

L'AMBIENTE DALLA I ALLA S

IN
FE
AS

PUBLIC SPEAKING

Cagliari, 23.10.2019

Ghilarza, 28.11.2019

Chi ben comincia...



«TUTTI I GRANDI ORATORI FURONO ALL'INIZIO DEI PESSIMI ORATORI»



Ralph Emerson, scrittore e filosofo statunitense

Non è facile

PARLARE IN PUBBLICO NON È SEMPLICE.

Per «fare colpo» bisogna tenere in considerazione molteplici fattori.

Facciamo le presentazioni

Comunicazione e sostenibilità *since* 2007



الغرفة التعاونية العربية الإيطالية
CAMERA DI COOPERAZIONE ITALO-ARABA



Autorità di Sistema Portuale
del Mare di Sardegna



REGIONE AUTONOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



Regione Siciliana



REGIONE CALABRIA



Région Autonome
Vallée d'Aoste
Regione Autonoma
Valle d'Aosta



PROGETTO UOMO
COOPERATIVA SOCIALE - NUORO



REGIONE AUTONOMA DE SARDIGNA
REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
Assessoradu de sa defenza de s'ambiente
Assessorato della difesa dell'ambiente



CITTA' METROPOLITANA DI CAGLIARI

Facciamo le presentazioni



Quanto e quando parliamo in pubblico?

Public speaking: quando?

- Con gli utenti, con i cittadini
- Con i pubblici/target interni: gruppi di lavoro, meeting, ecc.
- Con i pubblici/target esterni: istituzioni, scuole, università e stakeholder

Public speaking: quale?

TRE SITUAZIONI IDEALTIPICHE, TRE TIPI DI RAPPORTO

DOCENZE



Rapporto frontale
Facilitare la
comprensione del
pubblico

CONVEGNI



Rapporto alla pari
Condividere il sapere

UTENTI/CLIENTI



Rapporto consulenziale
Fornire risposte e
strumenti

La giornata di oggi

IN TEORIA

CONSIGLI PIÙ O MENO PRATICI

OSTACOLI ED ERRORI DA EVITARE

ESEMPI ILLUSTRI

Di cosa parliamo quando parliamo di *public speaking*?

Di cosa *non* parliamo

- ✓ Leggere un discorso scritto
- ✓ Leggere slide
- ✓ Seguire un copione pre-definito
- ✓ Recitare un discorso imparato a memoria

PERCHÉ?

SEMPLICE: CI SONO GLI ALTRI!

Entrare in relazione, piuttosto

- Parlare in pubblico significa innanzitutto **rivolgersi agli altri** e non a se stessi
- La comunicazione in pubblico, più di altre, è basata su un **processo di relazione**
- Entrano in gioco contenuti, aspettative, motivazioni, culture, esperienze ed **emozioni**

Per una comunicazione

INTENZIONALE

rivolta ad uno scopo

CONSAPEVOLE

basata su una volontà razionale (strategia)

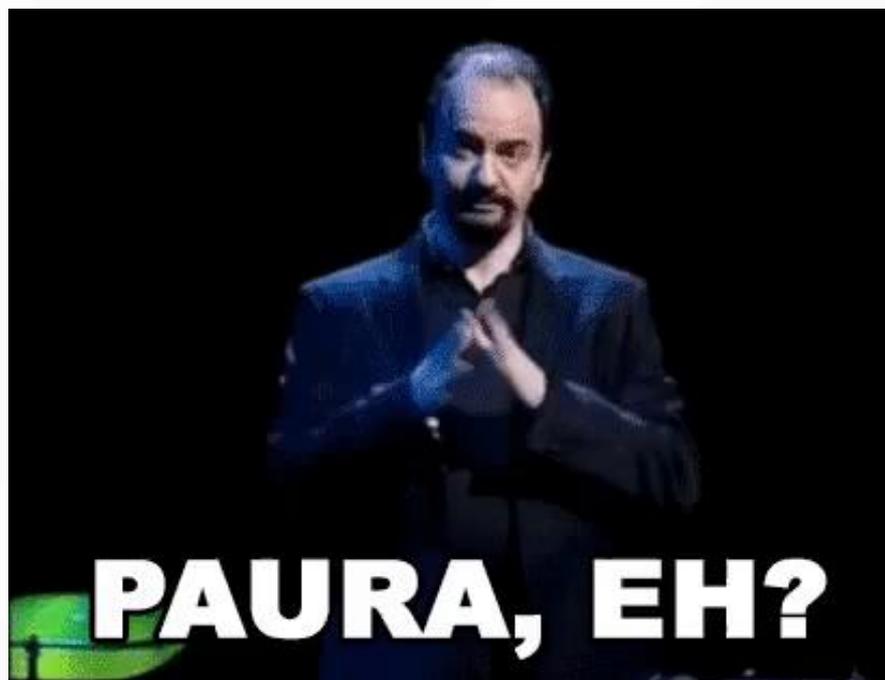
EFFICACE

in grado di raggiungere gli obiettivi

E quindi

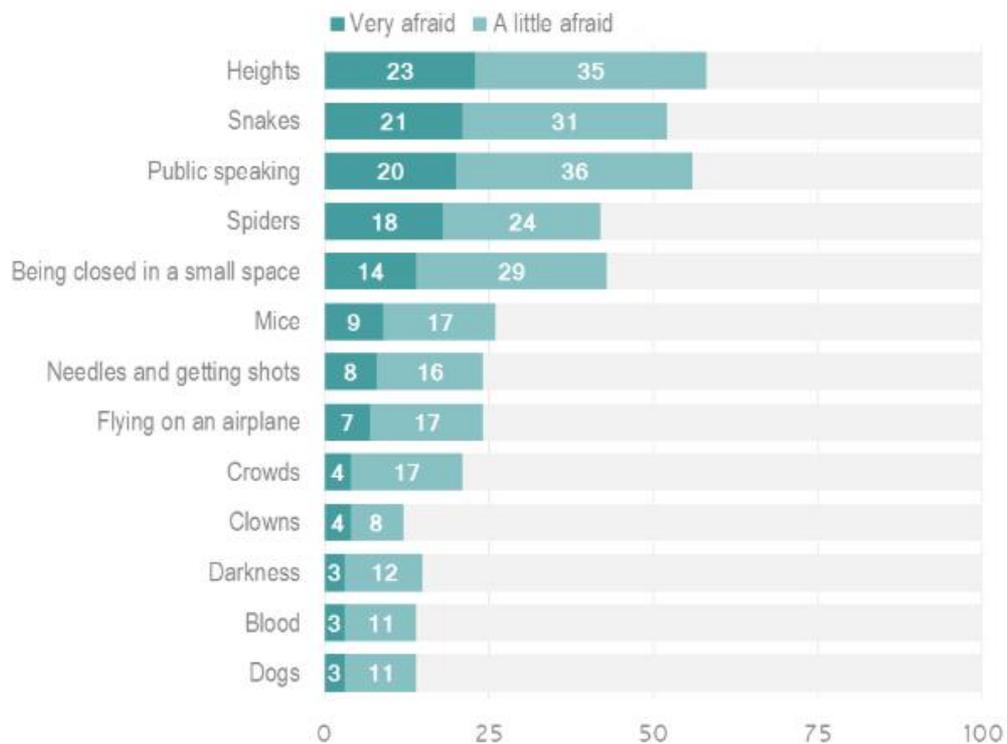
- Occorre saper trasmettere **con efficacia** idee e proposte dando un senso di **fiducia e autorevolezza**
- Per fare ciò ci si deve esprimere con **competenza e sicurezza**
- E si deve saper bene **cosa si dice**, concentrandosi anche sul **come** lo si dice

Certo, non è facile



La terza grande paura

Percentage of British adults "very" or "a little" afraid of...



YouGov | yougov.com

Dopo:

1. **Paura delle altezze**, istintiva e provata più o meno da tutti sin da piccoli
2. **Paura dei serpenti**, altrettanto "prevedibile" poiché i serpenti velenosi sono stati tra gli animali più pericolosi per l'uomo

Ha un nome

Glossofobia

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.



Questa voce sull'argomento disturbi psichici è solo un [abbozzo](#).

[Contribuisci](#) a migliorarla secondo le [convenzioni di Wikipedia](#).

La **glossofobia** è la **fobia** di parlare in pubblico. La parola *glossofobia* deriva dal **greco** γλῶσσα *glōssa*, lingua, e φόβος *phobos*, paura o fobia.

Sintomi [[modifica](#) | [modifica wikitestò](#)]

I sintomi includono:

- intensa **ansia** prima di comunicare in pubblico o semplicemente al pensiero di doverlo fare;
- una marcata tendenza ad evitare eventi che possano attirare l'attenzione della gente;
- malessere fisico, **nausea** o **panico** in queste circostanze.

Come superarla?

1. **È normale:** non diamole troppa importanza e utilizziamola a nostro favore (ci rende più espressivi e «contagiosi»)
2. Nervosismo, sudore e tremolio delle mani indicano la nostra **voglia di far bene** e possono persino portare il pubblico a immedesimarsi
3. **Preparazione e pratica:** conoscere il pubblico e sapere cosa si aspetta; organizzare il discorso ed esercitarsi; entusiasmo e brevità
4. Aiutarsi con il **rilassamento**

Le 4 S

SEMPLIFICARE

Scoprire le motivazioni che generano nervosismo o preoccupazione

SUPERARE

Individuare e utilizzare gli strumenti per vincere tali stati d'animo

SELEZIONARE

Organizzare il discorso ed esprimersi senza impararlo a memoria

SEDURRE

Emozionare e coinvolgere dall'inizio alla fine con sicurezza e tranquillità

 **METODO 4S**
Public speaking for business

Luoghi comuni



«**IMMAGINARSI IL PUBBLICO SEDUTO SUL WC**»

«**TENERE IN MANO UN OGGETTO**» (es. penna)
VS rischio defocalizzazione

«**BASTA UN CORSO**»
se non si mette in pratica e non si ricevono feedback
costanti, si torna nella paura

Meglio

UTILIZZARE LA FISIOLOGIA

Mani sull'addome e sulle guance

Respirazione

Occhi chiusi

Tamburellare con le dita le braccia e le gambe

NON FARE TUTTO DA SOLI

Coaching?

BUTTARSI



Non importa quanto siamo incerti o spaventati
«SPRIZZARE SICUREZZA DA TUTTI I PORI!»



Un metodo anche per questo?

Il **metodo ARPA** aiuta a concentrarsi su quattro aree di interesse:

- **ATTENZIONE**
- **RICORDO**
- **PERSUASIONE**
- **AZIONE**



DAVANTI A TUTTI
Il sito della Formazione formatori
e del Public speaking 

A di «Azione»

«PERCHÉ SONO QUI DAVANTI A TUTTI?»

Per quale importantissimo motivo mi sottopongo a questo stress?

E per quale chiedo alle persone che ho di fronte di investire il loro tempo ad ascoltarmi?»

Quindi il primo segreto è **sapere cosa volere dal pubblico:**

«Cosa voglio che accada dopo il mio discorso?»

Sembra banale, ma quanti formatori o manager se lo chiedono?

R di «Ricordo»



«Perché qualcuno si persuada grazie alle tue argomentazioni, **sarà necessario che il pubblico se le ricordi**».

Anche questo sembra banale, ma spesso i supporti visivi (slide, video) sembrano usati per scoraggiare la comprensione e la memorizzazione.

P di «Persuasione» e A di «Attenzione»

Se vogliamo che qualcuno agisca in un certo modo, prima dobbiamo **persuaderlo**. E non basta lo stile pubblicitario.

L'Attenzione va gestita fino all'ultimo momento.

È forse l'**abilità più impegnativa** da sviluppare, il **collante** di tutto il *public speaking*, che riguarda la scrittura, i supporti, l'ambiente, il movimento e la voce.



Di solito, le presentazioni

- Accademiche e fredde
- «Cialtrone» o irresponsabili
- Poco concise e poco chiare



«COSA VUOLE, QUESTO?»

L'importante è avere un metodo

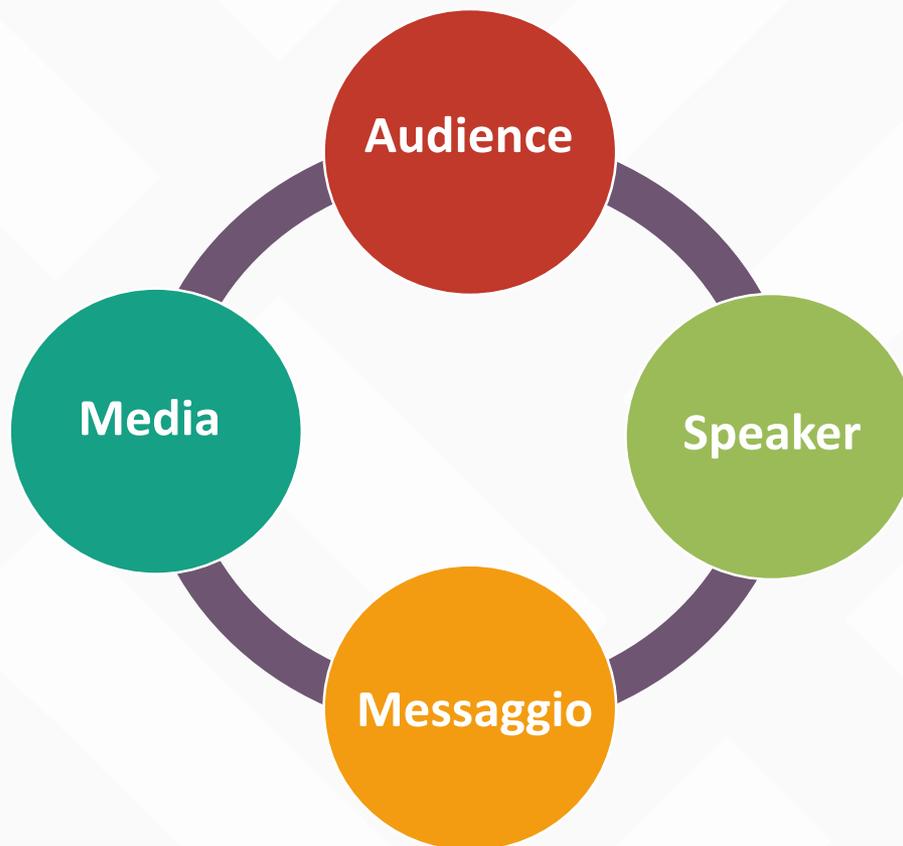
- Per analizzare l'audience
- Per scegliere e strutturare i contenuti
- Per emozionare
- Per utilizzare il linguaggio paraverbale e non verbale (corpo, voce e spazio a disposizione)

Quattro lezioni

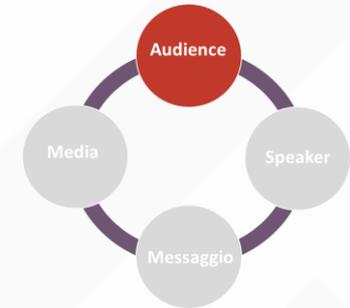
- 1. Considerare il *public speaking* tra le priorità formative e professionali**
«Ma sì, tanto io so parlare, datemi il microfono...» VS metodo e applicazione
- 2. Non credere a chi dice «sii te stesso»**
Bolt all'inizio correva sciancato, poi ha imparato una serie di tecniche; piuttosto, «studia come un dannato!»
- 3. Valorizzare le caratteristiche individuali VS luoghi comuni (es. «guardare in macchina»)**
- 4. Valutare il contesto, con le sue regole:** in tv, su un palco, dal vivo, cambiano anche i gesti



Un'altra tassonomia: i 4 pilastri



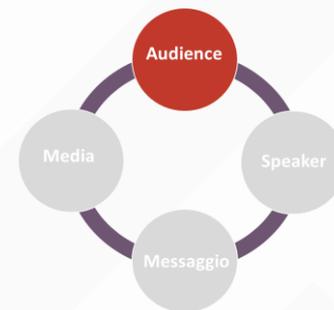
L'audience



Farsi ascoltare, capire, condividere

- Chi sarà presente? Perché è venuto?
- Cosa vuole sentire o conoscere?
- Come mantenere viva la sua attenzione?

E ancora



Chi sono le persone che avrò davanti?

Che tipo di background hanno?

Cosa hanno fatto prima di assistere al mio discorso?

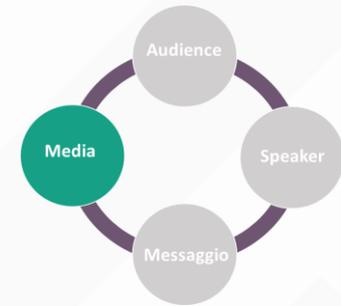
Che cosa hanno intenzione di fare dopo?

L'atmosfera sarà formale o informale?



**TENER CONTO DI QUESTI FATTORI E PREPARARSI A CAMBIARE
«TONO» DI CONSEGUENZA**

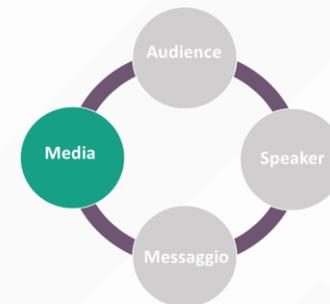
Media e strumenti



- Quali vantaggi e svantaggi?
- Quali ausilî?



Media: la proiezione (1/2)

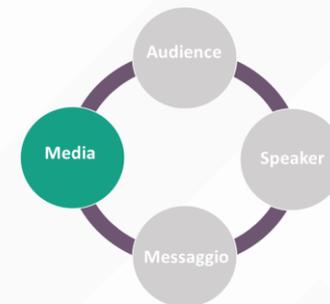


- Sicuramente il mezzo visivo migliore
- Pochi concetti su cui discorrere
- Immagini e animazioni con parsimonia



**LO SCHERMO È UN SUPPORTO, NON UN LEGGIO:
GUARDARE LA PLATEA**

Media: la proiezione (2/3)



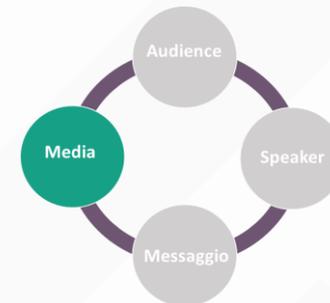
«LESS IS MORE»

- Grafica semplice
- Poco testo
- Carattere adeguato
- Visuale appropriata

**ASSICURATI CHE FILE, PC E PROIETTORE
FUNZIONINO PRIMA DI COMINCIARE**

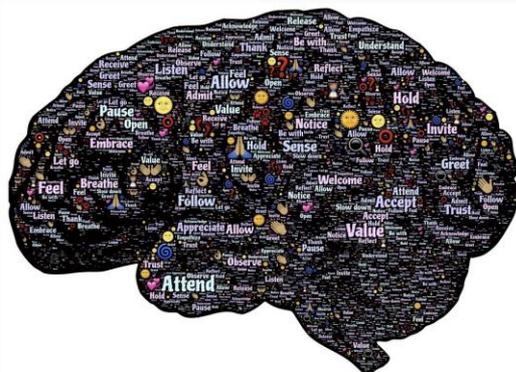


Media: la proiezione (3/3)



“Vedere una volta è meglio che udire un centinaio di volte”

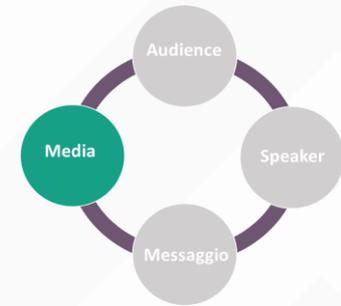
(antico proverbio giapponese)



Secondo alcuni studi, infatti, **ricordiamo:**

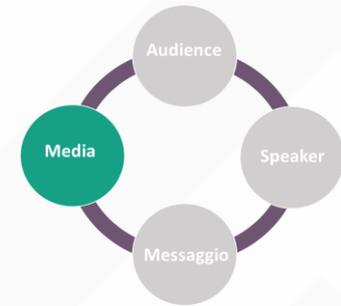
- dal 30 al 35% di ciò che vediamo;
- dal 10 al 15% di ciò che sentiamo;
- il 50% di un discorso abbinato a mezzi didattici visivi.

Media: la vecchia lavagna



- Rivedere i contenuti scritti
- Attirare l'attenzione su di sé mentre si scrive
- Scrivere in modo leggibile (stampatello e grande)
- «Personalizzare» con scrittura e disegni fatti a mano
- Differenziare i contenuti con diversi colori

Media: i filmati



- Sempre un ottimo strumento per sottolineare concetti
- Impatto emotivo
- Purché brevi, comprensibili e realmente coinvolgenti



**MAI SPEGNERE LE LUCI PER TROPPO TEMPO, SOPRATTUTTO...
DOPO PRANZO**

Ad esempio

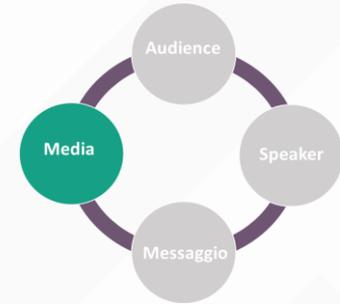
**TED's secret to great
public speaking**
Chris Anderson

TED

Ideas worth spreading

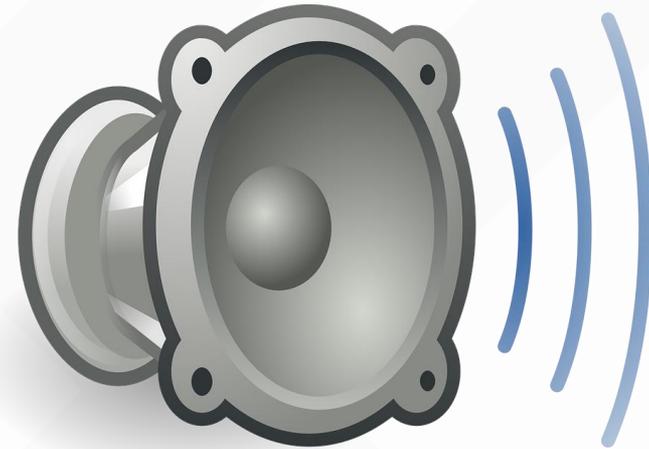
1. Focus on one major idea. ([5:04](#))
2. Give people a reason to care. ([5:33](#))
3. Build your idea with familiar concepts. ([6:09](#))
4. Make your idea worth sharing. ([7:14](#))

I media: audio

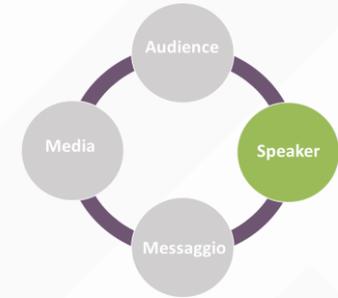


Il volume deve essere adeguato a:

- contenuto
- stati d'animo
- dimensioni dell'audience
- dimensioni della sala
- ...



Il media dei media: noi



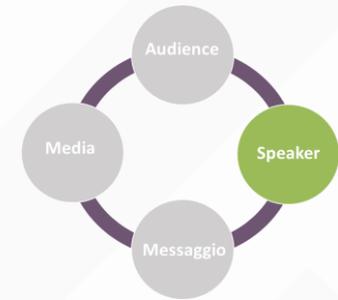
VERBALE

Verbale (chiarezza e semplicità)

“PARA” E “NON” VERBALE

Emozioni | energia | convinzioni

Lo speaker: domande e interruzioni



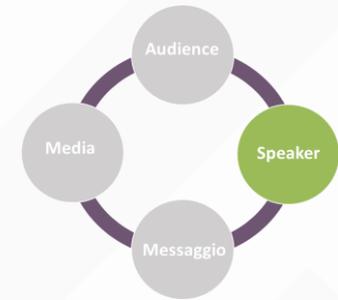
È utile dire all'inizio della presentazione come verranno gestite le **domande**

- ✓ Prevedere un tempo
- ✓ Ripeterle a voce alta
- ✓ Se non sorgono spontanee, stimolarle
- ✓ Gestire il contatto visivo
- ✓ Dare risposte concrete e concise
- ✓ Non inventarsi le risposte!

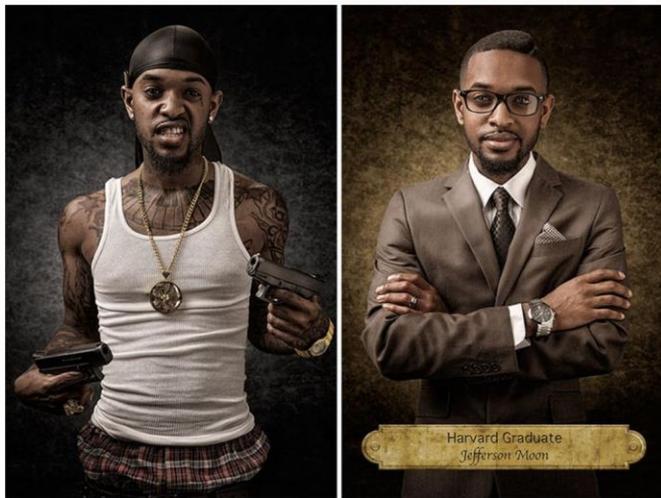
Anche per le interruzioni, **dare le regole** all'inizio (es. spegnere i telefoni) aiuta a non «perdere» l'audience



Lo speaker: autorevolezza e immagine

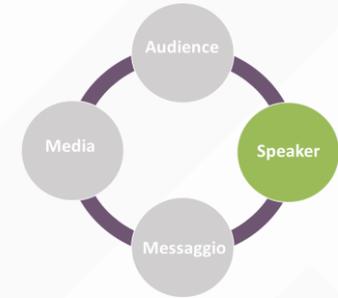


È importante prepararsi (es. provare la durata, riprendersi con videocamera) e, se in aula «qualcuno ne sa di più», integrare e disciplinare gli interventi



L'ABITO FA IL MONACO!
Scegliere il più adeguato

Lo speaker: voce!



ENUNCIAZIONE

Chiarezza delle parole

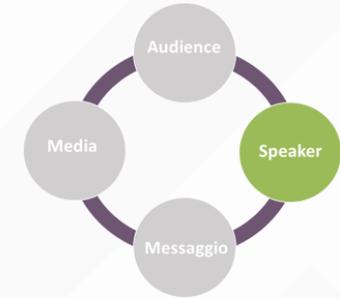
VARIETÀ VOCALE

Tono, volume, grado di intensità e
"umore" della voce

Contano quanto le parole che si scelgono!

- Non proviene dalla gola, ma dall'addome, quindi *meglio respirare*
- Il **ritmo** deve essere abbastanza lento, ma è più importante pronunciare chiaramente ciò che si dice e fare le **pause** giuste
- Il **tono** deve essere rilassante, ma non lamentoso: variarlo – per timbri, registri e ritmo - serve a tenere viva l'attenzione

Lo speaker: lo sguardo



- Avere un contatto prolungato (dai 3 ai 5 secondi)
- Evitare lo *scanning*

Lo speaker: persino la postura



DRITTI, MA NON RIGIDI. COMODI, NON SBRAGATI.

Iniziare da una posizione neutra

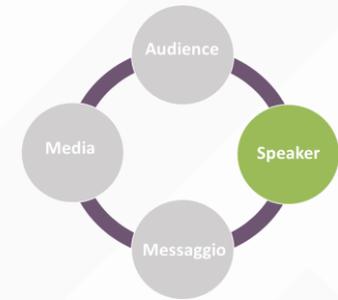
No riposo, no foglia di fico, no mano in tasca



Gestualità

- A supporto/rinforzo del messaggio
- Gestii ampi
- Tornare alla posizione neutra tra un gesto e l'altro
- Usare mani e braccia per indicare (senza coprire)

Lo speaker: quattro principi



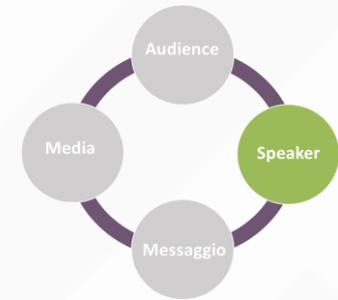
PREPARAZIONE
DELLA RELAZIONE



GESTIONE
DELL'**EMOTIVITÀ**



Lo speaker: quattro principi



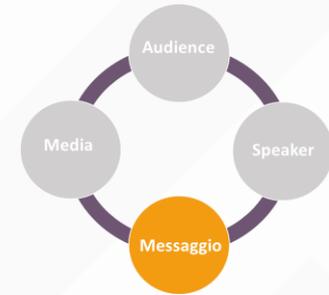
CAPACITÀ DI RILEVARE
IL **FEEDBACK**



FLESSIBILITÀ E CAPACITÀ
DI ADATTAMENTO



Il messaggio: come strutturarlo?



INTRODUZIONE

- Attirare l'attenzione dell'audience e focalizzarla sulla presentazione
- Anticipare il contenuto e lo schema della presentazione (cosa faremo, come e perché)

Il messaggio: come strutturarlo?



PRESENTAZIONE

Considerare la curva dell'attenzione (max 30')

Se si va oltre, interrompere e dialogare

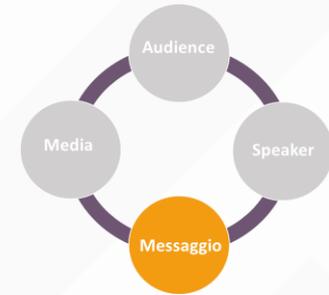
Il messaggio: come strutturarlo?



CONCLUSIONE

- Fare sintesi per favorire la memorizzazione
- Definire esplicitamente che cosa ci si aspetta

La struttura del discorso



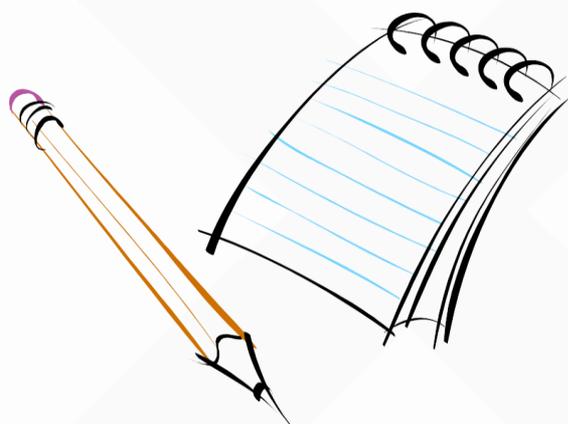
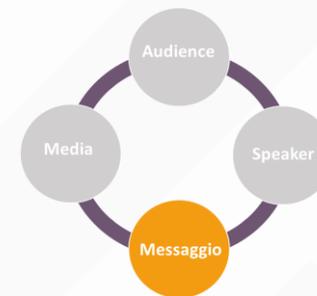
- L'ordine del discorso segue un filo logico?
- Stiamo tracciando un percorso?
- Lo speaker sta portando il pubblico su una strada che può riconoscere o visualizzare?

SI PROCEDE SENZA INTOPPI? OCCHIO AL TEMPO!

Prepararsi all'eventualità di tagliare una parte del discorso, senza rinunciare a concludere in maniera adeguata



La struttura del discorso: provvisoria e definitiva



Fare una **stesura provvisoria**, chiedendosi se le idee, principali e secondarie:

- contribuiscono allo scopo
- si possono trattare nel tempo a disposizione
- sono adeguate e sufficientemente documentate
- faranno presa sul pubblico

Fare una **stesura definitiva**, riscrivendo daccapo tutte le idee e riorganizzandole

Mettiamoci alla prova



1. Ciascuno scrive un argomento su un foglietto
2. Si mescolano i foglietti
3. Si estrae a sorte
4. Ciascuno tiene il suo discorso

**SI APPRENDE COSÌ A ORGANIZZARE LE IDEE RAPIDAMENTE,
MA CON UN FILO LOGICO**

La giornata di oggi

IN TEORIA

CONSIGLI, PIÙ O MENO PRATICI

OSTACOLI ED ERRORI DA EVITARE

ESEMPI ILLUSTRI

Prima

- **AUDIENCE** | Sapere chi c'è e cosa si aspetta
- **MEDIA** | Decidere il più appropriato e verificarne l'eventuale funzionalità (sempre con un Piano B)
- **SPEAKER** | Prepararsi (stato d'animo, contenuto, abbigliamento)
- **MESSAGGIO** | Avere un buon "titolo", comunicare quando e dove

Chi ben comincia...

I primi secondi sono determinanti: quali elementi inserire per dare incisività al proprio incipit?

Es. costruire un inizio VAK – Visivo (V), (A)uditivo e (K)inestesico

Tutti noi prestiamo maggiore attenzione a chi utilizza un codice simile al nostro.

Prima ancora di iniziare: *check list*

- Orari
- Dimensioni della sala
- Sedie per i partecipanti
- Piani d'appoggio per scrivere
- Attrezzatura tecnica dell'aula
- Ventilazione, temperatura, visibilità e acustica
- Eventuali interpreti

Durante

- **AUDIENCE** | Dare il benvenuto e stabilire la relazione
- **MEDIA** | Per dare varietà o solo come supporto
- **SPEAKER** | Essere VAK (comunicazione multisensoriale), mantenere il contatto
- **MESSAGGIO** | Dire cosa come e perché

NON SAI RISPONDERE? AMMETTILO.
HAI FATTO UN ERRORE? ACCETTALO.



Dopo

- **AUDIENCE** | Riassumere e ringraziare
- **MEDIA** | Distribuire eventuali materiali/documenti
- **SPEAKER** | Valutare spazi di miglioramento
- **MESSAGGIO** | Dare seguito nelle modalità stabilite

Cinque consigli autorevoli



THE SCAFFOLDING OF RHETORIC

Novembre 1897

1. Pronunciare correttamente

Pronunciare bene

Scandire correttamente

Usare «parole antiche», quindi conosciute, evocative

2. Ritmo

Dare ritmo a ciò che diciamo

Usare la «poesia»: non per le rime, ma per gli spazi vuoti, per le pause

3. Susseguirsi di argomenti

Costruire una narrazione

Esporre gli argomenti uno dopo l'altro

4. Analogia

Trovare analogie con il pubblico

Esempio: per parlare di una lite fra Stati, citare le liti in famiglia

5. Suscitare emozioni

Raccontare una storia personale, qualcosa di vicino al pubblico:
mettersi nella mente dell'altro dicendo cose che lo riguardano

Altre 5 regole

- 1. Definire bene lo scopo**
- 2. Focalizzarsi sull'audience**
- 3. Organizzare il discorso**
- 4. Predisporre supporti efficaci**
- 5. Fare le prove**



LO HUMOR FUNZIONA SE È SPONTANEO!

E ancora: autovalutarsi

Dopo ogni intervento è utile
compilare una propria
scheda di feedback



La giornata di oggi

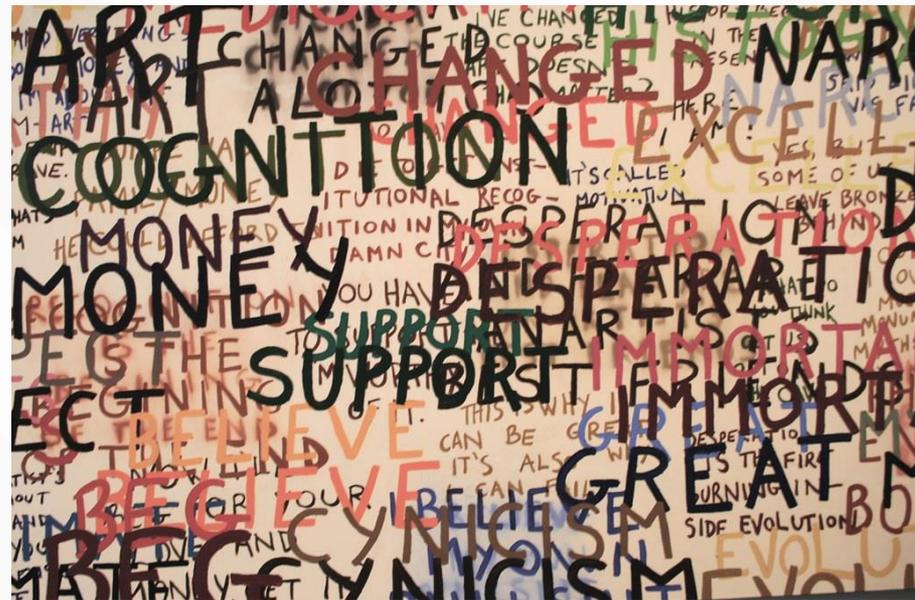
- ❑ IN TEORIA
- ❑ CONSIGLI, PIÙ O MENO PRATICI
- ❑ **OSTACOLI ED ERRORI DA EVITARE**
- ❑ ESEMPI ILLUSTRI

Ostacolo n° 1: astrattezza

Evitare parole o ragionamenti astratti: si rischia di far calare l'attenzione.

Per essere efficaci, le parole devono essere **concrete, legate alla quotidianità.**

Meglio **creare immagini, fornire «ancore» visive.**



Pucci, Università Roma Tre

Ostacolo n° 2: gergalità

gèrgo (ant. gergóne) s. m. [dal fr. ant. *jergon*, *jargon*, che in origine significava «cinguettio»] (pl. -ghi). – 1. Forma di linguaggio propria di certi gruppi sociali (sette religiose o politiche, mercanti, persone dello stesso mestiere, e anche vagabondi, malviventi, carcerati, ecc.), usata allo scopo di evitare la comprensione da parte di persone estranee al gruppo: parlare il g., e più comunem. *parlare in gergo*. Consiste nella sistematica sostituzione di vocaboli della lingua comune con altri di origine straniera, o anche indigeni ma con significato mutato e allusivo, oppure deformati o alterati con ricorso a metatesi, con aggiunta o sostituzione di suffissi, con scorciature finali, ecc., come avviene nei vari tipi di *furbesco* in Italia, nell'*argot* francese, ecc. 2. Per estens., ogni parlare allusivo, indiretto,

«Il gergo è una difesa» soprattutto davanti alla paura di parlare in pubblico.

È invece indispensabile esprimersi con termini semplici - anche davanti agli argomenti più tecnici - e fornire i dettagli più utili.

Pucci, Università Roma Tre

Ostacolo n° 3: monotonia

Invece, scegliere argomenti sentiti

È importante essere emotivamente coinvolti nell'argomento trattato

Rivivere la scena che si sta descrivendo

Riportando un fatto o un'esperienza bisogna immedesimarsi ed esprimersi con un linguaggio vivido

Mostrarsi convinti

Agire come se si fosse sicuri di sé è rassicurante
Es. salire sul palco con passo spedito, avere una voce ferma

Conversare con l'audience

L'uditorio deve sentirsi coinvolto, considerato

Pucci, Università Roma Tre

Ostacolo n° 4: scarsità informativa

**MOLTISSIME INFORMAZIONI CHE DAREMO
ANDRANNO PERSE: L'IMPORTANTE È SAPERLO**

Meglio non essere dispersivi

Meglio dire poche cose, sempre in modo diverso



Pucci, Università Roma Tre

Discorsi sbagliati (1/2)

Waterloo <v`at`erloo>; con pron. fr. <vaterl`o>. – Nome di una cittadina del Belgio orientale, 15 km a sud di Bruxelles, dove il 18 giugno 1815 ebbe luogo una famosa battaglia che segnò la sconfitta finale di Napoleone Bonaparte; usato come s. f., è talora assunto a significare, per antonomasia, una sconfitta definitiva, un fallimento totale spec. di iniziative comportanti rischi e conflitti: *la grande impresa da cui si attendeva un grande trionfo si è invece risolta per lui in una vera Waterloo.*



Discorsi sbagliati (2/2)

MINI | MARTEDÌ 7 GENNAIO 2014

Il guaio di Michael Bay al mega evento Samsung

Doveva partecipare alla presentazione dei nuovi televisori ultra HD della società, ma si è incartato col gobbo e ha lasciato di colpo il palco

Le insidie ricorrenti

- Brusii e rumori
- Interruzioni (telefoni!)
- Sedie scomode
- Temperatura o luce
- Lavagna/schermo non visibili
- Tempi e orari sbagliati (es. durata, postprandiale)



Le possibili soluzioni



- Provare, provare, provare
- Verificare, verificare, verificare

**SEDIE SCOMODE:
PREGIO O DIFETTO?**

Errori da evitare

COMINCIARE SCUSANDOSI

Non far sapere al pubblico se non si è
sufficientemente preparati.
Sarebbe offensivo.

Errori da evitare

RACCONTARE BARZELLETTE

Potreste non essere divertenti o può essere già conosciuta dai più.

Meglio non rischiare!

Errori da evitare

DARE LE SPALLE AL PUBBLICO

NON GUARDARE IL PUBBLICO

Errori da evitare

PARLARE DA SEDUTI

O CON LE MANI IN TASCA

Errori da evitare

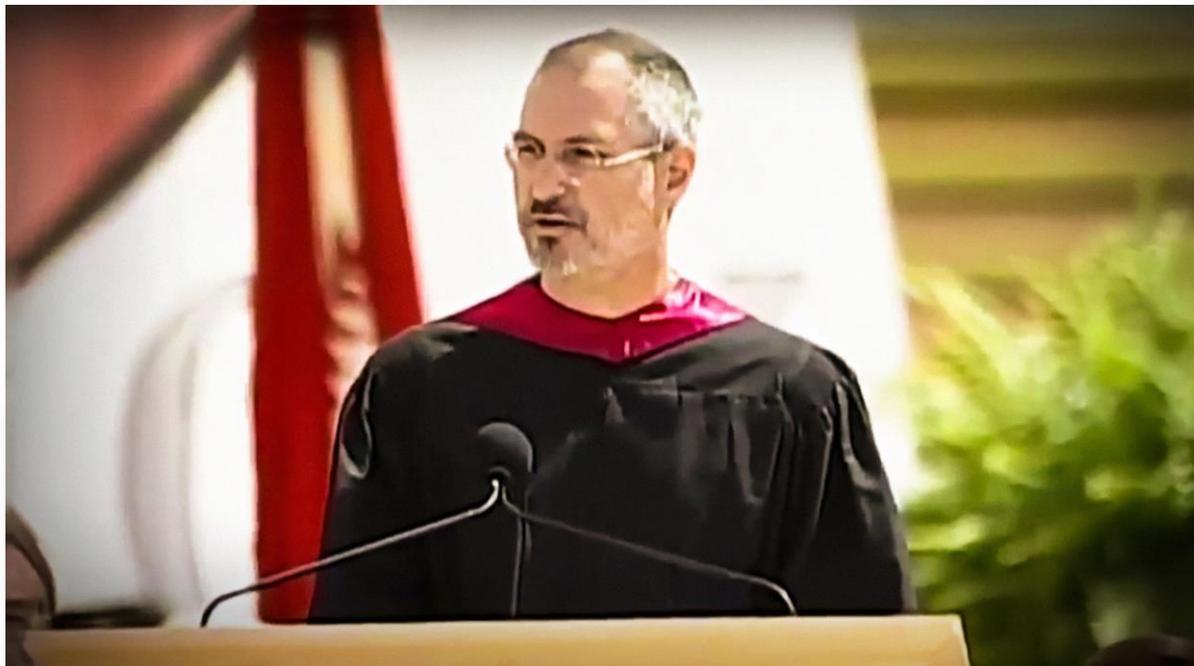
SOVRAPPORSI ALLA PROIEZIONE

LEGGERE!

La giornata di oggi

- ❑ IN TEORIA
- ❑ CONSIGLI, PIÙ O MENO PRATICI
- ❑ OSTACOLI ED ERRORI DA EVITARE
- ❑ ESEMPI ILLUSTRI**

Affamati e folli



L'incipit

«Sono onorato di essere qui con voi oggi, nel giorno della vostra laurea presso una delle migliori università del mondo.
Io non mi sono mai laureato.

A dir la verità, questa è l'occasione in cui mi sono di più avvicinato ad un conferimento di titolo accademico.»

Gli aneddoti, il personale

«Oggi voglio raccontarvi **tre episodi della mia vita**.
Tutto qui, nulla di speciale.
Solo tre storie.

[La prima storia parla di “unire i puntini”.](#)

[La mia seconda storia parla di amore e di perdita.](#)

[La mia terza storia parla della morte.»](#)

Al cinema



The King's Speech (2010)
Diretto da Tom Hooper, con protagonisti
Colin Firth e Geoffrey Rush
4 Oscar, 12 nomination

Persino i re!

Il film narra la storia vera di re **Giorgio VI d'Inghilterra**, che - affetto da balbuzie - si rivolse al **logopedista** australiano Lionel Logue per vincere la paura di parlare in pubblico.

“Chiunque riesca a gridare vocali da una finestra aperta può imparare a tenere un discorso.”

Lionel Logue (Geoffrey Rush)

Quali insegnamenti

LA VOCE

Nessuno di noi sopporta il suono della propria voce, perché non è abituato ad ascoltarlo

È importante invece familiarizzare con la nostra voce, registrandola e riascoltandola per poterci lavorare.



Lionel: “Perché dovrei sprecare il mio tempo ad ascoltarvi?”

Re Giorgio VI: “Perché io ho una voce!”

Lionel: “Sì, è così.”

(dialogo)

Quali insegnamenti

LA PAURA

“Vi esorto solo a non farvi governare dalla paura.”

Lionel Logue (Geoffrey Rush)

Quali insegnamenti

L'INCIPIT

Come ci siamo detti, l'incipit è la parte più importante dell'intervento, la fase in cui si gettano le basi per la sua riuscita.

“Aspettando che sia io a cominciare una conversazione si rischia di aspettare abbastanza a lungo.”

Re Giorgio VI (Colin Firth)

Quali insegnamenti

L'ESPOSIZIONE

LE PAUSE

Lionel: “Le lunghe pause vanno bene, aggiungono solennità alle grandi occasioni.”

Re Giorgio VI: “Allora io sono il più solenne Re mai esistito.”

(dialogo)

Un altro esercizio



1. Un partecipante inizia una storia: qualsiasi, anche la più fantasiosa
2. Dopo un po', al segnale di un altro, chi gli sta vicino continua esattamente da dove la storia si è interrotta
3. E così via

È LA COSIDDETTA «TECNICA DEL COLLEGAMENTO»

Un altro ancora



«Se in questo momento dovessi intervenire, cosa direi? E come?»

Condizionarsi mentalmente a improvvisare sempre, in qualsiasi situazione.

**PUR IMPROVVISANDO, BISOGNA SEMPRE SEGUIRE UN FILO LOGICO CHE
CONDUCA AD UN TEMA CENTRALE, AL PUNTO DA FAR EMERGERE**

Quindi?

**PARLARE IN PUBBLICO È UN'ARTE
CHE SI PUÒ APPRENDERE.**

E CHE POI BISOGNA SAPER NASCONDERE.

Quindi?

CONCEDIAMO A NOI STESSI DI SBAGLIARE.

IL DISCORSO PERFETTO NON ESISTE.