

1

İçinizdəki ustalığı üzə çıxarın

Ehtiras öz talantınızı ən yüksək şəkildə ifadə etməyinizə kömək edəcək yeganə şeydir.

- LARRİ SMİT, TEDx, noyabr, 2011

EYMI MULİNSİN 12 CÜT ayağı var. Əksər insan kimi o da iki ayaqla dünyaya gəlib, amma çoxundan fərqli olaraq Mulinsin hər iki ayağının dizdən aşağısı bir xəstəliyə görə amputasiya edilməli idi. Mulins bir yaşına qədər ayaqlarının dizdən aşağısı olmadan yaşadı.

Mulins orta səviyyəli bir şəhər olan Allentaun, Pensilvaniyada, orta səviyyəli bir ailədə böyüsə də, əldə etdikləri nailiyyətlər orta sayıla bilməz. Mulinsin həkimləri təklif edirdilər ki, erkən amputasiya ona sonradan daha hərəkətli olmaqda kömək edəcəkdir. Uşaq olduğu üçün Mulins həmin qərarın verilməsində iştirak edə bilməzdi, amma böyüdükdən sonra özünü əlil kimi görməyi, yaxud başqa insanların ona bu cür yanaşmasını rədd etdi. Bunun əvəzində, protez hissələrinin ona başqalarının yalnız xəyal edə biləcəyi qeyri-adi güc verəcəyi qənaətinə gəldi.

Mulins əlillik barədə stereotipləri darmadağın etdi. O, komedyen və şoumen Stefen Kolbertə əksər aktrisaların sinələrində onun bütün bədənində gəzdirdiyindən daha çox protez materialı gəzdirdiyini söyləmiş və “biz əbəs yerə Hollivudun yarısını əngəlli adlandırmırıq”, – demişdi.

Mulins öz super gücündən – protez üzvlərindən – Corctaun Universitetində NCAA (Milli Universitetlər İdman Qurumu) birinci liqanın qaçış yarışlarında istifadə etdi. 1996-cı il Paralimpiadasında atletizm üzrə üç dünya rekordunu qıraraq model və aktrisaya çevrildi və *People* jurnalının “50 Ən Gözəl İnsan” illik siyahısında yer aldı. 1,73-lük boya malik olan Mulins, 2009-cu ildə TED səhnəsinə bu özəl gün üçün seçdiyi 1,85-lik boyla çıxdı. Mulins iştirak etdiyi tədbirə uyğun olaraq müxtəlif ayaqlar seçir, Manhetten küçələri ilə gəzərkən daha funksional üzvləri və şıq partilərdə daha dəblilərinə müraciət edir.

Mulins deyirdi: “TED, tam mənası ilə, məni həyatı kəşfinin növbəti on illiyinə atan yaylı qurğu idi”.¹ Mulins inanır ki, onun TED çıxışı cəmiyyətin əngəlli şəxslərə baxışını, ciddi ölçüdə, dəyişdirəcək. Ənənəvi protezlə maraqlı olan tibbi ictimaiyyətdən başqa, innovatorlar, dizaynerlər və incəsənət adamları nə qədər yaradıcı və reallığa yaxın ayaqlar düzəldə biləcəklərini görərək bundan daha da ruhlandılar. “Bu, artıq çatışmazlığın aradan qaldırılması üzrə bir dialoq deyil, bu, potensial haqqında bir dialoqdur. Protez ətraflar artıq itkini əvəzləmə ehtiyacını təmsil etmir... Beləliklə, cəmiyyətin əngəlli olaraq gördüyü insanlar artıq öz kimliyinin memarına çevrilə və doğrudan da, həmin kimlikləri bir səlahiyyət zonasından çıxış edərək, bədənlərini dizayn edərək dəyişdirməyə davam edə bilərlər... bu bizim insanlığımızdır və onun daxilindəki bütün potensial bizi gözəlləşdirir”.

Mulinsin əzmi onu dünya şöhrətli atletə çevirdisə, şövqü TED auditoriyasının qəlbini fəth etdi.

Sirr #1: İçinizdəki ustalığı üzə çıxarın

Təqdimatınızda olan bənzərsiz və mənalı əlaqənizi müəyyən etmək üçün dərinə enin. Ehtiras ustalığa yol açır və təqdimatınız bunsuz heç nədir, amma yadda saxlayın ki, sizi həyəcanlandıran şey gördüyünüz şey olmaya bilər. Eymi Mulins protez məsələsində deyil, insan potensialını üzə çıxarmaqda maraqlı idi.

Bu, nə üçün işə yararır: Elm göstərir ki, ehtiras, sözün tam mənası ilə yoluxucudur. Özünüzü ruhlandırmaqdan, başqalarını ruhlandırma bilməzsiniz. Əgər danışacağınız mövzu ilə ilhamverici, ehtiraslı və mənalı əlaqə yarada bilərsiniz, dinləyiciləri inandırma və ruhlandırma şansınız daha böyük olacaq.

2012-ci İLİN OKTYABRINDA KAMERON RASSEL TEDx auditoriyasına “Görünüş hər şey deyil”,² – deyə xitab etdi. Bəs onda nədir, şablon? Bəli, əgər bu başqa biri tərəfindən söylənsə idi. Amma Rassel məşhur modeldir. Səhnəyə çıxdığı otuz saniyə ərzində o, qiyafətini dəyişdirdi. Bədən cizgilərini aşkara çıxaran, vücudunu sız-sıx bürüyən qara paltarını önü açıq bir əməklik dolayaraq örtüdü, iyirmi santimlik dabanlarını səkkiz inçlik dabanı olan dikdabanlarını düz ayaqqabılarla dəyişdi və boğazlı sviterini əyninə keçirdi.

Rassel “bunu nə üçün etdim? – deyə auditoriyasına sual verdi. – İmic güclü olsa da, eyni zamanda, səthidir. Mənim haqqımda nə düşündüyünüzü altı saniyədə tamamilə dəyişdirdim.”

Rassel, Victoria's Secret podiumlarında gəzən və moda jurnallarının üz qabığında yer alan alt geyimləri modeli olduğunu izah etdi. Rassel bunları söyləyərkən modelliyin onun üçün faydalı olduğunu (universitet ödənişini bu yolla edirdi) qəbul etsə də, eyni zamanda, “genetik lotereya udğunun” da tamamilə fərqində idi.

Rassel tamaşaçılarına əvvəl-və-sonra fotolarını nümayiş etdirdi. “Əvvəl” fotoları çəkilişlərdən öncə onun necə göründüyünü nümayiş etdirirdisə, “sonra” fotoları son reklamı təcəssüm etdirirdi. Əlbəttə, hər iki fotosəkil bir-birinin eyni deyildi. Şəkillərdən birində 16 yaşlı Rassel əli onun cinsinin arxa cibində olan bir cavan oğlanla cazibədar poza vermişdi (Rasselin şəkil çəkilən zaman heç vaxt sevgilisi olmamışdı). “Ümid edirəm ki, bu şəkillərdə gördükləriniz mənim şəkillərim deyil. Onlar konstruksiyalardır, onlar bir qrup peşəkar, saç stilistləri, vizajistlər, fotoqraflar, stilistlər və onların köməkçiləri tərəfindən çəkiliş öncəsi və sonrası yaradılan konstruksiyalardır. Bunu onlar yaradıblar. Bu, mən deyiləm”.

Rassel öz işinin – modelliyin ustası idi. Amma onun ehtiras mənbəyi modellik deyil. Ona ilham verən gənc qızlarda özünüqiymətləndirməni artırmaq və bu üzdən də auditoriya ilə arasında əlaqə yaratmaqdır. Ehtiras yoluxucudur. “Əslində mənim model olmağım genetik lotereya kimi bir şeydir və mən bir irsin daşıyıcısıyam. Bilirəm, bu irsin nə olduğu sizin üçün çox maraqlıdır. Son bir neçə əsrdə gözəlliyi, sadəcə bioloji cəhətdən heyran olmaq üçün proqramlaşdırılan sağlamlıq, gənclik və simmetriya ilə deyil, həmçinin uzun, zərif qamətlər, qadın incəliyi və ağ dəri ilə təyin edirik. Bu, mənim üçün oturmuş və yararlandığım bir mirasdır.”

Rasselin görünüşü onu model, istəyi isə uğurlu spiker etdi.

Rassel və Mulinsə öz sahələrinin ustası olduğu üçün səhnə verilmişdi, amma onlar tamaşaçıları ilə əlaqə yarıda bilirlər, çünki danışıqları mövzunu sevirlər. Danışanın həvəsini coşdurən həmişə gündəlik işi ilə bağlı olmur. Rassel fotoqraf önündə poza verməkdən, Mulins idmanda yarışmaqdan danışırdı. Onların hər ikisi öz həyatının nitqini söyləyirdi.

Ən məşhur TED spikerləri istənilən sahədəki ən valehedici kommunikatorlarla birlikdə nəsə paylaşırırlar – digərləri ilə istək və ehtiraslarını bölüşürlər. Ən populyar TED təqdimatçılarının “iş”i yoxdur. Onların ehtirası, həvəsi, qabiliyyəti var, amma işləri yoxdur. Bu insanlara öz ideyalarını bölüşmək üçün müraciət olunur.

İnsan özünü ruhlandırmaqda, digərlərini ruhlandırma bilməz. Robert Qrin “*Ustalıq*” kitabında yazır: “Mədəniyyətimizdə düşüncə və intellekt gücünü uğur və nailiyyətlə bərabər tuturuq. Digər tərəfdən, çox vaxt bu sahənin ustası olan şəxsləri, sadəcə, həmin sahədə çalışan şəxslərdən ayıran duyğusal keyfiyyətdir”.³ “Arzu, səbr, inad və əminlik səviyyələrimiz uğurun əldə olunmasında həqiqi məntiq gücündən daha böyük rol oynayır. Motivasiyalı və enerjili olarkən biz, demək olar ki, hər şeyin öhdəsindən gələ bilərik. Darıxarkən və narahat olarkən isə zehnimiz “sönür” və biz həddən artıq passiv oluruq”. Motivasiyalı və enerjili spikerlər həmişə daha maraqlı və valehedici olur, nəinki darıxdırıcı və passiv.

Tez-tez mənə bir çox məhsulların bazara çıxarılması təşəbbüsü ilə bağlı CEO-larla işləmək, brendlərini daha effektiv və inandırıcı şəkildə tanıtmğa kömək etmək barədə müraciət edirlər. Mən bütün dünyanı səyahət edir, İntel, Coca-Cola, Chevron, Pfizer və demək olar ki, hər bir məhsul

kateqoriyasına aid olan bir çox digər şirkətlərə baş çəkirəm. İstənilən dildə, istənilən qitədə, hər bir ölkədə mövzuya öz həqiqi arzu və istəklərini ifadə edən spikerlər, ilhamverici liderlər olaraq fərqlənilirlər. Onlar istehlakçıların işləmək istədiyini şəxslərdir.

İstənilən müştərimlə trening sessiyalarım illərdir eyni sualla başlayırdım: nəyə həvəsiniz var? Bir hekayə qurduğum erkən mərhələsində məruzəçini həmin mal və ya xidmətə nəyin yönəltdiyi mənim üçün məhsulun özündən daha maraqlı olur. Starbucks-ın yaradıcısı Hovard Şultz bir dəfə mənə dedi ki, onu hərəkətə keçirən qüvvə kofedən çox, “işlə ev arasında üçüncü bir yeri yaratmaq, işçilərə hörmətlə yanaşılacaq və xüsusi müştəri xidməti təklif ediləcək bir yer qurmaq” məsələsində lazımı qədər həvəsi olmadığını söyləmişdi. Kofe məhsuldur, amma Starbucks müştəri xidməti biznesindədir. İnternet satış saytı “Zappos”un qurucusu Toni Hsiehdə həvəs oyadan ayaqqabılar deyil. O, mənə təhrikədi qüvvənin “xoşbəxtliyi çatdırmaq” olduğunu deyib. Onun öz-özünə verdiyi suallar belə idi: “İşçilərimi necə xoşbəxt etməliyəm? Müştərilərimi necə xoşbəxt etməliyəm? Verdiyiniz suallar çox müxtəlif nəticələrə gətirib çıxaracaq. Özünü “Məhsulum nədir?” deyər soruşmaq, “Həqiqətən hansı biznesin içindəyəm?”, “Əslində mənə buna sövq edən nədir?” sualları qədər effektiv olmayacaq”.

Toni Hsieh müştəri xidməti və işçi məmnunluğu barədə çox həvəslidir və dünyanın dörd bir yanındakı yığınaq və konfransların öz çəkisi olan spikerlərindəndir (rədd etdiyi təkliflər qəbul etdiklərindən çoxdur). Bir çox natiq doğuşdan həvəssiz danışmaq qabiliyyətinə sahib olduğu üçün ehtiraslı təqdimatçını izləmək çöldə buzlu su içmək kimi canlandırıcıdır.