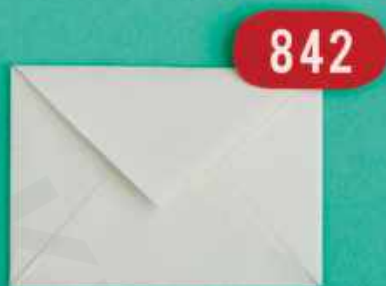


classic bestseller

DALE CARNEGIE® TRAINING

stand & deliver



cum să devii
un maestru al comunicării
&
un orator desăvârșit



Cuprins

<i>Introducere</i>	7
Capitolul 1	
Dă-i discursului tău maximum de putere	11
Capitolul 2	
Ce-și dorește cu adevărat fiecare ascultător.	
Ce trebuie să știe orice vorbitor	31
Studiu de caz:	
Winston Churchill	45
Capitolul 3	
Depășește tracul:	
„Nimic de temut în afară de teama însăși“	51
Capitolul 4	
Utilizarea eficientă a umorului.	75
Capitolul 5	
Poveștile, și cum să te deschizi în fața celorlalți.	95
Studiu de caz:	
Eleanor Roosevelt	109
Capitolul 6	
Motivarea ascultătorilor de a acționa	115

Capitolul 7	
Câștigarea primului minut: impresia pozitivă	133
Capitolul 8	
Puterea persuasiunii, partea întâi	151
Capitolul 9	
Puterea persuasiunii, partea a doua.	171
Capitolul 10	
Creativitatea și formula magică	193
Studiu de caz:	
Franklin Delano Roosevelt	213
Capitolul 11	
Sesiunea de întrebări și răspunsuri	221
Capitolul 12	
Cum să închei o prezentare	237
Studiu de caz:	
Despre sport.	257
<i>Epilog</i>	265

Capitolul 1

Dă-i discursului tău maximum de putere

De mai bine de un secol, organizația „Dale Carnegie“ este lider mondial în pregătirea pentru arta oratorică, așa cum, fără îndoială, Nightingale-Conant Corporation oferă cea mai bună tehnologie pentru învățarea auditivă. Acum, „Dale Carnegie“ și Nightingale-Conant au onoarea de a-ți prezenta cea mai completă carte despre discursul public. Astfel că, indiferent că ești la început, ori că ai deja experiență în cuvântări, cu *Stand & Deliver* vei ajunge la următorul nivel de măiestrie.

Încă din zorii civilizației, a vorbi bine în fața altora a fost, literalmente, o neconținută provocare, mai ales pentru civilizațiile Greciei și Romei antice, însă abilitatea de a vorbi în public era foarte respectată și în vremurile biblice, sau de triburile de amerindieni, sau în culturile indiană și chineză. Totuși, oricât ar fi de fascinant, scopul meu aici nu este o lecție de istorie. Astfel că, încă de la început, voi aduce în discuție trei instrumente-cheie pentru crearea unei prezentări de mare impact: principiile mereu actuale, pe care s-au bizuit marii oratori – deși fiecare a făcut-o în felul său. Combinația dintre personalitatea ta unică și principiile universale pe care urmează să le discutăm te poate transforma și pe tine,

aproape imediat, într-un orator eficient. Citește, așadar, cu atenție. Ceea ce urmează să înveți va avea un efect puternic nu numai asupra modului tău de comunicare cu ceilalți, ci și asupra felului în care te percepi pe tine însuși.

Omul este o ființă *vorbitoare*. Începem să vorbim de când ne trezim dimineața și continuăm să o facem până mergem la culcare – iar unii nu se opresc nici atunci. O conversație bună este una dintre marile bucurii ale relațiilor interumane. O conversație bună ar trebui să fie precum jocul de tenis, în care mingea este lovită înainte și-napoi, cu participarea în egală măsură a fiecărui jucător. Persoanele plictisitoare sunt precum jucătorii de golf, care lovesc în propria minge, iar și iar.

Amatorii de conversații devin buni oratori. Sunt atenți la cei din jur. Își țin antenele veșnic întinse, receptează semnalele publicului și le răspund. Oratorii abili ajung la extraordinare schimburi de idei cu ascultătorii, la fel cum se întâmplă, în contextele sociale, cu cei pricepuți într-ale conversației.

Mai precis, atât oratorii, cât și amatorii de conversații știu că oamenii își doresc, mai mult decât orice altceva, recunoaștere. Frecvent, pun întrebări precum „ești de acord cu ceea ce spun?“, apoi se opresc și anticipează răspunsul. Pot fi tăcere, atenție fascinantă, încuviințări din cap, râsete sau îngrijorare. Dacă ascultătorii sunt plictisiți, acest lucru se va vedea într-un fel sau altul, în ciuda eforturilor lor politicoase de a-și ascunde starea de spirit. Dacă ai luat cuvântul, datoria ta este să captezi atenția. Altfel, nu ai ce căuta în fața unui auditoriu, din capul locului, fie că este vorba despre directorul reprezentanței unei firme de autoturisme, sau

de cel al unei agenții de asigurări, ori agenții imobiliare, sau al unei organizații internaționale. Când dispare interesul, odată cu el se pierde și conținutul mesajului tău.

Responsabilitatea noastră nu este numai de a crea un discurs care să conducă publicul la o concluzie demnă de crezare. Elementele care îl compun trebuie să seducă la rândul lor. Numai așa vom menține atenția publicului până la acel moment de încheiere crucial. Mai mult, dacă ne vom desăvârși tehnica prin care îi dăm senzația că ne aflăm într-un dialog cu el, îi vom transmite mesajul că ne pasă de ceea ce gândește. Astfel va lua naștere acea ambianță impregnată de emoție care îl va face să ne accepte cu brațele deschise.

Pe lângă asemănările dintre a purta o conversație și a vorbi în public, trebuie să cunoști și câteva diferențe importante. Trebuie să stăpânești unele competențe-cheie care *crează iluzia* că prezentarea ta este la fel de directă ca într-o conversație în doi – dar această iluzie este posibilă numai atunci când ai ajuns la un anumit grad de specializare ca orator. David Letterman are aptitudinea de a vorbi cu aproape oricine în timp ce e urmărit de 10 milioane de spectatori. Și în ciuda acestui fapt, discuțiile lui par la fel de firești precum cele din pauza de cafea de la serviciu. Se prea poate să nu-l consideri un mare orator, dar David Letterman se ghidează după aceleași principii pe care aproape orice vorbitor desăvârșit le-a urmat încă din vechime.

Care sunt aceste principii? Primul este, de fapt, destul de evident și poate de aceea atât de mulți par să-l uite. Poate fi enunțat într-o singură, scurtă propoziție: *să știi despre ce vorbești*. Învață-ți subiectul până ți-l însușești complet.

Expertiza în domeniul respectiv nu e suficientă – *stăpânește-o*. Trebuie să fii capabil să umpli fiecare secundă a prezentării tale cu informație consistentă. Odată ce poți face acest lucru, treaba ta va fi gata în proporție de 90 la sută înainte de a păși în fața auditoriului.

Pentru a sublinia importanța acestui aspect, Dale Carnegie obișnuia să invoce exemplul lui Luther Burbank, un mare om de știință din toate punctele de vedere și probabil cel mai mare specialist în botanică din toate timpurile. Burbank a spus odată: „Am crescut adeseori un milion de plante pentru a avea una sau două foarte bune – iar apoi am distrus toate speciile inferioare.” O prezentare ar trebui pregătită în același spirit excesiv și discriminatoriu. Strânge o sută de idei și renunță la nouăzeci dintre ele – sau chiar și la nouăzeci și nouă. Adună mai mult material, mai multă informație decât ai putea întrebuința. Fă-o pentru încrederea și siguranța suplimentare pe care ți le vor oferi. Pentru efectul pe care îl vor avea asupra minții și sufletului tău și asupra întregului tău mod de a te manifesta în fața auditoriului. Acesta este un factor esențial al pregătirii. Și totuși, oratorii îl ignoră constant. Carnegie considera, de fapt, că oratorii ar trebui să știe de patruzeci de ori mai multe lucruri despre subiectul lor decât ceea ce spun într-o prezentare!

Să știi foarte bine un anumit subiect este în mod evident mult mai practic decât să încerci să stăpânești un număr mare de subiecte. Profesioniștii din vânzări, experții în marketing și cei din publicitate știu că trebuie să vinzi câte un singur lucru o dată. Numai cataloagele pot să se ocupe de mai multe lucruri deodată. Într-un discurs de cinci minute,

sau chiar și într-unul mai lung, este important să ai o singură temă și, la fel ca un bun negustor, să formulezi problema și apoi să propui soluția ta. La final, reiei problema și soluția, pe scurt.

Enunțul introductiv trebuie să fie unul care să atragă atenția. De exemplu, ai putea spune: „Oameni de știință din toate colțurile lumii au căzut de acord că oceanele sunt pe moarte.“ Iată o idee care te trezește ca un duș rece. Captează interesul de îndată, și toți se gândesc: „Oh, asta ar putea să fie sfârșitul lumii. Ce facem?“

Invocarea unei autorități recunoscute pe plan internațional – cineva precum regretatul Jacques Cousteau, de pildă – îți poate garanta adevărul spuselor. Apoi, descrie în linii mari posibilele căi de prevenire a dezastrului. La final ai putea spune: „Da, oceanele mor astăzi, dar dacă am dispune de eforturile conjugate ale tuturor statelor, dacă am putea influența fiecare țară cu ieșire la mare să adopte legi care să oprească poluarea mărilor de către petroliere...“ Astfel, închei discursul într-o notă optimistă și, totodată, obții simpatia tuturor față de cauza ta.

Nu toate discursurile tratează astfel de probleme, desigur. Ai putea vorbi despre o partidă recentă de pescuit, caz în care găsești ceva de interes special în poveste și începi cu lucrul respectiv. Ai putea spune: „Una peste alta, păstrăvul-curcubeu este unul dintre cei mai curajoși pești din lume.“ Este un mod de a capta atenția și de a stimula interesul mult mai bun decât: „Să vă povestesc despre ultima mea partidă de pescuit.“ După câteva cuvinte despre peștele pe care îl vânai, te poți concentra asupra celorlalte. „În urmă cu