

### ABSTRACT (Italiano)

Zanola A. (2010), "Public speaking in English for Business: historical perspective and new directions in international business communication", *Rassegna Italiana di Linguistica Applicata*, XLII/3, pp. 39-54.

ISSN 0033-9725

Obiettivo fondamentale del contributo è quello di dimostrare come l'ambito del 'parlare in pubblico' sia un'importante componente di formazione specifica di un esperto di economia e finanza. In questa sede si riflette altresì sul ruolo dell'insegnante di 'inglese dell'economia', che dovrebbe insegnare a parlare ad un pubblico internazionale nel modo più efficace e persuasivo per uno specifico gruppo di esperti del settore economico.

Gli studi di retorica, applicati all'ambito del 'parlare in pubblico', stanno confermando la loro centralità. La consapevolezza da parte dell'oratore circa la validità degli esempi scelti nel discorso, o l'adeguatezza delle prove scelte, o ancora il sapere tirare conclusioni che siano coerenti con le prove e le argomentazioni date in precedenza, o ancora l'efficacia e l'efficienza nella produzione orale, sono punti di riflessione che tornano ad essere discussi non solo per motivi personali o per ragioni didattiche, bensì come pre-requisiti essenziali per la pratica della comunicazione orale professionalizzante in inglese.

L'applicazione di concetti quali 'efficacia ed efficienza' a testi e contesti in lingua inglese e ad ambiti specialistici diversi dalla linguistica inglese (tra cui, per esempio, l'economia e la finanza) risulta essere fondamentale per definire il settore ormai internazionale del 'parlare in pubblico' da un punto di vista sia diacronico che sincronico. L'uomo d'affari 'globalizzato' ed internazionalizzato si preoccupa sempre più del modo in cui parla. E in realtà, il *public speaking* in area anglofona ha una tradizione molto lunga: dalla tradizione elocuzionista britannica e statunitense all'importante storia degli studi di retorica dall'età classica ai giorni nostri, molti sono gli spunti per lo sviluppo di una disciplina del 'parlare in pubblico', con attenzione particolare alla comunicazione d'affari in lingua inglese. Il contributo ripropone diversi approcci allo studio del *public speaking* in contesti internazionali, ivi incluse analisi intese a studiare l'efficacia della comunicazione orale, l'argomentazione, e la globalizzazione.