

Dla kogo jest ta książka?

Jeśli jesteś prezesem firmy, dyrektorem, menedżerem, handlowcem – ta książka jest dla Ciebie. Jeśli jesteś trenerem, konsultantem czy wykładowcą – ta książka jest dla Ciebie.

Ale zaraz... co robią tu handlowcy, trenerzy czy wykładowcy? Książka ma być przecież dla LIDERÓW! I jest. Liderem nie stajesz się wtedy, gdy zostaje Ci nadane to miano z racji piastowanego stanowiska. To tylko nazwa. Lider to osoba, która wywiera wpływ na grupę lub otoczenie niezależnie od stanowiska: w biznesie, zarządzaniu, sprzedaży, edukacji, podczas pomocy innym czy przy rozwiązywaniu problemów lokalnej społeczności. Lider to osoba, która potrafi inspirować i przewodzić, rozmawiać i słuchać, pocieszać i motywować oraz w każdy inny sposób wpływać na sposób myślenia, zachowania czy podejmowanie decyzji członków swojego zespołu, grupy lub społeczności. Jeśli masz któreś z tych cech i umiejętności – ta książka jest dla Ciebie.

Jest dedykowana tym liderom, którzy:

- chcą rozmawiać lub przemawiać, angażując słuchacza,
- chcą ciekawie i klarownie tłumaczyć zawłości procesów czy zachowań,
- chcą mówić o wartościach, zasadach, celach, emocjach i motywacjach w sposób jasny, zrozumiały, a jednocześnie ciekawy i niekiedy zaskakujący,
- chcą motywować lub wspierać ludzi w trudnych chwilach inaczej niż tylko mówieniem: „Dasz radę”
- ...jest jeszcze z setka innych korzyści i zastosowań zawartej w niej wiedzy – przekonasz się o tym podczas lektury!

Zaproszenie

Słowa, niezależnie od pochodzenia, mają tylko taki sens, jaki im nadamy. To my jesteśmy nauczycielami, a nie one. Słowa są jak ptaki, które uczymy śpiewać.

Daniel Tammet

Dzień, dobry. Cześć. Witaj. Miło mi cię poznać. Nazywam się Mirek i chcę cię zaprosić na dogłębne zwiedzenie najpiękniejszego świata, w jakim dane jest nam żyć. Wiem, że już znasz trochę to miejsce, ale chciałbym cię zabrać tam, gdzie jeszcze być może nie byłeś: na przechadzkę po zapomnianych alejkach słów, krętych uliczkach znaczeń, mrocznych zaułkach emocji i na tarasy widokowe, z których rozciągają się najpiękniejsze widoki życia. Zapraszam cię do Świata Narracji: historii, anegdot, ciekawostek, przypowieści, które używane świadomie potrafią czynić nasz świat (jeszcze) piękniejszym i lepszym.

Dlaczego mi na tym zależy? Ponieważ to, co mówisz, oraz to, kiedy to mówisz, ma znaczenie. W narracji jest wielka siła, dana ci, byś z niej korzystał. Jesteś władcą słów. Zwracasz na to uwagę? Założę się, że nie zawsze. Otwierasz usta i płyniesz. „Słowem wszystko” – brzmi hasło reklamowe jednej z rozgłośni radiowych. W punkt. Wszystko zaczyna się od słowa. Jedno słowo może znaczyć więcej niż cała wypowiedź. Jedno słowo potrafi zabić lub uratować. Gdy tych słów zbierze się więcej, wtedy możesz zmieniać świat. Głęboko w to wierzę. Bez tej wiary nie wychodzę na scenę życia jako mąż, ojciec, trener, mówca, przedsiębiorca, improwizator. Sceną jest każde spotkanie z drugim człowiekiem, z kimkolwiek, gdziekolwiek. Wypowiadane przez ciebie słowa, zdania, narracje to ogromna odpowiedzialność i jeszcze większe wyzwanie. Za każdym razem, kiedy stajesz przed drugim człowiekiem i otwierasz usta, masz możliwość pokazać mu ogrom piękna świata i zachęcić do latania lub

zamknąć go w klatce i trzymać nisko przy ziemi. Nieważne, czy jest to twoje dziecko, partner, kolega, współpracownik, klient – każdego możesz obdarować tym, co masz najlepszego: ważnym, dobrym, mądrym słowem. Tylko tyle? Nie. To byłoby za proste. Łatwo jest po prostu mówić. Sztuką jest mówić tak, by być usłyszonym, wysłuchanym i rozumianym. Mówić tak, by inni chcieli cię słuchać. O tym jest ta książka.

Pewien mężczyzna, zaniepokojony krytycznym stanem swego małżeństwa, udał się po radę do słynnego psychologa. Ten go wysłuchał i powiedział: – Musi pan nauczyć się słuchać żony. Mężczyzna wziął sobie te słowa do serca, a po miesiącu powrócił, by powiedzieć, że wysłuchał każdego słowa wypowiedzianego przez żonę. Psycholog powiedział wówczas z uśmiechem: – Teraz wróci pan do domu i posłucha każdego słowa, którego ona nie wypowiada.

Żeby nie powiało za mocno stereotypem, załóżmy, że to żona mówi psychologowi o mężu. Zapewniam cię, że jego ostateczna konkluzja będzie podobna. Kiedy przyjrzymy się bliżej słowom, zauważymy, że często mają znaczenie tylko w kontekście. Jeśli powiem „morze”, nie będziesz wiedzieć, czy mam na myśli zbiornik wodny, czy to, że nie jestem czegoś pewny. Ważne są intencje, konteksty, znaczenia, sensy i momenty otwierania twoich ust. O tym także jest ta książka: o fascynacji językiem i narracją jako narzędziem ulepszania komunikacji między człowiekiem a człowiekiem.

Zanim powstanie słowo, muszą się zebrać litery. Z nich składają się słowa, a ze słów narracje, o których traktuje ta książka. Wykonaj proszę zadanie. Poniżej jest siedem grup znaków utworzonych z dwudziestu liter. Przyjrzyj się przez dziesięć sekund tym grupom liter i postaraj się je zapamiętać. Czas start...

JF KFB INA TOUP SNA SAI BM.

...czas stop. Zamknij oczy i spróbuj je sobie teraz odtworzyć na głos. Udało się? Założę się, że zadanie nie zostało wykonane idealnie poprawnie. Teraz spójrz na następną stronę i spróbuj zapamiętać w ciągu dziesięciu sekund pokazane tam grupy liter. Czas start... czas stop. Zamknij oczy i spróbuj teraz odtworzyć układ liter na głos. Założę się, że zadanie zostało wykonane idealnie lub otarło się o perfekcję. Zauważyłeś już, że to te same litery? Zostały jednak oddzielone w innych miejscach. Stworzyły grupy, które dobrze znasz z doświadczenia życiowego. To siła kontekstu i znaczenia, która działa nawet przy zwykłych zbitkach liter, a co dopiero przy narracjach! Zachwycająco piękne i urzekająco proste! O kontekście i znaczeniu opowiadanych narracji jest ta książka.

Ach, te litery! Wystarczy jedna, by wszystko zmienić. Jeden prezes sądu opowiedział mi o pomyłkach w dokumentach sądowych. Zamiast podpisu: „starsza kurator” zastał na dokumencie podpis: „straszna kurator”. A w stenogramie z rozprawy zamiast: „Świadek widział dobrze, bo stał na rogu”, stenotypistka zamieniła niechęć w trzecim wyrazie od końca „t” na „r” w jednym z wyrazów. Już je zamieniłeś?

Jedna z menedżerek poważnej firmy logistycznej pisała szybko w samochodzie na telefonie e-maila do zarządu i klientów. Słownik w telefonie zmodyfikował tekst, zamienił słowo „wzmógł” i finalnie wysłała wiadomość o treści: „W ostatnim kwartale wzwód się nasz wysilek...”. O błędzie poinformował ją zaciekawiony jej wpisem prezes spółki.

★

Układ liter z ćwiczenia:

JFK FBI NATO UPS NASA IBM

★

Skoro przeszliśmy już do słów, chcę ci przedstawić ciekawe ćwiczenie pochodzące z repertuaru technik improwizacji praktycznej, które nazywa się „Liczba słów”. Dwoch (lub trzech) uczestników biorących w nim udział losuje liczbę słów, które mogą użyć za każdym razem, gdy mogą zabrać głos. Założmy, że jeden z nich wylosował jedno słowo, a drugi trzy słowa. Ustalamy teraz, na jaki temat rozmawiają i... 3, 2, 1, impro! Jeśli weźmiesz udział w tym ćwiczeniu, szybko nabierzesz szacunku do wypowiedzianych słów. Za każdym razem, kiedy będziesz chciał się odezwać, najpierw rozważysz, dobierzesz i docenisz słowa, które wypowiesz na głos, ponieważ mimo utrudnienia będą musiały przekazać określone treści i znaczenie. Słowa mają wymierną wartość, szczególnie gdy budujesz z nich narracje.

Elizabeth Loftus i John Palmer (1974) przeprowadzili eksperyment, w którym badali, jak używanie konkretnych słów w pytaniu wpływa na przywoływane z pamięci szczegóły. Uczestnicy eksperymentu oglądali różnej długości filmy z animowanymi wypadkami samochodowymi (od pięciu do trzydziestu sekund), a następnie mieli oszacować prędkość samochodów w momencie, kiedy te (tutaj poszczególnym grupom zaprezentowano inne słowa): rozbiły się (*smashed*), doznały kolizji (*collided*), doznały stłuczki (*bumped*), zderzyły się (*hit*), weszły ze sobą w kontakt (*contacted*). W zależności od użytego w pytaniu słowa szacowana średnia prędkość przez badanych oscylowała w przedziałach od 51 km/h (gdy użyto słów: „weszły ze sobą w kontakt”), 54 km/h (gdy użyto słów „zderzyły się”),

61 km/h (gdy użyto słów „doznały stłuczki”), 63 km/h (gdy użyto słów „doznały kolizji”) aż do 65 km/h (w przypadku słów „rozbiły się”).

Na Ziemi mówi się w ponad 7100 językach, nie licząc dialektów. Możemy w nich znaleźć słowa, które szeroko opisują doznania, ulotne chwile, sytuacje czy emocje. Pasuje tu trywialny komentarz: „słowa mają znaczenie”. Przeczytaj i pocuj, zobacz, usłysz.

- *Komorebi* (rzec., jęz. japoński) – to światło słoneczne przesiane przez liście drzew.
- *Mamihlapinatapai* (rzec., j. jagański) – to spojrzenie wymienione przez dwie osoby, które rozumieją się bez słów lub pragną tego samego, ale każda z nich wolałaby, żeby to ta druga osoba zrobiła pierwszy krok.
- *Hiraeth* (rzec., j. walijski) – to tęsknota za domem, do którego nie można już powrócić, nostalgia i smutek z powodu miejsc utraconych.
- *Nunchi* (rzec., j. koreański) – to subtelna sztuka odczytywania nastroju innych z ich zachowań niewerbalnych oraz świadomość, czego nie należy mówić w pewnych sytuacjach towarzyskich.
- *Cafuné* (rzec., j. portugalski z Brazylii) – to przeczesywanie palcami włosów komuś, kogo się kocha (Tammet 2022).

Jest jeszcze słowo „trzymka” (rzec., j. polski) – coś, czego się trzymamy, by na czymś oprzeć nasze ciało lub by nie upaść. Tu nie ma definicji słownikowej. To słowo wymyślił mój sześciolatek syn Leon i gdy rozmawialiśmy o mojej książce, pochwalił się nim. Obiecałem je uwiecznić.

Jeśli zainteresował cię temat słów, to polecam *The Dictionary of Obscure Sorrows* Johna Koeniga. Słownik podaje definicje słów, które (jeszcze?) nie istnieją, ale opisują odczuwane emocje i uczucia, na które nie mamy słów w naszym języku. Teraz już mamy. Masz kilka swoich?

Słowa tworzą zdania. Na końcu zdania występuje kropka, wykrzyknik lub znak zapytania. To bardzo ważne elementy! Wszystko może się zmienić, gdy o nich zapomnisz. Znajomy opowiadał mi anegdotę o profesorze, który zachorował, ale po jakimś czasie wrócił na uniwersytet. Studenci nie wiedzieli, czy będą mieli z nim zajęcia w kolejnych dniach, bo różnie do tej pory bywało z jego zdrowiem. Ktoś napisał do profesora SMS-a z pytaniem: „Dzień dobry, Panie Profesorze, jutro nie ma zajęć”, ale nie dopisał na końcu „?”. Profesor odpisał: „OK. Pozdrawiam”. Łatwo przewidzieć, jak ta drobnostka nadała kształt najbliższej przyszłości. Oto, jak ważne są precyzja i detale w komunikacji!

Znak zapytania jest większy niż przecinek, ale ten za to ma o wiele większą siłę rażenia i powodowania nieporozumień. Gdy Markowi Twainowi robiono wymówki, że w swych utworach zapomina o interpunkcji, na końcu jednej z książek umieścił kilka stron samych znaków pisarskich z uwagą tej treści: „Jeśli komuś zabraknie przecinka, kropki lub wykrzyknika, może sobie odnaleźć na ostatniej stronie. Niech każdy czerpie tyle, ile trzeba”. Mam dla ciebie kolejne zadanie. Zerknij na podane niżej zdania i postaw w każdym z nich jeden przecinek w miejscu, w którym zdecydujesz o znaczeniu zdania.

- Lubię gotować moją rodzinę i zwierzęta.
- Twoja stara piła leży w garażu.
- Operować nie można czekać.
- Jedzcie dzieci.

Sens zdania może radykalnie zmienić również jedno słowo. Przeczytaj zdanie: ONA MÓWIŁA MU, ŻE GO KOCHA. A teraz wstaw słowo „tylko” w dowolnym miejscu. Przyjrzyj się, jak za każdym razem zmienia się znaczenie zdania. Jedno słowo ma wielką moc, prawda?

Teraz zróbmy mały skok do Londynu. Wypowiadane słowa, mimo że nie mówią o miłości, mogą być jej symbolem. Nie mam tu na myśli klasycznego *I love you*, lecz, co może być zaskakujące, *Mind the gap*¹. Jeśli jeździłeś kiedyś londyńskim metrem, to wiesz, że to ostrzeżenie słyszysz, gdy pociąg metra zatrzymuje się na stacji. Głos aktora Oswalda Laurence’a można było usłyszeć przez ponad 40 lat na stacjach linii Northern Line. W 2007 roku aktor zmarł. Pograżona w smutku wdowa Margaret McCollum przychodziła na stacje metra, by... postuchać głosu męża. Ale 1 listopada 2012 roku w ramach zmian w metrze głos zniknął. Wdowa napisała prośbę do Transport for London o przesłanie kopii usuniętego nagrania. Nie dość, że otrzymała je na płycie CD, to zarząd londyńskiego metra, poruszony miłosną historią, postanowił, że na stacji Embakement, znajdującej się najbliżej miejsca zamieszkania Margaret, przywrócony zostanie głos jej męża. Margaret wciąż może spotykać się z mężem. Można by rzec: oto dźwięk miłości.

Moc słów jest ogromna

Gdy słowa się zbiorą, potrafią tworzyć niesamowite historie, rozpalać wyobraźnię słuchacza czy czytelnika, kierować emocjami i działaniami. Wystarczy teraz, że wypowiem słowa: *Mind the gap*, żebyś przywołał opowiedzianą przed

¹ <https://www.bbc.com/news/uk-england-london-21719848> [dostęp: 28.09.2023].

chwilą historię. Gdy znajdziesz się w Londynie i będziesz zbliżał się do stacji Embakement, historia sama cię odnajdzie. Zresztą, może będziesz o niej myśleć już w drodze do Londynu.

Gordon Mills w książce *Hamlet's Castle: The Study of Literature as a Social Experience* (1976) przytacza następującą anegdotę. Wiosną 1924 roku młody fizyk Werner Heisenberg spacerował z Nielsem Bohrem w pobliżu zamku Kronerg (w szekspirowskim dramacie Hamlet zamek nosi nazwę Elsynor, pochodzącą od wymowy nazwy miejscowości Helsingør w Danii, w której zamek się znajduje – przyp. autora). Bohr rzekł: – Czy nie jest to dziwne, jak ten zamek może się zmienić, jak tylko wyobrazimy sobie, że żył tutaj Hamlet? Jako naukowcy, wierzymy, że zamek składa się tylko z kamieni i podziwiamy sposób, w jaki architekt poukładał je razem. Kamień, zielony dach z jego patyną, drewniane rzeźby w kościele tworzą cały zamek. Nic nie powinno zmienić tego zamku, nawet kiedy weźmiemy pod uwagę, że Hamlet żył tutaj. A jednak to zmienia wszystko kompletnie. Nagle ściany i mury obronne mówią innym językiem. Dziedziniec staje się całym światem, a ciemny zaułek przypomina nam o mrokach ludzkiej duszy.

Jak widzimy, historia w niewyjaśniony, magiczny wręcz sposób przekształca zwykłe kamienie w tętniący życiem, emocjonalnie naładowany krajobraz. No dobrze – powiesz – ale to Szekspir. On potrafił to wymyślić, opisać i sprzedać – to jego praca jako pisarza. Tak? To co powiesz o poniższej sytuacji sprzed kilkudziesięciu lat?

Wejdz na podany link² i spójrz na pierwszą fotografię na stronie, która się wyświetli. Zdjęcie wykonał Jaques Lowe w 1958 roku. Przedstawia ono przyszłego prezydenta Stanów Zjednoczonych wraz z małżonką Jacqueline i synem. Mały John junior bawi się naszyjnikiem z pereł. Jacqueline wkrótce stanie się symbolem szyku, klasy i kobiecości, a naszyjnik, który nosi niemal wszędzie (odwiedzając między innymi Indie, Japonię czy Grecję, witała w nim największych tego świata, miała go też, gdy bawiła się z dziećmi), będzie źródłem jej czaru i nieprzemijającym symbolem dla kobiet. W 1996 roku dom aukcyjny Sotheby wystawił ten przedmiot na sprzedaż. W katalogu szacowano jego wartość na 200–300 dolarów. Naszyjnik finalnie sprzedano za 211 tysięcy dolarów. Wspomnijmy, że pierwsza dama kupiła go w latach 50. XX wieku w domu towarowym Bergdorf Goodman za około 35 dolarów. Aha, jeszcze jeden drobny detal – to nie były prawdziwe pereły. Żyłka i dobrze obrobione kawałki metalu i plastiku. Tylko tyle.

² <https://eu.capecodtimes.com/story/entertainment/arts/2018/05/10/images-jfk-s-came-lot-shine/11975888007/> [dostęp: 28.09.2023].

Za 211 tysięcy dolarów! Tylko że nie materiał stanowił tutaj o wartości naszyjnika. Jego wartość to historia osoby, która go nosiła, wspomnienia i emocje, które wytworzyła wokół siebie, i jej wpływ na innych. Ta wartość to nieprzemijający symbol danej osoby, który zostaje już na zawsze w pamięci. Dowód? Firma, która zakupiła naszyjnik, sprzedała ponad 130 000 jego kopii pod nazwą „Jackie’s Pearls Replica”, co przyniosło jej ponad 26 mln dolarów zysku! Obecnie oryginalny naszyjnik znajduje się w Smithsonian Museum i jest elementem stałej wystawy (Resnick 2010, Guber 2011). Taka jest siła wspomnień i historii.

No dobrze – może teraz powiesz – to historia o znanej osobie, a perły były noszone przez ikonę, prezydentową USA. Tak? Zapraszam cię zatem do zapoznania się z projektem Significant Objects³. Joshua Glenn (blogger, pisarz) i Rob Walker (dziennikarz, pisarz) przeprowadzili jeden z najciekawszych eksperymentów, najpiękniej ilustrujących siłę narracji. Co zrobili? Najpierw na wyprzedażach garażowych, w sklepach z używanymi rzeczami, pchlich targach itp. kupili sto nikomu niepotrzebnych przedmiotów za sumę 128,74 dolarów (średnio 1,25 dolarów za przedmiot). Były to najróżniejsze figurki, bibeloty, przyrządy kuchenne, zabawki, gadżety promocyjne oraz wszelkiego rodzaju kiczowate rzeczy, które trudno nawet nazwać. Następnie zaprosili do projektu znanych oraz początkujących pisarzy, dziennikarzy, twórców komiksów oraz innych ludzi sztuki, przekazując im po jednym z przedmiotów i prosząc, by napisali związaną z nim krótką, fikcyjną historię, która stworzy znaczenie, wagę dla tego przedmiotu. W ostatniej fazie eksperymentu przedmioty zostały wystawione na aukcje na e-Bayu. Wszystkie sprzedały się za sumę 3612,51 dolarów, co daje 3483,77 dolarów zysku. Oznacza to, że wartość przedmiotów wzrosła o ponad 2700%, czyli zwiększyły swoją wartość dwudziestosześciokrotnie! Niektóre z nich osiągnęły ceny ponad trzydziestu, pięćdziesięciu, a nawet ponad stu dolarów. Przypomnę, że były to nic nieznaczące, nikomu niepotrzebne rzeczy. Różnego rodzaju narracje „włożone” w przedmioty tchnęły w nie jednak życie – przez emocje i doświadczenie przynależności do kogoś, miejsca czy czasu. Tu należy przywołać uwagę Stephena Kinga, który powiedział kiedyś, że w historii najważniejsze jest nie to, co pokazujesz, ale to, co czytelnik sobie wyobraża. Wróć do tego w kolejnych rozdziałach.

Jeśli chodzi o minimalizm i wyobraźnię, legenda głosi, że w latach dwudziestych ubiegłego wieku Hemingway podczas jednego ze spotkań z zaprzyjaźnionymi pisarzami zaproponował, by założyli się o 10 dolarów o to, kto napisze pełną historię zawartą jedynie w sześciu słowach. Hemingway zapisał coś na serwetce

³ <https://significantobjects.com/> [dostęp: 28.09.2023].

i puścił ją w obieg. Na papierze widniało następujące zdanie: *For sale. Baby shoes. Never worn* (Na sprzedaż: dziecięce buciki, nigdy nienoszone)⁴. Niezależnie od tego, czy to Hemingway, czy ktoś inny jest autorem tych słów, musisz przyznać, że poruszają wyobraźnię, wywołują emocje, a nawet na chwilę zatrzymują cię w zadumie. Jeśli chcesz więcej historii o życiu w sześciu słowach, zerknij tutaj: <http://www.sixwordstories.net/about/> lub tutaj: <https://www.sixwordmemoirs.com/>⁵. Jeśli ktoś założyłby się o napisanie najkrótszej historii w dwóch słowach, to moim zdaniem wygrałby ją mój znajomy. Przez pewien czas miał zawirowania życiowe, w tym sercowe. Kiedy SMS-em zapytałem go, jak mają się sprawy z jedną z wybranek jego serca, odpowiedział mi krótko: „Było mi(nę)to”. Reszta jest... interpretacją.

Poszerzmy ponownie zakres słów i wskoczmy na chwilę do dwuzdaniowych narracji. Fredric Brown, urodzony w 1906 roku amerykański pisarz *science fiction* i jeden z pionierów gatunku, najbardziej znany jest z krótkich utworów. Jego opowiadanie *Knock* jest jednym z najkrótszych w historii literatury. Jego treść brzmi: „Ostatni człowiek na Ziemi siedział samotnie w pokoju. Nagle rozległo się pukanie do drzwi...”. W ostatnich latach wysypał się worek pomysłów na krótkie historie. W 2013 roku portal Reddit⁶ zaprosił użytkowników do napisania w dwóch zdaniach opowieści w stylu horroru. Wyszło całkiem ciekawie. Oto kilka przykładów.

- Nie ma nic piękniejszego niż śmiech dziecka. Chyba że jest pierwsza godzina w nocy, a ty jesteś sam w domu.
- Obudziłem się, słysząc pukanie w szkło. Na początku myślałem, że to okno, póki nie usłyszałem ponownie, że dochodzi ono z lustra.
- Świątowali sukces pierwszego kriogenicznego zamrożenia. A on nie miał żadnego sposobu, żeby dać im znać, że wciąż jest przytomny.
- Kiedy w końcu złapałem ją w ciemności, zacząłem płynąć z powrotem ku powierzchni. Nigdy wcześniej nie przyszło mi do głowy, jak szybko lód potrafi ponownie zamarzać.

Pozwól, że cię oprowadzę. W kolejnych rozdziałach zajmiemy się narracjami dłuższymi niż sześć słów czy dwa zdania, ale chciałem ci najpierw uzmysłowić,

⁴ Spróbujmy się rozliczyć z tą powszechnie znaną legendą. Niestety, nie istnieją żadne dowody na to, że ta historia wyszła spod pióra Hemingwaya. Koniec kropka. Więcej na ten temat przeczytasz tutaj: <https://booklips.pl/newsy/hemingway-nie-napisał-szescioslownego-opowiadania-o-dzieciwych-bucikach/> [dostęp: 28.09.2023].

⁵ Dostęp: 20.09.2023.

⁶ https://www.reddit.com/r/AskReddit/comments/1iwyh/what_is_the_best_horror_story_you_can_come_up/ [dostęp: 28.09.2023].

jaką moc zmiany niosą słowa i ich współnicy. Jak mogłeś zobaczyć, różne ich konfiguracje, a nawet same umiejscowienia znaków interpunkcyjnych mogą zmieniać znaczenie i wpływać na odbiór. Historie w naszej głowie potrafi wytworzyć kilka słów, a nawet same miejsca i to, co dopowiadamy sobie w kontakcie z danym symbolem. To daje nam obraz tego, co może się dziać, gdy ze słów stworzymy celowe opowiadanie.

Pałilem papierosy przez piętnaście lat. Przyszedł jednak czas, że postanowiłem je rzucić. Zaczęła się nierówna walka. Próbowałem (poza hipnozę i akupunkturę) chyba wszystkiego, co jest dostępne na rynku: gum do żucia, plastrów, tabletek do ssania, odczulania (dostajesz metalową opaskę na głowę i metalowe kule do ręki). Za każdym razem oczywiście udawało mi się zerwać z nałogiem. Na jakieś trzy, cztery dni. Po odczulaniu padł rekord – nie pałilem przez dziewięć dni. Zawsze jednak, w nagrodę, że już nie pałilem... zapalałem tego JEDNEGO papierosa i wszystko zaczynało się od początku! Po około półtora roku (sic!) rzucania znajomy podarował mi audiobook Allana Carra *Prosta metoda, jak skutecznie rzucić palenie* (2017). Na pierwszych stronach usłyszałem kojące moje serce słowa, które brzmiały mniej więcej tak: „Jeśli słuchasz tego audiobooka i zastanawiasz się, czy możesz wciąż palić, to mówię ci: tak, pał, ile chcesz. Pał, ale słuchaj, co mam ci do powiedzenia. Poprowadzę cię krok po kroku w kierunku zdrowia, a ty na końcu audiobooka zdecydujesz, co zrobić dalej”. Ach, jak mnie ujął takim podejściem! Jechałem autem, autobusem, chodziłem po mieście, ulicy, pałilem, słuchałem i rozważałem za i przeciw. Tymczasem Allan w prosty i ciekawy sposób rozprawił się po kolei ze wszystkimi mechanizmami obronnymi i wymówkami palaczy przed rzuceniem. Dawał argumenty i zbijał kontrargumenty, zanim je wypowiedziałem w myślach. Od czasu do czasu przewijało się tam zdanie, które nie dawało mi spokoju: „Pod koniec tej książki będziesz musiał zdecydować, co zrobić dalej – palić czy rzucić”. Pałilem więc aż do momentu, kiedy lektor powiedział: „Nadszedł ten czas. Jeśli jesteś zdecydowany rzucić, wypal teraz swojego ostatniego papierosa”. Następnie został omówiony sposób pożegnania się z TYM ostatnim papierosem. A ja słuchałem. I pałilem. I żegnałem się. Jak z przyjacielem, na którego pogrzebie właśnie jestem. Pa. Udało się.

Allan był moim przewodnikiem na drodze zmiany. Wyczuwał moje myśli i emocje: obawy, niepewność, nadzieję... Podpowiadał, odpowiadał na pytania, które zadawałem sobie w głowie. Inspirował do zmiany, ale do niczego nie zmuszał. Wskazywał możliwości i pozostawiał całkowity wybór. Dzisiaj to ja chciałbym cię poprosić, żebyś mi zaufał, kiedy będziesz przewracał kolejne strony, i żebyś dał się poprowadzić za rękę po świecie wykorzystania narracji do komunikacji

z innymi ludźmi. Czytaj, analizuj i zastanawiaj się nad treściami oraz ich praktycznym wykorzystaniem. Na koniec zdecydujesz, co z tym wszystkim dalej robić, które z informacji wykorzystasz, kiedy i w jaki sposób.

Jesteś w rękach doświadczonego przewodnika. Jestem psychologiem i trenerem biznesu z dwudziestoletnim stażem na sali szkoleniowej. Od ośmiu lat prowadzę dedykowane dla liderów warsztaty i szkolenia z wystąpień publicznych oraz sposobów wykorzystania w nich szeroko pojętego storytellingu. Poza tym tworzę, doradzam i konsultuję wystąpienia oraz narracje wykorzystywane w prezentacjach. W tej narracyjnej podróży wspieram zespoły pracownicze, menedżerów, dyrektorów czy szefów firm, start-upy czy NGO-sy.

Ramka 1

Do której grupy należysz?

Dotychczas szkolenia z wystąpień publicznych i storytellingu prowadziłem dla menedżerów wszystkich szczebli oraz dla większości obszarów organizacji. Prowadziłem je także dla coachów, psychologów, trenerów czy start-upów. Z mojego doświadczenia wynika, że na szkoleniach ze storytellingu spotykam cztery typy osób.

Pierwsza grupa (około 10%) to ci, którzy usilnie stoją na straży twierdzenia, że anegdoty i historie to bajki zaśmiejające przekaz. Bądźmy poważni i posługujmy się językiem dorosłych ludzi – twierdzą. Szanuję ich upór, ale jednocześnie pochylam się w życzliwej empatii nad ich strachem wobec zmiany paradygmatu oraz życzę im dalszych sukcesów w sposobie komunikacji, który wybrali. Ta grupa potrzebuje przebudzenia, nadziei i wiary, że można inaczej.

Druga grupa, również nieliczna (około 5–10%) to ci, którzy bardzo dobrze czują się na scenie, a przy pomocy historii i anegdot potrafią bawić, uczyć, motywować czy skłaniać do myślenia lub płaczu. Im komunikacja tego typu przychodzi bez żadnego problemu. Tej grupie przyda się szlifowanie umiejętności efektywnego opowiadania.

Trzecia grupa (około 40–45%) to osoby, które o storytellingu słyszały, czytały, były na szkoleniu z tego obszaru i używają go zawodowo, ale trzymają się raz poznanych wzorców oraz brak im pewności, czy robią to tak, jak

trzeba, i czy można inaczej. Tej grupie potrzebne są konkretne przykłady, ciągła praktyka, inspiracja do wyjścia poza znane i dawno opracowane narracje oraz wiedza, skąd mogą czerpać narracje i jak nad nimi pracować, by służyły ich celom.

Czwarta grupa (około 40%) o storytellingu nie słyszała albo słyszała i nawet chciałaby tego spróbować, ale nic z tym nie robi lub posługuje się nim bardzo intuicyjnie i nieśmiało. Tej grupie potrzeba tego wszystkiego, co grupie trzeciej, plus zestawu kilku żelaznych narracji na początek oraz action planu działania (od czego zacząć i kiedy). Potem będzie już tylko krok po kroku wspinanie się ku grupie trzeciej.

Co znajdziesz w książce?

Świat narracji jest piękny, ale też dziki i zdradliwy. Szczególnie jeśli dopiero dotarłeś do tego miejsca lub jeszcze niepewnie stąpasz po tym gruncie. Poniżej znajdziesz cele, które stawiam sobie w tej książce jako twój przewodnik po tym świecie.

1. **Praktyczne przykłady**

W książce znajdziesz mnóstwo przykładów narracji pochodzących z różnych obszarów. Wśród nich: historie, anegdota, ciekawostki, przypowieści, elementy biografii, studia przypadków oraz inne.

2. **Praktyczne wykorzystanie**

Zobaczysz, jak w praktyce możesz wykorzystać narracje w rozmowie czy prezentacji w zależności od celu twojego wystąpienia czy tematu, który chcesz poruszyć.

3. **Konstruowanie historii**

Dowiesz się, jak budować historie, by realizowały cel, który stawiasz sobie w komunikacji.

4. **Poszukiwanie narracji**

Pokażę ci, jak nastawić swoje zmysły, by chwytać narracje o każdej porze dnia i nocy, w każdym miejscu i o każdym czasie.

5. **Tworzenie archiwum narracji**

Dowiesz się, jak katalogować narracje, które będziesz mógł wykorzystać, kiedy przyjdzie na to czas.

6. Podstawy naukowe

Zapoznasz się z najpotrzebniejszymi definicjami czy teoriami, które empirycznie uwiarygodniają wartość stosowania narracji w komunikacji.

7. Odpowiedzi na pytania

Znajdziesz odpowiedzi na wiele pytań dotyczących narracji, które mogą cię nurtować, na przykład czy ta narracja jest odpowiednia, czy nie jest za długa lub zbyt krótka, czy musi być poważna, czy nie jest za śmieszna, czy wypada to mówić do tej publiczności itp.

Na koniec

Narracja ma nieokiełznaną siłę, w którą święcie wierzę! Łącząc w sobie moce: kierowania uwagą, angażowania myśli, wzbudzania ciekawości i oczekiwania, emocjonalnych zmian i zaskoczeń oraz wpływania na nasze postawy, jest niezwykle potężną bronią. Dobrze przygotowana jest jak tajemna mikstura warzona przez magów z różnych obozów, która może być wykorzystywana do pracy na rzecz dobra lub zła, pomocy innym lub ich niszczenia, rozwoju i bogacenia ducha lub pompowania próżnej sławy. Nie wspominając o możliwościach wpływania na myślenie i podejmowanie decyzji przez zmiany postaw.

To potężna broń, która dana jest nam do... ust. To, czy docenisz możliwości i piękno języka oraz będziesz wpływać na dobrostan innych lub go niszczyć – zależy od ciebie. To co z tymi narracjami? Zapraszam do zwiedzania!