



FÉLELEMLISTA

„A legtöbb tanulmány szerint az emberek félelemlistáján az első a nyilvános beszédől való rettegés. A második a halál. A halál csak a második. Jól van ez így? Merthogy az átlagember számára ez annyit tesz, hogy egy temetésen jobb, ha a koporsóban fekszik, mint ha a búcsúbeszédet mondja.”

♦ A vicc *Jerry Seinfeld*től, Amerika egyik legsikeresebb sorozatának stand-upos főszereplőjétől származik. A vicc, írom, pedig ez nem is vicc: halálosan komoly. Egyes réműletrangsorokon a pókok és a kígyók, a magasság vagy a bezártság ugyan megelőzik a szónoklást, de a tízben mindig biztos helye van. Jobban tartunk tőle, mint a bankhiteltől vagy a hazugságtól. Aki introvertált, az eleve lemond róla: nem nekem való. Aki kifelé fordul, az soha nem lehet biztos a sikerében. Miért hát a kockázat? A történelem tanításában általában évszámokhoz, személyekhez és tettekhez kötik a múltat. Nem beszédekhez. Pedig a beszédek – már ha van nyomuk –, legyenek jók vagy rosszak, igazak vagy gonoszak, mindig nagy fordulatokat ígérnek és jelölnek. A közép-európai rendszerváltozást és az azóta eltelt majdnem 30 évet leírhatjuk a beszédekkel is, a bennük és általuk alakuló világgal. De mindez túl nagy téma egy rövid glosszához. Maradjunk tehát a beszédfóbiánál. Egy hallgatást nem ismerő korban miért félünk a nyilvános megszólalástól? Olyannyira, hogy statisztikák mutatják: csendes krízisben vagyunk, nem szívesen érvelünk, szónokolunk egymás előtt. Lehetséges, hogy nincs is mivel? Nem, nem a szánk vagy a hangképző szerveink hiányozhatnak csak, hanem a meggyőződésünk, hogy képesek vagyunk szót érteni egymással. Nem hisszük el, hogy mindenki tud telepörtálni, méghozzá szavakkal gondolatokat.

Miért nem? Talán azért, mert azt tanultuk, hogy az beszél jól, aki magabiztos, felszabadult, aki „jól érzi magát”, gátlások nélkül fejezi ki érzéseit, és profin irányítja a hallgatóságát. Közben titkon érezzük, hogy ezzel valami nem stimmel. Mert a jó beszélő soha nem magában bíz, hanem abban, akiért, akikkel szól: magabíró, de a másikban bíz. És nem felszabadult, hanem nagyon is izgul, mert tétje van annak, amit tesz. Mert érzi, hogy van kockázat és van remény. Ilyen erőterben pedig csak izgulni tisztességes. Jól beszélni nem lehet rutinosan, lazán. Csak feszültségben. A jó beszélő azt is sejt, hogy nem neki kell jól éreznie magát. Hogy minden, ami lényeges, az nehéz is egyben, és ebből születik csak valami új, más, hogy csak a közösen megtalált érzés fontos. A jó beszélő nem profi, mert nem szakmaszerűen szól: mindig csak az az egyetlen alkalom van – mintha utána valóban véget érne az élet. Azért az alkalomért pedig el kell égni. A profik pedig fizetést vesznek fel, nem lángra gyúlnak.

Jól beszélni ajándékozó élmény, és csak annyi bátorság kell hozzá, mint az élethez. És igen, a jó beszéd tényleg ijesztő is: annak, aki nem szereti az igazságot.

Október havában, amely forradalomtól a csendességig visz minket, jó elfeledni a rangsorokat, és megszeretni a fontos szavakat, a félelmetesen igaz, áldozatos beszédeket. ♦

hirdetés

ORÖMHÍR MINDENKINEK!

FIATALOKNAK
IDŐSEKNEK
CSALÁDOSOKNAK
EGYEDÜLÁLLÓKNAK

WWW.KATOLIKUSRADIO.HU • INFO@KATRADIO.HU • 06 1 255 3333

VÁRANDÓSCSOMAGGAL A CSALÁDOK SZOLGÁLATÁBAN

Az innovációról általában technikai újdonságok, műszaki fejlesztések és tudományos kihívások jutnak az eszünkbe, pedig egy marketingmegoldás is lehet innovatív. A PromoBox Kft. a magyar családokat kismamákön és édesanyákön keresztül szólítja meg és éri el sikeresen. Ezzel értéket teremt, minőséget közvetít, eljutva a várandósokhoz és az újszülött kisbabák családjaihoz.

INTERJÚ FEJÉRDY ZSÓFIÁVAL, A PROMOBX KFT. TULAJDONOSÁVAL



♦ – Mi is az a VárandósCsomag?

– A VárandósCsomag a PromoBox Kft. információs anyagokat és termékmintákat, apró ajándékokat tartalmazó, ingyenesen átvehető doboza, amely az egész családot segíti információkkal a babavárás időszakában. Kívülről nagyon hasonlít a PromoBox BabaCsomagra, amivel már hatodik éve ajándékozunk meg a kórházakban az újszülöttek családjait, de belsejében kifejezetten a várandósság időszakában fontos termékújdonságok, ajándékok lapulnak.

– Miért újszerű és innovatív a VárandósCsomag?

– A PromoBox célja, hogy közvetlen, holtszórás nélküli kommunikációs lehetőséget biztosítson partnereinek. Marketinges szóhasználattal élve: a bevált és évszázados múlttal rendelkező direkt marketing értékeit tettük elérhetővé trendi kontósben. A VárandósCsomag a partnereink igényeit szem előtt tartva, komoly előkészítést követően valósult meg. Olyan megoldást szerettünk volna, amely kihasználja a XXI. század kommunikációs lehetőségeit. Ezért az IOS-re, Androidra és mobilwebre

fejlesztett Édes Kisbabám nevű alkalmazáson keresztül regisztrálhatnak az anyukák, és egy egyedi kóddal vehetik át az Alma Patikákhoz tartozó gyógyszertárakban, szerte az országban a VárandósCsomagot. Az Édes Kisbabám applikáció az egyik legtöbbet letöltött magyar nyelvű alkalmazás, amely számos ingyenes funkcióval (például babanapló, fotóalbum, szülés kalkulátor) segíti a várandósokat és a kisbabás családokat.

– Mik az első év tapasztalatai?

– Mi is meglepődünk néha, mennyi érdeklődést és köszönetet kapunk a várandós anyukáktól e-mailben, a közösségi médián vagy a www.promobox.hu weboldalon keresztül. A visszajelzések alapján úgy tűnik, az átvevők alaposan tanulmányozzák is a VárandósCsomag tartalmát: kipróbálják a termékmintákat, elolvassák az információs anyagokat. Partnereink a magyar piac kiemelkedő vállalatai, intézményei, akik elsősorban hasznos ajándékokkal szeretnék köszöneti a babavárás időszakában a magyar családokat. A jó fogadtatást annak köszönhetjük, hogy kifejezetten igényes összeállításra törekszünk. ♦

(x)