

L'IMPORTANZA DEL SAPER COMUNICARE E PUBLIC SPEAKING



Chiara Sergenti

L' impossibilità di...non fare



- Il comportamento non ha un suo opposto



quindi ne consegue che

- Non si può non comunicare



La necessità di...comunicare

- L'attività o l'inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggio
- Influenzano gli altri e gli altri a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni e in tal modo comunicano anche loro
- Bisogna essere consapevoli del fatto che anche il non parlarsi o il non prestarsi attenzione reciproca resta pur sempre una forma di comunicazione



COMUNICARE

- CAPACITÀ FONDAMENTALE PER LA SOLUZIONE DEI PROBLEMI, GESTIONE DEI CONFLITTI, PASSAGGIO DI INFORMAZIONI
- Cosa dico, come lo dico
- RELAZIONE TRA PERSONE
- ASCOLTARE/SENTIRE; ascolto attivo



COMPONENTI

- VERBALE: SEMANTICA, TONO, VOLUME, RITMO, INFLESSIONE VOCE
- NON VERBALE: CONTATTO VISIVO O OCULARE, ESPRESSIONE FACCIALE, POSTURA, SPAZIO CORPOREO, CONTATTO CORPOREO, GESTUALITÀ DELLE MANI
- SIMBOLICA



- 1. Innanzitutto è importante capire che è **impossibile non comunicare** (primo assioma della comunicazione), devi quindi avere la consapevolezza che, qualsiasi cosa tu possa fare, o non fare, in ogni caso comunicherai qualcosa: importante quindi che ti renda conto che da Formatore dovrai costantemente regolare e indirizzare la tua comunicazione al meglio a seconda degli obiettivi, del contesto, della tipologia di relazione con l'interlocutore

- 2. E' fondamentale poi imparare ad utilizzare in modo efficace i **3 livelli della comunicazione**:
- **Livello Verbale**: il contenuto di ciò che stiamo dicendo (7%)
- **Livello Paraverbale**: il tono della voce, il ritmo della voce, il volume della voce, l'utilizzo di pause e silenzi (38%)
- **Livello Non Verbale**: il movimento del corpo, la gestualità, la mimica, la postura, la prossemica, l'abbigliamento... In una parola, il linguaggio del corpo (55%)



I 3 stili della comunicazione
sono un altro elemento
fondamentale da tenere in
considerazione:

Stile Assertivo

- È lo stile comunicativo che il Formatore dovrà adottare sempre durante l'erogazione dell'intervento formativo. L'assertivo ascolta attivamente ponendo domande per verificare di aver compreso, esprime i propri pensieri ed emozioni rispettando sempre e comunque l'individualità e il punto di vista dell'altro, se viene interrotto chiede con cortesia e fermezza di continuare, è disponibile al dialogo, al confronto e a raggiungere un accordo con l'interlocutore, afferma se stesso senza svalutare o sopravvalutare l'altro ed è una persona leale, tollerante e comprensiva

Stile Aggressivo

- è il primo dei due stili comunicativi che il Formatore dovrà sempre evitare durante l'erogazione dell'intervento formativo. L'aggressivo è un cattivo ascoltatore, utilizza un tono di voce arrogante, impone le sue convinzioni senza possibilità di contrattazione e non mostra interesse verso l'interlocutore; inoltre lo interrompe costantemente e tende a non farlo parlare, giungendo ad aggredire verbalmente e a umiliare. Infine non rispetta le idee degli altri e tende a invaderne lo spazio

Stile Passivo

- è il secondo dei due stili comunicativi che il Formatore dovrà sempre evitare durante l'erogazione dell'intervento formativo. Anche il passivo, come l'aggressivo, è un cattivo ascoltatore ed esita inoltre a esprimere le proprie idee, evitando o sfuggendo il rapporto con l'interlocutore. Si sottomette al volere dell'altro, ha paura di essere ascoltato e giudicato dagli altri, parla con voce sommessa e insicura, è convinto che gli altri siano sempre più bravi ed è dominato da un senso di inferiorità. Si considera infine responsabile di tutto quello che non va.

ASSERTIVITÀ

ASSERTIVITÀ

PASSIVO

AGGRESSIVO



OBIETTIVO

LA COMUNICAZIONE ASSERTIVA

- La comunicazione assertiva si avvale di numerose tecniche, di cui elenchiamo di seguito le principali:
- SVILUPPARE IL POSITIVO (GLI APPREZZAMENTI)
- FARE RICHIESTE
- DARSI/CHIEDERE TEMPO
- DIRE NO SENZA FERIRE
- RIBADIRE IL RIFIUTO
- ESPRIMERE LE CRITICHE IN MODO COSTRUTTIVO
- GESTIRE LE CRITICHE
- REAGIRE COSTRUTTIVAMENTE ALL'AGGRESSIVITÀ

LA COMUNICAZIONE ASSERTIVA

- La comunicazione assertiva si avvale di numerose tecniche, di cui elenchiamo di seguito le principali:
- SVILUPPARE IL POSITIVO (GLI APPREZZAMENTI)
- FARE RICHIESTE
- DARSI/CHIEDERE TEMPO
- DIRE NO SENZA FERIRE
- RIBADIRE IL RIFIUTO
- ESPRIMERE LE CRITICHE IN MODO COSTRUTTIVO
- GESTIRE LE CRITICHE
- REAGIRE COSTRUTTIVAMENTE ALL'AGGRESSIVITÀ

GENERALIZZARE

VS

SPECIFICARE

CHIEDERE



E



DARE

INFORMAZIONI

RUOLO E STATUS



LO STILE PASSIVO

- **Desiderio di essere simpatici e di voler essere accettati da tutti.**
- Evitare **conflitti** (meglio stadio iniziale quando ansia – e prestazioni cognitive +)
- Senso di scarsa autoefficacia
- Timore e senso di colpa se perde il controllo e tende allo stile aggressivo

LO STILE AGGRESSIVO

- **Attraverso il piglio duro ed aggressivo, si ottengono i risultati:** gli altri siano comunque ostili e quindi sia necessario essere armati ed attaccare per primi.
- **Dopo aver aggredito qualcuno, scaraventando contro di lui la nostra bile, ci si sente meglio.** Il che è vero. Però è un beneficio limitato nel tempo; la relazione con l'altro in tempi lunghi sarà sempre meno soddisfacente.
- **Il mondo è popolato da gente ostile, dalla quale ci si deve pur proteggere.**
- **Si deve restituire pan per focaccia. Versione evangelica di quella più attuale: “Chi tocca i fili muore”** . Si è insensibili alle ragioni proposte dall'altro. Non si dà tempo, cioè, all'interlocutore di esprimere il proprio punto di vista. In questo modo l'aggressivo toglie a se stesso la possibilità di migliorare la qualità dei suoi rapporti

LO STILE ASSERTIVO

- Colui che riconosce i diritti propri e quelli altrui è pronto ad ascoltare il punto di vista espresso dal suo interlocutore e ad esprimere il proprio eventuale disaccordo, mantenendo il totale rispetto nei suoi confronti. Ciò lo porta ad accettare la negoziazione come strumento principale per affrontare e risolvere i conflitti interpersonali nei quali inevitabilmente si imbatte.

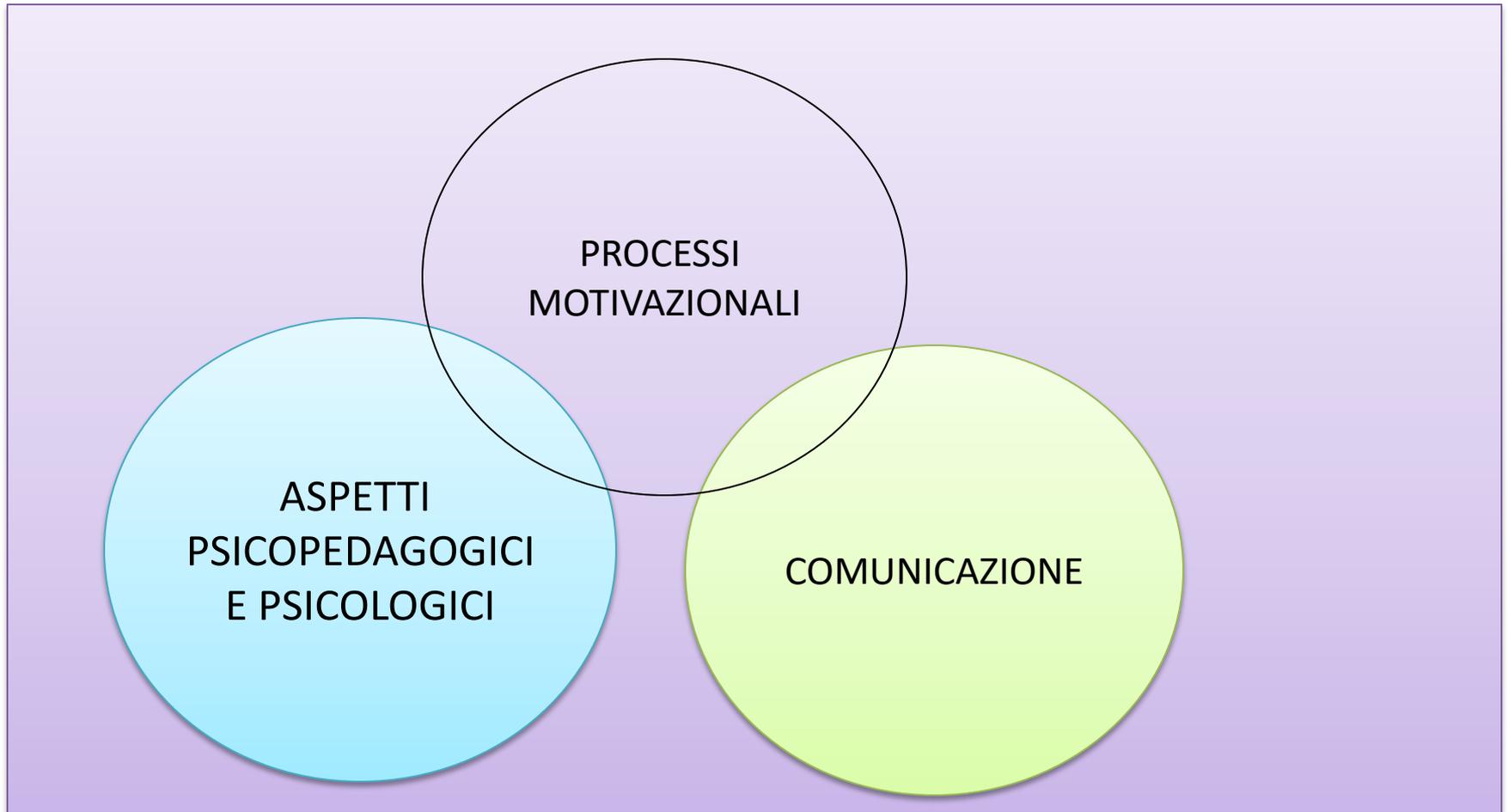
COMPONENTI VERBALI DI COMUNICAZIONE

- DOMANDE CHIUSE/APERTE
- LIBERA INFORMAZIONE
- AUTOAPERTURA
- DISCO ROTTO
- FEEDBACK: DARE E CHIEDERE (aspettative)
- CRITICHE: FARLE E GESTIRLE
- SCUSARSI

CRITICHE

- formulate in modo corretto tendono a motivare la persona
- migliorarne le prestazioni future
- rendere più positivo il clima relazionale
- focalizzata sulla prestazione e non sulla persona
- identificare i punti sui quali l'interlocutore farebbe bene a riflettere ed a fornire l'aiuto necessario a far sì che allievo o collaboratore non cadano in quello stesso tipo di errori nelle loro future prestazioni

COMUNICAZIONE CON ATLETI E ALLENATORI E COLLEGHI



COMUNICAZIONE E FEEDBACK

- la comunicazione è sempre a **doppio feedback**: anche le risposte dell'atleta-interlocutore provocano delle reazioni di risposta e influenzano.
- è importante assumere un atteggiamento di **percezione e autopercezione a livello verbale e non verbale** per costruire una buona relazione funzionale. (Mc Grath 1962).



Lo stile adatto

Non esistono a priori uno stile *giusto* ed uno *sbagliato*,

ma stili *diversi* che possono facilitare o meno l'ottenimento di un determinato risultato.

QUANTO RICORDIAMO

DURANTE LA NOSTRA ATTIVITA'?

Curva dell'apprendimento

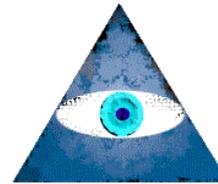
50%

Ricordiamo il:



Diciamo

30%



Guardiamo

20%



Ascoltiamo

10%



Leggiamo

Curva dell'apprendimento

Ricordiamo il

50%



+



Ascoltiamo e Guardiamo

90%



+



Spieghiamo

Dopo 2 settimane
tendiamo a ricordare:

LEGGERE

10% di ciò che
LEGGIAMO

ASCOLTARE

20% di ciò che
ASCOLTIAMO

VEDERE

30% di ciò che
VEDIAMO

GUARDARE UN VIDEO

50% di ciò che
VEDIAMO e
ASCOLTAMO

PARTECIPARE AD UNA
DISCUSSIONE

70% di ciò che
DICIAMO

FARE UNA PRESENTAZIONE
SIMULARE UN'ESPERIENZA REALE

90% di ciò che
DICIAMO e
FACCIAMO

PASSIVO

STIMOLO
VERBALE

STIMOLO VISIVO

ATTIVO

PARTECIPANTE

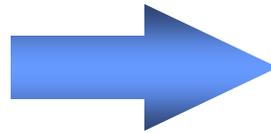
COINVOLGIMENTO
DIRETTO



Comunicazione e obiettivi

COMUNICARE = AGIRE PER OBIETTIVI

~~dovrei,
vorrei,
potrei~~

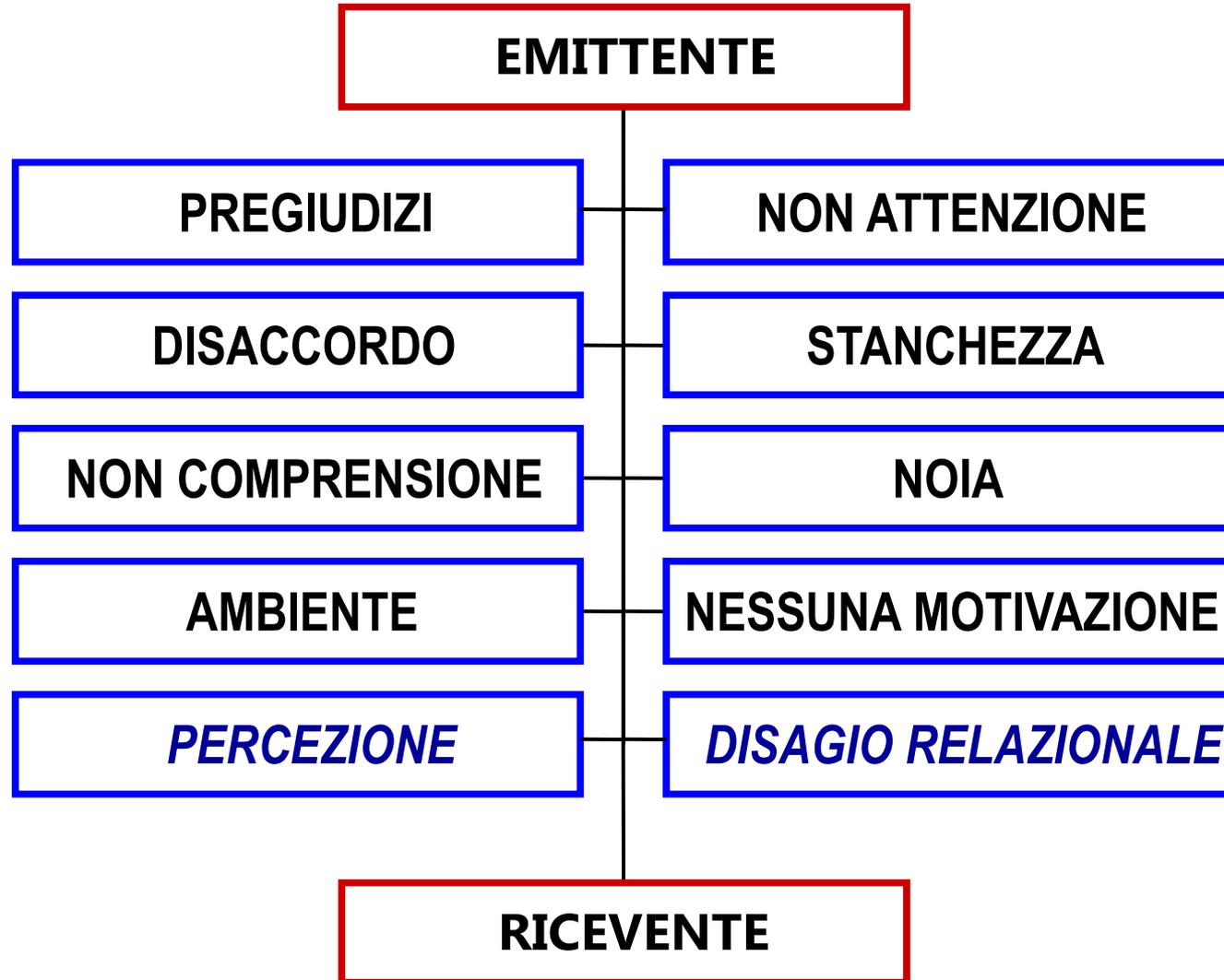


quale obiettivo devo,
voglio, posso
raggiungere

non conta solo ciò che si
comunica,

ma come si comunica e quale
reazione si ottiene

Barriere nella comunicazione



Gestione delle situazioni conflittuali



Il conflitto

DIVERGENZA tra

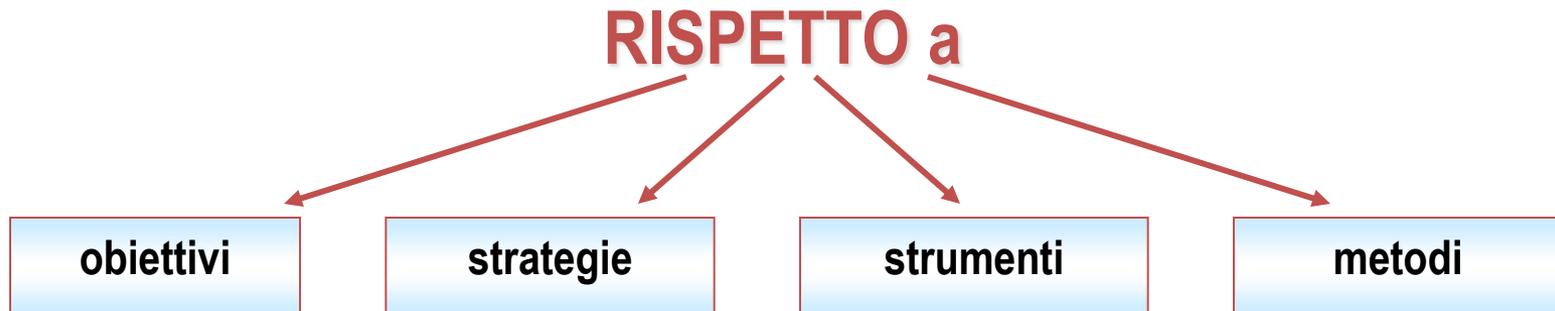
Individui che ricoprono:

- stesso ruolo
- ruoli diversi



Oppure tra:

Singolo individuo \Leftrightarrow Organizzazione/società...

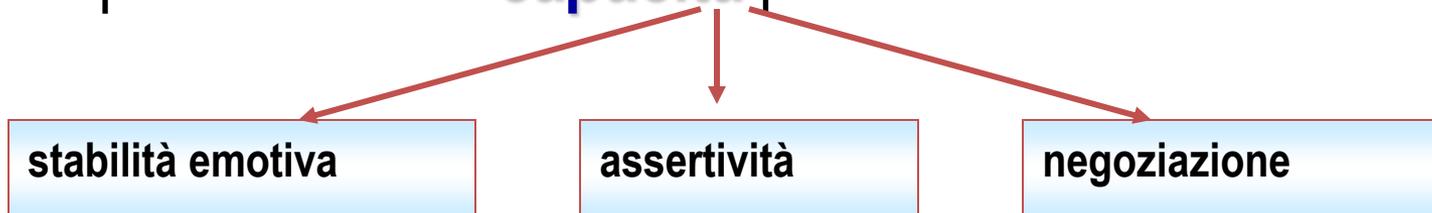


Il conflitto

Elemento **INELIMINABILE** in ogni relazione:
Deriva dal confronto dei diversi PUNTI DI VISTA degli interlocutori

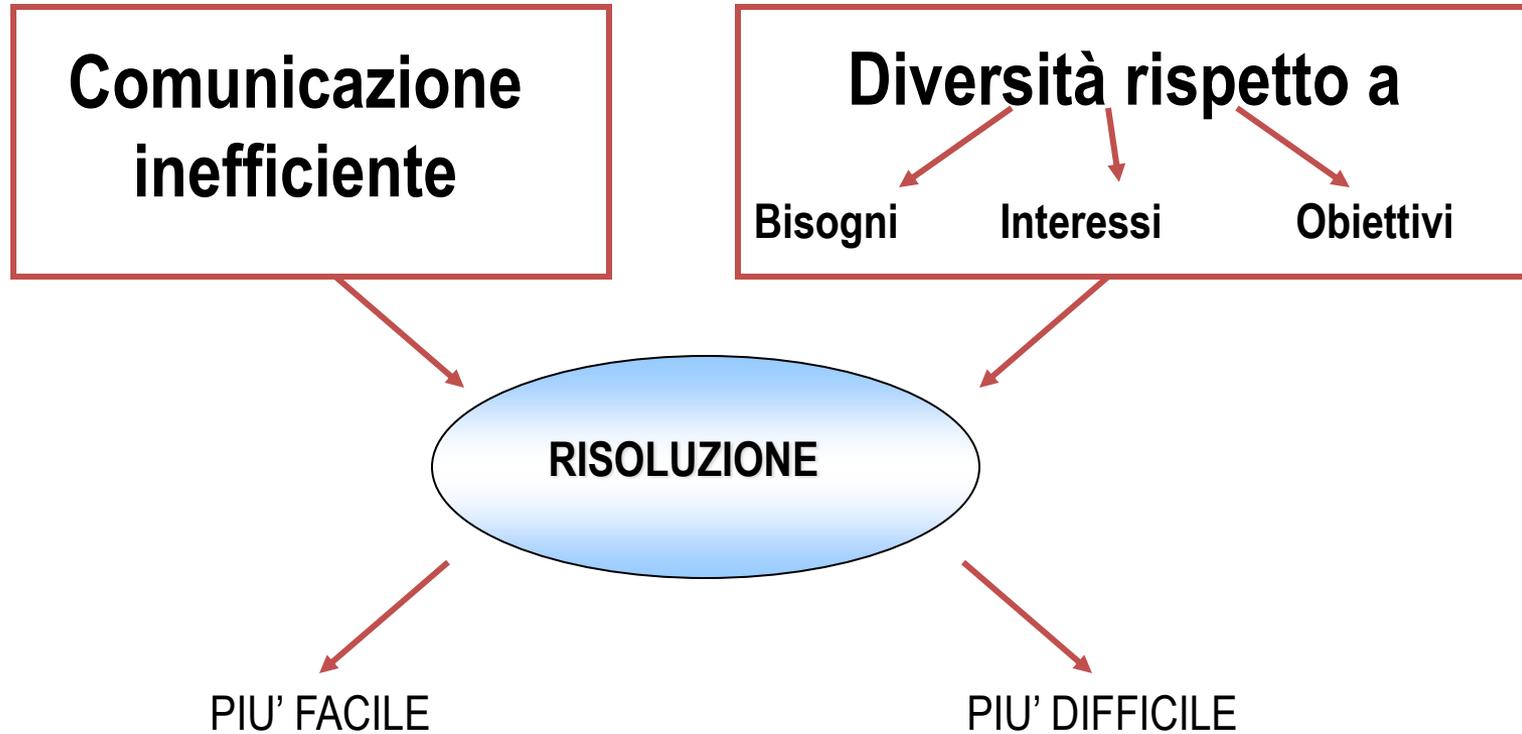
NON E' NECESSARIAMENTE NEGATIVO SE

Si possiedono le **capacità** per affrontarlo e risolverlo



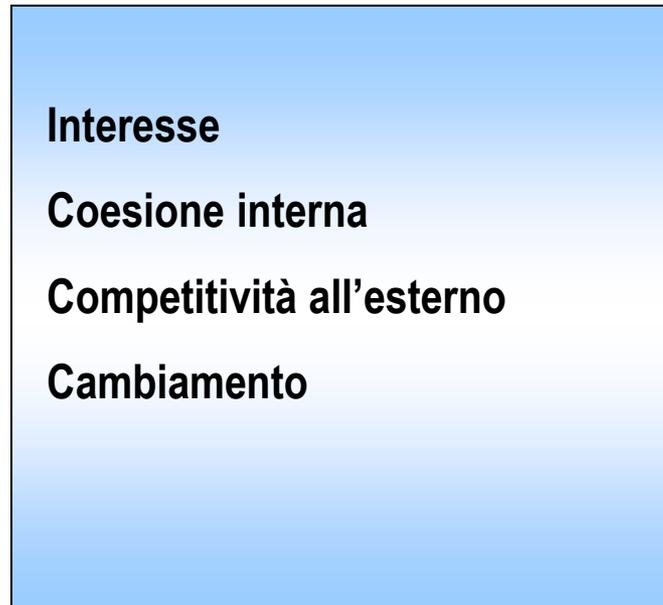
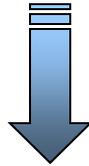
CONFLITTO = "ATTIVATORE" DI FATTORI POSITIVI

Le cause del conflitto



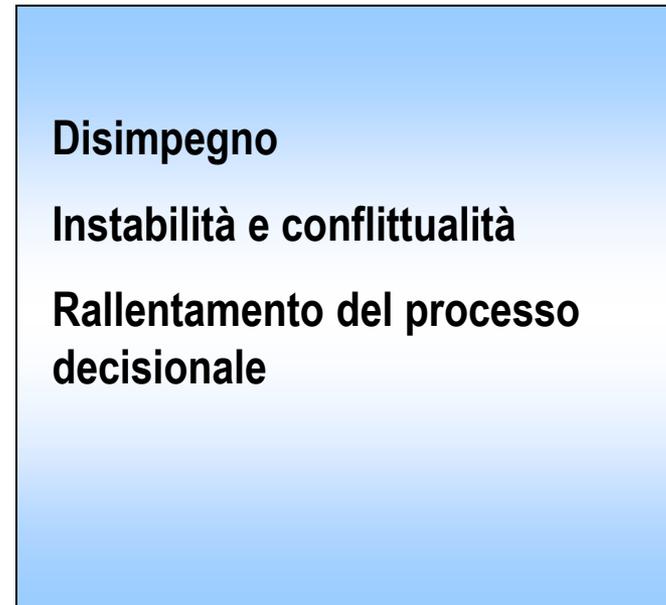
Conseguenze della situazione conflittuale

POSITIVO



determina:

NEGATIVO



Fattori negativi nel conflitto

- Urgenza temporale
- Inconsapevolezza delle proprie aspettative
- Pregiudizi rispetto alle opinioni altrui
- Mancata definizione di significati condivisi (semantica)
- Ascolto-comprensione scadenti
- Personalizzazione del problema

Fattori di comunicazione ottimale

- **CONCENTRARSI SUI “COMPORTAMENTI”, NON SULLE “PERSONE”**

- **EVITARE ATTEGGIAMENTI “AVVERSATIVI”**

- **NON VOLERE CONVINCERE AD OGNI COSTO**

- **CONCENTRARSI SULLE AREE DI ACCORDO**

- **RIFORMULARE; RINFORZO → RIPETIZIONE DEI PUNTI CHIAVE**

- **EFFETTUARE INTERVENTI BREVI**

- **ADATTARSI AL BACKGROUND DI RIFERIMENTO ALTRUI**

- **UTILIZZARE DOMANDE (l'interpretazione è corretta?)**

Fattori di comunicazione ottimale

ESSERE DIRETTI

PARLARE IN PRIMA PERSONA

COMPLETEZZA, CHIAREZZA E SPECIFICITA' DELLE INFORMAZIONI

CONSISTENZA (cfr. “messaggi doppi”; comunicazione non verbale)

SEPARARE FATTI DA OPINIONI

FOCALIZZARSI SU UNA COSA ALLA VOLTA

IMMEDIATEZZA DELLA COMUNICAZIONE

ESPLICITARE I PROPRI SCOPI (cfr “hidden agendas”)

Fattori di comunicazione ottimale

● COMUNICARE I PROPRI CRITERI, ASPETTATIVE, SENSAZIONI

● USARE UNO STILE IN ACCORDO CON LA PERSONALITA'

● ATTEGGIAMENTO EMPATICO: "Mettersi nei panni altrui"

● APPROCCIO POSITIVO (Lodi, incoraggiamenti, supporto, rinforzo +)

● SAPER RICONOSCERE LO SFORZO COMUNICATIVO ALTRUI (sorriso)

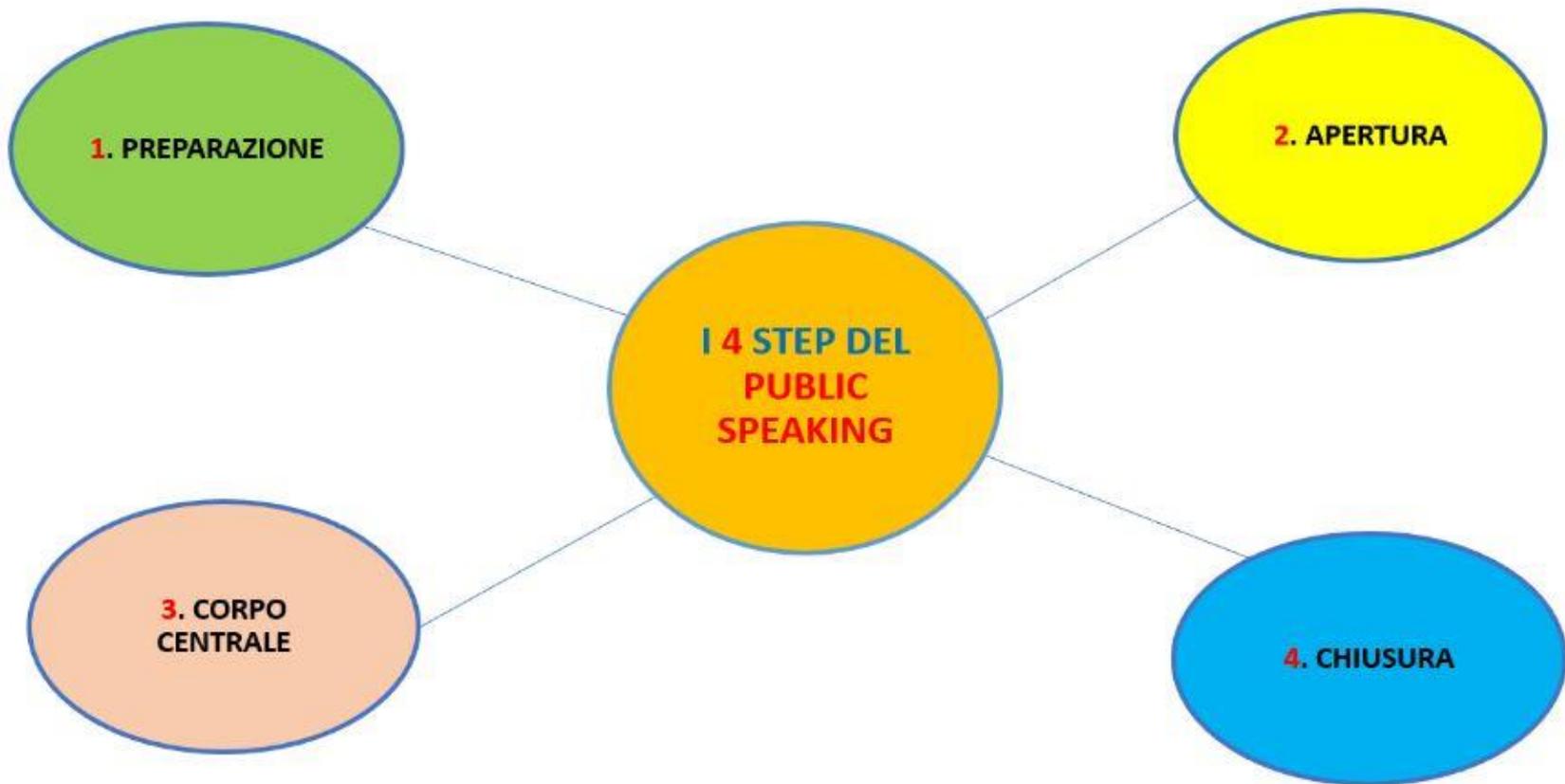
● POLITICA –SINCERA– DELLA "PORTA APERTA"

● COSTANZA E CONSISTENZA RISPETTO ALLE REGOLE

“un buon insegnamento è per un quarto preparazione e per tre quarti teatro” Galileo Galilei

- è fondamentale quindi che il formatore curi in modo molto approfondito le tecniche comunicative legate ai 3 livelli della comunicazione (il tono, il ritmo, il volume della voce e il linguaggio del corpo e allo stile assertivo) tieni infatti presente che da Formatore, per tutta la durata dell'intervento formativo, si lavorerà su un “palcoscenico”, ovvero sarai osservato costantemente da un pubblico di persone, mentre trasmetti loro i contenuti nel modo più efficace possibile.

PUBLIC SPEAKING



- **1. Preparazione scaletta degli argomenti**

Imposta quindi un canovaccio di argomenti che dovrai trattare, in cui siano descritti i punti da affrontare: avrai in questo modo la libertà di gestirli come vorrai, anche a seconda delle reazioni del pubblico. Imposta inoltre l'obiettivo che vuoi raggiungere attraverso il tuo discorso.

- **2. Caratteristiche del target di riferimento.** È importante conoscere le caratteristiche del pubblico di persone che ti troverai di fronte (per poter preparare un intervento che sia più possibile mirato, in contenuto e forma, rispetto ai loro bisogni e al loro profilo), ovvero:
 - **Numero**
 - **Età**
 - **Necessità**
 - **Desideri**
 - **Principi dominanti**
 - **Conoscenza della tematica oggetto dell'intervento**

- **3. Cura le tue competenze comunicative.**

L'utilizzo dei livelli della comunicazione **paraverbale** (tono, ritmo, volume della voce e utilizzo di pause e silenzi) e **non verbale** (movimento del corpo, mimica, gestualità, postura, prossemica, abbigliamento), infatti, sarà fondamentale per rendere efficace il tuo discorso in pubblico e coinvolgere le persone dall'inizio alla fine.

- **4. Esercitati, esercitati, esercitati.** È importante arrivare al fatidico giorno della tua presentazione in pubblico psicologicamente rilassato e il modo migliore per rilassarsi è avere la consapevolezza di aver fatto tutto ciò che era possibile fare per prepararsi.

- **Tempi del discorso**
- **Struttura del discorso**
- **Pause**
- **Eventuale materiale disponibile per il pubblico dei presenti**

- **gli strumenti che puoi utilizzare come “stacchi” del discorso, per mantenere viva l’attenzione del pubblico dall’inizio alla fine**, che sono gli stessi che possono essere utilizzati in apertura (a parte i ringraziamenti e i riconoscimenti verso platea, organizzatori, azienda ecc.), ovvero potrai scegliere tra:
 - **Una domanda al pubblico**
 - **Una storia divertente**
 - **Una citazione**
 - **Un riferimento all’attualità**
 - **Un’immagine**
 - **Un filmato**
 - **Un racconto con una morale**
 - **Una battuta**
 - **Un riferimento a un valore condiviso dalla platea**
 - **Una scena divertente**

PER CONCLUDERE

- **Richiamo dei concetti fondamentali del tuo intervento:** devi impostare sostanzialmente uno schema che funga da riepilogo degli argomenti affrontati, che possa inoltre creare quella “suspence” necessaria per la chiusura vera e propria del discorso
- **La così detta “chiamata all’azione”**, ovvero una richiesta (fattibile, realistica, concreta, definita), che devi fare al pubblico, per stimolarlo ad agire in un certo modo, coerentemente con quello che era l’obiettivo e la tematica-fulcro del tuo discorso
- **La vera e propria chiusura del discorso**, dove dovrai utilizzare gli stessi strumenti legati all’apertura e agli “stacchi”, ovvero potrai scegliere tra:
 - **Una domanda al pubblico**
 - **Una storia divertente**
 - **Una citazione**
 - **Un riferimento all’attualità**
 - **Un’immagine**
 - **Un filmato**
 - **Un racconto con una morale**
 - **Una battuta**
 - **Un riferimento a un valore condiviso dalla platea**
 - **Una scena divertente**

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

