

DALE CARNEGIE
TRAINING

ΚΕΡΔΙΣΤΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΣ

μετάφραση
Ανδριάννα Σακκά

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΙΟΠΤΡΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	9
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Τα Κλειδιά της Επιτυχίας για μια Ομιλία Υψηλής Επίδρασης	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Αυτό που Θέλει Κάθε Ακροατής. Αυτό που Πρέπει να Γνωρίζει Κάθε Ομιλητής.	37
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ούνιστον Τσώρτσιλ	53
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Ξεπερνώντας το Άγχος της Σκηνής: «Δεν Έχετε Τίποτα να Φοβηθείτε Παρά Μόνο τον Ίδιο τον Φόβο»	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Η Αποτελεσματική Χρήση του Χιούμορ	89
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Αφηγήσεις Ιστοριών και Αυτοαποκάλυψη: Πώς να Κερδίσετε την Προσοχή και τον Σεβασμό	113
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Έλντορ Ρούσβελτ	131
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Πώς θα Προσφέρετε Κίνητρα για Δράση στους Ακροατές σας	137
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 Πώς θα Κερδίσετε το Πρώτο Λεπτό μιας Ομιλίας: Η Καλή Εντύπωση	159
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 Η Δύναμη της Πειθούς. Μέρος Πρώτο	181
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 Η Δύναμη της Πειθούς. Μέρος Δεύτερο	207
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 Η Δημιουργικότητα και η Μαγική Συνταγή	235
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Φραγκλίνος Ντελάνο Ρούσβελτ	263
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 Αντιμετωπίζοντας τα Ερωτήματα και τις Απαντήσεις	273
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 Η Ολοκλήρωση της Παρουσίασης	293
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Αθλητικές Συζητήσεις	319
Επίλογος	327
ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ DALE CARNEGIE	333

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Καλώς ορίσατε στο βιβλίο *Κερδίστε το κοινό σας!* Πρόκειται να διαβάσετε το πιο πλήρες, δυναμικό και *πρακτικό βιβλίο* που γράφτηκε ποτέ σχετικά με την τέχνη και την επιστήμη της δημόσιας ομιλίας. Το Ινστιτούτο Dale Carnegie Training© είναι ο παγκόσμιος ηγέτης στον τομέα των εκπαιδευτικών προγραμμάτων δημόσιας ομιλίας και το Ινστιτούτο Nightingale-Conant είναι ο κορυφαίος παραγωγός τεχνολογίας ακουστικής εκπαίδευσης στον κόσμο. Με το βιβλίο *Κερδίστε το κοινό σας* τα ινστιτούτα Dale Carnegie και Nightingale-Conant σας προσφέρουν τα εργαλεία που χρειάζεστε για να γίνετε εξαιρετικοί δημόσιοι ομιλητές μέσα στο συντομότερο δυνατό χρονικό διάστημα. Χάρη σε αυτό θα μάθετε πώς να προετοιμάζετε και να οργανώνετε μία ομιλία, είτε πρόκειται για μια παρουσίαση πέντε λεπτών μπροστά σε μια μικρή ομάδα ατόμων είτε έχετε κληθεί να μιλήσετε για τριάντα λεπτά μπροστά σε ένα κατάμεστο αμφιθέατρο. Θα ανακαλύψετε τα πραγματικά μυστικά που θα σας βοηθήσουν όχι μόνο να ψυχαγωγήσετε τους ακροατές σας, αλλά και να τους ενημερώσετε, να τους πείσετε και να τους *εμπνεύσετε* να δράσουν με βάση το μήνυμά σας. Ακόμα πιο ενδιαφέρον ίσως είναι ότι το βιβλίο *Κερδίστε το κοινό σας* θα

σας μάθει πώς να ξεπεράσετε τον φόβο που συνοδεύει κάθε προφορική παρουσίαση άπαξ και διά παντός.

Προτού ξεκινήσετε την ανάγνωση, είναι χρήσιμη μια σύντομη επισκόπηση της δομής του βιβλίου. Το *Κερδίστε το κοινό σας* περιλαμβάνει δώδεκα κεφάλαια, όπου το κάθε ένα από αυτά εστιάζει σε μια διαφορετική και σημαντική αρχή της δημόσιας ομιλίας. Μόνες εξαιρέσεις αποτελούν τα Κεφάλαια 8 και 9, τα οποία είναι αφιερωμένα στην έννοια της πειθούς.

Μεταξύ των κεφαλαίων παρεμβάλλεται μια σειρά χρήσιμων αποφθεγμάτων με θέμα τη δημόσια ομιλία. Ορισμένα προέρχονται από την αρχαιότητα, ενώ άλλα είναι πιο πρόσφατα. Όλα, ωστόσο, άπτονται του υλικού που καλύπτει το βιβλίο και φωτίζουν θεμελιώδη ζητήματα που αντιμετωπίζει κάθε δημόσιος ομιλητής.

Επιπλέον, θα βρείτε «Μελέτες περίπτωσης», οι οποίες εστιάζουν σε αναγνωρισμένους πρωταγωνιστές της τέχνης της δημόσιας ομιλίας. Αυτά τα υποκεφάλαια περιλαμβάνουν επιλεγμένα αποσπάσματα από τις πιο επιτυχημένες παρουσιάσεις κάθε ομιλητή. Εφόσον θέλετε και εσείς να γίνετε κορυφαίοι ομιλητές, είναι καλή ιδέα να διαβάσετε προσεκτικά αυτά τα αποσπάσματα. Παρατηρήστε ότι κάποια από αυτά αποπνέουν επισημότητα και κύρος, ενώ άλλα είναι πιο χαλαρά και σύγχρονα. Όλα όμως μεταδίδουν την αίσθηση της αυτοπεποίθησης και του ελέγχου, που αποτελούν σήμα κατατεθέν ενός άριστου ομιλητή. Υπάρχουν πολλοί δρόμοι που οδηγούν σε αυτόν τον στόχο, κάθε δρόμος όμως οδηγεί σε μια βαθιά σύνδεση με το ακροατήριο. Αυτή η σύνδεση

κάνει τους ακροατές όχι μόνο να σκέφτονται και να νιώθουν, αλλά και να πράττουν.

Τέλος, κατά τη δημιουργία αυτού του βιβλίου αντιμετωπίσαμε μια μοναδική πρόκληση. Πολλές πλευρές της ζωής στον εικοστό πρώτο αιώνα είναι πιο εξελιγμένες από ποτέ. Οι αθλητές μας είναι καλύτεροι, οι υπολογιστές μας είναι ταχύτεροι και το προσδόκιμο ζωής έχει αυξηθεί. Αλλά κακά τα ψέματα, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων, οι μεγάλοι δημόσιοι ομιλητές –ή έστω οι πραγματικά ικανοί δημόσιοι ομιλητές– είναι πλέον ελάχιστοι και αποτελούν μάλλον σπάνιο φαινόμενο. Εν μέρει για τον λόγο αυτό, καθώς επίσης και για να μη χάσει το βιβλίο τη διαχρονικότητά του από προσωπικότητες που δεν θα αντέξουν τη δοκιμασία του χρόνου, το *Κερδίστε το κοινό σας* στηρίζεται σε περιστατικά και προσωπικότητες του όχι και τόσο πρόσφατου παρελθόντος. Πράγματι, κάποια γεγονότα, όπως η πρώτη δημόσια αντιπαράθεση μεταξύ Κένεντι και Νίξον, έχουν αναφερθεί και παλαιότερα. Θα ήταν όμως λάθος να μη συμπεριλάβουμε ένα από τα καλύτερα παραδείγματα θεμάτων της δημόσιας ομιλίας μόνο και μόνο για ημερολογιακούς λόγους.

Σήμερα μπορεί να αντιμετωπίζετε τη δημόσια ομιλία ως έναν κίνδυνο που πρέπει να αποφύγετε ή μια πρόκληση την οποία πρέπει να ξεπεράσετε. Ωστόσο, μην έχετε καμία αμφιβολία: όταν ολοκληρώσετε αυτό το πρόγραμμα, θα έχετε πλέον μάθει ότι η ομιλία μπροστά σε κοινό αποτελεί μια ευκαιρία που πρέπει κάποιος να αξιοποιεί με χαρά στην πλήρη της έκταση. Θα διαπιστώσετε ότι θα ανυπομονείτε να «*κερδίσετε το κοινό σας*» όποτε έχετε την ευκαιρία και η

ικανότητά σας να εκφραστείτε με ειλικρίνεια και δυναμισμό θα αποτελέσει σημαντικό προσόν για την καριέρα σας. Όλα αυτά και ακόμα περισσότερα σας περιμένουν όταν *«κερδίσετε το κοινό σας»*.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Τα Κλειδιά της Επιτυχίας για μια Ομιλία Υψηλής Επίδρασης

Το Ινστιτούτο Dale Carnegie αποτελεί εδώ και έναν σχεδόν αιώνα τον παγκόσμιο ηγέτη στη διδασκαλία της τέχνης της δημόσιας ομιλίας και η εταιρεία Nightingale-Conant αποτελεί επίσης μια παγκόσμια ηγετική δύναμη στην τεχνολογία ηλεκτρονικών προϊόντων εκμάθησης. Σήμερα οι δύο φορείς σας παρουσιάζουν με υπερηφάνεια το απόλυτο βιβλίο για την τέχνη της δημόσιας ομιλίας. Είτε είστε αρχάριος είτε διαθέτετε ήδη εκτενή εμπειρία στις προφορικές παρουσιάσεις, αυτό το βιβλίο θα σας οδηγήσει στο επόμενο επίπεδο γνώσης.

Η τέχνη της καλής ομιλίας μπροστά σε άλλους έχει αποτελέσει από τις απαρχές κυριολεκτικά του πολιτισμού μια συνεχή πρόκληση για τον άνθρωπο. Ήταν ιδιαίτερα σημαντική για τους κλασικούς πολιτισμούς της αρχαίας Ελλάδας και της Ρώμης. Ωστόσο, η ικανότητα της δημόσιας ομιλίας έχαιρε μεγάλης εκτίμησης και κατά τους βιβλικούς χρόνους, καθώς και στις φυλές ιθαγενών στην Αμερική, αλλά και στον ινδικό και τον κινεζικό πολιτισμό. Όσο συναρπαστικό όμως

και αν είναι αυτό, ο σκοπός αυτού του βιβλίου δεν είναι να παραδώσει ένα μάθημα ιστορίας. Έτσι, λοιπόν, θα παρουσιάσουμε τρία βασικά εργαλεία για τη δημιουργία μιας παρουσίας με υψηλό βαθμό επιδραστικότητας. Υπάρχουν ορισμένες διαχρονικές αρχές στις οποίες έχουν βασιστεί όλοι οι μεγάλοι ρήτορες – ο καθένας με τον δικό του τρόπο. Συνδυάζοντας τη δική σας μοναδική ταυτότητα με τις γενικές αρχές τις οποίες θα μελετήσουμε, μπορείτε να μεταμορφωθείτε σχεδόν στιγμιαία σε έναν αποτελεσματικό δημόσιο ομιλητή. Διαβάστε λοιπόν προσεκτικά το βιβλίο. Αυτά που θα μάθετε θα επιδράσουν καταλυτικά όχι μόνο στον τρόπο που επικοινωνείτε με τους άλλους, αλλά και στον τρόπο που βλέπετε τον εαυτό σας.

Οι άνθρωποι είναι *ομιλητικά* όντα. Αρχίζουμε να μιλάμε όταν ξυπνάμε το πρωί και συνεχίζουμε μέχρι να κοιμηθούμε – μερικοί μάλιστα δεν σταματούν ούτε και τότε. Η καλή συζήτηση αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες απολαύσεις του ανθρώπινου είδους. Μια καλή συζήτηση μοιάζει με ένα παιχνίδι του τένις, όπου οι παίκτες συμμετέχουν ισότιμα, πετώντας ο ένας το μπαλάκι στον άλλο. Οι βαρετοί συζητητές μοιάζουν με τους παίκτες του γκολφ, οι οποίοι χτυπούν τη δική τους μπάλα ξανά και ξανά και ξανά.

Οι καλοί συζητητές γίνονται καλοί ομιλητές. Σέβονται την παρουσία των άλλων. Διαθέτουν ευαίσθητες κεραίες, πάντα έτοιμες να πιάσουν τα σήματα από το ακροατήριό τους και να ανταποκριθούν σε αυτά κατά την παρουσίασή τους. Οι καλοί ομιλητές επιτυγχάνουν ένα υπέροχο δούνα και λαβείν με τους ακροατές, όπως ισχύει με τους καλούς συζητητές σε ένα κοινωνικό περιβάλλον.

Πιο συγκεκριμένα, τόσο οι ομιλητές όσο και οι συζητητές κατανοούν ότι οι άνθρωποι επιθυμούν περισσότερο από όλα την αναγνώριση. Απευθύνουν συχνά ερωτήσεις, όπως «Συμφωνείτε με αυτό;». Στη συνέχεια κάνουν μια παύση και μελετούν την επικείμενη αντίδραση. Μπορεί να ακολουθήσει σιωπή, ανυπομονησία, νεύματα, γέλιο ή προβληματισμός. Όταν οι ακροατές πλήττουν, πάντα βρίσκουν τρόπο να το δείξουν, παρά τις ευγενικές προσπάθειές τους να κρύψουν αυτό που αισθάνονται. Όταν ενδιαφέρονται, επίσης το δείχνουν. Ως ομιλητές οφείλουμε να είμαστε ενδιαφέροντες, διαφορετικά δεν θα πρέπει εξαρχής να σταθούμε ενώπιον ενός ακροατηρίου. Αποστολή του ομιλητή είναι να κινήσει το ενδιαφέρον, είτε είμαστε ο διευθυντής πωλήσεων μιας αντιπροσωπείας αυτοκινήτων, μιας ασφαλιστικής εταιρείας, ενός κτηματομεσιτικού γραφείου ή ενός διεθνούς οργανισμού. Όταν το ενδιαφέρον απουσιάζει, η πώληση εγκαταλείπει το μήνυμα.

Δεν οφείλουμε να απευθύνουμε μόνο μια ομιλία που θα οδηγήσει το ακροατήριο σε ένα αξιόπιστο συμπέρασμα. Η πορεία προς αυτό το συμπέρασμα θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο συναρπαστική. Έτσι, μπορούμε να κρατήσουμε την προσοχή του ακροατηρίου μας έως ότου καταλήξουμε σε αυτό το σημαντικότερο τελικό σημείο. Επιπλέον, εάν καταφέρουμε να αναπτύξουμε τεχνικές που θα κάνουν το κοινό μας να αισθάνεται ότι συνομιλούμε μαζί του, θα του μεταφέρουμε την αίσθηση ότι μας ενδιαφέρει τι σκέφτεται και ως εκ τούτου θα δημιουργηθεί ένα όσο το δυνατόν ευνοϊκότερο κλίμα απέναντί μας.

Εκτός από το να κατανοήσετε τις ομοιότητες μεταξύ ομιλίας στο πλαίσιο μιας συζήτησης και ομιλίας μπροστά σε κοινό, πρέπει να αντιληφθείτε και ορισμένες σημαντικές διαφορές. Πρέπει να αποκτήσετε ορισμένες βασικές δεξιότητες που *δημιουργούν την ψευδαίσθηση* ότι η παρουσίασή σας είναι τόσο προσωπική, όσο μια συζήτηση μεταξύ δύο ατόμων – η ψευδαίσθηση αυτή όμως μπορεί να επιτευχθεί μόνο αφού έχετε κατακτήσει τις ικανότητες ενός επαγγελματία ομιλητή. Ο Ντέιβιντ Λέτερμαν διαθέτει την ικανότητα να μιλά κυριολεκτικά με οποιονδήποτε ενώ τον παρακολουθούν 10 εκατομμύρια τηλεθεατές. Και μπορεί να το κάνει να μοιάζει τόσο φυσικό και απλό, σαν να συνομιλεί με κάποιον δίπλα στον καταψύκτη ενώ κάνει ένα διάλειμμα από τη δουλειά του. Μπορεί εσείς να μη θεωρείτε τον Ντέιβιντ Λέτερμαν εξαιρετικό δημόσιο ομιλητή, αλλά και αυτός βασίζεται στις ίδιες αρχές που έχουν χρησιμοποιήσει όλοι κυριολεκτικά οι σημαντικοί ρήτορες από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα.

Ποιες είναι αυτές οι αρχές; Η πρώτη είναι στην πραγματικότητα προφανής και ίσως αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλοί ομιλητές δείχνουν να την ξεχνούν. Συνοψίζεται σε μια μικρή πρόταση: *πρέπει να ξέρετε για τι πράγμα μιλάτε*. Μελετήστε το υλικό σας τόσο καλά, ώστε να γίνει κτήμα σας. Δεν αρκεί να έχετε κάποια εξειδίκευση στο αντικείμενο – πρέπει να το κατέχετε. Να μπορείτε να γεμίσετε κάθε δευτερόλεπτο της παρουσίας με αξιόπιστο και αξιόλογο περιεχόμενο. Όταν μπορέσετε να το κάνετε αυτό, το 90% της δουλειάς σας θα έχει γίνει προτού καν σταθείτε μπροστά σε οποιοδήποτε ακροατήριο.

Όταν ήθελε να αποδείξει αυτό το σημείο, ο Ντέιλ Κάρνεγκι επικαλούνταν το παράδειγμα του Λούθηρου Μπέρμπανκ, ενός αδιαμφισβήτητα μεγάλου επιστήμονα και πιθανόν του σημαντικότερου βοτανολόγου όλων των εποχών. Ο ίδιος είπε κάποτε: «Κάποτε δημιουργούσα άπειρα φυτά προκειμένου να βρω ένα ή δύο που να είναι πραγματικά καλά – και στη συνέχεια κατέστρεφα όλα τα υποδεέστερα δείγματα». Με το ίδιο πνεύμα αφθονίας και διάκρισης πρέπει να προετοιμάζεται και μια παρουσίαση. Συγκεντρώστε εκατό ιδέες και απορρίψτε τις ενενήντα – ή ακόμα και τις ενενήντα εννέα. Συλλέξτε περισσότερο υλικό, περισσότερες πληροφορίες από όσες είναι δυνατόν να αξιοποιήσετε. Κάντε το για χάρη της πρόσθετης αυτοπεποίθησης που θα αποκτήσετε, για σιγουριά. Για την επίδραση που θα έχει στο μυαλό και στην καρδιά σας και συνολικά στον τρόπο που θα μιλήσετε. Αυτός είναι ένας βασικός παράγοντας κατά την προετοιμασία. Και όμως, οι ομιλητές τον αγνοούν συνεχώς. Ο Κάρνεγκι πίστευε ότι οι ομιλητές οφείλουν να γνωρίζουν σαράντα φορές περισσότερα για το θέμα τους από όσα μοιράζονται σε μια παρουσίαση!

Η άριστη γνώση ενός ζητήματος είναι προφανώς πολύ πιο πρακτική από το να προσπαθεί κάποιος να κατακτήσει άπειρες γνώσεις. Οι επαγγελματίες πωλητές, οι ειδικοί του μάρκετινγκ και οι σημαντικότεροι διαφημιστές γνωρίζουν πόσο σημαντικό είναι να πουλάει κανείς ένα πράγμα τη φορά. Μόνο ένας κατάλογος μπορεί να παρουσιάσει με επιτυχία πολλά προϊόντα. Είναι σημαντικό μια πεντάλεπτη ή ακόμα και μια μεγαλύτερη σε διάρκεια ομιλία να έχει ένα

μόνο θέμα, και όπως ένας καλός πωλητής, πρέπει να θέσετε το πρόβλημα και να δώσετε τη λύση. Στο τέλος, το πρόβλημα αναδιατυπώνεται και η λύση παρουσιάζεται γρήγορα και συνοπτικά.

Η αρχική σας τοποθέτηση πρέπει να προσελκύσει την προσοχή του κοινού. Μπορείτε, για παράδειγμα, να πείτε: «Οι επιστήμονες παγκοσμίως συμφωνούν ότι οι ωκεανοί πεθαίνουν». Πρόκειται για μια δήλωση που προβληματίζει. Αιχμαλωτίζει αμέσως το ενδιαφέρον και όλοι σκέφτονται: Μα κάτι τέτοιο θα σήμανε το τέλος του κόσμου. Τι κάνουμε γι' αυτό;

Επικαλούμενοι μια διεθνώς αναγνωρισμένη αυθεντία ως πηγή –κάποιον σαν τον αείμνηστο Ζακ Υβ Κουστώ, για παράδειγμα–, προσφέρετε στοιχεία που αποδεικνύουν ότι η αρχική σας τοποθέτηση ισχύει και στη συνέχεια παραθέτετε τους πιθανούς τρόπους με τους οποίους μπορεί να αποφευχθεί η καταστροφή. Κλείνοντας, μπορείτε να πείτε: «Ναι, οι ωκεανοί σήμερα πεθαίνουν, αλλά εάν επιστρατεύσουμε τις συνδυασμένες προσπάθειες όλων των λαών του κόσμου, εάν μπορέσουμε να πείσουμε κάθε ναυτική χώρα να ψηφίσει νόμους που να προστατεύουν τις θάλασσες από τα πετρελαιοφόρα...». Κλείνετε, λοιπόν, την ομιλία σας με μια νότα ελπίδας και ταυτόχρονα εξασφαλίζετε την υποστήριξη όλων των ακροατών για τον σκοπό σας.

Δεν αφορούν, φυσικά, όλες οι ομιλίες κοινωνικά προβλήματα. Ίσως η ομιλία σας να αφορά ένα πρόσφατο ταξίδι για ψάρεμα. Στην περίπτωση αυτή ξεκινήστε με κάποιο ενδιαφέρον στοιχείο της αφήγησής σας. Μπορείτε να πείτε:

«Για να λέμε τα πράγματα με το όνομά τους, η ιριδιζουσα πέστροφα είναι ένα από τα πιο θαρραλέα ψάρια στη γη». Μια τέτοια έκφραση τραβά την προσοχή και ερεθίζει το ενδιαφέρον του κοινού πολύ πιο αποτελεσματικά από το να πείτε: «Θέλω να σας μιλήσω για το πρόσφατο ταξίδι που έκανα για να ψαρέψω». Αφού πείτε κάποια πράγματα για το ψάρι που προσπαθούσατε να πιάσετε, μπορείτε να αναφερθείτε και στα υπόλοιπα. «Πριν από δυο εβδομάδες, αποφασίσαμε με τον Τζον Κούπερ να δοκιμάσουμε την τύχη μας στον ποταμό Γουάιτ κοντά στο Κάρτερ του Αρκάνσας. Πρόκειται για ένα από τα ομορφότερα φυσικά τοπία στη χώρα...». Συνεχίστε μιλώντας για το ταξίδι και τη γνωστή ιριδιζουσα πέστροφα, την ηρωίδα της ιστορίας σας, πώς την ψήσατε στις όχθες του ποταμού και πόσο νόστιμη ήταν. Στο τέλος, για να συνδέσετε τους ακροατές σας με το θέμα, μπορείτε να πείτε: «Εάν δεν έχετε πάει ποτέ για ψάρεμα πέστροφας, επιτρέψτε μου να σας το συστήσω ως έναν από τους καλύτερους τρόπους για να ξεχάσετε τα προβλήματά σας, να καθαρίσετε το μυαλό σας και να δείτε τα πράγματα με διαφορετικό τρόπο. Και όταν καταφέρετε να πιάσετε μια ιριδιζουσα πέστροφα, θα ζήσετε μία από τις μεγαλύτερες συγκινήσεις της ζωής σας».

Δώστε προσοχή στις προσωπικές αντωνυμίες που χρησιμοποιείτε. Κρατήστε τον εαυτό σας έξω από τη συζήτηση το περισσότερο δυνατόν. Στην ιστορία του ψαρέματος, μιλήστε για το ψάρι, το όμορφο τοπίο, την παρέα σας, για άλλους ανθρώπους που γνωρίσατε, για ένα ή και δύο αστεία συμβάντα, αλλά μη λέτε συνέχεια «Έκανα το ένα» και «Έκανα

το άλλο». Σκοπός της ομιλίας δεν είναι να μιλήσετε για τον εαυτό σας, αλλά για το ίδιο το θέμα.

Σύμφωνα με ένα παλιό ρητό, τα δυνατά μυαλά μιλούν για ιδέες, τα μέτρια για ανθρώπους και τα αδύναμα για γεγονότα. Σχεδόν πάντοτε πουλάτε μια ιδέα, ακόμα και όταν μιλάτε για το βάψιμο ενός σπιτιού. Η ιδέα είναι η καλή εικόνα ή η προσασία του σπιτιού. Το ταξίδι για ψάρεμα αφορά στην ιδέα της απόδρασης και της διασκέδασης χάρη στο ψάρεμα. Το κλειδί είναι να υπάρχει μια ιδέα με άρτια παρουσίαση.

Ένας όμορφος πίνακας δημιουργείται από χιλιάδες πινελιές και κάθε πινελιά συνεισφέρει στο κύριο θέμα, στη συνολική εικόνα. Το ίδιο ισχύει και για μια καλή ομιλία.

Όταν οι ομιλητές –ιδίως οι άπειροι– προετοιμάζουν μια ομιλία, ο μεγαλύτερος φόβος τους είναι ότι δεν θα έχουν αρκετά να πουν για να καλύψουν τον χρόνο που τους έχει δοθεί. Οι περισσότεροι ανησυχούν ότι θα ξεμείνουν από υλικό στη μέση της ομιλίας και αντιδρούν σε αυτόν το φόβο εσφαλμένα. «Φουσκώνουν» την παρουσίασή τους. Καταλήγουν να προσπαθούν να στριμώξουν την ιστορία της ζωής τους στα δεκαπέντε λεπτά που διαθέτουν στο βήμα. Η παρουσίαση γίνεται μεγαλύτερη, αλλά αντί να αναπτύσσεται, στην ουσία απλώς διογκώνεται. Πρόκειται για μια ιδιαίτερα επικίνδυνη παγίδα για τους νέους ομιλητές, εφόσον συνήθως είναι ασυνείδητη. Η αρχή να γνωρίζει κάποιος για τι πράγμα μιλάει δεν σημαίνει ότι πρέπει να τα λέτε όλα. Απλώς λέτε όσα χρειάζονται για να καλύψετε αποτελεσματικά τον χρόνο σας. Αφήνετε το κοινό σας με την επιθυμία να ακούσει περισσότερα και εάν πραγματικά κατέχετε το θέμα, θα

έχουν αντιληφθεί ότι *υπάρχουν* περισσότερα να μάθουν. Τους προβάλλετε γνώση πάνω και πέρα από τις λέξεις που χρησιμοποιήσατε.

Προκειμένου να επιτύχετε αυτό το επίπεδο, θα πρέπει να ξεκινήσετε την προετοιμασία σας δέκα έως δεκαπέντε ημέρες πριν από την εκδήλωση όπου θα μιλήσετε. Ξεκινήστε την προετοιμασία σας ως εξής: πάρτε μολύβι και χαρτί και καθίστε για είκοσι λεπτά –ούτε περισσότερα ούτε λιγότερα– και σημειώστε τουλάχιστον πενήντα ερωτήσεις σχετικά με το θέμα σας. Προσπαθήστε οπωσδήποτε να σημειώσετε όσο το δυνατόν περισσότερες, αλλά πενήντα είναι ο ελάχιστος αριθμός ερωτήσεων. Γράψτε τις ερωτήσεις όσο πιο γρήγορα μπορείτε. Μην τις αναλύσετε πολύ. Για τον λόγο αυτό είναι σημαντικό να τηρήσετε το χρονικό όριο των είκοσι λεπτών. Το στάδιο της προετοιμασίας μοιάζει με αγώνα ταχύτητας, όχι με αμέριμνο περίπατο στους διαδρόμους του νου σας.

Κατά τη διάρκεια αυτού του εικοσάλεπτου καταρτίζετε το περίγραμμα της ομιλίας σας – μην ξεχνάτε πόσο σημαντικό είναι το περίγραμμα αυτό να έχει τη μορφή ερωτήσεων. Σύμφωνα με έρευνες, οι ερωτήσεις διεγείρουν περισσότερο τον εγκέφαλο σε σύγκριση με ένα απλό περίγραμμα και εφόσον δεν χρειάζεται εκείνη τη στιγμή να προσφέρετε και τις απαντήσεις, είναι μια εργασία που μπορεί να γίνει πολύ γρήγορα. Οι απαντήσεις θα έρθουν αργότερα, κατά τη διάρκεια των επόμενων σταδίων που θα οδηγήσουν στην ομιλία σας.

Επαναλαμβάνω. Κατά την πρώτη φάση πρέπει να δουλέψετε με τον παλιό καλό τρόπο, δηλαδή με μολύβι και χαρτί και να περιοριστείτε στα είκοσι λεπτά.