



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

Axa prioritară 6 Educație și competențe

Obiectiv specific: OS.6.7, 6.9, 6.10

Titlul proiectului: DINAMIC - optimizarea ofertelor de studii din învățământ terțiar universitar și nonuniversitar tehnic în sprijinul angajabilității persoanelor defavorizate

Contract POCU/320/6/21/122773

Activitatea: A.4. Dezvoltarea și pilotarea furnizării de cursuri complementare inovative, cu o componentă aplicativă, adresate studenților din ciclul de studii de licență/master, cu scopul creșterii angajabilității absolvenților

Subactivitatea: A.4.2. Proiectarea și actualizarea unui curriculum complementar inovativ (6 cursuri complementare) adresat studenților din ciclul de studii de licență/master

PUBLIC SPEAKING

Modul nr.14

Noiembrie 2020

RĂVAȘ Oana
Expert educație - conținut cursuri complementare
Universitatea din Petroșani (S)





- TIPURI DE DISCURS

-

- **Orice discurs are un scop și orice om care ține un discurs are un scop pentru care ține acel discurs.**

- Indiferent dacă vorbitorul își dă seama sau nu, discursul are patru scopuri mari și cuprinzătoare:

- să informeze și să clarifice ceva
- să convingă și să impresioneze
- să creeze atmosferă și să binedispună
- să îndemne la fapte, la acțiune

- **Un vorbitor cu experiență are în minte și este conștient de scopul discursului său încă de la conceperea acestuia. Dacă acesta nu știe ce vrea, discursul său nu va avea un scop bine definit și va eșua.**

-

- DISCURSURILE CARE INFORMEAZĂ ȘI CLARIFICĂ

-

- Discursurile care informează și clarifică au rolul de a explica, defini, relata, descrie sau demonstra ceva. Îndeamnă ascultătorii să creadă un anumit lucru sau să acționeze într-un anumit fel.

- Scopul acestui tip de discurs este să prezinte fapte, lucruri, stări, detalii, exemple, să explice diverse procese și să definească diverși termeni.





- În această categorie intră și cursurile de aproape orice fel din care, dacă cei care le susțin nu au talent oratoric și nu sunt bine structurate, ascultătorii nu pricep mare lucru.
- De aceea, recomand ca pentru a avea rezultate foarte bune, este bine să structurezi bine informația din curs, prezentare-discurs, să stabilești ce este cu adevărat important și util. Apoi aranjează informațiile pe care urmează să le prezinți într-o ordine logică sau cronologică (de la primul la ultimul sau de la ce este mai important la ce este mai puțin important).
- Folosește propoziții scurte și un limbaj cât mai vizual în prezentările tale.
- Fii foarte precis când prezinți date tehnice, dimensiuni, forme, culori, grafice.
- Oamenii procesează, înțeleg mai bine ceva atunci când acest ceva este interesant și prezentarea este presărată cu detalii. În special, așa cum am mai spus, cu detalii vizuale cum sunt clipurile video, grafice, diagrame, fotografii. Se știe că o imagine face cât o mie de cuvinte.
- Pentru ca un discurs informativ să fie structurat, nu include în el prea multe idei principale. Include cel mult trei idei, puncte principale iar informația grupează-o în funcție de aceste trei idei principale. Între aceste puncte principale fă o anumită trecere, o legătură logică. Nu sări de la o idee la alta încât nimeni să nu mai înțeleagă nimic.
- Este bine să structurezi, **să îți organizezi într-o anumită ordine discursul informativ**. Poți alege să îți organizezi ideile în ordine alfabetică mai ales atunci când prezinți teme diferite cum ar fi: firme, locuri, produse etc.
- **Poți alege să îți structurezi ideile:**
- **în ordine cronologică sau în funcție de subiect;**
- **după criteriul de localizare** (înăuntru, afară, la dreapta, la stânga, la mare, la munte etc);
- **după problemă și soluție** (expui problema apoi soluția);





- **în funcție de ce s-a întâmplat și de ce;**
- **în ordine numerică** (în primul rând, în al doilea rând, în al treilea rând, în acel timp, după aceea, pe urmă, mai apoi, în sfârșit, după care).

-

- **DISCURSURILE DE CONVINGERE ȘI DE IMPRESIONARE**

-

- **Discursurile de convingere și de impresionare** mai sunt numite și discursuri persuasive. Acest tip de discurs **are ca scop convingerea publicului să creadă sau să acționeze într-un anumit fel.**

-

- **DISCURSUL PERSUASIV**

-

- **Discursul persuasiv** este folosit de către agenții de vânzări care te ispitesc să le cumperi produsele, de către cei care fac reclamă și publicitate, de către cei care strâng bani de la oameni pentru scopuri caritabile sau în alte scopuri. Si era să-i uit pe politicieni, care folosesc un discurs persuasiv atunci când au nevoie de votul tău.

- Tot în această categorie intră și discursul ținut pentru rezolvarea unei probleme, impunerea unei idei, votarea unei legi, prezentarea și impunerea unui buget sau pachet de măsuri, discursul la numirea unui candidat într-o funcție, susținerea unei candidaturi etc.

- Când scopul tău este să convingi, indiferent că vrei să convingi să cumperi ceva, să accepte o propunere, o idee de a ta, te poți baza pe logică și poți să faci apel la încredere, dar cel mai important este să apelezi la emoțiile ascultătorilor tăi.





- Nu uita să ceri, altfel nu ai cum să-i determini să facă un anumit lucru, să acționeze într-un anumit fel.
- Într-un fel sau altul aproape toate discursurile, mai puțin cele de informare, sunt persuasive. În orice discurs, vorbitorul trebuie să își convingă în primul rând ascultătorii să-l asculte, să vadă ce are de spus.
- Multă lume se ferește să vorbească despre persuasiune sau manipulare, crezând că este ceva de rău.
- Simpla posesie a unor astfel de abilități este considerată de anumite persoane ca ceva dezonorant.
- Un discurs persuasiv oferă ascultătorilor ocazia să înțeleagă și totodată le dă posibilitatea să se opună la ceea ce li s-a propus. Este adevărat, la fel ca și alte abilități, și cunoștințele acestea pot fi folosite având ca scop manipularea ordinară a ascultătorilor.
- Susținerea unui discurs, a unei prezentări persuasive de calitate nu este un lucru ușor, dar nici ceva supranatural.
- Dacă ar fi să spun într-o frază care este esența discursului persuasiv, aceasta ar suna cam așa: spune ce dorești, apoi explică de ce vrei asta după care repeți din nou ce dorești. O altă variantă ar fi să descrii la început problema iar la final să le ceri să fie de acord cu propunerea sau cererea ta.
- **Majoritatea discursurilor persuasive care nu își ating scopul, nu au succes, au ca numitor comun faptul că vorbitorul nu spune clar ce dorește.** Acest lucru este destul de greu de crezut: cum este posibil să nu spui clar ceea ce vrei? Este posibil datorită faptului că vorbitorul, deși știe ce vrea, crede că toți știu ceea ce el știe, că totul este foarte evident pentru ascultător, așa că se





pierde într-un discurs filozofic fără să pună punctul pe i, să spună ce-l doare cu adevărat, ce vrea de la ascultători.

- Nu plictisi ascultătorii, scopul tău este să-i faci să accepte idei noi, să îți schimbe modul de gândire, să facă sau să nu facă anumite lucruri.
- Poți să prezinți un discurs persuasiv bun când ai în spate ceva consistent, ceva plauzibil, argumente credibile și care pot aduce anumite avantaje pentru ascultători.
- Începe cu afirmații cu care ascultătorii tăi vor fi de acord pentru a le câștiga încrederea. Întotdeauna argumentele de la început au cel mai mare efect, așadar cele mai credibile argumente prezintă-le la început. Vei câștiga, astfel, credibilitate.
- Când îți pregătești o prezentare persuasivă, gândește-te în primul rând la audiența ta, la ascultătorii tăi, la ce nevoi și interese au și ține cont de ele. Ține cont și de atitudinea acestora, de ce prejudecăți au, dacă îți sunt prieteni sau ostili.
- Gândește-te și pregătește-te să faci față cu succes la toate reacțiile pe care ascultătorii le vor putea avea.
- Stabilește, analizează cam ce încredere au ei în tine și cât de mult te respectă, în primul rând ca om apoi ca vorbitor. Nu îi lua niciodată de sus și respectă-i. Vezi cât de multe știi ei despre subiectul discursului tău, cât de mult îi va afecta schimbarea pe care le-o propui. Fii atent la partea de nonverbal pe care o afișezi. Foarte ușor aceasta te poate face să îți pierzi credibilitatea.
- Credibilitatea ta ca vorbitor este influențată de experiența ta, de sinceritate, de imparțialitate și de intențiile tale așa cum sunt percepute de către public. Publicul tău trebuie să te perceapă ca fiind cinstit și imparțial.
- Încearcă, pe cât posibil, să îi convingi pe ascultători de lucrurile în care tu crezi.





- **Oamenii reacționează, iau hotărâri emoțional pe care apoi le justifică rațional. Ascultătorii tăi sunt conduși în viață de emoții și motivații simple. Cunoașterea acestor motive și motivații te ajută să îți poți motiva și influența cu succes ascultătorii.**
- **Oamenii sunt motivați în primul rând de zona de confort în care se află, de rutina zilnică și deprinderile pe care le au.** Majoritatea oamenilor se opun cu vehemență schimbării deoarece schimbarea îi scoate din zona de confort și le schimbă deprinderile. Le schimbă modul lor de a gândi, de a se manifesta și de a munci. Vei avea succes dacă îi convingi pe ascultători că deprinderea bună, adevărată este cea nouă, cea pe care o prezinți tu.
- **Fă apel la emoțiile ascultătorilor tăi.** Când sunt în grup, emoțiile sunt mai puternice, sunt contagioase și se amplifică. Emoțiile pot fi și imprevizibile, așa că nu te juca prea tare cu ele dacă nu ai prea multă experiență. Începe cu emoții mai simple, cum ar fi simpatia și interesul.
- **Oamenilor le place să spună și să creadă că ei sunt conduși de rațiune,** dar majoritatea covârșitoare sunt conduși de emoții, care așa cum spuneam, după ce au luat o hotărâre, au făcut ceva emoțional (au cumpărat o mașină, o anumită haină etc.), își justifică hotărârea în mod rațional. Vorbitorii persuasivi buni cunosc și se folosesc de puterea emoțiilor dar și de faptul că majoritatea vor să pară oameni raționali. Din păcate, emoțiile sunt considerate ca fiind un semn de slăbiciune, ceea ce nu este deloc adevărat. Când vrei să rezolvi această problemă, o soluție ar fi să faci apel în prezentările tale la emoții ce folosesc rațiunea ca bază. Încearcă să le schimbi percepțiile și nu îi contrazice.
- **Una dintre cele mai importante motivații este dorința oamenilor de siguranță,** în ce privește situația financiară, situația socială, familială, așadar ai grijă cum te raportezi când faci apel la siguranță.





- **Voi prezenta pe scurt câteva motivații de baza ale oamenilor care, dacă știi să le folosești, te vor ajuta să ai succes în prezentările și discursurile tale persuasive.**
- **Proprietatea.** Aici vorbim de un complex de emoții și trăiri ce sunt asociate cu posesia, cu bogăția, cu a deține ceva, cu puterea de a face ceva. Băncile își ademenesc clienții să le dea bani pentru păstrare, sugerându-le că banii economisiți la bancă le vor da putere să facă ce vor dori în viitor. Industria publicității se folosește de mândria posesiei, de dorința omului de a fi proprietar. Fă apel la mândria de a deține x lucru sau x obiect care îl va ajuta pe ascultător să se mândrească cu noul lui statut.
- Uneori acordul și bunăvoința pot fi obținute și prin oferirea de beneficii materiale.
- **Puterea.** Dintotdeauna ființele umane au fost și sunt însetate de putere. Dorința de a avea putere este o forță motivațională foarte puternică. Omul vrea să îi controleze pe ceilalți și să dobândească siguranță personală și materială. În general, oamenii vor să domine, nu să fie dominați. Vor să-i influențeze pe semenii lor atât prin puterea pe care o dețin, prin bunurile pe care le posedă cât și prin trezirea admirației.
- Așadar, ție nu-ți rămâne decât să convingi publicul că cele spuse de tine îl vor duce la sporirea influenței asupra celorlalți.
- **Reputație și faimă.** Oamenii sunt foarte interesați de ceea ce gândesc alții despre ei. Ei sunt, de asemenea, interesați și de ce vor gândi urmașii lor și generațiile următoare despre ei. Aproape întotdeauna, oamenii vor munci din greu și se vor sacrifica pentru a avea o reputație bună, pentru faimă și pentru a fi recunoscuți de posteritate.





- Poți folosi dorința de faimă și posteritate într-un discurs în mai multe feluri. Poți spune că toți cei care vor adera la/ se asociază cu...../ vor face..... etc., vor dobândi prestigiu iar generațiile următoare vor ști că ei au fost fondatorii, au pus piatra de temelie etc.
- **Turma.** Oamenilor le place și se simt în siguranță atunci când sunt în rând cu lumea. Dacă toți ceilalți fac un lucru, atunci înseamnă că așa este bine să fie făcut. Oamenii din ziua de astăzi sunt prizonierii, sclavii unor convenții sociale.
- Calibrează mesajul discursului tău în funcție de convențiile potrivite, arată că și alții fac deja asta și au deja avantaje competitive.
- **Evocă contrariul.** Trezește dezgustul, dezaprobarea față de alternative, respinge alte propuneri astfel încât viitorul să pară negru și problema dezbătută să fie de nerezolvat dacă nu este acceptată soluția propusă de tine.
- Toate acestea se fac cu tact și diplomatie; o soluție contrară funcționează foarte bine atunci când tu nu începi prin a desființa cealaltă propunere. Rolul tău este să îți convingi ascultătorii că nu mai este nici o altă alternativă fezabilă, bună pentru ei, în afară de cea propusă de tine.
- Dacă exagerezi cu denigrarea celorlalte opțiuni, vei stârni efecte contrare. Începe treptat, altfel te trezești că se formează un nucleu de opoziție ce vor evoca exact contrariul la ce spui tu.
- Învăluie celelalte opțiuni în îndoială, sugerează dificultăți și temeri. Vino cu informații și statistici despre accidente pentru a crea în rândul ascultătorilor o stare de nesiguranță. Vorbește-le apoi despre avantajele pe care le vor obține, despre reputație și faima lor care vor crește dacă vor face, nu vor face etc.





- Arată, subliniază că propunerea ta se referă la toate marile valori ale umanității, la fapte și lucruri pozitive, benefice.
- Când prezinți un discurs persuasiv, este important ca ascultătorii să te perceapă ca pe un om care nu are vreun interes personal în cauza pe care o susții. Dacă ascultătorii cred că ai un interes personal, o atitudine părtinitoare și ești nesincer, atunci nu vor avea încredere în tine și nu îi vei putea influența.
- Ascultătorii ar fi bine să te perceapă ca un expert în domeniu, care este de partea lor și care îi ajută să se lămurească, să clarifice aspecte și să poată lua o hotărâre bună.
- Trebuie întotdeauna să fii bine informat. Dacă vei fi surprins cu informații greșite sau cu o singură informație greșită, ascultătorii își vor pierde încrederea în tine și nu vor mai crede nici ce ai spus până atunci și nici ce vei mai spune în continuare.
- Nu uita să fii entuziast, fiindcă entuziasmul are un efect persuasiv puternic.
- Este foarte important ca ascultătorii să te placă și să fii credibil, să te considere demn de a fi crezut.
- Când te pregătești pentru un discurs persuasiv, fă o listă cu toate obiecțiile care crezi că ți-ar putea fi aduse, pune-ți inteligența la lucru și pune-te în locul ascultătorilor tăi, în locul unui dușman și vezi ce obiecții vei putea aduce prezentării tale.
- Stabilește care este cel mai mare, rău și urât lucru care s-ar putea spune despre tine și fii pregătit. Acest exercițiu te face să fii sigur pe tine și să nu fi surprins de nimic. Uneori poți să recunoști deschis în fața ascultătorilor care sunt deficiențele, lipsurile ideilor tale, pentru a le câștiga încrederea.





- Tratează cu respect pe cei care îți pun întrebări și au obiecții, care te deranjează, nu-i jigni și vei câștiga respectul publicului și îți vei crește reputația.
- Consultă-te cu ascultătorii, implică-i și cere-le părerea. Cere ce dorești, spune cu voce tare. Ar fi bine să le ceri doar un singur lucru. Folosește argumente puține, dar puternice. Fii foarte clar. Gândește-te că lucrurile care ți se par clare și evidente pentru că tu le-ai tot repetat, studiat și te-ai tot gândit la ele, pentru ascultători nu sunt atât de clare.
- Dacă audiența nu este foarte numeroasă și este posibil, întreabă pe fiecare în parte din public dacă este de acord cu ce ai spus tu. Formulează întrebarea cu multă dibăcie, întreabă-i și totodată cere-le ajutorul personal.
- Când oamenii fac o afirmație publică, ei își schimbă mult mai greu sau chiar deloc părerea, opinia.
- Toate aceste idei și sugestii pe care ți le-am făcut trebuie adaptate situației. Acestea sunt verificate și funcționează de peste 2.000 de ani, cu condiția să fie folosite cu pricepere și gând bun, altfel se vor întoarce împotriva ta.

-
-
-

DISCURSUL CARE CREAȚĂ ATMOSFERĂ ȘI BINEDISPUNE

-

- Prin discurs de atmosferă se înțelege un discurs care te binedispune, un discurs care este interesant pentru publicul tău.





- Un discurs de atmosferă nu este un discurs în care bancurile și glumele se țin lanț, nu este un spectacol de comedie.
- În această categorie intră discursurile de absolvire, de inaugurare a unui obiectiv, de prezentare și primire a unei medalii, premii, recunoașteri, discursul ținut cu ocazia pensionării sau plecării, mutării la un nou loc de muncă, prezentarea unui vorbitor, un toast, discursurile de la diverse aniversări, nunți și petreceri, omagierea unei personalități.
- Acest tip de discurs nu are rolul să informeze și să convingă. Principala caracteristică a unui astfel de discurs este să creeze atmosferă și să binedispună audiența, să creeze relații, o unitate mai strânsă în cadrul ascultătorilor.
- Necesitatea unui discurs de atmosferă apare, de regulă, la toate ritualurile sociale ale oamenilor, cum ar fi: dineuri, petreceri, inaugurări, ceremonii de premiere, întâlnire cu grupul din care faci parte în vacanță sau într-un local etc. De aceea, să fii capabil să ții un discurs de atmosferă de calitate este apreciat foarte tare atât pe plan public cât și pe plan personal.
- Un astfel de discurs bine ținut, pe lângă atmosfera pe care o creează și întreține, te face pe tine, ca și persoană, să fii remarcat, îți dezvoltă relații, conexiuni diverse cu majoritatea persoanelor din audiență. Aș putea spune fără să greșesc că din punct de vedere al relațiilor și influenței asupra auditoriului, discursul de atmosferă se află pe primul loc comparativ cu celelalte tipuri de discurs.
- Un discurs de atmosferă este mult mai scurt decât celelalte tipuri de discurs și are o abordare mult mai personală a auditoriului.





- Un lucru important la un astfel de discurs (ca de altfel la toate discursurile) este evaluarea cu atenție: a auditoriului, a locului, a atmosferei, a nivelului de cultură, de preferințe și antipații, a scopului și ocaziei cu care auditoriul se află acolo.
- Nu uita că auditoriul se află acolo pentru a se simți bine, nu pentru a fi convinși de ceva sau a fi informați de ceva. Ei vor să se simtă bine și să se distreze.
- Tema unui astfel de discurs trebuie să se potrivească ocaziei și auditoriului. Găsește o temă originală, provocatoare, care să binedispună dar totodată să nu șocheze. Poți strecura în discurs o idee serioasă pentru ca acesta să nu fie perceput prea “ușor”.
- Nu uita de starea și atitudinea ta. Nu îi poți face pe alții să se simtă bine dacă tu nu te simți bine. Tu trebuie să fii cel mai binedispus și mai vesel dintre toți. Nu poți transmite o stare pe care tu nu o ai.
- Subiectul ales pentru un discurs de atmosferă trebuie să fie optimist, plăcut și să se potrivească cu personalitatea ta, cu auditoriul și cu ocazia la care este prezentat.
- **Să nu fie complicat.** În astfel de momente, oamenilor nu le place să gândească prea mult, să fie concentrați ca să priceapă ce vrei să spui. De aceea este bine ca discursul să ți-l faci în jurul unei singure idei pe care ascultătorii să o poată prinde ușor.
- Dacă te descurci cu umorul, atunci poți presăra discursul cu diverse glume, bancuri, anecdote, care ar fi bine să fie cât mai noi și mai originale. Poți folosi anecdote hazlii, cu referire la propria persoană și experiență, la gazdă sau oaspete de onoare, la scopul discursului tău.
- Discursul de atmosferă, în mare parte, este un discurs improvizat, dar mulți vorbitori cu experiență au câteva variante de discursuri de atmosferă pe care le memorează (pentru a fi siguri





că nu strică atmosfera) și le folosesc în funcție de atmosferă, public, locație și alte lucruri pe care le-am mai enumerat.

- Dacă ai dubii în ceea ce privește conținutul și modul de prezentare al unui discurs de atmosferă, pune-te în pielea auditoriului tău și vezi ce ți-ar plăcea să auzi și să vezi, ce așteptări ai avea, ce te-ar binedispune.

- Gândește-te de fiecare dată cam ce ar vrea auditoriul tău să audă și la ce impune ocazia respectivă. Concentrează-te doar la ce îi face pe ceilalți să se simtă bine.

- Și în acest tip de discurs este necesar să apelezi emoțiile ascultătorilor tăi, „să le umbli la sentimente”, la valorile și la interesele voastre comune. Făi să te perceapă ca pe unul de-al lor, nu ca deșteptul de la microfon.

- Cel mai mare dușman al discursului de atmosferă este durata. Un discurs de atmosferă bun este prezentat în maxim zece minute.

-

- **DISCURSUL DE BUN VENIT**

-

- Discursul de bun venit este un discurs de atmosferă și este ținut de liderul adunării sau de o altă persoană dinainte desemnată.

- Discursul constă într-o urare de bun venit de două-trei minute adresată invitatului sau invitaților, urmată apoi de câteva cuvinte adresate gazdei și celorlalți membri prezenți la acea adunare.

-

- **TOASTUL**





-
- Toasturile se pot face într-un mod solemn sau în spirit de glumă, sau chiar ironic, dacă acest lucru este posibil.
- Toastul înseamnă a închina un pahar cu o băutură alcoolică în cinstea a orice merită sărbătorit. De aceea, cei care țin toasturi sunt numiți și maeștri de ceremonii și de la ei se așteaptă să dea tonul întregului eveniment.
- Vorbitorul care ține un toast, care este, de obicei, amfitrionul sau gazda, este pus în situația de a-și arăta talentul de vorbitor.
- Dacă te pricepi să spui bancuri, acum este momentul cel mai potrivit să o faci, iar dacă nu te descurci cu umorul, mai bine renunță la glume, pentru că poți să te descurci și fără ele, poți să spui ceva spiritual.
- Când ții toastul expune și o perspectivă recentă despre o realizare a persoanei omagiate. Adaptează-ți tonul și remarcile la tonusul general al adunării. Nu uita de bunul simț și de bunele maniere, mai ales atunci când faci un toast mai glumeț.
- Când ții un toast mai solemn, mai oficial, prezintă invitații sau invitatul în cinstea căruia ții toastul. Fă o scurtă prezentare a motivului pentru care sunteți adunați acolo. Invită-i pe ceilalți să se alăture toastului celui omagiat. La sfârșit, mulțumește tuturor.

-

DISCURSUL DE ABSOLVIRE

-

- Orice discurs de absolvire va fi ținut într-o notă pozitivă. Când ții un discurs de absolvire nu te lungi sub nici o formă mai mult de zece-cincisprezece minute.





- Un astfel de discurs trebuie să fie memorabil, ușor de reținut de către absolvenții care se află într-o stare de euforie.
- Include în discurs doar lucruri pozitive, îndrăznețe, țeluri, vise, sfaturi, maxime, citate celebre, lucruri legate de carieră, teme sociale și politice care au legătură într-un fel sau altul cu absolvenții.
- Nu pomeni într-un astfel de discurs de lucruri negative cum ar fi lipsa locurilor de muncă pentru absolvenți, de faptul că aceștia sunt prost plătiți, de cutremure, poluare, inundații, crime etc. Nu este momentul pentru ca astfel de lucruri să fie spuse la un discurs de absolvire.
-

- **DISCURSUL CU OCAZIA UNEI PREMIERI**

-
-
-
- Dacă nu cunoști persoana căruia îi înmânezi premiul, fă o mică investigație în ceea ce o privește. Obține câteva informații care să arate de ce acea persoană merită acel premiu (medalie, distincție, diplomă).
- Arată în discursul tău care sunt motivele pentru care persoana respectivă merită acel premiu. Laud-o! Poți folosi o istorioară, de preferință veselă, din viața ei.
- Arată în ce fel persoana a îmbunătățit viața celorlalți prin activitatea sa.
- Tonul discursului va fi unul solemn și înălțător.





- **Dacă tu ești cel care primește un premiu:** nu uita să mulțumești celor care ți-au acordat premiul, persoanei care ți-l înmânează și celor care te-au ajutat (echipei) să îl obții.
- Fii scurt și la obiect, nu vorbi mai mult de șapte-opt minute pentru că nu merită să plictisești oamenii care s-au adunat acolo să te premieze.
- Explică ce înseamnă acel premiu pentru tine.
- Mulțumește din nou pe scurt și încheie, termină.

- **DISCURSUL ELECTORAL**

- Cel mai important lucru pe care trebuie să îl știi despre oameni este că oamenii iau deciziile emoțional, pe care apoi le justifică rațional.
- Oamenii nu iau decizii care se bazează pe logică și rațiune.
- Oamenii reacționează la apelurile tale emoționale și vor face ce le ceri, cu condiția să știi cum să o faci, cum să le ceri.
- Marea majoritate a discursurilor electorale se învârt în jurul unor nemulțumiri asupra unor condiții existente și se încearcă convingerea auditoriului că acestea trebuie schimbate, îmbunătățite și că numai el sau ei (autorii discursului) - vorbitorii - pot și știu cum să o facă. Sunt scoase în evidență doar greșelile și eșecurile contracandidaților.
- Acestea sunt lucruri logice, raționale, care au și ele importanța lor, dar cel mai important este când într-un discurs electoral acestea se combină cu apeluri emoționale.
- Cererile directe adresate electoratului au un efect foarte puternic asupra acestuia.





- Când îți construiești un discurs electoral, fii cinstit, onest, nu face promisiuni exagerate pe care nu le poți îndeplini, pentru că îți pierzi credibilitatea.
- Oferă detalii, fii cât mai concret cu putință. Detaliile te ajută să îți susții afirmațiile.
- Prezintă fapte și rezumate la ele, nu filozofa.
- Spune ascultătorilor, electoratului tău ce vrei.
- Oferă-i informațiile care îi sunt necesare și cere să te aleagă, să te voteze.
- **Discursul electoral este un discurs 100% persuasiv, vezi și discursul persuasiv și adaptează-l scopului tău și electoratului.**

- **DISCURSUL PENTRU PROPUNEREA ȘI SUSȚINEREA UNUI CANDIDAT**

- Un astfel de discurs trebuie să fie plin de entuziasm și încredere, pentru a putea influența electoratul să dea fuga la urne și să îți voteze candidatul.
- Rolul discursului de susținere este de a explica de ce persoana recomandată de tine este cea mai potrivită pentru o astfel de funcție și să convingă alegătorii să fie sprijinit, votat.
- Când concepi un astfel de discurs, începe prin a enumera cerințele funcției, un fel de fișă a postului pe scurt.
- Apoi explică și te minunează cât de bine se potrivesc cunoștințele, aptitudinile, studiile candidatului prezentat cu absolut toate aceste cerințe.





- Oferă exemple de calități pozitive ale acestuia (bun gospodar, cinstit, inteligent, loial, cu experiență etc).
- Discursul trebuie să fie scurt și la obiect. Nu ataca alți candidați.
- Vorbește cu convingere și entuziasm.
- În timpul discursului folosește numele candidatului de patru-cinci ori și de fiecare dată când îi rostești numele asociază-i și o trăsătură de caracter care se potrivește funcției respective.
- Încheie discursul cu numele candidatului, făcând un gest larg cu mâinile care să stârneasă încredere și entuziasm. Încearcă să stimulezi emoțional, să creezi o legătură emoțională, o conexiune între candidatul propus și susținut de tine în discurs și ascultători.

-

- **DISCURSUL SAU PREZENTAREA „CUM SĂ...”**

-

- Acest tip de discurs explică felul cum trebuie să faci un anumit lucru.
- O prezentare “Cum să...” prezintă o metodologie, analizează un proces, le explică ascultătorilor cum să facă un anumit lucru, cum ar fi: cum să își monteze o priză, cum să monteze tapetul, cum să pregătească un tiramisu, cum să ai o siluetă de invidiat și exemplele ar putea continua la infinit.
- Explică ascultătorilor de ce este important ca aceștia să respecte acea procedură, apoi descrie pe scurt tot procesul, enumerând etapele ce trebuiesc parcurse.
- Îți recomand folosirea următoarelor expresii: „în primul rând”, „în al doilea rând”, „în al treilea rând”, „pe urmă”, „după care”, „la sfârșit”.
- Aceste expresii stabilesc niște legături între etape și mesajul este înțeles mai ușor.





- Fă diverse schițe, poze, scheme de montaj pentru fiecare etapă.
- În tot acest timp, fii conectat cu ascultătorii tăi și fii sigur că ei înțeleg ce spui. În cazul în care nu înțeleg, repetă și vino cu detalii despre partea pe care ei nu au înțeles-o. După ce ai încheiat prezentarea, fă un rezumat al etapelor ce trebuie parcurse.

-

- **DISCURSUL INAUGURAL. TĂIEREA PANGLICII**

-

- Se rostește de obicei în fața membrilor unei comunități, iar cei prezenți la astfel de ceremonii sunt acolo să își arate devotamentul și susținerea.

- Un discurs bun în astfel de situație este un discurs în care tu trebuie să faci apel la ceea ce ai în comun cu auditoriul, la interese comune, la valori. Fă apel la interesele și valorile comune.

- Discursul inaugural creează atmosferă și face ca publicul să se identifice cu vorbitorul și cu evenimentul respectiv.

- Este bine să presari în discurs apeluri emoționale, mai degrabă decât logice și raționale.

-

- **DISCURSUL IMPROVIZAT**

-

- Discursul improvizat este acel discurs care este ținut în fața unor oameni fără să fi fost în prealabil pregătit și fără să se folosească diverse notițe. Este foarte important ca tu, ca vorbitor, ca orator să fii în stare să improvizezi un discurs. O astfel de abilitate te face să te simți stăpân pe tine atunci când ești nevoit să vorbești fără să fii pregătit special dinainte pentru acel discurs. La început îți va fi mai greu, dar apoi te vei descurca.





- Cel mai important lucru când este vorba despre un discurs improvizat este să știi despre ce vorbești, să ai ceva important de spus, să fii convingător, să poți face ascultătorii să înțeleagă și să creadă ce le spui. Vei reuși să faci asta dacă vorbești simplu, direct, la obiect și cu înțeles.
- Avantajul discursului improvizat se datorează faptului că este spontan și natural.
- De cele mai multe ori, aceste discursuri despre care crezi că sunt improvizate pe loc, au fost planificate, pregătite cu mult timp înainte.
- Vorbitorii cu experiență, politicienii mai abili și nu numai aceștia, când merg la diverse întâlniri unde există posibilitatea ca ei să fie rugați să vorbească, să improvizeze un discurs, aceștia îl au deja pregătit. Ei își schițează dinainte ideile principale ale unor subiecte ce s-ar putea să apară în timpul discuțiilor. Alții își notează diverse idei de la ceilalți prezentatori și de la publicul cu care interacționează.
- Când ții un discurs improvizat și știi despre ce vei vorbi, în primul rând exprimă-ți idea de bază. O singură idee, nu mai multe. În al doilea rând, trebuie să-ți susții ideea cu câteva exemple apoi fă un rezumat și prezintă din nou ideea de bază.
- Cel mai mare risc al discursului improvizat este să ajungi să bați câmpii, să nu vorbești la obiect. Într-un discurs improvizat este destul de greu să te menții pe subiect și să nu te îndepărtezi de el. În viața de zi cu zi, aceste abateri de la subiect de multe ori trec neobservate, dar în cazul în care ești nevoit să ții un discurs formal, abaterea de la subiect echivalează cu un eșec al tău ca vorbitor.
- Ca să poți duce la capăt un discurs improvizat de calitate, trebuie ca în primul rând să te hotărăști despre ce vei vorbi, iar odată ce te-ai hotărât asupra unui subiect, rămâi la acesta, nu îl





mai schimba și nu divaga de la el. Dacă este necesar, poți să faci o mică pauză pentru a te concentra asupra subiectului. Prezintă dovezi, fapte, afirmații care să-ți susțină ideile prezentate.

- Nu te lungi prea mult cu discursul și încheie cu o glumă bună.

-

