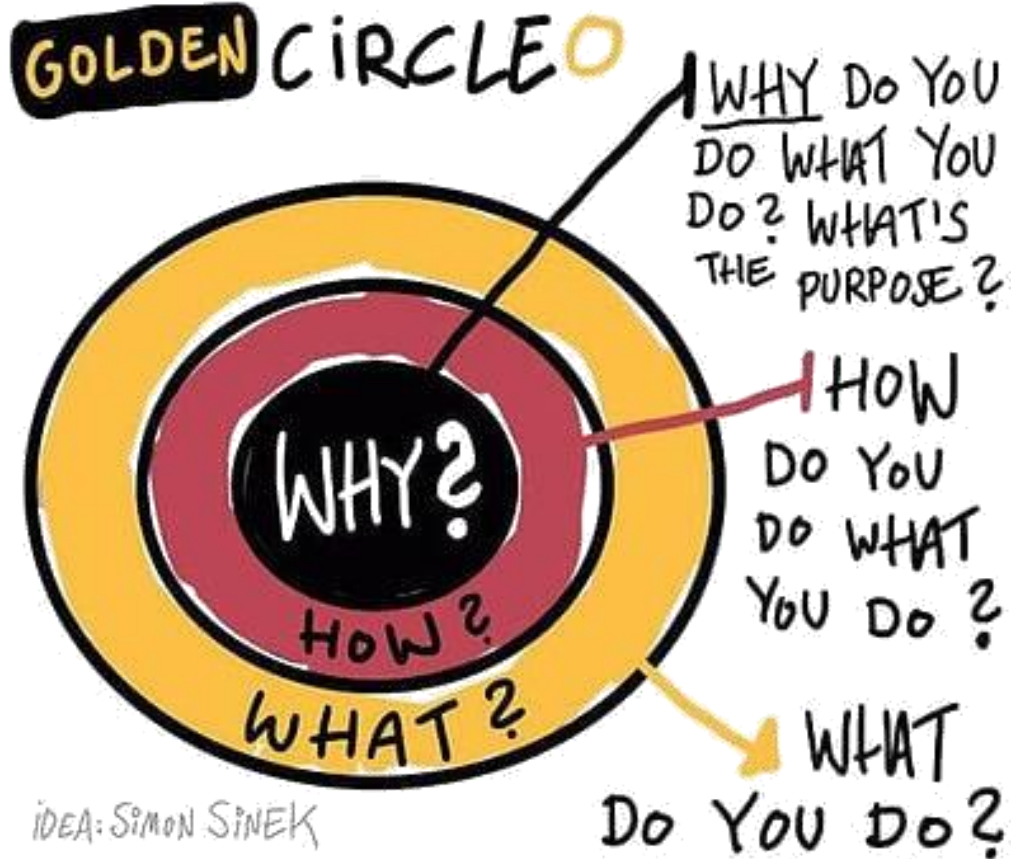
- Non dare le spalle alla platea
- Non impallare la proiezione
- Parlate vicino allo schermo (quando ci si riferisce alle slide)

La lavagna

- Consente maggiore dinamicità
- Consente di lavorare nel qui ed ora

Alcuni strumenti pratici

Una possibile logica da seguire



Il *Golden Circle* permette di tenere insieme il senso (**WHY?**), il come perseguirlo (**HOW?**), il cosa/contenuto (**WHAT?**)

Speech efficace: check list di autovalutazione

AREE	ITEMS
CONTENUTO DELLA COMUNICAZIONE	ho aperto riassumendo obiettivi e principali contenuti da affrontare
	ho definito in apertura le "regole del gioco"
	ho presentato i contenuti secondo un ordine logico
	ho utilizzato esempi pertinenti
	sono stato capace di motivare adeguatamente le considerazioni e le proposte
	ho chiuso riassumendo i principali contenuti affrontati
MODALITA' DI COMUNICAZIONE	ho adottato un linguaggio adeguato agli interlocutori e al contesto
	ho utilizzato tono e volume adeguati
	sono stato capace di stabilire un contatto visivo con tutti i partecipanti
	ho gestito lo spazio in modo da vedere ed essere visibile da tutti
	ritmo e tempi adottati hanno facilitato la comprensione dei contenuti
	ho utilizzato la comunicazione non verbale in modo coerente con quella verbale
STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	ho utilizzato una pluralità di strumenti
	sono stato capace di gestire gli strumenti

AREE	ITEMS
RELAZIONE	sono stato capace di suscitare interesse e un clima positivo
	ho ripetuto e riformulato le domande per favorire la comprensione
	a fronte di una domanda sono stato capace di fornire risposte rivolte a tutti
	sono stato capace di gestire l'emozione
ASCOLTO	ho saputo ascoltare lo stato d'animo altrui
	sono stato attento ai feedback della platea
	sono stato capace di mantenere l'attenzione verso l'interlocutore
	ho trovato un'area di interesse comune con l'interlocutore

thank

you

LUCA LONGO
PSICOLOGO / CONSULENTE DI SVILUPPO ORGANIZZATIVO
WWW.LUCA-LONGO.IT