

VISIT THE WEBSITE HERE



SCAN ME

# ITALIAN

COMMENT CREER UNE BONNE PRESENTATION

## CONSEILS



## PSYCHOLOGIE

TEST POUR EVALUER VOTRE STRESS



## EXERCICES

DEVENEZ UN ORATEUR HORS-PAIR!!!



## REALITE VIRTUELLE

ELIMINEZ VOTRE STRESS ET VOTRE ANXIETE GRACE A LA REALITE VIRTUELLE



# Expand your Frontiers in High Technical Skills and Public Speaking

"Ce projet 2020-1-FR01-KA226-VET-094712 a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission ne peut être tenue responsable de l'utilisation qui pourrait être faite des informations qu'elle contient.



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2020-1-FR01-KA226-VET-094712



<https://www.erasmuska2.com/>

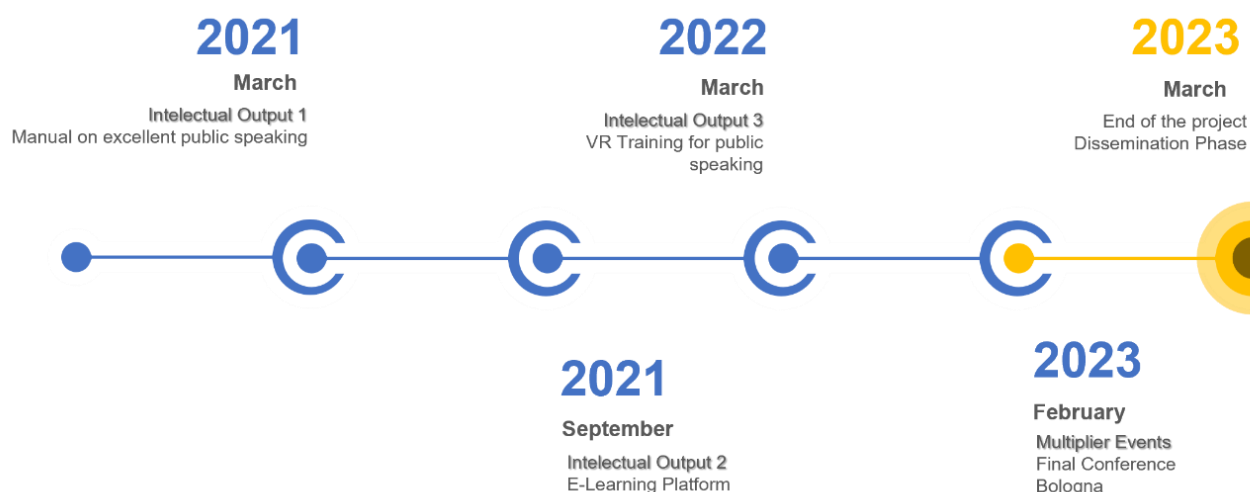
# INDICE

<b>DESCRIZIONE DEL PROGETTO.....</b>	<b>2</b>
• <b>PARLARE IN PUBBLICO INTRODUZIONE .....</b>	<b>9</b>
<b>LINEE GUIDA PER UNA PRESENTAZIONE EFFICACE .....</b>	<b>13</b>
• <b>CHE COS'È UN DISCORSO EFFICACE .....</b>	<b>13</b>
• <b>I DIVERSI MODI DI PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>15</b>
• <b>LA FASE DI PREPARAZIONE .....</b>	<b>16</b>
• <b>DISCORSO IMPROVVISO, ININTERROTTO E FLUENTE .....</b>	<b>18</b>
• <b>INTELLIGENZA DEL DISCORSO .....</b>	<b>20</b>
• <b>FORMAZIONE E ORGANIZZAZIONE .....</b>	<b>20</b>
• <b>CHE TIPO DI INIZIO, CHE TIPO DI FINE? .....</b>	<b>23</b>
<b>ISTRUZIONI PER L'ANALISI DEL PUBBLICO E L'OTTIMIZZAZIONE DEL DISCORSO ....</b>	<b>Errore. Il segnalibro non è definito.</b>
• <b>COME ANALIZZARE IL PUBBLICO .....</b>	<b>31</b>
• <b>LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>38</b>
• <b>PROTOCOLLI PER LA RIDUZIONE DELLA FOBIA DEL PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>41</b>
• <b>STRATEGIE PER MIGLIORI COMPETENZE COMUNICATIVE .....</b>	<b>44</b>
• <b>TECNICHE PER VINCERE LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>47</b>
• <b>TECNICHE PSICOLOGICHE PER AFFRONTARE LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>49</b>
• <b>REALTÀ VIRTUALE .....</b>	<b>54</b>
• <b>BIBLIOGRAFIA: .....</b>	<b>71</b>
<b>METODI EFFICACI PER RISPONDERE ALLE DOMANDE DEL PUBBLICO .....</b>	<b>72</b>
• <b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>73</b>
• <b>BIBLIOGRAFIA: .....</b>	<b>80</b>
<b>METODI PER CREARE PRESENTAZIONI EFFICACI.....</b>	<b>82</b>
• <b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>822</b>
• <b>SEZIONE 1. CHE COS'È UNA PRESENTAZIONE? .....</b>	<b>83</b>
• <b>SEZIONE 2. PIANIFICAZIONE DI UNA PRESENTAZIONE .....</b>	<b>87</b>
• <b>SEZIONE 3. PREPARAZIONE DELLA PRESENTAZIONE .....</b>	<b>93</b>
• <b>SEZIONE 4. PRESENTAZIONE DELLA SOCIETÀ/ORGANIZZAZIONE .....</b>	<b>95</b>
• <b>SEZIONE 5. PRESENTAZIONE DEL PROGETTO .....</b>	<b>100</b>
• <b>SEZIONE 6. PRESENTAZIONE DEI RISULTATI DELLA FORMAZIONE .....</b>	<b>103</b>
• <b>SEZIONE 7. AUTOPRESENTAZIONE .....</b>	<b>10404</b>
• <b>SEZIONE 8. ALLA VIGILIA DELLA PRESENTAZIONE .....</b>	<b>10606</b>
• <b>SEZIONE 9. PROCESSO DI PRESENTAZIONE .....</b>	<b>10707</b>
• <b>SEZIONE 10. CREA UNA PRESENTAZIONE POWERPOINT .....</b>	<b>11212</b>
<b>METODI OSSERVAZIONALI E CHECKLIST PER LA VALUTAZIONE DEL PARLARE IN PUBBLICO .....</b>	<b>116</b>
• <b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>117</b>
• <b>INDICATORI OSSERVAZIONALI PER LA VALUTAZIONE DEL PARLARE PUBBLICO .....</b>	<b>119</b>
• <b>CONTENUTO INFORMATIVO DI UNA PRESENTAZIONE .....</b>	<b>124</b>
• <b>BIBLIOGRAFIA: .....</b>	<b>127</b>
<b>MIGLIORAMENTO GENERALE PER L'ORATORE.....</b>	<b>129</b>
• <b>MIGLIORA VOCE, DIZIONE E TONO .....</b>	<b>132</b>
• <b>MIGLIORARE IL LINGUAGGIO E I GESTI DEL CORPO .....</b>	<b>138</b>
• <b>ESPERIENZE VARIE E REALI .....</b>	<b>146</b>
<b>MODULI DI VALUTAZIONE DELLA PRESENTAZIONE .....</b>	<b>1468</b>

## IL PROGETTO

Il progetto "Espandi le tue frontiere nelle abilità tecniche elevate e nel parlare in pubblico" ha l'obiettivo di aumentare le competenze per parlare in pubblico degli educatori e ridurre le fobie sociali di parlare in pubblico attraverso 3 risultati intellettuali innovativi:

- Sistema di realtà virtuale per la simulazione di un discorso in pubblico,
- Piattaforma e-learning,
- Manuale tradotto in 7 lingue (EN, IT, PT, RO, RU, FR, TK)



Questo progetto (Progetto 2020-1-FR01-KA226-VET-094712 è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea. Questa pubblicazione riflette solo le opinioni dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che potrebbe essere fatto delle informazioni in esso contenute





**PARAGRAF International** is an NGO based in Paris (France) with a European network in Antwerp [Belgium] and Stockholm (Sweden) and who aim to share common values and good methods on non-formal education. PARAGRAF International is composed and managed by a team of people who acquired experiences from different structures around Europe.



**Mehmet Rifat Evyap Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi school** started education in 1998 -1999 academic year. We have 1320 students at our school In our school, there are 5 fields under the name of Information Technologies, Electrical-Electronics Technologies, Chemical Technologies, Machinery Technologies and Renewable Energy Technologies and education activities with 9 branches under these fields are continuing.



**International Institute of Applied Psychology and Human Sciences** is a cultural and scientific association located in Italy. The goals of IIAPHS are 1. to promote scientific research in the field of psychology, also in cooperation with Scientific Entities and Organisations both public and private, national and international 2. To collect and elaborate data, to structure and implement psychological intervention and to disseminate information regarding applied psychology and human sciences 3. to divulge the methodology of scientific research, psychology and human sciences.



**Academia de Formação do Norte** is a training school created in 2011, certified by the Directorate- General for Employment and labor Relations, based in the city of Porto that promotes training actions for youngers and adults, companies in several areas, providing the trainees with the virtual reality, necessary skills to better adapt to organizations and to the labor market, mainly in the sector of Health, Beauty & Wellness, entrepreneurship, Environment, ICT, languages and initial pedagogical training for trainers. The school has been exploring the use of immersive virtual reality (iVR) in real classrooms. We are focused on how iVR can be used to enhance learning, its relationship to curriculum, and its implications for pedagogy.



**The Namoi association** aim to protect human rights, defense of the legal interests of social excluded groups that be connected to a person's social class, race, skin color, religious affiliation, ethnic origin. We are helping youth to build a strong image of the current technological situation. We answers fundamental questions regarding hardware need, basic software used, types of online services required to work more efficiently and the necessary technology related trainings for staff. We facilitate transnational research, by educating journalists and by bringing together media workers with differing perspectives into a conversation about themselves and the world.



**SC Psihoforworld** was established in April 2016 as a follow-up to the "Individual Psychology Cabinet David Anca" set up in 2012. Since 2012, we have been focusing on adult counselling services in the field of work psychology, with about 7 years of experience in: professional guidance and counselling, recruiting and selecting staff for different organizations, designing training programs professional assessment, psychological evaluation of employees, achievement of the psychological profile of persons who want to occupy certain positions, elaboration of studies regarding personnel fluctuations and finding the related remedies.





IO1 Manual Excellent Public Speaking

IO2 E-learning Platform for Public Speaking

IO3 VR Training for Public Speaking

Il progetto "Expand your Frontiers in High Technical Skills and Public Speaking" include tecnologie digitali innovative per l'insegnamento e l'apprendimento. Il simulatore di realtà virtuale (O3) è un sistema VR immersivo che consente ai partecipanti di simulare una sessione di discorso in pubblico al fine di aumentare le competenze degli insegnanti e ridurre le fobie sociali legate al parlare in pubblico.

Il sistema consentirà ai partecipanti di sperimentare diverse sessioni di public speaking in scenari a difficoltà crescenti. La fobia sociale in molti casi rende estremamente difficile l'approccio al discorso in pubblico a tutte le professioni di insegnamento e formazione. Il progetto include un'innovativa piattaforma di e-learning (O2) che insegna agli educatori le competenze necessarie per parlare in pubblico in modo efficace e ridurre l'ansia legata alla performance pubblica.

I risultati intellettuali da produrre nell'ambito del progetto "**Expand your Frontiers in High Technical Skills and Public Speaking**" sono un supporto per tutti gli insegnanti, formatori e tutor a scuola e al lavoro per il loro sviluppo professionale. La nostra analisi dei bisogni transnazionali ha mostrato chiaramente che non esiste un chiaro e universale requisito di formazione per accedere alla professione di formatore. Quando c'è un requisito di formazione, questo non è contempla anche le abilità sociali. Lo stesso lo si può chiaramente individuare per gli insegnanti, il cui accesso alla professione è regolato da una selezione pubblica. Tuttavia, fattori sociali come l'ansia sociale e le fobie possono influenzare chiaramente le prestazioni di insegnanti, formatori e tutor e ridurre il loro benessere. L'output prodotto supporta il loro processo di apprendimento del parlare in pubblico e lavora direttamente sulle fobie sociali ad esso correlate.

Il manuale ha l'obiettivo di aumentare la qualità delle presentazioni in pubblico, aumentare la resilienza dei formatori e ridurre la fobia del parlare in pubblico e lo stress tra formatori, insegnanti, professori universitari e altri membri dei gruppi target. Il manuale sarà tradotto in 7 lingue (EN, RO, IT, PT, RU, TK, FR).



**Il manuale ha l'obiettivo di aumentare la qualità del parlare in pubblico, aumentare la resilienza dei formatori e ridurre la fobia del parlare in pubblico e lo stress tra formatori, insegnanti, professori universitari e altri membri dei gruppi target.**

- I formatori sono una professione non regolamentata, i criteri formali di accesso non sono definiti nella stragrande maggioranza dei casi.
- Accesso alla professione dei docenti delle scuole superiori e dei docenti universitari mediante selezione pubblica, che non tiene necessariamente conto delle competenze sociali.
- Le abilità di parlare in pubblico vengono apprese nella stragrande maggioranza dei casi sul posto di lavoro senza formazione e questo può aumentare lo stress e ridurre le prestazioni.
- La professione educativa è un settore in crescita, questo fattore può essere un'opportunità per i paesi partecipanti.
- Le indagini epidemiologiche mostrano che le professioni didattiche condividono alti livelli di stress.



**Il manuale include:**

- Linee guida per un parlare in pubblico efficace
- Istruzioni per l'analisi dell'audience e l'ottimizzazione del discorso
- Test psicologico di autovalutazione per la valutazione degli stati negativi di ansia e fobia
- Metodi efficaci per rispondere alle domande del pubblico
- Protocolli per psicologi per la riduzione delle fobie del parlare in pubblico
- Metodi per creare presentazioni efficaci
- Metodi di osservazione e checklist per la valutazione del public speaking
- Esercizi per il miglioramento del public speaking.

- ❖ **La piattaforma e-learning per le competenze nel public speaking è un output di educazione digitale aperta basato su 10 ore di video-lezioni progettate per aumentare le competenze e ridurre le fobie nel parlare in pubblico e altri stati psicologici negativi.**



### Analisi dei bisogni:

- La pratica del parlare in pubblico viene spesso appresa sul lavoro con l'approccio per tentativi ed errori.
- La selezione pubblica delle professioni degli insegnanti non include una valutazione standardizzata delle abilità sociali e delle competenze nel parlare in pubblico.
- Le professioni didattiche sono una delle categorie professionali più esposte allo stress da lavoro correlato.

### Funzionalità:

- moduli di login e registrazione secondo GDPR
- 10 ore di video organizzate in 5 moduli da 2 ore ciascuno, suddivisi in lezioni frontali
- sistema di test di autovalutazione
- questionario del sistema di soddisfazione
- sistema di reporting automatizzato
- sistema di posta elettronica integrato per l'aggiornamento e la motivazione dei partecipanti a completare i moduli
- sistema per il rilascio dell'attestato di frequenza
- traduzione completa con sottotitoli e voce fuori campo di tutti i video
- sistema integrato di comunicazione con gli psicologi per una consulenza personalizzata
- sistema automatizzato di valutazione degli stati negativi connessi a situazioni di public speaking

- ❖ **Formazione VR per parlare in pubblico in una formazione innovativa per combattere la fobia sociale del parlare in pubblico. La realtà virtuale introdurrà il partecipante in una simulazione del parlare in pubblico e valuterà il comportamento in tempo reale per incoraggiare il partecipante a parlare in pubblico in modo efficace e gestire gli stati negativi.**



La formazione in realtà virtuale per parlare in pubblico ha le seguenti funzionalità:

- Simulazione grazie ad occhiali VR
  - Esposizione graduale, da scenari facili a scenari più complicati
  - Valutazione attraverso un'indagine psicologica degli stati di fobia e ansia
  - Valutazione dei movimenti della testa per dare un feedback al partecipante
  - Valutazione della qualità del discorso attraverso indicatori vocali
  - Valutazione del contatto visivo con il pubblico
  - Produzione automatica di un rapporto sull'impatto tramite l'app VR
- Download gratuito da Google App

Per raggiungere gli obiettivi del progetto (migliore performance nel parlare in pubblico e riduzione degli stati psicologici negativi), si propone lo sviluppo di sistemi di gamification. Verrà creato un videogioco basato sulla Realtà Virtuale. Verrà creato un ambiente



virtuale attraverso il quale il beneficiario sarà immerso in una sala conferenze virtuale. In questa sala conferenze, l'utente assolverà al compito di fare un intervento su un tema proposto dalla piattaforma.

**Questo videogioco avrà le seguenti caratteristiche:**

Comprenderà diversi scenari: verranno sviluppati diversi scenari in cui l'auditorium è vuoto, scenari in cui l'auditorium è pieno, scenari in cui l'auditorium è pieno e il pubblico parla, ecc. Questi diversi scenari rappresenteranno diversi livelli di difficoltà, dal più semplice al più complicato.

- Valutazione automatizzata della qualità del lavoro: il sistema raccoglierà i seguenti indicatori di qualità del parlato:

- Contatto visivo con il pubblico: il sistema valuterà se l'utente guarda il pubblico.
- Movimento della testa: il sistema valuterà i movimenti della testa dell'utente per rilevare situazioni di stress, ecc.
- Tono vocale: il sistema valuterà il livello del volume quando l'utente parla.
- Durata del discorso: conteggio dei minuti dedicati al discorso.

In qualsiasi momento della tua vita, potresti ricevere inviti a partecipare a riunioni e conferenze e in alcuni casi ti potrebbe essere richiesto di parlare in pubblico. Anche se sei un esperto nel tuo campo, parlare in pubblico è tutta un'altra storia. Molte persone evitano o hanno paura di parlare in pubblico. Se sei una di queste, possiamo darti alcuni consigli per aiutarti a superare la tua paura. Se hai paura, sappi che non sei solo. Molte persone hanno paura di parlare in pubblico. Come ha detto il comico Jerry Seinfeld, ci sono molte più persone che hanno paura di parlare in pubblico di quelle che hanno paura di morire. Quindi, questa conversazione è davvero così difficile?

Lo stress che provi quando esci in pubblico, il sudore sui palmi delle mani, quel dolore allo stomaco, possono essere descritti come manifestazioni della fobia del parlare in pubblico. Se questa situazione non viene affrontata, può influenzare negativamente sia la tua vita professionale che quella privata. Soprattutto se devi parlare spesso a causa del tuo lavoro, superare questa fobia ti renderà la vita molto più facile.

### **Perché dovremmo parlare in modo efficace?**

Tutte le persone da cui siamo stati influenzati nel corso della nostra vita ci hanno influenzato con le loro azioni e discorsi. Coloro che ammiriamo sono coloro che rivelano la loro conoscenza attraverso i loro discorsi. Quando siamo influenzati dai loro libri, l'effetto viene del libro, non nella persona. La persona ha comunicato con il lettore attraverso il libro. Non importa quanto tu sia ben informato, se non puoi esprimerlo attraverso la parola o altri mezzi di comunicazione, la tua conoscenza non è di alcuna utilità per le altre persone. Se hai il potere di provocare uno sviluppo positivo, ma non lo usi, significa che non stai facendo ciò che è necessario per il potere che ti è stato dato. Puoi aiutare le persone a migliorare con il tuo discorso? Puoi avvicinarle alla felicità? Se vogliamo trasmettere informazioni o un messaggio alle persone, il modo migliore per farlo è parlare. Se mostri una personalità inefficace nel parlare, lascerai un'impressione completamente negativa negli occhi del tuo interlocutore. Sarai ignorato. Finché non gli fai davvero sentire la tua influenza. Se sei efficace nel tuo discorso, comportamento e comunicazione, creerai invece entusiasmo nel tuo interlocutore. Vorrà ascoltarti, parlarti. Sembra che ci siano diversi segreti nel discorso. Parlare davanti alla gente è un piacere indescrivibile. Un discorso di successo, d'altra parte, ha effetti misteriosi sulle persone. Di tutti i discorsi sentiti in televisione, gli unici che rimangono in mente sono quelli di chi sa esprimersi in modo efficace. È molto difficile dimenticare una persona che hai definito "fantastica" dopo una conferenza che hai ascoltato.

### **A proposito di parlare in pubblico**

Al lavoro, o in qualsiasi altra nostra attività, il modo in cui parliamo, il modo in cui possiamo comunicare, è uno degli elementi in base ai quali saremo giudicati, accettati o definitivamente respinti. Parlare con ordine, chiarezza, entusiasmo, persuasione è un'abilità che può e deve essere allenata se si vuole trasmettere efficacemente le proprie argomentazioni. Fin dai tempi antichi, l'esigenza di parlare in pubblico è stata costante per l'essere umano per persuadere, convincere, insegnare, socializzare.

L'arte del parlare in pubblico si chiama oratoria e chi la pratica oratore. L'oratoria è l'arte del dire e, soprattutto, del saper dire. Si riferisce al saper esprimere il messaggio che si vuole trasmettere al momento giusto e nel modo corretto.

Un discorso di qualsiasi tipo (politico, giudiziario, funebre, ecc.) riceveva il nome di oratio. Il dominio di questa "arte" era chiamato eloquentia. L'oratoria è, quindi, "l'arte di parlare in modo eloquente". Il potere dell'oratoria è immenso: padroneggiandola saremo in grado di convincere il nostro pubblico o interlocutore, persuaderlo e persino divertirlo o commuoverlo. L'eloquenza è essenziale per parlare in pubblico e, certamente, la chiave per parlare è la capacità di ottenere un discorso fluido, elegante e convincente.

Con l'eloquenza, l'empatia si risveglia nel nostro pubblico, che sarà eccitato e affascinato da noi e dal nostro messaggio. Come tutte, è un'abilità che può essere migliorata e dalla quale si possono trarre innumerevoli vantaggi. Sapersi esprimere è uno strumento fondamentale nella performance professionale in qualsiasi settore. Ma l'oratoria va ben oltre le parole: non è solo parlare, è comunicare. E lo facciamo attraverso altri elementi altrettanto preziosi come l'intonazione, i gesti, lo sguardo, la postura del corpo, ecc. La loro padronanza faciliterà la presentazione delle nostre idee in modo ragionato davanti agli altri.

Le tecniche sviluppate in oratoria per il corretto uso della vocalizzazione, della respirazione, del rilassamento, del tono di voce, del ritmo, ti aiuteranno ad esprimerti correttamente davanti ad un pubblico che, in generale, può essere differente per fascia di età,

livello socioculturale, idee o credenze. Un oratore deve essere in grado di influenzare le emozioni degli ascoltatori, non solo fornire loro informazioni. La tecnica oratoria funzionerà indipendentemente dall'argomento che stiamo affrontando, dalla situazione in cui ci troviamo o dal tipo di interlocutore che ci troviamo di fronte. Nella Storia l'oratoria comincia a essere praticata molto presto: il primo discorso a cui abbiamo assistito è quello pronunciato da Sedano Claudio il Cieco, sulla guerra contro Pirro.

L'Oratoria nacque in Sicilia e si sviluppò principalmente in Grecia, dove era considerata uno strumento per acquisire prestigio e potere politico. C'erano alcuni professionisti chiamati logologi, che erano incaricati di scrivere discorsi per i tribunali. Il più famoso di loro era Lisia. Socrate creò ad Atene una famosa Scuola di Oratoria che aveva una concezione più ampia e patriottica della missione dell'oratore, che doveva essere uomo colto e mosso da alti ideali etici per garantire il progresso dello Stato. In questo tipo di oratoria Demostene era considerato il migliore.

Dalla Grecia l'oratoria passò alla Repubblica Romana, dove Marco Tulio Cicerone lo perfezionò. I suoi discorsi e trattati oratoriali sono ancora oggi essenziali. La teoria su cui si basava, appresa e adattata dai greci, era chiamata retorica (dal greco *retore*, oratore): un insieme di discipline e un modo concreto di organizzare e costruire un discorso con un fine ultimo: persuadere il pubblico. Le scuole in cui si studiava, equivalenti alle nostre università, erano chiamate "scuole di retorica". La retorica è trasversale ai vari campi del sapere (scienze letterarie, scienze politiche, pubblicità, giornalismo, scienze della formazione, scienze sociali, diritto, studi biblici, ecc.) e si occupa dello studio e della sistematizzazione di procedure e tecniche per l'uso del linguaggio, sia che serva a uno scopo persuasivo o estetico, sia a fini comunicativi.

L'arte di usare la parola in pubblico, con correttezza ed eleganza, usandola per compiacere e persuadere, ebbe a Roma un uso precoce e prolungato. Il suo sviluppo fu favorito dal sistema politico della Repubblica basato sulla consultazione popolare e rimase, infatti, vivo e forte finché sopravvisse la costituzione repubblicana. Imposte forme di governo basate sul potere personale, l'oratoria, priva del clima di libertà di cui ha bisogno, languiva e diventava puro esercizio di retorica. L'oratoria permeò gran parte della vita pubblica, e il suo valore fu riconosciuto nei tribunali (discorsi giudiziari), nel foro romano (discorsi politici) e in alcuni eventi religiosi (elogi funebri). Il popolo romano, straordinariamente appassionato di discorsi, seppe valorizzare e applaudire brillanti oratori, tra cui Cicerone e Marco Fabio Quintiliano, e fu attore molto vivo nei dibattiti tra scuole e correnti diverse.

Tra i vantaggi derivanti dall'effettiva padronanza dell'uso della lingua, possiamo evidenziare:

#### **- Più autostima e fiducia**

Superare le paure e le insicurezze causate dal parlare in pubblico crea fiducia in se stessi. Inoltre, praticare il parlato implica un continuo miglioramento delle capacità di comunicazione verbale e, quando notiamo questo miglioramento, la fiducia aumenterà e così anche la soddisfazione personale.

#### **- Migliore comunicazione e abilità linguistiche**

L'oratoria ci renderà più efficaci nel padroneggiare i tempi, le pause, l'intonazione, il ritmo, l'articolazione... Svilupperemo un discorso efficace, con un vocabolario ricco e fluido, senza bisogno di slogan o cliché. Questo ci permetterà anche di improvvisare e affrontare qualsiasi situazione in cui ci viene chiesto di parlare in pubblico, controllando lo stress e mantenendo la calma.

#### **- Migliorare le capacità di ricerca**

Per presentare con successo un argomento in pubblico, è essenziale una ricerca preliminare. Questo ci costringerà a cercare fonti credibili e pertinenti. Avere informazioni di qualità ci aiuterà anche a prendere decisioni più appropriate.

#### **- Ragionamento deduttivo**





L'Oratoria obbliga a partire da una premessa e ad andare verso una conclusione, sulla base delle informazioni ottenute nel corso dell'indagine. È un tipo di ragionamento molto utile sia nella vita personale che professionale. Inoltre, è accompagnato dal pensiero critico, che ci consente di costruire un discorso efficace che persuade il nostro pubblico.

#### **- Sviluppare la leadership**

Padroneggiare il parlare in pubblico ci permetterà non solo di trasmettere le nostre idee ma anche quelle degli altri. Farlo in modo fluente e chiaro e persuadere il pubblico è una delle capacità di leadership, vitale per guidare il cambiamento.

#### **- Aiuta a stabilire contatti professionali**

Parlare in pubblico risveglia l'interesse di coloro che ci ascoltano non solo per il nostro messaggio ma anche per la nostra persona. Pertanto, parlare in pubblico ci consente di entrare in contatto con altri professionisti e relatori.



Oggi, padroneggiare il parlare in pubblico è essenziale per il successo e una buona reputazione professionale. È una competenza che viene sempre più presa in considerazione per il valore che apporta quando si tratta di coordinare i team e di ispirare e trasmettere i valori aziendali. Esprimere le idee correttamente, trasmettere fiducia ed entusiasmo, persuadere e influenzare gli altri è molto più prezioso della sola competenza professionale. Sono i pilastri di una leadership efficace e di successo, basata sul prestigio, l'influenza e la capacità di motivare gli altri.

Inoltre, il modo in cui ci esprimiamo determinerà il modo in cui i nostri colleghi e superiori ci giudicheranno e ci valuteranno. Padroneggiare l'arte di parlare in pubblico può aprire opportunità di carriera e miglioramenti, permettendoci di distinguerci in occasione di riunioni ed eventi e far progredire le nostre carriere. Il linguaggio è, quindi, l'unica facoltà umana che ci distingue dalle altre forme di vita e che ci permette di conoscere il nostro passato, comprendere il nostro presente e visualizzare un futuro.

# LINEE GUIDA per un discorso pubblico efficace



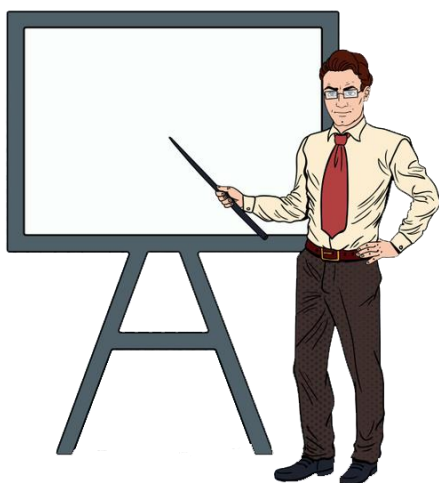


# LINEE GUIDA PER PARLARE IN PUBBLICO EFFICACEMENTE

## COSA SI INTENDE PER PUBLIC SPEAKING EFFICACE

Le abilità e le tecniche richieste per tenere un buon discorso sono fondamentalmente le stesse, sia in famiglia, in una comunità, in una grande conferenza, colloquio o incontro di lavoro. Uno dei maggiori problemi quando si parla in pubblico è la paura. Si può osservare che anche le persone altamente formate, colte e di grande successo nelle conversazioni a volte provano una seria paura quando parlano in pubblico.

**I problemi che si riscontrano frequentemente nelle persone che parlano in pubblico sono i seguenti:**



- Sforzo nervoso
- Sovraeccitazione
- Preoccupazione delle opinioni del pubblico durante il discorso
- Pensare di avere tutti gli occhi puntati addosso
- Paura di dimenticare cosa dire
- Esitazioni su come agire
- Preoccupazione di confondersi
- Parlare velocemente e voler terminare la conversazione il prima possibile
- Avere difficoltà a capire e rispondere alle domande poste
- Paura di essere criticati
- Paura di poter scoppiare a ridere senza controllo

Qual è lo scopo del tuo intervento? Informare, motivare o intrattenere le persone? Questo deve essere molto ben definito. Per il tuo intervento, è necessario scegliere un argomento in base alla tua area di interesse. La ricerca sull'argomento dovrebbe essere fatta e gli obiettivi dovrebbero essere determinati. Con chi parlerai? Scopri il pubblico con cui parlerai: sarà un gruppo di esperti? O un gruppo di studenti? Qual è l'età media? È prevalentemente maschile o femminile?

È necessario anche decidere la lunghezza e gli argomenti principali del tuo discorso. Progettando i vari passi nel tuo discorso, devi guidare il tuo discorso di conseguenza, sia che si tratti di nuove informazioni, o di motivi per avviare un'impresa o, semplicemente, di una riunione informale.

Evita di entrare troppo nei dettagli, può essere noioso. Invece di frasi lunghe, usa i punti principali che aiuteranno l'ascoltatore. Se appropriate all'argomento, foto e immagini animeranno qualsiasi conversazione. Assicurati che tutti nella stanza possano vedere le immagini. Pensare in anticipo a tutte le possibili domande ti sarà d'aiuto nel momento delle risposte. Chiedi critiche provando il tuo discorso e facendolo ascoltare agli altri. In questo modo sarai preparato in anticipo sui dettagli e le carenze che non avevi notato



prima. Recati nell'aula in cui parlerai almeno 15 minuti prima per controllare la sala e le caratteristiche tecniche: questo ti eviterà di trovarti in una situazione difficile a causa di possibili problemi tecnici.

Ecco alcuni suggerimenti per migliorare il livello generale del tuo parlare in pubblico. Gli esercizi nei capitoli seguenti ti permetteranno di allenarti su molti di questi punti. A seconda dei motivi per cui ti verrà richiesto di fare un discorso, troverai esperienze da fare da solo o con un "pubblico di prova". I diversi esercizi richiedono pochissima attrezzatura e nella maggior parte dei casi basterà un foglio di carta e una penna.

- **Non lasciarti destabilizzare:** il tuo pubblico potrebbe mostrare segni di ostilità o indifferenza. Potresti imbatterti in uno sguardo di disapprovazione, uno sbadiglio, sentire sarcasmo, tutti segni che possono destabilizzarti. Sarebbe allettante ignorarli, ma queste reazioni possono aumentare se le ignori. Sviluppando la tua facilità relazionale, sarai in grado di percepire il tuo pubblico e adattarti. Se percepisci la noia, svegliala; se una persona ti chiama, rispondi, ecc.
- **Sviluppare la fiducia in se stessi:** è il fondamento della facilità relazionale e della comunicazione. Per sentirti a tuo agio con gli altri, devi prima sentirti a tuo agio con te stesso. Per questo è necessario saper staccare dallo sguardo degli altri e riconquistare la propria fiducia. Elenca i tuoi piccoli e grandi successi ma consentiti anche di sbagliare: ecco come impari. Inizia a parlare quando ti senti a tuo agio con i tuoi interlocutori.
- **Imparare a gestire lo stress:** il nervosismo generato da un discorso pubblico è l'espressione di un'apprensione, una paura di deludere. Tuttavia, è fondamentale domare le proprie paure per mantenere solo lo stress "buono", quello che funge da motore e non da freno. Identifica le cause della tua ansia. Esistono tecniche che ti aiuteranno a ridurre rapidamente la pressione, come esercizi di respirazione, rilassamento o visualizzazione.
- **Lavorare sul linguaggio del corpo:** i gesti, l'intonazione, gli sguardi sono importanti quanto le parole usate in un discorso. È quindi fondamentale sapere come far funzionare la comunicazione non verbale. Per questo è necessario: tenere i piedi ben ancorati a terra - Mantenersi sicuri nella propria postura - Guardare tutto il pubblico - Usare le mani - Parlare chiaramente.
- **Strutturare il tuo discorso:** un discorso che va in tutte le direzioni non otterrà il sostegno del pubblico e potresti perdere il filo ad un certo punto. Per strutturare correttamente il tuo discorso, devi procedere per fasi: cattura l'attenzione con un buon aggancio - Entra nel vivo della questione - Spazza via qualsiasi obiezione - Discuti per presentare il tuo progetto o difendere la tua idea - Concludi citando un elemento chiave.
- **Perfeziona la tua espressione orale:** inizia con un linguaggio eccellente: fai alcuni esercizi per perfezionare la tua dizione, impara a modulare la voce, non usare "parole vaganti" (uh, allora, ecco, cioè, ecc.). Usa un vocabolario adatto ai tuoi interlocutori. Prediligi frasi brevi a frasi estese il cui significato si perde rapidamente. Dai ritmo e vita al tuo intervento: un vocabolario ricco e vario, parole in linea con il tono utilizzato, l'argomento e il contesto del messaggio.
- **Imparare a convincere:** sviluppa il tuo potere di persuasione per far arrivare i tuoi messaggi e ascoltarli in modo naturale. Per questo è fondamentale far lavorare il proprio carisma. Anticipa le aspettative del tuo pubblico e la possibile riluttanza a trasmettere il messaggio. In questo modo adatterai il tuo intervento in modo da convincere i più titubanti. Assicurati di raggiungere i tuoi interlocutori "giocando" la carta emotiva.
- **Atteggiamenti negativi:** postura contratta - Voglia di andarsene - Affanno - Velocità di trasmissione accelerata - Velocità di trasmissione lenta - Voce acuta - Tremori - Sudore - Errori.
- **Atteggiamenti positivi:** postura comoda - Piacere di parlare - Atteggiamento aperto - Voce bassa - Curiosità intellettuale - Buona presenza - Buona modulazione

Le opportunità di parlare in pubblico si presentano in molte forme. La chiave per essere un buon oratore è allineare le tue tecniche di comunicazione, in base al tuo messaggio, su uno di questi quattro tipi.



**Il modo informativo:** questo tipo di parlare in pubblico si concentra sulla spiegazione di un concetto o un'idea al pubblico. I relatori informativi tendono a concentrarsi su argomenti specifici, come persone, eventi, luoghi, storie, ecc. Gli esempi potrebbero includere un professore universitario che tiene una lezione su un argomento particolare o un dirigente senior di un'azienda che presenta le vendite dell'anno scorso.



**La via della persuasione:** è il pane quotidiano del parlare in pubblico e delle presentazioni; anzi, è ampiamente percepito come il potere di parlare in pubblico. Il discorso persuasivo consiste nel convincere i membri del tuo pubblico a fare qualcosa, in base al loro accordo con il tuo punto di vista. In questa tecnica, lo spettro della persuasione è ampio: puoi convincere i membri del tuo pubblico ad accettare di acquistare un prodotto, adottare un nuovo stile di vita o persino conformarsi a una particolare opinione politica. Avvocati, politici e venditori usano tutti questa tecnica a proprio vantaggio, usala se vuoi convincere il tuo pubblico a fare qualcosa.



**Il modo dimostrativo:** questo è un po' discutibile perché si concentra maggiormente sulle azioni omesse durante un discorso o una presentazione piuttosto che sulle parole pronunciate. Comunque vale la pena parlarne. I discorsi dimostrativi sono quelli in cui l'oratore esegue azioni e spiega chiaramente tali azioni nel processo. L'idea è quella di coinvolgere il pubblico nei metodi di comunicazione verbale e non verbale. In tal modo, l'oratore ha maggiori possibilità di trasmettere il messaggio al pubblico. Hai mai assistito a una pubblicità su un prodotto? Sai, quelli in cui l'host parla indefinitamente di un prodotto e ti mostra tutte le funzionalità?



**Il modo cerimoniale:** i discorsi cerimoniali consistono nel tenere discorsi in occasioni speciali (come matrimoni, compleanni, lauree, ecc.). Lo scopo del discorso cerimoniale è quello di innescare una risposta emotiva da parte del pubblico. Si tratta di promuovere una connessione emotiva con le persone che si prendono il tempo per ascoltarti.

### Fase di preparazione A - Testo di presentazione

- Per presentazioni brevi non superiori a 15 minuti, è necessario preparare un piano di scrittura o schede di appunti.
- Qualunque sia la sua lunghezza, la presentazione non dovrebbe mai essere recitata; ma non si dovrebbe dipendere troppo dal copione preparato prima. Le note dovrebbero essere usate solo per stimolare la memoria.
- Il testo scritto è diverso dalla presentazione orale. Definisce sia il messaggio che i materiali visivi da presentare.
- Il testo scritto è autosufficiente; può essere compreso senza una presentazione orale.

### Fase di preparazione B - Testo scritto

Il testo scritto si compone di quattro parti.

**Introduzione:** le prime impressioni del pubblico sull'oratore si formano nell'introduzione. L'introduzione ha diversi scopi:

- Crea armonia e fiducia tra chi parla e il pubblico.
- Indica lo scopo della presentazione.
- Cattura l'attenzione del pubblico.
- Dirige l'ascoltatore verso l'essenza della presentazione.
- Permette al pubblico di abituarsi all'argomento.



**Pensiero chiave:** l'idea chiave è l'obiettivo della presentazione e dice al pubblico su cosa verterà la presentazione.

**Sviluppo:** include una discussione dettagliata di ogni punto chiave del piano e dati a supporto del punto chiave. Questa sezione trasmette il messaggio principale dell'oratore. È efficace se le parole sono facilmente comprensibili, le frasi brevi e contengano solo un'idea e le espressioni lunghe non contengano parole non necessarie.

**Conclusione o chiusura:** per essere efficace, la conclusione deve dare al pubblico un senso di completezza. Il tuo pubblico è sempre più attento all'inizio e alla fine del discorso; quindi dovresti approfittarne e concludere le tue parole con un messaggio positivo.

Puoi usare i seguenti modi per le tue frasi di chiusura: puoi usare frasi come "finalmente", "riassumere", per mostrare che stai per finire il tuo discorso. Dovresti mettere l'ultimo punto dopo queste parole. Non continuare a parlare per altri cinque minuti.

**Fai una domanda:** potresti voler lasciare al pubblico una domanda. Se hai menzionato un problema e suggerito una soluzione, questo può essere un metodo efficace: "La decisione spetta a te, cosa ne pensi?"

**Usa citazioni:** puoi usare un libro di citazioni per una frase conclusiva significativa.

**Racconta un aneddoto:** la storia raccontata alla fine del discorso dovrebbe essere breve e raccontare il tema che vuoi enfatizzare. Personalizza la storia e coinvolgi il tuo pubblico.



## Il giorno del tuo discorso

È necessario evitare bevande gassate e contenenti caffeina e consumare un pasto leggero. Sii elegante ma comodo. Il tuo abito, scarpe e gioielli dovrebbero essere adatti all'ambiente e in uno stile che ti metta a tuo agio. Se sei nervoso, puoi fare esercizi di rilassamento e respirazione, esercizi vocali.

### Durante il discorso:

- Sali sul podio con calma.
- Lascia che il pubblico ti veda per alcuni secondi prima di salire dietro al podio.
- Mostra un'espressione sorridente
- Non concentrarti su te stesso (come appari, se stai bene, se la tua eccitazione è evidente).
- Pensa solo alla tua presentazione.
- Non cercare di leggere i pensieri del pubblico.
- Non farti catturare sempre dagli occhi della stessa persona.
- Parla con passione. È sorprendente quanto sia contagioso l'entusiasmo. Se il tuo tono è espressivo e i tuoi gesti vivaci, sembri sicuro e appassionato. Non andare veloce, stai calmo. Cerca di non essere monotono.
- Fare buon uso delle pause.
- Non esagerare nei gesti e nelle espressioni facciali. Non oscillare avanti e indietro sul palco. Puoi muoverti a piccoli passi.
- Non voltare le spalle al pubblico.
- Concludi l'argomento con un riassunto. Dai la possibilità a chi vuole di fare domande.

## UNA BUONA AUTOPRESENTAZIONE

Nel nostro mondo competitivo, dobbiamo presentarci al meglio per distinguerci dalla massa. Supponiamo che qualcuno ti chieda: cosa stai facendo? Cosa vorresti dire? Supponi di avere circa 30 secondi per dire qualcosa o per presentare un discorso. Cosa conterrebbe la tua presentazione? A quali aree presteresti maggiore attenzione? Quanto dovrebbe durare la tua argomentazione in termini di numero di parole usate? Questo esercizio è progettato per aiutarti a proporre una autopresentazione e perfezionarla più volte per renderla quasi perfetta.

Fai una prova e migliorala gradualmente in base al feedback che ricevi dagli altri. Dovrebbe durare circa 30 secondi. Una velocità vocale ideale è di circa 140-160 parole al minuto. Pertanto, il discorso dovrebbe essere di circa 70-80 parole. Hai la possibilità di proporre te stesso o un argomento specifico. Ad esempio: Personalità e lavoro – Prodotti – Azienda – Una frase specifica per un

prodotto o servizio. Questo esercizio è fattibile anche per diversi punti, quindi confrontiamo i risultati di ciascuno e selezioniamo le parti migliori per creare un argomento perfetto.

## IMPROVVISAZIONE, DISCORSO ININTERROTTO E FLUENTE

Perché, e come, sono necessarie le improvvisazioni?

Se non siamo preparati per il nostro discorso, improvviseremo, il che è molto più difficile che presentare un discorso preparato. Tuttavia, l'improvvisazione può essere necessaria anche quando si stabiliscono collegamenti tra i punti principali della nostra conversazione, si risponde alle domande che ci vengono poste o quando ci viene chiesto di tenere un discorso fuori tema. È molto probabile che si verifichino queste situazioni. Pertanto, dobbiamo migliorare noi stessi per conversazioni ininterrotte e fluente.

Un buon oratore non è uno che parla improvvisando per ore, come si pensa, ma uno che sa parlare abbastanza bene se deve improvvisare. Ogni oratore impiega 5 minuti quando gli viene chiesto un argomento su cui dovrebbe essere in grado di parlare. Per questo deve essere sviluppata la "speech intelligence", che sarà esaminata in seguito. Inoltre, nei discorsi in cui l'idea principale dovrebbe essere diffusa in un certo periodo di tempo, l'oratore dovrebbe giocare con le parole e usarle come malta tra i mattoni nel suo discorso per colmare il vuoto.

## ESERCIZI DI IMPROVVISAZIONE E REATTIVITÀ

→ Crea frasi di almeno sei parole basate sulle seguenti parole:

Rose	Sviluppo	Uovo	Mare	Linguaggio	Umano
Pasta	Strada	Soldato	Colori	Vedere	Otto
Conoscenza	Figura	Medico	Piangere	Albero	Scorrevolezza
Acqua	Uomo	Pecora	Eccitazione	Tempo	Dolore

→ Esercitati con queste parole improvvisando discorsi di 30, 60 e poi 90 secondi.

Affetto	Bomba	Spazio	Invito	Radio	Sbadigliare
Cortesia	Entusiasmo	Ridere	Finestra	Macchina	Muro
Vendita	Tolleranza	Pantaloni	Agricoltura	Amichevole	Melone

→ Cerca di dare le risposte più lunghe possibili alle seguenti domande. Se dai risposte scritte, non scendere al di sotto delle 30 parole.

- Ricordi il primo giorno in cui hai iniziato la scuola primaria?
- Ti capita mai di scendere a compromessi sui tuoi principi?
- Pensi che le persone dovrebbero frequentare seminari “oratori”?
- Quali caratteristiche delle onde e delle nuvole sono simili tra loro?
- Cosa pensi si intenda con la frase “coloro che scrivono sull'acqua con la loro vita”?

### **Hai mai cambiato la tua prospettiva sulla vita?**

→ Negli esempi seguenti, prova a completare le frasi con le tue espressioni.

- Oggi, con i miei sentimenti più profondi...
- Questi momenti di entusiasmo in cui viviamo...
- Mi auguro che questo congresso... Tuttavia...
- Siete qui riuniti...
- È un privilegio per me...
- Adesso... domani...

### **Suggerimenti per riempire il flusso di idee negli esempi precedenti:**

- Oggi voglio dirti nuove parole con i miei sentimenti più profondi.
- Vorrei ripercorrere questi momenti gioiosi dopo tanti anni e ricordare questo giorno, con tutta la sua ricchezza di significati.
- Avrei voluto che questo congresso si tenesse all'aria aperta ma poi forse questa straordinaria efficienza vista fino ad ora momento non sarebbe essere possibile.

→ Negli esempi seguenti, prova a riempire il flusso di idee con le tue espressioni dopo le strutture delle frasi.

- Provi rabbia quando vieni criticato?
- Voglio vivere una vita semplice.
- L'architetto, che ha costruito quei minareti, ha fatto parlare il suo senso estetico.
- Le nostre persone che lavorano sodo ora vorrebbero rilassarsi.





- Perché ti annoi sempre?
- Torniamo ai fatti, ai fatti del Paese.

**Suggerimenti per riempire il flusso di idee negli esempi precedenti:**

- Tuttavia, sai anche che la rabbia ti fa più male che bene. Non succederà niente a chi ti critica con la tua rabbia; dal tuo punto di vista, rimarrà comunque impunito. Ti arrabbierai e ti stancherai. Ancora una volta, succederà solo a te.
- Semplice. Il più semplice possibile. Voglio allontanarmi dal caos della vita dal lavoro e dalla fretta e respirare. Adesso voglio andare nei villaggi, toccare la terra, bere l'acqua delle fontane come una persona semplice, comodamente e senza preoccupazioni.
- Se non hai visto quelle torri, ti consiglio vivamente di vederle. Come matite, salgono al cielo, sottili e lunghe. Hanno balconi accattivanti che ricordano i braccialetti. E' stato scelto il disegno più magnifico dei tipi di torri.



## INTELLIGENZA DEL DISCORSO

Chiamiamo "intelligenza vocale" la coscienza e la capacità di parlare in modo produttivo, che si ottiene grazie a studi ed esercizi per poter parlare fluentemente e senza interruzioni. Il concetto di "Speech Intelligence" mira a rendere le nostre conversazioni più fluide, concentrandoci su significati comuni e opposti con lo sviluppo della capacità di pensare associando.

**Per lo sviluppo dell'intelligenza vocale:**

Pensa a significati comuni e antitetici. Dovresti esercitarti a trovare affinità e contrari per le parole, con particolare enfasi sulle parole astratte. Se cerchi di far ciò per 5 parole diverse ogni giorno, porterai i significati di 70 parole diverse alla settimana e 3650 parole diverse all'anno più vicino alla tua memoria attiva.

**Ti consiglio di seguire almeno due pubblicazioni mensili: sono uno strumento prezioso in termini di ampliamento del tuo vocabolario.**

- ✓ Devi anche sviluppare tutti i tuoi sensi percettivi. A tal fine, dovresti rafforzare la tua immaginazione e sognare in modo diverso e lontano dagli schemi mentali.
- ✓ Pensa ai dettagli, guardati intorno come un bambino che cerca di conoscere la vita.
- ✓ Pensa agli eventi o ai comportamenti umani chiedendoti "perché", "come", "quando", "cosa", "chi". In particolare, il "perché" e il "come" amplieranno notevolmente gli orizzonti umani.
- ✓ L'ampiezza del nostro vocabolario ci fornirà più materiale da utilizzare nel discorso. Leggere molti libri, leggere libri in diverse lingue e strutture stilistiche sono ovviamente i primi modi che vengono in mente per migliorare il nostro vocabolario. Tuttavia, seguire le riviste è estremamente utile in termini di familiarità con nuovi argomenti.

Svilupa la tua immaginazione

Pensa ai dettagli

Poniti sempre domande

Amplia il tuo vocabolario



**Metodo di attribuzione:** associare il contenuto del nostro discorso al contenuto successivo utilizzando criteri diversi porterà fluidità al nostro discorso. Per questo, possiamo utilizzare fattori di associazione come tempo, luogo, funzione, processo di produzione, aspetto, razza. Ad esempio, quando ti trovi nei guai per un momento sul contenuto dell'argomento di cui stai parlando, puoi parlare di come il fenomeno principale di cui stai parlando è stato accolto prima, in passato, e come lo faranno le persone del futuro. Dovresti usare lo stesso per altri fattori.

**Metodo di estensione:** come praticato in precedenza negli esercizi, possiamo "espanderci" essendo in grado di derivare una nuova struttura dell'idea da una parola nel contenuto della precedente. Affinché l'estensione fornisca una maggiore integrità semantica, la parola che scegliamo come fonte dell'estensione dovrebbe essere la parola "importante" che dovrebbe essere enfatizzata all'interno di quella struttura dell'idea e che è stata caricata di significato.



**Preparazione preliminare:** affinché un discorso abbia successo, deve essere preparato in anticipo e il suo contenuto deve essere pianificato. È molto difficile che i discorsi improvvisati abbiano effetti straordinari sul pubblico. Per la preparazione del discorso, dovrebbero essere considerati i seguenti punti:

- **Scegli il tuo argomento e limitalo:** l'oratore deve sapere esattamente e chiaramente di quale argomento parlare. Se conosce bene l'argomento, l'approccio "parleremo di qualcosa" può essere descritto come un chiaro segno che la conversazione si trasformerà in un fiasco. L'oratore che vuole parlare in modo efficace potrebbe anche parlare per un attimo di argomento che non conosce ma questo non dovrebbe mai essere il "discorso principale". Si dovrebbe parlare solo dell'argomento di cui si è esperti. Dopo aver selezionato l'argomento della conversazione, l'argomento dovrebbe essere limitato in base al tempo disponibile per la presentazione. Ad esempio, se un'ora è riservata all'oratore che parlerà di "oratoria", l'oratore dovrebbe limitare le sotto-idee in modo da toccare i principi fondamentali dell'oratoria, oppure spiegare solo una parte dell'oratoria, ad esempio "strategie di attenzione".
- **Identifica il tuo scopo e lo scopo del tuo discorso:** ci sono tre diverse prospettive che possono essere considerate sugli obiettivi di un discorso. Il discorso ha uno scopo specifico che deriva dal messaggio che contiene. In secondo luogo, l'oratore ha uno scopo che deriva dal suo discorso e dall'effetto che si aspetta sul pubblico. Terzo, gli ascoltatori hanno aspettative dal discorso e quindi obiettivi per se stessi. Durante la fase di pianificazione del discorso, tutti questi obiettivi dovrebbero essere valutati. Una dimensione della qualità è la soddisfazione delle aspettative. Pertanto, la pianificazione del discorso e le indicazioni da dare durante il discorso dovrebbero essere realizzate nell'ambito del soddisfacimento di queste aspettative. Ad esempio, se l'aspettativa dei partecipanti al seminario "lettura rapida ed efficace" è di apprendere di più sulla lettura veloce, il relatore del seminario dovrebbe concentrarsi sull'"apprendimento" estendendo il contenuto del programma e incanalare il suo scopo in questa direzione.
- **Costruisci le tue idee nella tua mente:** per garantire fluidità e una presentazione efficace durante il discorso, il contenuto che costituisce il discorso deve essere costruito nelle nostre menti. Potremmo avere difficoltà a ricordare il contenuto di un discorso che non è completamente radicato nel nostro cervello. Per evitare ciò, dovremmo dividere il contenuto del discorso e memorizzarlo in linea con queste sezioni. Prima di tutto, dovremmo dividere il contenuto in alcune idee principali e sapere quanto tempo occorre per esplicitarle. Quindi dobbiamo creare idee collaterali per supportare queste idee principali.

Per sistematizzare queste idee, dovrebbe essere usata la rappresentazione visiva e anche, se possibile, dovrebbero essere fatte colorazioni e animazioni. Durante il discorso, è più utile avere questa rappresentazione e importanti richiami chiave (poche parole) in essa, piuttosto che l'intero contenuto del discorso.

**Disposizioni incentrate sull'oratore:** dopo che la pianificazione e la preparazione preliminare del discorso è terminata, l'oratore dovrebbe mettersi al centro e decidere da solo. Perché la fonte del discorso da proporre è l'oratore stesso. Il pubblico si formerà anche un'opinione sull'oratore prima ancora di ascoltare il discorso. Nei primi 20 secondi, quando si formano le prime impressioni, l'oratore dovrebbe lasciare opinioni positive sugli ascoltatori e lasciare che la conversazione rafforzi queste opinioni durante il processo di conversazione. Ecco i modi che consigliamo per questo:

**Messaggio - Corrispondenza del linguaggio del corpo:** se il messaggio che diamo nel discorso è supportato dal linguaggio del corpo, l'elemento di "visualità" sarà incluso anche nel processo di percezione del pubblico, rafforzando così il significato posto nella loro mente. Pertanto, il linguaggio del corpo dovrebbe essere coerente al contenuto.

Ad esempio, sorridere in una sezione sul sorriso, riflettere la tristezza con le espressioni facciali in una sezione triste, condividere entusiasmo in una festa produrrà un rinforzo positivo sui significati. In tutte le conversazioni, anche la postura del corpo dovrebbe essere generalmente eretta e sicura, ma può essere modificata in base al messaggio. Gestì come inclinare leggermente il corpo verso



il pubblico nelle parti in cui il significato sarà maggiormente carico, aprire le braccia e dirigere i palmi delle mani verso gli interlocutori in discorsi che dovrebbero dare un'impressione avvolgente, raccoglieranno punti molto positivi.

### Sii il leader di te stesso:

Essere leader di se stessi è una delle caratteristiche indispensabili per la produttività di tutte le persone. Gli esempi che di solito incontriamo nella vita sociale contemporanea sono in questa situazione. Una persona efficace dovrebbe pensare alle decisioni che prenderà e prendere quelle appropriate per lui. Conoscere se stessi e le proprie caratteristiche, determinarne obiettivi e priorità, motivarsi e darsi un feedback sono le basi della leadership personale. Quindi, tutte le persone che vogliono essere efficaci ed efficienti devono prima riconoscere le proprie caratteristiche e determinare le proprie priorità nella vita. Una persona che non riesce a rendersi felice non sarà in grado di trasmettere il suo messaggio ad altre persone con piena efficienza. Le cose che sono importanti secondo i giudizi sociali potrebbero non essere così importanti in termini di priorità umane. Ma una persona che è lontana dalla leadership personale si adatterà alla società senza metterla in discussione.

- **Interessarsi all'argomento:** se l'oratore sta facendo la sua presentazione controvoiglia, ovviamente, le persone non esprimeranno la loro ammirazione alla fine della presentazione. Lo senso di partecipazione alla conversazione sarà carente. L'oratore dovrebbe scegliere l'argomento di cui parlerà in modo tale da esporne uno che gli piace e che gli interessa. In ogni caso, i grandi oratori dovrebbero astenersi dal parlare di un argomento di cui non sono esperti. Tuttavia, gli studenti o il personale amministrativo a cui viene chiesto di fare una presentazione potrebbero non avere sempre questa possibilità.
- **Lasciati influenzare dal soggetto e dal tuo discorso:** provare il discorso prima che venga presentato può aumentarne il suo impatto sugli ascoltatori. Dovresti essere tu il primo ad esserne soddisfatto. Se il discorso che piace anche a te, certamente piacerà anche al pubblico. Se quello di cui parla l'oratore è un oggetto, deve essere possibile vederlo, toccarlo, ascoltarlo; l'emozione, invece, deve essere sentita con tutta la sua vitalità.

## CHE TIPO DI INIZIO? CHE TIPO DI CONCLUSIONE?

**Che tipo di inizio?** Le prime impressioni hanno sempre un grande valore. Quando sali sul podio per un discorso, il pubblico si forma immediatamente un'opinione positiva o negativa entro il primo minuto (o anche 20 secondi) e valuterà poi l'intero discorso principalmente in funzione della prima impressione. Particolare attenzione dovrebbe essere prestata, quindi, all'inizio, in modo da trasmettere una impressione positiva di sé e far ascoltare il resto del discorso con interesse. I seguenti suggerimenti possono essere utilizzati per organizzare l'inizio:

- **Non iniziare scusandosi:** quando l'oratore è chiamato sul podio, agli occhi del pubblico, è qualcuno che ha il diritto di parlare sull'argomento e vale la pena ascoltarlo. Tuttavia, se inizia il suo discorso con affermazioni che deludono questa aspettativa, il pubblico sarà incline a cambiare immediatamente le proprie impressioni. Un grosso errore che molti relatori fanno è scusarsi con i loro interlocutori dicendo che sono venuti senza preparazione per il discorso. Oppure, alcuni oratori iniziano il loro discorso ponendosi in una posizione non autorevole mostrando una sorta di umiltà. Alcune espressioni errate usate sono le seguenti. Gli oratori che vogliono fare discorsi efficaci dovrebbero evitare queste espressioni all'inizio:
  - "Non spetta a me parlare qui, ma..."
  - "Non sono propriamente un grande oratore. Ma comunque, dato che avevo promesso..."
  - "Anche se voi anziani conoscete molto meglio di me..."
  - "Ringrazio per avermi invitato, ma la verità è che non credo di avere molto da insegnarvi"
  - "Mi hanno detto che avrei dovuto fare questa presentazione all'improvviso. Quindi, prima di tutto, mi scuso con voi per non essere stato del tutto preparato"

- **Non iniziare non appena sali sul podio:** quando sei sul podio o nell'area di conversazione, rimani in silenzio per 5-10 secondi. Nel frattempo, se fai un respiro profondo con il diaframma, sfoggiando un bel sorriso, avrai stabilito il coraggio e la sicurezza per parlare. Allo stesso tempo, puoi controllare la tua postura e diventare più eretto. La funzione di questo processo è quello di sintonizzarsi col il pubblico. Durante questa “navigazione silenziosa”, l'attenzione del pubblico sarà su di te e anche gli ascoltatori che parlano tra loro taceranno e ti presteranno attenzione. Inoltre, ti aiuterà a creare un'opinione nella tua mente sui tuoi interlocutori e a prevenire la paura e l'ansia che hai nei loro confronti.
- **Fai sentire al pubblico che gli vuoi bene:** a tutti piace essere accuditi, apprezzati e curati. Anche l'oratore dovrebbe iniziare a conquistare il cuore dei suoi interlocutori fin dall'inizio. Pertanto, la prima cosa da fare è salutare. L'uditorio deve essere salutato in modo consono all'occasione e, se necessario, l'oratore deve presentarsi adeguatamente. In questa fase di saluto, le persone presenti in aula e ritenute importanti (presidente della riunione, presidente, ministro, rettore, decano, direttore generale, rispettato leader sociale, ecc.) e le persone giuridiche (organizzazione, fondazione, associazione, università, commissione) che hanno contribuito all'organizzazione. ecc.) non vanno assolutamente dimenticati. Dopo il saluto, se la sala non è completamente occupata e il pubblico è seduto in zone sparse, si dovrebbe chiedere loro di avvicinarsi alla parte anteriore. Durante il processo di riscaldamento per iniziare a parlare, si possono enfatizzare le caratteristiche comuni degli ascoltatori e, da questo punto di vista, si possono fare loro complimenti che non eccedano il senso di sincerità. Ad esempio, all'inizio di un intervento che si svolgerà nella facoltà di ingegneria di un'università, l'oratore può ricordare che quelli in aula ci sono gli ingegneri del futuro, e che gli ingegneri che "investono in se stessi" porteranno all'umanità più di quanto ci si possa immaginare adesso.

**Modi per iniziare un discorso:** con le parole da pronunciare all'inizio del discorso, abbiamo alcuni suggerimenti per trasformare l'opinione del pubblico sull'oratore in un'opinione positiva e soprattutto per garantire che il resto del discorso possa essere ascoltato con interesse. In primo luogo, suscitare un senso di curiosità nel pubblico è un modo utile per attirare l'attenzione. Per suscitare un senso di curiosità possono essere utilizzate anche espressioni di domanda.

- Esempio: "Sono con te oggi per parlare di una ricetta facile e magica che ti permetterà di andare d'accordo con le persone e di creare calore tra te e le persone che non conosci".

Un altro modo efficace per iniziare è fare appello alle emozioni del pubblico. In questo modo otterrai approvazione fin dall'inizio.

- Esempio: "So che le persone che vengono oggi ad ascoltare questo discorso sono quelle che non sopportano di perdere tempo; sono persone preziose e che hanno uno scopo, che dedicano la loro determinazione, i loro sforzi e il loro tempo a cambiare il mondo di più persone".

Vediamo che molti oratori preferiscono iniziare i loro discorsi con "aneddoti". Secondo gli studi, iniziare una conversazione con un aneddoto non è un modo molto popolare in termini di opinione del pubblico e provoca in parte una perdita di prestigio. Tuttavia, nel discorso possono essere utilizzati aneddoti che completino l'argomento. Gli oratori efficaci dovrebbero usare arguzia invece di aneddoti. Le battute che fai in quel momento e che ti aiuteranno ad ammorbidire l'atmosfera dovrebbero essere preferite al posto delle battute che sembrano fatte forzatamente. Un altro suggerimento è di iniziare a parlare con il supporto di una poesia concisa (che significa molto con poche parole) o una dichiarazione concisa che si ritiene fornisca un'introduzione all'argomento. Questa poesia o frase dovrebbe contenere anche messaggi accettati da tutti in termini di contenuto.

## CHE TIPO DI CONCLUSIONE?

In un discorso, la sua parte finale, la fase conclusiva, è di grande importanza strategica. Perché l'ultimo è sempre il più probabile da ricordare. Pertanto, il risultato non può essere trascurato e deve essere valutato bene. Il discorso non dovrebbe mai concludersi senza una chiusura adeguatamente preparata. Anche se pensiamo che il nostro intervento sia andato male e che non siamo stati in grado di impressionare il pubblico, abbiamo un'ultima opportunità per trasformare le opinioni negative in positive: la “sezione di

chiusura". Oppure c'è il rischio che un discorso che dovrebbe produrre risultati efficaci possa diminuire il suo impatto. Quindi, cosa considerare per la parte conclusiva che deve essere magistralmente sottolineata?

### COSA NON DOVREBBE ESSERCI IN UNA BUONA CONCLUSIONE

Dopo che l'oratore ha terminato il suo discorso e l'ha chiuso con una buona o cattiva chiusura, non dovrebbe precipitarsi fuori dall'aula. L'oratore che lascia l'ambiente in fretta, darà il messaggio che pensa di non avere avuto un gran successo. È come se volesse evitare le critiche che arriveranno.

Tuttavia, se l'oratore, dopo aver descritto ciò che ha da dire sul suo discorso, chiudesse con "questo è tutto" (come per dire "ho finito, basta"), limiterà il potenziale di conoscenza delle ipotesi del pubblico. È anche un motivo per pensare che l'oratore sia stato inadeguato.

### COSA DOVREBBE ESSERCI IN UNA BUONA CONCLUSIONE

Una buona chiusura dovrebbe essere sufficientemente efficace ed enfatica da essere ricordata a lungo. Per questo, il modo migliore è fare appello ai sentimenti e all'eccitazione del pubblico. A un punto in cui l'intensità dei sentimenti e dell'eccitazione è al culmine, l'oratore può lasciare il podio dando i suoi ultimi ringraziamenti.

- Esempio: "Per alleviare il dolore di queste persone, che non possono permettersi di mangiare nemmeno un pasto al giorno, anziché tre pasti al giorno, vi chiedo di ascoltare almeno una volta i pianti dei loro figli nei tuoi sogni. Nient'altro, solo questo. Solo questo. Un saluto a tutti..."

Come ultima parola, può essere utilizzata una frase breve, concisa ed efficace che può coprire l'idea principale del discorso e non deve essere dimenticata. Se vuoi usare una frase del genere, ti sarà più facile pianificarla prima di parlare.

- Esempio: "Infine, vorrei esprimere questo: a ciascuno di voi viene data la stessa importanza di un universo separato. Per favore, ricordatelo. Grazie".

Un'altra ultima parola efficace sarebbe esprimere pensieri pieni di speranza sul futuro. Se il messaggio narrato attira maggiormente l'attenzione sugli aspetti negativi dell'argomento, si dovrebbe desiderare che accadano più eventi positivi in futuro e cercare di motivare gli interlocutori cercando di convincerli di questo.

Sebbene ci sia un'atmosfera positiva nel contenuto del messaggio, si possono esprimere speranze affinché tutti i partecipanti siano inclusi in questa atmosfera positiva.

- Esempio: "Sono sicuro che un giorno le persone in questa sala vedranno la gente di questa nazione con un sorriso sui loro volti. Felice che anche loro abbiano partecipato a questo bellissimo risultato. Felice per loro!"

Alla fine del discorso, anche guidare il pubblico ad agire in linea con lo scopo del messaggio o porre una domanda concisa sarà un efficace esempio di chiusura.

**Usa la tua esperienza personale:** durante la comunicazione, il messaggio e il mittente del messaggio sono quasi integrati tra loro agli occhi del destinatario del messaggio. Poiché un discorso pubblico è un esempio di comunicazione, si può concludere che parlare e chi parla sono la stessa cosa agli occhi del pubblico. Il pubblico ascolta l'oratore come un messaggio insieme al discorso. Quindi, l'inclusione da parte dell'oratore di alcune cose su se stesso nel suo discorso aumenterà l'effetto nel messaggio stesso.

Ci sono alcuni punti a cui l'oratore dovrebbe prestare attenzione per aumentare l'effetto del messaggio in questo modo:

- Durante il discorso, è stato precedentemente menzionato che l'oratore riflette una personalità. Questa personalità proiettata deve essere evidente, non oscura, per rafforzare il messaggio con il supporto di fatti personali. Il discorso sarà valutato attraverso i filtri nella mente degli ascoltatori. Dovresti enfatizzare i tuoi valori comuni con il tuo pubblico e trasformare i filtri nelle loro menti a tuo favore illuminando ogni punto che potrebbe creare un'impressione negativa su di te.

- Durante il tuo discorso, i tuoi esempi di progresso e sviluppo superando gli ostacoli che incontri saranno accolti dal pubblico che ti incoraggerà anche. Come esempio vivente davanti a loro, dimostrerai loro che gli ostacoli possono essere superati, il successo può essere raggiunto e che quello che fai è anche alla loro portata. Tali esempi aumenteranno l'entusiasmo e l'eccitazione degli interlocutori.
- Un'altra condivisione che entusiasmerà il pubblico è la condivisione di citazioni e ricordi dei tuoi primi anni, del tuo processo di crescita e maturazione. È piacevole per il pubblico ritrovare qualcosa di sé nel discorso. Pertanto, i ricordi della tua infanzia e adolescenza sono un argomento interessante in cui tutte le persone si identificheranno e si divertiranno ad ascoltare. Tuttavia, se ci sono esperienze insolite che hai avuto, spesso possono essere più interessanti delle "esperienze possibili".
- Sarebbe appropriato parlare al pubblico dei tuoi interessi personali e hobby, se sono accettabili per tutti. Ad esempio, la produzione di piastrelle è un'arte e alla maggior parte delle persone piace guardare le piastrelle. Interessi come la calligrafia, la musica, le automobili, il basket, la ricerca psicologica, e se hanno un impatto sulla psiche di alcune persone, altre saranno sicuramente argomenti ben accolti.

•Oltre a tutti questi punti, dovrebbe essere noto che il pubblico vuole anche ascoltare le convinzioni e i pensieri personali dell'oratore. L'oratore dovrebbe parlarne, ma se ha convinzioni e pensieri molto diversi dalla mentalità generale del pubblico, dovrebbe prima agire sugli aspetti comuni.

### CONDIVIDI IL DISCORSO COL TUO PUBBLICO

L'oratoria è come un bel mazzo di fiori che tieni in mano mentre parli. Inoltre, quando i fiori di questo bouquet vengono dati a qualcun altro, il numero di quelli nel bouquet non diminuisce. Se stai descrivendo i fiori che hai in mano, il modo migliore per esprimerlo è dare quei fiori a quelli di cui stai parlando. Allo stesso modo, condividere il tuo discorso con il tuo pubblico avrà un impatto non trascurabile su di loro e inevitabilmente



si avvicineranno al tuo messaggio, qualunque sia il contenuto di ciò che stai raccontando. Per "condividere" il suo discorso con il pubblico in un senso reale, prima di tutto l'oratore deve essere consapevole dell'esistenza del pubblico con tutte le emozioni e le caratteristiche umane nella sua mente. Il pubblico è umano, ha dei sentimenti. Anche le caratteristiche di base della psicologia umana si applicano a loro. A loro piace anche essere notati e curati. E anche loro possono stancarsi di parlare, per ragioni che sono comuni a tutte le persone in generale. È anche dovere dell'oratore efficace ottenere il loro apprezzamento e non annoiarli. Ci sono anche alcune strategie da seguire per l'adempimento di questi compiti:

- **Empatizzare con il pubblico:** è un modo molto efficace per entrare in empatia con il pubblico in modo da poter comprendere meglio i sentimenti dell'interlocutore e le caratteristiche che è obbligato a soddisfare durante il suo discorso. Prima di parlare, devi metterti nei panni del tuo pubblico per capire le sue aspettative e i possibili filtri che potrebbero creare per te e per l'argomento.
- **Vivi ciò che vivi:** nessuna narrazione, nessun messaggio può essere vissuto senza essere vissuto. I sentimenti hanno un posto molto importante nell'effetto del messaggio. Un oratore che non sperimenta davvero ciò che sta dicendo non è credibile e sembrerà che stia quasi mentendo durante la narrazione. I discorsi sono sistemi di pensiero che possono essere percepiti e le suggestioni possono essere vissute con i significati che contengono. E affinché un discorso abbia un impatto maggiore sul destinatario, il significato deve essere sentito e le suggestioni devono essere vissute personalmente.
- **Tieni d'occhio il tuo pubblico:** abbiamo parlato dell'importanza di tenere d'occhio il pubblico, rimanendo in silenzio per alcuni secondi appena prima di iniziare. Stabilire un contatto visivo con il pubblico durante il discorso è un'indicazione che ci tieni a loro e che stai parlando proprio a loro. Se il numero di partecipanti è elevato, è possibile stabilire un contatto visivo



con persone diverse, tenendo conto della distribuzione media della sala. Oltre a questa funzione, vagare con gli occhi per la sala ti consentirà di seguire il tuo pubblico e dominare la sala.

- **Allineati con il tuo pubblico:** tutti amano di più coloro che gli sono vicini. Nessuno vuole essere umiliato in presenza di un'altra persona che gli è superiore. Forse l'oratore è una persona molto qualificata, può anche esprimere le sue caratteristiche nel suo discorso. Ma dovrebbe certamente evitare di dare un'impressione di superiorità intenzionale. "Sono giunto a questo punto grazie ai miei studi e ai miei sforzi, ma sono vostro amico e fratello con voi". Quindi è proprio necessario un equilibrio di umiltà.
- **Fai muovere il pubblico di tanto in tanto:** non importa quanto sia meravigliosa l'oratoria, non importa quanto sia interessante l'argomento, dopo un po', a causa della psicologia umana, il pubblico si annoierà di ascoltarti. A seconda della struttura fisiologica della persona, per garantire una sana circolazione sanguigna, le persone dovrebbero muoversi almeno una volta ogni 30 minuti, anche solo con piccoli movimenti. Quelli seduti dovrebbero alzarsi in piedi per un tempo molto breve. Pertanto, un buon oratore dovrebbe far alzare il pubblico per un breve periodo almeno una volta, spesso con il pretesto di "fare un esercizio" derivando di volta in volta varie scuse pre-pianificate.
- **Lascia che si rispecchino nella tua presentazione:** una legge che si applica a tutti i messaggi è che presteremo sicuramente attenzione a tutto ciò che contenga qualcosa di noi. Supponiamo che tu stia sfogliando le copertine delle riviste in un'edicola. Se vedi un titolo che è molto significativo per te su una delle copertine di una rivista, la comprerai. Ad esempio, se da qualche parte sulla copertina è indicato che c'è un articolo sull'"oratoria", comprerò quella rivista.
- Allo stesso modo, solleticare interessi riguardo occupazioni, città natale, pensieri o aspetti comuni delle persone con cui si parla li stimolerà. Per questo il profilo del pubblico dovrebbe essere ben noto. Ci sono anche punti comuni che valgono per tutte le persone. Anche argomenti come fiori, uccelli, bel tempo, verde, successo, sorriso, figli, amore, madre, denaro sono risorse interessanti e utili per tutte le persone.
- **Dare un sincero apprezzamento:** generalmente, le persone non amano essere criticate ma amano essere apprezzate. Se guardi le persone intorno a te, anche se l'apprezzamento troppo esagerato è una bugia, e l'aula lo sa, si sentirà comunque felice. Nel nostro discorso e nella sua introduzione, dobbiamo trovare il modo di far sentire importanti i nostri ascoltatori ed esprimere loro il nostro apprezzamento. Certamente, tutte le persone hanno qualità da ammirare. Non va dimenticato che anche in una scuola l'insegnante che fa i complimenti ai suoi studenti piace di più dell'insegnante che mette al tappeto i suoi studenti.
- **Chiamare uno degli spettatori sul podio almeno una volta.** Un altro gesto che dimostra che l'oratore si preoccupa e apprezza il pubblico è invitare uno di loro nell'area di intervento (lezione, palco, ecc.) almeno una volta. Si potrebbero inventare scuse plausibili per questo utilizzando, ad esempio, esercizi. Perché ciò rafforzerà la comunicazione oratore-pubblico abbattendo la linea netta di inaccessibilità che può essere vista tra l'oratore e il pubblico. In effetti, se scegli uno spettatore nel pubblico in cui vedi indifferenza o noia durante il tuo discorso, lo includerai nella conversazione.

## Strategie per l'attenzione



Attirare l'attenzione verso un buon discorso si può fare se vengono implementate strategie di cattura dell'attenzione. Perché un discorso che non attira l'attenzione ed è noioso, indipendentemente dal suo contenuto, presentazione, voce, pronuncia, dizione, capacità di parlare fluentemente, è un discorso che molto probabilmente sarà descritto come "non efficace" dagli interlocutori.

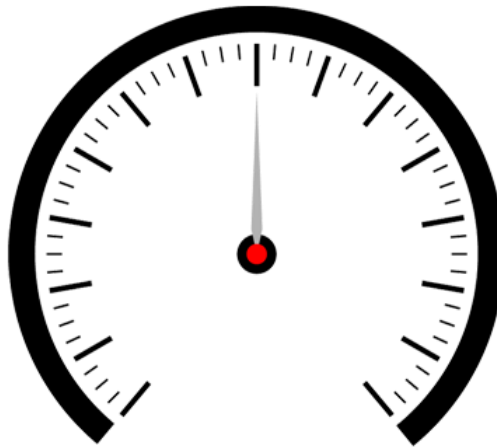
Questo problema non è difficile da superare, sono stati sviluppati metodi che possono mantenere attiva l'attenzione. Insieme a questi metodi, occorre prestare attenzione alle attività di "trasloco" descritte nella sezione precedente. Ora diamo un'occhiata alle strategie per attirare l'attenzione:

- Fare domande. Un modo che può stimolare istantaneamente le menti e aumentare l'impatto del discorso o della presentazione è porre domande direttamente al pubblico durante la lezione. Nell'applicazione di questo metodo, che è anche una tecnica di insegnamento efficace, poni domande per ottenere risposte su un concetto chiave relativo alla materia di cui stai parlando.
- Componi frasi interrogative nella lezione: naturalmente, ci sono differenze tra le domande poste nella narrazione e le domande dirette al pubblico. Qui, per rendere il significato più permanente e attirare l'attenzione, inseriamo alcune frasi nel messaggio nello schema della domanda. O lasciamo la domanda senza risposta o diamo noi stessi la risposta. Quando facciamo una domanda diretta, è nostra intenzione ottenere una risposta. Le frasi che formuliamo, aspettandoci risposte brevi come "sì" o "no", possono anche essere aggiunte agli esempi di rinforzo nella narrazione.
- Mostra un oggetto: mostrare un oggetto o dirigere lo sguardo in una direzione diversa dal solito è una delle strategie efficaci per catturare l'attenzione. Tuttavia, devi stabilire una connessione tra l'oggetto che mostri e il contenuto semantico del tuo discorso. Attira l'attenzione su un oggetto dicendo "guardalo ora", ma questo è un approccio che è lontano dal raggiungere il tuo obiettivo ed è fraintendibile. Puoi indicare un oggetto che hai preso nelle tue mani o che hai già sul podio, oppure puoi puntare lo sguardo verso qualcosa fuori dalla finestra o da qualche parte in fondo alla sala dove tutti dovrebbero voltare il collo per vederlo. **Esempio:** *"Vedi questa mela che ho in mano? Ne hai già viste di simili. Per favore, guardale bene di nuovo. (Pausa per un po')... Sai, lo strato assegnato alle persone che vivono sulla terra è una parte grande quanto la buccia di questa mela. Di sotto, cioè la zona che costituisce il torsolo della mela, è bollente".*
- Usa un umorismo equilibrato: l'umorismo è il modo più comune utilizzato dai relatori per attirare l'attenzione. Alcuni, d'altra parte, si concentrano sull'umorismo come unico modo per raggiungere questo obiettivo. Tuttavia, l'umorismo dovrebbe essere usato in modo equilibrato quando si tratta di parlare in un modo che non ne rovini la naturalezza. Durante il tuo discorso, di tanto in tanto puoi raccontare barzellette, risposte già pronte e battute sull'argomento. Tuttavia, dovrebbero essere usati piccoli scherzi, che di solito sono confortanti e fatti nelle riunioni di amici. Un altro aspetto che viene trascurato, ma non deve essere dimenticato nell'uso dell'umorismo, è la necessità di non trascendere rispetto al buon gusto e alla appropriatezza del tipo di umorismo usato.
- Gioca con il tuo tono: giocare con il tono di voce di tanto in tanto durante il discorso rafforza il livello di comprensione del messaggio. Anche se non è necessario in termini di significato, il tono di voce dovrebbe essere modificato nelle espressioni che vuoi enfatizzare. Modifica il tono di voce nell'espressione delle seguenti espressioni per esercitarti:
- *"Questi alberi grandi e verdi, i fiori colorati, il sole che ti saluta ogni mattina e tutti questi esseri con cui condividiamo l'universo, non sono sufficienti per renderti felice?"*
- Gioca con la velocità del discorso: quando le persone parlano, di solito dicono in media 120-130 parole al minuto. Modificare questa quantità di volta in volta, rallentare o accelerare la velocità è un altro metodo che può essere utilizzato per attirare l'attenzione. La monotonia dovrebbe essere evitata e le differenze dovrebbero essere evidenti nel flusso del discorso.

## QUANDO VARIARE IL TUO RITMO

### LENTO

CONFUSIONE  
TRISTEZZA  
IMPORTANZA  
INTRODUZIONE DI  
CONCETTI NUOVI



### VELOCE

INDICA URGENZA  
ENTUSIASMO  
PASSIONE  
EMOZIONE

- Sottolinea e crea pause: enfatizzare e creare pause come precedentemente menzionato può essere utilizzato per attirare l'attenzione e rafforzare il livello di comprensione durante l'intervento, oltre a contribuire a garantire l'efficacia del discorso. La tecnica dell'enfasi, che viene spiegata nella sezione "Suono e Discorso", può essere realizzata anche ripetendo la frase che viene detta e il cui significato è molto importante.

# ISTRUZIONI PER L'ANALISI DEL PUBBLICO E L'OTTIMIZZAZIONE DEL DISCORSO





# ISTRUZIONI

## PER L'ANALISI DEL PUBBLICO E L'OTTIMIZZAZIONE DEL DISCORSO

### COME ANALIZZARE LA PLATEA

#### CENTRATURA SULL'AUDIENCE

Un numero significativo di coloro che studiano e ricercano sul tema della comunicazione sottolineano la necessità di parlare bene e di oratori centrati sul pubblico. In altre parole, il primo e unico scopo principale di tenere un discorso non dovrebbe essere quello di influenzare l'apprendimento di qualcuno o di dimostrare la superiorità di qualcuno. La chiave per un discorso di successo dovrebbe essere il trasferire perfettamente una verità, un'informazione o un pensiero in parole. Essere centrato sul pubblico non dovrebbe significare che l'oratore cambi le sue convinzioni e pensieri per ottenere reazioni appropriate dal pubblico. Ciò che deve essere fatto è che l'oratore sia innanzitutto onesto con se stesso, oltre a organizzare il messaggio in modo funzionale alle esigenze del pubblico.

In questo contesto, mentre ci si prepara a parlare, dovrebbero essere tenute presenti le seguenti domande:

- Con chi sto parlando?
- Cosa voglio che il pubblico sappia, creda e faccia alla fine del discorso?
- Quale sarebbe il modo più efficace di organizzare e presentare il mio discorso per raggiungere questo obiettivo?

Le risposte a queste domande influenzeranno, o addirittura determineranno, le tue scelte, determinando lo scopo specifico, l'idea principale e i materiali di supporto, svuolpando il messaggio e conducendo il discorso.

#### PSICOLOGIA DEL PUBBLICO

Quando si osserva una presentazione, le persone a volte prestano molta attenzione mentre, in alcuni casi, non mostrano affatto interesse. Le persone possono essere costrette a partecipare a una presentazione ma nessuno ascolta contro la sua volontà. Qui sta l'importanza dell'abilità di chi parla. L'oratore dovrebbe catturare il pubblico usando i mezzi e i metodi necessari.

Infatti, anche quando si presta attenzione, il pubblico potrebbe non percepire sempre il messaggio dell'oratore. La percezione uditiva è selettiva. Va notato che ogni conversazione contiene due messaggi. Il messaggio inviato dall'oratore e il messaggio ricevuto dall'ascoltatore. Ciò che dice l'oratore è necessariamente filtrato attraverso i quadri di riferimento del pubblico. In altre parole, le determinanti del suddetto processo di filtraggio sono i bisogni, gli interessi, le aspettative, le conoscenze e le esperienze degli individui. In breve, le persone ascoltano ciò che vogliono e non prestano attenzione al resto.

Inoltre, le persone vogliono sentire cosa ha senso per loro. In effetti, le persone sono egocentriche. Gli spettatori prestano maggiore attenzione ai messaggi che riguardano questioni come i propri valori e convinzioni. Per lo più, gli spettatori affrontano l'argomento con la domanda "perché è importante per me?".

#### ANALISI DEMOGRAFICA DELL'AUDIENCE

Il pubblico dell'oratore può differire in termini di età, sesso, appartenenza al gruppo, estrazione religiosa, razziale, etnica e culturale, ecc. Analizzarlo in termini di caratteristiche visibili è chiamato analisi demografica dell'audience. Questa analisi si svolge in due fasi: determinare le caratteristiche demografiche generali del pubblico e tener conto di queste caratteristiche in un particolare ambiente di conversazione.

#### **Alcuni dei dati demografici di cui è importante tener conto includono:**

- **Età:** poche cose influenzano l'aspetto di una persona tanto quanto l'età. Ogni generazione ha determinati valori ed esperienze che più o meno la caratterizzano. In questo senso, è molto importante prestare attenzione alla "media" quando si parla a gruppi di diverse fasce d'età. In caso contrario, è facile catturare una parte del pubblico e allontanarsi completamente da un'altra.
- **Sesso:** uomini e donne oggi condividono uno spettro più ampio di esperienze, interessi e aspirazioni. I relatori possono ignorare alcuni stereotipi di razza. Tuttavia, un punto importante da ricordare è che uomini e donne sono socializzati in modo diverso. Un oratore intelligente è ugualmente in sintonia con le differenze e le somiglianze tra i sessi.
- **Religione:** l'oratore non dovrebbe ritenere che le sue convinzioni religiose debbano essere necessariamente condivise dal pubblico. Di conseguenza, soprattutto quando si parla di argomenti religiosi, l'oratore dovrebbe conoscere le credenze religiose del pubblico, anche se in termini generali.
- **Filosofia della vita:** sebbene prenda alcuni dei suoi elementi dalle credenze religiose, l'argomento della visione del mondo è anche importante nel parlare perché copre tutte le dimensioni dell'osservazione e della valutazione di fatti ed eventi sociali. Ancora una volta, l'oratore non dovrebbe aspettarsi che la propria visione del mondo sia condivisa dagli ascoltatori e dovrebbe conoscere le visioni del mondo del pubblico, se possibile, anche in termini generali. Ciò impedisce il verificarsi di alcuni aspetti negativi.
- **Struttura razziale, etnica e culturale:** diversi gruppi razziali, etnici e culturali hanno tradizioni e credenze diverse. Per questo motivo, un punto del discorso potrebbe risultare delicato per alcuni spettatori. Di conseguenza, sarà necessario rivedere le strutture summenzionate mentre si parla. Appartenenza al gruppo: la struttura dei gruppi di cui fanno parte gli ascoltatori può indubbiamente fornire indizi su quali potrebbero essere i loro interessi e atteggiamenti.

### **Analisi situazionale del pubblico**

L'analisi situazionale del pubblico è spesso basata sull'analisi demografica. Questo tipo di analisi è l'analisi delle strutture visibili dell'audience che sono concretamente disponibili al momento. Queste caratteristiche includono la molteplicità numerica del pubblico, gli atteggiamenti e i comportamenti influenzati dalla disposizione fisica, la disposizione del pubblico a seconda del soggetto, dell'oratore e dell'evento.

**Molteplicità numerica:** indipendentemente dal numero dei presenti, il punto che l'oratore dovrebbe tenere a mente è che la crescita del pubblico porta il discorso a ottenere una struttura più formale.

**Disposizione fisica:** in alcuni casi, la percettibilità del pubblico è influenzata da fattori al di fuori del controllo dell'oratore. Alcuni di questi fattori sono i seguenti: la stanza in cui si terrà il discorso è piccola rispetto al pubblico previsto, all'orario dell'incontro e, a seconda dell'orario dell'incontro, ad esempio, il discorso verrà pronunciato subito prima o dopo il pasto, l'incapacità di controllare la temperatura dell'ambiente a causa della folla, l'ambiente troppo luminoso o scuro, ecc. È naturale che tali negatività influiscano sul pubblico. Tuttavia l'oratore dovrebbe dimostrare al pubblico di non essere troppo da queste negatività e situazioni.

**Modifica a seconda dell'argomento:** l'oratore dovrebbe fondamentalmente prendere il pubblico come riferimento per la determinazione del titolo. Idealmente, la scelta dell'argomento è adatta sia al pubblico che, naturalmente, all'oratore. Una volta che

l'argomento è stato stabilito, l'oratore deve anticipare come reagirà il pubblico alla quantità di dettagli in cui entrerà. Inoltre, il relatore dovrebbe valutare l'interesse, la conoscenza e gli atteggiamenti del pubblico sull'argomento.

**Disposizione basata sull'oratore:** il pubblico ha atteggiamenti immediati o precostituiti nei confronti dell'oratore. Prevedere quali potrebbero essere questi atteggiamenti e determinare il loro impatto sul discorso è una parte molto importante dell'analisi situazionale del pubblico.

**Editing basato sugli eventi:** indipendentemente dalla situazione, il pubblico ha determinate idee sull'adeguatezza dei discorsi. L'oratore che mina queste aspettative perde l'interesse del pubblico.

## OTTENERE INFORMAZIONI SUL PUBBLICO

Dopo aver determinato ciò che deve essere appreso sul pubblico, arriva la domanda su come impossessarsi di queste informazioni. In questo caso, poiché le osservazioni sul pubblico non sono sempre sufficienti, le interviste faccia a faccia e le domande sono modi importanti per raccogliere informazioni.

**Intervista faccia a faccia:** questo modo è estremamente flessibile e ha una struttura che consentirà domande approfondite. Se adeguatamente pianificato, strutturato e gestito, è un ottimo modo per rimanere informati sul pubblico. Ci sono tre tipi di interviste: strutturate, semi-strutturate e non strutturate. Ognuna di queste presenta vantaggi o svantaggi.

**Questionari:** i questionari sono un altro strumento che può essere utilizzato in modo efficace nell'analisi dell'audience. Ci sono tre tipi di domande nei questionari. Si tratta di domande a scelta multipla, domande di classificazione e domande a risposta aperta. Ove necessario, si dovrebbe applicare il questionario a un gruppo di controllo che si ritiene abbia qualifiche simili, per determinare se i questionari funzioneranno in modo appropriato. In questo test, le domande che non funzionano correttamente vengono identificate e possono essere riformulate.

# Sette Domande per Conoscere la tua Platea

## 1. Chi sarà presente in aula?

Quante persone? Cosa si aspettano da te?

## 2. Mettiti nei loro panni

Come pensi che si sentano?

## 3. Cosa proponi per loro?

Perchè dovrebbero interessarsi al tuo discorso?

## 4. Cosa vuoi che imparino?

Cosa dovrebbero ricordare?  
Quali sono i tuoi punti chiave?

## 5. Come vuoi che interagiscano con te?

In che modo potranno partecipare?

## 6. Come li coinvolgerai?

In che modo conquisterai la loro attenzione?

## 7. Come soddisferai le loro aspettative?

Come renderai la tua presentazione memorabile?





## Allinearsi al pubblico

Dopo l'analisi dell'audience, la struttura della platea è determinata in modo molto chiaro. Come utilizzare al meglio le informazioni ottenute per preparare un ottimo discorso è la chiave.



I relatori identificano le caratteristiche di base del pubblico ma possono aver problemi ad allineare i loro pensieri con il pubblico. Mentre le persone parlano di un argomento di cui sono esperte, hanno difficoltà a mettersi nei panni di chi non sa nulla di quell'argomento. La capacità dell'oratore di entrare in empatia con gli ascoltatori, in altre parole, è proprio quella di pensare come se fosse dalla parte del pubblico. Per dirla in termini comunicativi, è un vero successo uscire dal quadro della propria rilevanza e guardare il mondo dalla prospettiva degli altri. In effetti, questo è esattamente il processo che ogni oratore di successo dovrebbe seguire. L'oratore dovrebbe cercare di capire cosa piace e cosa non piace al pubblico, dove ha dubbi e domande, se sono necessari maggiori dettagli in qualsiasi momento, cosa gli interessa.

Inoltre, l'oratore dovrebbe essere sempre attento e aperto ai feedback del pubblico. Attraverso il funzionamento sano e corretto di questo elemento, l'oratore può controllare costantemente la propria efficacia di comunicazione e andare a risolvere i problemi che si presentano. In questo modo, sarà assicurato che il discorso raggiunga il suo scopo e che si svolga in modo perfetto.

### Oltre a questo, il relatore dovrebbe anche rispondere alle seguenti domande:

- Come reagisce il pubblico alla mia introduzione e alla conclusione?
- Il pubblico troverà gli esempi chiari e convincenti? L'aiuto visivo aiuterà a stimolare idee?
- Come reagirà il pubblico rispetto allo stile e al lessico utilizzati?

Rispondere a queste e simili domande significa in realtà identificarsi con il pubblico. Come per molti altri aspetti, allinearsi con il pubblico è in realtà più difficile di quanto detto. Ma una volta che questo è stato fatto, il resto è facile e di successo.

### BIBLIOGRAFIA:

- Akarsu, Bedia (1979) Dictionary of Philosophy Terms, Ankara: Turkish Language Institution Publications
- Alemdar, Korkmaz (1981), "History and Communication", Journal of Communication, Ankara: AITIA Gaz. and Public Relations.
- Argyle, Michael. Trower, Peter. (1979) Person to Person Ways of Communicating, London: Harper and Row Publishers,
- Baltaş Z., Baltaş, A. (1992) The Language of the Body, 2nd Edition, Ankara: Remzi Bookstore. Bate, Barbara. Bowker, Judy. (1997)
- Cooper L. Robert (1982): Language Spread: Studies in Diffusion and Social Change, Bloomington: Indiana University Press
- Cuceloglu, Dogan. (1993). Again, Human to Human, Istanbul: Sistem Publications. Dökmen, Üstün (1994):
- Eibl-Eibesfeldt, Irenaus (1979). Love and Hate (The Natural History of Behavior Patterns), New York, Holt, Rinehart and Winston.
- Eliot, T.S. (1962) Notes Towards the Definition of Culture, London: Faber and Faber Limited.



- Evliyaoğlu, Gökhan (2000):“What is Language?”, Art and Literature Magazine (Thinking Man e-journal)
- Fast, Julius. (1981) Body Language, London: Pan Books, Gökberk, Macit (1980), Changing World, Changing Language, Istanbul:
- Gungor, Erol (1980), Cultural Change and Nationalism, Ankara: Customs and State Publications.
- Güvenç, Bozkurt (1976), Social and Cultural Change, Ankara: Hacettepe University Publications D-21,
- Güvenç, Bozkurt (1979). Human and Culture, Istanbul: Remzi Yay.
- Köksal, Aydın (1980) Language and Ekin, Ankara: Turkish Language Association Publications. no. 469.
- Kongar, Emre (1983) Democracy and Culture, Istanbul: Hil Publications,
- Moles, Abraham A. (1983), Social Dynamics of Culture, (Cev: NURİ BİLGİN), İzmir: Ege University Faculty of Letters Publication No: 21.
- Hall, Judith A. (1984) Nonverbal Sex Differences: Communication Accuracy and Expressive Style, OH: The John Hopkins University Press.
- Henley, N. M. (1977). Body politics: Power, Sex, and Nonverbal communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- İzgören, Şerif Ahmet. (1999) Attention, Your Body is Talking, Ankara: Elma Publishing House
- Leathers, Dale G. (1989) Successful Nonverbal Communication, Boston: Allyn and Bacon Inc.
- Malandro, Loretta A. - Barker, Larry - Barker, Deborah Ann., (1989) Nonverbal Communication, New York: Mc Graw Hill Inc.
- Mehrabian, A. (1972) Nonverbal Communication, Chicago: Aldine Atherton, Inc. Mehrabian, A. (1989)
- Pease, Allen. (1990) Body Language, London: Sheldon Press, Piaget, J. (1999) Mental Development in Child, Istanbul: Cem Publisher.

# TEST PSICOLOGICO DI AUTOVALUTAZIONE PER LA VALUTAZIONE DI ANSIA E FOBIA



# TEST PSICOLOGICO DI AUTOVALUTAZIONE

## PER LA VALUTAZIONE DI ANSIA E FOBIA

### ✚ LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO

In alcune persone, questa disciplina incontra un grande ostacolo: la paura di parlare davanti a un pubblico.

Quando si parla in pubblico, la maggior parte delle persone reagisce con alti livelli di attivazione, a causa dello sforzo coinvolto nella gestione cognitiva di informazioni (recupero di informazioni, mettere in relazione alcuni elementi con altri, ecc.), nella verbalizzazione dei contenuti, nel controllo della voce, mantenendo un elevato dispendio di risorse (energia, attenzione, ecc.), per lungo tempo.

Questo insieme di fattori è ciò che viene vissuto come nervosismo o paura del palcoscenico. Chi ha familiarità con le arti dello spettacolo conosce bene questa paura. A differenza degli attori di teatro, che possono alleviare l'ansia concentrandosi sul personaggio da interpretare e sul copione da recitare, queste tecniche non sono però applicabili quando si parla in pubblico in altre circostanze, poiché una delle premesse di un buon oratore è essere se stesso.

Il nome tecnico della fobia del parlare in pubblico è glossofobia, termine che deriva dall'unione dei termini di origine greca "glossa", che si traduce come "linguaggio", e "phobia" (paura) ed è un disturbo d'ansia specifico in cui la persona sperimenta la paura dell'azione di parlare in pubblico.

Sebbene sia del tutto naturale provare un certo nervosismo o paura quando dobbiamo parlare di fronte a molte persone, nella glossofobia la persona sperimenta, in tali situazioni, una paura eccessiva, irrazionale e incontrollabile. Questa paura esacerbata fa sì che la persona sperimenti livelli anormalmente elevati di ansia ogni volta che deve parlare in pubblico, quindi tende sempre ad evitare queste situazioni.

Spesso, ma non necessariamente, la glossofobia fa parte di una fobia sociale molto più ampia. Inoltre, ci sono differenze essenziali tra questi due tipi di fobie: a differenza della fobia sociale, per la quale la persona esprime una paura eccessiva verso praticamente qualsiasi tipo di socializzazione, la glossofobia è una fobia situazionale che si verifica solo nel contesto specifico di dover parlare a un pubblico.

**Inoltre, ci sono alcune caratteristiche che distinguono una paura fobica da una paura normale:**

- è eccessiva, considerando la reale pericolosità della situazione.
- è irrazionale: la persona non è in grado di dare una spiegazione logica alla sua paura.
- è incontrollabile: chi ne soffre non può controllare la paura o le reazioni che provoca.
- persiste nel tempo e in diverse situazioni.





Inoltre, nel caso della glossofobia, la risposta all'ansia che la persona sperimenta è così alta che è completamente impossibile essere in grado di parlare in pubblico, al punto da svenire se costretta a farlo. La conseguenza è il tentativo di evitare questa situazione, il che può interferire con il lavoro o la vita accademica, poiché è molto probabile che, prima o poi, occorrerà fronteggiare il problema.



### Quali sintomi presenta?

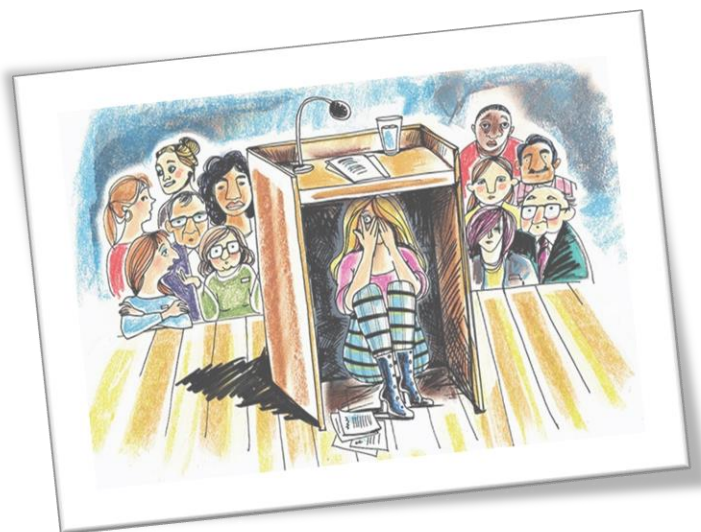
Come accennato in precedenza, la glossofobia è un disturbo d'ansia quindi i sintomi rispondono a un quadro clinico tipico di questo tipo di condizione. Ciò significa che la persona con glossofobia che è esposta alla situazione di dover parlare in pubblico sperimenterà una risposta di ansia estrema. A volte la paura di dover parlare di fronte a più persone è così intensa che la reazione di ansia può manifestarsi già solo immaginando la situazione.

Nonostante il fatto che ogni persona possa manifestare sintomi diversi e con diversa intensità, i sintomi che distinguono sia la glossofobia che le altre fobie si manifestano in tre diverse categorie: sintomi fisici, sintomi cognitivi e sintomi comportamentali.

### Sintomi fisici

Quando la persona affronta o immagina di dover affrontare lo stimolo fobico, in questo caso il parlare in pubblico, si verifica un'iperattività del sistema nervoso centrale che provoca una grande quantità di cambiamenti e disturbi nell'organismo. Questi sintomi includono:

- Aumento della frequenza cardiaca.
- Aumento della frequenza respiratoria.
- Sensazione di mancanza di respiro o soffocamento.
- Vertigini o stordimento.
- Nausea e/o vomito.
- Aumento della sudorazione.
- Tremori.
- Disturbi gastrici.
- Confusione.
- Debolezza.
- Sensazione di irrealità.



### Sintomi cognitivi:

I sintomi fisici sono provocati e sono accompagnati da una sintomatologia cognitiva che si distingue presentando una serie di credenze e idee irrazionali sulle cose che possono accadere quando la persona parla in pubblico.

- Idee come quella che sarai umiliato, che non sarai all'altezza della situazione o che altre persone noteranno l'ansia che provi sono pensieri molto ricorrenti che invadono la mente delle persone con glossofobia. Questi sintomi cognitivi si manifestano attraverso le seguenti idee o pensieri:
  - Idee invadenti, involontarie e incontrollabili sui possibili scenari che possono verificarsi mentre la persona parla davanti a un pubblico.
  - Speculazione ossessiva sull'azione temuta.



- Immagini mentali di natura catastrofica.
- Paura di perdere il controllo e di non sapere come gestire adeguatamente la situazione.

### Sintomi comportamentali

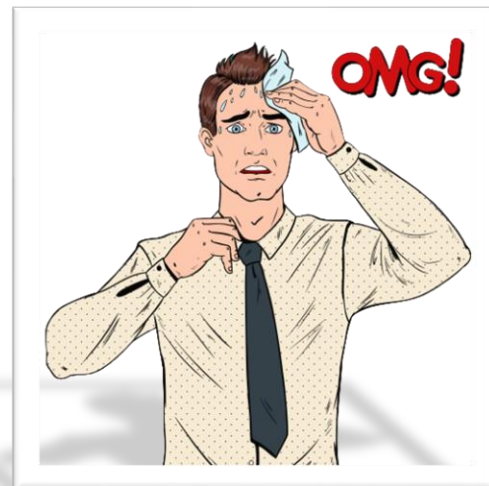
Infine, questi sintomi si accompagnano e si manifestano attraverso una serie di sintomi comportamentali che si manifestano come risposta allo stimolo o situazione avversiva, comportamenti volti ad evitare tale situazione o a fuggire, come inventare improvvisi malesseri o impegni improrogabili.

### Quali sono le cause?

In molti casi, è praticamente impossibile determinare l'origine specifica di una paura fobica, poiché la persona stessa non è in grado di ricordare o determinare cosa l'ha provocata. Tuttavia, nella maggior parte delle fobie, una predisposizione genetica agli effetti dello stress e dell'ansia, insieme all'esperienza di esperienze traumatiche o con un'intensa carica emotiva e correlata allo stimolo temuto, sono il terreno fertile perfetto per lo sviluppo di una fobia.

Parlare in pubblico è un'abilità necessaria nella vita quotidiana, dal fare una presentazione in un evento fino a parlare a un colloquio di lavoro e, appurato il fatto che per molti rappresenta un momento estremamente ansiogeno, è importante cercare un modo per alleviare il problema.

Non a caso la Commissione Europea, sia coi programmi Erasmus+ che nel programma Horizon 2020, lo strumento principale dell'Unione europea per il finanziamento della ricerca e innovazione in Europa, finanzia moltissime ricerche in vari modi correlate al public speaking.



## **PROTOCOLLI PER RIDURRE LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO**

Questo capitolo ha l'obiettivo di insegnare alcune tecniche e metodi per affrontare efficacemente la fobia di parlare in pubblico ed è costituito da esercizi specifici che puoi mettere rapidamente in pratica. Abbiamo raggruppato gli esercizi in termini di difficoltà e praticabilità in modo tale che tu possa familiarizzare con i metodi un po' alla volta.

### **COMPRENDERE LA PAURA DI PARLARE IN PUBBLICO**

La fobia di parlare in pubblico è parte di una delle più comuni paure secondo le statistiche: si tratta della fobia sociale. Prima di iniziare a valutare alcune tecniche per affrontare un opportuno trattamento, dovresti interrogarti sullo stato attuale prima di comprendere effettivamente se si tratta di un problema radicato e stabile o un'abitudine negativa che può essere bypassata facilmente.

Le fobie sociali, di cui la fobia di parlare in pubblico rappresenta una parte, sono tutte quelle paure persistenti che hanno come oggetto la performance sociale: parlare con qualcuno, presentare in pubblico, stringere la mano, intrattenere relazioni, se vissute in modo persistente e trasversale con un senso di iperattivazione, possono essere campanelli d'allarme da prendere in considerazione.

Secondo John W. Barnhill del New York Presbyterian Hospital, le fobie sociali hanno una prevalenza delle fobie sociali è del 9% nelle donne e del 7% negli uomini, includendo solo i disturbi con durate di 12 mesi, ma la prevalenza nell'arco di tutta la vita può arrivare addirittura al 13%. La fobia sociale, dunque, riguarda pressoché una persona su dieci.

Tra queste, è molto probabile che la maggioranza riguardi anche la presentazione in pubblico. La maggioranza delle persone trova più complesso parlare in pubblico, magari di fronte a centinaia di persone che parlare con un singolo a cui possiamo prestare la massima attenzione e che in qualche misura teniamo maggiormente sotto controllo.

Occorre però fare chiarezza perché a volte tendiamo a sopravvalutare alcune condizioni psicologiche ed il loro peso sulla nostra vita sociale, semplicemente perché promuovere un cambiamento è molto faticoso.

In altre parole, una condizione psicologica potrebbe diventare anche un comodo alibi per rimanere nella propria zona di confort.

Apprendere nuove cose è spesso complesso e determina un radicale cambio di abitudini, può implicare il rischio di fallire e a volte non siamo disposti ad accettarlo.

**Vediamo qui alcuni elementi che potrebbero aiutarti a comprendere di quanti esercizi avrai bisogno per superare la paura di parlare in pubblico:**

#### ➤ **Elemento 1 – Quante volte hai parlato in pubblico?**

Molte delle persone che hanno paura di parlare in pubblico, hanno una repulsione così forte da non sperimentare praticamente mai discorsi in pubblico. L'evitamento di situazioni legate alle discussioni pubbliche però non fa nient'altro che rafforzare il problema. Maggiore è la paura, più forte sarà l'evitamento. E ogni volta che eviti di parlare in pubblico, effettivamente rafforzi la credenza che si tratta di un compito complesso. Eppure potrebbe non esserlo. Specialmente se affrontiamo il compito un po' alla volta. Ma ogni volta che eviti di parlare in pubblico, di fatto, rafforzi l'idea che si tratta di qualcosa di difficile.

Ma come puoi comprendere se si tratta di un compito difficile senza aver mai provato? Se non provi almeno una volta a parlare in pubblico non puoi saperlo. Il paradosso è che non puoi sperimentare le reali difficoltà di un compito se non hai mai provato. Potremmo dire, in altre parole, che la paura di parlare in pubblico è innanzitutto la paura di iniziare a parlare in pubblico. È per questo che spesso si parla di ansia anticipatoria.

Se non hai mai parlato in pubblico, ti consiglio di iniziare con piccolissimi gruppi, anche iniziando a prendere la parola di fronte anche a 3 o 4 persone e successivamente continuare con gruppi sempre più grandi.

## Elemento 2 – I rischi ci sono, ma non sono quelli che credi

Le persone che hanno paura di parlare in pubblico temono alcuni aspetti in particolare. La paura è un'emozione che indica la percezione di un rischio fisico o psicologico. Sul rischio fisico penso che tutti noi possiamo intenderci, di fronte ad uno stimolo che può causare una lesione fisica c'è poca variabilità, le persone hanno pareri comuni, simili. Un'automobile con i freni rotti, è un pericolo per chi la guida e per gli altri. Un leone che ci aggredisce può esserlo, un paracadute con un difetto di fabbricazione può certamente esserlo. Si tratta in tutti i casi di condizioni che possono creare lesioni fisiche permanenti o addirittura mortali.

Diverso è invece il rischio di tipo psicologico, perché in questo caso non c'è una lesione fisica inequivocabile, causata da quel rischio, ma alcune percezioni, assolutamente variabili di persona in persona.

Persino le implicazioni psicologiche sono diverse di persona in persona. Prendiamo il caso di un disastro ambientale. Nel caso di un terremoto, di un tornado, o di qualsiasi altra calamità naturale, le persone sono esposte ad una numerosa serie di rischi, che includono la perdita dell'abitazione, delle risorse economiche o anche di persone care.

Sebbene le persone sono in questo caso esposte ad un rischio simile (il disastro ambientale), comunque non si osservano in tutte le persone risposte traumatiche dal punto di vista psicologico, ma le persone reagiscono diversamente allo stesso stimolo.

Le persone hanno diversi livelli di resilienza e di capacità di gestire gli eventi stressanti e sono sensibili in modi diversi agli stimoli che possono danneggiarci in maniera fisica e psicologica.

Eppure, la nostra mente reagisce in modi molto simili. Anche l'attività cerebrale è simile nella paura fisica e psicologica. Ci sono cose assolutamente rischiose per cui non sperimentiamo una grande paura e contesti certamente sicuri che invece implicano un grande rischio.

In altre parole, il rischio è prima di tutto una percezione ed è su quella che dobbiamo lavorare.



## ➤ Elemento 3 – Il rischio è una percezione

A partire dagli anni 70, la Psicologia Sociale ha iniziato a studiare il concetto di rischio su un profilo psicologico. Essenzialmente, anni prima in ricerca si era confutato uno degli assiomi fondamentali dello studio della mente umana e della presa di decisioni.

A livello intuitivo, molti di noi pensano di prendere decisioni sulla base di costi e benefici. Un po' come se fossimo dei calcolatori esatti delle decisioni. Anche nello studio del comportamento economico, principalmente gli studiosi assumevano che essenzialmente le persone calcolano costi e benefici negli scenari che fronteggiano e decidono di conseguenza, assumendosi consapevolmente rischi e vantaggi di volta in volta.

Eppure, non appena espandiamo la nostra visuale, ci rendiamo conto di quanti fattori di soggettività sono presenti in ogni caso. E la psicologia del rischio ci insegna molti paradossi.

Un paradosso: Le persone mediamente non sono molto accurate nel definire le probabilità di definire i rischi effettivi. Uno studio di psicologia sociale degli anni 70 aveva riscontrato che le persone percepiscono che il rischio di essere aggrediti da uno squalo sia molto più probabile di quello effettivo (la quasi totalità di noi non incontra squali comunemente). Statisticamente è invece molto più probabile morire per la caduta di noci di cocco. Eppure nessuno teme di bere un drink sotto una palma. Questo fenomeno si spiega semplicemente perché in quegli anni era molto noto il film "Lo Squalo" che effettivamente ne rappresentava il pericolo. Sebbene si trattasse di una storia immaginaria, moltissime persone aveva in memoria quell'immagine in modo saliente.

In altre parole, lo squalo che attacca l'uomo era un'immagine molto saliente in memoria. La nostra mente, quando deve stimare la probabilità di rischio, accede alla propria memoria e rievoca immagini mentali connesse a quel rischio. Se trova facile immaginare un certo tipo rischio perché già presente in memoria, tende a stimare che quell'evento è rischioso. Non importa che l'evento sia reale o immaginario: se è accessibile alla memoria, la tua mente lo potrà considerare probabile. E così, diventa naturale comprendere quanto la nostra immaginazione possa giocare a vantaggio o svantaggio. Pensa che per la paura di parlare in pubblico, in molti casi si parla

proprio di eventi immaginari, di elementi che si verificano innanzitutto nella nostra mente. Eppure, specialmente in chi ha paura di parlare in pubblico, non si basano su una casistica reale. Immaginare costantemente l'insuccesso ti fa focalizzare sugli elementi di rischio, immaginare costantemente elementi di successo facilita degli automatismi che ti guidano verso il successo.

#### **Ci sono dunque tre cose che dovrete apprendere:**

- Dovreste includere uno stile di pensiero ottimistico. Non esistono effetti gravi del public speaking. Le persone temono di parlare in pubblico essenzialmente perché temono di perdere la reputazione, di fare brutta figura per i propri contenuti. Eppure questo è un rischio limitato, o meglio, occorre prepararsi fino all'ultimo dettaglio
- Dovreste avere però una visuale anche realistica. Non credo a quella psicologia positiva per cui qualsiasi cosa andrà perfettamente e positivamente in ogni caso. Un ottimismo cieco ti può portare a sbagliare. I rischi esistono, i fattori intervenienti anche, alcuni di questi possono essere ampiamente prevenuti, se non li anticipi, questi effettivamente rischiano di impattare sulla tua performance.
- Dovreste evitare di avere una visuale perfezionistica. La perfezione non esiste ed esiste ancora di meno nel caso del public speaking. Nel public speaking sei di fronte a persone differenti con visioni ed esigenze diverse. Il tuo discorso può adattarsi più o meno a tutti, ma non perfettamente a tutti. Se i tuoi standard sono inarrivabili sarai sempre insoddisfatto del tuo discorso in pubblico.

La **glossofobia**, o paura di parlare in pubblico, si riferisce a una forma di ansia e disagio mentale che si verifica parlando ad alta voce di fronte ad altri in una situazione di gruppo.

#### **Consigli per fronteggiarla**

- 👁️ Riconosci la tua paura
- 👍 Esercitati in anticipo
- 🪞 Prova davanti a uno specchio
- 📱 Registra il discorso e ascoltalo
- 🤝 Rivolgiti a un professionista
- 👔 Vestiti bene e indossa un sorriso
- 🌬️ Fai esercizi di respirazione
- 👥 Prendi informazioni sulla platea
- 🎵 Controlla il tono e la velocità del discorso
- 🕒 Esercitati a luci spente
- ❓ Sii preparato ad affrontare le domande
- 🗣️ Esercitati di fronte ad amici e chiedi loro un parere



Le notizie che produciamo, condividiamo e commentiamo ogni giorno possono essere inaffidabili. Il web ha consentito all'informazione di varcare molti confini, ma allo stesso tempo vengono effettuati sempre meno controlli sulla qualità e veridicità delle informazioni che circolano in rete.

Un tempo giornali, radio e televisione contribuivano ad informare il pubblico, ad orientarlo e guidarlo nella costruzione di un'opinione. Oggi, però, il contributo maggiore è dato dal web e dai social: consentono di ricevere informazioni ovunque, in qualsiasi momento, da varie fonti e permettono agli utenti stessi di condividerle. Ciò ha portato a una sovraesposizione di informazioni. Molte di esse non sono veritiere con il rischio che, anziché favorire la conoscenza, generino confusione, disinformazione e comportamenti che possono avere conseguenze negative per i singoli o per l'intera comunità. Con l'aumento delle fake news le persone non dispongono di strumenti efficaci per la loro valutazione critica e le istituzioni non sono in grado di ostacolarle efficacemente.

Nell'era della pandemia la diffusione delle fake news sui media è aumentata, ma già prima era elevato il contenuto di informazioni medico-scientifiche ingannevoli che circolavano sui media: la disinformazione sanitaria era prevalente negli studi sugli effetti prodotti dal fumo e dalle droghe come oppioidi e marijuana (dove i post con disinformazione hanno raggiunto l'87% secondo alcuni studi). Anche la disinformazione sanitaria sui vaccini è stata molto comune (43%), con il vaccino contro il virus del papilloma umano il più colpito. La disinformazione sanitaria relativa alle diete o agli argomenti relativi ai disturbi alimentari è stata moderata rispetto agli argomenti di cui sopra (36%). Anche gli studi incentrati sulle malattie (sia malattie non trasmissibili che infettive) hanno riportato tassi moderati di disinformazione (40%), soprattutto nel caso del cancro. Infine, i livelli più bassi di disinformazione sanitaria sono stati quelli relativi alle cure mediche (30%). La prevalenza della disinformazione sanitaria è stata più alta su Twitter (relativa a prodotti per fumatori e farmaci).



Negli ultimi anni molta attenzione è stata posta sulle piattaforme social come Twitter, Facebook, LinkedIn e Instagram per aumentare il coinvolgimento sociale con l'informazione scientifica. Come risultato della maggiore circolazione di notizie scientifiche sulle piattaforme social, ci si deve sempre chiedere se tutte le informazioni pubblicate siano accurate, raggiungano il pubblico appropriato e siano efficaci nel promuovere il coinvolgimento degli utenti.

La pratica di stimolare l'interesse del pubblico per la scienza e incoraggiare la discussione e la riflessione su argomenti scientifici è conosciuta come informazione scientifica. Più specificamente, la definizione contemporanea è "l'uso di abilità, media, attività e dialogo appropriati per produrre una o più delle seguenti risposte personali alla scienza: consapevolezza, divertimento, interesse, formazione delle opinioni e comprensione".

La comunicazione scientifica al pubblico è sempre stata di competenza degli scienziati. Sebbene siano formati in metodologie di ricerca, procedure analitiche e possedano ottime capacità di comunicazione con altri scienziati, dal punto di vista della comunicazione pubblica ci sono molte carenze. Gli scienziati non ricevono alcuna formazione specifica per comunicare concetti scientifici a un pubblico composto da persone comuni. Il pubblico deve essere in grado di comprendere la scienza per formarsi un'opinione ed essere più competente e consapevole quando prende decisioni. Gli scienziati svolgono un ruolo chiave in questo processo poiché una scarsa comunicazione può condurre alla sfiducia e all'incomprensione della scienza e della ricerca. La comunicazione scientifica influisce sul processo decisionale della gente comune, ma contribuisce anche alle dinamiche politiche e governative di regolamentazione e finanziamento. Si deduce che comunicare nozioni scientifiche al pubblico non è affatto un compito da sottovalutare.

Una comunicazione efficace implica la corretta comprensione da parte del proprio pubblico. Ogawa ha descritto tre tipi di comportamento del pubblico riguardo alla scienza. Il primo tipo si riferisce a una persona che comprende consapevolmente la scienza (alfabetizzazione scientifica contro analfabetismo scientifico). Il secondo tipo di comportamento è legato a un aspetto più emotivo



ed è tipico di una persona che può avere una posizione pro-scienza o anti-scienza. Il terzo tipo di comportamento è la convinzione ideologica che la conoscenza scientifica sia l'unica forma di conoscenza valida da utilizzare in qualsiasi contesto. In breve, Ogawa sostiene che l'atteggiamento delle persone nei confronti della scienza sarà influenzato dal comportamento che la maggior parte delle persone sceglie di adottare. Pertanto, una comunicazione scientifica efficace deve cercare di influenzare le persone ad adottare uno dei primi due comportamenti, poiché influenzano maggiormente la loro ricettività e il loro impegno con la scienza.

Lo sviluppo della capacità di comunicare efficacemente le conoscenze scientifiche al pubblico richiede un'attenzione particolare al linguaggio. Gli scienziati sono spesso criticati per il loro linguaggio troppo tecnico. Ad esempio, i neuroscienziati possono presumere che parole come "neurone" o "sinapsi" siano di conoscenza comune, quando in realtà la maggior parte delle persone non ha una definizione chiara di questi termini. Inoltre, parole come "proteine" hanno significati diversi nel linguaggio quotidiano (es. frullati "proteici") rispetto a quelli in un contesto biologico. Il divario tra ciò che gli scienziati credono che il pubblico in generale sappia e ciò che il pubblico sa effettivamente potrebbe essere colmato perfezionando queste capacità di comunicazione nella formazione degli scienziati.

La comunicazione scientifica al pubblico dovrebbe essere maggiormente riconosciuta e valorizzata dalle istituzioni, come le università, le organizzazioni scientifiche e gli organismi di finanziamento della ricerca. L'introduzione di incentivi simbolici, come un premio, può stimolare l'interesse degli scienziati a comunicare con il pubblico e consente di migliorare tutti gli aspetti del processo di comunicazione. Oppure, quando si selezionano i ricercatori, uno dei criteri di valutazione potrebbe essere proprio l'attività di comunicazione.

La mancanza di formazione nella comunicazione della scienza accentua il divario tra la volontà degli scienziati di comunicare efficacemente con il pubblico e la loro inadeguatezza su questo fronte. Comunicare con i giornalisti o attraverso i social non è un'attività banale: richiede una formazione efficace e pratica. Le università e le organizzazioni dovrebbero integrare nei loro curricula ore di lezioni e workshop interattivi utili per sviluppare una familiarità con la comunicazione di conoscenze scientifiche efficaci.

Le notizie scientifiche imprecise circolano principalmente online, sui social media e attraverso i servizi di messaggistica, indipendentemente dal fatto che siano distribuite intenzionalmente o inavvertitamente. A volte le controversie pubbliche sull'incertezza di alcuni risultati creano molta confusione e favoriscono maggiormente la diffusione della disinformazione. I proprietari delle piattaforme informatiche in cui circolano le fake news dovrebbero investire di più nella ricerca interdisciplinare, soprattutto nella combinazione di informatica e scienze sociali, al fine di sviluppare strumenti utili per contrastare la disinformazione.

La comunicazione scientifica riguarda molte questioni. Ogni giorno riceviamo notizie su cibo, prodotti farmaceutici, sperimentazioni cliniche, cambiamenti climatici, ecc. Gli studiosi che discutono pubblicamente di questi problemi a volte devono affrontare attacchi personali. Devono ricevere supporto dalla loro organizzazione, ma allo stesso tempo è importante il supporto della comunità scientifica. Devono ricevere una formazione professionale completa in comunicazione scientifica e supporto legale, se necessario, e supporto sociale e psicologico dai colleghi.

Le organizzazioni scientifiche, le università e le associazioni disciplinari dovrebbero organizzare corsi di formazione, workshop e forum che coinvolgano non solo studiosi e scienziati con anni di esperienza, ma anche giovani scienziati. Queste attività sono necessarie per essere in grado di inquadrare quali sono le percezioni, le visioni, le preoccupazioni e le priorità della società nei confronti della ricerca. Queste attività educative possono essere più funzionali se vengono inclusi vari attori sociali, come ONG, organizzazioni di pazienti, sindacati, movimenti sociali, ecc.

Le pubblicazioni scientifiche sono uno degli strumenti fondamentali per l'informazione pubblica. Sono abbastanza accessibili e forniscono informazioni corrette utilizzate nel contesto di una comunicazione scientifica efficace. La maggior parte delle persone non è consapevole del fatto che la pubblicazione di un articolo sulla ricerca scientifica e sui suoi risultati non è immediata. Possono essere necessari mesi prima che un articolo venga pubblicato e, se i risultati della ricerca sono negativi o non sono emerse evidenze interessanti, potrebbe non essere pubblicato affatto. Ciò è controproducente perché la comunità scientifica e il pubblico non entrano in contatto con tutti gli aspetti della fase sperimentale, ovvero il processo di ricerca, i metodi e l'incertezza dei risultati. Tutte le



possibili variazioni delle fasi sperimentali e dei loro risultati devono essere comunicate per avere un'efficace comunicazione scientifica, indipendentemente dal fatto che siano risultati positivi o negativi. La comunicazione scientifica deve essere utile per sviluppare un senso critico nel pubblico: si sviluppa grazie all'aiuto della comunità scientifica che guida il pubblico nella valutazione delle diverse ipotesi e interpretazione dei risultati.

Un'altra proposta altrettanto valida è quella di inserire un corso di comunicazione scientifica in un programma di scienze di base e insegnare in parallelo i contenuti dei due corsi. Se l'obiettivo è fornire ai futuri scienziati capacità e competenze comunicative utili, è necessario svolgere esercizi incentrati sull'efficace esposizione di concetti scientifici a un pubblico composto da persone normali. Rendere questa attività obbligatoria, anziché facoltativa, potrebbe stimolare l'interesse degli studenti e i risultati sarebbero migliori. Insegnare abilità comunicative all'inizio della formazione è vantaggioso perché sottolinea il concetto che è importante sviluppare abilità comunicative parallelamente al ragionamento scientifico e alle capacità di ricerca.

Da un punto di vista pratico, preparare una buona presentazione orale è fondamentale in quanto lo scopo principale è affascinare il pubblico ma allo stesso tempo trasmettere il corretto messaggio scientifico. Le presentazioni orali generalmente consentono di trasmettere molte conoscenze scientifiche. La durata delle presentazioni orali ha una grande variabilità: possono durare 5 minuti o ore di discorso. La presentazione che integra anche grafica, audio o video migliora notevolmente la qualità della presentazione orale. Può sembrare superfluo dirlo, ma una presentazione con diapositive migliorerà la comprensione del messaggio, soprattutto se ci rivolgiamo a un pubblico di non esperti. Le presentazioni orali si basano sull'apprendimento visivo e verbale, quindi deve esserci una chiara comprensione del messaggio. La disinformazione è principalmente un'interpretazione errata dei dati scientifici, causata a volte da un malinteso nel processo di comunicazione.

Inserire nella presentazione brevi video relativi all'argomento è considerata una strategia vincente: è noto da molti anni che la comunicazione visiva è molto efficace in quanto un breve video tende ad attirare l'attenzione dello spettatore, favorendo un ottimo apprendimento in termini qualitativi e quantitativi.

Il primo passo per preparare una presentazione scientifica efficace è fare un brainstorming sull'argomento e sugli elementi chiave che devono essere affrontati. A volte è necessario preparare un poster che illustri tutti i punti chiave del discorso che verrà fatto, è importante conoscere il pubblico e il suo background, adattare la complessità della presentazione in base al pubblico. Il secondo passaggio consiste nell'utilizzare riferimenti scientifici recenti e fare sempre riferimento ad essi nella presentazione.

Per quanto riguarda l'aspetto grafico, ci sono alcune regole generali che possono essere tranquillamente utilizzate anche per le presentazioni scientifiche. Questi includono:

- Evitare alcuni caratteri tipografici (Jokerman, Comic Sans).
- Rispettare le combinazioni di colori (non utilizzare colori complementari insieme);
- Utilizzare colori brillanti per evidenziare aspetti chiave.
- Scegliere non più di due caratteri tipografici per la presentazione.

La paura che deriva dal parlare in pubblico è nota per essere una delle fobie sociali più comuni. È un ostacolo importante per la comunicazione orale, in quanto influisce sulla chiarezza del discorso. Inoltre, questa fobia può peggiorare quando la presentazione orale deve essere eseguita in un'altra lingua. Fortunatamente, ci sono alcune tecniche che possono essere utilizzate per ridurre gli effetti dell'ansia. Fare brevi presentazioni di fronte a colleghi o altri studenti può aiutare a superare questa paura. Partecipare ai club scientifici in cui devi scegliere un documento di ricerca e presentarlo di fronte ai tuoi colleghi. Un'altra tecnica efficace è l'auto-visualizzazione. Consiste nel simulare mentalmente tutte le fasi della presentazione, dalla sua preparazione all'esito. Visualizzare i risultati (domande, questioni materiali) rende la persona che deve presentare consapevole e pronta per qualsiasi domanda che potrebbe essere posta. La pratica non rende perfetti, ma migliora le abilità.

In conclusione, possiamo affermare che il ruolo della comunicazione scientifica nella società è molto importante. La comunicazione scientifica deve affermarsi come materia educativa e venire finanziata dalle istituzioni al fine di ridurre la disinformazione a tutto vantaggio di un pubblico consapevole, informato ed educato.

Nel corso della storia, il trattamento delle fobie è stato affrontato in modi diversi:

una delle prime forme di intervento fu quella della terapia elettroconvulsivante, risorsa terapeutica non farmacologica utilizzata negli anni '40 e '50: questa tecnica è stata applicata per la prima volta nel 1930 e consisteva nell'applicare brevemente una corrente da 70 a 150 volt sulla testa del paziente, con conseguente perdita di coscienza. I pazienti venivano sedati con miorilassanti prima di applicare la corrente al fine di ridurre l'intensità delle contrazioni muscolari; questo trattamento consisteva di 10 sessioni distanziate nel tempo.

Comparsa poi l'approccio farmacologico in cui si consigliava l'uso di antidepressivi e tranquillanti per ridurre la frequenza cardiaca e i sintomi di palpitazioni. Sebbene gli ansiolitici comportino pochi rischi, ci sono vari effetti collaterali gravi come affaticamento, dipendenza, sonnolenza; inoltre, se mescolati con qualsiasi alcol, questi farmaci possono essere tossici per l'organismo. D'altra parte, i farmaci che mascherano i sintomi dell'ansia possono nascondere problemi fobici. Di conseguenza, l'approccio farmacologico non aiuta a far fronte ai problemi di fondo della paura.

In realtà il modo migliore per capire se effettivamente hai una fobia di parlare in pubblico, una condizione veramente invalidante, sarebbe opportuno affidarsi ad un professionista qualificato per la valutazione della psicopatologia, ovvero, lo psicologo.

Lo psicologo, mediante l'analisi clinica, può comprendere effettivamente se e quanto la condizione di fobia è una condizione effettiva, o se la tua esigenza è più quella di familiarizzare con il pubblico ed apprendere come si parla davanti a una platea, superando l'incertezza iniziale.

Adesso, ti mostrerò alcuni dei criteri per definire le fobie, basate sui manuali più comunemente utilizzati in psicologia ai fini diagnostici, ma attenzione, occorre sempre un professionista qualificato per fare una valutazione completa.

È esperienza comune degli studenti di psicologia quella di leggere interi manuali di psicodiagnostica e ritrovarsi in moltissimi dei disturbi descritti. Ma questo non significa che si possa essere diagnosticati di qualsiasi disturbo. Semplicemente, quasi tutti noi abbiamo talvolta comportamenti simili a quelli rappresentati nei disturbi, ma sono spesso circoscritti, non invalidanti, non impattanti su aree fondamentali della nostra vita (ad es., relazionale, emotiva, lavorativa, etc.). Ritrovarsi in alcune delle descrizioni, in alcune circostanze, non corrisponde ad avere un disturbo, e non corrisponde neanche ad avere una condizione sub-clinica. Semplicemente, ognuno di noi ha alcuni tratti che tendono verso alcune classi diagnostiche e, finché uno stato non è completamente invalidante, non si può certo parlare di una condizione patologica. Per cui ti invito a leggere con cautela queste informazioni ed a scopo puramente informativo. Se poi ti ritrovi fortemente in tutti gli aspetti, ti consiglio di valutare la situazione assieme ad uno psicologo per affrontare la condizione con un trattamento. Specialmente se ti è richiesto più volte di parlare in pubblico, una fobia in questo senso potrebbe essere invalidante. Vediamo qui di seguito i criteri diagnostici del Manuale Diagnostico e Statistico dei Disturbi Mentali (DSM-5) in riferimento alla fobia sociale, di cui la fobia di parlare in pubblico è una versione specifica.

- La paura o ansia per contesti sociali, in cui si viene "analizzati" dagli altri è marcata e duratura, ovvero, dura per più di 6 mesi;
- Le stesse situazioni sociali, nel nostro caso la paura di parlare in pubblico, causano quasi sempre paura o ansia;
- La persona con fobia di parlare in pubblico evita attivamente la situazione;
- Il livello di paura o ansia è sproporzionato rispetto al vero rischio (considerando anche che esistono differenze culturali);
- La fobia di parlare in pubblico, l'ansia o l'evitamento delle situazioni causano disagio significativo e compromettono il funzionamento sociale e lavorativo;





Poiché la glossofobia può essere altamente invalidante, si consiglia vivamente alle persone che ne soffrono di consultare uno specialista in psicologia o salute mentale.

Fortunatamente, ci sono trattamenti che possono ridurre significativamente l'intensità dei sintomi e persino eliminarli del tutto.

Un percorso psicoterapico, che può basarsi su vari orientamenti teorici, attraverso più sedute, può aiutare a superare la paura di parlare in pubblico, identificando, se opportuno, e lavorando anche sulle cause profonde del malessere.

Oltre alla classica terapia individuale, un altro tipo di approccio possibile è centrato sul gruppo, per lavorare in modo ottimale sulle difficoltà di esposizione sociale oppure focalizzandosi totalmente sulla gestione del compito, come nei laboratori per parlare in pubblico, in cui si allenano le abilità sociali, si consigliano strategie da seguire quando si tiene un discorso e si pratica davanti a un pubblico ristretto per perdere progressivamente la paura.

Il metodo fondamentale per affrontare la paura è certamente la tecnica dell'esposizione graduale. La persona viene invitata a familiarizzare con lo stimolo fobico un po' alla volta. Familiarizzando gradualmente con lo stimolo che induce paura, questa viene ridotta. È un po' come l'assuefazione ad una sostanza. Gradualmente ci possiamo abituare ad una condizione che può essere effettivamente sfidante.

Quindi, in linea teorica, potremmo fronteggiare il compito di parlare in pubblico un po' alla volta, imparando a parlare prima di fronte a 5-6 persone, poi a gruppi di 20 o 30 ed infine alle grandi platee.

Ma c'è un problema: non sempre possiamo organizzare presentazioni a nostro piacimento. Molto più spesso, l'attività di parlare in pubblico ci viene commissionata esternamente e, in questi casi, non possiamo controllare che l'esposizione al contesto sia graduale. Semplicemente ci viene chiesto di parlare di fronte a un pubblico, di un argomento, in un certo contesto, e con certe modalità.

Per questo motivo, esistono molti adattamenti delle tecniche di esposizione che ti aiuteranno a fronteggiare il problema in modo diverso, diversi espedienti che puoi mettere in pratica per affrontare questa paura.

Esistono anche molte altre tecniche in psicologia, che hanno nomi diversi, ma che si basano comunque su un principio molto simile: esporsi dal vivo, o mediante l'immaginazione, a un problema.

In questo paragrafo vedremo le tecniche specifiche, fermo restando che il miglior approccio per risolvere in maniera completa il problema è la consulenza con uno psicologo.

### ➤ **Desensibilizzazione sistematica**

Nell'abito teorico della terapia cognitivo comportamentale (CBT), Wolpe propose una delle tecniche più efficaci per il trattamento delle fobie che è la desensibilizzazione sistematica intesa come "procedura di estinzione con esposizione del paziente allo stimolo fobico".

Le tecniche di esposizione consistono nell'affrontare, in maniera sistematica e intenzionale, situazioni o stimoli interni che generano ansia o altre emozioni negative e/o provocano l'impulso a compiere un'azione. La persona deve rimanere nella situazione e fronteggiare lo stimolo interno fin quando l'emozione o l'impulso sono significativamente ridotti.

Si tratta di una forma di condizionamento mediante l'esposizione graduale allo stimolo che causa la fobia.

### ➤ **La terapia dell'esposizione ha tre elementi minimi:**

- **Esposizione sistematica.** Consiste nel prendere deliberatamente contatto con gli stimoli che producono la risposta ansiosa ma senza che esistano conseguenze negative.
- **Rappresentazione dello stimolo.** Lo stimolo che fa paura deve essere presente o rappresentato in qualche modo. La presentazione può essere fatta in modo reale (in vivo), virtuale, narrativo o nell'immaginario.
- **Esposizione ripetuta e prolungata.** L'esposizione viene ripetuta attraverso diverse sessioni e per periodi prolungati in ciascuna delle sessioni.



Per applicare questo metodo bisogna identificare in primo luogo la categoria di stimoli e contesti che generano ansia (nel nostro caso, le presentazioni in pubblico). Dopodiché occorre fare una classifica di tutti i sotto-esempi di presentazione in pubblico, dalla più debole alla più forte. Anche la più debole dovrebbe effettivamente produrre una reazione.

Dunque, se pensi a contesti di presentazione in pubblico, dovresti includere in classifica la minima condizione per cui sperimenti ansia. Se, ad esempio, parlare a 3 persone in una riunione non ti genera ansia (è effettivamente molto simile a parlare ad una singola persona), non dovresti inserirlo nella tua lista. Se, invece, a generarti ansia è anche il solo parlare con una singola persona, dovresti includerlo nella scala dell'ansia, al fine di poter partire con i compiti più semplici, ma comunque generanti ansia.

Un esempio di gerarchia dell'ansia potrebbe essere la seguente:

- Parlare con una singola persona
- Parlare con un gruppo di tre persone
- Prendere il turno di parola ad una riunione di dieci persone
- Essere il moderatore di una riunione di dieci persone
- Parlare di fronte ad un'audience di 20 persone
- Parlare di fronte ad un'audience di 50 persone
- Parlare di fronte ad un'audience di 100 persone
- Parlare di fronte ad un'audience di 200 persone

La desensibilizzazione sistematica si applica esponendosi gradualmente ad ognuna delle situazioni che attivano la fobia, partendo dalla più semplice. Dovresti riuscire ad identificare la più semplice per te per poi procedere con le altre, gradualmente.

**Non c'è una regola sul numero di situazioni da creare, ma quello che ti consiglio di fare è:**

- identificare la situazione minima che crea il livello più basso percepibile di ansia e partire da quella;
- inserire più passaggi possibili, in modo tale da inserire al massimo la gradualità. Se non inserisci delle piccole variazioni tra i compiti che ti auto-assegni, la difficoltà crescente tra un passo e l'altro potrebbe essere troppo significativa;
- Essere veramente sistematico: esporti ogni giorno a qualche stimolo fobico ti aiuta a superare il problema;

Cerca di trovare ogni giorno degli stimoli per affrontare la fobia ed il tema di conversazione che intendi presentare anche in contesti non formali. In questo modo potrai allenarti ad affrontare il tema che intendi presentare in pubblico più volte.

**Puoi farlo in più modi:**

- Puoi scegliere una persona amica a cui presentare il tuo contenuto chiedendo un feedback.
- Puoi scegliere una persona amica a cui presentare il tuo contenuto chiedendo però di formulare il più alto livello di critiche possibili. Questo esercizio ti consentirà di anticipare le critiche e le domande più comuni che potrebbero farti persone senza esperienza nel campo in cui intendi presentare il tuo tema. Oppure potrebbe essere sufficiente anche come analisi tecnica del tuo discorso, nel caso in cui esso sia progettato per essere presentato alla popolazione generale.
- Un ulteriore livello di difficoltà potrebbe essere quello di presentare il tuo argomento a una persona esperta di presentazioni in pubblico o del campo specifico in cui intendi presentare l'argomento. Questo è altamente consigliato – in ogni caso – per le presentazioni tecniche. Mi sento di consigliarlo, chiaramente, anche a tutti coloro che non hanno paura di parlare in pubblico. Ognuno di noi è per forza di cose autocentrato, basato su propri schemi, credenze e valori, e una revisione esterna non può che giovare alla performance.
- Trova punti di connessione tra l'argomento che intendi presentare ed altri temi di conversazione. Ascolta attentamente gli altri e trova connessioni tra il tuo argomento di presentazione ed il contenuto degli altri. Questo esercizio ti aiuterà a

sviluppare la flessibilità cognitiva necessaria a fronteggiare eventuali criticità in aula.

Presentare costantemente il tema di presentazione della tua discussione pubblica a singole persone ti aiuta a fare, forse, una delle cose più importanti per ridurre le criticità in aula, ovvero, conoscere in anticipo le possibili domande o obiezioni.

Per passare attraverso i possibili momenti di difficoltà di una presentazione in pubblico, puoi anche aprire un vero e proprio diario delle criticità dove elencare tutte le possibili domande critiche ed obiezioni rispetto al tuo argomento di presentazione e le possibili migliori risposte per la gestione della criticità.

Questo ti aiuta non solo a sedare l'ansia delle possibili domande (quando procedi con la lista, vai a coprire efficacemente tutte le possibili criticità in aula), ma anche a non dover improvvisare rispetto alle domande più comuni.

Utilizzando fonti esterne, sarai più preparato nelle risposte. Come dicevo prima, le criticità ci sono, ma forse non sono quelle che ti aspetti, occorre avere la prontezza e l'umiltà di ascoltare gli altri prima di parlare. Invece, nella maggioranza dei casi, pensiamo prima a cosa dire e poi a come potrebbero reagire gli altri.

Il diario delle domande complesse o delle criticità è un metodo che ti consiglio in ogni caso. Puoi iniziare a costruirlo prima della tua presentazione in pubblico, in modo tale da trovarti pronto quando presenterai in pubblico. Ma non abbandonarlo: il mondo del public speaking è pieno di possibili criticità, le audience che incontrerai avranno certamente elementi in comune tra loro, ma anche elementi di unicità e ti sottoporranno domande e stimoli diversi ogni volta. Quando farai l'esperienza di domande e criticità diverse, semplicemente annotale nel tuo diario delle domande complesse e costruisci le tue modalità di risposta.

C'è però un problema. Non sempre possiamo esporci gradualmente e con metodo a tutti gli elementi della scala. Se si trattasse di uno stimolo fobico comune, potremmo forse trovare un modo di avvicinarci con metodo. Nel caso della fobia di parlare in pubblico, non c'è sempre un modo di trovare l'audience giusta. Inoltre, deve esserci un'occasione per avere un pubblico di fronte, una richiesta da parte di qualcuno che ci chieda di presentare. Per questo motivo, è opportuno utilizzare una seconda modalità, ovvero l'esposizione immaginata. Nel prossimo paragrafo vedremo questa tecnica e tutte le altre modalità derivate per applicarla con efficacia.

## L'esposizione immaginaria

Eventi immaginari e reali hanno spesso un impatto simile nella nostra mente. Questo è particolarmente vero anche per le persone che hanno una fobia particolare. Immaginare lo stimolo fobico produce reazioni simili, ma senza implicare i rischi che ha il contesto reale.

Nell'immaginario, presentare male un contenuto non produrrà danni nel mondo reale.

Di solito si applica l'esposizione immaginata allo stimolo fobico in due casi:

- Quando lo stimolo fobico è difficile da reperire;
- Quando lo stimolo fobico produce una reazione intollerabile;

L'esposizione immaginaria consiste nell'immaginare lo stimolo fobico. Puoi ripetere questo esercizio per 10 minuti. Anche in questo caso puoi scegliere l'immagine mentale che preferisci ed il livello di difficoltà. Puoi, ad esempio, partire con una piccola riunione di 10 persone, poi pensare ad un'aula più grande di 50 persone, ed infine una platea da teatro.

Se ripeti questo esercizio 10 minuti al giorno, inizierai ad abituare la tua mente al compito di presentare in pubblico e sperimenterai sempre meno difficoltà in questo compito.

La psicoterapia strategica parla di tecnica della peggiore fantasia in questo senso. Le istruzioni per praticare questa tecnica sono molto semplici, occorre isolarsi in un luogo senza alcuna distrazione, con le tapparelle abbassate, per 30 minuti e immaginare il peggiore scenario possibile nella presentazione in pubblico per 30 minuti. Dovrai immergerti il più possibile in questo esercizio fino alla fine.

## ALTRE TECNICHE DI RILASSAMENTO

Esistono molte altre modalità per affrontare questo compito, combinandolo con delle tecniche volte a rilassare il tuo stato mentale.

Puoi anche applicare questi metodi che ti presenterò prima di andare in aula. Ti aiuteranno a focalizzarti meglio.

I metodi per rilassare il tuo corpo prima di una presentazione in pubblico sono i seguenti:

- Rilassamento muscolare progressivo
- Tecniche di respirazione
- Tecniche di autoipnosi
- Tecniche di autosuggestione e condizionamento



Vediamo qui di seguito come applicarle.

### **Rilassamento muscolare progressivo**

Il rilassamento muscolare progressivo di Jacobson è una tecnica molto pratica e immediata che serve a produrre un istantaneo e rapido rilassamento senza un grande sforzo immaginativo. L'utilizzo di questa tecnica deriva dalla difficoltà che sperimentano alcune persone nell'uso dell'immaginazione. Autoipnosi, meditazione e tecniche immaginative richiedono alle persone di dover pensare e focalizzare immagini mentali, talvolta complesse. Non tutti riescono in questo compito, semplicemente perché si trovano meglio con istruzioni più pratiche e concrete.

Il rilassamento muscolare progressivo si basa sulla contrazione e decontrazione dei muscoli, non è necessaria alcuna preparazione atletica, ognuno può procedere come ritiene. L'unica cosa importante è quella di completare l'esercizio fino alla fine. Per questo, come per altri esercizi, ti servirà un luogo dove poterti rilassare e fare l'esercizio fino alla fine.

### **L'esercizio si basa sui seguenti passaggi:**

Scegliere una posizione comoda tra le due seguenti:

- Sdraiato - Seduto con i piedi ben aderenti a terra, la schiena dritta le mani sulle cosce.
- Contrarre una classe di muscoli alla volta, al massimo sforzo (ad es., sopracciglia).
- Trattenere la contrazione contando da 1005 a 1001 (4 secondi).
- Decontrarre e contare da 1005 a 1001.
- Contrarre una nuova classe di muscoli al massimo sforzo e proseguire con un'intera sequenza di classi muscolari, in modo tale da eseguire l'esercizio con ogni parte del corpo.
- La concentrazione su un compito così meccanico rende questo esercizio di facile applicazione, senza un particolare sforzo mentale.
- Una sequenza di classi muscolari da considerare potrebbe essere la seguente
- Piede - Polpaccio - Coscia - Mano e avambraccio - Parte superiore del braccio - Glutei - Addominali
- Pettorali - Collo - Spalle - Bocca - Occhi - Fronte

### **Le tecniche di respirazione**

La consapevolezza del respiro è uno strumento potente (ben noto nello yoga e nella mediazione) che produce una serie di sensazioni nel nostro corpo che ci aiutano a sperimentare cambiamenti positivi sia a livello fisico che psicologico.

Le tecniche di respirazione sono molteplici e molto efficaci per entrare in uno stato di profonda calma e sono facili da applicare. Puoi anche applicarle prima di fare una presentazione in pubblico.

D'altronde, saper respirare ti aiuta anche ad utilizzare meglio ed in modo più efficace la tua voce.

Una delle tecniche che ti consiglio di applicare è la tecnica di respirazione quadrata tibetana. La respirazione quadrata è uno dei principali tipi di respirazione che aiuta a riequilibrare il corpo e la mente e a rilassare gli stati di ansia. Addirittura usata durante l'addestramento dai Navy SEAL degli Stati Uniti, che la praticano per rimanere concentrati e calmi di fronte a situazioni stressanti.

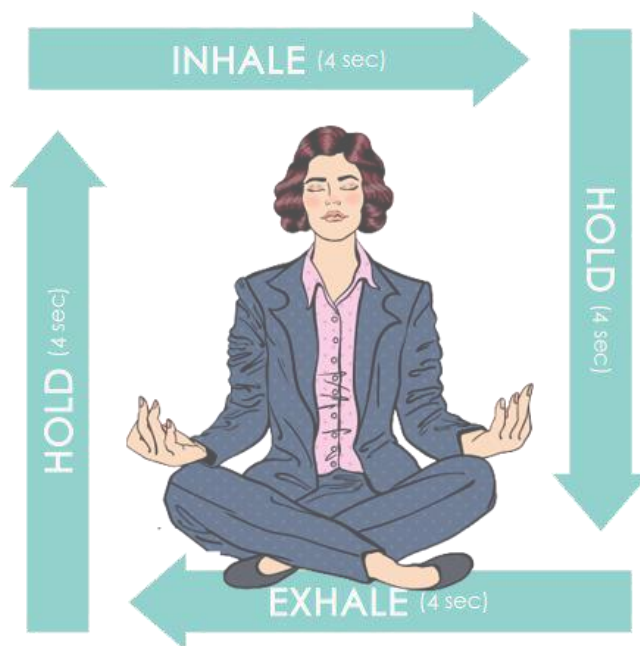
### Come fare la respirazione quadrata?

Prima di iniziare la respirazione, è meglio sedersi con la schiena dritta, con una postura meditativa (o pranayama). Una volta che ti senti a tuo agio, chiudi gli occhi e respira liberamente, senza preoccuparti troppo della tecnica e senza forzare.

La respirazione quadrata viene eseguita in quattro volte di 4 secondi ciascuna e viene sempre eseguita attraverso il naso:

- Prendi l'aria inspirando profondamente attraverso il naso per 4 secondi.
- Quindi trattieni l'aria per altri 4 secondi. Il momento dell'inspirazione è associato alla felicità e al ricaricarsi di energia. La ritenzione del respiro nei polmoni rappresenta l'espansione della vita in tutto il nostro corpo.
- È il momento dell'espirazione, che deve durare altri 4 secondi in cui svuotiamo completamente i polmoni.
- Ora trattieni l'espiazione per altri 4 secondi. Questa fase è associata all'abbandono, al buio e alla tristezza, ma ci aiuta anche a rimuovere tutto il negativo e a lasciare i polmoni pronti per ossigenarsi di nuovo. Trattenerne il respiro quando i polmoni sono vuoti rappresenta la solitudine e la morte simbolica.

È molto importante che tutte le fasi del respiro durino lo stesso tempo. Quando finisci di inspirare ed espirare, è importante che ti senta a tuo agio. Se trovi che una delle fasi ti costa troppa fatica, riduci il tempo di tutte. Se non sono tutti uguali, non formano più un quadrato, il che è necessario affinché si formi il simbolo dell'equilibrio, con i suoi quattro lati identici. Man mano che fai più pratica, puoi aggiungere un secondo, se lo desideri. **Vantaggi:** questa pratica respiratoria aiuta a raggiungere l'equilibrio su diversi livelli: equilibrio della mente, pace e calma, ed equilibrio del sistema nervoso. Inoltre, viene potenziata la capacità di concentrazione, poiché



occorre che le 4 fasi della respirazione durino tutte lo stesso numero di secondi. In caso contrario, perdiamo il conto e l'equilibrio del quadrato è rotto.

È una tecnica semplice ma molto efficace che puoi praticare più volte alla settimana con poche complicazioni, per non più di 10 minuti al giorno, ma ti farà sentire molto bene e più equilibrato.

## REALTÀ VIRTUALE

Uno dei trattamenti di terapia dell'esposizione più attuali ricorre all'uso della Realtà Virtuale (VR).



Per spiegare in cosa consiste questo trattamento, è fondamentale conoscere la storia di questo strumento.

La parola virtuale deriva dal latino medievale *virtualis*, che a sua volta deriva da *virtus*: forza, potenza. Nella filosofia scolastica il virtuale è ciò che esiste in potenza ma non in atto. Nel suo uso attuale, il termine virtuale è spesso usato per esprimere la pura e semplice assenza di esistenza.

La virtualità non è qualcosa di nuovo nella storia dell'umanità. Dal mito della grotta di Platone ripercorrendo le immagini o le leggende del Medioevo, la virtualità, intesa come parvenza di realtà (ma non reale), è sempre stata presente tra noi. La differenza è che, mentre nel corso della storia il potenziale della virtualità risiedeva nella immaginazione, nelle idee, nelle credenze, oggi, mantenendo vivo quel potenziale, la tecnologia offre la possibilità di vederlo anche con i nostri occhi.

Un esempio del concetto di "virtuale" è applicato negli effetti speciali dei film, che creano scenari reali, ma inesistenti, per i nostri occhi. C'è anche la possibilità ampiamente diffusa di costruire comunità autentiche virtuali, cioè spazi non fisici per l'interazione umana.

## AMBIENTI VIRTUALI

Un ambiente virtuale è l'ambiente in cui vengono eseguite le simulazioni di attività che troviamo nella vita di tutti i giorni. Lo facciamo con lo scopo di portarle in un ambiente controllato e analizzarle in modo più approfondito, perché in questo ambiente virtuale di test possono essere messe in atto diverse alterazioni della realtà che consentono uno studio completo dei fenomeni sui quali si vuole indagare.

**Esistono diversi tipi di rappresentazioni di un Virtual Environment (EV), eccone alcuni:**

- **Ambienti virtuali condivisi:** incorporano una rappresentazione visiva dello spazio in due o tre dimensioni, nella quale i partecipanti possono interagire tra loro.
- **Ambienti virtuali collaborativi:** sono applicazioni che consentono a più utenti di incontrarsi e comunicare e, a seconda della ricchezza della rappresentazione dell'ambiente, collaborare e condividere una varietà di documenti e artefatti.
- **Ambienti virtuali multiutente:** sono usati principalmente per giochi di ruolo (multiplayer), in cui più utenti accedono tramite Internet o una rete interna (intranet) che raggiunge un'alta concentrazione di utenti grazie all'attrattiva e alla facilità di accesso a questo tipo di ambiente.
- **Ambienti virtuali immersivi:** Il termine "immersione" definisce la sensazione generata nella persona che sta interagendo con il mondo virtuale. Maggiore è il numero di sensi stimolati dal sistema di realtà virtuale, maggiore è il grado di immersione raggiunto. Negli ambienti altamente immersivi l'utente, tramite l'attrezzatura per il motion capture, riesce a controllare un personaggio creato in questo ambiente, che eseguirà tutti i movimenti dell'utente stesso. Si cerca di usare quanti più sensi possibile per creare la sensazione di immersione, facendo interagire l'utente col computer grazie a cavi, caschi, guanti, sensori che rilevano la posizione e il movimento delle diverse parti del corpo, catturando ciascuna delle azioni e permettendo



a chi lo sta usando di osservare e interagire con l'ambiente virtuale. La visualizzazione dei movimenti dell'utente e di tutti gli oggetti nell'ambiente viene eseguita in tempo reale e in 3D, generando così la sensazione di essere immerso nella scena.

- **Ambienti virtuali distribuiti:** questi tipi di ambienti tridimensionali consentono agli utenti che si trovano in punti geografici diversi di interagire in tempo reale e condividere un mondo virtuale unico.

L'uso della realtà virtuale inizia negli anni '60 con Sutherland<sup>1</sup>, uno dei pionieri nella promozione dei computer grafici. La sua tesi sulla relazione uomo-macchina manifestò che un'interattività tra loro era possibile. Poco dopo, nel 1968, pubblicò, *A Head-mounted three dimensional display*, studio per la realizzazione dei caschi per la realtà virtuale. Tuttavia, è stato Jaron Lanier nel 1986 a coniare il termine di Realtà Virtuale<sup>2</sup>, definita come il tipo di tecnologia che ha permesso la creazione di quelli che sono gli spazi tridimensionali per mezzo di un computer, che permettono, cioè, la simulazione della realtà in cui possono essere introdotti elementi ed eventi ritenuti utili per obiettivi specifici.

Ciò che rende unica questa esperienza virtuale è che la persona si sente totalmente all'interno di questo contesto e interagisce con esso.

Martínez<sup>3</sup> definisce contraddittorio il termine Realtà Virtuale (VR) poiché è composto da due concetti praticamente opposti:

Reale: ciò che ha un'esistenza vera ed effettiva.

Virtuale: che ha la virtù di produrre un effetto, sebbene non lo produca nel presente, spesso in opposizione al reale.

Il termine Realtà Virtuale porta quindi al significato confuso di "Realtà non reale". Per questo motivo alcuni ricercatori preferiscono utilizzare altri termini come: Cyberspace, Realtà artificiale, ambienti sintetici, ecc.



<sup>1</sup> I. Sutherland Published in AFIPS '68 (Fall, part I) 1968, Computer Science

<sup>2</sup> [https://it.wikipedia.org/wiki/Jaron\\_Lanier](https://it.wikipedia.org/wiki/Jaron_Lanier)

<sup>3</sup> Martínez Cano, FJ (2015). *Cinema, videogiochi e realtà virtuale: studio e prospettiva del mezzo audiovisivo nell'era digitale*. Università Miguel Hernández - Facoltà di Belle Arti di Altea - Dipartimento di Arti

## Strumenti di formazione e simulatori

La realtà virtuale è stata ed è applicata in diversi campi:

- **Militare:** in campo militare, la Realtà Virtuale è in uso da decenni. Il primo simulatore di volo fu brevettato nel 1930 dalla società Link in Canada<sup>4</sup>. Si basava sui meccanismi pneumatici di pianoforti e organi. Con l'evoluzione della tecnologia, i simulatori sono migliorati. Con la comparsa della realtà virtuale, le possibilità di applicazione dei simulatori sono aumentate in modo significativo. Più di 7000 dispositivi sono stati prodotti per addestrare i piloti della seconda guerra mondiale. Dagli anni '50, gli Stati Uniti dispongono di sistemi per l'addestramento militare che utilizzano la realtà virtuale<sup>5</sup>, dove i soldati possono affrontare varie situazioni di combattimento in ambienti sicuri o esercitarsi nelle abilità di pilotaggio di aerei, carri armati e navi della marina. La VR è diventata un mezzo diffusissimo di addestramento per il personale militare dove è possibile puoi imparare a reagire nel migliore dei modi senza il rischio di situazioni reali. Inoltre, questo metodo si è dimostrato più sicuro e meno costoso dei metodi tradizionali.
- **Medicina:** in ambito sanitario, per gli stessi vantaggi che offre in campo militare, la realtà virtuale viene sempre più utilizzata anche per simulare operazioni chirurgiche rischiose<sup>6</sup> o per imparare a svolgere le attività quotidiane di cura dei pazienti e diagnosi<sup>7</sup>. Schlickum et al. (2009) hanno usato l'allenamento con i videogiochi al fine di migliorare in seguito le prestazioni in simulatori per chirurgia endoscopica costruiti in ambienti virtuali<sup>8</sup>. Nell'area del trattamento dei pazienti che necessitano di supporto, ci sono casi come You et al. (2005), che hanno usato la realtà virtuale per trattare pazienti con problemi cerebrovascolari. In questo studio sono stati preparati gli ambienti di scene virtuali caratterizzate da scene interattive della vita reale. L'obiettivo di queste scene era quello di insegnare nuovamente i movimenti di base al sistema motorio del cervello.
- **VirSSPA:** questo strumento è un'applicazione medica che utilizza la realtà virtuale per l'ottimizzazione e la pianificazione dell'intervento. Consente la generazione da immagini radiologiche di un modello del paziente da operare virtualmente in ambiente Virtuale. L'applicazione dispone degli strumenti normalmente utilizzati in sala operatoria, consentendo la simulazione dell'intervento.
- **Architettura:** sia nella progettazione virtuale dove, oltre ai piani di costruzione e modelli, viene realizzato un modello tridimensionale interattivo per avere immediatamente la visione del risultato finito e sia nella possibilità di effettuare visite virtuali all'interno di edifici e musei.
- **Industria:** la realtà virtuale viene anche utilizzata nei processi di produzione in vari settori in modo che, ad esempio, vengano apprese complesse meccaniche di assemblaggio senza doverlo fare in un ambiente reale oppure per eseguire riparazioni in sicurezza.
- **Simulatore di gru ITI:** è un simulatore di movimentazione della gru che viene utilizzato per insegnare agli apprendisti che utilizzeranno questo veicolo a gestire la gru e controllare la sicurezza nel trasporto dei materiali.
- **UnigineSpace:** diversi simulatori di missioni spaziali consentono l'addestramento alla riparazione di satelliti, di controllo di gestione degli stessi, veicoli spaziali e razzi. Offre una virtualizzazione di un ambiente nello spazio, disegno di traiettorie e rappresentazione di corpi celesti.



<sup>4</sup> <http://link.com/>

<sup>5</sup> Ernest H Page and Roger Smith. *Introduction to military training simulation: a guide for discrete event simulations*. In *Simulation Conference Proceedings, 1998. Winter*, volume 1, pages 53-60. IEEE, 1998.

<sup>6</sup> HA. Pérez-Carrasco, C. Suarez-Mejias, B. Acha, José L. López-Guerra e C. Serrano. *Confronto di un metodo di segmentazione del tumore retroperitoneale con strumenti commerciali per uso clinico*. LIBRO DEI VERBALI, pagina 47.

<sup>7</sup> Michael Fleming, Dale Olsen, Hilary Stathes, Laura Boteler, Paul Grossberg, Judie Pfeifer, Stephanie Schiro, Jane Banning, and Susan Skoche-lak. *Virtual reality skills training for health care professionals in alcohol screening and brief intervention*. *The Journal of the American Board of Family Medicine*, 22(4):387-398, 2009.

<sup>8</sup> Schlickum, M. K., Hedman, L., Enochsson, L., Kjellin, A., & Felländer-Tsai, L. (2009). *Systematic Video Game Training in Surgical Novices Improves Performance in Virtual Reality Endoscopic Surgical Simulators: A Prospective Randomized Study*. *World Journal of Surgery*, 33(11), 2360. <https://doi.org/10.1007/s00268-009-0151-y>

- **Scuola:** in campo educativo, si sta usando la realtà virtuale come mezzo complementare per promuovere l'apprendimento e aumentare la motivazione degli studenti, in modo che possano imparare concetti piuttosto velocemente o fare esperienza in situazioni pratiche che, se insegnate in maniera tradizionale, risulterebbero piuttosto noiose. Per questo motivo, ci sono progetti che utilizzano la realtà virtuale nel campo educativo per compiti molto diversi, che si tratti della simulazione di un periodo storico, un sistema che mostra la formazione di tempeste e fenomeni meteorologici o per visitare un museo virtuale.
- **Unimersiv:** è uno strumento educativo in cui è possibile esplorare diversi scenari utilizzando la realtà virtuale. Ad esempio, per conoscere i dinosauri, un viaggio virtuale nel cervello umano o un'esperienza sulla costruzione dell'Acropoli di Atene.



- **Class VR:** strumento che mette la realtà virtuale al servizio delle classi per simulare ambienti, fare lezioni pratiche e portare realismo in alcune lezioni per favorire l'apprendimento.
- **Psicologia:** questi sistemi sono stati usati per trattare le fobie; permettono ai ricercatori di controllare l'intensità dello stimolo a cui è esposto il paziente, a seconda della reazione che questo ha durante il processo. North et al. (2015) hanno lavorato con la realtà virtuale per trattare i pazienti con problemi a parlare in pubblico. Dopo cinque settimane di trattamento con il simulatore virtuale, i pazienti hanno presentato un miglioramento significativo.

Tutte le applicazioni di cui sopra sono solo alcuni esempi dell'ampia gamma di applicazioni e strumenti esistenti per la formazione e l'apprendimento utilizzando la realtà virtuale. L'ampia disponibilità di strumenti che utilizzano la realtà virtuale per allenare le competenze evidenziano che si tratta di un sistema efficace poiché è una tecnica che fornisce un ambiente più sicuro e che consente di rappresentare qualsiasi situazione immaginabile.

L'obiettivo della realtà virtuale è generare un'immersione totale, un'esperienza sensoriale che sembra così reale che l'utente dimentichi che si trova all'interno di un ambiente virtuale creato artificialmente e interagisca con lui come farebbe nel mondo reale. Perché il cervello umano accetti un ambiente artificiale e virtuale come reale, non solo questo mondo deve sembrare il più possibile realistico, ma deve anche essere totalmente interattivo. Di fondamentale importanza, quindi, che i nostri sensi siano stimolati il più possibile. La corretta stimolazione richiede un feedback sensoriale, che si ottiene tramite hardware e software integrato. Esempi di questo hardware possono essere gli HMD (display montati sulla testa), rilevatori di movimento che permettono l'interattività sui movimenti dell'utente, come accelerometri e giroscopi, guanti speciali con feedback tattile o accessori per le mani.

In un ambiente di realtà virtuale il mondo è completamente sintetico e può o meno imitare le proprietà di un ambiente reale. Ciò implica che la realtà virtuale può simulare una situazione di vita quotidiana (es. camminare per le strade di una città, interagire con l'ambiente dell'ufficio, ecc.), o può superare i limiti del fisico creando un mondo in cui le leggi come la gravità, il tempo e le proprietà dei materiali sono completamente stravolti (ad esempio sparare agli alieni su un pianeta senza gravità).

## ELEMENTI DI UN SISTEMA DI REALTÀ VIRTUALE

In un sistema di realtà virtuale si possono distinguere elementi hardware ed elementi software.

I componenti hardware più importanti sono il computer, le periferiche di input e le periferiche di uscita.

I componenti software più importanti sono il modello Programmi di simulazione geometrica e sensoriale 3D (simulazione visiva, uditiva, tattile), simulazione fisica (movimento della telecamera virtuale, rilevamento delle collisioni, calcolo delle deformazioni) e raccolta dati.

### Periferiche di ingresso (sensori)

Le periferiche di input sono responsabili della cattura delle azioni dei partecipanti e di inviare queste informazioni al computer. Ad esempio, l'orientamento della testa e tutti i movimenti delle mani e dell'intero corpo sono rilevabili attraverso l'uso di accelerometri e giroscopi miniaturizzati, gli stessi che sono integrati nei moderni smartphones, installati in appositi guanti o applicati sul corpo per poter seguire il movimento. Occorre poi rilevare la direzione dello sguardo dell'utente, tramite sensori disposti sugli occhiali o sul casco. La voce viene catturata grazie a microfoni.

Nel caso di una applicazione destinata al supporto per il Public Speaking sarebbe importantissimo anche monitorare, e valutare, la postura dell'utente e la sua gestualità. Ciò può essere ottenuto aggiungendo un sensore di tipo fotocamera esterna in grado di analizzare i movimenti dell'oratore, la posizione delle braccia e delle gambe, se sta gesticolando eccessivamente, ecc.

**Sul mercato ci sono diverse opzioni per farlo:**

- **Kinect:** il dispositivo Kinect ha una fotocamera integrata che consente di rilevare i gesti dell'utente e mostra uno scheletro del movimento che il giocatore sta facendo in ogni momento.
- **Smartsuit Pro Motion Capture:** un'altra opzione per questo compito è usare uno Smartsuit Pro, un dispositivo di motion capture che potrebbe essere utilizzato per vedere i movimenti di chi parla o anche per modellare i movimenti dei personaggi 3D che compongono il pubblico di una aula virtuale, in modo che siano più realistici e rappresentino reazioni più simili a quelle umane.

Per determinare il grado di stress e tensione nervosa dell'utente durante l'esperienza di realtà virtuale, si possono rilevare inoltre, tramite sensori biometrici, la frequenza cardiaca o la risposta galvanica della pelle o GSR (Galvanic Skin Response) chiamata anche conduttanza cutanea o attività elettrodermica.

I sensori rilevano la quantità di sudore secreta dalle ghiandole sudoripare. Questa quantità di sudore varia a seconda delle regioni del corpo umano, ma i suoi valori normali sono noti, se l'individuo è rilassato. Pertanto, è facile determinare quando c'è un'eccessiva sudorazione e ciò può essere dovuto al fatto che l'individuo si trova in una situazione stressante.

## Periferiche di uscita (effettori)

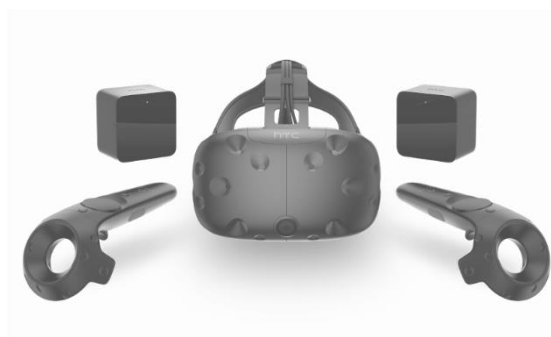
Le periferiche di uscita sono responsabili della traduzione dei segnali audio, video, ecc. generati dal computer in stimoli per gli organi di senso (suono, immagini). Sono classificati in base alla direzione verso cui sono diretti: ci sono effettori visivi come caschi stereoscopici e schermi di proiezione, effettori audio (la scena può contenere suoni che hanno posizioni specifiche nello spazio 3D, in modo che l'utente che vi naviga abbia la sensazione, anche in base alla provenienza dei suoni e dei rumori ambiente, di trovarsi in un ambiente reale), traduttori dispositivi tattili e per il senso dell'equilibrio delle piattaforme mobili.

- **Modello geometrico 3D.** Poiché un sistema di realtà virtuale deve consentire di esplorare la scena in modo interattivo e vedere il mondo virtuale da qualsiasi punto di vista, è necessario avere una rappresentazione geometrica 3D di questo mondo, che permetta i calcoli di immagini, generazione di suoni spaziali, calcolo delle collisioni, ecc.
- **Motore di realtà virtuale.** La workstation che è incaricata di ospitare il software che crea la realtà virtuale. Ovviamente l'hardware deve essere sufficientemente potente e con una capacità di calcolo piuttosto elevata a seconda del livello di emulazione di realtà virtuale necessaria. Queste sono generalmente stazioni grafiche ad alte prestazioni.
- **Software di realtà virtuale.** È il software per la modellazione di oggetti virtuali, che riguarda la geometria, la modellazione delle texture dei materiali, il comportamento intelligente, la fisica degli oggetti (durezza, inerzia, plasticità superficiale, ecc.). Include anche driver I/O, librerie e sistemi utilizzati per implementare interfacce complete per diversi mondi virtuali.

La prossima sfida per questi sistemi, ancora in fase di sviluppo, è riuscire a riconoscere le emozioni degli utenti in tempo reale, in modo che non sia necessario accontentarsi di scenari pre-programmati ma arrivando a poter creare ambienti che si auto-modellino reagendo in base allo stato emotivo rilevato nel soggetto. A tal fine, sono attualmente in fase di sperimentazione prototipi che utilizzano reti neurali per analizzare i movimenti dei giocatori e tutte le risposte biometriche associate alle emozioni umane in eventi ad alta carica emotiva.

## TECNOLOGIE DISPONIBILI

Una breve panoramica sui supporti attualmente disponibili per realizzare ambienti di realtà virtuale:



### HTC Vive

HTC Vive è un dispositivo di realtà virtuale sviluppato da HTC e Valve Corporation. Questo dispositivo utilizza sensori posizionati in due o più punti in una stanza che consentono di seguire i movimenti dell'utente e riprodurli nell'ambiente 3D. Dispone inoltre di controller portatili che gli consentono di interagire con l'ambiente. La versione Pro è recentemente arrivata sul mercato e ha un prezzo di \$799.

*Dispositivo HTC Vive*





### **Oculus Rift**

Oculus Rift è un visore per realtà virtuale sviluppato da Oculus VR. È stato lanciato sul mercato nell'aprile 2016. È possibile includere controller manuali per simulare le mani. Consente inoltre di aggiungere stazioni base per mappare la posizione dell'utente nella stanza. Il suo prezzo attuale è di 449 euro.



### **PlayStation VR**

Playstation VR è un visualizzatore di realtà virtuale sviluppato da Sony Interactive Entertainment che è stato rilasciato il 13 ottobre 2016. È progettato specificamente per la console Playstation 4. Questo dispositivo può emettere un'immagine per il visualizzatore Playstation VR e un televisore allo stesso tempo, con il televisore che rispecchia l'immagine che appare nel mirino o visualizza un'immagine separata per il gioco competitivo o cooperativo. Il prezzo attuale di questo dispositivo è di circa 300 euro.



### **Samsung Gear VR**

Samsung Gear VR è un dispositivo di realtà virtuale sviluppato da Oculus che permette di trasformare uno smartphone Samsung in un dispositivo portatile di realtà virtuale. La principale differenza di questo dispositivo è la necessità di avere un cellulare Samsung. Tuttavia, non è necessario nient'altro per operare e creare l'ambiente virtuale. Attualmente ha un prezzo di \$ 130.

### **Google Cardboard**

Google Cardboard è una piattaforma di realtà virtuale sviluppata da Google su una base di cartone pieghevole, da cui il nome. L'operazione consiste nel montare il dispositivo in cartone seguendo le istruzioni e nell'installare l'applicazione Google che permette di duplicare gli schermi per presentarlo in modalità realtà virtuale sul cellulare su cui verrà testato. Il costo di questo dispositivo è variabile: può essere gratuito se lo si volesse costruire da soli oppure può essere acquistato a prezzi diversi, a seconda dei modelli e dei materiali.



### Windows Mixed Reality

Windows Mixed Reality è un dispositivo che combina la realtà virtuale con la realtà aumentata su un'unica piattaforma. Il funzionamento è simile ai dispositivi sopra menzionati. Ha un HMD che permette di entrare nel mondo virtuale e permette anche di usare i driver manuali. Ha un costo di \$ 299.

### ➤ Realtà Virtuale e VRET

VRET (dall'inglese Virtual Reality Exposure Therapy) consiste nell'utilizzare la realtà virtuale in terapia occupazionale o psicologica. Esistono diversi studi che supportano l'uso della realtà virtuale nel contesto del trattamento delle fobie e delle paure vissute dagli individui.

È stato dimostrato che l'uso della realtà virtuale, come mezzo per realizzare una esposizione allo stimolo controllata, per il trattamento delle fobie specifiche, migliora la risposta dei soggetti, in quanto il disagio che provano durante l'esposizione virtuale è inferiore rispetto a quello vissuto durante altri tipi di esposizione. Allo stesso modo, è stato dimostrato che il numero di sessioni richieste per la terapia è inferiore.

Con la tecnologia oggi disponibile, è possibile pensare ad un sistema che permetta di risolvere o, almeno, ridurre la paura delle presentazioni dinanzi a un pubblico e di allenare la capacità trasversale di gestire un simile evento.

Questo perché la tecnologia consente di simulare ambienti sicuri in cui la persona con una certa fobia può affrontarla, sapendo che la simulazione è sotto il suo controllo assoluto e che può essere interrotta in qualsiasi momento. Ovviamente è uno strumento complementare all'uso della terapia psicologica cognitivo-comportamentale poiché, sebbene possa aiutare, in alcuni casi non sostituisce la necessità di una vera esposizione.

Tramite un programma si genera un ambiente virtuale in cui viene simulata una situazione simile a quella reale che, per quanto riguarda la terapia delle fobie, rappresenta uno stimolo sufficiente a generare la risposta ansiosa temuta, integrando grafica in tempo reale, immagini reali e un monitoraggio delle reazioni agli stimoli stessi, che possono essere catturati da vari dispositivi per misurare le reazioni psicofisiologiche del soggetto esposto.

#### **Questa procedura presenta alcuni vantaggi rispetto all'esposizione dal vivo come:**

- eseguire l'esposizione reale agli stimoli potrebbe essere costoso o troppo impegnativo: la realtà virtuale consente al terapeuta di costruire il contesto, dove può manipolare il gradiente di esposizione, e assicura maggiore sicurezza e privacy al paziente.
- lo psicologo conosce in ogni momento le dinamiche che si stanno verificando e può aiutare i pazienti che hanno difficoltà a immaginare gli stimoli avversi o le circostanze in cui si verificano. Come ulteriore beneficio, in terapia, possono essere inclusi avatar virtuali che rappresentano l'utente.

Va tenuto presente che ci sono alcuni parametri che il paziente deve soddisfare per essere in grado di utilizzare la terapia della realtà virtuale, secondo lo studio realizzato da Plaza, ad esempio, i pazienti idonei a questo tipo di trattamento sono quelli senza deficit o limitazioni visive o uditive, in quanto parte del realismo della realtà virtuale si ottiene solo con una visione binoculare e con la differenza uditiva del sistema recettore del suono intatte.

### La terapia della realtà virtuale deve soddisfare tre condizioni per essere efficace:

- prima di tutto, i partecipanti devono davvero sentirsi presenti nell'ambiente virtuale per essere in grado di vivere detto ambiente come un luogo realmente visitato, e non semplicemente visto.
- in secondo luogo, l'ambiente virtuale deve essere in grado di evocare emozioni nei partecipanti in modo che il comportamento indesiderato da parte loro scompaia.
- la scomparsa del comportamento indesiderato deve poter essere generalizzata all'ambiente reale.

La premessa che deve essere soddisfatta in questo tipo di trattamento è la cosiddetta **risposta di presenza**<sup>9</sup>, che è un modo per misurare la capacità di un'esperienza di realtà virtuale interattiva di valutare come gli individui effettivamente si sentano all'interno di in un ambiente virtuale, cioè il grado di ansia vissuta dal soggetto all'interno dell'ambiente di realtà virtuale dovrebbe essere abbastanza simile a quello provato normalmente in una situazione simile nel mondo reale.

Le forme più comuni di presenza sono la telepresenza, che è la capacità di un ambiente virtuale di creare l'illusione di essere lì, e la presenza sociale, che definisce la sensazione di esserci con un altro e analizza, per esempio, le interazioni tra il reale e il virtuale. E' interessante esplorare entrambi gli aspetti della presenza, poiché parlare in pubblico è un'attività sociale per definizione.

L'immersione è la percezione di essere fisicamente all'interno di un mondo non fisico. Comprende il senso di presenza, che è il punto in cui il cervello umano pensa di essere da qualche parte in cui non è realmente. Lo stato di immersione totale si raggiunge quando ci sono abbastanza sensi attivati per creare la sensazione di essere davvero presenti in un mondo virtuale.



Ci sono due tipi comuni di immersione:

1. Immersione mentale: uno stato mentale profondo con la convinzione di trovarsi in un ambiente reale.
2. Immersione fisica: stato in cui si verifica l'interazione fisica con l'ambiente virtuale.

## ANALISI DELLE EMOZIONI

<sup>9</sup> Woodrow Barfield and Suzanne Weghorst. The sense of presence within virtual environments: A conceptual framework. *Advances in Human Factors Ergonomics*, 19:699-699, 1993. - Thomas B. Sheridan. Musings on telepresence and virtual presence. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 1(1):120—126, 1992.

Oltre all'ambiente virtuale, è importante eseguire un'analisi delle emozioni di chi parla, per determinare se sta provando quella sensazione di presenza e per calibrare le reazioni del pubblico virtuale che, nel software di VR, potrebbe essere programmato per comportarsi in modo differente a seconda dello stato emotivo dell'oratore.

Nonostante il fatto che nell'area VRET ci siano molte ricerche in merito al suo uso per trattare la paura di parlare in pubblico, nel campo del modellamento del pubblico virtuale ancora non ci sono molti lavori dove sia implementata anche questa importante funzionalità del software, cioè la capacità di fare un'analisi dei parametri del parlante (dove guarda, verso chi sta parlando, con che tono volume, i gesti che fa, ecc.) per generare reazioni nel pubblico virtuale. Sarebbe utile e renderebbe l'esperienza di VR ancor più realistica in quanto l'oratore riceverebbe feedback e potrebbe modificare il suo discorso di conseguenza.

L'analisi delle emozioni è, però, un processo complesso e costoso.

Prima di procedere al riconoscimento automatico delle emozioni, è necessario decidere come verranno rappresentate le emozioni rilevate. Ci sono due metodi fondamentali<sup>10</sup> per definire le emozioni: le dimensioni emotive e categorie emotive.

Le dimensioni emotive sono responsabili della rappresentazione di aspetti importanti dei concetti emotivi, cioè si classificano le emozioni a seconda che siano positive o negative, attive o passive.

Le categorie emotive sono il modo per definire le emozioni attraverso parole o etichette (es. gioia, entusiasmo, aggressività, tristezza, ecc.). Visto che ci sono così tante parole per descrivere stati emotivi, in molti sistemi le emozioni sono ridotte a sei gruppi di emozioni di base<sup>11</sup>: gioia, tristezza, sorpresa, paura, rabbia ed emozione neutra.

### Analisi del testo indipendentemente dal contenuto

Sia quando si parla normalmente che quando si fa una presentazione a una conferenza, il messaggio che viene trasmesso si accompagna sempre alle emozioni dell'individuo. Queste emozioni influenzano il sistema respiratorio e provocano cambiamenti nel tono della voce. Da questi cambiamenti nel tono di voce e indipendentemente dal contenuto, è possibile dedurre quale sia l'emozione che si sta accompagnando al discorso.

Ovviamente non tutte le emozioni provate dall'oratore sono trasmesse o riflesse nel tono della voce ma, ai fini di questo lavoro, ciò che interessa sono quelle emozioni che il pubblico può percepire e, di conseguenza, comportarsi e reagire.

Ci sono molte ricerche recenti che si sono concentrate sul riconoscimento automatico delle emozioni nella voce. La maggior parte di questi lavori<sup>12</sup> si basano sull'uso di reti neurali, macchine di supporto vettoriale o Modelli gaussiani che richiedono grandi quantità di registrazioni file audio precedentemente classificati. Queste registrazioni sono usate per programmare i sistemi di previsione e, successivamente, testate per verificare i risultati del sistema, fino a che il modello fa previsioni con un tasso di errore minimo.

La teoria<sup>13</sup> dice che, a seconda dello stato emotivo del parlante, il tono di voce cambia. Ad esempio, quando un individuo è triste, tende ad avere un tono più basso e a parlare lentamente mentre, quando si è felici, si accelera e il tono della voce si acuisce.

L'emozione generata dalle informazioni che l'oratore vuole trasmettere ha un'influenza decisiva sulla scelta delle parole e sulla struttura delle frasi che esprime.

<sup>10</sup> Roddy Cowie and Randolph R. Cornelius. *Describing the emotional States that are expressed in speech*. *Speech communication*, 40(1-2):5- 32, 2003.

<sup>11</sup> Paul Ekman and Wallace V. Friesen. *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Ishk, 2003.

<sup>12</sup> Milana Milosevic and Zeljko Durovic. *Challenges in emotion speech recognition*. In 3rd International Conference on Electrical, Electronic and Computing Engineering, IcETRAN, 2016.

<sup>13</sup> Disa A. Sauter, Frank Eisner, Andrew J. Calder, and Sophie K. Scott. *Perceptual cues in nonverbal vocal expressions of emotion*. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 63(11):2251—2272, 2010.

Attualmente ci sono diverse metodologie per rilevare le emozioni attraverso il testo, che può essere suddiviso in quattro sezioni<sup>14</sup>: rilevamento delle parole chiave, affinità lessicale, elaborazione statistica del linguaggio naturale e metodi basati sulla conoscenza del mondo reale.

Nel rilevamento delle parole chiave nel testo, vengono estratte le emozioni basandosi sulla presenza di parole che si riferiscono a emozioni o stati affettivi.

La affinità lessicale, oltre a rilevare ovvie parole affettive, assegna ad altre parole la probabilità di essere dette quando il soggetto sperimenta una certa emozione.

L'elaborazione statistica consiste nell'utilizzo di una rete neurale formata da un database molto ampio di testi classificati con le emozioni che rappresentano. Quest'ultimo metodo tiene conto di qualsiasi tipo di parola e include anche segni di punteggiatura per rilevare le emozioni.

I metodi basati sulla conoscenza del mondo reale, oltre ad analizzare gli aspetti del testo, valutano anche le caratteristiche affettive del contenuto semantico sottostante al testo. Queste tecniche consentono di ottenere le emozioni del contenuto semantico anche se non ci sono parole che rimandano alle emozioni. Per fare questo, si basano sulla conoscenza del mondo reale, come gli atteggiamenti degli individui in determinate situazioni.

### Suggerimenti per l'applicazione

Per poter servire efficacemente allo scopo prefissato, cioè consentire di esercitarsi a parlare in pubblico in un ambiente virtuale protetto, un'applicazione VR dovrebbe essere uno strumento reattivo in modo che i relatori possano esercitarsi nelle loro presentazioni davanti a un pubblico virtuale che reagisca però alle sue caratteristiche e fornisca un feedback in tempo reale sull'efficacia del suo discorso.

Per incoraggiare la motivazione del relatore a continuare con l'esperienza, l'applicazione dovrebbe anche fornire un rapporto dettagliato come un sistema di punteggio, una valutazione sulla efficacia vocale, la quantità di pubblico attento alla presentazione. Dovrebbe essere prevista anche la registrazione del suo discorso per vedere quali parti del training sono state più o meno efficaci, che servirà come apprendimento e rinforzo.

---

<sup>14</sup> Virginia Francisco Gilmartin. *Identificazione automatica del contenuto affettivo di un testo e del suo ruolo nella presentazione delle informazioni*. 2009.





### Alcuni strumenti disponibili

Per trattare la paura del palcoscenico o la paura di parlare in pubblico, esistono sul mercato alcune applicazioni che hanno approcci più o meno coerenti a quanto proposto in questa nostra analisi.

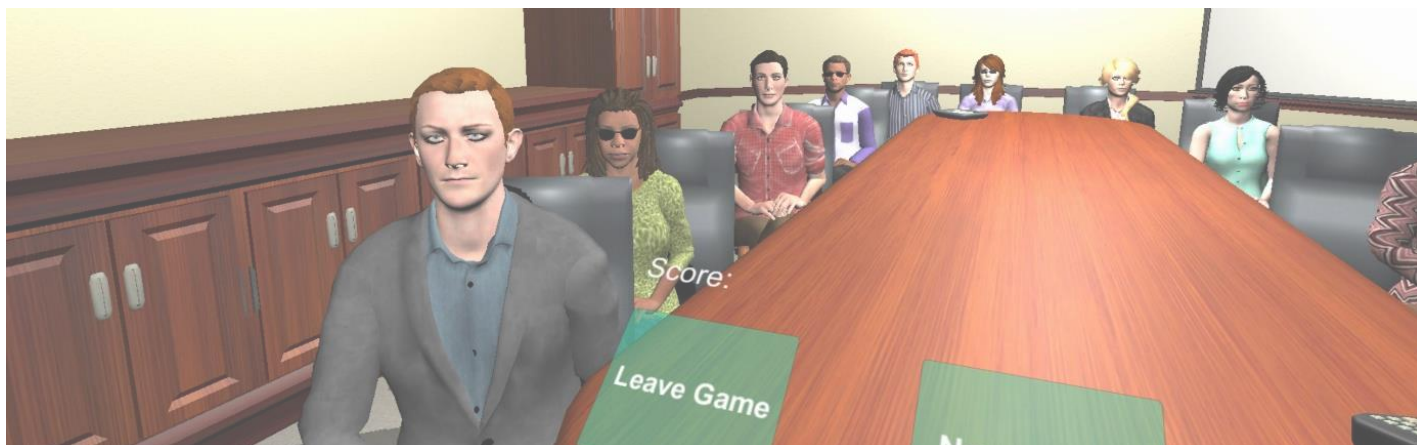
Di seguito è riportato un elenco delle applicazioni, evidenziando i loro punti di forza rispetto al modo in cui affrontano la sfida.

➤ **Allenatore vocale<sup>15</sup>**

Uno strumento gratuito che fa uso della Realtà Virtuale con supporto per HTC Vive che presenta una stanza buia con un pubblico virtuale che l'oratore deve affrontare.

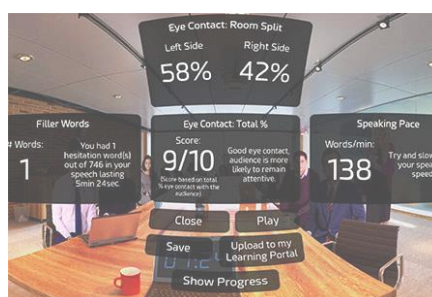
<sup>15</sup> <http://speechimprovement.com/vr/>

Questo pubblico virtuale è modellato in 3D con personaggi umanoidi che cercano di sembrare realistici. Consente di caricare le presentazioni in formato PDF e scorrere le diapositive. Ci sono due schermi che permettono di vedere la presentazione, uno davanti al relatore e l'altro dietro. Il relatore tiene un microfono in una mano e un puntatore laser nell'altra.



➤ **Virtual speech<sup>16</sup>**

Applicazione a pagamento per Android e iOS disponibile per vari dispositivi di realtà virtuale che consente di esercitarsi in un discorso di fronte a un pubblico virtuale o di rispondere a domande in un'intervista. Ha una modalità per esercitarsi, socializzare e apprendere le lingue.



<sup>16</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.virtualSpeech.android>

➤ **Virtual Orator**<sup>17</sup> Virtual Orator è uno strumento per allenare le capacità di parlare in pubblico, disponibile per Oculus Rift, HTC Vive e Windows Mixed Reality. Consente di regolare il luogo della presentazione e la dimensione del pubblico, nonché il suo carattere (pubblico positivo o negativo). Ha un costo compreso tra 250 e 2500 euro.



➤ **VR Voice Center**<sup>18</sup>

Costa 5 euro ed è disponibile per Samsung Gear e Day-dream. Ti permette di affrontare un pubblico in cui compaiono diverse distrazioni e chi parla deve cercare di gestirle correttamente.

➤ **BeFearless**<sup>19</sup>

Prodotto sponsorizzato da Samsung che consente di esercitarsi a parlare in pubblico in tre modalità: business, vita personale e classe. Permette di collegare uno SmartWatch Gear S per monitorare i segni vitali. L'ambiente, pur essendo realizzato con video che vengono riprodotti ripetutamente, dà la sensazione di essere piatto e non genera l'effetto tridimensionale immersivo.

➤ **A Fear of Heights and other Things**<sup>20</sup>

Ha un costo di 0,99 euro ed è disponibile per Gear VR. Tra le altre caratteristiche ha una modalità per superare la paura di parlare in pubblico.

---

<sup>17</sup> <https://publicspeaking.tech/>

<sup>18</sup> <https://www.cerevr.com/speech-center-vr>

<sup>19</sup> <https://www.oculus.com/experiences/gear-vr/942681562482500/>

<sup>20</sup> [https://store.steampowered.com/app/535460/A\\_Fear\\_Of\\_Heights\\_And\\_Other\\_Things/](https://store.steampowered.com/app/535460/A_Fear_Of_Heights_And_Other_Things/)



➤ **Ummo**<sup>21</sup>

Strumento che non utilizza la Realtà Virtuale, ma si concentra sul miglioramento delle abilità linguistiche solo registrando la voce di chi parla. È disponibile esclusivamente per iOS.

➤ **Beyond Virtual Reality - VR Public Speaking**<sup>22</sup>

Applicazione per Android, disponibile per Google Cardboard e simili, che consente di esercitarsi nelle presentazioni di fronte a un pubblico. Fornisce alcune statistiche finali su come è andata la presentazione. I modelli del pubblico sono costruiti con immagini reali di persone e non con modelli 3D.

➤ **Presentation simulation**<sup>23</sup>

Uno strumento che, attraverso la realtà virtuale, simula un ambiente di presentazione. Costa 10 euro, è disponibile per i dispositivi Oculus e HTC Vive e richiede Steam per funzionare. Consente di caricare PDF di presentazione

➤ **VRAVO!**<sup>24</sup>

Piattaforma che permette presentazioni in ambiente Virtuale. Non è un sistema per esercitarsi ma serve come mezzo per fare presentazioni online e invitare altri utenti a vederle, aggiungere elementi 3D e interagire con il pubblico.

➤ **BeChiara**<sup>25</sup>

Un progetto nato per supportare i corsi di public speaking dell'azienda Virtual Vovagers. La realtà virtuale viene utilizzata per creare un ambiente di formazione per le presentazioni del relatore e in seguito queste presentazioni sono discusse con esperti in materia. Sembra focalizzato sulle grandi aziende.



---

<sup>21</sup> <http://www.ummoapp.com/>

<sup>22</sup> <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.BeyondVR.beyond>

<sup>23</sup> <http://www.presentationssimulator.com/fear-public-speaking/exposure-therapy/>

<sup>24</sup> [https://www.vravo.com/index\\_en.html](https://www.vravo.com/index_en.html)

<sup>25</sup> <https://www.bechiara.com/es/home>



### IL SISTEMA IDEALE POGGIA SU DUE PILASTRI

- Da un lato, utilizzare la Realtà Virtuale per creare un ambiente in cui affrontare una situazione di public speaking il più simile possibile alla vita reale. In questo ambiente sono presenti una serie di elementi di base che il relatore vede durante la sua immersione nell'esperienza Virtuale: un palco attraverso il quale muoversi liberamente, un pubblico di fronte a lui e una serie di statistiche della sua performance come relatore.
- D'altra parte, viene utilizzata una combinazione di sistemi di analisi delle emozioni per determinare l'emozione che l'oratore sta trasmettendo in ogni momento. Queste emozioni sono ottenute da misurazioni prese dall'oratore nell'ambiente virtuale, come l'audio del suo discorso e il suo contenuto. Vengono presi in considerazione anche altri parametri per individuare schemi di comportamento errati, come la percentuale di attenzione che l'oratore dedica a ciascuna area del pubblico, che viene misurata in base ai movimenti della testa rilevati dal dispositivo di realtà virtuale.

### AREE DI POSSIBILE MIGLIORAMENTO

- Sapendo che, da un lato, la paura di parlare in pubblico è un problema generalizzato e che l'idea di alleviarlo utilizzando la realtà virtuale era qualcosa di corretto, è nato questo progetto per fornire una soluzione alla paura viscerale che alcune persone provano di fronte a un pubblico per tenere una conferenza, sia nel mondo accademico, nel lavoro o nella vita privata.
- L'obiettivo di questo progetto è insegnare a parlare in pubblico usando i videogiochi in ambienti di realtà virtuale.
- Questo progetto si basa sulla premessa che, grazie al progresso della tecnologia e della digitalizzazione, in futuro saranno ridimensionate molte realtà del mondo del lavoro delegando all'automazione molte mansioni. La comunicazione orale diventa perciò un'abilità essenziale che i cittadini europei devono acquisire per migliorare le proprie possibilità di trovare lavoro e affrontare il grande cambiamento che la digitalizzazione implica.



- Un importante lavoro futuro nel campo del supporto VR potrebbe essere quello di progettare nuovi livelli che rappresentino diverse situazioni della vita reale, in cui un individuo possa sperimentare la paura di parlare in pubblico: un colloquio di lavoro, un intervento in classe, un discorso in un gruppo più ridotto, ecc.
- Sarebbe interessante anche pensare di classificare i relatori in base al loro profilo e per questo bisognerebbe stabilire una metrica. Nelle scuole di teatro ci sono diversi modi di classificare gli attori. Gli elementi aria, acqua, terra e fuoco, l'enneagramma coi diversi tipi di personalità, ecc. sono solitamente usati, tra gli altri.
- Prima di iniziare l'esercitazione nell'ambiente virtuale, potrebbe essere proposta una serie di domande per classificare il giocatore. Ciò consentirebbe di adattare il gioco al tipo di relatore che sta parlando in ogni momento. Un'opzione per definire il profilo del diffusore potrebbe basarsi su alcune caratteristiche variabili personali (es. ritmo del discorso, movimento del corpo e tono della voce). Una volta che l'oratore è profilato, il sistema valuterebbe in modo diverso in base al profilo. Ad esempio, un oratore che è stato classificato come uno che generalmente accelera, sarà ricompensato se rallenta dal suo ritmo abituale.

## CONCLUSIONI

Abbiamo visto in questo documento che parlare in pubblico è una esigenza comune e frequente nella vita: tenere una conferenza, parlare a una riunione di quartiere o affrontare un colloquio di lavoro. Per padroneggiare questa disciplina, l'allenamento si è dimostrato uno dei modi più efficaci.

Si è anche visto che la paura di parlare in pubblico è una condizione generalizzata nella popolazione, arrivando in alcuni casi anche al grado di fobia (glossofobia). Questa paura può essere affrontata in vari modi: ricorrendo a tecniche con professionisti, come la ristrutturazione cognitiva, o attraverso l'uso di strumenti che utilizzano la tecnologia per trattare le fobie.

Per questi due motivi nasce il nostro progetto, con l'idea di contribuire in entrambi i sensi: sia offrire uno strumento formativo per la capacità di parlare in pubblico, in cui i relatori possano praticare le loro presentazioni in un ambiente sicuro e sia servire come strumento per aiutare le tecniche professionali a superare o alleviare la paura di parlare in pubblico, fungendo da passaggio preliminare per l'esposizione alla situazione reale.

Le tecniche basate sulla Realtà Virtuale hanno dato origine a un grande quantità di ricerche sul campo e la sua applicazione in questo tipo di fobie. La letteratura per quanto riguarda l'argomento, è abbondante e i risultati sono, nella migliore delle ipotesi, promettenti.

La realtà virtuale consente al paziente di essere immerso in situazioni avverse, generando sufficiente ansia per intervenire nel loro coping. Generando le stesse sensazioni dell'esposizione dal vivo o dell'immaginazione, si basa sugli stessi principi terapeutici della desensibilizzazione sistematica della CBT, in modo tale da consentire l'estinzione di queste sensazioni ansiogene duratura nel tempo.

I vantaggi di questo tipo di intervento rispetto ai trattamenti dal vivo sono molteplici, evidenziando, tra questi, la riservatezza, la sensazione di sicurezza che genera nel paziente (poiché è possibile interrompere l'intervento in qualsiasi momento) il controllo e flessibilità, che consente un trattamento più diretto e più breve, che riduce i costi.

La realtà virtuale consente di generare situazioni di vita reale in momenti diversi, con un elevato grado di immersione dovuto alla stimolazione sensoriale in varie modalità (audio, visivo, vestibolare ...), senza essere esposti ai temuti scenari reali, che da un lato faciliterebbero il trattamento della paura emotiva attivando le strutture coinvolte per modificarle, pur consentendo al terapeuta un maggiore controllo degli stimoli o scenari presentati, evocando sensazioni simili a quelle prodotte in un ambiente reale ma in un ambiente percepito come sicuro dal paziente.

Inoltre, dal momento che il terapeuta può vedere ciò che vede il paziente, può valutare la portata ansiogena degli stimoli, consentendo la ripetizione dell'esposizione tutte le volte necessarie (cosa che nell'esposizione reale non sempre è fattibile).

Si possono presentare scenari terapeutici più motivanti, svolgendo il paziente sempre un ruolo attivo, essendo importante per la sua efficacia che sia il più realistico possibile.

Per tutti questi motivi, la VR si è consolidata come trattamento di scelta anche in quei pazienti resistenti al trattamento tradizionale.

In particolare, nel caso delle fobie sociali, la maggior parte degli studi sembra confermare la bontà di questo tipo di intervento, avendo evidenziato risultati positivi in termini di riduzione dell'ansia e capacità di far fronte a situazioni inizialmente evitate.

Nonostante ci siano applicazioni che cercano di alleviare la paura di parlare in pubblico attraverso la Realtà Virtuale, in modo simile a quanto proposto in questo progetto, in nessuna delle applicazioni esaminate è stato trovato uno strumento che preveda un pubblico virtuale reattivo in tempo reale.

Concludendo:

- Uno strumento di realtà virtuale che tenga conto di tutti gli aspetti e criticità illustrate in questo lavoro può essere efficace per esercitarsi a parlare in pubblico.
- Un pubblico che fornisca feedback all'oratore in tempo reale rende l'esperienza più efficace, poiché l'oratore affronta una situazione più simile al mondo reale e deve modificare il suo discorso e adattarsi al suo pubblico in ogni momento.

## BIBLIOGRAFIA:

[https://it.wikipedia.org/wiki/Discorso\\_di\\_Gettysburg](https://it.wikipedia.org/wiki/Discorso_di_Gettysburg)

[https://it.wikipedia.org/wiki/I\\_have\\_a\\_dream](https://it.wikipedia.org/wiki/I_have_a_dream)

Mc Graw Hill. *Psicologia con applicazioni nei paesi di lingua spagnola*. Città del Messico:

[https://www.news-medical.net/health/Treatment-of-phobias-\(Italian\).aspx](https://www.news-medical.net/health/Treatment-of-phobias-(Italian).aspx)

Vallejo-Slocker, L. e Vallejo, M. (2 giugno 2016). *Sulla desensibilizzazione sistematica. Una tecnica obsoleta o rinomata*

Martinez Cano, (2015). *Cinema, videogiochi e realtà virtuale: studio e prospettiva del mezzo audiovisivo nell'era digitale*.

Ernest H. Page e Roger Smith. *Introduzione alle simulazioni di addestramento militare: una guida per le simulazioni di eventi discreti*

JA. Pérez-Carrasco, C. Suarez-Mejias, B. Acha *Confronto di un metodo di segmentazione*

M. Fleming, D. Olsen. *Formazione sulle competenze di realtà virtuale per gli operatori sanitari nello screening dell'alcol e nell'intervento breve*.



# METODI EFFICACI PER RISPONDERE ALLE DOMANDE DEL PUBBLICO



# METODI EFFICACI PER RISPONDERE ALLE DOMANDE DEL PUBBLICO

## INTRODUZIONE

Il parlare in pubblico si verifica quando fai un discorso davanti a un pubblico dal vivo. Si differenzia da altri tipi di discorsi, come i video, che possono essere registrati. È anche diverso dalle presentazioni online, che vengono create e quindi caricate su Internet.

Non tutti nascono oratori. In effetti, per la maggior parte di noi, il solo pensare di dover parlare davanti a un pubblico di qualsiasi dimensione provoca un aumento immediato del battito cardiaco e del sudore che ci gocciola dalla fronte.

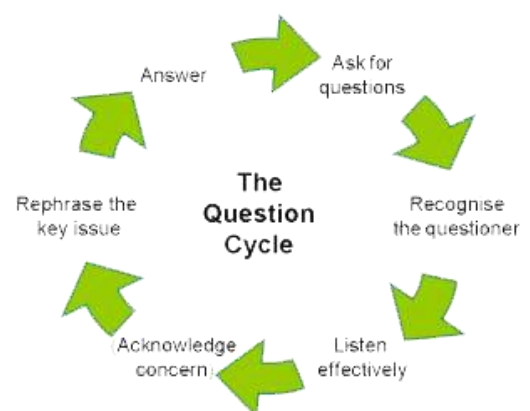
Nonostante queste difficoltà, parlare in pubblico ha molti vantaggi, incluso migliorare il tuo livello di fiducia e darti l'opportunità di scoprire te stesso e strumenti che non sai di possedere. Inoltre, avere buone capacità di parlare in pubblico può aiutarti a trovare un lavoro. Molti lavori, come istruttore o professionista delle vendite, richiedono di parlare in pubblico e anche quando un lavoro non include parlare in pubblico nella descrizione del lavoro, i datori di lavoro apprezzano comunque i candidati che lo sanno fare bene.

In termini di definizione del parlare in pubblico e secondo Wikipedia, parlare in pubblico è il processo di parlare a un gruppo di persone in modo strutturato e deliberato inteso a informare, influenzare o intrattenere gli ascoltatori. Il parlare in pubblico è comunemente inteso come una sorta di colloquio faccia a faccia tra individui e pubblico ai fini della comunicazione.

Si noti che parlare in pubblico non è solo ciò a cui si pensa tradizionalmente, ovvero tenere un discorso di fronte a un vasto pubblico, ma anche ogni volta che qualcuno parla a membri del pubblico o alla stampa. Ciò potrebbe includere le interviste, ma anche parlare con i cittadini, anche uno contro uno in occasione di un evento comunitario. Quando la pensi in questo modo, siamo TUTTI oratori pubblici!

“Le pubbliche relazioni che tutti usiamo sono i discorsi, alcuni migliori, altri peggiori, e questo è uno degli asset della tua organizzazione o di te stesso che può essere sviluppato per diventare uno strumento davvero potente”<sup>26</sup>.

Tenere discorsi pubblici è necessario sia nella tua carriera accademica che nella tua carriera professionale, quando devi presentare i tuoi progetti ad altre persone, così come in tribunale o nel corso di alcune attività pubbliche, nelle aule, tra gli altri. Nelle Relazioni Pubbliche, infatti, parlare in pubblico è un requisito imprescindibile poiché la nostra professione ci coinvolge in un contatto costante con i pubblici più diversi. Dobbiamo essere pienamente preparati per qualsiasi tipo di atto di comunicazione, sia esso una conversazione informale, un discorso pubblico, un incontro, ecc.



<sup>26</sup> LOYD Herbert, LOYD Peter., *Relazioni pubbliche, Tecniche di comunicazione nello sviluppo aziendale*, Editorial Presença, Lisbona, 1995

## PREPARATI A DOMANDE E RISPOSTE (Q&A)

Uno dei punti che più preoccupa gli oratori sono le domande che possono ricevere durante o alla fine della presentazione. Anche se è un momento ricco di scambio di esperienze, la paura di non conoscere la risposta e di avere davanti al pubblico una espressione smarrita rende molte persone insonni. Tutto questo, tuttavia, può essere risolto con una buona pianificazione della presentazione.

1. **Conosci il tuo pubblico:** sapere con chi stai parlando dovrebbe essere uno dei primi passi da fare mentre progetti la tua presentazione. Avere una idea chiara della composizione del pubblico ti aiuta a scegliere tra un linguaggio formale o informale, quali argomenti devono essere spiegati e quali argomenti di interesse puoi utilizzare per attirare l'attenzione del tuo pubblico. Ti darà anche un'idea di quali strumenti puoi utilizzare e dell'outfit più adatto per l'occasione.

2. **Conoscere te stesso è molto importante:** questo elemento è ancora più rilevante della conoscenza del pubblico. La conoscenza di sé consente adattamenti in modo da farti sentire a casa e con ciò potresti ridurre le possibilità di commettere errori o dimenticare gli argomenti del copione per rispondere alle domande del pubblico.

3. **Assicurati di conoscere il contenuto:** i relatori non possono controllare tutto ciò che accade, ma devi essere ben preparato e sicuro di ciò che stai dicendo. Per questo, è essenziale conoscere l'argomento della tua lezione/sessione. Leggi l'argomento, parla con gli altri e comprendi i punti chiave da affrontare nel tuo discorso. Puoi verificare se hai memorizzato bene il discorso parlandone mentre svolgi un'attività che non richiede concentrazione, come una piccola passeggiata.

4. **Preparati per l'imprevisto:** può sembrare contraddittorio, ma è possibile prepararsi per ciò che non è nel copione. Il modo migliore per farlo è accettare che tu non sia responsabile di tutto e che domande o preoccupazioni possano sorgere dal pubblico. In questi casi, sii onesto e di che farai delle ricerche e poi sarai più preparato a rispondere a qualsiasi tipo di domanda. Eventi imprevisti possono verificarsi anche in termini di posizione, pubblico o strumenti di supporto come computer e cablaggio, ma cerca di essere calmo e utilizzare il meglio delle risorse disponibili.

5. **Sii flessibile e affidabile:** l'oratore deve essere preparato per gli imprevisti e questo ha molto a che fare con la capacità di improvvisare ed essere più flessibile, quando qualcosa va storto. Le persone flessibili possono anche trarre vantaggio da situazioni che sembrano brutte, perché sanno che ci sono sempre modi diversi di vedere cosa succede. Ad esempio, una persona del pubblico sta causando problemi durante la sessione, facendo domande sbagliate, interrompendo il tuo discorso. In questa situazione devi essere flessibile e continuare la sessione e cercare di risolvere tutti i problemi che potrebbero presentarsi.

6. **Preparati per alcune domande dannose:** l'oratore dovrebbe anticipare, indovinare e prepararsi per ogni domanda, ma è possibile pensare ai possibili dubbi che potrebbero sorgere e provare alcune brevi risposte. Durante la sessione, e anche prima, il relatore dovrebbe essere obiettivo e se non ha una conoscenza approfondita dell'argomento, non allungarla. L'idea è di usare questo tempo per chiarire quanti più dubbi possibili ed essere franco se non conosci la risposta, di che la cercherai, ottieni i dettagli di contatto della persona e invia la risposta in un secondo momento.

7. **Fai pratica con la sessione di domande e risposte:** i relatori potrebbero e dovrebbero parlare, formarsi, esercitarsi, per rivolgersi sia a una singola persona che a molte persone, per acquisire fiducia nel trasmettere le idee e condividere il contenuto giusto. La pratica ti consentirà di essere più sicuro e di acquisire la sicurezza necessaria per parlare in pubblico. Sarà inutile leggere articoli sull'argomento, seguire corsi specifici a tale scopo, se in seguito non metterai in pratica questo consiglio.

8. **Cerca di sentirti sicuro prima di affrontare il tuo pubblico:** l'oratore che mostra e mantiene pensieri negativi, può boicottare la propria fiducia. Ha bisogno di adottare una postura corretta, prestando attenzione a diversi aspetti di se stesso, come respirare normalmente, avere una buona postura del corpo e cercare di mantenere la sua posizione, adottare una posizione sicura (spalle indietro, testa alta), controllare il nervosismo e guardare il pubblico mentre parla con loro.



### 3 – SUGGERIMENTI PER LA GESTIONE DI DOMANDE E RISPOSTE (Q&A) DOPO UNA PRESENTAZIONE

Le domande alla fine di una presentazione possono essere terrificanti per molti relatori in quanto non possono essere controllate e sono difficili da anticipare. Tuttavia, le domande costituiscono una parte importante della presentazione per l'intero pubblico poiché consentono di chiarire e consolidare l'apprendimento. Il relatore può aumentare l'utilità della sessione di domande e risposte trattandola come una parte formale della presentazione che richiede un'attenta pianificazione e controllo quanto la consegna del materiale di base.

Quando pianifichi la tua presentazione, dovrai pensare anche a uno spazio per le domande che siano aperte e dirette, ad esempio dicendo "Questa è la fine della mia presentazione. Risponderò alle domande per i prossimi 10 minuti".

Quando gestisci domande e risposte, dovrai comunque essere professionale come lo sei stato per la consegna principale della tua presentazione. Ci sono molti pericoli comuni da evitare in questo tipo di sessioni.



**Ecco alcuni suggerimenti che i relatori possono utilizzare per gestire le domande del pubblico:**

- **Eseguire una mappatura delle domande più comuni alla fine di una presentazione:** per favore, non pensare che le domande alla fine delle presentazioni si presentino raramente. Al contrario, sono più comuni di quanto pensi e possono anche apparire durante il tuo discorso. Per questo è necessario essere consapevoli delle possibili domande e riflessioni che il vostro intervento può suscitare. Di solito, alcune domande saranno costanti. Questo accade perché i contenuti trattati possono suscitare gli stessi dubbi, soprattutto se relativi a un argomento molto specifico, come la presentazione dei risultati di un'azienda. In questo senso, hai alcune opzioni per mappare domande comuni o ripetute. Prova a creare una scatola circolare in modo che gli ascoltatori possano annotare i loro dubbi. Alla fine, puoi unirti a quelli più comuni per dare la stessa risposta. Inoltre, c'è la possibilità di ascoltare tutte le domande e poi iniziare a rispondere.
- **Coinvolgere l'intero pubblico:** in un mondo dominato da una terribile informazione e contenuto on-demand, attirare l'attenzione del pubblico non è facile. Le opzioni e gli strumenti visivi e interattivi sono alcuni punti salienti che possiamo utilizzare negli eventi public speaking. A questo proposito, è importante ricordare che, anche se stai rispondendo a una domanda del pubblico, sei comunque responsabile dell'interesse degli altri membri del pubblico. Questo problema assume particolare importanza quando abbiamo grandi sub-gruppi tra il pubblico che, se si annoiassero durante le domande degli altri, farebbero diventare quel momento una discussione uno-a-uno, distraendosi o parlando tra di loro. I partecipanti alla riunione tendono a essere più concentrati e ad avere un'esperienza migliore quando sono sempre stimolati e coinvolti.
- **Usa la tua immaginazione per anticipare alcune domande o problemi:** mentre prepari la tua presentazione, immagina quali domande potrebbero sorgere. Spesso, i partecipanti assistono alle presentazioni proprio per dissipare i loro dubbi e per fare domande chiarificatrici. Quindi considera il momento delle domande come una riprova del fatto che il tuo discorso li appassiona e interessa. È importante che tu abbia un'idea di cosa potrebbe essere chiesto per essere già pronto a rispondere. Pensa e sviluppa domande e risposte che possono essere fatte e cerca di vedere le cose dal loro punto di vista. Quando prepari la presentazione prova, ad esempio con i tuoi amici, le domande possibili e le risposte che darai e ricordati di dare risposte brevi e dirette.
- **Fai delle brevi pause per pensare e dare la risposta migliore:** se viene posta una domanda difficile o più complicata, non

inventare risposte. Prenditi un momento, respira e fai una pausa. Questo dimostra al pubblico che la tua risposta sarà ben ponderata e che stai davvero pensando al modo migliore per rispondere. Durante il discorso, è importante prestare attenzione alle pause di respirazione che, oltre ad aiutare l'ascoltatore a capire, danno al presentatore il tempo di pensare a ciò che viene esposto. Presta attenzione a questo consiglio pratico che può aiutare in caso di difficoltà nel rispondere a una domanda. Se necessario, ripeti la domanda, proiettando la tua voce, in modo che tutti i presenti possano capire e ascoltare ciò che è stato chiesto. Mentre fai questo, avrai tempo per organizzare le tue riflessioni e formare alcune risposte alla domanda. Infine, ricorda che l'ansia e la fretta saranno sempre nemiche delle buone risposte.

- **Incoraggiare le domande e saper ascoltare:** le domande e le risposte sono parte integrante di una comunicazione efficace tra l'oratore e il pubblico. La domanda è un ottimo strumento per l'oratore, perché con essa è possibile scoprire ciò che il tuo pubblico sa sull'argomento, ma è molto importante non confondere una domanda legittima con una domanda retorica, il cui unico scopo è creare confusione nel discorso dell'oratore. Ascoltare le domande e sapere come sfruttare i contributi del pubblico rende il pubblico molto più coinvolto nel processo. A volte potresti pensare che una domanda sia scomoda, evita di dimostrare di aver trovato la domanda non necessaria o sbagliata, poiché puoi inibire ulteriori domande. Rispondi quello che puoi o di: "questo è un argomento di cui parlerò più avanti" o "questo argomento non è proprio al centro del nostro evento ma posso dirvi dove trovare una risposta, dopo".
- **Non dare risposte troppo lunghe:** la parte più importante della presentazione è già stata fatta, cioè gli argomenti di approfondimento sono già stati esplorati durante il discorso. Quindi sii chiaro e obiettivo quando dai le tue risposte. Evita di andare oltre ciò che è necessario e di entrare in altre questioni, soprattutto se ci sono molte domande a cui rispondere. Inoltre, se inizi ad allungare troppo le tue risposte, puoi annoiare i tuoi ascoltatori e compromettere la buona impressione generale fatta dalla presentazione.
- **Silenzio:** impiegare molto tempo per rispondere a una domanda non è necessariamente un segno che non sappiamo cosa dire. Potrebbe essere solo uno strumento di intelligenza emotiva. Se dopo qualche secondo non hai ancora una risposta, puoi sempre dire la verità e spiegare che hai bisogno di un po' di tempo per raccogliere informazioni nella tua mente, per rispondere meglio alle domande. Con questo atteggiamento, dimostri di essere onesto e di voler davvero rispondere e dare la risposta giusta al pubblico.
- **Non lasciare che un conflitto si trasformi in un confronto:** parlando di mediazione, un'altra importante precauzione durante la sessione è evitare che un conflitto di idee diventi un confronto personale. Sfortunatamente, essere un comunicatore nelle presentazioni significa anche essere esposto ad ascoltatori ostili, che hanno solo lo scopo di interrogare allo scopo di creare discussioni. È necessario identificare questa intenzione e saperla differenziare da un genuino desiderio di discutere le idee. Limitare le risposte ai contenuti, basandole il più possibile su dati concreti, è un modo efficace per evitare problemi.
- **Non soffermarti su una domanda negativa:** durante la sessione di domande e risposte, se qualcuno del pubblico ti mette in una posizione difficile e ti fa domande provocatorie e negative, è sempre importante non lasciarti coinvolgere e cercare di concentrarsi sull'essenziale della sessione e sulle persone che pongono le domande in modo costruttivo. Certo, potresti provare a rispondere a una o due domande da parte di una persona, ma poi devi andare avanti e rispondere alle domande che provengono da altre persone nel pubblico.
- **Verifica di aver risposto alla domanda:** dopo la sessione di domande e risposte, prendi in considerazione e assicurati di tornare a chiedere a tutti e verificare con loro se hai risposto a tutte le domande in modo soddisfacente e, se possibile, poni

domande, come " Ho risposto alla tua domanda?". Come relatore, non puoi terminare la presentazione senza verificare se il pubblico e le persone che hanno posto le domande hanno capito le domande e le risposte e se i relatori sono stati in grado di soddisfare ciò che intendevano.

- **Fine in tempo:** un'importante precauzione tecnica è non superare il tempo previsto per la presentazione, limitando il numero di domande a tal fine e cercando di rispondere alle domande in modo breve e assertivo. Una sana abitudine – e che dimostra attenzione al pubblico – è quella di fornire informazioni di contatto, nel caso qualcuno volesse chiarire dubbi che, per il momento, non potrebbero essere chiariti nel tempo dedicato alle domande e risposte.
- **Tenere alcune diapositive riservate specificamente per le domande e risposte:** una cosa importante da fare è scrivere o avere una presentazione "riservata" e scoprire che alcune diapositive potrebbero aiutare alla fine della presentazione a rispondere ad alcune domande del pubblico. Tienile a portata di mano per la sessione di domande e risposte e, quando si presenta una domanda, utilizzale per essere più preparato a rispondere ad alcune domande profonde e difficili del pubblico.
- **Ritorna all'agenda o alla conclusione:** al termine della sezione Domande e risposte, puoi tornare all'agenda pre-programmata o andare alla conclusione della presentazione. Questo modo di lavorare e condurre la tua sessione ti dà un senso di responsabilità e professionalità e ti permette di avere l'ultima parola.

Prima della fine della sessione, non dimenticare di ringraziare il pubblico e, se qualcuno ha bisogno di un'ultima risposta, torna da lui e, naturalmente, dalle persone che hanno posto domande a cui, per qualche motivo, non sei stato in grado di rispondere.

#### 4- L'USO DELLA TECNOLOGIA NELLA SESSIONE DI DOMANDE E RISPOSTE (Q&A).

Non c'è dubbio che le sessioni di domande e risposte dal vivo richiedono un alto livello di organizzazione da parte dei responsabili della preparazione dell'evento.

Utilizzare la tecnologia nella sessione di domande e risposte ci permette di esplorare diversi argomenti specifici, rispondendo a domande su molti problemi e risolvendo molti punti che potrebbero essere presenti durante questo tipo di eventi.

L'uso delle piattaforme corrette e una buona struttura durante l'evento è essenziale per garantire una sessione attraente e, per questo, dobbiamo essere preparati e ben organizzati per affrontare questo tipo di sessioni.

Questo tipo di eventi può essere organizzato e utilizzato da quasi tutti, aziende, persone o qualsiasi tipo di relatore e questa strategia mira a connettere il pubblico con coloro che generano il contenuto per educare e, principalmente, creare interazioni tra di loro.

Attualmente, ci sono molti pacchetti software che consentiranno al tuo pubblico di inviare domande o risposte, ad esempio un sondaggio sui propri dispositivi mobili. I costi non sono molto elevati per le aziende o anche a livello individuale, ma i vantaggi per il coinvolgimento sono grandi e il pubblico ne trae vantaggio.

L'uso di questo tipo di sistemi dà la possibilità al nostro pubblico di rispondere a una domanda in tempo reale e mostrare al nostro pubblico i risultati, le nostre domande e risposte e la creazione di idee.

Il software di domande e risposte è molto importante quando parliamo di interazione con il pubblico, un pubblico molto specifico (a volte) e, naturalmente, quando raccogliamo domande dal nostro pubblico.

Un software di risposta del pubblico, noto anche come software di interazione con il pubblico o di coinvolgimento del pubblico, come ho detto prima, consente ai relatori di interagire con il pubblico di eventi dal vivo, sondaggi dal vivo e, in questo caso, nelle sessioni di domande e risposte. Questo tipo di software viene utilizzato per coinvolgere il pubblico e portare agli eventi diversi e migliori livelli di interattività, quando organizziamo sessioni di conferenze, tra gli altri tipi di eventi in cui è necessario parlare in pubblico. Questi

tipi di strumenti facilitano i compiti del relatore durante gli eventi, consentendo ai membri del pubblico di porre e rispondere a domande, sondaggi, quiz attraverso i propri dispositivi personali, inclusi smartphone, tablet e laptop.

#### 4.1 – L'importanza di usare la tecnologia

La tecnologia di presentazione remota offre molteplici opportunità per coinvolgere il tuo pubblico. Qui puoi trovare alcuni esempi che i relatori possono utilizzare:

- **Chat:** questo strumento può essere usato in varie situazioni. Le più comuni sono IRC, messaggistica istantanea e applicazioni di chat associate a piattaforme di e-learning e altre soluzioni tecnologiche. Questa soluzione è perfetta per incoraggiare il contatto con gli altri in tempo reale, lo sviluppo di un senso di presenza e di appartenenza sociale. Promuove anche il coinvolgimento e l'impegno del pubblico. Oltre alla dimensione sociale e alla vicinanza tra i partecipanti, l'uso della chat nelle sessioni di domande e risposte ha anche molti altri potenziali vantaggi, come il contatto diretto e immediato con l'oratore e il pubblico, fornire feedback e risposte da parte del pubblico, promuovere per l'esempio la spontaneità, che può essere essenziale in alcune sessioni e con un pubblico specifico. Ad esempio, l'utilizzo di alcune piattaforme di chat, ci permette di votare e commentare alcune domande e ci dà la possibilità di decidere cosa e quando rispondere alle domande.
- **Sondaggio:** questo processo potrebbe essere molto valido anche se utilizzato nelle sessioni di domande e risposte. Questo metodo può essere ottimo per esprimere opinioni e rispondere alle domande di un pubblico e, di solito, è costruito per rappresentare le opinioni di un pubblico e per gestire una serie di domande che potrebbero arrivare dal pubblico. In termini di definizione generale i sondaggi sono un'unica domanda a risposta chiusa, limitata a un certo numero di persone ed è bene ottenere risposte immediate da loro. Le domande e le risposte possono aiutarci molto durante la nostra sessione e, naturalmente, durante la sessione di domande e risposte. Questo strumento incoraggia il pubblico a rispondere alle domande in modo onesto e ci fornisce molte informazioni sul pubblico e che è presente e sta rispondendo alle domande.
- **Mentimeter:** è una piattaforma di presentazione interattiva per condurre sessioni di domande e risposte dal vivo, sondaggi e altro ancora. Possiamo utilizzare questo strumento, ad esempio, per condurre e stimolare sessioni di domande e risposte e consentire ai partecipanti di inviare domande al relatore utilizzando i loro smartphone o altre risorse tecnologiche.

## What is Mentimeter?



The infographic is divided into three columns, each with an illustration and a text box. The first column, 'Prepare', shows a laptop with a bar chart. The second, 'Engage', shows a smartphone and a tablet displaying a poll. The third, 'Follow-up', shows a smartphone and a tablet displaying a bar chart.

Prepare	Engage	Follow-up
Build interactive presentations with the easy-to-use online editor. Add questions, polls, quizzes, slides, images, gifs and more to your presentation to create fun and engaging presentations.	Your audience uses their smartphones to connect to the presentation where they can answer questions. Visualize their responses in real-time to create a fun and interactive experience.	Once your Mentimeter presentation is over, share and export your results for further analysis and even compare data over time to measure the progress of your audience.'

- **Breakout Rooms:** questo potrebbe essere uno strumento importante e valido da utilizzare durante una sessione di domande e risposte. Possiamo condividere uno Zoom o un'altra piattaforma, con molte persone in piccoli gruppi di poche persone, dove è più facile comunicare e facilitare l'interazione tra le persone. Utilizzando questo strumento possiamo organizzare workshop, conferenze o qualsiasi altro tipo di evento per i partecipanti e lavorare con loro separatamente. È anche un ottimo strumento che potresti utilizzare durante i discorsi in pubblico, per lavorare su questioni specifiche. Per questo è possibile utilizzare e accedere da un browser desktop, un'applicazione mobile o un browser mobile.

- **VoxVote:** è una piattaforma interattiva, in cui potremmo creare domande, porre domande al nostro pubblico e votare e discutere i risultati del grafico in tempo reale. Questo strumento è appositamente progettato per gli oratori occasionali e professionisti che desiderino interagire con il proprio pubblico in modo innovativo e professionale, in un evento dal vivo o in una riunione video online.
- **Slido:** è anche una piattaforma interattiva, che può essere utilizzata in un evento ed è uno strumento semplice da utilizzare nella sessione di domande e risposte. Aiuta le persone a ottenere il massimo dagli eventi colmando il divario tra i relatori e il loro pubblico. Dai professionisti della comunicazione interna ai formatori, ai team leader, agli organizzatori di conferenze e ai singoli relatori, Slido è utilizzato da chiunque desideri consentire una conversazione aperta in una riunione dal vivo, di persona o virtuale. Slido è un ottimo modo per coinvolgere il tuo pubblico e, ad esempio, consente ai relatori di raccogliere le principali domande del pubblico e massimizzare il tempo di domande e risposte consentendo alle persone di votare le loro domande preferite, tra le altre.

## 5. CONSIGLI DA UTILIZZARE DOPO LA SESSIONE DI Q&A

- **Fornire una conclusione:** molte persone si preoccupano solo di condurre i primi minuti della presentazione e dimenticano che la conclusione dovrebbe essere ugualmente pertinente e coinvolgente. I buoni oratori non lasciano cadere il livello di attenzione del pubblico e sono in grado di mantenere l'interesse per il messaggio fino all'ultimo minuto, anche sugli argomenti più densi.
- **Non dimenticare di verbalizzare** che stai per completare l'idea e rivedere (per punti, rapidamente) i punti principali che sono stati trattati, perché questo ti consente di essere più coinvolto con il pubblico e, naturalmente, se pensi che sia rilevante, non dimenticare, durante la preparazione della presentazione, di anticipare i punti che potrebbero essere sollevati e di preparare eventuali risposte per evitare situazioni scomode o delicate.
- **Concludere in tempo:** un'importante precauzione tecnica è non superare il tempo previsto per la presentazione, limitando il numero di domande a tal fine e cercando di rispondere alle domande in modo breve e assertivo. Una sana abitudine – e che dimostra attenzione al pubblico – è quella di fornire informazioni di contatto, nel caso qualcuno volesse chiarire dubbi che, per il momento, non potrebbero essere chiariti nel tempo dedicato alle domande e risposte.
- **Preparati a rispondere a più domande in seguito:** in definitiva vuoi che la tua presentazione ispiri il tuo pubblico, avvii conversazioni e crei nuove idee. Dovresti sempre far sapere al tuo pubblico che sei pronto e felice di rispondere a tutte le domande che potrebbero apparire e che non potrebbero rientrare nella sessione di domande e risposte che si è svolta in precedenza. Il relatore dovrebbe essere preparato e accogliere tutte le domande che potrebbero essere fatte dal pubblico, anche se pensi che la tua presentazione sia stata molto buona e crei un impatto eccezionale nell'evento.

## 6. CONCLUSIONI

Comprendere questi punti ti consente di essere preparato per la sessione di domande e risposte ed evitare errori e problemi che potrebbero sorgere quando rispondi alle domande del tuo pubblico. Questi suggerimenti e consigli ti aiutano a mantenere la tua credibilità e professionalità, mentre li affronti in modo educato e giusto.

Mentre è bene coprire tutte le possibili domande nella tua presentazione senza bisogno di chiarimenti, ci saranno sempre degli ascoltatori che si faranno strada per dare un feedback. Dato che il tuo tempo è limitato per presentare il tuo messaggio, è importante prepararsi a possibili domande per aiutarti a fornire risposte più chiare e concise.

Quando ti confronti col feedback del pubblico, mantieni le tue prestazioni lasciando che il tono del tuo discorso e il linguaggio del corpo mostrino che sei interessato e disposto a rispondere a qualsiasi domanda.



Poiché la tua intera performance dipende da come inizi e termini con successo la tua presentazione, non dovresti trascurare nessuna delle cose che sono state inserite in questo documento, in modo che tu possa completare con successo la tua presentazione e sessione di domande e risposte.

#### ✚ BIBLIOGRAFIA:

- Public speaking handbook / Steven A. Beebe, Susan J. Beebe. — 4th ed. p. cm
- Guidelines for Developing an Oral Presentation Assignment and Rubric and for Assessing the Communication GELO “Speaking” on the Classroom Level
- Windingland, Diane. “13 Tips for Handling a Question and Answer Session.”
- VirtualSpeechCoach.com. May 2, 2012.  
[www.virtualspeechcoach.com/2012/05/02/12-tips-for-handling-a-question-and-answer-session](http://www.virtualspeechcoach.com/2012/05/02/12-tips-for-handling-a-question-and-answer-session)
- Decker, Ben. “Avoid These Don’ts During Presentation Q&A Sessions.”
- Mandel, S. (1993). Effective Presentation Skills: A Practical Guide for Better Speaking. Ontario, Canada: Reid Publishing Ltd.
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Public\\_speaking](https://en.wikipedia.org/wiki/Public_speaking)
- <https://www.mindtools.com/CommSkill/PublicSpeaking.htm>
- <https://www.mentimeter.com/pt-BR>
- <https://knowledge.clickmeeting.com/faq/what-are-breakout-rooms-and-how-do-they-work/>
- <https://www.socialtables.com/blog/attendee-engagement/qa-session/>



# METODI PER CREARE PRESENTAZIONI EFFICACI



# METODI PER CREARE PRESENTAZIONI EFFICACI

## INTRODUZIONE

*“La parola è potere: la parola è persuadere, convertire, costringere”.*

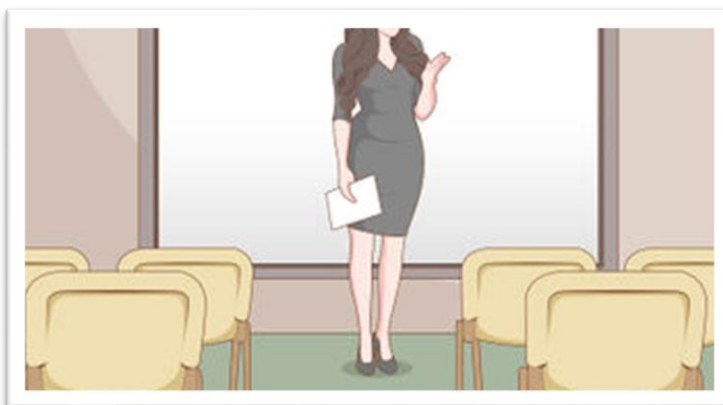
*Ralph Waldo Emerson*

Quasi ogni persona attiva (vaccinata e non) si trova ogni giorno (a volte, anche nei fine settimana) di fronte alla necessità di presentare se stessa o i risultati del proprio lavoro o, ancora, informazioni ai vari ascoltatori. Anche i progetti interessanti e utili, compresi i progetti Erasmus Plus, devono essere adeguatamente trasmessi alla attenzione dell'Agenzia nazionale, dei gruppi target e delle parti interessate – o di qualsiasi altro tipo di pubblico. Tutti possono ricordare esempi di presentazioni riuscite oppure infruttuose, estasi per il successo e delusione per non aver saputo o potuto presentare i risultati di molti giorni di lavoro in modo che potessero essere ascoltati e capiti.

La domanda sorge spontanea: è possibile imparare l'arte della presentazione? Questa guida ha lo scopo di coprire le fasi principali della preparazione e della conduzione di una presentazione, evidenziare le caratteristiche, le "barriere" di ogni tipo di presentazione e dare consigli, ma il successo della presentazione dipenderà dalle tue capacità comunicative, dalle tue capacità organizzative e dall'applicazione pratica dei principi di una presentazione efficace.

I "Metodi per creare presentazioni efficaci" sono destinati a tutti coloro che sono interessati a parlare efficacemente in pubblico. Il capitolo può essere utile a chiunque cerchi di padroneggiare abilità di presentazione efficaci.

Questo capitolo del manuale è strutturato in modo tale che ogni sezione affronti le singole fasi di preparazione e presentazione, pertanto invitiamo il lettore a seguire la logica della presentazione del materiale.



## SEZIONE 1. CHE COSA E' UNA PRESENTAZIONE?

*"Se non puoi scrivere il tuo messaggio in una frase, non puoi dirlo in un'ora"*

Dianna Booher

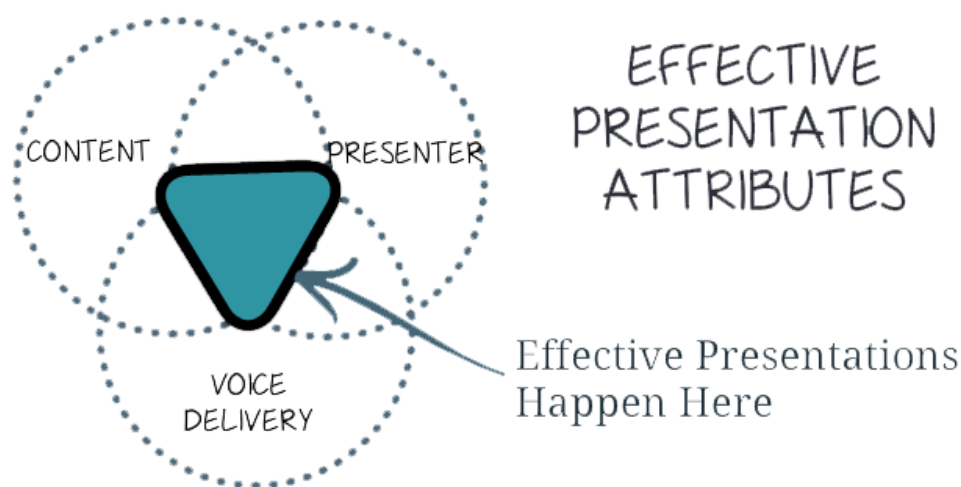
Dall'emergere delle idee alla loro attuazione è stata fatta molta strada. Oggi più che mai è importante presentare le vostre idee, proposte, prodotti, realizzazioni, voi stessi. In altre parole, trasmetterle e mostrarle agli altri. La presentazione è considerata una parte speciale, separata del processo di comunicazione, ovvero la trasmissione interpersonale di informazioni basata sul feedback al fine di ottenere il risultato desiderato.

Una caratteristica distintiva della presentazione è la sua interattività: il messaggio è realizzato nella modalità di dialogo con i partecipanti.

### OBIETTIVI DELLA PRESENTAZIONE

Ogni comunicazione comporta la precisa formulazione degli obiettivi da raggiungere. Tali obiettivi possono essere così riassunti:

- MOTIVARE (INDURRE) QUALCUNO A CONSIDERARE UN PARTICOLARE PROBLEMA, PRENDERE UNA DECISIONE O INTERVENIRE;
- CONVINCERE QUALCUNO (PARTNER DEL PROGETTO, PARTNER POTENZIALE, CLIENTE, ECC.) DEL SIGNIFICATO, DEL POTENZIALE SUCCESSO, ECC. DELLA TUA PROPOSTA.
- INFORMARE SU QUALCOSA UN PARTNER POTENZIALMENTE O REALMENTE INTERESSATO.
- QUINDI LA PRESENTAZIONE E' PROGETTATA PER CONTRIBUIRE A CREARE LE CONDIZIONI PIU' FAVOREVOLI PER RAGGIUNGERE I RISULTATI PIU' SPECIFICI E IN LINEA CON I SUOI OBIETTIVI.



### PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE

Ogni presentazione vive di vita propria, la sua efficacia è determinata da una situazione specifica. Non esiste una sola e unica strada per il successo. Possiamo parlare piuttosto di modi più o meno efficaci. Tuttavia, le probabilità di successo aumenteranno se segui i principi di base della comunicazione.

- **PIANIFICAZIONE:** tu, come mittente delle informazioni, devi sapere chiaramente chi sarà il destinatario delle informazioni e immaginare le risposte alle domande: cosa? a cui? dove? quando? per quale scopo?
- **STRUTTURA:** è necessario dare priorità, enfatizzare ed evidenziare i temi e gli aspetti principali delle informazioni trasmesse.

- **FORMULAZIONE DEL PROBLEMA:** all'inizio dovrai introdurre l'argomento del tuo intervento. Ciò consentirà al destinatario di percepire rapidamente il problema e comprendere meglio il contesto, per evitare interpretazioni imprecise delle informazioni.
- **GENERALIZZAZIONE E RIPETIZIONE:** dovresti riassumere e ripetere periodicamente le disposizioni principali delle informazioni trasmesse, aiutando il destinatario a strutturare meglio il materiale e, se possibile, porre domande chiarificatrici intermedie.
- **DICHIARAZIONE DEI FATTI:** il tuo messaggio dovrebbe essere basato su fatti, non opinioni. Il messaggio dovrebbe avere una forma logica chiara, non una struttura vaga.
- **CONSIDERANDO LE SPECIFICHE DEL DESTINATARIO:** quando si prepara e si trasmette un messaggio, devono essere presi in considerazione il linguaggio e la terminologia adottati dal destinatario, il suo livello e la natura delle sue conoscenze e qualifiche.
- **CONTROLLO DELLA COMUNICAZIONE:** destinatari diversi reagiscono in modo diverso allo stesso messaggio. Pertanto, è necessario reagire in modo flessibile e modificare le informazioni trasmesse, la loro struttura e natura. Dovrebbe essere vicino alle specifiche del destinatario.
- **SCELTA DEL CANALE GIUSTO** per la trasmissione delle informazioni: Il canale di trasmissione deve corrispondere alla natura delle informazioni che trasmetti e alle specificità del destinatario del messaggio.
- **SCELTA DELLA CORRETTA FORMA** di presentazione delle informazioni (codifica): il modulo deve essere adeguato alla natura delle informazioni fornite e alle caratteristiche del destinatario.

## PRESENTAZIONE COME FORMA DI COMUNICAZIONE

Quando si prepara una presentazione, è necessario presentare gli elementi principali del processo di comunicazione. Questi includono:

- **MITTENTE** - LA PERSONA CHE TRASMETTE L'INFORMAZIONE, ad es. TU, CARO LETTORE;
- **MESSAGGIO** - INFORMAZIONI FORNITE DA TE IN UNA FORMA O IN UN'ALTRA (CODIFICA);
- **CANALE DI TRASMISSIONE, MEZZO DI TRASMISSIONE** - LETTERA, DOCUMENTO, DISCORSO, DIMOSTRAZIONE.
- **DESTINATARIO** - LA PERSONA A CUI SONO DESTINATE LE INFORMAZIONI E CHE LE INTERPRETA (DECODIFICA).

Il processo di comunicazione e l'interazione dei principali elementi della comunicazione possono essere rappresentati in forma schematica (Fig. 1.1).

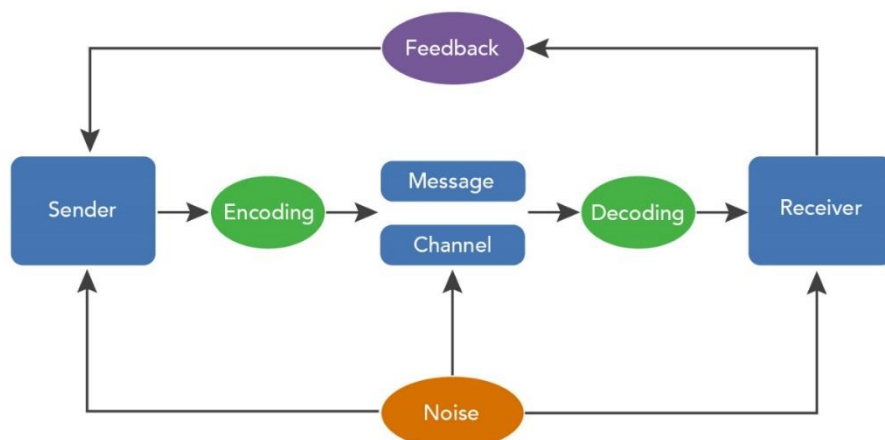


Fig. 1.1. Il processo della Comunicazione



## IL PUBBLICO

In accordo con gli obiettivi della presentazione, si possono distinguere le seguenti tipologie di pubblico:

- **Strutture educative**
- **Partner potenziali**
- **Clienti potenziali**
- **Strutture pubbliche**

## PUNTI PRINCIPALI DELLA PRESENTAZIONE

Le presentazioni più comuni riguardano i seguenti argomenti:

- presentazione dell'organizzazione.
- presentazione di un progetto.
- presentazione dei risultati ottenuti.
- presentazione di te stesso.

Tieni presente che il tema e lo scopo della presentazione possono essere completamente diversi!

*Ad esempio: una presentazione sul tema "Sistema qualità in un'organizzazione" può avere come obiettivi sia convincere un potenziale cliente ad acquistare i vostri prodotti sia dimostrare a un potenziale partner estero la possibilità di una produzione congiunta. Un altro scopo di questa presentazione potrebbe essere quello di chiarire i problemi di qualità a cui vorresti trovare una soluzione nella tua azienda.*

Potrebbe esserti chiesto di fare una presentazione separata o di farla nell'ambito di un evento: riunione, conferenza, mostra, ecc. La partecipazione a eventi può richiedere non solo l'adattamento dell'argomento del tuo intervento al tema generale dell'evento, ma anche la modifica in modo significativo del suo contenuto.

## MODULI DI PRESENTAZIONE

Puoi combinare tutti i tipi di presentazioni in due grandi gruppi:

- **messaggi orali.**
- **presentazioni audiovisive.**



Ciascuna delle forme sopra elencate ha i suoi vantaggi e svantaggi.

### Comunicazione orale

La forma più semplice di presentazione è la presentazione verbale, cioè la comunicazione orale sotto forma di discorso a un pubblico. Puoi integrare la comunicazione orale distribuendo il testo del tuo intervento ai partecipanti. La comunicazione orale è anche parte integrante delle presentazioni che utilizzano materiali dimostrativi.

La comunicazione orale può essere effettuata in qualsiasi stanza e davanti a un numero qualsiasi di ascoltatori e i mezzi tecnici (microfono) possono essere necessari solo quando si parla davanti a un pubblico numeroso.

D'altra parte, nonostante l'apparente semplicità, le comunicazioni orali richiedono una preparazione molto attenta da parte tua. Il pericolo principale è che ogni ascoltatore sviluppi una propria idea dell'oggetto del tuo messaggio, a volte molto diversa da quella reale.



- **Presentazione tradizionale:** i mezzi tradizionali di potenziamento visivo della comunicazione orale includono semplici mezzi tecnici come varie lavagne, lavagne a fogli mobili e poster. L'uso di vecchie lavagne (che difficilmente troverai, ad esempio, in Germania), le loro moderne controparti in plastica, lavagne a fogli mobili (grandi blocchi flip-flop su supporti) sono convenienti per condurre presentazioni in modalità interattiva e in presenza di un pubblico ristretto, quando le immagini, i grafici, etc saranno realizzati in tempo reale e non preparati prima. Tali strumenti di visualizzazione tradizionali sono adatti per riunioni di gruppi di lavoro, tavole rotonde e simili. Un notevole inconveniente è la quantità limitata di informazioni che possono essere presentate su una lavagna o lavagna a fogli mobili. I poster sono usati più spesso nelle presentazioni. Tali materiali vengono preparati in anticipo e le successive modifiche comportano la rielaborazione di almeno uno dei poster. Inoltre, sorgono ulteriori difficoltà nel riporre, trasportare e appendere i poster. Pertanto, sono sempre meno utilizzati per le presentazioni.

- **Presentazioni che utilizzano diapositive proiettate:** i materiali visivi necessari sono realizzati sotto forma di diapositive. Per proiettare sono necessarie attrezzature speciali: un proiettore per diapositive o un proiettore per trasparenze.

- **Presentazioni video dimostrative:** tali presentazioni vengono spesso utilizzate in occasione di mostre.
- **Presentazione elettronica:** i media elettronici vengono utilizzati per presentare grandi quantità di informazioni. Queste informazioni possono essere approssimativamente suddivise in visualizzazioni demo, incluse animazioni e informazioni statiche create utilizzando la computer grafica. Oggi, presentazioni di questo tipo sono le più comuni, poiché consentono di presentare visivamente i risultati del proprio lavoro, sono tecnicamente facili da fornire (computer e proiettore).



## SEZIONE 2. PIANIFICARE UNA PRESENTAZIONE

*“Esistono sempre tre discorsi dietro ad ognuno dei discorsi che avete fatto: quello in cui vi siete esercitati, quello che avete realmente fatto, e quello che avreste voluto fare”*

*Dale Carnegie*

Una presentazione di successo senza alcuna preparazione è una fortuna rara e accidentale. Dietro la leggerezza esteriore delle brillanti presentazioni di veri professionisti ci sono l'attenta preparazione della presentazione, la progettazione dei materiali dimostrativi, la raccolta e sintesi delle informazioni necessarie, una chiara conoscenza dei tempi e la corretta scelta dei mezzi tecnici necessari.

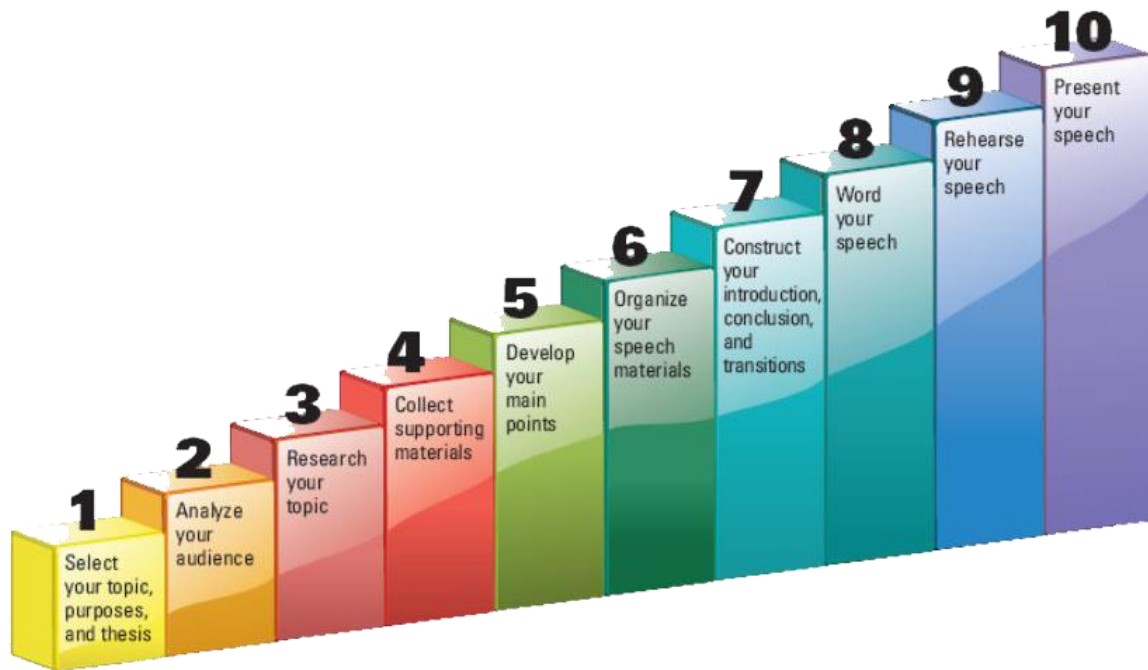
La responsabilità per una presentazione non andata a buon fine ricadrà su di te, e quindi non puoi delegare la sua preparazione a nessun altro.

### **PREPARAZIONE DELLA PERFORMANCE**

La preparazione determinerà in gran parte il tuo successo. La preparazione di una presentazione comprende i seguenti passaggi:

- FORMULARE LO SCOPO DELLA PRESENTAZIONE;
- SCELTA DEL MODO DI PRESENTAZIONE;
- REDAZIONE DI UN PIANO DI PERFORMANCE;
- PREPARAZIONE DELLE TESI DEL DISCORSO;
- RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI NECESSARIE;
- COMPILAZIONE DI UN ELENCO DEI MATERIALI DIMOSTRATIVI;
- DISEGNI DI FIGURE, SCHEMI, TABELLE E GRAFICI;
- "COLLEGARE" IL MATERIALE DIMOSTRATIVO AL DISCORSO;
- REDAZIONE DEL TESTO DETTAGLIATO DEL DISCORSO;
- ESECUZIONE DELLA PROVA DAVANTI AI COLLEGHI;
- DISCUSSIONE DI DOMANDE E COMMENTI DEI COLLEGHI;
- APPORTARE POSSIBILI MODIFICHE ED AGGIUNTE ALLE PRESTAZIONI E AI MATERIALI DIMOSTRATIVI;
- PRESTAZIONI DI RIPROVA.





Una sequenza schematica dei passaggi è mostrata in Fig. 2.1.

Fig. 2.1. Preparazione della presentazione Sviluppo di un piano del discorso

Qualsiasi performance ha una struttura abbastanza simile:

- INTRODUZIONE.
- PARTE PRINCIPALE.
- CONCLUSIONE.

Quando si prepara la presentazione, si consiglia di iniziare qualsiasi introduzione presentandosi. Dovrebbe essere molto breve se non è lo scopo effettivo della presentazione. Dopo la presentazione è necessario informare i partecipanti sullo scopo della presentazione. L'introduzione dovrebbe quindi contenere una breve descrizione di ciò che verrà discusso nella parte principale.

La parte principale del discorso è progettata per trasmettere ai partecipanti la quantità di informazioni necessarie per raggiungere il proprio obiettivo.

**Ad esempio**, una presentazione di un'organizzazione può avere, tra gli altri, i seguenti obiettivi: esportare prodotti, trovare una soluzione al problema dell'ottimizzazione della struttura gestionale. Ovviamente, la parte principale della presentazione per questi due casi sarà completamente diversa.

I relatori esperti raccomandano di ri-menzionare i punti principali della parte principale del discorso nella sua conclusione.

**Ad esempio**, il capo del dipartimento delle risorse umane ha concluso il suo discorso ai colleghi dicendo: "Spero che abbiate un'idea dei problemi che dobbiamo affrontare oggi nella nostra organizzazione. Spero davvero nel vostro supporto".

I componenti del discorso dovrebbero essere logicamente correlati tra loro. Allo stesso tempo è opportuno evitare di tornare a quanto già detto. Le ripetizioni sono sempre fastidiose. Pertanto, si consiglia di elaborare un semplice piano di presentazione grafica.

Quando si pianifica una performance e la si prepara, molto spesso c'è il desiderio di avere il tempo per dire il più possibile. Prova a suddividere tutti i materiali in tre parti già nella fase di pianificazione del tuo discorso:

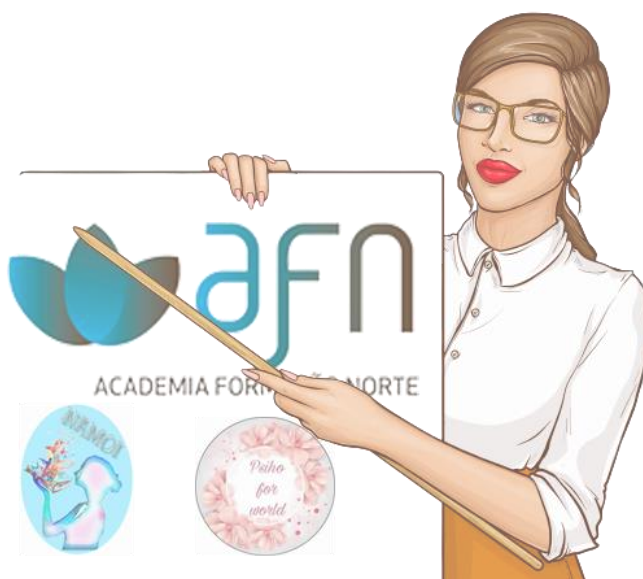
- MA - QUALCOSA DI CUI NON PUOI FARE - SENZA QUESTA È LA TUA PRESTAZIONE.
- IN - COSA DESIDERA INCLUDERE: QUESTO PUÒ ESSERE UTILE QUANDO È NECESSARIO FARE CHIARIMENTI NONCHÉ RISPONDERE A EVENTUALI DOMANDE.
- DA - COSA VORRESTI MOSTRARE IN AGGIUNTA, SE POSSIBILE: QUESTA È LA TUA RISERVA "JUST IN CASE".



Già nella fase di pianificazione di un discorso, ti consigliamo di prestare molta attenzione al linguaggio. Di solito, i relatori inesperti cercano di fare la migliore impressione "destreggiandosi" con un gran numero di termini tecnici, cercando di esprimere pensieri semplici nel modo scientifico più complesso.

Prova a inquadrare la tua presentazione usando parole semplici e chiare. Evita complicazioni e stile sofisticato. Allo stesso modo anche una presentazione troppo banale è distruttiva.

Oltre alla presentazione orale, si consiglia di avere un testo. In termini di volume, questo testo può corrispondere al discorso, essere più (materiali estesi) o meno (breve riassunto) lungo del discorso. Il materiale testuale, come la performance, dovrebbe essere preparato dall'oratore stesso. Ciò consente di escludere la comparsa nel testo di incongruenze con il messaggio orale, dati obsoleti, errori di stampa.



- **Esempio 1.** "Hai detto che il fatturato della tua azienda è... E nel testo c'è una cifra completamente diversa!" "L'ufficio contabilità ha preparato questo materiale per me. Penso che abbiano preso i numeri dal rapporto dell'anno scorso. Quello che ho detto è corretto."
- **Esempio 2.** Durante una presentazione orale della propria organizzazione, parlando nella stessa platea, tre dipendenti hanno fornito tre cifre diverse per il numero dei propri dipendenti: 8, 10 e 12 mila persone! I partecipanti alla presentazione sono rimasti incredibilmente sorpresi dalla rapida crescita dell'occupazione, poiché le presentazioni si sono svolte con un intervallo di soli 5 minuti. I testi dei materiali contenevano anche i tre numeri citati.



Una quantità estremamente grande di testo dovrebbe essere evitata. È possibile che gli ascoltatori non abbiano tempo non solo per studiarlo in dettaglio, ma anche per leggerlo in generale.

C'è un altro pericolo: dopo aver ricevuto il testo prima dell'inizio della presentazione, i partecipanti possono lasciarsi trasportare dalla lettura e non ascoltare i punti importanti del discorso.

Molto spesso ai partecipanti viene distribuito solo materiale aggiuntivo, il cui contenuto è referenziato dal relatore: tavole di vario genere, documenti, relazioni, ecc.

## PIANIFICARE I MATERIALI DA USARE PER LA DIMOSTRAZIONE

Lo scopo principale dell'utilizzo di materiali dimostrativi è migliorare l'efficacia della presentazione. Le informazioni visive influenzano il pubblico molto più intensamente delle informazioni verbali. C'è un noto proverbio nazionale: "È meglio vedere una volta che sentire cento volte". Un importante vantaggio dell'informazione visiva è la sufficiente non ambiguità della sua percezione da parte del pubblico.

Il numero di materiali dimostrativi dovrebbe essere conforme al principio di ragionevole necessità e sufficienza. Pertanto, è necessario pianificare in anticipo il loro volume. Puoi stimare approssimativamente il numero richiesto di film come segue:

$$N = t / 2 \text{ dove } t \text{ è il tempo di presentazione in minuti.}$$

Se il tempo di dimostrazione delle singole diapositive non richiede più di 10 - 12 secondi, il loro numero massimo può essere

$$N = 2t / 3.$$

Quindi, ad esempio, durante una presentazione, progettata per 20 minuti, non puoi mostrare più di 12 - 14 film (per lo più immagini grafiche). La percezione del materiale visivo è notevolmente ridotta durante le lunghe presentazioni.

Ad esempio, durante una presentazione di 30 minuti, sembra ragionevole limitarsi a 15-17 clips.

## DURANTE LE PRESENTAZIONI SONO SOLITAMENTE MOSTRATI:

- Il testo - è mostrato abbastanza raramente. Quando prepari tali film, dovresti limitare la quantità di informazioni a 1 - 3 brevi frasi. Ad esempio, l'argomento della presentazione, il nome del progetto in discussione, la missione dell'organizzazione e una citazione possono essere presentati sotto forma di materiale di testo.
- Grafici utilizzati razionalmente per dimostrare determinate tendenze e relazioni tra variabili. Ad esempio, i grafici mostrano chiaramente la dinamica delle variazioni dei volumi di produzione, delle variazioni stagionali dei volumi di vendita, ecc.
- I diagrammi vengono utilizzati per visualizzare i dati numerici. Recentemente, i diagrammi di immagini sono stati ampiamente utilizzati. Ad esempio, i grafici a torta sono utili per rappresentare le quote di mercato di diversi produttori. Gli istogrammi mostrano graficamente la distribuzione di prodotti simili di diversi produttori per fascia di prezzo. Un altro esempio di grafici a barre ampiamente utilizzati è il Grafico di Gantt.
- Schemi utili per visualizzare comunicazioni, processi e procedure. I diagrammi sono più comunemente usati per dimostrare le strutture organizzative. I diagrammi di flusso illustrano processi e procedure in modo visivo.
- Le illustrazioni vengono utilizzate per mostrare l'aspetto di imprese, attrezzature, prodotti, ecc. Vengono anche utilizzate per mostrare idee. Un altro tipo di illustrazione può essere il logo aziendale. Questi ultimi sono usati raramente come illustrazioni separate, ma sono spesso usati nelle intestazioni e nei piè di pagina.

## TIME FRAME

Il tempo della presentazione è limitato a determinate durate che dipendono dallo scopo della presentazione, dal grado di interesse del pubblico e dalle capacità temporali del pubblico. Ulteriori vincoli di tempo possono essere imposti anche dal regolamento della manifestazione durante la quale si svolge la presentazione.

Per le presentazioni più comuni, possono essere consigliati i seguenti intervalli di tempo:

- Presentazione dell'organizzazione - non più di 20 minuti. Quando si effettua una presentazione in una mostra, il lasso di tempo dovrebbe essere ridotto e non può superare i 5 minuti.
- Presentazione del progetto - 15 - 20 minuti (progetto di tesi - 7-10 minuti).
- Presentazione dei risultati intermedi - fino a 30 minuti.
- Presentazione dei risultati finali. Tenendo conto che il corso è stato discusso in precedenza, la presentazione dei risultati dura circa 10 minuti.
- Presentazione personale - non più di 10 minuti.

È importante tenere conto della routine quotidiana dell'azienda in cui si svolge la presentazione. Non programmare una presentazione che si protragga per un periodo vicino all'ora di pranzo o alla fine della giornata.



## FORMA DELLA PLATEA

La scelta del posto giusto per la presentazione è importante. Dipende principalmente dal posizionamento del pubblico nella sala. Le principali tipologie di collocamento dei partecipanti alle presentazioni, con indicazione della corretta collocazione del relatore, sono mostrate in Fig. 2.3. Il criterio più importante è la comodità per vedere l'immagine sullo schermo per ogni ascoltatore.

Se possibile, consigliamo di posizionare lo schermo il più lontano possibile dalla porta d'ingresso per evitare che l'ingresso di qualche ritardatario possa disturbare gli altri.

Infine, è auspicabile che nessuna luce diretta da una finestra cada sullo schermo, rendendo l'immagine sullo schermo non sufficientemente chiara.

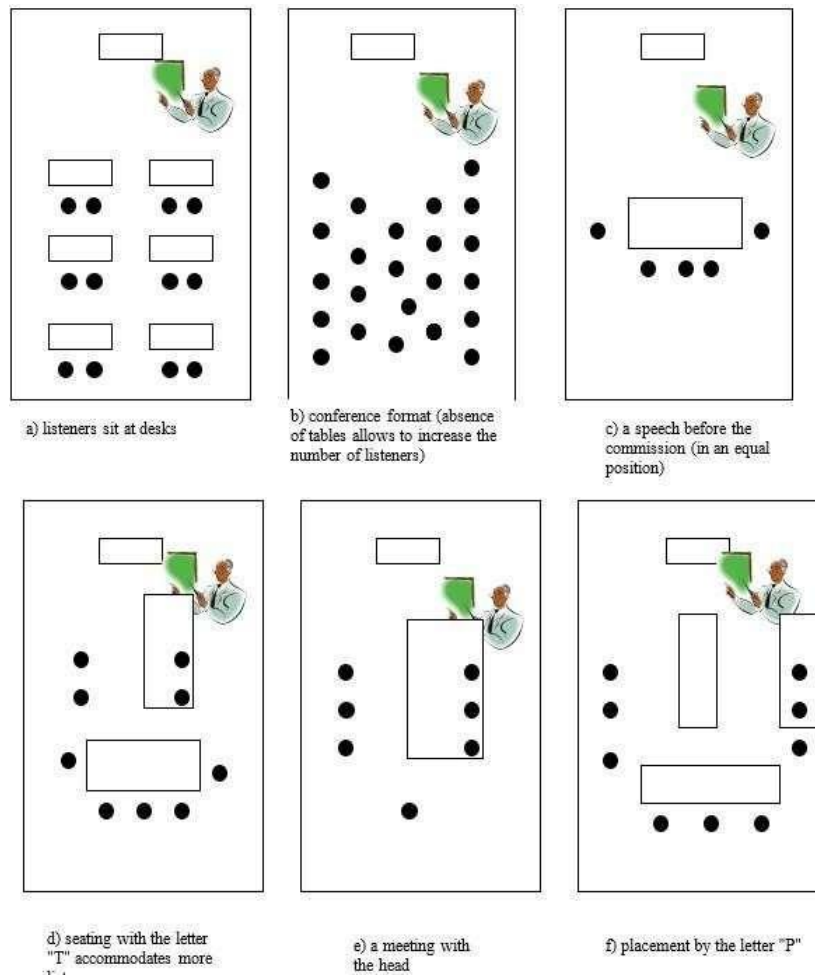


Fig. 2.3. Opzioni più comuni per far sedere i partecipanti in una sala di presentazione

*"Di solito mi ci vogliono più di tre settimane per preparare un buon discorso improvvisato"*

*Mark Twain*

PowerPoint in Microsoft Office ti consente di preparare una presentazione in breve tempo. Quando crei la presentazione, seleziona i vari template incorporati che ti consentiranno di pensare all'intera presentazione dall'inizio alla fine.

Nel menu Formato, la funzione Layout diapositiva apre i possibili layout del contenuto della diapositiva: titolo diapositiva, titolo, titolo con testo, diagrammi, immagini.

I dati presentati nelle diapositive sono legati alle opinioni e alle idee dell'autore, ai suoi gusti artistici e alle capacità tecniche. Allo stesso tempo, vale la pena considerare alcune raccomandazioni che possono essere utili ai relatori:

- Non sovraccaricare la diapositiva di informazioni. I materiali dovrebbero avere una struttura e un contenuto tali che gli ascoltatori possano comprendere rapidamente il contenuto delle informazioni (per chiarezza) e riconoscerlo facilmente (per le dimensioni correttamente selezionate degli elementi dell'immagine proiettata). Troppe informazioni su una singola slide interferiscono con una rapida comprensione dell'argomento nel suo insieme. Inoltre, gli ascoltatori potrebbero perdere informazioni davvero importanti. Pertanto, è importante distribuire uniformemente le informazioni sulle slides previste.
- L'eccessivo dettaglio delle immagini, così come l'uso di immagini di piccole dimensioni, può portare al fatto che le informazioni saranno generalmente visivamente indistinguibili, soprattutto per chi è seduto lontano dallo schermo.
- I caratteri (tipi, dimensioni) devono essere selezionati in base alle condizioni di buona leggibilità e percezione dell'immagine. Vengono utilizzati caratteri come Times New Roman e Arial.
- Per chiarezza, i titoli, il testo, le designazioni alfabetiche e numeriche dovrebbero essere eseguiti con caratteri di dimensioni diverse con dimensioni di almeno 16. Quando si ripete lo stesso testo su più diapositive, ad esempio l'argomento del discorso, si consiglia di mantenere il tipo e la dimensione del carattere.

I caratteri piccoli (dimensione in punti 14 o meno) possono essere utilizzati per caratteri aggiuntivi di cui potresti aver bisogno, ma non destinati ai partecipanti.

A volte è conveniente inserire le seguenti note nella parte inferiore della diapositiva: data di presentazione, luogo (azienda), numero della diapositiva, ecc.

I testi inseriti non dovrebbero essere troppo lunghi. Di norma, una presentazione dura 15 - 20 secondi, quindi il testo non deve contenere più di 9 - 10 righe e ogni riga non deve contenere più di 5 - 6 parole. Nella maggior parte dei casi, è sufficiente inserire solo 3-4 righe su una diapositiva.

**È possibile presentare un solo argomento su una diapositiva!**

*I tentativi di visualizzare sullo schermo il testo completo di ciò che dici a voce garantiranno il fallimento altrettanto completo della presentazione!*

Colore. La combinazione di colori offre ampie possibilità aggiuntive. Nella maggior parte dei casi, i colori vengono utilizzati come caratteristica distintiva, ad esempio in diagrammi, grafici, diagrammi. Puoi anche utilizzare i "colori aziendali" che rappresenti, in particolare nei loghi (nomi di marchi) o nelle intestazioni e nei piè di pagina. L'uso eccessivo dei colori, soprattutto nei diagrammi e

nei grafici, può creare incertezza nell'identificazione. Ciò è particolarmente vero quando vengono utilizzati colori tenui per evidenziare aree vicine o adiacenti dei grafici. Ove possibile, dovresti limitarti a tre colori contrastanti, come blu, rosso e verde.

- Il colore rosso in eccesso può essere percepito come minaccioso o eccessivamente aggressivo. In Russia, le iscrizioni sono spesso scritte in rosso, i numeri sono evidenziati, a indicare il successo ottenuto. In Germania, i cosiddetti "numeri rossi" rappresentano perdite finanziarie.
- Giallo poco adatto per etichette e righe. Se questo colore è proprio necessario, le dimensioni del carattere e la larghezza della linea dovrebbero essere raddoppiate rispetto a quelle usuali.
- Lo sfondo deve essere morbido. Non può essere fatto con un colore "caustico" e accattivante (arancione, rosso brillante, ecc.). I toni del verde sporco, del blu sporco, del viola e di altri colori cupi possono vanificare i tuoi sforzi. In una stanza ben illuminata, uno sfondo troppo chiaro si fonderà con lo schermo. Uno sfondo saturo di luce con lettere nere su di esso sembra preferibile.
- Quadro. Avere una cornice comune che circonda l'intera immagine su una diapositiva conferisce all'immagine un aspetto completo. I frame possono anche inquadrare singole parti dell'immagine visualizzata.
- L'ampia cornice nera (scura) è percepita come un lutto in tutto il mondo.
- Grafici, diagrammi, immagini devono essere appositamente adattati per la proiezione, "facili da leggere" e comprensibili.
- Le tabelle sono usate raramente nelle presentazioni. Se non puoi fare a meno di dimostrarle, usane il meno possibile.
- Non copiare materiali esistenti (copie dirette da libri, riviste, rapporti, ecc.).
- L'animazione consente di utilizzare le funzionalità interattive dell'aspetto dei singoli elementi della diapositiva. È anche facile da impostare in PowerPoint in Effetto animazione presentazione.
- Riproiettare le diapositive può essere difficile, quindi si consiglia di inserire il numero della diapositiva e stampare una copia di tutte le diapositive su carta A4; fornisce un modo pratico e sistematico per creare idee che siano comprese, ricordate e abbiano un impatto a lungo termine.





*"Potrebbero dimenticare quello che hai detto, ma non dimenticheranno mai come li hai fatti sentire"*

*Carl W. Buechner*

Presentare le tue idee è il tipo più comune di discorso pubblico che potrai trovarti a fare. Farai queste presentazioni a un pubblico vario durante eventi formali e conversazioni informali coi colleghi.

Vorremmo attirare la vostra attenzione sull'aspetto informativo della presentazione delle imprese. Non ci si può aspettare che i partecipanti stranieri alle presentazioni dispongano in anticipo di informazioni sufficienti non solo sulla tua organizzazione, ma anche sullo stato dell'economia nazionale nel suo insieme.

Pertanto, non iniziare il tuo intervento con le parole: "Come ben sapete la nostra organizzazione..." o "Voi, ovviamente, conoscete lo stato della nostra economia dopo il recente lockdown..."

## OBIETTIVI DELLA PRESENTAZIONE

Lo scopo della presentazione dell'organizzazione può variare a seconda delle circostanze specifiche ed è determinato principalmente dal pubblico di destinazione.

### Obiettivi della presentazione dell'organizzazione

PUBBLICO DI DESTINAZIONE	OBIETTIVI PRIMARI E SECONDARI DELLA PRESENTAZIONE
Potenziali clienti	Suscitare interesse per il prodotto/servizio offerto dall'azienda. Costruisci un senso di fiducia nell'organizzazione.
Potenziali partner commerciali	Fornire opportunità di collaborazione. Fornisci le informazioni principali sulla tua azienda. Costruisci un senso di fiducia nell'organizzazione. Suscita interesse per la tua azienda.
Partner di formazione e consulenza	Introduci un problema specifico per il quale la tua azienda ha bisogno di consulenza o formazione. Mostrare la relazione di questo problema con la situazione generale dell'organizzazione.
Pubblico	Forma un'immagine positiva della tua azienda.

*Nella tabella 5.1 abbiamo fornito una classificazione dei potenziali obiettivi principali e aggiuntivi che è possibile perseguire, a seconda del pubblico di destinazione.*

## PRESENTAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE PER I POTENZIALI CLIENTI

In generale, la struttura della presentazione dell'organizzazione per i potenziali clienti può essere presentata nella forma seguente:

### ➤ INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA:

- NOME COMPLETO
- POSIZIONE
- ANNO DI FONDAZIONE
- IL NUMERO DEI DIPENDENTI;
- OCCUPAZIONE PRIMARIA
- PRINCIPALI CLIENTI
- VENDITE ANNUALI
- PRINCIPALI MERCATI GEOGRAFICI
- COORDINATE DELLA PAGINA INTERNET AZIENDALE



### MISSIONE DELL'ORGANIZZAZIONE

La missione (filosofia), o scopo, di un'organizzazione è una dichiarazione verbale breve e chiaramente espressa sul suo scopo socialmente significativo a lungo termine. La dichiarazione di intenti può essere ottenuta quando il top management dell'organizzazione risponde alle domande:

- CHI SIAMO?
- COSA FACCIAMO?
- DOVE STIAMO ANDANDO?

La missione dettaglia lo stato dell'azienda, determina le direzioni dello sviluppo dell'organizzazione.

### ✓ STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONALE DELL'ORGANIZZAZIONE.

Si consiglia di presentare la struttura organizzativa e gestionale generale dell'organizzazione, richiamando l'attenzione dei partecipanti sulla sua varietà. I principali tipi di strutture organizzative includono:

- FUNZIONALE.
- DROGA.
- GEOGRAFICA.
- MATRICE
- FOCALIZZATO SUL GRUPPO DI CLIENTI

✓ PRESENTAZIONE DEI PRODOTTI DELL'ORGANIZZAZIONE

Non tutti gli specialisti sono responsabili delle vendite. Pertanto, si consiglia di prestare attenzione alle seguenti proprietà del prodotto:

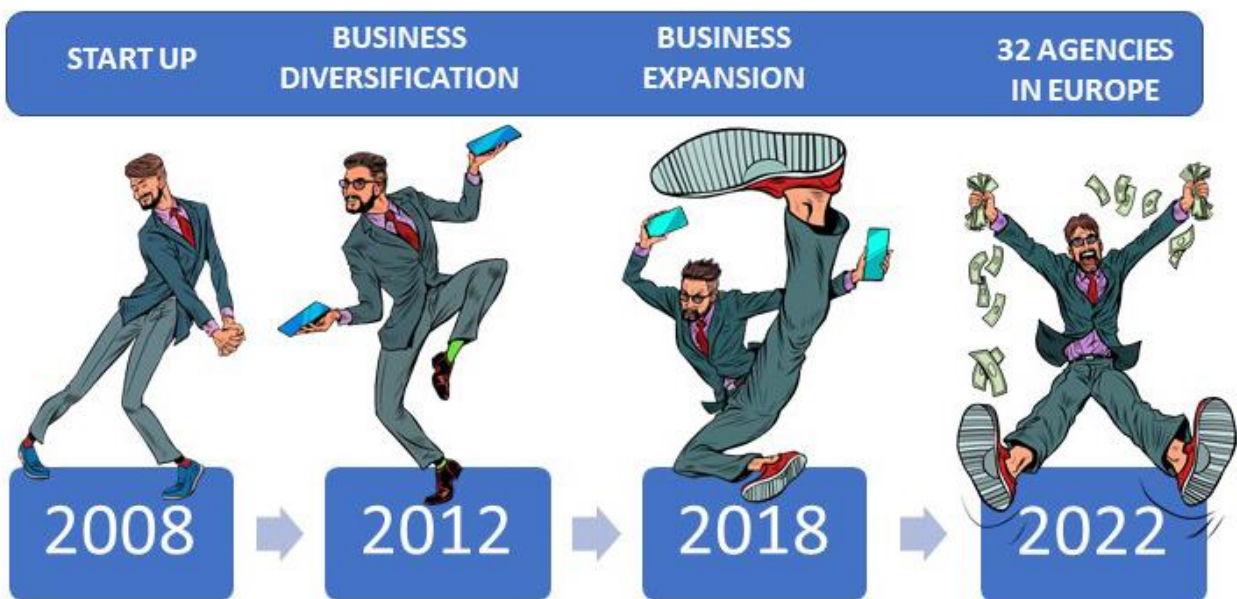
**3**  

---

**4**

- ¼ L'ESIGENZA SODDISFATTA DEL PRODOTTO;
- ¼ CARATTERISTICHE FUNZIONALI DEL PRODOTTO;
- ¼ PROGETTAZIONE;
- ¼ SERVIZIO POST-VENDITA E RIPARAZIONE;
- ¼ GARANZIA;
- ¼ MARCHIO COMMERCIALE.

## OUR COMPANY STORY



## KEY DATES

## PRESENTAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE A POTENZIALI PARTNERS

Esternamente, la struttura di tale presentazione sarà in qualche modo simile alla struttura della presentazione sopra descritta. Tuttavia, ti consigliamo di includere alcune sezioni aggiuntive nella presentazione. Una possibile struttura di presentazione sarà simile a questa:

### ✓ INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA

È possibile utilizzare gli stessi siti di informazioni generali sull'organizzazione come si farebbe per una presentazione di lead. Allo stesso tempo, nel tuo discorso, dovresti concentrarti sulle informazioni che testimoniano la posizione, l'affidabilità e le prospettive della tua organizzazione.

Ad esempio, puoi richiamare l'attenzione dei partecipanti sulla durata dell'esistenza della tua organizzazione (messaggi trasmessi: siamo affidabili, abbiamo molta esperienza e un'alta cultura di produzione); sulla crescita del fatturato annuo (messaggi trasmessi: abbiamo successo, conosciamo bene il mercato, abbiamo buone prospettive, produciamo prodotti di qualità).

### ✓ LA MISSIONE DELL'ORGANIZZAZIONE RIMANE INVARIATA

### ✓ STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONALE DELL'ORGANIZZAZIONE

È importante mostrare la sufficiente adattabilità della struttura della vostra organizzazione per un'interazione di successo con un potenziale partner, prestando particolare attenzione a quelle unità strutturali che potrebbero implementarsi direttamente nella pratica.

### COMPETENZE CHIAVE DELL'ORGANIZZAZIONE

La precedente dimostrazione della struttura dovrebbe anche confermare le competenze della vostra azienda, ovvero le principali "capacità" esistenti dell'organizzazione. Esempi di competenze chiave includono: la capacità di produrre in serie, di ricercare e progettare lo sviluppo, di lavorare in condizioni climatiche estreme, ecc.

### ✓ PRODOTTI DELL'ORGANIZZAZIONE

### ✓ MARCHIO;

### ✓ POSSIBILI AREE DI COOPERAZIONE CON UN POTENZIALE PARTNER.



## PRESENTAZIONE DELL'ORGANIZZAZIONE AL PARTNER DI FORMAZIONE E CONSULENZA

La struttura di una tale presentazione sembra essere abbastanza semplice:

- Informazioni generali sull'azienda: focus sulla storia dell'organizzazione e le problematiche attuali del suo sviluppo.
- Missione dell'organizzazione;
- Profilo dell'attività principale dell'organizzazione;
- Struttura organizzativa e gestionale dell'organizzazione;
- Descrizione del problema: questa, infatti, è la sezione principale della presentazione, dove dovresti approfondire i problemi che devi risolvere, oltre a suggerire l'argomento di consulenza o le aree di studio desiderate.

## PRESENTAZIONE DELL'AZIENDA AL PUBBLICO

La struttura di tale presentazione dovrebbe essere adeguata al tipo di pubblico e allo scopo previsti:

- Informazioni generali sull'azienda
- Missione e valori aziendali dell'organizzazione;
- Prodotti dell'organizzazione.

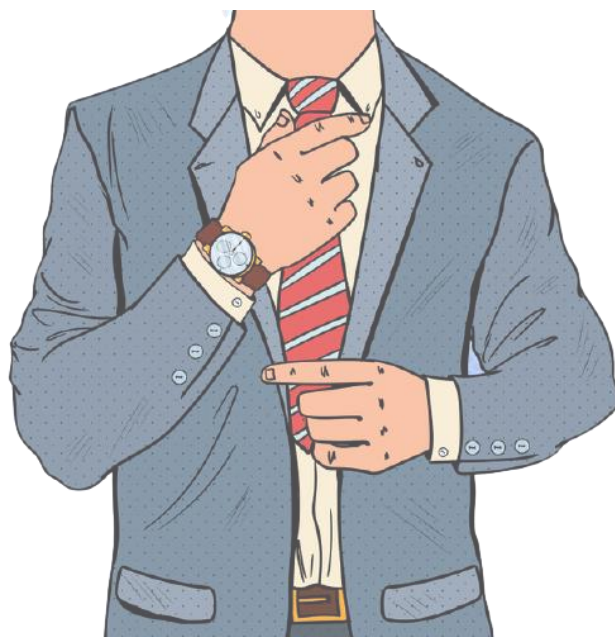
3  
—  
4

¼ disegno

¼ assistenza e riparazione post vendita

¼ di garanzia

¼ marchio





*"Nessuno si lamenta mai che un discorso sia troppo breve!"*

*Ira Hayes*

## PROGETTI

La presentazione di un progetto comporta la presentazione di alcuni lavori da svolgere o che si trovano in una certa fase di attuazione. Può essere presentato anche un lavoro già completato, ad esempio un progetto di laurea.

Il progetto, a differenza di altri lavori, presenta i seguenti evidenti limiti:

un compito specifico:

- UN DATO VOLUME, ESPRESSO IN UNITA' DI MISURA BEN DEFINITE;
- TEMPI SPECIFICATI, COMPRESSE DATE DI INIZIO E FINE;
- L'ESATTO IMPORTO DELLE RISORSE FINANZIARIE, MATERIALI E UMANE RICHIESTE;
- SISTEMA DI CONTROLLO;
- ESECUTORI SPECIFICI RESPONSABILI.



## OBIETTIVI DELLA PRESENTAZIONE

Quando presenti il tuo progetto, di norma inviti i partecipanti alla presentazione a valutare il tuo progetto, ad aiutarti a realizzarlo tu stesso o a prendervi parte.

IN QUESTO CASO, GLI OBIETTIVI PRINCIPALI DELLA PRESENTAZIONE POSSONO ESSERE:

- PROVA DELLA FATTIBILITÀ DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO PROPOSTO.
- STIMOLARE LA FIDUCIA NELLE SUE POTENZIALITÀ E NELLA SUA ATTUAZIONE.
- MOTIVAZIONE A PARTECIPARE AL PROGETTO.

### Progetto di sviluppo professionale

La presentazione del vostro progetto presso un istituto estero avrà piuttosto la natura di un chiarimento finale degli obiettivi. Tale presentazione assumerà la forma di un colloquio orale, la cui struttura sarà definita da esperti stranieri.

Questo significa che non dovrai prepararti? Affatto! Prestare attenzione, in primo luogo, al contenuto della prossima sezione ("Autopresentazioni"). Inoltre, prepara il tuo CV per iscritto. Avrai sicuramente bisogno di entrambi quando farai una presentazione presso un'azienda straniera, che svolgerà il ruolo di organizzazione di formazione e consulenza durante la tua pratica.

La struttura della presentazione in questo caso può essere la seguente:

- BREVE INTRODUZIONE (NOME, TITOLO, FORMAZIONE ED ESPERIENZA);
- INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA;
- STRUTTURA ORGANIZZATIVA E GESTIONE DELL'ORGANIZZAZIONE;
- IL TUO POSTO IN QUESTA STRUTTURA E RELATIVA ESPERIENZA PROFESSIONALE;
- LA TUA UNITÀ (TEMPO DI ESISTENZA, NUMERO);

*problemi chiave: compiti che intendi risolvere rimanendo presso un'azienda straniera. Progetti di consegna del prodotto*

Lo scopo principale delle presentazioni di progetti per la fornitura di prodotti al mercato estero è convincere un potenziale partner dei vantaggi che può ottenere.

La struttura di una presentazione può essere riassunta come segue:

- INTRODUZIONE MOLTO BREVE (NOME, CARICA, AUTORITÀ);
- INFORMAZIONI GENERALI SULL'AZIENDA (FINALITÀ - COSTRUIRE UN SENSO DI FIDUCIA NELLA TUA AZIENDA);
- PRESENTAZIONE DETTAGLIATA DEL PRODOTTO RISPETTO A PRODOTTI GIÀ IN COMMERCIO;
- LA TUA COMPRESIONE DEI POTENZIALI MERCATI E CONSUMATORI;
- UNA DESCRIZIONE DELLE POSSIBILI CONDIZIONI GENERALI E PROCEDURE DI CONSEGNA;

### Risultati aspettati:

Menzione dell'esperienza di successo esistente nella fornitura di prodotti al mercato nazionale ed estero.

Questo tipo di presentazione è il più delle volte il primo passaggio, che può essere seguito da altri passaggi. Con esito favorevole della presentazione, dovrai condurre trattative di vario genere su condizioni e modalità di consegna specifiche, formulare e discutere i relativi contratti. Pertanto, non dovresti complicare la presentazione con tutti i tipi di dettagli.

### Progetti di cooperazione industriale

Progetti di questo tipo sorgono solitamente tra aziende che hanno già esperienza di cooperazione o si conoscono sufficientemente.

La struttura di tale presentazione può apparire in generale come segue (dato che i partecipanti alla presentazione ti conoscono già):

- PANORAMICA GENERALE DELL'ORGANIZZAZIONE;
- IL NOME ESATTO DEL PROGETTO PROPOSTO;
- OBIETTIVO DEL PROGETTO;

- RISULTATI ATTESI RISPETTO A GLI ESISTENTI, COMPRESI QUELLI DI REALI E POTENZIALI CONCORRENTI;
- LE FASE PRINCIPALI DEL PROGETTO;
- REQUISITI DI RISORSE DI VARIO TIPO (PER OGNI FASE E PER IL PROGETTO NEL COMPLESSO);
- IL COSTO DEL PROGETTO (PER OGNI FASE E PER IL PROGETTO NEL COMPLESSO);
- TEMPI DEL PROGETTO;
- FORME PREVISTE E CONTENUTI DI PARTECIPAZIONE DI PARTNER STRANIERI (PER LAVORO E FASI);
- PROSPETTIVA PARTECIPAZIONE FINANZIARIA DI PARTNER ESTERI;
- CONTROLLO CONGIUNTO SULL'ATTUAZIONE DEL PROGETTO;
- RISULTATI ATTESI E LORO DIVISIONE.



*"Se non sai cosa vuoi ottenere con la tua presentazione, neanche il tuo pubblico lo saprà mai"*

Harvey Diamond

## PRESENTAZIONE DI RISULTATI INTERMEDI IN SOCIETÀ ESTERA

### Presentazioni obiettivi:

- incoraggiare i dipendenti della società estera ad aiutarti a risolvere i problemi sorti;
- informare i dipendenti sui risultati raggiunti e sui piani futuri di sviluppo;

Di norma, non dovrai presentare te stesso perché i dipendenti presenti ti conosceranno già. Tuttavia, se la tua presentazione include persone che non conosci dall'azienda, una breve introduzione sarà appropriata.

Ad esempio, è possibile la seguente struttura di una presentazione:

- PRESENTAZIONE DELLO SCOPO DEL TUO INTERVENTO;
- PRESENTAZIONE DEL PIANO ESISTENTE;
- PRESENTAZIONE DEI LAVORI COMPLETATI;
- PRESENTAZIONE DEL LAVORO DA ESEGUIRE;
- PRESENTARE UN PROBLEMA CHE OSTACOLA L'ATTUAZIONE DEL PROGETTO;
- PRESENTAZIONE DELLA TUA VISIONE DI POSSIBILI MODI DI RISOLVERE I PROBLEMI.

## PRESENTAZIONE DEI RISULTATI

### Obiettivi:

- PRESENTAZIONE DEGLI OBIETTIVI;
- PRESENTAZIONE DEL PIANO;
- PRESENTAZIONE DEI LAVORI COMPLETATI;
- PRESENTAZIONE DEI LAVORI ECCEZIONALI;
- PRESENTAZIONE DI POSSIBILI RISULTATI AGGIUNTIVI (NON PIANIFICATI);
- PRESENTAZIONE DELLE PROSPETTIVE PER L'UTILIZZO DEI RISULTATI.

Esiste la possibilità che la direzione dell'azienda ospitante sia presente alla tua presentazione. In questo caso, non dimenticare di iniziare la presentazione con una breve presentazione (la direzione potrebbe averti dimenticato), nonché informazioni sulla tua posizione all'interno dell'azienda. Naturalmente non dimenticherete di esprimere la vostra gratitudine all'azienda che vi ha ospitato e all'istituto di formazione.

*"Il modo migliore per vincere la paura del palcoscenico è sapere di cosa stai parlando"*

Michael H. Mescon

È impossibile descrivere tutte le possibili situazioni che richiedono la tua auto-presentazione a causa della loro molteplicità. Notiamo solo che le tue presentazioni orali saranno le più frequenti. Allo stesso tempo, in alcuni casi, può essere richiesta anche un'auto-presentazione scritta.

**AUTO-PRESENTAZIONE ORALE:** la presentazione orale accompagna quasi tutte le tue presentazioni. Molto spesso si tratta di una breve presentazione. Le caratteristiche principali delle presentazioni orali brevi ed estese sono riportate nella tabella. 7.1.

**RACCOMANDAZIONI AGGIUNTIVE:** nei paesi dell'Europa occidentale, ad esempio in Germania, è raro trovare un leader di alto livello (CEO, direttore finanziario o commerciale, ecc.) in giovane età. Per raggiungere il livello gerarchico più alto, è necessario avere una lunga esperienza lavorativa e accumulare una notevole esperienza. I dipendenti sono molto sensibili alla gerarchia del lavoro, dei titoli e dei gradi, sia propri che dei partner. Raccomandiamo di utilizzare i titoli meno sontuosi possibili quando si definisce la propria posizione e di definire con molta precisione l'ambito delle responsabilità lavorative.

Tabella 7.1 Confronto delle principali tipologie di autopresentazione orale

Caratteristiche principali	Autopresentazione orale breve	Autopresentazione orale estesa
Situazioni in cui è necessaria l'auto-presentazione orale	Qualsiasi performance prima di uno dei destinatari.	Quando definisci gli obiettivi del progetto nella sua fase iniziale. Durante un intervento in reparti specializzati dell'azienda
Obiettivi di auto-presentazione	Introduci le aree chiave della tua competenza lavorativa. Presentati come un leader responsabile di una specifica area di lavoro nella tua organizzazione.	Presentati come uno specialista che svolge determinate funzioni nella tua organizzazione. Aiutare i colleghi stranieri a trovare le persone di contatto appropriate dall'azienda.
Durata consigliata	1 - 3 minuti	5-15 minuti

Contenuto principale	Cognome, Nome	Cognome, Nome
	Specialità	Specialità
	Posizione e, in breve, funzioni principali	Esperienza lavorativa Conoscenze e abilità disponibili.
		Luogo di lavoro (nome, profilo e sede della tua azienda).
		Posizione e funzioni principali.
		Aree in cui hai lacune di conoscenza
		Problemi che vorresti risolvere con l'aiuto di colleghi stranieri.



<p><b>Errori importanti</b></p>	<p>Presentazione di sé troppo lunga (più di 3 minuti).</p> <p>Enfasi sui momenti personali (famiglia, hobby, ecc.).</p> <p>Distrazione su altri argomenti.</p>	<p>Formulazione poco chiara dei tuoi problemi.</p> <p>Riluttanza ad ammettere lacune nelle tue conoscenze.</p> <p>Cercare di abbellire la situazione nella tua organizzazione o nel tuo dipartimento.</p> <p>Valutazione irragionevolmente negativa della situazione nella tua azienda, atteggiamento dispregiativo nei confronti della tua azienda o dei suoi dipendenti.</p>
---------------------------------	--	--





*"Il successo della tua presentazione non sarà giudicato dalla conoscenza che trasmetti, ma da ciò che riceve l'ascoltatore"*

Lilly Walters

### CONTROLLA TUTTO!

Domani hai una presentazione per la quale ti stai preparando da molto tempo. C'è un piano, diapositive preparate, testi stampati ...

Tuttavia, ti consigliamo di ricontrollare tutto:

- Hai registrato la tua presentazione PowerPoint su più supporti (scheda flash, disco, cloud storage)?
- L'ordine delle diapositive segue la logica della presentazione?
- Controllare ogni copia dei testi duplicati. Il numero di copie del testo del discorso è sufficiente, l'ordine delle pagine è corretto.
- Fatti un "bugiardino". La cosa migliore è un cartoncino sottile a5, su cui puoi annotare le posizioni principali del discorso in modo ampio e leggibile con i relativi riferimenti alle diapositive, ecc.
- Ripensa con quali parole aprirai la presentazione (3-4 frasi a memoria).
- Controlla i tuoi vestiti.
- Il tuo abbigliamento dovrebbe essere appropriato per l'evento. Nessuno si aspetta che tu appaia in frac, ma i jeans saranno inappropriati. Un normale tailleur andrà benissimo. È necessaria una cravatta. Dovresti sembrare ben curato, quindi i tuoi pantaloni dovrebbero essere stirati e la tua camicia fresca.
- Le donne non dovrebbero distrarre i partecipanti con abiti eccessivamente alla moda o eccessivamente rivelatori. Anche i vestiti luminosi e le stampe grandi distraggono.
- L'odore forte anche del profumo o della colonia più alla moda potrebbe non essere piacevole per tutti i partecipanti.

Tieni a portata di mano, anche il giorno dell'evento, più di un fazzoletto (una cosa molto necessaria: è così comodo asciugarsi il sudore dalla fronte alla prima presentazione!). Gli uomini potrebbero aver bisogno di una cravatta di riserva e le donne potrebbero aver bisogno di collant (per qualche motivo, sono questi articoli che sono particolarmente spesso sporchi e strappati nel momento più inopportuno!). Non consigliamo di indossare abiti completamente nuovi: ti sentirai a disagio.

### CONTROLLARE L'AULA

Crea un "vantaggio segreto" per te stesso esaminando attentamente e con calma l'area in cui avrà luogo la tua presentazione.

- Locali. Di solito si sa in anticipo in quale dei locali dell'azienda si farà una presentazione. Tuttavia, ti consigliamo di esaminarlo di nuovo: se è apparso qualcosa che interferirà con la presentazione (ad esempio, sono iniziate nelle vicinanze delle riparazioni e ci sarà molto rumore).
- Se possibile, rimuovere l'interferenza o sostituire la stanza. Se hai l'opportunità di scegliere una nuova stanza, ti consigliamo di non sforzarti di fartene dare una molto grande: una stanza di dimensioni ragionevoli è volte è meglio di trovarsi in cinque persone nell'aula magna.

- Fatti dire dove sarà COSA e CHI e DA DOVE o DA CHI sarà possibile ottenere ciò di cui potresti aver bisogno.
- Posizione dei partecipanti. Ricorda la fig. 3.1 e decidi la posizione che occuperai durante la presentazione. In questo punto, accanto a te, dovrebbe esserci un tavolo su cui collocherai i tuoi materiali.
- I mezzi tecnici sono soggetti a verifica obbligatoria.
- Controlla tutti i tipi di strumenti aggiuntivi di cui potresti aver bisogno: un puntatore, pennarelli, carta, spille per spillatrice, forbici, colla, ecc.
- Disposizione dei tavoli. Se ritieni di non essere a tuo agio con l'organizzazione della sala, riorganizza i tavoli e le sedie nell'ordine che preferisci. Questo va fatto alla vigilia o, comunque, prima della presentazione dei partecipanti in sala.
- È comune mettere sui tavoli di fronte a ciascun partecipante delle “bandiere” su cui i partecipanti scriveranno il proprio nome. Se sono disponibili, organizzale: ti torneranno utili per ricordare i nomi di coloro che hanno posto domande e sarà più facile riconoscere i presenti.

È meglio mettere anche dei fogli coi testi dei discorsi, gli opuscoli della tua azienda e altro materiale sui tavoli davanti a ciascun partecipante. Se i partecipanti non ti conoscono ancora, puoi lasciare i tuoi biglietti da visita sui tavoli. Puoi anche scrivere l'argomento del tuo discorso in anticipo su una lavagna o su una lavagna a fogli mobili.



## IL PUBBLICO

Durante la preparazione della presentazione, hai ipotizzato un pubblico specifico di partecipanti. Puoi essere sicuro che il giorno della presentazione incontrerai esattamente il pubblico che immagini?

Ti invitiamo a prendere qualche iniziativa in anticipo. Quando prepari la tua prima presentazione, controlla, se puoi, l'elenco dei potenziali partecipanti. Devi farti un'idea precisa di chi troverai in platea.

## SEZIONE 9. IL PROCESSO DI PRESENTAZIONE

*"Il vostro migliore insegnante è il vostro ultimo errore"*

*Ralph Nader*

Si possono distinguere le seguenti parti principali di una presentazione:

- APERTURA;
- IL DISCORSO VERO E PROPRIO;
- RISPOSTE ALLE DOMANDE DEI PARTECIPANTI;
- DISCUSSIONE;
- CONCLUSIONE.

## DISCORSO ALL'APERTURA DELLA PRESENTAZIONE

L'apertura della presentazione viene solitamente eseguita dal tuo ente ospitante. In altri casi, dovrai iniziare la tua performance da solo.

### INTRODUZIONE

#### • Passaggio 1. Benvenuto

Qualsiasi presentazione inizia con un saluto ai partecipanti. Può essere professionale o piuttosto informale.

La natura del saluto è determinata in base alla composizione dei partecipanti: il livello ufficiale, il grado di conoscenza, la presenza di partecipanti sconosciuti, compresi quelli che non sono dipendenti dell'azienda, il numero di partecipanti (minore è il loro numero, più informale può essere il tuo saluto se, ovviamente, non si tratta di top management).

È possibile utilizzare frasi comuni, ad esempio:

- Signore e signori!
- Cari colleghi!
- Egregio signore... / cara signora...! Caro dottore...

#### ▪ Passaggio 2. Scopo

Il secondo passo per aprire una presentazione è presentare il tema, lo scopo dell'evento, anche se si ritiene che sia già noto ai presenti.

Ad esempio: *"Il tema del mio intervento è il sistema qualità della nostra organizzazione. Vorrei presentare i problemi esistenti e ottenere il vostro supporto in..."*

*"Oggi vorrei presentarvi la nostra azienda. Credo che familiarizzare con la sua esperienza e potenziale produttivo sia molto importante per l'eventuale instaurazione della nostra collaborazione in futuro".*

#### • Passaggio 3. Come lavorare

Successivamente, si annuncia una sorta di "percorso" in modo che i partecipanti alla presentazione possano immaginare l'"obiettivo del percorso". Per fare ciò, presenti i principali elementi strutturali della presentazione; ripartizione per tempo; informazioni su quali materiali aggiuntivi riceveranno i partecipanti (se necessario).

Ad esempio: *"Il mio intervento sarà composto da tre parti: una descrizione del potenziale del personale della nostra organizzazione, il sistema esistente di motivazione del personale e problemi in quest'area. Credo che ci vorranno fino a 20 minuti. Dopo di che sarò felice di rispondere a eventuali domande. Se sei interessato, sono pronto a darti materiale aggiuntivo sull'argomento del mio intervento. Penso che lavoreremo non più di un'ora, e se questa volta non è sufficiente, poi ci metteremo d'accordo sul prossimo incontro".*



- **Passaggio 4. Collaborazione**

È necessario stimolare i partecipanti a collaborare attivamente durante la presentazione. Ciò si ottiene se:

- ✓ Poni domande ai partecipanti durante la presentazione.
- ✓ Mostri i vantaggi diretti ai partecipanti.
- ✓ "Provochi" i partecipanti. Una "provocazione" può essere, ad esempio, proporre una tesi curiosa, paradossale, audace...

- **Inoltre**

- ✓ Sii positivo: pensa a qualcosa di piacevole.
- ✓ Prima di iniziare a parlare, stabilisci il contatto visivo con il pubblico. I tuoi ascoltatori percepiranno questo come una "alleanza" con loro.
- ✓ Smetti di guardare qualcuno che già conosci, anche se ti dà maggiore sicurezza. Ma non cercare di "ipnotizzare" una persona: includi l'intera cerchia di partecipanti nel tuo guardare l'aula.
- ✓ Inizia a parlare ad alta voce e in modo chiaro (saluto, introduzione, argomento...).
- ✓ Cerca di evitare la balbuzie e soprattutto le frasi parassite. Ad esempio, la frase: "sono una specie di direttore marketing" farà precipitare il pubblico in un completo sconcerto per capire con chi stanno effettivamente incontrando.

Ostacolo	La tua reazione
Alcuni dei partecipanti entrano in aula senza mascherina.	Non essere nervoso! Assicurati solo che la ventilazione nella stanza sia sufficiente.
Il membro più anziano è in ritardo.	Chiedi al prossimo in lista se puoi iniziare a parlare tu.
Alcuni dei partecipanti si sono alzati e hanno lasciato il pubblico.	Niente panico! Continua la tua brillante performance.
Qualcuno è stato chiamato dal pubblico.	Non è affatto un tuo problema. Veramente.
Alcuni dei partecipanti fanno domande.	Sei fortunato: la tua presentazione ha suscitato un vivo interesse. Se le domande riguardano l'ordine della presentazione, l'argomento, la comprensione del contenuto, allora sono utili! Le domande ci aiutano a costruire la conoscenza!
Alcune domande ti distraggono o sembrano fuori luogo.	Puoi, in modo calmo e amichevole, invitarli a discuterne in seguito al di fuori della presentazione. Fai finta di annotare queste domande. Così facendo placherai l'aggressività e le affermazioni relative a tali problemi.
Ti sembra che qualcuno agisca in modo provocatorio.	Non cercare di fare commenti sarcastici su questo partecipante o prendere in giro le sue domande: la simpatia dei tuoi colleghi non sarà dalla tua parte... Non perdere la calma e continua con calma il tuo discorso. Alla fine è meglio così che avere un intero pubblico addormentato.

Tabella 9.1 - Potenziali interferenze



### Struttura

Naturalmente solo tu stesso puoi e devi stabilire il contenuto della parte principale del tuo discorso. È importante strutturare la presentazione non solo con sufficiente completezza, ma anche in modo organizzato.

Raccomandiamo di suddividere il contenuto della parte principale del discorso in punti principali e sottopunti logicamente correlati. Allo stesso tempo, pensa a quanto materiale il tuo pubblico sarà in grado di assorbire nel tempo di presentazione programmato.

### Raccomandazioni per la parte principale del discorso

Cerca di parlare fluentemente, anche se la lingua straniera non è il tuo "forte". Tuttavia, non dovrebbe esserci una memorizzazione evidente nel tuo discorso: sarai sviato dalla prima domanda intermedia. L'unica via d'uscita è l'allenamento.

Inizia presentando la struttura del corpo principale (fornisci una panoramica o visualizza la struttura su una lavagna a fogli mobili o diapositiva).

Usa la potenza della tua voce in modo mirato. Varia la forza, la tonalità e il ritmo del discorso per evidenziare i punti essenziali, presta attenzione alle connessioni logiche e focalizza l'attenzione degli ascoltatori.

Crea frasi brevi e chiare con pause mirate, soprattutto se stai facendo una presentazione in una lingua straniera.

Maneggia il gergo professionale con estrema cautela: di norma, la sua traduzione diretta in una lingua straniera è impossibile! Studia specialmente i termini necessari in una lingua straniera.

Non cercare di nascondere la tua mancanza di padronanza nell'uso di una lingua straniera. Non aver paura di scrivere male se non parli correntemente la lingua. Sentiti libero di chiedere di nuovo se non capisci la domanda.

- PARLA IN MODO PERSONALE ("Io").
- NON TRATTENERE I TUOI GESTI. ATTIVA I TUOI GESTI COME NECESSARIO.
- NON STARE FERMO. TUTTAVIA, NON GIOCARE CON MATITA, PUNTATORE O ALTRI OGGETTI. USALI SOLO PER LAVORO.

Tabella 9.2

Possibili interferenze nella parte principale

Ostacolo	La tua reazione
Hai dimenticato una frase preparata.	Descrivi in altre parole cosa volevi dire. Probabilmente inventerai qualcosa di eccezionale.
Improvvisamente ti rendi conto di aver commesso un errore.	Continua a parlare o correggiti, ma non scusarti. A volte l'errore è un nuovo percorso.
C'è un guasto tecnico/blackout	Prova a smettere di usare quel dispositivo. Se non è possibile, fai una breve pausa per la risoluzione dei problemi. E tieni sempre pronto un "piano B".

## CONCLUSIONI

In conclusione, riassumi ancora brevemente i punti più significativi della tua presentazione. Evita affermazioni conclusive come: "Questo è tutto", e così via. Esprimi la tua personale gratitudine al pubblico per la sua partecipazione.

Se, dopo la presentazione, è prevista una discussione ed è stato incaricato un dipendente per il suo svolgimento (il cosiddetto moderatore), allora dargli la parola.

## RACCOMANDAZIONI SU COME USARE ATTREZZATURE TECNICHE

Assicurati di mostrare solo il contenuto attualmente in discussione.

Assicurati che, se possibile, tutti i presenti possano vedere quanto proietti. Quando spieghi, girati verso i partecipanti, non verso la lavagna.

Indica lo schermo con la mano (non con il dito). Non oscurare l'immagine.

## DISCUSSIONE E RISPOSTE ALLE DOMANDE Come comportarsi durante una discussione

Si ti verranno poste domande sulla tua presentazione, queste non indicano un fallimento. Al contrario, è la conferma che la tua presentazione non ha lasciato indifferenti i suoi partecipanti, cioè ha avuto successo.

Affinché la discussione abbia successo, deve essere di natura positiva e concreta, obiettiva e approfondita. Uno scontro col pubblico, reciproche rivendicazioni, rimproveri e lamentele è inaccettabile. È impossibile sostituire una discussione oggettiva dell'argomento con un chiarimento soggettivo delle relazioni interpersonali degli oppositori. Questo porta solo a conflitti e inimicizia dei partecipanti e, soprattutto, all'esacerbazione del problema.

### Alcuni consigli pratici:

Fare concessioni su questioni non di principio ed essere risoluti nel sostenere posizioni di principio. Dimostra una mente aperta nel valutare le opinioni e le posizioni degli avversari. Mostra flessibilità nel tuo approccio nel valutare le opinioni e le posizioni degli avversari. Rendi omaggio alle parti buone del discorso e degli argomenti dell'avversario.

In nessun caso è consentito sostituire la discussione dell'argomento con chiarimenti sui rapporti interpersonali con gli oppositori: critiche, insulti, rimproveri, litigi.

Parla in una lingua che tutti comprendano o utilizza i servizi di un interprete. Spesso, anche espressioni apparentemente diffuse come "costi", "benefici sociali", "filiale", "succursale", "joint venture" richiedono un coordinamento aggiuntivo, poiché dietro le legislazioni nazionali dei diversi paesi si trovano contenuti non corrispondenti.

#### **Posizionamento e linguaggio del corpo:**

- Non avvicinarti troppo all'interlocutore;
- Posizionati di fronte al pubblico stando bene dritto sulla schiena inclinando leggermente il corpo in avanti;
- Stabilisci un contatto visivo con il pubblico;
- Non agitare le braccia e non muoverti troppo durante il discorso;
- Tieni le mani libere, non metterle in tasca, mostra al pubblico i palmi delle mani (apertura), non le spalle.

#### **DOMANDE E RISPOSTE**

La parte più importante e decisiva della discussione è, di regola, il momento dedicato alle domande e risposte.

Le domande consentono di svolgere le seguenti attività:

- Identificare o chiarire i bisogni e le motivazioni dei partecipanti;
- Regolare la propria posizione;
- Regolare delicatamente e senza conflitti la posizione dell'avversario in base alla propria posizione; coinvolgere il partner in una discussione attiva del problema, renderlo complice nella sua soluzione;
- Creare un'atmosfera di fiducia;
- Dar spazio anche al tuo avversario (alle persone piace parlare di se stesse).

### **SEZIONE 10. CREARE UNA PRESENTAZIONE POWERPOINT**

(eh sì, persino nel 2022 molta gente lo usa ancora!)

*Le presentazioni PowerPoint sono state a lungo lo standard in vari aspetti della vita aziendale. Questo programma ti consente di creare un accompagnamento al tuo discorso, senza l'aiuto di costosi specialisti. Qualsiasi utente che lavora con Microsoft Office può padroneggiare il programma.*

#### **Creazione di presentazioni**

Il processo di creazione di una presentazione in Microsoft PowerPoint consiste in azioni come la scelta di un design generale, l'aggiunta di nuove diapositive e il loro contenuto, modificare il design delle diapositive, la modifica della combinazione di colori, l'applicazione di vari modelli e la creazione di effetti di animazione delle diapositive.

Avvia Microsoft PowerPoint. Per salvare la presentazione, seleziona il comando Salva con nome dal menu File, specifica il nome della presentazione e specifica la cartella in cui salvare la presentazione, fai clic su Salva.

Per aprire una presentazione salvata, ci sono due opzioni: avviare Microsoft PowerPoint, selezionare il comando Apri dal menu File, trovare la presentazione richiesta e fare clic sul pulsante Apri.

Microsoft PowerPoint offre diverse opzioni per la creazione di una presentazione:

- Crea. Le diapositive hanno un minimo di elementi di design e i colori non vengono applicati ad esse.
- Crea da una presentazione esistente. La presentazione viene creata sulla base di una presentazione esistente con il design specificato. Viene creata una copia di una presentazione esistente, che consente di creare una nuova presentazione modificando l'aspetto grafico della presentazione originale.
- Crea con un modello. La presentazione si basa su un modello di Microsoft PowerPoint esistente che contiene elementi di progettazione di base, caratteri e una combinazione di colori.
- Modelli con contenuto suggerito. Utilizza la "Creazione guidata contenuto automatico" per applicare un modello di progettazione che includa il testo suggerito per le diapositive. Quindi vengono apportate le modifiche necessarie al testo proposto.

Il modo più semplice e veloce per creare presentazioni è con il contenuto automatico. Per fare ciò, nel menu Visualizza, seleziona Barre degli strumenti, Standard e Task Panel. Viene visualizzata un'area sulla destra, nell'area Crea presentazione, selezionare Procedure guidate per i contenuti automatici.

### Lavorare con le diapositive

Una diapositiva è l'elemento principale della presentazione, un foglio di lavoro su cui vengono inseriti testo, diagrammi, tabelle, immagini. Per inserire una nuova diapositiva nelle barre degli strumenti, scegli Nuovo oppure nel menu Inserisci, scegli Nuova diapositiva.

**Diapositive duplicate all'interno di una presentazione.** Le diapositive duplicate vengono inserite subito dopo le diapositive selezionate.

Nel riquadro Struttura o nel riquadro Visualizzazione normale Diapositive, seleziona le diapositive che desideri duplicare. (Se vuoi selezionare più diapositive adiacenti, fai MAIUSC-clic sulla prima e sull'ultima della riga. Per selezionare le diapositive fuori ordine, fai CTRL-clic su ciascuna di esse.)

Dal menu Inserisci, scegli Duplica diapositiva.

Per modificare l'ordine delle diapositive, esegui una delle seguenti operazioni:

Nel riquadro Struttura, nella visualizzazione normale, seleziona una o più icone delle diapositive e trascina le icone selezionate in una nuova posizione.

Nell'area Diapositive, in visualizzazione Normale, seleziona una o più anteprime delle diapositive e trascina le anteprime selezionate in una nuova posizione.

Nella visualizzazione Sequenza diapositive, seleziona una o più miniature delle diapositive e trascina le miniature selezionate in una nuova posizione.

Per selezionare più diapositive dalla stessa riga, fai MAIUSC-clic sulle loro icone o miniature. Per eliminare una diapositiva: nel menu Modifica, seleziona Elimina diapositiva.

Per inserire testo, un grafico, una tabella in una diapositiva, devi andare nel menu Formato, selezionare il comando Layout diapositiva.

Dai Layout a destra, scegli quello più adatto ai tuoi contenuti:

- titolo;
- due colonne di testo;
- diapositiva vuota;
- immagine;
- tavolo;
- diagramma;
- organigramma, ecc.



### Avvia una presentazione di diapositive

Fare clic sul pulsante Presentazione nell'angolo inferiore sinistro della finestra di Microsoft PowerPoint oppure nel menu Presentazione fare clic su Avvia presentazione o premere F5.

Durante la visualizzazione delle diapositive, utilizzare i seguenti comandi:

- Passare alla diapositiva successiva utilizzando il tasto sinistro del mouse o premere la BARRA SPAZIATRICE o INVIO.
- Passare alla diapositiva precedente utilizzando il tasto BACKSPACE o fare clic con il pulsante destro del mouse e selezionare Indietro dal menu contestuale.
- È possibile terminare la presentazione facendo clic con il pulsante destro del mouse e selezionando il comando Esci.

Aggiungi il corpo o il testo dell'intestazione

Fare clic nella cornice di testo e inserire il testo o incollarlo dagli appunti. Se il testo non si adatta alla cornice, la dimensione del carattere e l'interlinea diminuiranno quando si aggiunge del testo in modo che il testo rientri nella cornice.

### Scelta dei Font

Quando scegli i caratteri, dovresti essere guidato dai seguenti principi:

- Il carattere scelto determina l'impatto del messaggio sugli ascoltatori. Per un pubblico conservatore e messaggi seri, scegli un carattere più rigoroso (ad es. Times New Roman); per i messaggi più "frivoli", scegli un font "divertente" (es. Comic Sans MS).
- I font Serif come Times New Roman e Bookman sono facili da leggere, quindi vengono utilizzati quando si usano grandi quantità di testo. I caratteri sans serif come Arial e Verdana sono più semplici; hanno un aspetto migliore nelle intestazioni e nei piè di pagina.
- Per migliorare la leggibilità, il colore del testo deve essere in contrasto sufficiente con il colore dello sfondo. Usa il grassetto e il corsivo solo per enfatizzare: l'uso frequente ne indebolisce l'efficacia.
- Si sconsiglia di utilizzare troppi caratteri diversi nella presentazione.

La modifica del carattere di un singolo paragrafo può essere effettuata selezionando il testo desiderato con il mouse. Per modificare il carattere di tutto il testo in una cornice, seleziona tutto il testo con il mouse o seleziona la cornice con il testo. Per selezionare una cornice, fare prima clic sul testo. Il bordo della cornice verrà evidenziato. Posiziona il puntatore sul bordo e fai clic su di esso. Le linee di confine diventano più spesse e appaiono con dei punti. La cornice è ora selezionata. Sulla barra degli strumenti Formattazione, nel campo Carattere, selezionare il carattere desiderato. È inoltre possibile utilizzare la finestra di dialogo Carattere dal menu Formato



per modificare il carattere per il testo. Inoltre, questa finestra di dialogo consente di specificare altre opzioni di formattazione come la dimensione del carattere, il grassetto o il corsivo e il colore

## Stile di presentazione

Microsoft PowerPoint ti dà la possibilità di creare stili di presentazione utilizzando modelli di design che possono essere utilizzati in una presentazione per darle un aspetto professionale.

Area attività - Il Generatore diapositive ti consente di visualizzare in anteprima e applicare modelli durante la progettazione della presentazione. Il modello selezionato può essere applicato a tutte le diapositive o solo ad alcune di esse. Inoltre, è possibile utilizzare più tipi di modelli per progettare la stessa presentazione.

Le combinazioni di colori rendono anche più luminosa la tua presentazione. La combinazione di colori è composta da otto colori utilizzati nella progettazione delle diapositive per evidenziare lo sfondo, il testo o le singole linee, le ombre discendenti, il testo del titolo, i riempimenti, gli accenti e i collegamenti ipertestuali. La combinazione di colori della presentazione è impostata nel modello di progettazione applicato.

Per visualizzare la combinazione di colori di una diapositiva, selezionarla e quindi visualizzarla nell'area delle attività dello schermo Progettazione diapositive - Combinazioni di colori. La combinazione di colori della diapositiva corrente apparirà evidenziata nel riquadro attività.

La combinazione di colori può essere modificata. Ad esempio, se utilizzi spesso lo stesso modello di design e desideri modificare leggermente il design, cambia l'accento o il colore di sfondo. Puoi anche sostituire i colori della presentazione con colori appropriati per l'evento descritto.

Per cambiare lo sfondo, seleziona le diapositive desiderate mentre sei nella visualizzazione normale. In caso contrario, la modifica verrà applicata a tutte le diapositive che seguono la prima selezionata nel modello struttura. Nel menu Formato, scegli Sfondo. A destra della casella Riempimento sfondo, fai clic sul pulsante freccia ed esegui una delle seguenti operazioni:

## Area delle note

Le note sono importanti per il relatore, consentono di lasciare commenti, spiegazioni per le singole diapositive. Inserisci e formatta il testo nelle tue note come al solito. Per visualizzare in anteprima l'aspetto delle note stampate e la formattazione applicata (come i caratteri a colori), passare a revisione in alto. Puoi anche controllare e modificare le intestazioni e i piè di pagina in modalità di anteprima.

Le note delle diapositive della presentazione possono essere stampate come note e utilizzarle sia come riferimento durante la presentazione sia per distribuirle al pubblico, se le note sono destinate a loro, come supplemento alle diapositive mostrate.

Per ingrandire, riposizionare o formattare l'area di posizionamento della diapositiva o l'area delle note, vai alla visualizzazione Pagine note e apporta le modifiche desiderate.

PowerPoint è appositamente progettato per creare una presentazione rapida, brillante ed efficace del tuo progetto.

## E ora due tipi di video motivazionali (con sottotitoli):

Il primo è molto serio e razionale, qualcuno lo chiamerebbe anche asciutto e tecnico, ma se presenti a questo tipo di persone, dai un'occhiata: <https://www.youtube.com/watch?v=N1fVL4AQEW8>



# METODI OSSERVAZIONALI E CHECKLIST PER LA VALUTAZIONE DEL PARLARE IN PUBBLICO



# METODI OSSERVAZIONALI E CHECKLIST

## PER LA VALUTAZIONE DEL PARLARE IN PUBBLICO

### INTRODUZIONE

Attraverso questo capitolo si contribuirà all'insegnamento delle tecniche di osservazione per la valutazione dei formatori da parte dei direttori dei centri di formazione. Il nostro obiettivo è che, dopo aver completato questo capitolo, i beneficiari siano in grado di identificare i punti di forza e di debolezza dei formatori, in modo che possano sviluppare un piano di formazione personalizzato basato sui bisogni identificati al fine di migliorare le abilità e la capacità di parlare in pubblico.

Attraverso il materiale sviluppato in questo capitolo, i coordinatori dei centri di formazione impareranno le strategie per lavorare con i formatori in modo che possano capitalizzare il loro potenziale e migliorare le loro qualità di relatori durante l'organizzazione di presentazioni pubbliche. La realizzazione di questo corso, rivolto ai gestori dei centri di formazione, rappresenta uno sforzo importante per bilanciare le competenze, le materie e le strategie di attuazione. Riteniamo che gli esperti che supervisionano le attività di formazione all'interno dei centri specializzati, dovrebbero essere molto bravi in termini di valutazione dei formatori attraverso il metodo di osservazione al fine di migliorare il risultato finale.

Quindi, abbiamo sviluppato una serie di metodi ed esempi di liste di controllo che puoi trovare di seguito. Sentiti libero di selezionare uno di questi obiettivi specifici:

- Progettazione di corsi di formazione;
- Valutazione dei formatori;
- Capire i tuoi punti di forza e di debolezza;
- Sviluppare una formazione di formatori;
- Modalità di applicazione delle tecniche di osservazione

Quando si intende utilizzare la tecnica di osservazione per valutare i comportamenti e le abilità dei formatori, è necessario selezionare un campione di osservazione. Il modo migliore è essere fisicamente presenti al corso perché capirai attraverso la tua esperienza come si svolge il corso essendo nella posizione del partecipante. Potrai completare la checklist presentata in questo capitolo, che ti aiuterà ad intervenire con suggerimenti ai formatori per migliorare la loro prestazione.

Va detto che l'opzione presentata sopra non è sempre applicabile, dipende dal contesto in cui si svolge il corso, quindi puoi considerare anche le seguenti opzioni come vantaggi correlati: chiedi al trainer di registrare il corso che stai seguendo, in modo da poter analizzare il video. Anche se è una procedura più lunga che non consente l'interazione con il trainer, hai il vantaggio di guardare diverse sequenze che ti interessano, rilevanti nel processo di valutazione.



Un altro metodo per analizzare il discorso dei formatori è quello di osservarli in altri contesti, ovvero: interviste, presentazioni pubblicate su diversi canali social, ecc.

Puoi anche fare una discussione libera con il formatore nella quale offrirgli diversi scenari situazionali e, in base alle risposte, capirai come l'istruttore reagisce alle situazioni critiche della classe e come fa una presentazione del materiale di qualità e accessibile.

Un altro metodo sarebbe quello di sviluppare un gioco di ruolo in cui il formatore si metta nella tua situazione e debba sviluppare un piano di intervento per lo sviluppo delle capacità didattiche e oratorie come risultato dei punti di forza e di debolezza che ha individuato nella tua; sarà un metodo valido e pertinente per il miglioramento delle proprie competenze da parte del formatore per sostenere un percorso di qualità.

In conclusione, puoi utilizzare le seguenti strategie di osservazione del trainer:

- Partecipando al corso;
- Analizzando la registrazione video di un corso;
- Analizzando altri contenuti educativi anche in contesti diversi;
- Attraverso un colloquio senza domande, che lo metterebbero in difficoltà;
- Creando una situazione che determini l'importanza di sviluppare un percorso di qualità, consapevolezza e rimediare alle debolezze (gioco di ruolo);



Abbiamo proposto di concentrarci il più possibile sugli indicatori comportamentali e osservabili, tenendo conto della comunicazione verbale e non verbale. In questo modo sarai in grado di comprendere chiaramente gli elementi che devi osservare e che devono essere migliorati.

### **Qual è il giusto tono di voce che il trainer dovrebbe usare?**

La voce del formatore è molto importante quando si presenta il materiale del corso per catturare e mantenere l'attenzione del pubblico. Ci sono diversi aspetti che possiamo considerare quando facciamo una valutazione di come il formatore usa la voce. È una buona idea suggerire ai formatori di allenare la propria voce prima di pronunciare un discorso pubblico.



### **Indicatore - volume vocale**

Il volume della voce, sembra banale dirlo, è uno degli elementi principali per mantenere l'attenzione degli studenti. Questo non significa che debba essere usato un tono alto, che darebbe fastidio a chi ti circonda; si raccomanda che il tono della voce di chi parla sia costante, per evitare la monotonia, assicurandosi che venga ascoltato dalle persone nell'ultima fila.

#### ***Indicatori del volume della voce e lista di controllo:***

- Nella presentazione del corso il formatore deve avere una voce chiara, udibile in tutta l'aula;
- Il formatore si assicurerà che l'impianto audio sia adeguato;
- Il tono della voce è modulato sui materiali audiovisivi presentati;

### **Indicatore - pausa**

Le interruzioni del discorso durante la presentazione del materiale didattico hanno il ruolo di facilitare la comprensione del contenuto, essendo anche un momento per ricevere feedback dai partecipanti. Presentare il contenuto troppo rapidamente non contribuisce adeguatamente allo sviluppo delle conoscenze dei partecipanti in quanto non riuscirebbero a memorizzare correttamente le nuove informazioni trasmesse a causa della "velocità dell'informazione" trasmessa dal trainer.

Il formatore può utilizzare le pause durante il discorso per separare i concetti e contribuire alla sedimentazione delle conoscenze degli studenti. Quando vengono introdotte determinate nozioni, termini meno utilizzati e complessi, è bene usare pause e assicurarsi che i partecipanti abbiano compreso il tuo messaggio (eventualmente intervieni tramite spiegazioni aggiuntive se ci sono richieste da parte degli studenti o se noti che sono confusi). Ciò aiuterà i partecipanti a concentrarsi sul termine tecnico e a porre domande ragionevoli su tale elemento.

#### ***La checklist per l'elemento "pausa" è:***

- Il formatore utilizzerà le pause per separare i concetti;
- Al momento del discorso, il relatore si prenderà una pausa dopo aver presentato un argomento complesso;
- L'oratore utilizzerà le pause quando vuole stimolare il pubblico;



L'uso delle pause durante il discorso aiuta a facilitare la comprensione del contenuto che, nel caso venisse illustrato troppo velocemente, sarebbe difficilmente assimilabile. Con l'aiuto delle pause, gli studenti possono interagire con il formatore, esprimere le proprie opinioni, impressioni e porre domande ragionevoli come: Qual è il significato di questo messaggio/termine Perché viene utilizzato in questo contesto, etc.

**Lista di controllo del ritmo delle idee:**

- L'oratore usa le inflessioni della voce per attirare l'attenzione dei partecipanti;
- Ogni volta che viene affrontato un argomento complesso, il formatore farà una breve pausa durante la presentazione;
- Nel coinvolgimento partecipativo degli studenti, il relatore si prenderà una pausa e provocherà il dibattito sul rispettivo argomento, ottenendo contestualmente feedback;

**Indicatore - espressività vocale**

Un altro aspetto importante attraverso il quale l'oratore attira l'attenzione attraverso la voce sono le inflessioni del tono. In letteratura si raccomanda che per il corretto uso della voce ci sia una frequenza di tonalità. Il tono durante il discorso è un modo efficace per enfatizzare alcuni elementi del discorso e anche per aggiungere carica emotiva al contenuto, al messaggio trasmesso. Puoi formare i partecipanti alle discussioni su questo argomento, puoi incoraggiare l'umorismo ed esprimere ciò che ti sei prefissato di fare.

Utilizzando un tono monotono c'è una grande possibilità di infastidire i partecipanti. Il materiale che presenti, anche se è preparato con un approccio professionale, ma esposto con una presentazione monotona e poco attraente, perde di interesse per il pubblico.

**Lista di controllo degli indicatori positivi per quanto riguarda l'espressività vocale:**

- Nelle presentazioni durante i corsi, il relatore utilizzerà un tono di voce vario;
- Si tenga presente che il tono di voce aiuta a comprendere il contenuto del materiale presentato;
- Il tono della voce di chi parla è congruente con il contenuto verbale;

**Indicatore - Uso di espressioni facciali e gesti**

I gesti spesso aiutano le persone a comprendere meglio il contenuto della comunicazione. I gesti aiutano le persone a capire meglio cosa vuoi esprimere, possono mostrare un certo nervosismo di chi parla, nervosismo che si può trasmettere al pubblico.

**Indicatori del gesto:**

- I gesti utilizzati dall'oratore illustrano il contenuto del discorso;
- I gesti sono sincroni con il parlato;
- L'oratore usa gesti aperti e simmetrici;
- L'oratore non usa gesti con spazio limitato;



Al fine di comprendere correttamente gli indicatori citati, presenteremo una breve descrizione di ciascuno di essi.

### **Gesti illustrativi:**

Sono prodotti durante la comunicazione verbale e sono usati per illustrare ciò che l'oratore sta dicendo. Ci sono gesti consapevoli che variano molto a seconda della cultura. I gesti illustrativi "servono la parola" non la spiegano, la accentuano, la sottolineano o le impongono un ritmo che una parola non sorretta dai gesti non avrebbe.

È consigliabile che l'oratore utilizzi questi gesti per attirare l'attenzione sul discorso.

- Utilizzando gesti simmetrici, comunicherai certezza delle proprie affermazioni. In generale, questa percezione è trasferibile al pubblico. Attraverso una postura ferma ma non rigida, trasmetterai una sicurezza in più.
- L'uso di gesti insoliti (battito di mani/schiocco delle dita) sono poco consigliabili se non sono giustificabili col contenuto del discorso. L'uso di una comunicazione incerta può ridurre la percezione di credibilità di chi parla. Ti consigliamo di non usare gesti di auto-contatto che possono suggerire tensione e ansia. L'uso eccessivo di questi gesti può ridurre la credibilità dell'oratore presso il pubblico, quindi si consiglia di evitarli.
- È necessario tenere presente che i gesti di auto-contatto possono avere il seguente significato:
- Braccia incrociate o che coprono il corpo - possono trasmettere il rifiuto di comunicare; se si vuole trasmettere fiducia è necessario tenere le braccia il più aperte possibile;
- Gesti nervosi - il più delle volte trasmettono insicurezza, paura e stress attraverso movimenti ripetitivi delle mani e dei piedi; tic nervosi (chiudere le mani, giocare con i gioielli, sistemare i capelli, ecc.) tradiscono la tua tensione e paura, quindi ti consigliamo quando parli in pubblico di limitare questi gesti;
- Le mani in tasca o le mani dietro la schiena possono significare che stai nascondendo qualcosa e non sei abbastanza onesto, il che non ha un impatto positivo sul pubblico; puoi ad esempio tenere una mano in tasca mentre cammini davanti al pubblico, questo gesto può trasmettere familiarità al pubblico e stabilire relazioni empatiche, ma tieni presente che non puoi tenere una mano in tasca per tutta la durata della presentazione;
- Il dito indice rivolto al pubblico - può incitare all'azione o può anche significare aggressività se al momento della presentazione non controlli il tuo tono vocale; potresti rischiare di provocare reazioni negative da parte del pubblico; ad esempio, puoi alzare il dito indice quando presenti un aspetto importante del supporto del corso;
- Se quando fai una presentazione in pubblico tieni la mano davanti alla bocca il più delle volte ciò rappresenta falsità, ecco perché consigliamo che l'oratore non si copra la bocca con la mano perché rischia di perdere immediatamente la fiducia del pubblico, è un gesto che può essere interpretato come negativo;

È importante essere onesto, comunicativo, aperto a usare gesti ampi per il pubblico, questo ti aiuterà a connetterti facilmente con tutti.

La simmetria dei gesti contribuisce a migliorare l'efficacia comunicativa. Generalmente utilizziamo gesti asimmetrici in situazioni di incertezza. Ecco perché i gesti asimmetrici dovrebbero essere ridotti davanti al pubblico.

### **Indicatori che non ci permettono di capire l'asimmetria dei gesti:**

- l'oratore tiene in mano un microfono, che non gli consente di gesticolare con entrambe le mani;
- il relatore tiene la mano su una scrivania, sul podio, ecc.;
- chi parla usa una mano (gesti simbolici, descrittivi) per indicare qualcosa;

Come sappiamo, i gesti sono apparsi prima delle parole. Le mani possono parlare, se glielo lasciamo fare, assicurati che le tue mani siano sempre in vista, davanti, e che i tuoi gesti siano positivi, simbolici, in armonia con il tuo discorso. Se un oratore vuole fare un discorso memorabile, deve capire che tutto ciò che fa sul palco è con e per il pubblico. Il pubblico è sempre in attesa di ricevere qualcosa da lui, per acquisire nuove conoscenze ed esperienze dal formatore.

## Indicatore - uso della presentazione

Gli stimoli visivi possono essere utilizzati per comprendere il contenuto informativo della presentazione da parte del pubblico. Prima di ogni intervento, verifica di aver integrato elementi visivi nel contenuto del materiale che desideri presentare. Questi elementi visivi aiutano il pubblico a comprendere più facilmente le informazioni che si desidera trasmettere.

Quando si sviluppa un materiale per una presentazione, è necessario tenere presente che l'attenzione del pubblico è limitata, quindi non bisogna sovraccaricare le presentazioni di informazioni.

Per una comunicazione efficace è necessario tenere presente che possono esserci molti ostacoli all'attenzione:

- il tempo dedicato alla presentazione dell'intervento; a volte è difficile mantenere l'attenzione del pubblico per alcune ore: sistema audio inadeguato, lo spazio in cui è organizzato l'incontro, etc;
- partecipanti che non manifestano interesse e/o parlano al momento della presentazione;
- il materiale che realizzi (ad esempio in formato PPT - attenzione a non inserire troppe informazioni su ogni diapositiva o video – prediligi contenuti accattivanti e brevi); il contenuto dei materiali (PPT o video) ha il ruolo di completare e spiegare ciò che il relatore vuole esprimere a parole;

Consigliamo di integrare un contenuto lungo solo nella situazione in cui sia necessario soffermarsi su alcune definizioni importanti.

In riferimento all'impatto visivo, assicurarsi che il testo e il colore siano in contrasto.

Le immagini nel materiale presentato hanno un ruolo importante in quanto aiutano a trasmettere informazioni che non possono essere espresse a parole; come ho detto prima, non dimenticare di includere le presentazioni audiovisive.

Al fine di catturare e mantenere l'attenzione del pubblico, si consiglia di alternare informazioni tramite PPT/presentazioni audiovisive/contenuti testuali, ecc.;

Il contenuto dei materiali presentati ppt/video non deve essere equivalente alla presentazione del discorso da parte del relatore;

## Indicatore - Storia

### Usa le emozioni, racconta storie, rispetta il tuo pubblico!

La storia ci aiuta a fare appello alle emozioni per catturare l'attenzione del pubblico e trasmettere il contenuto in modo innovativo.



Le storie hanno il ruolo di stimolare la nostra immaginazione, in modo che si riesca a catturare facilmente l'attenzione dell'ascoltatore. Ecco perché ti consigliamo di identificarti con il protagonista, di stimolare le attività pratiche attraverso domande retoriche.

Quando presenti un corso di formazione vedrai che potrai inserire storie brevi in diversi modi: storie, battute, presentazione delle tue esperienze personali, citazioni rilevanti sull'argomento affrontato, ecc.

Raccomandiamo di alternare durante il corso queste modalità, tenendo presente che la presentazione non deve essere solo una raccolta di precedenti esperienze del relatore.

Ma la storia non deve essere utilizzata per presentare l'intero contenuto del corso quindi è necessario seguire alcune regole:

- il contenuto della storia deve avere un ruolo istruttivo-educativo per il pubblico;

- il contenuto della storia dovrebbe essere cosparso di piccole battute in modo da provocare una risposta emotiva positiva;
- il contenuto del corso deve essere ben equilibrato e non consistere solo in storie, battute o citazioni;
- attraverso le storie potrai facilmente spiegare una definizione;
- la storia include esempi rilevanti per l'ascoltatore, perché è uno stimolo dell'immaginazione;
- la storia aiuta l'ascoltatore a identificarsi nel protagonista principale (abbiamo un pubblico di psicologi e il protagonista della storia sono gli psicologi).

### Indicatore - posizionamento

Il posizionamento del relatore davanti al pubblico è molto importante per il buon sviluppo di una presentazione o di un corso. L'oratore al momento della presentazione è al centro dell'attenzione del pubblico, quindi è molto importante dove è posizionato per avere un impatto positivo. Pertanto, si raccomanda al relatore prima della presentazione di rispettare il percorso di verifica a seconda del contesto fisico in cui si trova:

- il relatore limiterà il suo movimento solo se il contesto fisico lo impone (dietro la scrivania o sul podio, ecc.);
- il relatore avrà un movimento equilibrato, una postura del corpo attraverso la quale comunica fiducia in se stesso; va ricordato che le persone associano la schiena curva, le mani accanto al corpo, la testa piegata verso il corpo come mancanza di fiducia sia in se stessi che in ciò che si dice;
- l'oratore si muove quando vuole catturare l'attenzione del pubblico; avanza quando vuole ricevere una risposta dal pubblico, soprattutto nei momenti importanti della presentazione;
- quando il relatore fa una presentazione sullo schermo non deve posizionarsi davanti ma accanto alla presentazione per illustrarne il contenuto;
- l'oratore non volta le spalle al pubblico; nella situazione in cui ha un numero significativo di partecipanti, sarà posizionato alternativamente in diversi punti del pubblico in modo da non essere distante da una parte dei partecipanti.
- il relatore utilizza efficacemente le modalità e gli strumenti a disposizione;



### Indicatore - uso della lavagna a fogli mobili

Il contenuto scritto deve essere chiaro, leggibile, la dimensione dei caratteri deve essere adeguata in modo che i partecipanti nell'ultima riga possano vederli;

si consiglia di utilizzare la lavagna a fogli mobili solo se è necessario mostrare contenuto che può essere variabile e quindi non può essere pre-programmato per essere proiettato sullo schermo, oppure nella situazione in cui è necessario trascrivere alcune citazioni provenienti dal pubblico o fare un grafico, ecc.;

ti sconsigliamo di scrivere testi lunghi perché perderai molto tempo e rischierai che l'ascoltatore perda interesse; fare brevi presentazioni e annotare le parole chiave pertinenti all'argomento;

Un buon oratore deve sapere come adattare il contenuto al pubblico.

Ecco perché ti consigliamo di creare una presentazione PowerPoint personalizzata, che puoi adattare per fare una buona presentazione per un pubblico diverso. Utilizza un'esposizione personalizzata per presentare solo determinate diapositive nella presentazione.

Quando crei il contenuto della presentazione, tieni presente che la ripetizione di semplici frasi d'effetto contribuisce al successo di un discorso pubblico, ma devi stare attento e integrare correttamente queste frasi nel contesto della presentazione. Il contenuto delle frasi non dovrebbe essere avulso dai concetti che si intende trasmettere al pubblico.

Per preparare il contenuto di un discorso è necessario considerare i seguenti aspetti:

- Introduzione: 5-7% del tempo dedicato al discorso;
- la parte principale della presentazione: 80-90% del tempo assegnato;
- conclusioni: circa il 5-10% del tempo;

Quando presenti i tuoi contenuti, prova a connetterti personalmente con il tuo pubblico. Se possibile, dovresti mantenere un'espressione facciale allegra mantenendo il contatto visivo con i membri del pubblico. Guardare negli occhi il pubblico ti dà un senso di controllo, che a sua volta migliora la fiducia. Evita di tenere la faccia in giù perché trasmette insicurezza.

Indicatore-risposta alle domande

Molti oratori usano le domande per connettersi con il pubblico. Ricorda una regola: non fare mai una domanda se non conosci la risposta. Solo prevedendo la reazione del pubblico puoi prepararti e sfruttare al meglio la domanda.

### Indicatore – l'importanza di inserire l'umorismo nel discorso

Un bravo oratore quando parla in pubblico, non si limita a presentare materiale, ha il ruolo di "dare vita" alle cose che presenta, di aggiungere emozione.

Quando parliamo dei benefici dell'umorismo nel parlare in pubblico, cogliamo i seguenti aspetti:

- usare l'umorismo in una presentazione ti aiuta a connetterti con il pubblico, spesso l'umorismo aiuta le persone a rilassarsi ed entrare in empatia con te;
- l'umorismo può aiutarti a enfatizzare meglio le idee del tuo discorso e il pubblico conserverà più facilmente le informazioni che trasmetti;
- l'umorismo utilizzato per il pubblico è un "elemento" di disgelo, poiché potresti trovarti di fronte a un pubblico ostile ma il giusto uso dell'umorismo nel giusto contesto può rilassare l'atmosfera;
- un buon oratore non usa l'umorismo in modo specifico per raccontare barzellette, ma usa l'umorismo in modo efficace per evidenziare il messaggio che vuole trasmettere al pubblico.

Alcuni suggerimenti su come integrare l'umorismo quando parli in pubblico:



✓autoironia: si raccomanda che, quando si vuole ridere di qualcuno, sia meglio farlo su di sé in modo sottile ed elegante; le persone apprezzeranno quando riuscirai a integrare facilmente l'autoironia nel tuo discorso;

✓Aneddoti: puoi usare una storia divertente che hai vissuto o una storia che ti ha ispirato o divertito e che puoi ravvivare con un po' di umorismo;

✓citazioni o metafore: possono essere usate come paragoni che spesso faranno sorridere il pubblico, sono molto utili per avvicinarti a loro;

L'integrazione dell'umorismo nel parlare in pubblico non deve essere fraintesa. L'umorismo farà sorridere il pubblico e ti aiuterà a mettere in evidenza il tuo messaggio, ma ciò non

significa che avrai: discorso/scherzo/discorso/scherzo. Devi tenere a mente che sei un oratore pubblico e non un comico. L'umorismo ti aiuterà a dare forma alle informazioni che vuoi trasmettere al tuo pubblico.

#### Indicatore della struttura del programma

Per sviluppare il contenuto di una presentazione di qualità è necessario concentrarsi sui seguenti aspetti:

- il contenuto da organizzare secondo il programma stabilito;
- il relatore deve dosare il proprio tempo in modo da avvicinarsi a tutti gli argomenti da lui proposti e rispettare ogni parte del programma;
- il programma rispecchierà le condizioni di partecipazione e anche gli obiettivi del corso;
- il programma definirà i benefici della partecipazione al corso e i benefici promessi;
- il programma sarà concepito per concentrarsi sulle implicazioni pratiche e rilevanti per il pubblico;

#### Indicatore - suggerimenti / giochi e attività

Parlare in pubblico è un'abilità in cui devi esercitarti, di certo non hai una stanza piena di ascoltatori ma questo non dovrebbe impedirti di esercitarti. Quindi, ti presenteremo una serie di giochi e attività che contribuiranno allo sviluppo delle tue capacità di parlare in pubblico.

- **Secondo alcuni studi** si considera che in una presentazione di qualità il 38% è rappresentato la tua voce, il 55% dalla comunicazione non verbale e il 7% dal contenuto. La consegna dei contenuti conta più di quello che dici, quindi puoi provare il seguente esercizio: prendi un paragrafo in una lingua straniera che non capisci e scrivi alcune righe che non hanno senso e leggi il testo come lo presenteresti in un discorso molto importante. Devi anche prestare attenzione al tono, alle inflessioni della voce per creare più interesse, devi tenere a mente che dai un significato alle parole.
- **Cerca in Internet** i discorsi di professionisti che hanno influenzato persone e generazioni dall'antica Grecia fino ad oggi. Scegli un discorso che ti interessa e analizza la struttura narrativa, qual è il modo di trasmettere il messaggio e come gli elementi visivi migliorano il discorso e altri aspetti che contribuiscono alla presentazione di un discorso straordinario.



- **Le interruzioni** (aaaa/so... hmmm) influenzeranno negativamente il discorso, sarà difficile da ascoltare, ti faranno sembrare meno preparato e in controllo della situazione. Ti consigliamo di registrare per questo esercizio la conversazione (indipendentemente dall'argomento) per circa 30 secondi e fare attenzione a non utilizzare le parole di riempimento esemplificate sopra. Ascolta la registrazione e se noti che ripeti determinate parole, espressioni, hai un tic verbale, un difetto di dizione o una pausa, prova a risolverlo riprendendo l'esercizio (è consigliabile farlo almeno 10 volte). In questo modo farai un discorso fluente senza interruzioni.
- **Il test olimpico:** per questo esercizio ti consigliamo di impostare il timer per un minuto e ti registrerai presentando un discorso improvvisato. Ricorda che l'unica e più importante regola è non prepararsi in anticipo. Questo ti aiuterà a parlare più comodamente e a ridurre l'ansia e la paura di non avere nulla da dire.
- **Fotografia:** per il coinvolgimento del pubblico ti consigliamo di utilizzare le storie. Ad esempio, per esercitarti a sviluppare storie, ti consigliamo di trovare una foto interessante online e di registrarti quando racconti una storia su questa foto. Mostra cosa pensi che significhi la fotografia, chi sono le persone, i loro sogni e motivazioni e altri aspetti che generano una storia avvincente.
- **Il dizionario:** indipendentemente dall'argomento che affronti, deve trasmettere al pubblico un senso di sicurezza riguardo alla conoscenza che hai sull'argomento affrontato. Pertanto, ti consigliamo di fare il seguente esercizio: scegli una parola che non sai come definire e registra dicendo quello che pensi significhi. Presta attenzione anche al tono della voce e al flusso delle idee.
- **L'esperto in qualsiasi cosa:** per questo esercizio occorre chiedere l'aiuto di un amico. Ti consigliamo di scegliere un argomento di cui non conosci molto, quindi chiedi al tuo amico di inventare qualcosa su questo argomento e di farti quante più domande possibili. Le tue risposte dovranno essere come quelle del miglior esperto. Devi mostrare che sai di cosa stai parlando. Questo ti aiuterà a dimostrare di sapere di cosa stai parlando e ti aiuterà a superare qualsiasi situazione di incertezza in cui non sai esattamente cosa dire.
- **Mi ama, non mi ama!:** se vuoi che il tuo pubblico sia entusiasta dell'argomento, dovrai mostrare entusiasmo per questo. Esercizio: ti consigliamo di scegliere un oggetto a cui sei indifferente o che non ti piace e di sviluppare un discorso parlandone con entusiasmo. Fai attenzione che dovrai usare la tua voce e il tuo linguaggio del corpo in modo che sembri la cosa più interessante dell'universo.

## Publicità

Potremmo dover fare presentazioni che si riferiscono alla vendita di un prodotto, quindi dovrai esercitarti per essere il migliore. Scegli un oggetto intorno a te e pubblicizzalo per circa un minuto. Registrati e descrivi cosa lo rende speciale e come contribuisce a migliorare la vita di chi ti circonda e perché gli altri hanno bisogno di averlo.

## Buon discorso - buona dizione

Per un buon discorso è importante il ritmo ideativo, ma bisogna anche avere una dizione impeccabile. La dizione è considerata il tuo biglietto da visita che richiede rispetto, quindi ti consigliamo di esercitarti a parlare a casa e correggerti o chiedere aiuto a un amico.

## BIBLIOGRAFIA:

- Guardi in basso quando parli al pubblico? Ti rompi le mani o le nascondi dietro? Scopri nell'articolo quali gesti dovrebbero essere evitati per una migliore connessione con il pubblico - Dictie.md
- Parlare in pubblico - Come puoi usare l'umorismo nel tuo discorso? (amaliasterescu.ro)
- Parlare in pubblico: consigli, giochi e attività - Lezione di dizione (dictie.ro)



# ESERCIZI DI MIGLIORAMENTO DEL PARLARE IN PUBBLICO



❖ ESERCIZIO - IL MODO INFORMATIVO

Questo tipo di discorso pubblico si concentra sulla spiegazione di un concetto o di un'idea al pubblico. I relatori informativi tendono a concentrarsi su argomenti specifici, come persone, eventi, luoghi, storie, ecc. Gli esempi potrebbero includere un professore universitario che tiene una lezione su un argomento particolare o un dirigente senior di un'azienda che presenta le vendite dell'anno scorso.

Invece di fare argomentazioni o fare appello alle emozioni degli ascoltatori, cerca di fare affermazioni obiettive che descrivano chiaramente il tuo argomento. Ciò significa che è necessario seguire una progressione passo-passo con un linguaggio informativo, non argomentativo.

- ❖ Questo esercizio consiste nella scrittura della presentazione utilizzando i principi della tecnica informativa. Scegli un tema che conosci bene o che desideri conoscere, quindi trova varie fonti affidabili a sostegno delle tue parole. Formulare lo scopo del discorso, presentarlo in modo conciso. La presentazione del tuo intervento serve a chiarire quale sarà il tema principale e deve essere il più preciso possibile. Informare invece di persuadere. Ricorda che lo scopo di un discorso informativo non è cercare di convincere il pubblico che hai ragione.



**NEED : A SPEECH**  
**TIME : 5-15 MN**  
**TARGET : ORATOR MAIN SKILLS**



❖ ESERCIZIO - LA VIA DELLA PERSUASIONE



È il cuore del parlare in pubblico e delle presentazioni; anzi, è ampiamente percepita come il potere di parlare in pubblico. Il discorso persuasivo consiste nel convincere i membri del tuo pubblico a fare qualcosa, in base al loro accordo con il tuo punto di vista. Puoi convincere i membri del tuo pubblico ad accettare di acquistare un prodotto, adottare un nuovo stile di vita o persino conformarsi a una particolare opinione politica. Avvocati, politici e venditori usano tutti questa tecnica a proprio vantaggio se vogliono persuadere il loro pubblico a fare qualcosa.

- ❖ Questo esercizio consiste nello scrivere un discorso usando tecniche di persuasione. Scegli, se possibile, un tema che ti piace o un'idea che vuoi sostenere. A seconda dell'argomento e del tuo pubblico, ci sono molti modi per cercare di convincere le persone ad avere il tuo punto di vista.

*Sin dall'antica Grecia, i relatori si sono affidati a tre metodi principali di persuasione:*

**Ethos.** Stai cercando di raggiungere l'etica o la morale del tuo pubblico. Ad esempio: "Il riciclaggio è una cosa giusta, non possiamo più continuare a sprecare le nostre limitate risorse e privarne le generazioni future, è immorale".

**Pathos.** Cerchi di toccare le emozioni del tuo pubblico. Ad esempio: "Pensa a quei poveri animali che ogni giorno perdono il loro habitat perché tagliamo i loro alberi. Se riciclassi di più, potremmo salvare queste bellissime foreste".

**Logos.** Stai cercando di far leva sulla logica o l'intelletto del tuo pubblico. Ad esempio: "Sappiamo tutti che le nostre risorse naturali sono limitate. È possibile farle durare più a lungo riciclandole".

Puoi usare una di queste combinarne diverse.



**NEED : A SPEECH**  
**TIME : 5-15 MN**  
**TARGET : ORATOR MAIN SKILLS**



❖ ESERCIZIO - LA VIA DELLA DIMOSTRAZIONE

Questo è un po' discutibile perché si concentra maggiormente sulle azioni omesse durante un discorso o una presentazione piuttosto che sulle parole pronunciate. Comunque vale la pena parlarne. I discorsi dimostrativi sono quelli in cui l'oratore esegue azioni e spiega chiaramente tali azioni nel processo. L'idea è quella di coinvolgere il pubblico coi metodi di comunicazione verbale e non verbale.

Hai mai assistito a una pubblicità su un prodotto? Sai, quelli in cui l'host parla di un prodotto e ti mostra tutte le funzionalità?

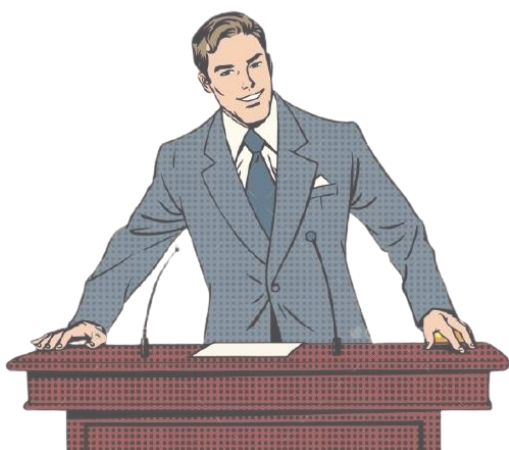
*Un imbonitore esagera sempre la qualità dei suoi prodotti, altrimenti sarebbe solo un venditore. Questo fa parte della parte "teatrale" di questo mestiere.*



**NEED : A SPEECH**  
**TIME : 5-15 MN**  
**TARGET : ORATOR MAIN SKILLS**

- ❖ Questo esercizio consiste nel vendere un prodotto miracoloso ed elencarne le funzioni durante una dimostrazione. L'obiettivo non è imparare a mentire ma fare un discorso coinvolgente che porti a una potenziale vendita senza porre limiti agli argomenti utilizzati. Prendi il tuo aspirapolvere [qualsiasi oggetto un po' tecnico con funzioni] e dimostra queste incredibili prestazioni fino a convincere gli acquirenti più diffidenti. Non esitate ad aggiungere altro e coinvolgere il pubblico. Dallo scafo in acciaio temprato degli Urali, inizialmente previsto per il razzo Ariane III, alla sua potenza di aspirazione "equivalente alla spinta di trenta purosangue arabi"... niente è troppo bello quando bisogna convincere.

## ❖ ESERCIZIO - THE CEREMONIAL WAY

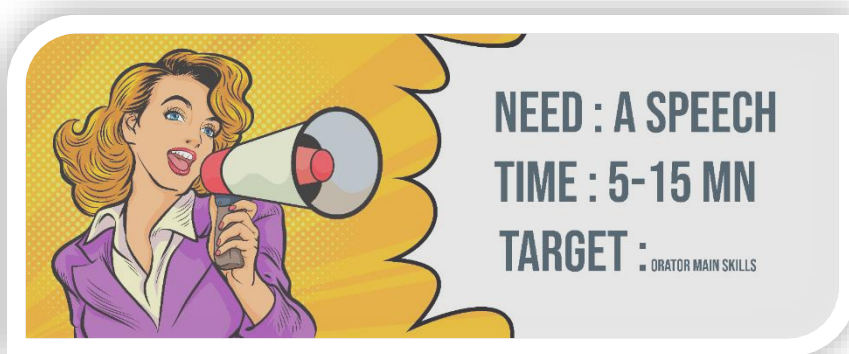


I discorsi cerimoniali consistono nel tenere discorsi in occasioni speciali (come matrimoni, compleanni, lauree, ecc.). Lo scopo del discorso cerimoniale è quello di innescare una reazione emotiva con le persone che ti ascoltano. Se segui questo approccio, parla delle cose che avvicineranno te e il tuo pubblico in un modo che coinvolgerà tutti.

❖ Questi discorsi devono durare da 1 a 2 minuti senza interruzioni. Tutte le componenti della retorica possono essere incluse qui, così il tuo tono può passare da "solenne" al momento dei ringraziamenti a "rilassato".

❖ Il tuo migliore amico festeggia il suo 60° compleanno. Vi conoscete da oltre 40 anni e avete vissuto insieme tonnellate di storie incredibili. Sei incaricato del discorso di apertura della festa di compleanno. Questo includerà passaggi divertenti, commoventi e drammatici. Sta a te usare il tuo arsenale retorico per lasciare un segno.

❖ Dopo quarant'anni in azienda, stai per lasciare i tuoi colleghi. Il tuo intervento ripercorrerà la tua carriera e il tuo discorso sarà emotivo e attirerà pathos e compassione dal tuo pubblico.



**MIGLIORA LA VOCE, LA DIZIONE E IL TONO**


La padronanza della dizione è uno dei fondamenti dell'arte dell'oratoria. Infatti, l'articolazione e la pronuncia consentono un discorso fluido e facilitano la buona comprensione. Un buon "parlare" influenza notevolmente l'ascolto del pubblico che si stanca facilmente quando deve sforzarsi per capirti. L'impatto del tuo discorso in pubblico, o di fronte alla telecamera, dipende direttamente dalla tua dizione.

Per essere efficace, la tua dizione deve essere regolare e costante. Come fanno gli attori o i cantanti con la loro dizione perfetta.

La tua dizione è importante, non solo per la tua vita professionale, studentesca o scolastica, ma anche per essere a tuo agio nella tua vita personale. Perché sapersi esprimere bene significa saper mettere in luce le proprie capacità, i propri talenti e la propria visione del mondo. È saper essere se stessi e sapersi affermare. Eseguendo i seguenti esercizi sarai in grado, in modo divertente, di migliorare tutte le abilità necessarie.

❖ Per questo esercizio, devi esercitarti a "elaborare" alcune sillabe in modo silenzioso, lento ed elastico, come se avessi in bocca una gomma da masticare immaginaria. Prendendo ogni sillaba di un testo, mastichiamo questo testo ma con delicatezza, senza esagerare. Quindi, dobbiamo rivolgerci a noi stessi come se ci stessimo scrivendo una lettera. Poi ci rivolgiamo a una persona, reale o virtuale.

- ❖ Per questo esercizio è necessario allenarsi con frasi citate. Testi classici di grandi dimensioni o frasi complicate facilitano l'acquisizione di una dizione perfetta.



**NEED :** SENTENCES FOR DICTION

**TIME :** 1- 5 MN

**TARGET :** IMPROVE DICTION

 MIGLIORA LA VOCE IL LESSICO E IL TONO

**REGOLAZIONE DELLA VELOCITA' DEL DISCORSO**



Uno dei motivi per cui il nostro messaggio non viene recepito è l'errore nella nostra velocità. Alcuni parlano troppo velocemente, rendendo le parole incomprensibili, mentre altri parlano troppo lentamente, annoiando gli ascoltatori o non riuscendo a far entrare l'argomento nella loro mente. Con la pratica questo può essere cambiato. 2

**❖ ESERCIZIO DELLA REGOLAZIONE DELLA VELOCITA' DEL DISCORSO**

Leggi qualsiasi testo il più velocemente possibile, prestando attenzione alla pronuncia delle parole. Leggi qualsiasi testo lentamente, prestando attenzione alla pronuncia delle parole e rafforzando l'enfasi.

Trova un tuo timbro vocale: la bellezza della voce dipende dal fatto che tu sia a suo agio, senza forzarla. Pertanto, il rilassamento di tutti gli organi vocali abbellirà la tua voce e le darà il timbro. Inoltre, cerca di far risuonare di più la voce mentre parli: aumenterà il piacere di ascoltarla e svilupperà un tono più espressivo.



**NEED :** A TEXT

**TIME :** 2-10 MN

**TARGET :** SPEAKING SPEED REGULATION



**ESERCITAZIONE DEGLI ORGANI VOCALI:** Respirazione: spesso le persone respirano in modo sbagliato. Per una corretta respirazione dovrebbero essere importanti i lobi inferiori dei polmoni, non quelli superiori. La corretta respirazione viene eseguita dal muscolo del diaframma, non dal movimento della gabbia toracica. Quando viene eseguita la respirazione diaframmatica, l'efficienza dei lobi inferiori dei polmoni aumenterà e verrà prelevato almeno il 50% in più di ossigeno. L'incapacità di respirare mentre si parla è il risultato di una respirazione scorretta.



❖ **ESERCIZI PER LA RESPIRAZIONE:** per una corretta respirazione diaframmatica, le spalle e la gabbia toracica non dovrebbero muoversi mentre si respira profondamente, lo stomaco dovrebbe muoversi. Questa abitudine dovrebbe essere acquisita con la respirazione continua.

- I partecipanti che hanno difficoltà nella respirazione diaframmatica dovrebbero sdraiarsi supini su una superficie piana e cercare di respirare attraverso il diaframma.
- Praticare la respirazione profonda rispettando tempi di inspirazione, trattenuta ed espirazione con 1-4-2.
- Dopo aver fatto un respiro profondo, esercitati a espirare soffiando la minor quantità di aria durante l'espirazione. Mentre espiri sotto forma di soffiaggio, prova a sentire che stai soffiando mettendo la mano davanti alla bocca.
- Per imparare a usare il respiro in modo "economico", espira con una consonante aumentandone ogni volta la durata. sssssssss / s-s-s-s-s / sssss-s-s-s-sssss / ssss-s / s-S-s-s-s

❖ **ESERCIZI PER LA RESPIRAZIONE 2:** Questo esercizio consiste nello sdraiarsi sulla schiena, le gambe piegate con i talloni vicino ai glutei. È quindi necessario inspirare ed espirare lentamente fino a sentire la regolarità del proprio respiro. Quindi, devi mettere un libro sulla parete addominale e inspirare profondamente e poi espirare.

Stare in piedi, i piedi paralleli all'allineamento del corpo, e portare lo sguardo all'altezza dell'orizzonte. In questo momento è necessario introdurre un "fff" senza stringere la gola. "L'aria viene così messa in pressione nel corpo, è l'energia fonatoria che verrà utilizzata per la produzione cantata o parlata".

La respirazione ventrale ti consente di gestire le tue emozioni, ridurre la frequenza cardiaca e abbassare la temperatura corporea in caso di nervosismo. Bisogna avere in mente l'immagine di un soffiutto per il fuoco. Quando si preme il soffiutto, questo espelle

l'aria e, quando lo si rilascia, l'aria entra da sola. Quindi si soffia tutta l'aria attraverso la bocca, immaginiamo che l'ombelico si unisca alla spina dorsale. Quindi rimaniamo per due secondi in apnea e rilasciamo lentamente gli addominali.

## MIGLIORA LA VOCE, IL LESSICO E IL TONO

### ESERCIZI PER LINGUA, MASCELLA E LABBRA

- Per il linguaggio: masticare la lingua alla stessa velocità di una gomma da masticare in bocca. Stendi la lingua.
- Muovila intorno alla bocca con movimenti circolari. Cerca di raggiungere le direzioni estreme usandola in modo esagerato.
- Per il mento: metti la mano sulla mascella inferiore e spingi il mento verso l'alto in modo da gridare "fanculo". I muscoli che spingono il mento verso il basso diventeranno più forti. Massaggiando le guance con i lati interni di entrambe le mani, abbassa i palmi delle mani e apri il mento verso il basso. Apri e chiudi il mento in modo rapido ed esagerato. Muovi rapidamente il mento avanti e indietro, sinistra e destra. Ruota il mento con movimenti circolari.
- Per il labbro: prova a emettere un suono "motorio" con le labbra e fai uno "scatto". Muovi le labbra avanti e indietro, a sinistra e destra e circolarmente. Avvicina una matita orizzontalmente alle labbra e leggi le seguenti frasi: "La mia città natale", "C'è un me dentro di me". Ripeti le seguenti parole ripetutamente e di continuo:

**"momumi" – "pepe" – "baba" – "roru" – "linguaggio del corpo" – "feve" – "lalalâlâ"**

### ESERCIZIO - VOCALI

- Questo esercizio ti permette di scaldare la tua voce eseguendo delle vocalizzazioni e provando le vocali. È necessario partire dalla "a" più profonda per passare agli alti in un'unica espirazione. Quindi inspiriamo e andiamo nella direzione opposta. È un esercizio che si svolge sulle prime cinque vocali e che ci permette di accedere a tutte le intonazioni della nostra voce. È necessario eseguire dieci bassi e dieci acuti diversi. Ci vogliono cinque minuti, poco prima di salire sul palco.
- Stesso principio per questo esercizio ma prendendo una parola come "Antoine", ad esempio, partendo dal mezzo e poi salendo al basso prendendo aria ogni volta. Praticando regolarmente questi esercizi, non è necessario trascorrere molto tempo per il D-Day.

## MIGLIORA LA VOCE IL LESSICO E IL TONO



### ESERCIZIO - PREDICATORE IN STILE AMERICANO

- Il suo compito è convincere, reclutare, qualcuno dirà manipolare. E usa tutto il possibile: il suo corpo, il suo viso, la sua voce e le sue parole. È molto teatrale, infatti imita, varia il tono, crea silenzi...

### GUARDA I VIDEO DI DISCORSI E ORATORI

Parlare in pubblico è una forma d'arte e come tale alcuni sono diventati maestri nella disciplina. Molti discorsi famosi devono la loro popolarità sia al loro contenuto che alla persona che li ha pronunciati. Come per molte discipline, trarre ispirazione dall'eccellenza rimane un modo certo per progredire. Vai sul web e guarda altri professionisti o discorsi famosi. Da ogni esempio puoi trarre spunti positivi da integrare nelle tue abilità.





**NEED : A SPEECH**

**TIME : 5-15 MN**

**TARGET : ORATOR MAIN SKILLS**



ESERCIZIO UN KIT EMOZIONALE

Puoi dire cose interessanti con una voce perfetta ma, se il tono utilizzato non è quello giusto o se le tue espressioni facciali non sono appropriate, la tua presentazione non avrà successo. Ecco un esercizio che ti permetterà di rivedere la tua gamma di emozioni e le espressioni che le accompagnano.

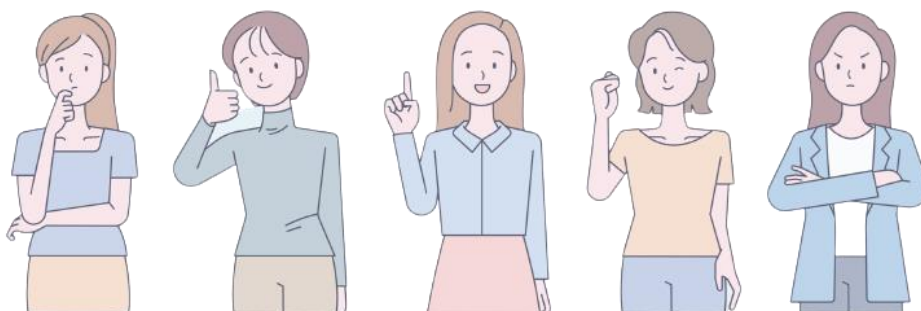


- Scegli articoli su un quotidiano o su un sito di notizie online. In genere, le "notizie" si adattano bene a questo esercizio perché ci sono articoli che scatenano tutte le emozioni possibili. Quindi riformula ciascuno di essi "davanti alla telecamera" come se suscitasse rabbia, sorpresa o entusiasmo. Ricordati di insistere sulla tua intonazione e di marcare il più possibile le espressioni facciali.

- Farès e i suoi colleghi vivono nello Yemen meridionale. Lo scorso febbraio hanno trovato la carcassa di un capodoglio che galleggiava sulla superficie dell'acqua, i marinai non sanno ancora che nelle viscere del cetaceo si nasconde un tesoro. Riportano l'animale a riva e trovano l'ambra grigia, una sostanza solitamente rifiutata dai capodogli e molto popolare nella profumeria di lusso. Il pezzo di ambra grigia pesava 127 chilogrammi; i pescatori l'hanno subito venduta per la modica cifra di 1,2 milioni di euro!

- Mercoledì il governatore repubblicano del Texas ha firmato una legge che consente il porto di armi da fuoco in pubblico senza licenza. La nuova normativa consente a chiunque abbia 21 anni o più di indossarne una in pubblico senza permesso. Il testo ritiene che le costituzioni degli Stati Uniti e del Texas consentano ai cittadini di portare un'arma da fuoco e che, quindi, dovrebbero esserci meno ostacoli al riguardo. Il governatore prevede di presiedere una cerimonia per promulgare il disegno di legge giovedì prossimo.

- “Diventa Youtuber per te o per la tua azienda”: questo il nome della nuova formazione che verrà lanciata il 28 settembre. È rivolto a persone che vogliono sviluppare il proprio canale YouTube o diventare uno Youtuber e produrre contenuti aziendali. Attraverso questa nuova formazione intendiamo infrangere i codici consentendo a chi cerca lavoro senza molto background accademico di esercitare una funzione in divenire nel marketing digitale.



### ❖ ESERCIZIO DI SOLO 1 MINUTO

Questo è un esercizio tecnico per esercitarsi nel parlare in pubblico. È progettato per concentrare la mente di un presentatore su un obiettivo specifico durante la presentazione di un discorso in modo che venga pronunciato senza pause. L'esercizio aiuta anche a evitare blocchi mentali o la terribile sensazione di non sapere all'improvviso cosa dire o come continuare. L'esercizio è vagamente basato su "Just a Minute", una commedia radiofonica e un programma televisivo della BBC Radio 4.

❖ Lo scopo dell'esercizio è parlare per sessanta secondi su un determinato argomento senza ripetizioni, esitazioni o deviazioni. Devi scegliere una serie di argomenti in base alle tue esigenze. Registrati e poi anticipa la tua performance con questa serie di domande:

- È stato difficile seguire le regole?
- Qual è per te il problema più grande? Puoi rimanere in tema?
- Tendi a fare pause troppo spesso?
- Tendi a ripetere te stesso o una parola in particolare troppo spesso?
- Cosa faresti di diverso se avessi l'opportunità di presentare un'altra volta?



### ESERCIZIO DI STORYTELLING

Usa questo esercizio di narrazione per incoraggiare il pensiero creativo e spontaneo. Questo esercizio è l'ideale per le tecniche di presentazione in pubblico e di conversazione, così come per chiunque desideri trarre vantaggio dalle capacità di narrazione come strumento per il miglioramento dell'impatto personale.

Racconta una storia basata su un oggetto che scegli a sorte.

Devi mettere tutti gli oggetti nell'urna in modo che i partecipanti possano sceglierne facilmente uno a caso.

Questo esercizio migliorerà anche la creatività. Ecco uno dei tanti siti per trovare immagini casuali. [www.unsplash.com](http://www.unsplash.com)



CONSIGLI PER IL MIGLIORAMENTO DEL LINGUAGGIO DEL CORPO E DEI GESTI

Il tuo linguaggio del corpo dice molto di te e spesso determina l'opinione che gli altri hanno di te e, quindi, la tua capacità di interessarli e convincerli. In altre parole, la tua capacità di raggiungere o meno il successo professionale e personale a cui puoi aspirare. Gli studi dimostrano, infatti, che le persone che sembrano più sicure di sé hanno una maggiore propensione al successo. Sono più ascoltati e ammirati.

**TENERE LA TUA TESTA:** per sembrare più sicuro devi tenere la testa alta in tutte le circostanze. In effetti, uno studio mostra che le persone che emanano più fiducia raramente guardano in basso, il tavolo, il pavimento o le scarpe, come a volte facciamo tutti per istinto. Il consiglio prevede quindi di tenere la testa alta il più possibile, e poi ti accorgerai molto rapidamente che simulando la fiducia attraverso questo esercizio, riuscirai a creare un circolo virtuoso. Più sembri sicuro di te, più sarai in grado di generare più fiducia in te stesso.

**MANTENERE UNA BUONA POSTURA:** la tua postura influenza necessariamente il modo in cui le persone intorno a te ti percepiscono. Stare in piedi generalmente emana più dà fiducia, autorità e legittimità, mentre, al contrario, una postura curva ci rimanda naturalmente a un atteggiamento meno professionale e motivato. Questi sono ovviamente codici del linguaggio del corpo e a volte possono restituire una falsa immagine delle persone su cui esprimiamo questo giudizio. Ma, fino a prova contraria, tieni presente che il nostro cervello usa questo tipo di scorciatoia per guidarci quotidianamente nelle nostre interazioni sociali. Quindi pensaci e assicurati di trarne vantaggio, per quanto possibile.



**PARLARE CON LE MANI:** È davvero il modo migliore per apparire più sicuri e autentici, quando comunichi oralmente. Senza cadere nella caricatura, ricordati sempre di accompagnare le tue parole con le mani. Pizzicando il pollice e l'indice per enfatizzare una precisione, facendo un movimento per illustrare un confronto o tenendo i palmi delle mani rivolti verso l'alto per enfatizzare la tua autenticità e le tue buone intenzioni.



**MANTENERE IL CONTATTO CON GLI OCCHI:** il "contatto visivo" è sicuramente uno degli indicatori più affidabili dei livelli di fiducia che le persone hanno in se stesse così come in ciò che raccontano, quando sono di fronte a qualcun altro. Spesso abbiamo l'abitudine di interrompere il contatto visivo, quando ci sentiamo a disagio, quando mentiamo o quando siamo più timidi o imbarazzati. È logico quindi che per apparire naturalmente sicuri sia importante mantenere sempre uno sguardo costante verso i propri interlocutori. Per fare questo, e se ti senti a disagio a guardare continuamente qualcuno negli occhi, ti consiglio di usare la tecnica dei 2 secondi. Fissa gli occhi della persona per due secondi, poi il naso per altri due secondi, la bocca, poi tutto il viso e così via.

**RIDUCI LE TUE ESITAZIONI VERBALI:** mentre il nostro linguaggio del corpo dice molto su ognuno di noi, le persone intorno a noi misurano anche la fiducia che abbiamo in noi stessi in base al nostro modo di parlare, al nostro vocabolario e ai nostri modi di fare. Il nostro consiglio quindi consiste nell'invitarvi a ridurre il più possibile le esitazioni così come i tic verbali, soprattutto ad articolare ogni parola riducendo il vostro ritmo di pronuncia. In effetti, quest'ultimo elemento è spesso un indicatore di sfiducia. Quindi prenditi il tempo di parlare, essendo preciso in quello che dici, come se tutti pendessero dalle tue parole.

**ESSERE PIÙ INTERESSATI CHE INTERESSANTI:** basta guardarsi intorno per rendersi conto molto rapidamente che non sono sempre le persone più interessanti ad affascinare di più coloro che le circondano. Mentre è naturalmente utile essere colti e interessanti per generare più entusiasmo, il modo migliore per apparire più sicuri e deliziare i tuoi interlocutori sarà sempre l'interesse che hai per loro. Quindi sii interessato a quello che fanno, a cosa pensano, fai loro delle domande e poi ti renderai conto molto rapidamente che oltre a insegnare alle persone intorno a te, avrai il vantaggio di generare un'egemonia positiva attorno all'immagine che gli altri hanno di te stesso.

**TOGLIERE LE MANI DALLE TUE TASCHE E TENERLE CHIARAMENTE VISIBILI:** questo sembra ovvio dopo aver letto il punto 4, ma è comunque un errore che si osserva spesso. Tenere le mani in tasca è una delle cose peggiori che puoi fare se vuoi sembrare sicuro di te. L'essere umano per natura ha l'abitudine di nascondere le mani quando si sente esitante o imbarazzato. Allo stesso modo di chi incrocia le braccia quando si sente meno ricettivo. Quindi sforzati di mantenere le tue mani sempre visibili e le braccia aperte. Questo è il modo migliore per non commettere errori.

Sebbene alcuni di questi suggerimenti possano sembrare basati principalmente sulla forma piuttosto che sulla sostanza, tieni presente che gli esseri umani si basano principalmente sui codici culturali dell'apparenza per definire le loro prime impressioni. È un modo per guidarci e semplificare le nostre interazioni sociali. Per influenzare l'opinione che gli altri hanno di se stessi, devi quindi conoscere questi codici e imparare a padroneggiarli. Facendo i seguenti esercizi migliorerai tutte queste abilità ma diventerai anche consapevole delle microespressioni del tuo viso.

❖ ESERCIZIO PARLARE ALLO SPECCHIO



Le nostre espressioni facciali dicono molto sulle nostre emozioni. Hanno anche un impatto significativo sulla qualità della trasmissione del messaggio. Spesso non siamo consapevoli dei nostri atteggiamenti e delle nostre microespressioni percepibili dal pubblico. Questo esercizio consentirà un primo passo di miglioramento.

Fingi di conversare o fai un discorso di un minuto su ciò che hai mangiato a pranzo. Concentrati sulle tue espressioni facciali. Adatta le tue espressioni facciali al tono del tuo discorso in modo che aiuti a trasmettere il tuo messaggio e attirare l'attenzione del tuo pubblico.

## ❖ ESERCIZIO FACCIAMO IL MIMO

Puoi dire cose interessanti con una voce perfetta ma se le tue braccia rimangono penzolanti o appoggiate su un tavolo, la tua presentazione non avrà successo poiché il linguaggio del corpo gioca un ruolo chiave.

Scegli un testo tecnico e noioso su Wikipedia. Leggilo ad alta voce imitandolo, quasi parola per parola. Questo esercizio mira a familiarizzare con le tue mani per essere pronto per il D-Day.



## MIGLIORA IL LINGUAGGIO DEL CORPO E LA GESTUALITA'

### ESERCIZIO - IO PARLO AI MIEI ANIMALI DI PAGLIA

Alcuni bambini si divertono a giocare a giochi di ruolo come l'insegnante. In questo gioco parlano spesso a un'aula dove ci sono solo peluche o sedie vuote. E' un buon modo per imparare a parlare in pubblico. Allenarsi per esprimersi di fronte a un "pubblico fantasma" può migliorare la tua dizione, il tuo flusso, il tuo aspetto...

### ESERCIZIO - UN VERO FILM



Uno dei modi più rapidi per individuare ciò che deve cambiare è guardare te stesso parlare. Accendi la fotocamera e registrati mentre parli per alcuni minuti. Quando lo rivedi non giudicarti e inizia invece a scrivere un elenco dei miglioramenti che puoi apportare al tuo linguaggio del corpo e ai tic nervosi che hai.



## ESERCIZIO DI SCRITTURA CON I GESTI

- Lo scopo di questo esercizio è riflettere sul linguaggio del corpo e sui gesti e osservare come tali segnali possano essere decisivi durante la comunicazione. L'esercizio di formazione illustra l'importanza della comunicazione senza l'uso delle parole e come un contesto sociale può aiutarci a capire cosa sta succedendo in una determinata situazione. L'esercizio aiuta anche a liberare la creatività della scrittura, quindi è ideale anche come esercizio di narrazione e scrittura creativa.

***Scrivi una breve storia in cui tutte le comunicazioni avvengono attraverso il linguaggio del corpo***

Considera le seguenti regole:

- Deve consistere in una conversazione tra due o più persone.
- Non ci dovrebbero essere "parole" in queste conversazioni. Invece, tutta la comunicazione dovrebbe avvenire usando il linguaggio del corpo.
- Devi spiegare cosa sta succedendo descrivendo il linguaggio del corpo dei personaggi della storia.
- La narrazione può essere in terza persona o in prima persona.
- Dovresti mirare a descrivere gesti, modi, espressioni facciali, tono della voce e stati del corpo associati a varie emozioni come il pianto.



**ESERCIZIO - INDOVINANDO L'UMORE**

Questo esercizio illustra un punto importante sul linguaggio del corpo. Non appena vediamo una persona, leggiamo rapidamente il suo linguaggio del corpo per stabilire quale sia il suo umore e possiamo anche essere abbastanza bravi in quest'area. Il problema è che lo stato d'animo dell'interazione è definito da questi punti.

- Fiducioso
- Felice
- Arrabbiato
- Nervoso
- Stressato
- Loquace
- Annoiato
- Frustrato
- Cinico
- Vittima
- Depresso



**NEED : EMOTIONS**  
**TIME : 5 MN**  
**TARGET : BODY LANGUAGE**



### ESERCIZIO - ORATORE E IMITATORE

Alcune persone parlano velocemente. A loro piace parlare con la stessa velocità con cui pensano. Le persone che parlano velocemente finiscono per accorciare le frasi, arrotondare parti e saltare le parole. La loro dizione è scarsa e quindi sono difficili da capire. Il problema è che i parlanti veloci di solito hanno molto da dire, motivo per cui hanno fretta di esprimersi e, il più delle volte, ciò che vogliono condividere è effettivamente utile. Tuttavia, se nessuno capisce quello che hanno da dire, gli ascoltatori si annoieranno rapidamente.



- ❖ **Questo esercizio aiuta queste persone ad allenarsi per rallentare la loro velocità di parola e migliorare la loro dizione. L'esercizio aiuta anche ad esercitare le capacità di ascolto poiché gli spettatori devono prestare la massima attenzione a ciò che viene detto.**

L'obiettivo dell'esercizio è raccontare una breve storia a una velocità ideale per consentire al tuo partner di capire ciò che stai dicendo usando anche il linguaggio del corpo. Per fare ciò, è necessario dividere i ruoli, un relatore e un imitatore.

I relatori devono scegliere un argomento e raccontarne una storia. Può essere una recente esperienza di lavoro, qualcosa che è andato storto durante uno sport o un hobby o anche una vacanza. Mentre gli oratori raccontano le loro storie, gli imitatori devono ripetere ciò che gli oratori dicono, in silenzio, usando i gesti.

Questo costringe l'imitatore ad ascoltare attentamente per capire ciò che è stato detto.



**NEED : NOTHING**  
**TIME : 5 MN**  
**TARGET : BODY LANGUAGE**



Le situazioni della vita quotidiana sono opportunità per migliorare le nostre capacità di parlare in pubblico. Spesso, senza nemmeno rendercene conto, usavamo tecniche per catturare uno sguardo o attirare l'attenzione di un pubblico. Questi suggerimenti ed esercizi, a volte originali, ti saranno molto utili per completare le tue capacità di speaker e migliorare la tua presenza in generale.



**Fai una prima buona impressione:** tendiamo tutti a ricordare le prime volte. Ad esempio, la prima volta che incontriamo qualcuno. La prima impressione è quindi estremamente importante, soprattutto perché abbiamo solo un'opportunità per farla. Devi far sentire agli altri che sei simile a loro. Ci sentiamo più a nostro agio con coloro che si comportano e appaiono come noi perché presumiamo di avere cose in comune come un passato, un'educazione o valori. È stato dimostrato che cerchiamo di riaffermare la nostra prima impressione piuttosto che modificarla.

**Presenza:** si tratta di essere consapevoli di ciò che accade in ogni momento, di essere pienamente con gli altri e di ascoltarli attentamente. Questo creerà fiducia e creerà una relazione migliore con gli altri.

**Lavora sul tuo carisma:** per essere un oratore rispettato dovrai acquisire un minimo di carisma. Non tutti sono carismatici allo stesso modo. Ricordiamo che esistono 4 diversi stili di carisma:

- Il carisma di Focus ti fa sembrare completamente presente, come Bill Clinton
- Il carisma della gentilezza abbassa negli altri alcune barriere di difesa psicologica, come il Dalai Lama.
- Il carisma dell'autorità fa sentire gli altri come se avessi il potere di cambiare le loro vite, come Bill Gates
- Il carisma visionario ispira gli altri e dà loro la fede per credere in qualcosa di grande, come Steve Jobs

### ESERCIZIO - UNA STORIA IMBARAZZANTE

Le persone emotive hanno la sfortunata tendenza ad arrossire quando parlano in pubblico. Questi arrossamenti mostrano che sei in una situazione di stress o che sei molto timido. Ecco un esercizio per aiutarti a combattere questo problema:

- Elenca tutto ciò che può metterti a disagio: spogliarti dal medico, ricevere un complimento, parlare di fronte a sconosciuti... Immagina una storia che ti mette in imbarazzo e poi raccontala ai tuoi cari. Secondo gli autori è necessario "descrivere il peggio del peggio di quello che potrebbe capirti sforzandoti di viverlo davvero". Questo ti permetterà di esercitarti a controllare le tue emozioni. Per essere più efficace in situazioni reali.



### ESERCIZIO - UN CLIENTE PIACEVOLE

Nei ristoranti e in molti altri negozi e servizi si instaura un contatto effimero con un cameriere o un commesso. Ogni interazione con uno staff di servizio è un'opportunità per stabilire una forma di "tono" e atmosfera con la persona.

Questo esercizio ti darà l'opportunità di migliorare il tuo primo contatto.

Trova un bar vicino a te che consenta l'interazione con il personale. Mostrati il più sorridente e piacevole possibile e osserva se la persona è bloccata sul suo umore e tono. Potrai riprovare l'esperienza per vedere se la qualità del servizio e l'attenzione che ti ha dedicato è cambiata.

### ESERCIZIO - IL MIO AMICO MI ASPETTA

Catturare di nascosto lo sguardo di estranei è un'abilità importante nel parlare in pubblico. Questo esercizio, molto conosciuto, ti permetterà di allenarti facilmente.

- La tua missione è entrare nel bar come se avessi un appuntamento con un amico. Non appena entri nel bar, fermati a due o tre passi dalla porta e sposta lo sguardo da un tavolo all'altro (come se stessi cercando la persona con cui hai un appuntamento) in modo casuale, cercando di stabilire la connessione visiva con una persona ogni volta: tieni il viso aperto, piuttosto sorridente e osserva attentamente quanti sguardi hai catturato.

### ESERCIZIO – UNO SCONOSCIUTO AMICHEVOLE

Il modo di salutare le persone, sia verbalmente che gestualmente, è solitamente la prima occasione per attirare interesse e benevolenza da parte degli altri. Questo è il primo ingrediente di cui un oratore ha bisogno.

- Probabilmente ti è già capitato di essere salutato per strada da uno sconosciuto sorridente. Anche se l'approccio è stato positivo ti ha sorpreso perché... è un estraneo!!! La missione sarà contare il numero dei saluti e il numero dei sorrisi "in cambio". Cerca di migliorare il tuo punteggio con il tempo e l'esperienza.

### ESERCIZIO - PRESENTATI BREVEMENTE

È molto più facile presentare un'altra persona, un amico, che se stessi. Tendiamo a valutare di più gli altri e a sottovalutare, persino svalutare, noi stessi. Dare valore a te stesso senza esagerare richiede un po' di tatto. Ecco un esercizio che potrebbe aiutarti a farlo. Ti suggeriamo di scegliere una tua foto. Quella sulla tua carta d'identità andrà bene, ma puoi prenderne una più grande in modo che sia chiaramente visibile.

- Mettiti al tavolo e lascia cadere la tua foto, proprio di fronte a te. Guarda bene il ragazzo adorabile, la brava ragazza che vedi lì. A tutti gli ospiti, presenta il ritratto di fronte a te.

Parla in terza persona, all'inizio è più semplice. Inserisci quanto segue:



nome; funzione; formazione; esperienza; punti di forza; risultati; aneddoto; piani per il futuro.

Esprimiti con le immagini, pensa al tuo sguardo e ai tuoi bei gesti.

- 50 exercices pour prendre la parole en public Laurence Levasseur
- 97 exercices pour prendre la parole Chilina Hills, Geneviève Smal
- Les 100 mots de l'éloquence Éric Cobast
- Parler en public. TED - Le guide officiel Chris Anderson
- Les 50 règles d'or de l'éloquence Clotilde Lepetit
- L'école de la parole : L'art de l'éloquence pour tous Laura Sibony
- !
- 12 leçons de rhétorique Victor Ferry
- Les 100 discours qui ont marqué le XXe siècle Simon Petermann
- ORATEUR : comment parler en public Rémi Raher
- A voix haute – le documentaire
- La parole est un sport de combat Bertrand Périer
- Le discours d'un Roi Colin Firth



#### BIBLIOGRAFIA:

# SCHEDE DI VALUTAZIONE





### Progetto l'apertura il discorso e la chiusura



1. sto imparando



2. qualche volta



3. quasi sempre



### Utilizzo immagini, disegni e prospetti



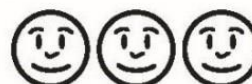
1. sto imparando



2. qualche volta



3. quasi sempre



### Presto attenzione al pubblico in sala



1. sto imparando



2. qualche volta



3. quasi sempre



### Parlo con voce potente e chiara



1. sto imparando



2. qualche volta



3. quasi sempre



### Rispondo a tutte le domande del pubblico



1. sto imparando



2. qualche volta



3. quasi sempre





## PUBLIC SPEAKING – Scheda di Valutazione

Valuta la performance dell'oratore su ciascun elemento nella colonna di sinistra cercando uno dei numeri nella colonna di destra dopo quell'elemento. Le valutazioni procedono da 1 (più basso) a 5 (più alto).

### SCELTA DELL'ARGOMENTO

Adatto all'incarico	1	2	3	4	5
Adatto ai limiti di tempo	1	2	3	4	5

### INTRODUZIONE DEL DISCORSO

Ha attirato l'attenzione	1	2	3	4	5
Delivery of the attention-getter	1	2	3	4	5
Purpose statement	1	2	3	4	5

### DISCORSO PRINCIPALE

Selezione delle idee principali	1	2	3	4	5
Sviluppo delle idee principali	1	2	3	4	5
Organizzazione con metodo persuasivo	1	2	3	4	5
Ragioni a sostegno delle idee principali	1	2	3	4	5
Transizioni tra le idee	1	2	3	4	5
Qualità della ricerca	1	2	3	4	5
Varietà di fonti utilizzate	1	2	3	4	5
Citazione delle fonti	1	2	3	4	5
Uso efficace del linguaggio	1	2	3	4	5
Uso di prove (citazioni, statistiche, ecc.)	1	2	3	4	5

### CONCLUSIONE DEL DISCORSO

Riassunto delle idee	1	2	3	4	5
Fraasi di chiusura	1	2	3	4	5

### DURANTE LA PRESENTAZIONE

Contatto visivo	1	2	3	4	5
Volume	1	2	3	4	5
Espressione facciale	1	2	3	4	5
Rate of speaking	1	2	3	4	5
Espressione/tono vocale	1	2	3	4	5
Pause vocali (um, tipo, e-a, uh, ecc.)	1	2	3	4	5
Pronuncia/articolazione	1	2	3	4	5

COMMENTI SPECIFICI:

Nome: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_\_



# Presentazione orale

	Eccellente	Sufficiente	Necessita di miglioramenti
Contenuti			
Struttura e organizzazione			
Tempi e ritmi			
Postura			
Contatto visivo			
Voce chiara e udibile			
Supporti visivi			

Commenti:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---