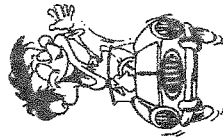


... L'ARTE DI SAPER PARLARE IN PUBBLICO



Che cos'è la comunicazione?

Annunciatori per professione o per vocazione?

Una tecnica di guida!!

... Buon Viaggio!!!

... i segnali da seguire per imboccare la via giusta

DARE LA PRECEDENZA

A che cosa? Al Linguaggio Non Verbale cioè all'insieme di gestualità, posizione, movimenti, mimica facciale...

Non reprimere ma dirigere

Duce / MastroLindo / Adamo / Eva / Fonzie / Tex / Valentino / Padre Pio / Padrino / Tic Tac Bans / Toscanini / Franklyn / Carla Fracci.

- Servo Gesto
- Messa a terra



NO



SI

Mai dietro le barricate!

Puntare sempre sul faccia a faccia, perciò via ogni barriera tra te e il tuo pubblico:

- leggio
- cattedra
- posizione asimmetrica (non centrale)



NO

Da usarsi per avvicinarsi!!

Rimanere immobili per troppo tempo è impossibile e sbagliato: bisogna muoversi ma nel modo giusto, perciò ricordati che è **sbagliato**:

- camminare senza un motivo comunicativo
- muoversi di fretta e nervosamente
- dare le spalle all'uditorio
- muoversi continuamente



NO

mentre è **molto corretto**:

- camminare per avvicinarsi al pubblico
- camminare per scaricare l'energia nervosa
- ritornare al punto centrale
- avere dei movimenti mirati per sottolineare alcuni gesti (specie con i ragazzi)



SI

Il nostro viso può comunicare molto perciò:

- allenati con un po' di mimo
- usalo durante le pause espressive
- usalo sempre per il pubblico e per te
- e per finire ricordati che se un bel sorriso non si può improvvisare è anche vero che quando c'è rende tutto più bello ...e poi fa bene alla salute!!!



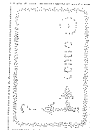
SI



DIVIETO DI UNA CATTIVA VOCE

La regola generale è: «*Usa lo stereo che è in te*» ... e usalo con tutti gli optional:

- controlla la freccia (l'ultima fila)
- controlla la marmitta (...i raschiamenti)
- controlla il carburatore (...mmh, eeh, cioè...)
- controlla il contagiri (respirazione)
- controlla il cambio (toni e pause)



STRADA CONSIGLIATA

Se si vuole puntare al centro della comunicazione:

MI PREPARO. (PREparazione psicol. /PARTecipanti/Realizzazione Obiettivi)

APERCUOLA. (Accoglienza PERSONE/ Titolo/ Un Regolamento/ Assieme)

CONTO. (Contesto/ Occhiata Realista/ Proposta/ Osservazioni)

FUNGO. (Festa/ Indice/ Novità/ ... E dite grazie)

Occhio alla spia!

...i pericoli da tenere sempre sott'occhio

ADRENALINA TROPPO ALTA

L'adrenalina è quella «cosa» che come ben sai pre-para l'organismo a battersi o a battersela! Tutto quindi sta nell'usare bene questa energia:

- Accettare lo stress
- Evitare altro stress
- Sfogare lo stress

ARIA PESANTE

C'è bisogno di una boccata di aria fresca! Perciò aziona il tuo humour e ventila un po' l'ambiente: è importante rasserenare le persone.

Alcuni consigli per le battute:

- con spontaneità
- al momento giusto (mai all'inizio!)
- se non esce pazienza... ma il sorriso sempre!!
- di diverso stile: Grillo/Fantozzi/Marchesini

SOSTA D'EMERGENZA

È necessario di tanto in tanto una breve sosta... ovviamente a motore acceso!

Una volta fermati e azionate le frecce d'emergenza bisogna far sì che gli uditori facciano il punto della situazione:

- Chiedere semplicemente: «Avete capito?»
- Lasciare spazio per chiarire i dubbi
- Visualizzare delle parole chiavi
- Usare il metodo missionario dell'eco.
- Dare dei problemi da risolvere utilizzando eventuali regole enunciate

PRESSIONE BASSA

Una vera comunicazione deve essere fluida e deve far vedere in qualche modo quello che dice: se questa spia si accende indica che la lubrificazione è un po' scarsa... sulle lunghe si brucia tutto!

Bisogna perciò scegliere l'olio più adatto:

- Semplicità
- U.P.A.D.
- Analogia e Esempi concreti
- Teoria dell'iceberg o dell'aperitivo
- Spotmania

POCA LUCE!!!

C'è così poca luce che non ci si vede! Infatti bisogna rimediare ad alcuni piccoli inconvenienti:

- overdose
- scanning
- fotomagnetite (re/amico/fan/politicrazia)

Gu accessori

...i consigli per un grande cabaret!!

Intenti
in pelle

È la tecnica del **trasformismo** che usa il cambio di vestiti come punto forte. I costumi devono essere:

- semplici e appariscenti
- caratterizzanti

Fanfanebbia

Usare degli **audiovisivi** non è sempre facile!! L'importante è:

- non usarli mai da soli
- ricordarsi che il miglior audiovisivo siamo sempre noi

Autoradio

Imparare a copiare le tecniche, i titoli da tutto quel mondo che è **RADIO/TV & Co.** Da ricordare:

- sono sempre e solo degli strumenti
- servono soprattutto per la partenza e la conclusione

Babacetti

A volte basta un oggetto usato in mille modi diversi per presentare un'idea. L'**oggettoprassi** richiede una buona preparazione ed è ottima quando non si dispone di materiale.

ABS

L'«Avere un **Ban**» Specifico per l'occasione è un colpo sicuro per riottenere silenzio, attenzione, per far sfogare nervosismo.

Alzacristalli
elettrici

La **magia** dà un vero tocco di classe! E di magie ne esistono diverse:

- classica
- tecnico-meccanica

La buona notizia per la tua giornata

Cerca la stazione radio base:

Per prima cosa dobbiamo cercare la **frequenza giusta** e purificare il nostro cuore (il ricevente) da ogni possibile rumore interno! Cerca poi di evitare anche il rumore esterno, perciò metti delle cuffie (crea intorno a te un clima di silenzio)

Ascolta i programmi:

La radio non è come un mangiacassette che ti fa ascoltare quello che vuoi tu! Gesù è una persona vera che ti dice quello che pensa, non quello che vorresti sentirti dire!

Schiaccia «REC.»:

È **messaggio importante perciò non va perso!** E una volta registrato risentilo subito per capire meglio le parole, per godere della bella musica, per impararti a memoria il testo così da poterlo poi ricantare.

Schiaccia «PLAY»:

Riascolta il brano della tua hit-parade **non solo subito** ma anche più tardi, per tutto il tempo in cui hai deciso che quel pezzo sarà nella top ten (un giorno, una settimana, ecc.).

S'intona con Cristo?

Il cristiano è quella stazione radio che continuamente rimanda in onda (cioè in vita) quello che ha sentito dalla radio base di Gesù!!!

Regole per una comunicazione autentica

Ascolta senza interrompere

Solo colui che dirige la riunione o il responsabile di gruppo possono porre fine alla discussione o accorciare gli interventi di chi si dilunga troppo. Quando in una riunione ci si interrompe a vicenda, le idee non progrediscono e viene a mancare la dinamica del gruppo.

Ascolta con simpatia

Coloro che hanno opinioni diverse. Ascoltare i pareri degli altri è il modo migliore per arricchirsi di idee nuove, o di nuovi modi di vedere le cose. Così quando toccherà a te parlare, potrai intravedere meglio le soluzioni dei problemi.

Pensa prima di parlare

Le persone si giudicano sempre dalle loro parole; per questo non dovrai mai esprimerti con frasi fuori luogo o offensive: è l'unico modo per ottenere ciò che si vuole.

Parla solo quando hai delle cose interessanti da dire

Questo significa lasciar perdere le parole inutili. Un'altra cosa: essere brevi, anche se è molto difficile, è una cosa simpatica... e furba.

Non criticare se non con buoni motivi

Non bisogna mai dimenticare che una critica è il modo migliore per farsi dei nemici. La critica deve essere irreprensibile e mostrare delle soluzioni costruttive.

Prendersi le responsabilità dell'azione

Assistere alle riunioni è il meno. Ciò che conta è il lavoro che ci si impegna a eseguire dopo. Il tuo prestigio dipenderà e au-

menterà nella misura in cui dopo le riunioni realizzi quello che si è deciso.

Sincerità

Devi sempre esprimere le tue idee, ciò che pensi, in tutta onestà. Non aspettare la fine per dire ciò che conviene fare o per criticare quello che si è detto nella riunione.

Principi
della comunicazione

1. NON SI PUÒ NON COMUNICARE - Ogni elemento del contesto può essere reso pertinente, cioè può essere interpretato, ed avere un suo senso. Se sei in treno e leggi un giornale, tenendolo bene in alto, quella posizione potrebbe essere interpretata come un'assenza di disponibilità a parlare. Allo stesso modo ogni elemento del contesto può essere fatto oggetto di comunicazione. Se ti presenti a scuola con un paio di sandali giapponesi e una sottana, il tuo recente viaggio in Giappone non passerà inosservato.

2. OGNI COMUNICAZIONE HA UN SIGNIFICANTE E UN SIGNIFICATO - In parole povere quando si dice una cosa, non è detto che sia anche quello che si vuole dire. Se vedo uno scarafone per terra è facile che dica «Che schifo», e voglio dire proprio quello. Ma se dopo un 9 di matematica qualcuno ci dice «Che schifo!» beh... forse si sta complimentando con noi!

3. LA NATURA DI UNA RELAZIONE È ANCHE UNA QUESTIONE DI... PUNTEGGIATURA - La punteggiatura in questo caso è la divisione in ruoli che ci si dà per abitudine o per agevolare la comunicazione, ad esempio: «Pronto?». «Ciao sono Gino». «Ciao Gino, come stai?». «Ciao Pino, bene e tu?». «Bene grazie» ecc.

Sembrerebbe strano se succedesse: «Pronto? Chi parla?». «Ciao, sono Gino». «Ah, passami tua sorella» ecc.

4. GLI ESSERI UMANI USANO DUE TIPI DI COMUNICAZIONE: ANALOGICA E DIGITALE - La comunicazione analogica è povera di regole, ma spesso dà una rapida comprensione (puntare il dito verso un punto è più immediato che dire: «Ehi guarda là, proprio sopra la tua spalla, ma circa a 30 metri vicino all'albero che sporge sulla strada»). Quella digitale ha regole complesse, ma precise, e richiede attenzione e pratica (Spiegare la geometria a gesti sarebbe impossibile, come raccontare la storia di una scoperta scientifica in un quadro).

5. TUTTI GLI SCAMBI COMUNICATIVI SONO SIMMETRICI O COMPLEMENTARI - Cioè la comunicazione può essere basata sull'uguaglianza (simmetria), come il discorso in ascensore o tra due amici, o sulla differenza (complementarità), come guardare la televisione (non puoi rispondere) o rispondere ad una domanda dei prof (non puoi dire «Sa, oggi mia sorella compie 12 anni»).

Comunicazione
non verbale

Per comunicare si usa il corpo. Ci sono almeno due modi in cui questo avviene. Il primo è, tutto sommato, banale: per comunicare si usa il corpo semplicemente perché è necessario privilegiare qualche canale percettivo (occhio, orecchio, tatto e così via) per trasmettere e ricevere messaggi.

Ma per comunicare si usa il corpo anche come fonte di comunicazione, come strumento espressivo. Questa è la COMUNICAZIONE NON VERBALE (CNV), che accompagna e spesso sostituisce il messaggio verbale. La CNV si occupa di una grande quantità di messaggi «non verbali»: i gesti motori per dire sì o no, il saluto muovendo le sopracciglia, l'intensità e il tono di vo-

ce... ma anche di quei messaggi detti «artefatti culturali», come l'abbigliamento, l'acconciatura dei capelli, il trucco, il comportamento nelle varie situazioni sociali.

Il corpo è uno strumento di comunicazione importantissimo, e forse è per questo che spesso non ce ne rendiamo conto. Una delle caratteristiche essenziali della CNV è infatti l'inconsapevolezza dei messaggi che si esprimono. Del resto, abbiamo 792 muscoli nel corpo... è difficile pensare che una persona riesca a tenerli tutti sotto controllo in ogni momento, figurarsi alcuni stati fisiologici come l'arrossire, la tachicardia, ecc.

La CNV viene suddivisa in vari ambiti, e tra questi ricordiamo:

- **REALE/CULTURALE** - Un ambito vastissimo, che va dall'abbigliamento alla presentazione di sé, dai riti di conoscenza (pensa... conoscersi è un rito codificatissimo) alle aspettative di ruolo (osserva come guardano a te i ragazzi in oratorio).
- **PROSEMICA** - Studia il ruolo del contatto (stringere la mano, baciare, l'applauso...), che più è intimo, meno è sociale, e viceversa; della vicinanza (eh sì: prova a controllare a che distanza sei quando parli con tua mamma o quando parli con un prof); dell'orientamento (di fianco, faccia a faccia... le posture v. figura). È la forma più primitiva di CNV.
- **OLFATTIVA** - Odori! Non solo quelli cattivi, dopo la partita! Ma i profumi più o meno aggressivi, l'aroma d'incenso in chiesa, quello della frutta fresca al mercato...
- **PARALINGUISTICA** - Cioè quella legata alla parola: impostazione della voce, intonazione; pianto e riso; il balbettio e le ripetizioni...
- **CINESICA** - È la comunicazione gestuale e dei movimenti del corpo, un ambito enorme nella CNV. I gesti sono stati classificati in: emblemi (il saluto, l'autostop, la benedizione...), illustratori (i movimenti che aiutano la comprensione del discorso, disegnando una forma, indicando ecc.), regolari (scuotere

il capo, alzare la mano...), ostentatori di affetti (alzare un pugno, coprirsi la faccia con le mani...).

Lo sguardo poi occupa un capitolo a sé: pensa a tutte le espressioni che puoi fare con le sopracciglia. O a quanto guardi chi parla, o chi ti sta ascoltando (chi guarda di più l'altro?). Oppure a quanto intensamente guardi le persone mentre sei con loro. La consapevolezza di sé e degli altri è quindi un elemento essenziale del comunicare. Non sottovalutare nessun elemento, ma non diventare nemmeno schiavo di come sei... di come parli, di come comunichi.

Legenda: a) curioso; b) perplesso; c) indifferente; d) rifiuto; e) osservare; f) soddisfatto di se stesso; g) accogliente; h) risoluto; i) furtivo; j) cercare; k) osservare; l) attento; m) violento; n) agitato; o) disteso; p) sorpreso, dominante, sospettoso; q) furtivo; r) timido; s) pensoso; t) affettuoso.

