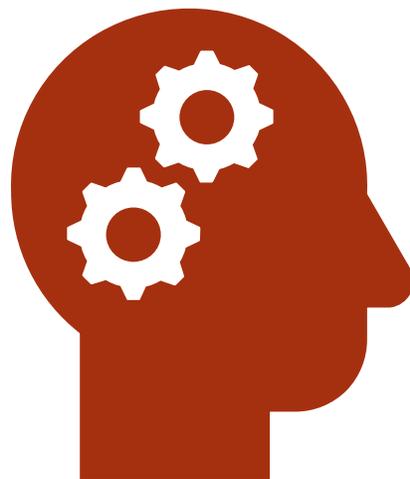


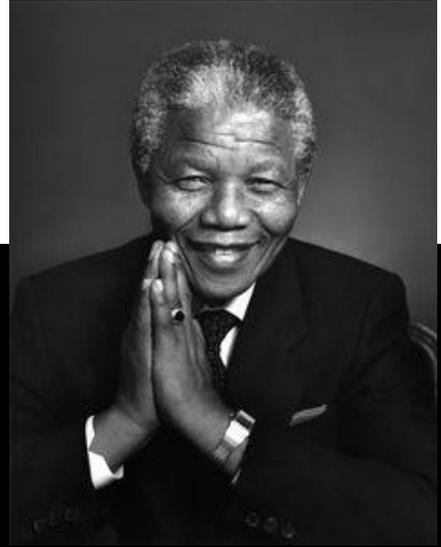
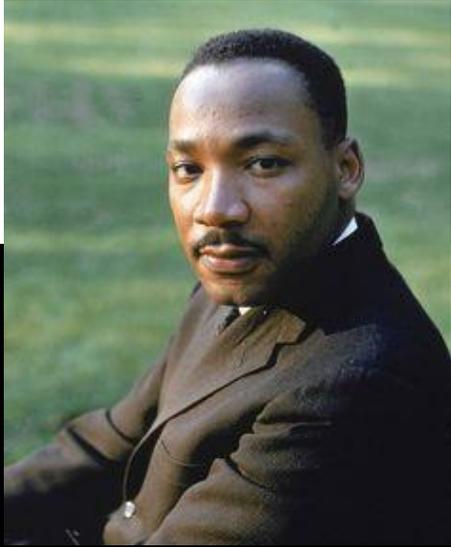


CARMEN PERNICOLA

- Psicologa
- Collaboratrice UNOBRAVO
- Formatrice
- carmen.pernicola.unobravo@gmail.com
- +39 329 419 83 25
- https://www.instagram.com/carmen_pernicola/
- carmenpernicolapsicologiaonline.wordpress.com



DIVENTARE UN BUON LEADER





▪NON
CHIEDERTI
PERCHÈ,
CHIEDITI
COME



Dimentica *“Faccio prima a fare che a spiegartelo?”*

Cerca il motivo non qualcuno a cui dare la colpa

Stabilisci ruoli chiari e rispettali

Gratifica. Anche i tentativi

Risposte chiare e precise

Incoraggia a rischiare

Nel dubbio, chiedi



LA LEADERSHIP TRASFORMAZIONALE



UN LEADER È MIGLIORE QUANDO LA GENTE
SA A MALAPENA DELLA SUA ESISTENZA.
LAO TZU

- Il concetto di **leadership trasformatzionale** è stata creato dal sociologo **James V. Downton**
- E' stato poi esplorato dal biografo presidenziale americano esperto in leadership **James MacGregor Burns**
- Nel suo libro Leadership (1978) Burns **definisce la leadership trasformatzionale** come un processo attraverso cui leader e collaboratori si aiutano ad ascendere a "livelli più elevati di moralità e di motivazione".

▪ Secondo Burns **i leader *devono* coinvolgere i propri collaboratori:**

▪ *"La funzione della leadership è quella di coinvolgere i seguaci, non semplicemente di attivarli, di unire bisogni, aspirazioni e obiettivi in un'impresa comune, e nel processo di rendere cittadini migliori sia i leader che i seguaci".*

- Applicando questo concetto alla dirigenza sportiva possiamo dire che:

- *La funzione della leadership trasformativa nello sport è quella di coinvolgere i collaboratori, non semplicemente di attivarli, di unire bisogni, aspirazioni e obiettivi in un'impresa comune, e nel processo di rendere la società sportiva migliore per tutti quelli che a vario titolo ne fanno parte".*



Influenza idealizzata: il leader viene percepito come un modello



Motivazione ispiratrice: il leader comunica la propria visione e suscita una risposta appassionata



Stimolazione intellettuale : il leader incoraggia la creatività e offre l'opportunità di apprendere



Considerazione individualizzata: il leader ha una relazione di supporto e una comunicazione aperta



LEADERSHIP E COMUNICAZIONE



LA LEADERSHIP RIGUARDA LE COMUNICAZIONI MAGNETICHE. I
LEADER HANNO UN MODO DI COMUNICARE CHE ATTRAIE LE PERSONE VER
SO LA VISIONE E L'ORIZZONTE.

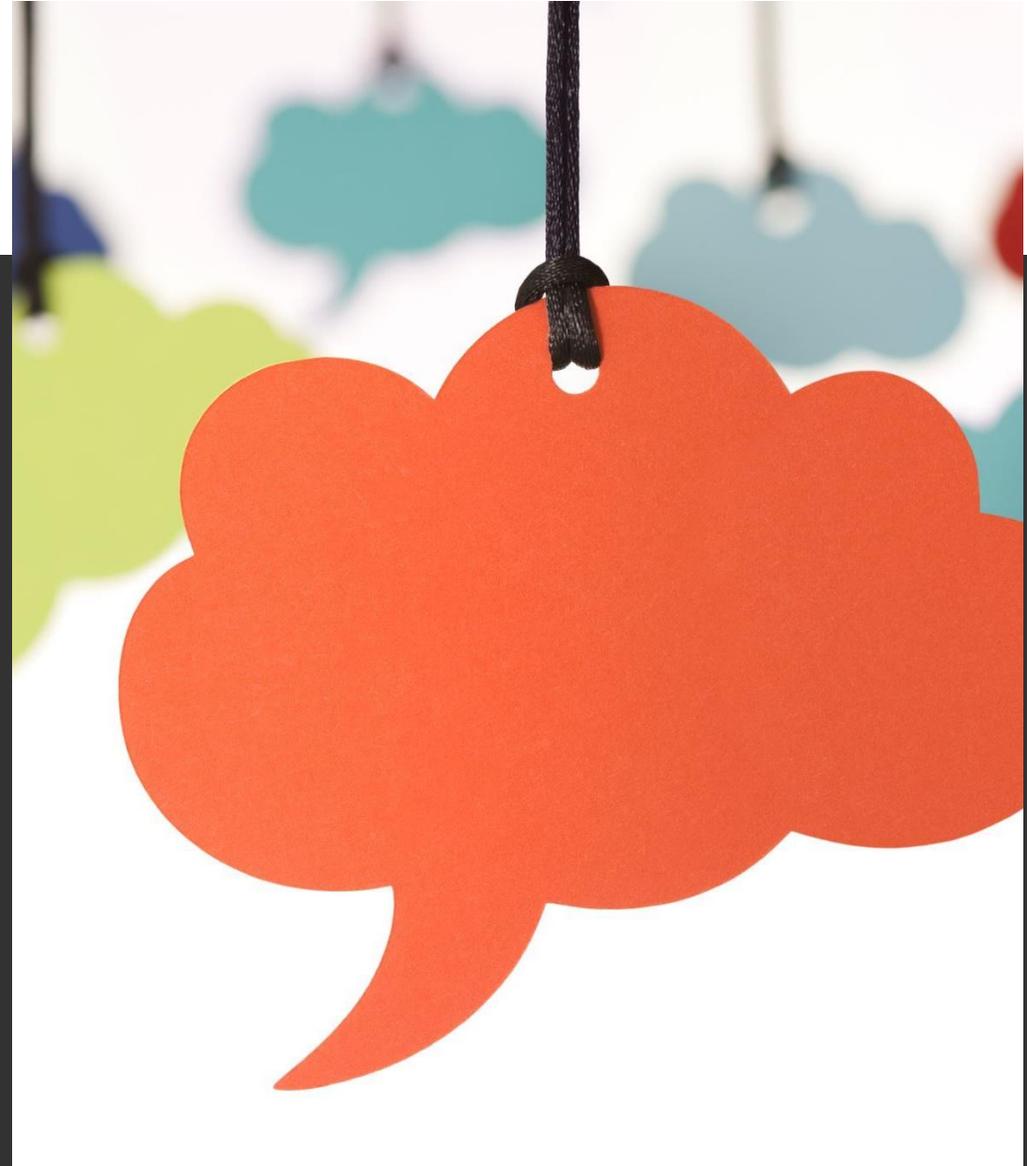
DOUG FIREBAUGH



GLI ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

- Non si può non comunicare
- Ogni comunicazione ha un aspetto di contenuto e uno di relazione
- La natura di una relazione dipende dalla punteggiatura di una sequenza di comunicazione
- Gli umani comunicano sia con il modello analogico sia col modello digitale
- Gli scambi della comunicazione sono simmetrici o complementari

(Paul Watzlawick, Pragmatica della comunicazione)



- **Comunicazione verbale** (quel che si dice e si scrive)
- **Comunicazione non verbale** (postura, movimenti, posizione nello spazio)
- **Comunicazione paraverbale** (voce, pause, risate, silenzi, rumori)





Pensa a qualcosa con cui hai lottato o stai lottando.



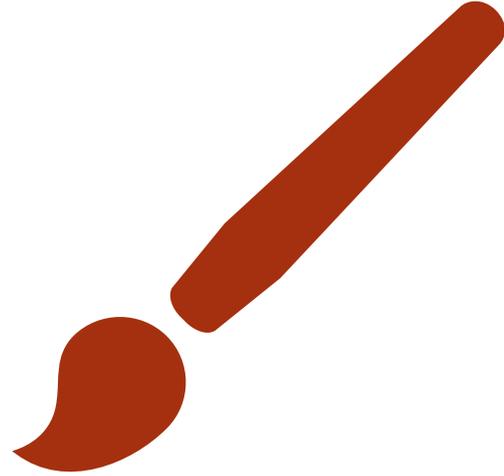
Pensa a come ti ha fatto o ti fa sentire.



Ora immagina che qualcuno del gruppo venga da te a parlarti di quello stesso problema.

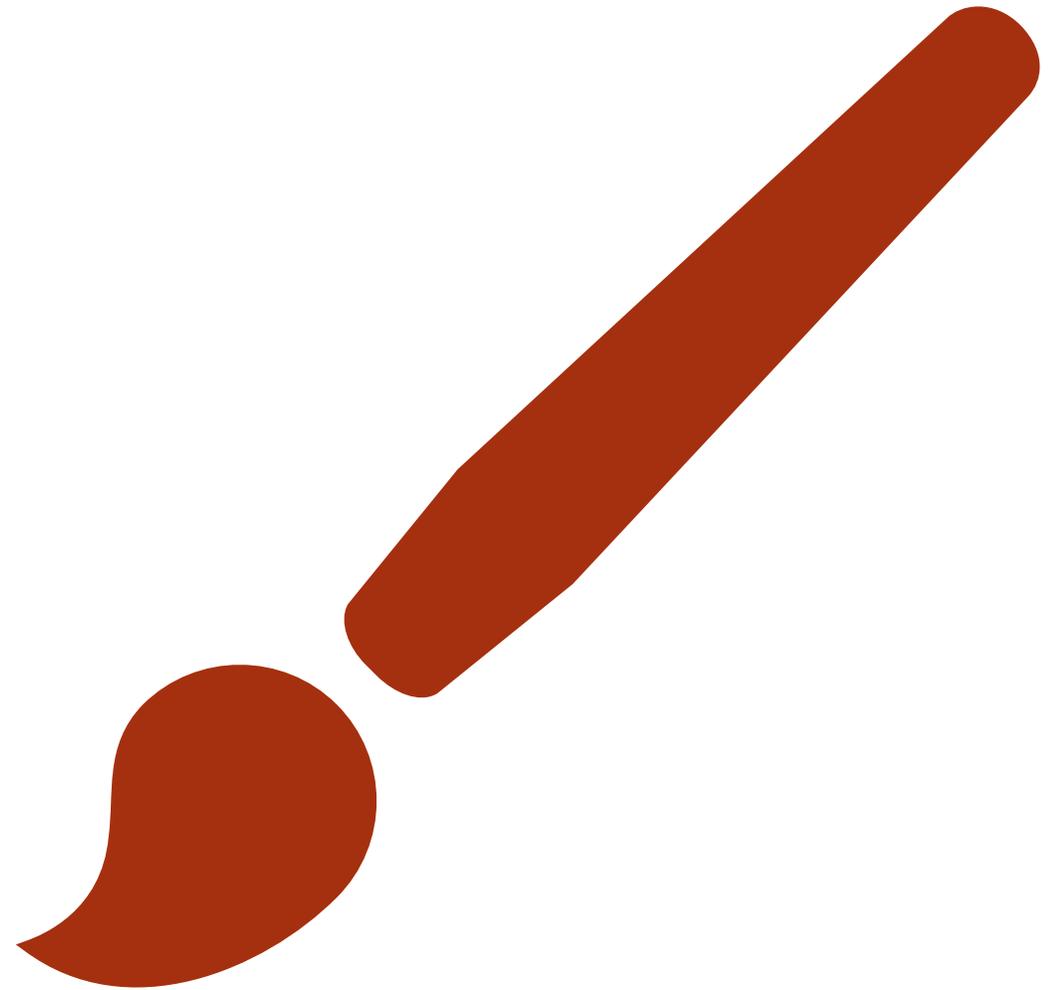


Come risponderesti?



I COLORI DELLA VOCE

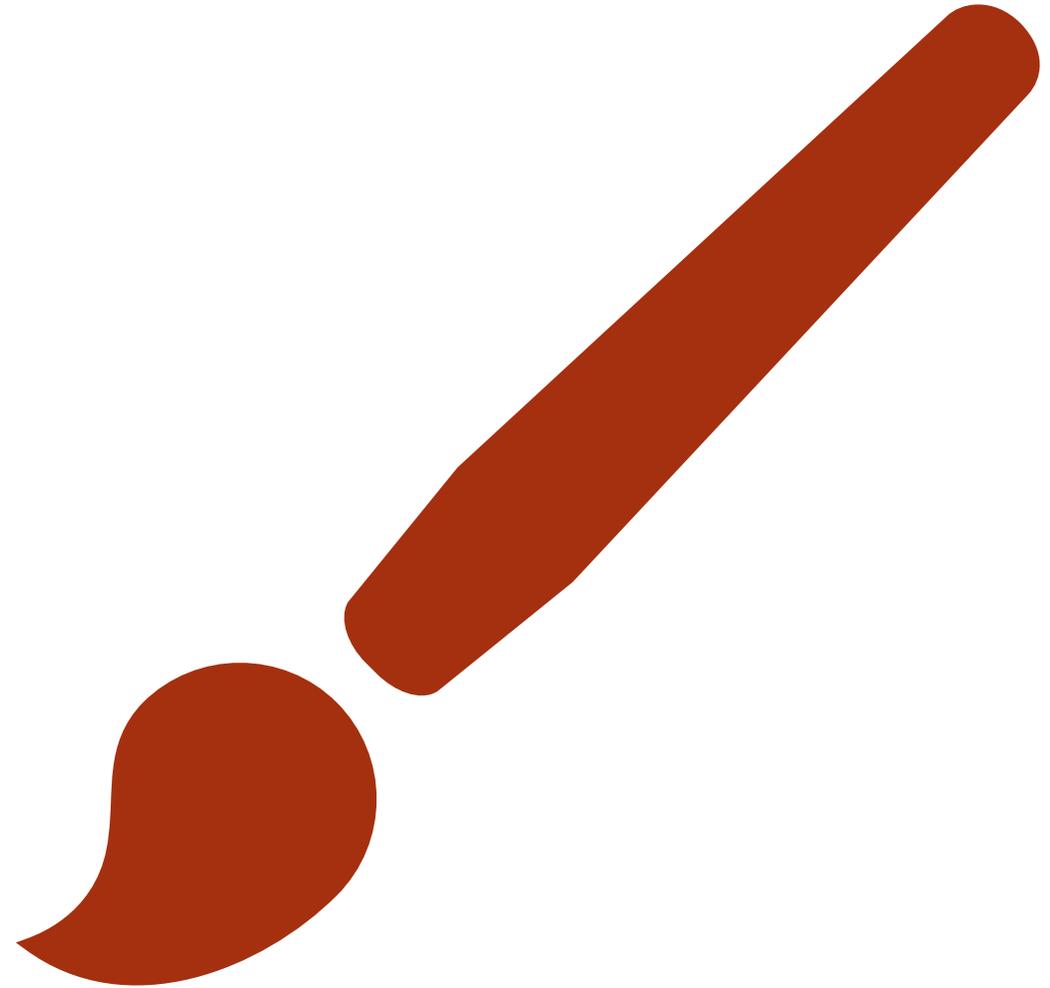
- Daltonismo vocale
- Quando si pronuncia una frase ma il significato delle parole non corrisponde all'emozione che si trasmette

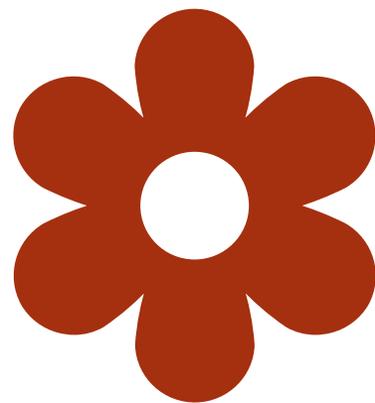


- I colori della voce

- giallo (amicizia)
- verde (empatia)
- blu (autorevolezza)
- rosso (passione)
- grigio (apatia)
- nera (rabbia, negatività, risentimento)

- (Ciro Imparato, La tua voce può cambiarti la vita)





L'EMPATIA

- SCRIVI
UN MESSAGGIO DI
TESTO DI
SUPPORTO A
QUALCUNO CHE
STA
ATTRAVERSANDO
UN MOMENTO
DIFFICILE.



- Chi è questa persona?
- Dagli un nome, una famiglia (o nessuno), un lavoro, un reddito.
- Quale decisione deve prendere o cosa deve fare?
- Che cosa influenza la sua decisione?
- Cosa potrebbe dire?
- Cosa gli dicono di fare gli altri (amici, colleghi, partner)?
- Cosa immagini che farà?



- Chi è questo bambino? Dagli un nome, una famiglia (o nessuno), degli interessi, una condizione socio-economica
- Quale decisione deve prendere o cosa deve fare?
- Che cosa influenza la sua decisione?
- Cosa potrebbe dire?
- Cosa gli dicono di fare gli altri (amici, genitori, educatori)?
- Cosa immagini che farà?



- L'empatia è una capacità che racchiude diversi processi psicologici
- Questi processi sono legati alla condivisione e alla comprensione degli stati mentali interni (prevalentemente affettivi) di altri esseri (non solo umani)



- La maggior parte degli psicologi clinici concorda sul fatto che la vera empatia richieda tre abilità distinte:
- la capacità di condividere i sentimenti di un'altra persona,
- la capacità cognitiva di intuire quello che un'altra persona sta provando,
- l'intenzione socialmente vantaggiosa di rispondere in modo compassionevole all'angoscia di quella persona (Decety & Jackson, 2004)



- Possiamo distinguere due tipi di risonanza emotiva, che si sperimenta nell'empatia:
- risonanza identica,
- risonanza reattiva.



- Possiamo distinguere due tipi di risonanza emotiva, che si sperimenta nell'empatia:
- risonanza identica,
- risonanza reattiva.



LA RISONANZA IDENTICA

- è quando ti rendi conto che qualcuno sta soffrendo e provi quella stessa sofferenza. In realtà provi fisicamente una versione del dolore dell'altra persona.

**LA
RISONANZA
REATTIVA**

è quando ti rendi conto che qualcuno sta soffrendo e hai una risposta emotiva (attenzione e preoccupazione) alla sua sofferenza, ma in realtà non senti il suo dolore.



L'ASSUNZIONE DI PROSPETTIVA

- L'assunzione di prospettiva è intesa come lo **sforzo attivo di mettersi nei panni di un'altra persona**, pensando alle cause degli stati affettivi dell'altra persona, o semplicemente cercando di immaginare come si possano adottare le convinzioni e gli stati dell'altra persona.
- Questa è una disposizione psicologica meno spontanea e meno "egoista".
- In quanto tale, **l'osservatore reagisce in base a ciò che l'altro dice e fa**, così come alla propria conoscenza del carattere, dei valori e dei desideri della persona (Darwall, 1998).
- Si tratta quindi di una **forma essenzialmente cognitiva di empatia**.





LA COMUNICAZIONE GIRAFFA

- La Comunicazione Non Violenta (CNV), detta anche comunicazione empatica, collaborativa o linguaggio giraffa
- E' un modello comunicativo ideato nel 1960 dallo psicologo statunitense e Marshall Rosenberg . (1934-2015), allievo di Carl Rogers, pilastro della psicologia mondiale
- Si basa sull'**empatia** ed è stato concepito per **favorire** la creazione di contesti comunicativi win-win, in cui non ci sono perdenti, solo vincitori.

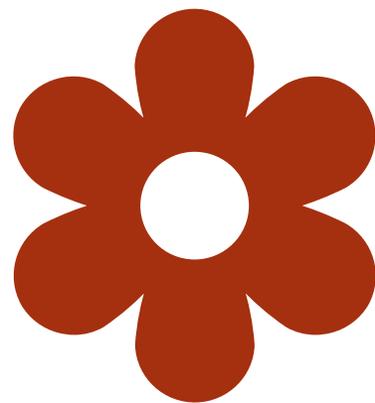


- Imparare ad ascoltare, individuare e riconoscere i bisogni dietro alcune richieste, aiuta a comunicare in modo più funzionale e a vivere le relazioni in modo più autentico.
- E' un modo di comunicare indispensabile per una leader trasformativa o carismatico
- Tanto più hai chiaro il bisogno dietro la richiesta che ricevi o che avanzi, tanto più ti esprimerai in maniera efficace per soddisfarlo.



- **Osservazione:** osserva l'esperienza cercando di non giudicarla
- **Emozioni:** individua le tue reazioni emotive davanti all'esperienza
- **Bisogni:** esprimi i tuoi bisogni soddisfatti o insoddisfatti che determinano come ti senti
- **Richieste:** formula richieste, concrete, positive, attuali





CHI VINCE FESTEGGIA, CHI PERDE SPIEGA
JULIO VELASCO