

10. Inšpiruj svoje publikum

Zhrnutie: Inšpiratívna reč motivuje obecnstvo zlepšiť sa po stránke osobnej, citovej, profesionálnej alebo duchovnej a vyslovene závisí na emocionálnej príťažlivosti. Prináša obecnstvu stav spolupatričnosti a zdieľaných pocitov. Prezentáciou navrhuješ zmenu alebo plán, vytvoríš nadšenie a vyzveš obecnstvo túto zmenu či plán prijať.

Ciele:

Časový limit: 8-10 minút

- Inšpiruj obecnstvo výzvou na vznešené námety a povzbud' svojich poslucháčov na dosiahnutie vyšších úrovní vedomia a lepších výsledkov.
- Apeluj na potreby a emócie obecnstva používaním príbehov, anekdot a citácii na zvýšenie dramatickosti.
- Vyhni sa používaniu poznámok.

V projekte číslo 9 si sa dozvedel o troch typoch presvedčovacích rečí - tie ktoré inšpirujú, tie ktoré presvedčujú a tie ktoré volajú po akcii. Tento projekt je zameraný na prvý typ príhovorov – inšpiratívnych.

Cieľ inšpiratívnej reči je motivovať obecnstvo zdokonaľiť sa osobnostne, emocionálne, profesionálne alebo duchovne. Povzbudí poslucháčov zažiť väčší úspech, prijať vyššie ciele alebo ideály. Väčšina bežných inšpiratívnych príhovorov sú povzbudivé príhovory pred začiatkom školského roka, v podnikateľskom prostredí napr. manažérsky príhovor, ďalej prejavy športových trénerov, zjazdy politických strán a náboženské kázania.

Inšpiratívny prejav prináša obecnstvu stav spolupatričnosti a zdieľaných prianí, vytvára nadšenie a navrhuje zmenu alebo plán a vyzýva obecnstvo navrhovanú zmenu či plán aj prijať. Inšpiratívny prejav viacej závisí na emocionálnej príťažlivosti ako na logickej štruktúre, ktoré sú typické pre ostatné druhy presvedčivých rečí. Ide o nasledujúce:

- Spojiť sa s poslucháčovými pocitmi, obavami a cieľmi pri danej príležitosti.
- Vysvetliť prečo a ako sa situácia mení alebo prečo pocity, obavy a ciele môžu byť neadekvátne či kontraproduktívne.
- Motivovať a vyzývať poslucháčov prijať vyššie, vznešenejšie pocity, hodnoty a ciele a zároveň uvedomiť si výhody ich aplikácie v praxi.

Spojiť sa s obecnstvom

Na inšpirovanie poslucháčov môžeš rozprávať o túžbe, potrebe či starostiach, ktoré obecnstvo už má alebo o tých, ktoré si ešte neuvedomuje. Psychológ Abraham Maslow identifikoval 5 ľudských potrieb:

1. fyziologické potreby - kyslík, potrava, tekutiny, spánok, teplo, ochrana
2. bezpečnostné potreby - bezpečnosť, stabilita, právna ochrana, poriadok
3. spolupatričnosť a láska - akceptácia a uznanie, náklonnosť, byť súčasťou skupiny
4. úcta - sebaúcta, rešpekt, sebavedomie, úspechy, prestíž, uznanie, povest', kompetentnosť, nezávislosť
5. sebarealizácia - napĺňanie potenciálu, sebanaplnenie

Ak začleníš tieto potreby do svojho príhovoru, budeš schopný lepšie inšpirovať svoje publikum. Základom pre tento typ reči je úplne porozumenie udalosti príhovoru a samotných poslucháčov. Čo je zámerom tvojho príhovoru? Aký odkaz chceš priniesť? Aký sú tvoji poslucháči? Aké majú potreby? Čo je na nich špecifické? Na čo myslia? Čo chcú počuť? Využitím týchto informácií môžeš lepšie formulovať ich potreby a obavy a lepšie si naplánovať ako ich zaujať.

Predstav si, že si člen predstavenstva a tvoja spoločnosť chystá rozsiahle organizačné zmeny. Ty chceš svojim výstupom inšpirovať svojich zamestnancov a rozptýliť ich obavy zo zmien. Potrebuješ

ich motivovať k tomu, aby pomohli spoločnosti stať sa ešte lepšou v porovnaní s konkurenciou. Zamestnanci budú mať obavy o svoju prácu (*Budem ju mať? Ako sa to zmení? Čo moja výplata?*) - "bezpečnosť" podľa Maslowovej hierarchie. Budú mať obavy zo straty členstva v skupine (*Budem sa hodiť v novej skupine ľudí a v novom pracovnom prostredí? Páčim sa spoločnosti?xxxxx čo to je*) - podľa Maslowova "spolupatričnosť a láska". Budú mať obavy z ich vlastnej hodnoty pre zamestnávateľa (*Udržím si svoju súčasnú pozíciu alebo pôjdem nižšie? Sú moje zručnosti stále dostatočné?*) - podľa Maslowova "Úcta". Budú mať obavy z ich profesionálneho rastu (*Budú príležitosti na povýšenie? Budem schopný dosahovať svoje ciele?*) - podľa Maslowova "seberealizácia".

Predtým, ako budeš môcť inšpirovať svoje publikum, aby privítali zmeny a usilovali sa o ne využitím všetkých svojich schopností, mal by si obavy adresovať každej z úrovní.

Ak majú zamestnanci obavy o stratu zamestnania v priebehu procesu zavádzania zmien, asi budú mať problémy podporiť zamestnávateľa vo vznešených cieľoch - ako pomáhať spoločnosti stať sa produktívnejšou. V prvom rade potrebuješ uistiť zamestnancov, že ich pracovné miesta sú chránené a že sú hodnotní či už v tíme alebo ako jednotlivci. Tiež je dôležité presvedčiť pracovníkov o hodnote ich osobného príspevku a možnosti rozvoja svojho potenciálu.

Ak si poslucháči uvedomia, že rozumieš ich obavám a rozoznáš ich schopnosti, potom budú vnímavejší na tvoj odkaz.

Zmena Status Quo

Tvojím ďalším krokom pri nadviazaní kontaktu s obecnstvom je vysvetliť, prečo a ako sa zmeny ukážu v konkrétnych situáciách. Ďalej prečo ich prístup, pocity, hodnoty, obavy, nádeje, bolesti či ciele môžu byť neadekvátne alebo kontraproduktívne.

Napríklad pri školskom príhovore by si mohol diskutovať, ako študenti opúšťajú ochranu a bezpečnosť škôl, priateľov a rodiny, aby sa začlenili do pracovného prostredia či vysokoškolského života – sú to cesty, v ktorých sa ich životy menia a výzvy, ktoré ich stretnú.

Inšpiratívna reč v politických prejavoch by mohla byť na tému, ako a prečo súčasný politický lídri prišli k moci, ako ich chyby vplývali na ľudí a poslucháčov ako takých a ako ľahostajnosť poslucháčov umožňuje politikom aj naďalej robiť chyby.

Inšpiruj ich

Posledná časť inšpiratívneho prejavu je venovaná potrebe zmeny - ako poslucháči môžu pomôcť, aby benefity zo zmeny boli na úžitok každému. Povzbudzuješ a motivuješ poslucháčov osvojiť si lepší, ušľachtilejší prístup, pocity, hodnoty, nádeje, túžby, správanie a ciele. Tiež môžeš zvýrazniť výhody zmien, ktoré pozitívne ovplyvnia poslucháčov. Môžeš spomenúť aj ťažkosti, s ktorým sa stretne počas procesu alebo dôsledky, ak budeme zmenám brániť.

Napríklad ak zámerom je motivovať obchodníkov k dosiahnutiu nových cieľov, môžeš vysvetliť prečo sú dané ciele nevyhnutné a zaviesť nový plán predaja. Potom môžeš vysvetliť výhody tohto plánu. Apeluj na ich hrdosť a profesionalitu vo vzťahu k ich práci a spoločnosti, pre ktorú pracujú. Spomeň, že tí, ktorí nepomôžu firme pohnúť sa vpred, nebudú v nej mať miesto ani v budúcnosti. Naopak tí, ktorí budú nápomocní, budú mať nové príležitosti a zažijú vzrušenie byť členmi víťazného tímu. Potom znovu s nadšením zdôrazni a vzbud' entuziazmus a zaangažovanosť pre spoločnosť a nový plán predaja.

Ako to povedať

Dramatickosť a rás tvojmu príhovoru pridáš, ak:

- **používaš citácie, príbehy a anekdoty počas príhovoru.** Ľudsky zaujímavé príhody a anekdoty o prekonanej nepriazni osudu a dosiahnutí úspechu zaujmú poslucháčov a pridávajú na význame tvojho odkazu
- **používaš jazyk, ktorý spája poslucháčov a vytvára väzbu** medzi tebou a nimi, podobne ako by si zmazával rozdiel medzi “ty” a “my”
- **používaš živé slová,** ktoré umožnia poslucháčom predstaviť si tie dobré veci, ktoré získajú, ak urobia všetko podľa tvojich odporúčaní
- **používaš akčné slovesá,** ktoré vyjadrujú energiu
- **používaš pozitívne slová** - nie kritiku – skôr nabádanie k aktivite

Tento typ reči viac ako hociktoré iné, závisí od kvality a štýlu tvojho podania. Tvoja prezentácia by mala byť priama a naliehavá, ukazujúc, že naozaj dbáš na to, ako poslucháči reagujú. Musíš dokázať poslucháčom, že si úprimný a veríš svojmu odkazu. Buď sebavedomý a silný, ukáž entuziazmus a vitalitu. Používaj reč tela na preukázanie svojho presvedčenia.

Tvoj záver musí byť emocionálne silný a dynamický. Mal by povzbudiť poslucháčov k aktivite alebo žiadať, aby sa zaviazali pre tvoje dôvody. Záver by mal dramatizovať benefity ak ťa budú nasledovať. Prejav ukonči s naučeným záverom – naspamäť!

Tvoja úloha

Tento projekt je zameraný na prejav pre inšpiráciu. Ďalšie odporúčania:

- Vyber si príležitosť, kde inšpiratívna reč bude nevyhnutná a vhodná. Môže to byť niečo vhodné pre tvojich klubových členov ako napr. reč o dôležitosti najlepšej možnej prípravy pre klubové úlohy. Alebo tvoj prejav môže byť pre akúkoľvek imaginárnu situáciu ako tímový rozhovor alebo školský príhovor. Ak máš v úmysle prezentovať reč o nejakej hypotetickej situácii, povedz moderátorovi večera, akú príležitosť máš v úmysle nasimulovať, aby ju mohol vhodne predstaviť.
- Apeluj na vznešené motívy a vyzvi obecenstvo k dosiahnutiu vyššej miery vedomia a lepších výsledkov.
- Apeluj na potreby obecenstva a ich emócie, používaj príbehy, anekdoty a citácie, tiež pridaj drámu.
- Vyhni sa poznámkam, ktoré by mohli vzbudzovať v obecenstve pochybnosti o tvojej úprimnosti a presvedčení.

Vo svojej reči by si mal zahrnúť všetko, čo si sa naučil v predchádzajúcich projektoch o zámere, organizácii, používaní slov, reči tela, hlasovej variabilite, výskume, vizuálnych pomôckach (ak sa hodia) a presvedčacích technikách. Začleň aj vhodné návrhy z hodnotení, ktoré si dostal v absolvovaných prejavoch. Ako sa pripravuješ na príhovor, zopakuj si *Rečníkov kontrolný zoznam* z projektu 1.

Príručka pre hodnotenie projektu

Inšpiruj svoje publikum

Názov _____

Hodnotiteľ _____ Dátum _____

Poznámka pre hodnotiteľa: Rečník má inšpirovať obecenstvo zlepšiť sa po stránke osobnej, emocionálnej, profesionálnej alebo duchovnej a vyslovene závisí na emocionálnej príťažlivosti. Reč by mala apelovať na vznešené motívy a vyzvať obecenstvo k dosiahnutiu vyššej miery vedomia a lepších výsledkov. Rečník používa zručnosti naučené v predchádzajúcich projektoch a nepotrebuje poznámky. Okrem tvojho ústneho hodnotenia, prosím vyplň tento hodnotiaci hárok zaškrtnutím príslušného stĺpca pre každú položku. Pridaj komentár tam, kde sa žiada špeciálna pochvala alebo kde môžeš ponúknuť špecifické návrhy na zlepšenie.

- Bola téma príhovoru dostatočne súvisiaca s vybranou udalosťou?
- Porozumel a vyjadril rozprávač potreby a pocity poslucháčov?
- Bol rozprávač energický, sebavedomý a pozitívny?
- Použil rozprávač efektívne príbehy, anekdoty a/alebo citácie na zlepšenie prednesu svojho odkazu?
- Použil rozprávač slová vyjadrujúce silné živé mentálne obrazce?
- Použil rozprávač reč tela na zlepšenie svojho prejavu?
- Nadchol rečníkov prejav poslucháčov a motivoval ich počas rozprávania?
- Čo by mohol rozprávač urobiť inak, aby bol príhovor efektívnejší?
- Čo sa ti na príhovore páčilo?