



سخن ناشر

خداوند بزرگ (ج) را بی نهایت سپاس گزاریم که انتشارات نویسا را توفیق داد کتاب «اشتباهات عمده در سخنرانی» اثر استاد محترم رسول خان امین را چاپ کند.

انتشارات نویسا از آغاز تأسیس تاحال کتاب‌های متعدد در رشته‌های مختلف را به خواستاران علم و فرهنگ کشور پیشکش کرده است و اینک با تصحیح و ویرایش دقیق، کتاب حاضر را به نشر می‌رساند. هدف انتشارات نویسا این است که با استمداد از عنایت خداوند (ج) و همت و همکاری دانشمندان و استادان متعهد و دلسوز، به مطالعات و تحقیقات لازم بپردازد و در هر کدام از رشته‌های علوم انسانی به تألیف و ترجمه منابع درسی اصلی، فرعی و جنبی اقدام کند. انتشارات نویسا در نظر می‌گیرد:

اثر، مفید و مؤثر باشد؛

اثر، ارزشمندی در ابعاد فرهنگی و علمی داشته باشد؛

اثر، اکادمیک نگارش شده باشد؛

اثر، به گونه‌ی برای مردم تفریح سالم باشد.

از استادان و صاحب‌نظران ارجمند تقاضا می‌شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این موسسه نشراتی را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار موردنیاز جامعه‌ی دانشگاهی جمهوری اسلامی افغانستان یاری دهند و آرزو داریم که همچنان توفیق خدمت دوام‌دار و شایسته را در عرصه‌ی چاپ و نشر داشته باشیم. انتشارات نویسا در خدمت فرهنگیان کشور قرار دارد.

با احترام

محمد ظریف بشارت

رییس انتشارات نویسا

سبک‌های سخنوری

مؤلف: رسول خان امین



انتشارات نویسا

کابل، زمستان ۱۳۹۷ خورشیدی

امین، رسول خان

سبک‌های سخنوری / مؤلف: رسول خان امین، (کابل)؛ (انتشارات نویسا).

۱۰۰ ص.

مآخذ: ۱۰۰

۰۷۰۷۷۰۶۰۶۱

Facebook: Nawisa publication

m.zarif_Besharat@yahoo.com



انتشارات نویسا

آدرس: کابل؛ کوته‌سنگی، مقابل لیسه رحمان بابا.

سبک‌های سخنوری

مؤلف: رسول خان امین

ویراستار: محمد ظریف بشارت

ناشر: انتشارات نویسا

صفحه‌آرا: انتشارات نویسا

طرح جلد: انتشارات نویسا

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۷ خورشیدی

تیراژ: ۲۰۰۰ جلد

قیمت: (۹۰) افغانی

همه‌ی حقوق این اثر متعلق به «مؤسسه‌ی انتشارات نویسا» است و هر نوع استفاده‌ی بازرگانی از این کتاب اعم از، حق چاپ، بازنویسی، نسخه‌برداری، فوتوکاپی، ضبط کامپیوتری، فیلم‌سازی و ترجمه‌ی اثر و یا تکثیر اثر به هر صورت دیگر، کلاً و جزء، ممنوع و قابل تعقیب قانونی است.

تقديم:

به هیأت رهبری و اعضای محترم قوم مرحوم سید
محمد امین ده یحیی که همواره مشوق بنده بوده اند.

سپاس گزاری

بدون تردید این کتاب بدون حمایت‌ها و هدایت‌های دوستان عزیزم به‌رشته تحریر در نمی‌آمد، بدین لحاظ از همه‌ی عزیزانی که بنده را در نگارش این کتاب یاری کردند، صمیمانه سپاس گزارم و برای هر یک این عزیزان آرزوی موفقیت و سربلندی دارم. در ادامه نام برخی از این بزرگواران جهت تقدیر و ارج نهادن به زحمات‌های‌شان ذکر می‌گردد.

پدر و مادر بزرگوارم

مانند همکارانی مهربان، تا جایی که توانستند مشغله‌های کاری و فکری من را کم کردند تا بتوانم با خیالی آسوده‌تر این کتاب را بنویسم و اگر لطف آن‌ها نبود شاید نوشتن این کتاب مدت‌ها به طول می‌انجامید.

داکتر صاحب سید میثم موسوی

که در قسمت تهیه منابع کتاب با ما همکاری نمودند.

محمد ظریف بشارت رییس انتشارات نویسا

که با سلیقه تمام، خوش قولی و مسئولیت‌پذیری، در سریع‌ترین زمان ممکن کتاب را چاپ کردند و پیگیری‌های لازم را برای انتشار کتاب انجام دادند و به آراسته‌گی و زیبایی هرچه تمام‌تر این کتاب را به طبع رساندند.

پیش‌گفتار

ثنا و ستایش بنام نامی پدید‌آورنده پدیده‌ها، آن که آدمی را از خاک پدید‌آورد، آفریننده جسم و جان پرورنده عقل و روان، خالق زمین و آسمان، خالق حقیقی کون و مکان، ذاتی که ازل و ابد در احاطه قدرت اوست، خداوندی که لایق وسزاور توصیف و تمجید است.

دروذ بی پایان بر روان پاک رهبر عالم انسانیت، رهنمای امت، خاتم نبوت، حامی دین خدا و شریعت و درهم کوبنده جمله ستمگران و عدالت ستیزان حضرت محمد (ص). خدا را شکر که لطف و احسان بی کرانش را شامل حال بنده ناتوان خود نموده و توفیق نصیب کرد که با همه ناتوانی، توانایی نوشتن کتاب «سبک‌های سخنوری» را برایم عنایت داشت. امیدوارم گزیده‌های را که در این مورد تهیه نموده‌ام مورد پسند شما قرار گرفته و برای علاقه‌مندان و دانشجویان رشته‌های خبرنگاری و ادبیات فارسی یا رشته‌های دیگر مفید باشد.

در این کتاب سبک‌های مشهور سخنرانی با معرفی سخنرانان آن گفته شده است و تنها روشی که می‌توانیم به

سبک خودمان که همان سبک منحصر به فرد هر سخنران در سخنرانی است برسیم باید سبک‌های گفته شده در این کتاب را به‌طور دقیق مطالعه کنیم.

این کتاب برای تمام افرادی که می‌خواهند در حضور دیگران بدرخشند و با سخنرانی فوق‌العاده و زیبای خود دیگران را تحت تأثیر قرار دهند نوشته شده است. پس اگر احساس می‌کنید شما هم به این کتاب نیاز دارید، با دقت آن را مطالعه کنید.

ادعا نمی‌شود که این کتاب در حد کمال نوشته شده، ما نیازمند ارائه انتقادات و پیشنهادهای شما دوستان گرامی و بزرگواران هستیم. از حضور تمام دوستان و صاحب‌نظران معزز صمیمانه تقاضا می‌شود، تا با نکته‌نظرهای اصلاحی خود درباره این کتاب از طریق تماس تلفونی یا ایمیل به نشانی ما، با ما تشریک مساعی نموده و در غنای این اثر کمک نمایید.

با عرض حرمت
رسول خان امین

فهرست مطالب

مقدمه	۱۱
چکیده	۱۳
فصل اول	۱۵
سبک سخنرانی انگیزشی	۱۵
زنده‌گی‌نامه‌ی انتونی رابینز	۱۶
شرایط ویژه	۱۸
نکته‌های مثبت سخنرانی رابینز	۱۹
ویژه‌گی منحصریه‌فرد رابینز	۲۲
جمع‌بندی فصل اول	۲۶
فصل دوم	۲۷
سبک سخنرانی متقاعد کردن و جلب اعتماد	۲۷
زندگی‌نامه‌ی استیو جابز	۲۹
شرایط ویژه	۳۱
نکته‌های مثبت سخنرانی استیو جابز	۳۲
(۵) اشتباه مهلک در سخنرانی متقاعدکننده	۴۲
(۵) اشتباه بزرگ در ارائه محصول یا ایده و راهکارهایی برای رفع آن‌ها:	
	۴۳
فصل سوم	۴۷
سبک سخنوری سیاسی	۴۷
زندگی‌نامه‌ی باراک حسین اوباما	۴۸

۵۱.....	شرایط ویژه.....
۵۵.....	نکته‌های مثبت سخنرانی اوپاما.....
۵۶.....	چارچوب مقدمه در سخنرانی‌های اوپاما.....
۶۳.....	فصل چهارم.....
۶۳.....	سبک سخنوری منبری.....
۶۴.....	زندگی‌نامه‌ی دکتر ذاکر ناییک.....
۶۵.....	شرایط ویژه.....
۶۷.....	حرکت دیداتی در لباس زمان.....
۶۹.....	نکته‌های مثبت در سخنرانی منبری.....
۷۷.....	فصل پنجم.....
۷۷.....	سبک سخنوری علمی.....
۷۹.....	زندگی‌نامه برایان تریسی.....
۸۱.....	شرایط ویژه.....
۸۴.....	ویژه‌گی سخنرانی علمی.....
۸۵.....	ساختار سخنرانی علمی.....
۸۷.....	خصوصیات سخنران علمی.....
۸۸.....	شیوه سخنرانی علمی.....
۹۱.....	فصل ششم.....
۹۱.....	سبک سخنرانی احساسی.....
۹۲.....	زنده‌گی‌نامه هیتلر.....
۹۴.....	شرایط ویژه.....
۹۵.....	نکته‌های مثبت سخنرانی هیتلر.....
۱۰۰.....	منابع و مأخذ:.....

مقدمه

شکر می‌گویم خالق یکتا را که کائنات را آفریده و انسان را در آن اشرف مخلوقات گردانیده است. برای همه انسان‌ها مغز، فکر و اندیشه عطا نمود تا در مورد خود و جهان ماحول تفکر عمیق و پژوهش نمایند. از رازهای نهفته که در طبیعت و جهان زندگی وجود دارد خود را آگاه ساخته به تحقیق پژوهش پرداخته و به اهداف خود برسند.

اگر استعدادها خفته بماند و کار خود را عرضه نکند، حالت دلسردی و افسردگی پیدا می‌شود. سخنرانی به منزله ارائه تصویری از توانایی‌ها یا استعدادهای فردی هر کس در دنیا است؛ بنابراین عجیب نیست اگر پیش از سخنرانی از خود پرسیم: با موفقیت می‌توانم آنچه هستم را به دیگران نشان دهیم؟ در قبال ریسکی که می‌کنیم قادر هستیم تصویر مطلوبی از خود به اشتراک بگذاریم؟ پاسخی که شما به این دست

پرسش‌ها می‌دهید همه و همه به ایجاد سبک سخنرانی برای هر فرد به صورت اختصاصی منتهی می‌شوند.

سبک سخنرانی یا استایل فردی در حرف زدن همه و همه از عادات اجتماعی و شیوه صحبت کردن مان در اجتماع نشأت می‌گیرد؛ به گونه‌ی مثال همان‌طور که با شنیدن تکه کلام‌های خاص یا ادا و اطوارهای منحصر به فرد در هر نفر می‌توانید سریع راوی را تشخیص دهید و به هویت گوینده پی ببرید در سخنرانی هم به واسطه سبک سخنوری یا استایل هر فرد قادر خواهید بود حتی با شنیدن صدا و بدون دیدن چهره اشخاص، به هویت سخنران پی ببرید.

سلطه‌گرایانه حرف زدن، جسورانه صحبت کردن، سخنوری با کنجکاوی و کنکاش هر چه بیشتر و سخنوری تلفیقی از جمله سبک و سیاقی هستند که در حرف زدن دیگران می‌توان دنبال نمود. در این کتاب امروز به سبک سخنرانی برای هر سخنران و سپس بررسی انواع استایل‌های ممکن برای یک سخنران می‌پردازیم. به امید این که از این به بعد سبک‌های تان را شناخته و سخنرانی‌های عالی داشته باشید.

با احترام

رسول خان امین

چکیده

در نوشتن متن سخنرانی باید به جز اهداف و مخاطب، سبک سخنرانی را هم در نظر گرفت. نادیده گرفتن هر یک از این فاکتورها به بدنه اصلی یک سخنران آسیب خواهد زد. حتماً شما هم با آدم‌های خودنمایی سر خورده‌اید که فکر می‌کنند شیوه صحبت کردن‌شان در نهایت جذابیت قرار دارد و به شدت شمارا مجذوب خود کرده‌اند؛ اما در حقیقت شما به عنوان یک شنونده اجباری، به ناچار فقط در حال تحمل کردن آن‌ها هستید.

مهم‌ترین علت این معضل بی توجهی گوینده به مخاطب و علاقه‌مندی‌هایش است. وقتی که یک گوینده یا سخنران سبک خاصی را اتخاذ کند و به واسطه آن سبک شناخته شود احتمالاً مخاطب خود را نیز بهتر خواهد شناخت. به عبارت دیگر، مخاطب با شناخت سبک سخنرانی شما می‌تواند تصمیم بگیرد

که شنونده خوبی برای صحبت‌های شما خواهد بود یا خیر. سبک عبارت است از شیوه ارائه اطلاعات به مخاطب؛ به شکلی که با توجه به جزئیات فن بیان نظیر زبان بدن خاص یک سخنران باشد. در کنار اهمیت آمادگی پیش از سخنرانی مثل شیوه تنفس سخنران، متن سخنرانی، تمرین تقلید فن بیان بزرگان، پیروی از اصول سخنرانان بزرگ دنیا و ... این سبک خاص شما است که برندسازی می‌کند. پس با ما همراه باشید تا برویم به یک سفر و در این سفر انواع سبک‌ها و سخنرانان آن را بررسی کنیم.

فصل اول

سبک سخنرانی انگیزشی

انگیزش چیزی که از درون انرژی می‌گیرد و نیاز به تحریک قوای درونی دارد تا نیروی بیرونی را به حرکت درآورد. سخنرانی انگیزشی بر روی احساس بسیار تأثیر می‌گذارد و این تأثیر احساس در همه‌ی سخنرانی‌ها مؤثر است، پس با احساسات بازی نکنید و در انگیزش واقعی با احساس پردازید. در این جا می‌خواهم تا یک سخنران انگیزشی را به شما معرفی نموده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را مطمئناً شما آنتونی رابینز را می‌شناسید! زیرا او مشهورترین سخنران انگیزشی جهان است، نخستین سخنران معروفی که در این کتاب ما قصد داریم ویژگی‌های سخنرانی او را بررسی کنیم.

احتمالاً شما با زندگی این سخنران انگیزشی یک اندازه آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می‌کنم یک‌بار دیگر نگاهی به زندگی او داشته باشیم:

زنده‌گی نامه‌ی انتونی رابینز

آنتونی رابینز در ۲۹ فبروری سال ۱۹۶۰ در شمال هالیوود، در خانواده‌ای فقیر به دنیا آمد. او در منطقه «آزوسا» منطقه در لس‌آنجلس، کودکی خود را پشت سر گذاشته و در مکتب «گلندورا» به تحصیل پرداخت. زمانی که او ۷ ساله بود والدینش از هم جدا شدند. پس از گرفتن سند دوره متوسطه مکتب به کارهای گوناگونی، شیه ظرف‌شویی، کارگری و... رو آورد.

در سنین بین ۱۸ تا ۲۲ سالگی در دفتر کار «جیم رون» به عنوان بازاریاب و مبلغ سیمینارهای وی شروع به کار کرد. تونی به عنوان بخشی از شرایط این شغل، تمام آثار مکتوب و صوتی جیم رون را خواند و گوش کرد. در این سال‌ها او در یک آپارتمان چهل متری در محله‌ای فقیرنشین زندگی می‌کرد.

به گفته خودش ناچار بود ظرف‌های غذای خود را در تپ حمام بشوید. گذشته از فقر مالی، بر اثر پر خوری و خوردن غذاهای چرب و زنش به ۱۲۰ کیلو رسید. آنتونی رابینز در عین چاقی، تنبلی و فقر، آرزوهای جاه‌طلبانه‌ای داشت و در عالم خیال خود قصر زیبایی را کنار جنگلی بزرگ تصور می‌کرد، او سرانجام تصمیم گرفت برای رسیدن به آرزوهایش کمر همت بندد و با چاقی‌اش مبارزه کند. به همین خاطر برای رسیدن به این هدف به مطالعه چند کتاب پرداخت؛ اما مطالب کتاب‌ها ضد و نقیض بود و خودش به این نتیجه رسید که با فکر سالم می‌توان بدنی سالم داشت. او توانست ۱۵ کیلوگرم وزن را در مدت دو ماه کم کند.

با وجود قد بلندش، می‌خواست تناسب‌اندام داشته باشد. او معتقد بود برای نظم بخشیدن به تفکرات باید به حفظ تناسب‌اندام اقدام کند. او به صنف‌های روان‌شناسی رفت و با این علم آشنا شد. در سال ۱۹۸۴ شیوه‌های تازه روان‌شناسی را برای تعدادی از قهرمانان ورزشی مورد آزمایش قرارداد و دستمزدی دریافت کرد و به وضعیت زندگی فقیرانه‌اش سروسامانی داد. آنتونی رابینز موفق‌ترین، مشهورترین و پرتعدادترین نویسنده و سخنران انگیزشی در جهان است.

هرچند که خود اصرار دارد به جای «سخنران انگیزشی»، «مربی منتهای کارآیی» نامیده شود. او در مدت کوتاهی به بیش‌ترین آرزوها و رؤیاهای جوانی خود جامه عمل پوشانید و توانست درآمد سالانه خود را از ۳۸ هزار دالر به بیش از یک میلیون دالر افزایش دهد.

راینز با همسر و دو فرزندش در «دلمای» کالیفرنیا در همان قصری که در رؤیاهایش می‌پروراند زندگی می‌کند؛ اما از کمک کردن به دیگران دریغ ندارد و چندین بنیاد خیریه و مؤسسه مشاوره رایگان تأسیس کرده است.

شرایط ویژه

همان‌گونه که در زندگی‌نامه راینز خوانید، او در ابتدای زندگی در شرایط بسیار ناگواری بوده و به‌نوعی از ضعیف‌ترین انسان‌ها به لحاظ مالی و اجتماعی در جامعه خود به شمار می‌رفت؛ اما با توجه به تصمیم‌های صحیحی که در زندگی گرفت توانست به موفقیت‌های چشم‌گیری دست پیدا کند که کمتر کسی توانسته به چنین جایگاهی برسد، اشاره به موقعیت پیشین و کنونی وی به این دلیل است که بتوانیم شرایط ویژه او را توضیح دهیم. سخنان راینز در بیش‌تر موارد متکی به

تجربه‌های مفید خویش و تلفیقی با بحث‌ها روان‌شناسی است؛ اما شاید اگر فرد دیگری که خودش موفقیت‌های این‌چنینی کسب نکرده باشد، تصمیم بگیرد چنین روشی را انتخاب کند؛ یعنی بیش‌تر از تجربه‌های خویش استفاده کند، مطمئناً با مخالفت‌ها و انتقادهای زیادی روبه‌رو می‌شود! بنابراین باید توجه کنیم که بسیاری از سخنان وی (که حتی ممکن است با بسیاری از نظریات دیگر در تضاد باشد) به دلیل تجربیات موفقیت‌آمیز وی پذیرفته می‌شود و از همین رو هر کسی نمی‌تواند به شیوه وی عمل کند.

موضوع بعدی در رابطه با شرایط ویژه رایبیز این است که سخنرانی‌های او همواره انگیزشی هستند و یک سخنرانی انگیزشی غالباً ویژگی‌های خاص خود را دارد و به گونه‌ی مثال سخنرانان علمی به طور عموم نمی‌توانند از بیش‌تر ترفندهای رایبیز استفاده کنند.

نکته‌های مثبت سخنرانی رایبیز

۱. تماس چشمی فوق‌العاده: رایبیز به گونه‌ای کامل حرفه‌ای و با یکنواختی هرچه تمام، به مخاطبان نگاه می‌کند و هر منطقه را به طریقی خطاب قرار می‌دهد

که هر فردی در سالون این احساس را می‌کند که راینز مستقیماً با او صحبت می‌کند. این موضوع آن‌قدر حرفه‌ای توسط راینز انجام می‌شود که بسیاری از شرکت‌کنندگان همایش‌های راینز در مصاحبه‌های‌شان می‌گویند: «گویی راینز شخصاً با من صحبت می‌کرد و ارتباط خوبی با او داشتم» و راینز هم در خاطرات خود می‌گوید: «وقتی برخی مردم من را می‌بینند آن‌قدر گرم با من سلام‌علیکی می‌کنند که گویی سال‌هاست یکدیگر را می‌شناسیم و وقتی از آن‌ها می‌پرسم که آیا آن‌ها را می‌شناسم معمولاً با این پاسخ روبه‌رو می‌شوم که در آن همایش ۱۰۰۰ نفری من سمت چپ سالون نشسته بودم و شما خیلی به من توجه می‌کردید...»

۲. زبان بدن و چهره: ویژگی قابل توجه و ارزشمند دیگر

راینز، زبان بدن و حرکت‌های چهره خوب اوست. البته این ویژگی یک ویژگی عمومی برای هر سخنران موفق است؛ اما راینز به‌صورت ویژه از صورت خود استفاده می‌کند و احساسات به‌خصوص خنده و شادی را به مخاطبان مرتبط می‌کند.

او با استفاده از حرکتهای سریع دست و بدنش، کلمه‌های خود را به سادگی به مخاطبان منتقل می‌کند و باعث می‌شود که پیام به بهترین نحو منتقل شود.

۳. سرعت صحبت کردن: همان‌طور که احتمالاً متوجه

شده‌اید، رایینز بسیار سریع صحبت می‌کند به طوری که برای کسانی که زیاد به انگلیسی مسلط نباشند، کلمه‌های وی به سختی قابل تشخیص است و شاید در نگاه اول این موضوع اصلاً خوب به نظر نرسد؛ ولی وقتی تند صحبت کردن او را در کنار محتوای ارائه شده قرار می‌دهیم و می‌بینیم که رایینز درست سر موقع و زمانی که ذهن ما در حال اشباع شدن است، یک توقف به جا می‌کند، آنگاه شاید از این موضوع به عنوان یک برگ برنده نام ببریم.

یادداشت: این نوع سریع صحبت کردن البته در انگلیسی

بسیار متداول‌تر از فارسی است و برای سخنرانان فارسی‌زبان اصلاً توصیه نمی‌شود که چنین ویژگی داشته باشند.

۴. اشاره به جمله‌های تأمل برانگیز: اگر به جمله‌های

رایینز دقت کنید، خواهید دید که تقریباً در هر ۱۰ جمله، یک جمله را بیان می‌کند، تا مخاطبان لحظه‌ای

به آن فکر کنند. پرسش‌های مکرر اما به‌اندازهٔ رایینز باعث می‌شود که مخاطبان سراپا گوش باشند و هیچ‌گاه از صحبت اصلی دور نشوند.

۵. استفاده از طنز: همان‌طور که متوجه شده‌اید، رایینز در بسیاری از موارد از طنز استفاده می‌کند و به‌محض این‌که متوجه می‌شود جمع قابلیت یک شوخی را دارد، با یک شوخی جالب، جو سالون را عوض می‌کند.

اما توانمندی اصلی او در دامن زدن به طنزهای خودش است. شاید در بسیاری از موارد اگر کس دیگری از جمله‌های طنز رایینز استفاده بکند، هیچ فردی در سالون به آن نخندد؛ اما رایینز با هنرمندی تمام خود نیز به طنزهایش دامن می‌زند، با حرکت‌های بدن، حالت‌های چهره و یا خندیدن با صدای بلند کاری می‌کند که همه مخاطبان شروع به خندیدن کنند.

ویژه‌گی منحصربه‌فرد رایینز

۱. درگیر کردن مخاطبان و شامل کردن آن‌ها: یکی از ویژگی‌های منحصربه‌فرد رایینز این است که او در تمام صحبت خود در مورد موضوعاتی صحبت

می‌کند که کاملاً مربوط به مخاطبان است و حتی اگر از خود نیز مثالی می‌زند، تمام تلاش خود را می‌کند تا آن را به مخاطبان مرتبط کند. این ترفند رابینز باعث می‌شود که همه مخاطبان احساس بکنند که رابینز فقط درباره آن‌ها و مشکلات‌شان حرف می‌زند. رابینز سعی می‌کند هر چیزی که درباره آن سخن می‌گوید را به طریقی به مخاطبان مرتبط بکند و از همین رو همیشه سخنان وی مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرد.

۲. **رسالت رابینز:** از ویژگی‌های خاص رابینز این است، که او همواره برای خودش، زندگی‌اش و در نتیجه تک‌تک سخنرانی‌هایش یک رسالت قائل است. او دقیقاً می‌داند که در یک سخنرانی قرار است که چه کاری را انجام بدهد و چطور باید رفتار بکند و به چه دلیلی هر کاری را انجام می‌دهد. داشتن رسالت باعث می‌شود که او با انرژی وصف‌ناپذیری سخنرانی خود را انجام بدهد و مخاطبان نیز بدانند که وی قصد کمک به آن‌ها را دارد و از همین رو حسی همدلی بین مخاطبان و رابینز شکل می‌گیرد و این هم‌افزایی

در نهایت باعث به وجود آمدن یک سخنرانی به یادماندنی می‌شود.

۳. پیام طراحی شده در ۲۰ کلمه: اگر به هر سخنرانی

رایینز گوش کنید، می‌بینید که می‌توان پیام اصلی تمامی سخنرانی‌های او را در ۲۰ کلمه خلاصه کرد. و این یک شرایط ایده‌آل است؛ زیرا او می‌داند که دقیقاً در چه موردی صحبت می‌کند و چطور باید برای رسیدن به پیام اصلی خود در سخنرانی‌اش، طرح‌ریزی کند.

این پیام از پیش طراحی شده، باعث می‌شود که سخنرانی رایینز از انسجام و سازمان‌دهی خوبی برخوردار باشد.

۴. دعوت به انجام کار: رایینز در بخش‌های مختلفی از

سخنرانی خود مخاطبان را به انجام کارهای مختلف دعوت می‌کند یا اگر بخواهیم کمی دقیق‌تر بنگریم می‌بینیم که او سعی می‌کند در ابتدا انگیزه و انگیزش کافی را در مخاطبان ایجاد کند و زمانی که ضربان قلب همه مخاطبان از انگیزه زیاد به شدت بالا رفت از آن‌ها دعوت به انجام کاری می‌نماید. به این ترفند رایینز (Motivate To Action) گفته می‌شود.

۵. جمله‌های الهام‌بخش: به احتمال فراوان بارها و بارها

دیده‌اید هر جایی که نقل قول‌هایی الهام‌بخش وجود داشته باشد، حداقل یک جمله از رایینز وجود دارد، رایینز سرتاسر سخنرانی خود را با جمله‌های الهام‌بخش خود تزئین می‌کند و ای نسب می‌شود که مخاطبان علاوه بر استفاده از تمام سخنرانی او، از هر جمله‌ای او نیز استفاده نمایند و در نتیجه دقت مخاطبان به این موضوع بیش‌تر خواهد شد.

۶. موقعیت‌شناسی: در یک سخنرانی رایینز، یکی از

مخاطبان که یک سیاستمدار است، یک شوخی می‌کند و رایینز به قدری به آن دامن می‌زند که تمام سالون از خنده منفجر می‌شود، بعد از شوخی جالب مخاطب، رایینز از صحنه پایین می‌آید و نزد مخاطب می‌رود و به نشانه تشویق با او دست می‌دهد و سپس از این فرصت به دست آمده نهایت استفاده را می‌کند و بارها به آن اشاره می‌کند و درست پس از این فرصت، رایینز همه چیز را به نفع خود به کار می‌گیرد و از این قاعده نانوشته استفاده می‌کند: «کافی است مخاطبان بار اول از ته دل به شوخی شما بخندند، بعد از آن دیگر کار سختی پیش‌رو ندارید و آن‌ها حتی ممکن است به حرف جدی شما نیز بخندند» رایینز پس از این

فرصت بارها و بارها شوخی‌هایی می‌کند و به اصطلاح فضای سالون را در دست می‌گیرد و پس از چند دقیقه که به شوخی می‌گذراند، شوخی‌ها را کم‌کم حذف می‌کند و در انتها سخنان خود را با مخاطبانی که با او همدل شده‌اند در میان می‌گذارد.

جمع‌بندی فصل اول

آنچه که در جمع‌بندی باید گفت این که، رایینز به عنوان یک سخنران، کاملاً از همه امکانات به سود خود استفاده می‌کند و به قدری حرفه‌ای این کار را انجام می‌دهد که برخی نقاط ضعف او اصلاً به چشم نمی‌آید.

در ارتباط چشمی رایینز، همه مخاطبان درگیرند و لذا حواس هیچ کس پرت نمی‌شود و نگاه به گونه‌ای تنظیم شده که گویی به تک‌تک افراد نگاه می‌کند.

و در انتها باید بگوییم که رایینز به عنوان یک سخنران انگیزشی با طراحی پیامی کاملاً مشخص، سخنرانی خود را تنظیم می‌کند و هر سخنرانی را به منزله یک هدیه به مخاطبان می‌داند و با ایجاد همدلی سعی می‌کند نظر همه مخاطبان را به خود جلب نماید.

فصل دوم

سبک سخنرانی متقاعد کردن و جلب اعتماد



این گونه سخنرانی ها برای ترغیب کردن و متقاعد کردن مخاطب طراحی می شود، در نخستین سخنرانی های خود باید با صداقت صحبت کرد و صداقت کلام باعث ایجاد اعتماد می شود. من برای خرید گوشی موبایل به دکان موبایل فروش

رفتم و توقعاتی را که داشتم برای او گفتم و فروشنده زمانی که صحبت‌های مرا شنید چند مُدل گوشی را با همان امکانات نشانم داد و برایم بیش‌تر توضیح داد که: کیفیت هر کدام به‌چه نحوی است و کیفیت کار آن‌ها چه تفاوتی با یک‌دیگر دارند و در کلامش صداقت داشت و هدفش فروش کالای تَلَبَّت نبود حتی یک مدل دیگر به برایم معرفی کرد که در دکان موجود نداشت و گفت اگر بخواهم، می‌تواند برایم تهیه کند و من متوجه صداقت او شدم و به او اعتماد کردم.

در این‌جا متوجه شدید که باصداقت واقعی می‌شود اعتمادسازی را انجام دهید پس همیشه مطمئن و باصداقت گفتار خود را جاری کنید. سخنرانی اعتمادسازی هم برای فروش و یا کسب اعتماد برای جمع‌آوری رأی هست و اعتماد سازی در همه‌ی سخنرانی‌ها کاربرد دارد؛ چون در هر حالتی باید به سخنران اعتماد داشته باشد تا سخنران بتواند با کلامش مؤثر واقع شود.

در اینجا می‌خواهم یک سخنران متقاعدکننده را به شما معرفی کرده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم، تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را مطمئناً شما استیو جابز را می‌شناسید! زیرا او مشهورترین

سخنران متقاعد کننده جهان است، دومین سخنران معروفی که ما قصد داریم ویژگی های سخنرانی او را بررسی کنیم. احتمالاً شما با زندگی این سخنران بزرگ آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می کنم یک بار دیگر نگاهی کوتاه به زندگی او داشته باشیم:

زندگی نامه ی استیو جابز

بسیاری افراد، استیو جابز مؤسس شرکت اپل را به عنوان یک ایده پرداز خلاق یا یک مدیر موفق می شناسند؛ اما در واقعیت به موضوع فن بیان و سخنرانی او کمتر پرداخته شده، موضوعی که در موفقیت وی سهم بسزایی داشته است. در اینجا قصد دارم ویژگی های خاص او در سخنرانی را بیان کنم. روش هایی که شما نیز با به کار بستن آن ها می توانید مهارت های سخنرانی خود را بهبود ببخشید.

استیون جابز کارآفرین، مخترع، بنیان گذار و مدیر ارشد اجرایی شرکت کمپیوتری اپل و یکی از چهره های پیشرو در صنعت کمپیوتر بود. در سال، ۱۹۷۶ جابز ۲۱ ساله به همراه دوستش استیو وزنیاک ۲۶ ساله، شرکت اپل را تأسیس کردند.

نخستین کامپیوتر شخصی که شرکت اپل به بازار معرفی کرد، اپل (I) نام داشت و پس از آن در سال ۱۹۷۷ اپل (II) را راهی بازار کرد. در سال ۱۹۸۵ طی یک اختلاف مدیریتی، جابز اپل را ترک کرد و در همان سال شرکت نکست را تأسیس کرد.

از مهم‌ترین محصولات شرکت نکست می‌توان به نکست کامپیوتر اشاره کرد که نخستین مرورگر وب (بروزر) بر روی آن ساخته شد. در سال ۱۹۹۶ شرکت اپل، شرکت نکست را به مبلغ ۴۲۹ میلیون دالر خرید.

بر اساس این معامله استیو جابز، مجدداً به اپل بازگشت. از اتفاق‌های مهم پس از این مسئله در اپل می‌توان به معرفی آی‌پد در سال، ۲۰۰۱ پرده‌برداری از آیتونز استور در سال، ۲۰۰۳ معرفی آیفون در سال ۲۰۰۷ و آی‌پد در سال ۲۰۱۰ اشاره کرد. جابز در سال ۱۹۸۶ یک گروه گرافیکی (که توسط جابز پیکسار نامیده شد) را از بخش گرافیک کامپیوتر لوکاس فلم خرید. این شرکت توانست فلم‌های پویانمایی موفقی بسازد. در سال ۲۰۰۶ شرکت والت دیزنی، شرکت پیکسار را خرید. پس از این معامله جابز به سهام‌دار اصلی والت دیزنی تبدیل شد و به عضویت هیأت‌مدیره آن درآمد. در اکتبر ۲۰۰۳ سرطان

جایز تشخیص داده شد و در اکتوبر ۲۰۱۱ از سمت مدیر اجرایی اپل استعفا داد، "گروه کوک" از مدیران ارشد اپل، مدیر اجرایی شد و جایز به عنوان رئیس هیأت مدیره انتخاب شد. استیو جایز در نهایت بر اثر عوارض ناشی از سرطان لوزالمعده، در تاریخ چهارشنبه ۱۵ اکتبر ۲۰۱۱ در سن ۵۶ سالگی درگذشت.

شرایط ویژه

همان گونه که در زندگی جایز خواندید، او مدیر اجرایی یک شرکت عظیم تجاری در زمینه کمپیوتر به نام «اپل» بود و از همین رو بیشتر سخنرانی‌های وی نیز در حیطه معرفی محصولات جدید خواهد بود. لذا باید دقت داشت که ویژگی‌هایی که درباره او برمی‌شماریم، درباره یک سخنران با رویکرد تجاری است.

موضوع دیگری که بسیار تمایل دارم به آن اشاره کنم این است که در کتاب زندگی‌نامه جایز گفته شده که او اصلاً در سخنرانی‌هایی که در دوران جوانی داشته موفق نبوده و البته اصلاً هم تمایلی به انجام این کار نداشته و سخنرانی‌های خود را صرفاً به دلیل نیازی که برای حرفه خود داشته اجرا می‌کرده و

البته از مریبان سخنرانی متعددی با هزینه‌هایی سرسام‌آور استفاده می‌کرده است!

نکته‌های مثبت سخنرانی استیو جابز

۱. استفاده از واژه‌های ساده: این اصل ساده اما ضروری

را باید سرلوحه کار خود قرارداد! بسیاری از سخنران فکر می‌کنند که استفاده از واژگان دشوار باعث می‌شود که مخاطبان تصور کنند که آگاهی آن‌ها زیاد است؛ اما حقیقت این است که اگر می‌خواهید یک سخنرانی گیرا داشته باشید، باید از کلمه‌های ساده استفاده کنید. اگر به بزرگ‌ترین سخنرانی‌های طول تاریخ نگاه کنید خواهید دید که در بیشتر موارد، واژگان به‌قدری ساده هستند که مخاطبان سنین پایین نیز به‌سادگی متوجه آن می‌شوند.

یکی از فن‌هایی که استیو جابز نیز در سخنرانی‌های خود به کار می‌برد استفاده از کلمه‌های ساده بود. حتی اگر به زبان انگلیسی تسلط زیادی نداشته باشید، باز هم می‌توانید به راحتی سخنرانی‌های جابز را بفهمید.

۲. دیداری کردن همه چیز: از آنجایی که قدرت بینایی

بیشتر انسان‌ها از قدرت شنوایی آن‌ها قوی‌تر است، بهترین سخنرانان سعی می‌کنند همه چیز را به صورتی دیداری و قابل مشاهده تبدیل کنند. استفاده از تصاویر یا جمله‌های که بتوان آن‌ها را تصور کرد یک ترفند فوق‌العاده برای سخنران‌های موفق است. استیو جابز با کمک گرفتن از این اصل، تمام سخنرانی‌های خود را به گونه‌ای طراحی می‌کرد، که اولاً تا حد ممکن از تصاویر استفاده بکند و در ثانی بایان کردن جمله‌های ساده که به سادگی بتوان آن‌ها را در ذهن مجسم کرد، سخنرانی‌هایی متفاوت و موفق ارائه دهد.

۳. داستان گفتن: همان‌طور که هیچ کودکی از داستان

بدش نمی‌آید، هیچ مخاطبی هم بدش نمی‌آید که سخنران برایش قصه‌ای بگوید، همه ما به گونه‌ای ناخواسته از داستان شنیدن خوش‌مان می‌آید و این یک فرصتی است که سخنرانان حرفه‌ای از آن به خوبی استفاده می‌کنند. اگر داستان، زیبا، جذاب و مرتبط با موضوع اصلی باشد می‌تواند کاری کند که همه، سخنرانی شما را به خوبی به خاطر بسپارند.

اگر سخنرانی‌های استیو جابز را دنبال کرده باشید می‌بینید که او در هر سخنرانی خود حداقل چند داستان کوتاه یا حتی طولانی را برای مخاطبان تعریف می‌کرد و در برخی از سخنرانی‌های خود مانند سخنرانی که در دانشگاه استنفورد داشت، تقریباً تمام آن به تعریف کردن داستان‌هایی از زندگی خود گذشت. به دلیل این که ما در زمان مواجهه با داستان خود را جای کرکتر اصلی داستان می‌گذاریم، ذهن ما همیشه با داستان‌ها درگیر می‌شود و باعث می‌شود که بیش‌تر و بهتر در خاطر ما باقی بماند.

۴. **درگیر کردن احساس مخاطبان:** این که بخواهیم همیشه بایان دلایل منطقی توجه مخاطبان را به موضوع جلب کنیم یا آن‌ها را متقاعد کنیم، کاری درست است، هر انسانی هم دارای شخصیتی احساسی است و هم دارای شخصیتی منطقی، به همین دلیل اگر فقط به بحث‌ها منطقی توجه کنیم، افرادی که جنبه احساسی شخصیت‌شان پررنگ‌تر است کمتر با مطالب ما ارتباط برقرار می‌کنند و البته جالب است بدانید که در تحقیقاتی که در چند دهه اخیر انجام شده، نقش

احساس در برخی از مواقع از منطق نیز پررنگ‌تر است.

جایز این اصل را نه تنها در سخنرانی‌های خود استفاده می‌کرد؛ بلکه در طراحی محصولات و هم‌چنین تبلیغات اپل نیز این موضوع کاملاً به چشم می‌خورد که اپل علاوه بر توجه به ویژگی‌های منطقی نگاه ویژه‌ای هم به ویژگی‌های احساسی محصولات خود دارد.

اشاره به زیبایی، این که محصولی به شما آرامش می‌دهد، کارها بهتر انجام می‌شوند و... تنها بخشی از عبارت‌های است که استیو جابز بارها و بارها از آن‌ها استفاده می‌کرد.

۵. ایجاد یک پرسش: ذهن انسان به گونه‌ای طراحی شده

که تا وقتی پرسشی در ذهن باشد، نتواند به‌سادگی ذهن خود را درگیر نکته‌ای دیگر بکند. این موضوع را بارها در صنف درس دیده‌اید که وقتی یک پرسش در ذهن شما ایجاد می‌شود تا به پاسخ آن نرسید تمرکز خود را به مقدار زیادی از دست خواهید داد؛ اما اگر یک سخنران زیرک، خود این پرسش را در ذهن شما ایجاد کند و پرسش نیز هدفمند طراحی شود، مطمئناً هیچ چیزی ذهن شما را از سخنرانی او پریشان نخواهد

کرد تا به پاسخ پرسش او برسید. استیو جابز در سخنرانی که به مناسبت رونمایی از iPad داشت، سخنرانی خود را با این نکته شروع کرد که بین تلفون‌های هوشمند و کامپیوترها یک فضای خالی وجود دارد و بین این دو چه چیزی می‌تواند وجود داشته باشد؟ و در نهایت پس از ایجاد پرسش‌های بسیار زیادی در ذهن مخاطب محصول جدید شرکت خود را معرفی می‌کند. اگر سخنران پرسشی مناسب و به‌موقع انتخاب کند، می‌تواند مطمئن باشد که همه تا رسیدن به پاسخ پرسش روی چوکی‌های خود می‌خکوب خواهند بود.

۶. شوخی در سخنرانی: شوخی یا به بیانی صحیح‌تر «طنز» یک راهکار عالی برای سخنرانی است. اگر شما بتوانید لبخندی بر لبان مخاطبان‌تان جاری کنید، آن‌ها بهتر شما را قبول خواهند کرد. البته استفاده از طنز در سخنرانی ظرافت‌های بسیار زیادی دارد و من توصیه می‌کنم که هرگز اگر به‌صورت کامل به این‌گونه ظرافت‌ها تسلط ندارید از آن استفاده نکنید؛ اما استیو جابز می‌توانست از طنز به نفع سخنرانی خود استفاده

کند. شوخی‌های او در بسیاری از موارد با مقایسه کردن محصولات ضعیف با محصولات شرکت خود بود و به گونه‌ای هنرمندانه این موضوعات بیان می‌شد که تمام جمعیت به خنده می‌افتادند. این که بتوانید حال و هوای محل سخنرانی را با یک شوخی عوض کنید، کاری فوق‌العاده مفید است.

البته باید به این نکته توجه کنید که استیو جابز همان‌طور که خودش نیز اذعان داشت بسیار مغرور بود و این نوع مقایسه از این غرور نشأت می‌گیرد و شاید برای دوستداران اپل خوشایند باشد؛ اما مطمئناً برای بسیاری از افراد نیز خوشایند نخواهد بود و به همین دلیل توصیه می‌کنیم شوخی‌های موجود در سخنرانی خود را به گونه‌ای تنظیم بکنید که باعث ناراحتی کسی نشود.

۷. استفاده حرفه‌ای از پاورپاینت: پاورپاینت نرم‌افزاری

است که تقریباً هر سخنرانی چه حرفه‌ای و چه تازه‌کار از آن استفاده می‌کند و به دلیل این که امروزه تقریباً در هر سالون سخنرانی می‌توان یک پروژکتور و یک کامپیوتر یافت، بسیاری ترجیح می‌دهند به جای استفاده از تصاویر در دست‌شان از پاورپاینت استفاده کنند؛ اما بسیاری از افراد به دلیل داشتن اطلاعات کم در ساخت

پاورپاینت، اشتباهات بزرگی را در استفاده از آن مرتکب می‌شوند.

سلایدها و پاورپاینت‌های استیو جابز واقعاً جذاب و حرفه‌ای ساخته می‌شدند. او هیچ‌گاه از روی سلایدهای پاورپاینت خود نمی‌خواند و البته مطالب زیادی هم در آن‌ها قرار نمی‌داد؛ به همین دلیل تصاویر نقش پررنگی در پاورپاینت‌های او داشتند. در پاورپاینت‌های او جلوه‌های بصری و افکت‌ها به هیچ‌عنوان زیاد نبود و یک سلاید ساده؛ اما حرفه‌ای به بهترین نحو سخنرانی جابز را تکمیل می‌کرد.

۸. آرام و کوتاه صحبت کنید: شاید برای تان باورنکردنی

باشد؛ اما استیو جابز تمایلی زیادی برای حرف زدن نداشت و سخنش را همیشه کوتاه می‌کرد. چنانچه که می‌دانیم افرادی با افکار بزرگ‌تر بیش از حرف زدن گوش می‌دهند، سخنرانی‌های استیو جابز معمولاً کوتاه و مختصر بود و نکته‌های کلیدی سخنرانی در همین سخنرانی خلاصه می‌شد. درواقع کوتاه بودن متن سخنرانی باعث این نمی‌شد تا بخشی از مطلب ناگفته بماند. اتفاقاً استیو جابز عمیق وارد مطالبی که قصد داشت با مخاطبان در میان بگذارد می‌پرداخت.

۹. سخنرانی خود را ترجمه کنید: در سخنرانی‌ها

خصوصاً سخنرانی‌های تخصصی که در زمینه خاصی انجام می‌شوند لازم است به ترجمه اصطلاحات بپردازید. اصطلاحات را جدی بگیرید؛ چون مخاطب اصطلاحات را جدی می‌گیرد. اگر می‌خواهید سخنرانی به سبک استیو جابز را تجربه کنید به این موضوع توجه داشته باشید. کافی است ویدیو و صوت‌های مربوط به سخنرانی‌ها بزرگ استیو جابز در رویدادهای اپل را گوش کنید تا با سبک سخنرانی او آشنا شوید. هیچ چیز گنگ و مبهمی در سخنرانی این مخترع بزرگ نمی‌بینید. همه چیز متداول، جذاب و قابل درک است.

۱۰. تکرار و تکرار را فراموش نکنید: بستگی به موضوع

سخنرانی و اهمیت موضوع تکرار بخش‌های کلیدی یک مطلب نیز تأثیرگذار می‌شوند. در یکی از سخنرانی‌های قدیمی استیو جابز بالغ بر ۱۰ بار جمله songs in your pocket ۱۰۰۰ تکرار شده است. این قدر این جمله تکرار شده است که تصور می‌شود استیو جابز به حافظه مخاطبان حاضر در آن سخنرانی

شک داشته است؛ اما این چنین نبوده است. استیو جابز استراتژی‌های خاصی را در فن بیان خود به کار می‌برده که به احتمال زیاد تکرار و تداوم بخشی از آن بوده است.

۱۱. برای سخنرانی خود تبلیغ کنید: اوایل دوران کاری و

شکوه اپل این برند معتبر شاید تا این حد در جوامع مختلف شناخته شده نبود. یکی از راه‌هایی که استیو جابز برای بزرگ کردن این کمپنی به کار گرفت استفاده از تبلیغات و مصاحبه‌های مختلف برای اعلان زمان دقیق رویدادهای اپل و سخنرانی‌هایش بود. به نظر ترفند جالبی است! اگر بتوانید با رسانه‌های معتبر، وبسایت‌ها و مجله‌ها ارتباط برقرار کنید و از آن‌ها به عنوان ابزار شناساندن خود استفاده کنید می‌توانید در مدت زمان کوتاهی محبوب شوید. سخنرانی به سبک استیو جابز همین گونه بوده است.

۱۲. صراحت کلام را دوست بدانید: استیو جابز معمولاً

در سخنرانی‌هایش به مقایسه محصولات مختلف با اپل می‌پرداخت هم چنین محصول جدید را با نمونه‌های پیشی مقایسه می‌کرد و امکانات جدید آن را به

مخاطبان یادآوری می‌کرد؛ به عبارت دیگر، صراحت کلامی ستودنی در سخنانش داشت که باعث می‌شد بدون هیچ تعارفی تمام جزئیات را با مخاطبان در میان بگذارد. پیشاً هم به صداقت استیو جابز در سخنرانی‌هایش اشاره کرده بودیم. اگر به صداقت در کلام استیو جابز در کنار صراحت کلام دقت کنید و بتواند بدون توهین و کنایه به رقبا محصول‌تان را بالا ببرید برنده میدان سخنرانی با فن بیان خود خواهید بود.

۱۳. از فن بیان خودتان تعجب کنید: از آنجایی که

سخنرانی، گاهی روندی طولانی و خسته‌کننده پیدا می‌کند؛ بنابراین کسل شدن مخاطبان در طول صحبت‌های شما امری اجتناب‌ناپذیر است؛ اما می‌توان تا حد زیادی این احساس متداول در میان حاضرین را کنترل کرد. اگر فن بیان شما باعث توجه خود شما شود و خودتان از صحبت کردن‌تان لذت ببرید مسلماً مخاطبان نیز با شما هم‌نظر خواهند شد.

برای این که بتوانید این تعجب را در ذهن کاربر نیز القا کنید از ترفندهای مختلفی می‌توانید استفاده کنید، به‌طور مثال: اگر در یک سخنرانی علمی هستید و قرار است کشف جدیدتان را با دیگران قسمت کنید لحظه آخر را برای رونمایی از محصول و

تأثیر انفجاری سخنان تان انتخاب کنید. از همان اول همه چیز را روی دایره نریزید و بگذارید بخش‌های دیگر سخنرانی هم باعث جلب توجه کاربرد شود، سبک استیو جابز هم همین طور بوده است.

یادداشت: سخنرانی به سبک استیو جابز اگرچه شدنی است؛ اما مثل آدم‌های موفق رفتار کردن و صحبت کردن چندان هم ساده نیست. به خصوص که باید سخنرانی شما خلاقانه باشد و اصول استیو جابز را عیناً تقلید نکنید.

(۵) اشتباه مهلک در سخنرانی متقاعدکننده

من بارها در رویدادهای مختلف کارآفرینی به عنوان سخنران حضور داشتم و شاهد یک مشکل بزرگ در شرکت کنندگان این رویدادها بودم و آن هم ایده‌های ناب و بسیار خوب آن‌ها بود که ضعیف و بی‌برنامه ارائه می‌شدند.

اهمیت فراگیری سخنرانی متقاعدکننده به اندازه‌ای است که حتی اگر ایده یا محصول فوق‌العاده‌ای دارید؛ ولی نمی‌توانید آن را به خوبی ارائه دهید، باید به شما بگویم که انتظار دیده شدن توسط مخاطب یا مشتری خود را نداشته باشد. چرا که هرچقدر هم که محصول یا ایده شما خوب باشد؛ ولی در ارائه آن حرفه‌ای نباشید عملاً آن محصول یا ایده بی‌اهمیت جلوه

می‌کند. پس اگر ایده یا محصول خوبی دارید باید بتوانید آن را به خوبی نیز ارائه دهید و گرنه محصول یا ایده شما دیده نخواهد شد.

(۵) اشتباه بزرگ در ارائه محصول یا ایده و راهکارهایی برای رفع آنها:

۱- واضح نبودن نکته یا ایده اصلی: یکی از اشتباه‌های

رایج در بین بیش‌تر افرادی که محصول یا ایده خود را ارائه می‌دهند این است که دقیقاً نکته اصلی سخنرانی آن‌ها مشخص و واضح نیست؛ یعنی مخاطب یا مشتری نمی‌داند که سخنران در چه رابطه‌ای صحبت می‌کند و قرار است راجع به چه موضوعی متقاعدسازی صورت گیرد؛ و در پایان نیز این پرسش بزرگ برای آن‌ها باقی می‌ماند که «نکته اصلی چه بود؟» برای رفع این مشکل باید حتماً نکته اصلی ارائه را ابتدا برای خود و سپس برای مخاطب خود به صورت دقیق و واضح مشخص نمایید. درواقع عنوان و موضوع اصلی سخنرانی یا ارائه خود را باید در همان ابتدای کار بیان کنید تا مخاطب سردرگم نشود.

۲- مشخص نبودن فایده برای مخاطب: اگر می‌خواهید

سخنرانی و نطق شما متقاعدکننده باشد باید حتماً فایده مخاطب خود را در نظر بگیرید و در طول ارائه نیز راجع به این که محصول یا ایده شما چه فایده‌ای برای مخاطب‌تان دارد سخن بگویید. با این وجود بیشتر افراد بخش زیادی از ارائه خود را به بیان رزومه خود یا ویژگی‌های غیرضروری ایده یا محصول خود صرف می‌کنند و همین علت باعث می‌شود علاوه بر این که زمان خود را از دست دهند، نتوانند مخاطب خود را نیز جذب و متقاعد کنند.

لطفاً فقط منافع مخاطب‌تان را در نظر بگیرید و از ویژگی‌های مفید و فواید محصول‌تان برای مخاطب سخن بگویید که البته این امر مستلزم یک مخاطب شناسی خوب و دقیق است.

۳- نداشتن روند و ساختار مناسب برای سخنرانی: یکی

از نیازهای هر سخنرانی متقاعدکننده این است که ترتیب و ساختار مشخصی را برای ارائه مطالب رعایت کنیم؛ به عبارت دیگر، باید بدانیم می‌خواهیم از کجا شروع کنیم، در میانه سخن چه بگوییم و در پایان با

چه روشی به پایان برسانیم. رعایت نکردن این اصل، باعث می‌شود هنگام ارائه دائماً از این شاخه به آن شاخه بروید و از طرفی هم مخاطب خود را ناراحت کنید، در نتیجه در متقاعد کردن و رسیدن به هدف خود نیز موفق نخواهید شد.

۴- شرح و توضیحات زیاد: اشتباه دیگری که بیش‌تر

سخنرانان دچار آن می‌شوند، شرح و بسط اضافی و بیش‌ازحد مطلب است. تا جایی که می‌توانید از بیان مطالب اضافی و توضیحات غیر ضروری پرهیزید. این کار باعث خسته نمودن مخاطب و کاهش تمرکز او می‌شود. با تمرین زیاد و هر بار کم کردن مطالب اضافی می‌توانید این مشکل را نیز رفع کنید.

۵- عدم مدیریت زمان و طولانی شدن سخنرانی: یکی

از نشانه‌های یک سخنران حرفه‌ای، یک فروشنده کار گذشته، یک مدرس باتجربه و هر کسی که می‌خواهد محصول یا ایده‌ای را ارائه دهد این است که به خوبی زمان خود را مدیریت نماید. تمام سعی خود را بکار گیرید تا ارائه شما طولانی نشود و بیش از زمانی که در اختیار دارید صحبت نکنید.

تنها راه برای این که این اشتباه‌ها را مرتکب نشوید این است که بارها و بارها تمرین کنید. به عنوان تمرین می‌توانید برای دوستان یا اعضای خانواده خود ارائه دهید و از آن‌ها بازخورد بگیرید و تلاش کنید نقاط ضعف و اشتباه‌های خود را رفع نمایید. این کار را تا جایی باید ادامه بدهید که نقاط ضعف و اشتباه‌های تان به کلی از بین بروند. البته در صورت عدم همکاری دوستان و اعضای خانواده، می‌توانید به تنهایی یا در برابر آینه تمرین کنید و خودتان اشتباه‌های را که متوجه می‌شوید رفع نمایید. پس برای تمرین نکردن هیچ توجیه و بهانه‌ای پذیرفته نیست.

فصل سوم

سبک سخنوری سیاسی

مخصوص کسانی است، که دست اندر کار سیاسی هستند مانند زمام داران ممالک، وزیران، فرستاده گان کشورها به سازمان های جهانی، نمایندگان دولت در مجلس مقننه و به طور کلی آنانی که به نحوی در امور سیاسی دخالت دارند. سخنور سیاسی باید علاوه بر آگاهی از اصول و قواعد سخنوری علوم و فن های گوناگونی را که در عالم سیاست کاربرد دارد بداند. با اوضاع و احوال کشور خود و مردم آن آشنا باشد از جریان های سیاسی و آنچه در جهان می گذرد بی خبر نماند ملت های جهان را به خوبی بشناسد و از روحيات هر يك از آنان اطلاعات لازم به دست آورد تا بتواند با احاطه كامل به مسایل سياسي نقش خود را به خوبی ایفاء کند و وجودش چه در داخل و چه در خارج کشور منشاء اثری باشد.

در اینجا می‌خواهم تا یک سخنران سیاسی را به شما معرفی نموده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را، حتماً شما باراک اوباما را می‌شناسید! زیرا او مشهورترین سخنران سیاسی است. سومین سخنران معروفی که ما قصد داریم ویژگی‌های سخنرانی او را بررسی کنیم. شاید شما با زنده گی این سخنران بزرگ آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می‌کنم یک‌بار دیگر نگاهی کوتاهی به زندگی او داشته باشیم:

زندگی نامه‌ی باراک حسین اوباما

باراک اوباما در سال ۱۹۶۱ در ایالت هاوایی از پدری کنیایی و



سیاه‌پوست و مادری سفیدپوست اهل ویجیتا ایالت کانزاس متولد شد؛ اما زمانی گذشته و بالاخره این ازدواج منجر به جدایی شد.

زمانی که او شش ساله بود، مادرش با مردی اندونزیایی ازدواج

کرد و خانواده دسته جمعی راهی جاکارتا شدند. بعدها باراک اوباما برای تحصیل بیش تر و زندگی با پدر بزرگ و مادر بزرگش به هاوایی بازگشت. وی در ۱۹۸۳ لیسانس علوم سیاسی با گرایش روابط بین الملل را از دانشگاه کلمبیا نیویورک به دست آورد و پس از آن به شیکاگو نقل مکان کرد.

در سال ۱۹۸۸ پس از چند سال کار در شیکاگو با گرفتن قرض تحصیلی وارد دانشکده حقوق دانشگاه هاروارد شد. سرعت پیشرفت وی در آنجا چنان شتاب پیدا کرد که در سال دوم تحصیل خود به ریاست نشریه مشهور قانون هاروارد انتخاب گردید و نخستین رئیس سیاه پوست این نشریه حقوقی شد.

اوباما خیلی زود دکترای حقوق خود را از دانشگاه هاروارد با کسب درجه ممتاز دریافت نمود. او پس از هاروارد به شیکاگو بازگشت و به عنوان یک وکیل حقوق مدنی مشغول فعالیت شد و دانشکده حقوق دانشگاه شیکاگو بلافاصله از او سریعاً به عنوان یک هیأت علمی جدید استخدام به عمل آورد. اوباما در ۴ ژانویه ۲۰۰۵ وارد سنا شد. با وجود تازه وارد بودن در واشنگتن او گروهی از مشاوران خبره را که معمولاً

سناتورهای تازه‌کار به آن توجهی نمی‌کنند به کار گرفت. وی «پترز»، سیاستمدار کهنه کار ملی را به عنوان رئیس ستاد خود انتخاب و هم‌چنین «کارن کورن بلو» اقتصاددان را به عنوان معاون سیاسی خود منصوب کرد. وی هم‌چنین مسئولان اجرایی پیشین کلینتون، «آنتون لیک» و «سوزان رایس» را به عنوان مشاوران سیاست خارجی خودش برگزید. او با پنجمین آفریقایی آمریکایی است که به سنا راه پیدا کرده و هم‌چنین سومین آفریقایی آمریکایی است که با رأی بالا به عنوان سناتور برگزیده شده است. او در فبروری سال ۲۰۰۷ در ایالات ایلینوی در یک سخنرانی اعلام کرد نامزد انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸ خواهد بود.

ستاد انتخاباتی وی موفق به جلب ۵۴ میلیون دلار از حامیان در نیمه نخست سال ۲۰۰۷ شد که ریکاردی در جلب سرمایه نسبت به انتخابات سال‌های پیش از آن بود. نظر سنجی‌ها نشان داد که او با سناتور هیلاری کلینتون دیگر نامزد انتخابات ریاست جمهوری حزب دموکرات رقابتی تنگاتنگ دارد هم‌چنین او در انتخابات مقدماتی مجمع حزب دموکرات در ایالت آیووا نفر اول شد و در ایالت نیوهمپشایر با اختلاف ۳ درصد بعد از سناتور کلینتون در جایگاه دوم قرار گرفت که

سرانجام این روند منجر به پیروزی او به عنوان نامزد دموکرات شد.

پس از پایان انتخابات اولیه در حزب دموکرات، رقابت او با مک کین برای رسیدن به کرسی ریاست جمهوری آغاز شد. جان مک کین، اواما را به بی تجربگی در سیاست خارجی متهم کرد و در مقابل اواما نیز در اظهارنظری مک کین را جیره خوار شرکت‌های نفتی دانست. اما این اتهامات از سوی جمهوری خواهان با توجه به افزایش بحران مالی و دیدگاه منفی آمریکا به بوش و جمهوری خواهان راه به جایی نبرد و اواما به پیروز انتخابات بدل شد.

شرایط ویژه

مهارت باراک اواما، رئیس جمهوری پیشین آمریکا در سخن پردازی، توانایی او در مجذوب کردن و الهام بخشیدن به تماشاچیان با سخنرانی‌های قدرتمندش، باعث شده بعضی از اهل قلم او را بزرگ‌ترین سخنران نسلش قلمداد کنند. راز موفقیت او چیست؟ تنها خود واژه‌ها؟ شیوه‌ای که او آن‌ها را بیان می‌کند؟ یا تحول تاریخی که او نماینده آن است؟ اکاترینا هاسکینز، پروفیسور علم معانی از دانشگاه آیووا در

آمریکا می‌گوید: «به‌نظر من باراک اوباما بیش از هر سیاستمدار دیگر در آمریکا، تجسم مهارت در فن خطابه است.» او تأکید کرد: «خطابه‌های او با سایه‌ای از بهترین سخنرانی‌های گذشته توام هستند، خطابه‌هایی که آگاهانه حس قدمت، هدفمندی و تداوم را القا می‌کنند.»

پروفسور هاسکینز افزود: «او قطعاً درباره همه پیشینیان خود مطالعه کرده بود و کاملاً به میراثی که در فن خطابه به او رسیده بود آگاه بود. او یقیناً خود را جانشین آبراهام لینکلن و مارتین لوتر کینگ می‌داند. او ارواح رهبران و روسای جمهوری گذشته را احضار می‌کند، رهبرانی که آمریکایی‌ها به آن‌ها احترام می‌گذارند.»

هنگام پیروزی در انتخابات، سخنرانی‌اش در شیکاگو انعکاسی از دو خطابه مشهور را به همراه داشت. یکی سخنرانی آبراهام لینکلن در سال ۱۸۶۳ در شهر گتیزبورگ و دیگری سخنان مارتین لوتر کینگ از رهبران حقوق مدنی، یک روز پیش از آنکه ترور شود.

فیلیپ کالینز که خطابه‌های تونی بلر نخست وزیر سابق بریتانیا را می‌نوشت، شکی ندارد که اوباما پیروزی خود را مدیون استعدادش در فن بیان بود. در ابتدا، اشارات اغراق آمیز

او به کلمه‌های چون «تحول»، «نوید» و «ایمان» انتقاداتی به همراه داشت، از جمله این که سخنان او عاری از محتوی و خط مشی سیاسی‌اند. با پیشرفت روند مبارزات انتخاباتی، او با کم‌کم خط مشی‌های سیاسی را نیز به سخنانش افزود. خانم هاسکینز می‌گوید: «او با تنها به علم معانی بسنده نمی‌کرد و شیوه‌های او برای افزودن عمق و وزن به سخنانش، با ارائه مثال‌هایی بارز قابل تحسین است».

«فن بیان همیشه به این معناست که ظاهر قضیه از واقعیت مهم‌تر است؛ اما او با تو خالی به نظر نمی‌رسد. او با استفاده از فن بیان، با مضامین میهن پرستی بازی می‌کند و با ارائه مثال‌های بارز به آن‌ها واقعیت می‌بخشد».

سخنرانی پیروزی او در شیکاگو، حس مبارزه یک نسل را از زبان خانم آن نیکسون کوپر ۱۰۹ ساله انتقال داد. خانم کوپر بعد از آن به نوبه خود مشهور شده است. سخنان جنجالی آقای رایت درباره دولت آمریکا می‌توانست نامزدی او با مبارزات را به خطر بیندازد؛ اما او با مسئله نژاد در جامعه آمریکا با ظرافت بسیار برخورد کرد. این سخنرانی مجموعه تجربیات نژادهای مختلف را دربر داشت، با هر کدام از آن‌ها ابراز

همدردی کرد و خشم دیرینه هر کدام را برشمرد و خود را تجسم اتحاد جلوه داد.

به نظر آقای کالینز این تنها سخنرانی اوست که هیچ‌وقت از یاد نمی‌رود. به نظر او سخنرانی‌های هیجان‌انگیز انتخاباتی، هر چقدر هم که خوب نوشته و ارائه شوند، نشان دهنده جوهره وجود سیاستمداران نیستند. آن نطقی مهم است که برای تغییر نظر مخالفان ایراد می‌شود.

«لحن او همه چیز است»

اگر یکی از سخنرانی‌های او را چاپ کنید و بخوانید ممکن است مایوس شوید. ویرجینیا ساپیرو، پروفیسور علوم سیاسی در دانشگاه بوستون می‌گوید: «شیوه‌ای که اوباما سخنانش را ایراد می‌کند به اندازه واژه‌ها با اهمیت است. او در تمام لحظات به خود مسلط است، او بسیار آرام است و آرامش ذاتی او در مواقع بحرانی بسیار مهم است».

خانم هاسکینز ضمن موافقت با این امر می‌گوید: «من متن کامل سخنرانی‌های او را می‌خواندم. از متن آن نمی‌فهمیم که چرا این سخنرانی‌ها آن قدر قدرتمندند. پس شیوه ادای آن مهم است».

به عقیده آقای کالینز درست است که او آرامش دارد؛ اما طرز ادای سخنان، روش تغییر سرعت، ریتم و تن صدایش است که به آواز خواندن نزدیک تر است.

نکته‌های مثبت سخنرانی اوباما

دوره ریاست جمهوری اوباما یکی از درخشان‌ترین دوره‌هایی بود که تاریخ آمریکا به خود دید. بسیاری از مردم آمریکا بر این باورند که جسارت اوباما در سخنوری و مذاکراتی که انجام داده است در واقع ریسکی بوده که سرانجام به نفع آن‌ها تمام شده است. تمام سخنرانی‌هایی که اوباما در آن‌ها یک‌ه‌تازی می‌کرد به سبب ویژگی‌های برجسته شخصیتی و هوش و درایت اوباما بوده است. شاید به همین دلیل است که متن‌های سخنرانی اوباما و کلیپ‌های سخنرانی تکان‌دهنده او در آیین‌های گشایش و افتتاحیه تا این حد مورد توجه قرار گرفته است. هر چند که برای سخنرانی به سبک بزرگان دنیا و اهل فن از جمله باراک اوباما راه درازی در پیش داریم؛ اما با مرور متن‌های سخنرانی اوباما می‌توان از همین حالا استندردهای مهم در نوشتن محتوا را رعایت کرد.

۱. مقدمه‌های ساده، قدرتمند و دندان‌شکن: وقتی

که به ابتدا بسیاری از سخنرانی‌ها گوش فرا می‌دهیم غالباً با کلمه‌هایی مواجه می‌شویم که خیلی ساده به خاطر سپرده نمی‌شوند و پس از مدت کوتاهی فراموش می‌شوند؛ اما متون سخنرانی او‌باما در بخش مقدمه خیلی ساده و بی‌آلایش‌تر از سایر سخنرانی‌ها تنظیم شده‌اند.

درس‌هایی که می‌توان از این مقدمه‌ها آموخت عبارتند از:

- صحبت‌های صادقانه (حداقل برای مردم خود آن کشور) درباره شرایط اقتصادی و جنگ‌ها.
- توجه به روحیه فرومایگی و اعتماد به نفس.
- ظاهر قدرتمند در طول سخنرانی.
- سخنرانی مشارکتی؛ طوری که هرگز متکلم وحده نمی‌شویم و همیشه خود را با مخاطبان "ما" تصور می‌کنیم.

چارچوب مقدمه در سخنرانی‌های او‌باما

او‌باما در افتتاحیه‌ها و زمان سخنرانی، سخنرانی خود را مطابق با ۴بخش زیر پیش ببرد:

- ۱) سپاسگزاری از کسانی که برای شنیدن نطق او زمان گذاشته‌اند؛

۲) اعتراف به بحران‌های اقتصادی، سیاسی و... به گونه‌ی مثال بارها شاهد بودیم که اوباما صراحتاً در سخنرانی خود اعلام کرده که ایالات متحده اکنون با چالش فلان رو به رو است؛

۳) تقویت روحیه مقاومت در مخاطبان؛ به این شکل که حتی بعد از اعلام شرایط بحرانی، تقویت امید و انتقال پیام پایداری به آمریکایی‌ها همواره جزئی از برنامه‌های وی بود؛

۴) سخن گفتن با جهان؛ طوری که از موضع قدرت همواره کل دنیا را مخاطب خود قرار داده است.

۲. **قدم بر خطوط تاثیرگذار سخنرانی:** یکی از بخش‌هایی که متن‌های سخنرانی اوباما را خاطره‌انگیز می‌کند همین صداقت و صراحتی بود که گفته شد؛ اما در سخنرانی‌های وی همواره یک نقطه ضعف بزرگ دیده می‌شود و آن عدم توجه به خطوط تاثیرگذاری در سخنرانی بود. منظور از خطوط تاثیرگذاری، پاره‌ای جملات و عبارات هستند که به صورت کلیدی، بلند و شمرده شمرده در سخنرانی‌ها بیان شده و به جمله معروفی بین مخاطبان

تبدیل می‌شود. اگر به سخنرانی‌های اوباما تا کنون با دقت
بیش‌تری توجه کرده باشید می‌بینید که:

۱. هیچ خبری از جمله معروف جان اف کندی،
از ماندگارترین سخنرانی‌های تاریخ دنیا، «از کشور
نخواهید کاری برای شما بکند» را نمی‌شنوید.

۲. هیچ خبری از جمله معروف «من رویایی دارم» مارتین
لوتر کینگ نیست.

۳. البته برخی از جملات معروف هم در این بین به چشم
می‌خورد که در کمپین‌های تبلیغاتی اوباما رواج
یافتند؛ مثل جمله «بلی ما می‌توانیم».

۴. اگرچه متن‌های سخنرانی اوباما فارغ از تمام این
جملات شعارگونه بود؛ اما می‌توان بخش‌هایی از
سخنرانی‌هایش که کلیدی و پررنگ‌تر بوده‌اند را به
خاطر آورد:

- بازسازی آمریکا را از سرگیرید.
- برای هدایت جهان، یک بار دیگر، آماده هستیم.
- برای جهانی که تغییر کرده باید خود را تغییر دهیم.
- آنچه که اکنون موردنیاز است عصر جدید
مسئولیت‌پذیری می‌باشد.

۳. به کارگیری قانون جادویی سه تایی: اکنون یک

قانون یا در واقع روش دیگری را در سخنرانی مورد بررسی قرار می دهیم که به قانون سه تایی معروف است. طبق این قانون سخنران برای بیان بخش های کلیدی و مهم تر سخنرانی خود از سه جمله به صورت پشت سرهم استفاده می کند که اول آن ها با کلمه ثابتی شروع می شود و ریتم مشابهی نیز دارند.

متن های سخنرانی او با ما پر است از این سه تایی هایی که با نظم خاصی به کار گرفته شده اند. به مثال های زیر توجه کنید:

- اگرچه خدمات صحی ما گران است، اگر چه آموزش ما در بسیاری از مقاطع با شکست روبه رو می شود، اگرچه مصرف انرژی سیاره ما را تهدید می کند...
- برای صرف منطقی منابع، برای اصلاح عادات بد، برای این که کارهای مان را در روشنی روز انجام دهیم...

۴. تاثیرگذاری با کمک تضاد و تعارض: گاهی آن قدر

موضوع پیچیده می شود که بیان تضاد و تعارض های موجود در برابر همان قضیه خیلی بیش تر در تحلیل و

موشکافی به ما کمک می‌کند. در ادامه برخی از این تضادهایی را که در متن‌های سخنرانی او با ما مشهود است می‌خوانید:

- بدانید که مردم شما، شما را به خاطر آنچه که می‌سازید قضاوت می‌کنند؛ در آن چه که نابود می‌کنید.
- ما دست یاری خود را بیش‌تر می‌کنیم، اگر واقعاً می‌خواهید مشتهای بسته خود را شل کنید.

۵. گسترش تم یا زمینه موضوع در سخنرانی: اگر موضوع سخنرانی، قصه، نقشه یا طرح اصلی شما باشد، زمینه سخنرانی همان تنظیمات و حالاتی هستند، که چاشنی سخنرانی می‌شوند. همین زمینه‌ها هستند که به پیشرفت یک سخنرانی کمک می‌کنند. به گونه‌ی مثال در سخنرانی‌های او با ما، زمینه را می‌توان یادآوری قدرت و عظمت ایالات متحده در گذشته‌های دور دانست. به این شکل که مدام ارزش‌ها و عادات گذشته یادآوری می‌شوند. به گونه‌ی مثال اگر شما یک سخنران باشید که به سنت‌ها احترام می‌گذارید، می‌توانید این موضوع را لا به لای سخنرانی و در قالب تم یا زمینه بحث یادآوری کنید.

به زمینه متن یکی از سخنرانی‌های اوباما توجه کنید:

تمام آن ارزش‌هایی که می‌گفتند موقعیت ما به آن‌ها بستگی دارد، سخت کار کردن، صبر، میهن‌پرستی، وفاداری، شجاعت، بازی عادلانه، تجمل و کنجکاوی همان فاکتورهای قدیمی هستند؛ اما درست می‌باشند. آن‌ها نیرویی برای حرکت رو به جلو ما بوده‌اند. اکنون نیاز است به همان ارزش‌ها برگردیم. برخی از زمینه‌هایی که همواره اوباما در سخنرانی‌هایش به آن‌ها پرداخته است عبارتند از:

۱) تا کنون ۴۴ آمریکایی سوگند ریاست‌جمهوری خورده‌اند.

۲) تا کنون بوده است و از این پس نیز باید با نسل آمریکایی‌ها همراه باشد.

۳) نسل‌های پیشین را به یاد آورید.

۴) قهرمانان افتاده‌ای که در آرلینگتون آرمیده‌اند.

۵) خاطره آن‌ها کوتاه است.

۶) در گذر از نسلی به نسلی دیگر.

فصل چهارم

سبک سخنوری منبری

سخنرانی منبری که بیش تر از انواع دیگر سخنرانی در جامعه‌ی ما رواج داشته است. سخنوری منبری که آن را می‌توان سخنوری مذهبی نیز نام برد، بیشتر مخصوص روحانیان و راهنمایان دینی و مذهبی است و تکیه سخنور بیشتر به کلام خدا و تعلیمات انبیاء و اولیاست. هدف این سخنوری نشان دادن راه راست و تقویت ایمان مردم است؛ بنابراین بیش از هر چیز با معنویات سر و کار دارد. سخنور منبری واعظ باید متصف به صفات نیک و مشهور به عدالت خواهی و مردم دوستی باشد. جامعه و اطرافیان وی بدانند که هدف او از برگزیدن این راه جز رضای خالق چیزی دیگری نیست.

در این جا می‌خواهم تا یک سخنران منبری را به شما معرفی نموده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را،

مطمئنأ شما ذاکر ناییک را می‌شناسید؛ زیرا او مشهورترین سخنران منبری جهان است.

چهارمین سخنران معروفی که ما قصد داریم ویژگی‌های سخنرانی او را بررسی کنیم. احتمالاً شما با زندگی این شخصیت بزرگ آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می‌کنم یک‌بار دیگر نگاهی کوتاه به زندگی او داشته باشیم:

زندگی‌نامه‌ی دکتور ذاکر ناییک

دکتور ذاکر ناییک که متولد ۱۸ اکتبر ۱۹۶۵ است، سخنور و نویسنده‌ی هندی مسلمان است، که در موضوع اسلام و مقارنه‌ی ادیان مهارت خاص دارد، وی سند طبابت و جراحی خود را از ولایت مهاراشترا که در ساحل غربی هند موقعیت دارد به دست آورد؛ اما از سال ۱۹۹۱ در میدان دعوت اسلامی و مقارنه‌ی ادیان به گونه نیمه‌وقت آغاز به فعالیت نمود، برای چند سال شغل طبابت را نیز به‌پیش می‌برد تا این‌که در سال ۱۹۹۷ تصمیم گرفت، تا کاملاً خود را برای دعوت فارغ سازد. ذاکر ناییک در راستای هدفش از فعالیت در این مجال

می‌گوید: «وی در تلاش است تا اساسات بزرگ اسلام را در لباس عصری زنده سازد».

شرایط ویژه

او مؤسس و رئیس موسسه‌ی تحقیقات اسلامی Islamic Research Foundation – IRF نیز است، این موسسه بدون هدف مادی راه‌اندازی شده و صاحب‌امتیاز شبکه ماهواره‌ای صلح (Peace TV) که از بمبئی هند نشرات دارد، نیز است، جای که دکتر ذاکر چشمش دنیا را دید و سپس به مدرسه سان بیتر عالی در همان شهر شامل شد و بعد، وارد فاکولته شد تا رشته‌ی طبابت را در دانشگاه بمبئی به‌پیش برد، دکتر ذاکر اظهار می‌دارد: وی از شیخ احمد دیدات که چهل سال در مجال دعوت و مقارنه‌ای ادیان فعالیت داشت متأثر بوده است، وی بود که به نایک لقب (بالا‌تر از دیدات) داد. و برایش هدیه‌ی خاطره‌گونه را اعطا نمود و این عبارت را بر آن قرارداد: «ای فرزندم... الحمدلله تو طی چهار سال به مواردی دست‌یافتی که من در چهل سال به آن دست نیافتم».

دکتر نایک می‌گوید: هدف وی ترکیز بر جوانان مسلمانی است که از نسبت‌شان به اسلام اظهار شرمندگی می‌نمایند، به

این دید که اسلام وقتش گذشته است، وی واجب هر مسلمان می‌داند تا در مورد مفاهیم نادرستی که پیرامون اسلام از طرف رسانه‌های غربی مطرح می‌شود به‌ویژه بعد از حملات ۱۱ سپتامبر آگاهی کامل داشته باشد، تا به مصاف آن برود، به همین دلیل وی تمام زندگی خود را وقف سخنرانی و تألیف درباره‌ی اسلام و مقارنه‌ی ادیان نموده تا شبهاتی که به اسلام برچسب زده می‌شود، را از بین ببرد. هم‌چنان که برخی از مقالاتش در مجلات هندی مثل (صدای اسلام) «Islamic Voice» به نشر می‌رسد.

درباره‌ی فعالیت‌های ذکرشده دکتور ناییک؛ محقق جامعه‌شناس دینارکی (توماس بلوم هانسن) که در هند اقامت دارد چنین اظهارنظر می‌نماید: «روشی که ذاکر ناییک در صحبت‌های خود در پیش گرفته است که با زبان‌های مختلف مسلمان‌ها و غیرمسلمانان را به‌طور مساویانه مورد خطاب قرار می‌دهد؛ وی را در میان هر دو طیف چهره‌ی مردمی بزرگی بخشیده است، در کنار این که به‌طور مستقیم هم‌زمان صدها و هزاران نفر را مورد خطاب قرار می‌دهد نوارهای ویدیویی، ال سی دی و دی دی مناظره‌ها و سخنرانی‌های وی به پیمانه‌ی وسیعی از طریق شبکه‌های خانگی به همسایه‌های مسلمانان در

بمبئی پخش می‌رسد، به همین ترتیب موضوعاتی همچون اسلام و علم جدید، اسلام و مسیحیت و اسلام و سیکولاریزم، از طریق شبکه‌ی ماهواره‌ای صلح Peace TV به نشر می‌رسد. ذاکر ناییک تنها به سخن و سخنرانی بسنده نکرده؛ بلکه تألیفاتی نیز داشته است از جمله می‌توان به: «۲۰ پرسش مشهور غیرمسلمانان، مفهوم اله در ادیان بزرگ، قرآن و علم جدید و... اشاره کرد».

حرکت دیداتی در لباس زمان

دکتور ذاکر ناییک تنها ممثل شخص خود نیست؛ بلکه ممثل حرکتی است که مجموعه‌ای از مؤسسات، جمع زیادی از شاگردان ذکور و اناث خورد سال و بزرگسال را با خود دارد که فعالیت‌های این مؤسسات در کنار کار رسانه‌ای به آموزش، تنظیم دروس، سخنرانی و مناظره در تعدادی از شهرهای جهان مصروف‌اند (بیش از ۱۲۰۰ خطبه، سخنرانی و مناظره را تا اکنون دست آورد داشته‌اند)، در این منظومه، موسسه‌ی تحقیقات اسلامی تأسیس یافته‌ی سال ۱۹۹۱ را با خود دارد که با استفاده از تکنولوژی جدید به تقدیم و فهم اسلام به بهترین شیوه با الهام از قرآن و سنت و با استناد به منطق و حقایق علم

جدید می‌پردازد، شبکه ماهواره‌ای صلح، سایت‌های انترنیتی با زبان‌های مختلف و وسایل مطبوعاتی را با خود دارد، این موسسه بخش زنان را نیز فعال نموده و برای نشر دعوت و آشنایی با اسلام در میان آنان از خلال مجموعه‌ای از برنامه‌های که شامل مناقشه‌ها و جلسات تمرینی می‌شود؛ می‌پردازد. بخش زنان برنامه‌های ویژه‌ی اطفال را با خود دارد که بازی‌ها، سی‌دی‌ها، کست‌های ویدئویی و کتاب‌های مخصوص آنان را تهیه و توزیع می‌نماید.

این موسسه موارد زیر نیز در خود گنجانیده است:

۱- **شبکه‌ی ماهواره‌ای صلح:** جدیدترین تکنولوژی عصر

را برای ارائه‌ی برنامه‌های دعوت به کار می‌گیرد و

۱۰۰ کشور در سراسر جهان در اروپا آفریقا آسیا و

شرق اوسط را تحت پوشش خود دارد.

۲- **استدیوی تولید:** تولیدات رسانه‌ای متنوع برای شبکه‌ی

ماهواره، کست‌های ویدیویی و شبکه‌های خانه‌ای با

حفظ استانداردهای فنی بالا.

۳- **نشرات چاپی:** این تولیدات به پیمانه‌ی وسیعی در

سراسر هند به‌طور مجانی توزیع می‌گردد و از این

مطبوعات در مؤسسات تعلیمی در سطوح مختلف استفاده می شود.

۴- **سالون مجهز:** با استفاده از جدیدترین ابزار تکنالوژی برای تنظیم مناظره ها، کنفرانس ها، نمایشگاه ها و دوره های تمرینی.

۵- **مدرسه رسمی اسلامی در بمبئی.**

۶- **منظومه ی همه گانی.**

نکته های مثبت در سخنرانی منبری

۱. **در سخنرانی تلگرافی صحبت نکنیم:** در سخنرانی نمی توانیم تلگرافی صحبت کنیم و باید مطلب را باز کنیم و پرورش بدهیم و لذا ایجاز در سخنوری مطلوب نیست، چنانچه تطویل هم مناسب نیست. وقتی مطلبی را باز کردیم، دیگر ادامه دادن آن مطلوب نیست. بین ایجاز و تطویل، سدی به نام اطناب است.

۲. **مطالب را به صورت ساده مطرح کنیم:** مطلبی که سخنور در منبر مطرح می کند باید مطابق بافهم و درک شنونده باشد و درک مطلب برای شنوندگان مشکل نباشد.

هم‌چنین عبارت‌های را که مطرح می‌کنیم نباید از عبارات پیش‌پا افتاده مانند آنچه در گفت‌وگوهای معمولی است باشد؛ هم‌چنین نباید از نظر ادبی به حدی بالا باشد که، از فهم شنونده بیرون باشد. در عین حال باید زیبا صحبت کنیم و عبارات شیوا به کار ببریم. فصاحت و بلاغت اقتضا می‌کند که الفاظ ما با ذهن شنونده آشنا باشد و الفتی داشته باشد که آن را درک کنند در عین حال زیبا صحبت کنیم.

۳. مطالب را زیبا بچینیم: سخنوری خوب باید دارای مقدمه ذی‌المقدمه باشد و هر کدام در جای خود بیان شوند. باید به ذی‌المقدمه بال‌وپر داده شود و از مقبولات استفاده گردد، مقبولات یعنی آنچه مورد پسند مردم است، مانند کلام بزرگان و آیات قرآن و احادیث نبی کریم (ص)، هم‌چنین اشعار حکیمانه شعرای برجسته مانند حافظ و سعدی و مولوی، مورد استفاده قرار گیرد.

هم‌چنین دلایل و براهین برای اثبات مدعا در جای خود استفاده شود. در پایان سخنرانی منبری هم نتیجه‌گیری کلی انجام گیرد، بعد از این‌ها حسن خاتمه‌ای دلپذیر قرار داده شود. گاهی برخی میوه‌فروش‌ها و یا قصاب‌ها به قدری میوه یا گوشت خود را خوب می‌چینند که انسان لذت می‌برد. در سخنرانی

منبری نیز باید مطالب را زیبا بچینیم، بایان ساده و روان باید مسئله را مطرح کنیم؛ این موارد شیوه خطابه است.

۴. رعایت نکردن فصاحت و بلاغت: انسان باید فصاحت

و بلاغت داشته باشد، فصاحت معلوم است که شامل الفاظ زیبا و کلام مسجع و مقفع است؛ اما بلاغت به این معناست که به مقتضای حال و مجلس و شنونده صحبت کنیم. این مسئله بسیار مهم است. چنانچه مادری فوت کرده است، انسان باید از مقام مادر صحبت کند، اگر پدری فوت کرده و این پدر به عنوان مثال معلم است، در مورد تعلیم و تربیت و مقام معلم از نظر اسلام صحبت کنیم؛ اگر فقیه است در مورد نقش فقه و فقاقت در اسلام صحبت کنیم و مناسب ترین آیات را انتخاب کنیم، چنانچه پزشکی فوت کرده، در مورد نقش طب و طبابت در اسلام و جامعه صحبت کنیم، در روایات ما یکی از ارکان هر شهر و تمدنی از یک طرف وجود فقیه است و از طرف دیگر وجود طبیب و پزشک است، البته شرط دیگر هر مملکتی حاکم و زمامدار فرزانه و عادل است، این سه مسئله از ارکان تمدن اسلامی است.

۵. **آسیب جدی سخنرانی:** صحبت بدون تناسب، به معنای فقدان بلاغت است، که از آسیب‌های جدی سخنرانی است، مثل این که مادری فوت کرده است و من در مورد مرگ و امثال این‌ها صحبت کنم، در صورتی که مقام مادر، مقام معظمی است، شما ابتدا باید مادر را تکریم کنید و قلب مردم را متوجه احترام و مقام مادر کرده، بعد راجع به مطلب مرگ صحبت کنید. به طور مثال بگوییم چنانچه مادران در تربیت فرزندان کوشا باشند در پل صراط نشاط خاصی خواهند داشت، چرا که مرگ گردنه‌هایی دارد که یکی از آن‌ها گردنه تربیت است و از پدر و مادر راجع به تربیت فرزندان‌شان سوال می‌کنند، شما از مرگ صحبت کرده‌اید؛ ولی مجلس متوجه فوت مادر است. یا اگر کارمند انتشارات از دنیا رفته، سخنران باید راجع به مسئله چاپ اطلاعات خوبی داشته باشد، به گونه‌ی مثال گوتنبرگ صنعت چاپ را اختراع کرده و چاپ چه میزان در رشد جوامع بشری تأثیر داشته است، یا اگر کشاورزی فوت کرده راجع به جایگاه کشاورز از نگاه روایات صحبت کنیم که در این زمینه روایات فراوانی هم داریم؛ بنابراین ما باید ببینیم فوت کننده کیست، اگر تاجر بود ما راجع به تجارت و تاجر خوب صحبت کنیم و در اواخر صحبت اشاره به مرگ کنیم. انسان باید در

مورد مشاغل مختلف اطلاعات داشته باشد، بنده کتابچه بر طبق حروف الفبا دارم و در موارد گوناگون اطلاعات خود را آنجا یادداشت می‌کنم، سخنرانان منبری نیز باید چنین تجهیزاتی داشته باشند و در اوقات فراغت در مورد تمام مشاغل و حرف تحقیق کنند؛ لذا اگر کسی برخلاف بلاغت صحبت کند و یا در مجلس فاتحه درباره مطلب خالی از موضوع و متوفی صحبت کند، باید بداند باشد که شنونده گوش نمی‌دهد و در دل خود شمارا به بدسلیقه بودن متهم می‌کند.

۶. طولانی کردن سخنوری منبری: از دیگر آفات سخنرانی منبری اطاله کلام و طولانی کردن سخن است، در ابتدای کلام این مطلب را ذکر کردم، گاهی افراد از پای سخنرانی منبری یکی یکی بلند می‌شوند و می‌روند، اما سخنرانی منبری توجه نمی‌کند، که مردم را خسته کرده. این گونه گمان نکنند که حتماً باید نیم ساعت صحبت کنند، گاهی کمتر هم کفایت می‌کند، بسیاری از افراد در مجلس‌های ختم اجبار و فقط احترام آمده‌اند؛ اما در ماه رمضان که مردم فقط برای شنیدن سخنرانی منبری می‌آیند، کاری هم ندارند و افطار کرده‌اند، یا بعداز ظهر است و استراحت کرده‌اند، شما به گونه‌ی مثال می‌توانید یک ساعت صحبت کنید؛ ولی در

مجالس مختلف باید مقتضای حال رعایت شود، بنابراین صرف به مناسبت صحبت کردن هم مطلوب نبوده و مطلب باید نو و تازه باشد، اگر مطلب برای شما تازه بود برای دیگران هم تازه خواهد بود، برخی احادیث کمتر مطرح شده‌اند و مردم فراموش کرده‌اند اشکالی ندارند که آن‌ها ایراد شود و اشعار هم باید اشعاری معقول و مطابق با نصوص و روایات باشد، مگر زبان حال باشد.

۷. نقدپذیر بودن و پذیرفتن عیوب سخنرانی منبری:

یکی از آفات سخنرانان منابر ما این است که از شنوندگان تقاضا نمی‌کنیم تا از ما انتقاد کنند، در این شرایط فکر می‌کنیم که همه خوش‌شان آمد؛ از شنونده باید تقاضا کنیم تا عیب‌مان را به ما بگوید و به صورت خصوصی عیوب منبر شمارا به شما تذکر دهد؛ چون بسیاری از مسائل را انسان متوجه نمی‌شود.

۸. در سخنرانی منبری از قرآن و روایات استفاده

کنیم: در قرآن‌کریم همه چیز به صورت مستقیم یا با اشاره یا تفسیر وجود دارد. علما معتقدند که نباید آیه قرآن را به عنوان تبرک بخوانیم؛ بلکه باید موضوع ما گرفته شده از آیه باشد و آیه را در میانه سخنرانی منبری ترجمه کنیم و در مورد نکات

آن تفاسیر ارائه دهیم، در هر آیه‌ای چند موضوع اتخاذ شده که باید مطالعه شود و نباید آیه رها شود؛ بنابراین در میانه منبر مردم متوجه شوند که موضوع شما قرآنی است. با روایاتی که ارائه می‌دهید نیز مردم متوجه شوند که روایات برای تبیین قرآن آمده است. البته باید توجه داشت؛ روایتی که در منبر ذکر می‌شود صحیح بوده و با روایات دیگر یا قرآن‌کریم مخالف نباشد.

۹. نکاتی مهم در ارائه محتوای یک سخنرانی منبری:

گاهی انسان با تناسب صحبت می‌کند؛ اما محتوای صحبت او تکرار مکررات است و مطالب دستمالی شده‌ای را که همه بارها شنیده‌اند، ارائه می‌دهد. ما در هر زمینه‌ای باید مطلب تازه داشته باشیم و الا اگر تکرار مکررات باشد، لااقل متفکرین از پای منابر قهر می‌کنند و می‌گویند ما چیزی یاد نمی‌گیریم. مطلب تازه همیشه است حداقل تازه‌هایی که مردم فراموش کرده‌اند را از درون کتاب‌ها باید بیرون بکشیم.

۱۰. سخنرانان منبری در مناسبت‌های تبلیغی همچون

ماه مبارک رمضان: در ماه مبارک رمضان به تناسب، حداقل چند روز درباره عظمت ماه مبارک رمضان و تاریخچه پدید

آمدن روزه در اسلام و این که این عبادت بزرگ مخصوص همه امت‌ها و همه پیامبران است و فقط مخصوص ما نیست؛ بلکه یک عبادت قهرمانانه گسترده در همه امت‌های پیشین است پرداخته شود، هم‌چنین از آنجایی که در قرآن نتیجه روزه تقوا دانسته است مناسب است که راجع به تقوا نیز مطالبی بیان شود، به گونه‌ی مثال تقوا چیست و چگونه تقوا به دست می‌آید، چگونه باید تقوا را ایجاد و حفظ کنیم، راجع به تقوای فردی، اجتماعی، تقوای سیاسی و اقتصادی نیز می‌توان صحبت کرد، در تقوای اقتصادی می‌توان به بحث‌ها زکات اشاره نمود و این که انسان باید قناعت کند، از اسراف و تبذیر خود را حفظ کند و...

فصل پنجم

سبک سخنوری علمی

این نوع سخنرانی یکی از بهترین انواع سخنوری است، چرا که هدف آن کمک به توسعه و پیشرفت بخشی از علوم است و به هیچ روی منافع شخصی و مادی سخنور را در بر نمی گیرد. مخاطبان این سخنرانی ویژه هستند و گفتار جالب سخنور و احاطه‌ی او به مطالب گفته شده رونق زیادی به مجلس می بخشد. این قبیل سخنرانان باید از پیش مطالب خود را آماده و بر نتایج پژوهش‌های دقیق علمی استوار کنند.

یکی از مختصات عصر حاضر رواج و تداول سخنوری علمی است. روزی نیست، که در یکی از نقاط جهان کنگره یا سمیناری تشکیل نشود و در آن مجامع دانشمندان و محققان درباره مطالب مختلف علمی بحث و گفت‌وگو نکنند. پیشرفت سریع دانش و بطلان نظریه‌های قدیم علمی ایجاب می کند که دانشمندان جهان دور هم گرد آیند و عقاید و فکرهای خود را

برای همگان و مردم علاقه‌مند بیان کنند و اگر قانون جدیدی کشف کرده یا به وجود ماده تازه‌ای پی برده‌اند درستی آن قانون را به اثبات رسانند و یا خصوصیات ماده جدید را تشریح کنند. ناگفته پیداست که سخنرانی علمی به مراتب دشوارتر از انواع دیگر سخنرانی است؛ زیرا سخنران در عین حال که باید حق مطلب را ادا کند و از مسیر یک پژوهش علمی خارج نشود ناگزیر است تدابیری اتخاذ کند که گفته‌هایش ملال‌انگیز و کسالت‌آور نباشد و مطالب بسیار مهم علمی با بیان ساده و در خور فهم همه حضار ایراد شود.

گفتن داستان‌های کوتاه و آوردن مثل‌های مختلف و هم‌چنین خواندن اشعاری به مناسبت حال و مقال و ذکر نکته‌های ظریف و لطیف عواملی است که می‌تواند به یاری سخنران بشتابد و سخن او را از یک‌نواختی بیرون آورد.

در این جا می‌خواهم تا یک سخنران علمی را به شما معرفی نموده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را مطمئناً شما برایان تریسی را می‌شناسید! زیرا او مشهورترین سخنران جهان است! پنجمین سخنران معروفی که ما قصد داریم ویژگی‌های سخنرانی او را بررسی کنیم.

احتمالاً شما با زندگی این سخنران آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می‌کنم یک‌بار دیگر نگاهی کوتاه به زندگی او داشته باشیم

زندگی نامه برایان تریسی

برایان تریسی در سال ۱۹۴۴ میلادی متولد شد و دوران نوجوانی خود را در شهر پومونای کالیفرنیا گذراند، در خانه‌ای که هرگز پول کافی وجود نداشت. ۱۸ سال داشت که بود مکتب را بدون گرفتن دیپلوم رها کرد.

ابتدا مدتی به کارهای کارگری مشغول شد، نخستین کارش شستن ظرف‌ها در یک هتل کوچک بود سپس

شستن موتر و بعدها شستن کف سالون‌ها همراه با سرایداری بود. چند سال بعد، در چوب‌بری‌ها، کارخانه‌ها و مزارع و مالدارهای مشغول به کار شد. درخت‌ها را اره می‌کرد و به حفاری چاه مشغول می‌شد. روی ساختمان‌های بلند و چندین طبقه کارگر ساختمانی بود. اغلب در موتر یا اتاق‌های ارزان‌قیمت می‌خوابید.

در سن ۲۰ سالگی تمام پس‌اندازش را برداشت و در یک کشتی باربری ناروی مشغول به کار شد. در طول سفر دریایی

خود از اقیانوس اطلس تا بریتانیای کبیر به کار در کشتی پرداخت و بعد با بایسکیل از فرانسه به اسپانیا و تنگی جبل الطارق رفت و آنجا بود که به همراه دو نفر از دوستانش یک موتر لندروور خریدند و با عبور از صحرای بزرگ آفریقا خود را به آفریقای جنوبی رساندند. در آنجا تقریباً به مدت ۲ سال کار کرد. سپس به لندن برگشت و مدتی هم در آلمان و انگلستان مشغول به کار شد. در ۲۳ سالگی به شکل کارگر زراعی به هنگام برداشت محصول کار می‌کرد در انبار روی کاه‌ها می‌خوابید، با خانواده زارع غذا می‌خورد. بعد از پایان برداشت محصول بازهم بیکار شد. در سال ۱۹۶۸ راهی یک سفر زمینی از لندن به سنگاپور شد و با عبور از کشورهای اروپایی، ترکیه، ایران، پاکستان، هند و مالیزیا سرانجام به سنگاپور رسید.

سپس دوباره از طریق مالیزیا عازم تایلند شد و در آنجا اقامت کرد و مشغول به کار شد. وقتی دیگر نتوانست کار یدی پیدا کند به سراغ فروشندگی رفت. از دفتری به دفتر دیگر و از دری به در دیگر می‌رفت و با درصد معینی که از فروش کالاها نصیبش می‌شد گذران زندگی می‌کرد. اغلب تمام مدت روز را کار می‌کرد، تا یک فروش بکند تا با پول آن بتواند اجاره

اتاقش را پردازد و شب برای خوابیدن جایی داشته باشد. مدت‌ها درگیر فروش اجناس مختلف بود تا این که یک روز از خود پرسید: «چطور است که دیگران از من موفق‌ترند و چرا من جزء افراد موفق و میلیاردرهای موفق نباشم».

روزی کاغذ و قلمی برداشت و جسورانه هدفی را روی کاغذ نوشت: «ماهانۀ ۱۰۰۰ دالر از فروش و دفاتر و دربه‌در زدن خانه‌های مردم به دست آورم» کاغذ را تا کرد و آن را جایی گذاشت و هرگز آن را نیافت؛ اما ۳۰ روز بعد همه‌ی زندگی‌اش تغییر کرد.

در این فاصله روشی برای افزایش فروش پیدا کرد که باعث شد فروش او ۳ برابر شود. او به سراغ فروشندگان موفق رفت و از آن‌ها پرسید که چطور کار می‌کنند. آن‌ها هم به او گفتند که چه کار می‌کنند او هم به نصیحت‌های‌شان عمل کرد و فروش خود را افزایش داد.

شرایط ویژه

برایان تریسی در نهایت آن‌قدر پیشرفت کرد که تبدیل به یک مدیر فروش شد. در کار مدیریت فروش هم از همان استراتژی پیروی کرد او یاد گرفت کسانی که در کار مدیریت فروش

موفق هستند چه کار می‌کنند و آن وقت خودش هم همان کارها را انجام داد. ظرف مدت یک سال پس از شروع کارش در زمینه فروش تبدیل به یک فروشنده طراز اول شد.

در سن ۲۴ سالگی با اصول فروش آشنا شد و بعد مدیریت را فراگرفت. در سن ۲۵ سالگی فروش در سطح گسترده را در یک شرکت بزرگ متشکل از ۹۵ کارمند فروش، آغاز کرد. سرانجام در بخش معاملات ملکی مشغول به کار شد و در یک دوره ۵ ساله املاکی را به ارزش چیزی بالغ بر ۵۰ میلیون دالر ساخت. او مسئول وارد کردن موترهای سوزوکی در کانادا بود آن‌ها ۶۵ نفر بودند که همگی از صفر شروع کرده بودند و ظرف مدت دو سال سود حاصل از فرش این موترها به ۲۵ میلیون دالر رسید.

سپس مدیریت یک شرکت طرح و توسعه ۲۶۵ میلیون دلاری را بر عهده گرفت که توانست آن شرکت را از نو بسازد. در سال ۱۹۷۹ ازدواج کرد و تشکیل خانواده داد و در حال حاضر صاحب ۴ فرزند است.

در سال ۱۹۸۱ به ارائه‌ی مطالب درسی و برپایی سمینارهایی در کانادا و آمریکا پرداخت. بعدها این مطالب درسی و دیگر بحث‌ها را به صورت برنامه‌های آموزشی دیداری و شنیداری در

اختیار علاقه‌مندان قرارداد. در سال ۱۹۸۶ به منطقه‌ی سن دیاگو واقع در ایالت کالیفرنیا نقل مکان کرد.

در طی سال‌ها به بیش از ۸۰ کشور جهان سفر کرده و در آنجا کار کرده است. در این مدت زبان‌های؛ فرانسوی، آلمانی و اسپانیایی را آموخت. در ۲۲ حرفه مختلف کار کرده است. چندین شرکت را تأسیس و راه‌اندازی کرده و در دهه ۳۰ زندگی‌اش توانست به دانشگاه آلبرتا راه پیدا کند و سرانجام موفق به اخذ مدرک فوق‌لیسانس در رشته بازرگانی شد.

در طول ۲۰ سال گذشته بیش از ۳۰۰ برنامه‌ی آموزشی دیداری و شنیداری تولید کرده که برخی از آن‌ها به بیش از ۲۴ زبان ترجمه شده‌اند و در بیش از ۳۰ کشور مورد استفاده قرار گرفته‌اند. باید یادآور شد که برایان تریسی در حال حاضر به‌عنوان سخنران، مربی و مشاور با بیش از ۵۰۰ کمپنی همکاری داشته است. در حال حاضر سالانه برای بیش از ۳۰۰۰۰۰ نفر سخنرانی می‌کند و سمینارهایی برگزار می‌کند که بیش از ۲۰۰۰۰ نفر شرکت‌کننده دارد.

هم‌چنین مدیر شرکت بین‌المللی برایان تریسی (Brian Tracy International) است که یک شرکت آموزشی

مشاوره‌ای، در سولاتایچ کالیفرنیاست. وی یکی از معتبرترین مراجع صاحب‌نظر جهان در حوزه موفقیت و پیشرفت است.

ویژه‌گی سخنرانی علمی

۱. خاص محفل‌های علمی است.
۲. به طور معمول در کنفرانس، سمینار، سمپوزیوم و ... انجام می‌شود.
۳. موضوع آن بیشتر تخصصی است.
۴. از انواع امکانات شنیداری و دیداری در این نوع ارائه استفاده می‌شود، اگر این استفاده بجا و درست باشد، ارائه مطلوب‌تر می‌شد.
۵. مدت‌ش بین ۱۰ تا ۲۵ دقیقه است.
۶. معمولاً به‌طور انفرادی انجام می‌شود، هرچند گاه ممکن است موضوعی را بیش از یک نفر و بر اساس یک طرح ارائه چند نفره، ارائه نمایند.
۷. محتوایش را باید با دقت آماده کرد و از این نظر تمام مراحل یک ارائه کتبی (غیر از مرحله تنظیم ساختار سه‌بخشی) را باید انجام داد، هرچند گاه صورت کتبی

این نوع ارائه شفاهی باید کاملاً آماده شود تا به مخاطبان عرضه گردد.

۸. هرچند نیازی نیست که سخنران، آیین سخنوری بداند؛ اما هرچه سخنرانی با آداب سخنرانی بیشتر آشنا باشد، موفق تر است.

۹. مخاطبان ممکن است از نظر دانش و آگاهی علمی در سطوح مختلف بوده، حتی بعضی آن‌ها ممکن است فرا سطح ارائه کننده باشند.

۱۰. حضور در جلسه ارائه آداب خاص دارد که اهل دانش و فن باید در محافل علمی رعایت کنند.

۱۱. ممکن است در ماهیت آن از نوع ارائه شفاهی اطلاع دهنده یا از نوع ارائه شفاهی مجاب کننده باشد.

۱۲. حتمی باید بر اساس یک طرح زمان بندی مشخص انجام شود.

ساختار سخنرانی علمی

ساختار سخنرانی علمی باید به طرز زیر انجام شود:

۱. با مقدمه ای جاذب شروع شود به نحوی که از همان آغاز نظر مخاطب جلب شود. مقدمه باید با جمله های کوتاه و مؤثر بیان شود و طی آن باید به موارد زیر پرداخته شود:

- رعایت شئون فرهنگی و عرف محیط.
 - ادای احترام به حاضران (در کنفرانس‌ها حتمی باید به هیأت‌رئیه ادای احترام شود).
 - کسب اجازه از صاحب‌نظران و پیش‌کسوتان و اساتید در موضوع ارائه (از حاضر و غایب، ترجیحاً بدون ذکر نام و حتمی بدون مبالغه و مدهائنه، و به اختصار).
 - گاه لازم است ارائه‌کننده خود را به اجمال معرفی کند.
 - گاه لازم است به منابع مطالعه شده اشاره شود.
 - طرح عنوان اصلی و عناوین داخلی مهم‌تر (که در برگ شفاف یا چارت یا پوستر نوشته شده‌اند).
 - بیان سوابق کارهای انجام‌شده در موضوع، به اختصار.
 - اشاره‌ای مختصر به امکانات و مشکلات احتمالی مطالعه پژوهش در موضوع.
۲. مطلب اصلی به صورت بخش‌بندی شده، با شروع از مفاهیم آشنا برای مخاطبان و بیان مفاهیم مبنایی مطلب مطرح شود. (مدت هر بخش باید متناسباً تعیین شود).
۳. تسلسل و توالی منطقی بخش‌های مختلف بحث با رعایت زمان‌بندی ارائه باید حفظ شود.
۴. نتیجه‌گیری‌های مرحله‌ای از هر قسمت بحث انجام شود.
۵. به پرسش‌ها مربوط به هر مرحله از بحث (در صورت مطرح‌شدن سوال) پاسخ داده شود.

۶. جمع‌بندی نهایی و نتیجه‌گیری‌های لازم پس از اتمام بخش‌های مختلف، انجام شود.
 ۷. به پرسش‌های مخاطبان پاسخ مناسب داده شود.
 ۸. در صورت امکان، بخش بحث پایانی با مخاطبان برگزار شود.
 ۹. از مخاطبان به‌خصوص از سوال‌کنندگان و شرکت‌کنندگان در بحث پایانی سپاسگزاری شود.
- تأکید می‌شود که هر چه ارائه‌کننده بتواند ارائه را ساختمان‌دتر سازد، میزان توجه، دریافت، درک یا احساس مخاطبان بیشتر می‌شود و اهداف ارائه بهتر و مطلوب‌تر تأمین می‌گردد.

خصوصیات سخنران علمی

۱. ظاهر آراسته و متناسب با عرف جامعه؛
۲. تمرکز فکر، جمعیت خاطر؛
۳. گشاده‌رویی؛
۴. صبر و حوصله؛
۵. قابلیت (هنر) جلب توجه مخاطب؛
۶. توانایی اشراف بر فضای ارائه و کنترل جوّ ارائه؛

۷. ادب در کلام و ادب در رفتار؛
۸. تأثیر نگاه؛
۹. نفوذ کلام؛
۱۰. حضور ذهن؛
۱۱. خون‌سردی؛
۱۲. تسلط بر اعصاب؛
۱۳. حاضر جوابی؛
۱۴. توانایی برقراری ارتباط حضوری زنده و پویا.

شیوه سخنرانی علمی

- سخنران علمی باید طبق شیوهی زیر سخنرانی را ایراد کند. باید توجه داشت که این کار، بسیار ظریف و حساس است.
- ارائه‌کننده باید سعی کند کمترین اشتباه را، چه در گفتار و چه در رفتار مرتکب شود تا سخنرانی مؤثر و موفقی داشته باشد، به‌ویژه اگر ارائه شفاهی از نوع مجاب‌کننده باشد.
۱. پیش از شروع سخن، با گردش آرام نگاه به همه سوی، لحظاتی به مخاطبان نظاره کند.
 ۲. اصل نایک‌نواختی صدا را رعایت کند، گاه آرام سخن بگوید و گاه با صدای رسا و بلند.

۳. صدای متناسب با موقعیت مکانی ارائه و تعداد حاضرین داشته باشد.
۴. صدای متناسب با موضوع داشته باشد.
۵. از آهنگ، نواخت و لحن کلام متناسب استفاده کند.
۶. بیانی ساده و روان داشته باشد. با جمله‌های حتی‌الامکان کوتاه، مؤثر و درعین حال بااحساس سخن بگوید.
۷. تکیه کلام نداشته باشد.
۸. حتی‌الامکان با چند سبک سخن بگوید.
۹. مطلب را طبق طرح زمان‌بندی ارائه کند و از وقت به‌درستی استفاده نماید.
۱۰. از حاشیه پردازی و زیاده‌گویی اجتناب کند.
۱۱. تأکیدات و تکرارهای بجا داشته باشد.
۱۲. از مکث و سکوت بجا و به‌اندازه به‌عنوان امکانی برای تأثیرگذاری بیشتر روی مخاطبان، به‌درستی استفاده کند.
۱۳. از بکار بردن کلمه‌ها و عبارت‌ها ابهام‌انگیز اجتناب کند.
۱۴. در هر لحظه سعی کند وضعیت مخاطبان، یعنی میزان کشش، علاقه و حوصله آن‌ها را به شنیدن و دنبال کردن مطلب، درک کند.

۱۵. از نگاه به عنوان امکانی جهت برقرار کردن ارتباط پویا با مخاطبان و تأثیرگذاری روی آن‌ها به خوبی استفاده کند و عدالت در تقسیم نگاه بین مخاطبان داشته باشد.
۱۶. از حرکت‌های بدن، به ویژه دست، به طور مناسب و به قدر کافی بهره بگیرد.
۱۷. ثابت و بی حرکت در یک مکان نایستد.
۱۸. در صورت امکان مخاطبان را در ارائه مشارکت دهد.
۱۹. گاه گاه و به اقتضای موقع و مطلب، با رعایت جوانب عرفی و فرهنگی، کلام خود را لطیف کند.
۲۰. از فخر، تکبر، خودنمایی و فضل فروشی پرهیز کند.
۲۱. متواضع باشد؛ ولی نه به طور ساخته گی یا از روی ضعف.
۲۲. از امکانات دیداری - شنیداری به خوبی و به موقع استفاده کند.
۲۳. در تمام مدت ارائه سعی کند با صداقت و صمیمیت به مخاطبان نشان دهد، که برای آن‌ها اهمیت زیاد قائل است.
۲۴. با اطمینان سخن بگوید و هر جا که تردید داشته باشد، تردیدش را به صراحت اعلام کند.

فصل ششم

سبک سخنرانی احساسی

سخنرانی‌هایی، مثل سخنرانی‌های هتلر که باعث به جوش آمدن افراد می‌شد و جنگی را به راه می‌انداخت و این سخنرانی‌ها با تمام با احساسات بازی می‌شد و این گونه سخنرانی‌ها را نباید اجرا کرد و باید در صورتی باشد که جان مردم به خطر باشد و باید از خودشان دفاع کنند و از مملکت خود دفاع کنند؛ و شاید سخنرانی که سرگرم‌کننده بود و باعث شادی و خنده‌ی مردم می‌شد و احساس زیبا بودن درونی را در مردم ایجاد می‌کرد.

در این جا می‌خواهم تا یک سخنران احساسی را به شما معرفی نموده و در مورد ویژگی‌ها و نوع سخنرانی‌اش معلومات بدهم تا شما هم این سبک را بشناسید و هم این نوع سخنرانان را، مطمئنم که شما هیتلر را می‌شناسید و یا نامش را شنیده‌اید؛ زیرا او مشهورترین رهبر جهان است.

ششمین سخنران معروفی که ما قصد داریم ویژگی‌های سخنرانی او را بررسی کنیم. احتمالاً شما با زندگی این شخصیت آشنا هستید؛ اما پیشنهاد می‌کنم یک بار دیگر نگاهی خیلی خیلی کوتاه به زندگی او داشته باشیم:

زنده گی نامه هیتلر

آدولف هیتلر حدود ساعت ۶ بعد از ظهر ۲۰ آوریل ۱۸۸۹



در براون-آم-این، شهری کوچک در نزدیکی لینتز در ایالت اتریش شمالی، بین مرز

اتریش و آلمان زاده شد. پدر او آلویس هیتلر (۱۸۳۷ - ۱۹۰۳)، یک کارمند پائین رتبه گمرک بود.

آدولف هیتلر: «می‌دانم که بشر خیلی نتوانسته از نوشتن به نسبت صحبت کردن برای مقاعد کردن دیگران استفاده کند، به همین خاطر است که هر جنبش و حرکت بزرگی که در این

کره خاکی می‌بینیم توسط سخنرانان بزرگ آغاز و به ثمر نشسته و نه نویسندگان بزرگ».

یکی از بانفوذترین سخنرانان جهان، بزرگ‌ترین حزب سیاسی آلمان را بنا کرد، بر صدها کشور و ملت دیگر فاتح شد و بیش از ۲۱ میلیون نفر را در طول ۱۲ سال جنگ خوشنت‌آمیز رایش سوم قتل‌عام کرد. در بیش از ۵۰۰۰ سخنرانی متقاعدکننده، آدولف هیتلر، رهبر نازی‌ها مخاطبانش را مسحور و به آن‌ها تعهد داد که امپراتوری او هزاران سال دوام خواهد داشت.

پروفسور بروس لوبز، کسی که صنف درسی به نام فن بیان هیتلر و چرچیل را به مدت ۴۶ سال در دانشگاه ایالتی آیداهو داشت، فصاحت و بلاغت این پیشوایان را به جذبه و کاریزمای آن‌ها نسبت می‌داد.

لوبز در گفت‌وگو با بیزینس اینسایدر: «او یاد گرفته بود چگونه یک سخنران کاریزماتیک باشد و مردم، به هر دلیلی شیفته‌اش شده بودند».

«مردم تمایل بیشتری به پیروی از او داشتند؛ چون به نظر می‌آمد در انقلاب اقتصادی بزرگ آن زمان پاسخ‌های درستی در چنته داشت».

خسارات سنگین به خاطر جنگ جهانی اول به همراه اقتصادی جهانی بد، محیط اقتصادی آلمان باعث ظهور هیتلر در دهه ۳۰ میلادی شد. هیتلر از این نارضایتی عمومی به نفع خود استفاده و خود را پیشوای یک ایدئولوژی سیاسی فرصت طلب، حزب ناسیونال سوسیالیست کارگران آلمان کرد.

شرایط ویژه

پیش از این که نازی‌های با شتاب به عرصه جهانی پا بگذارند، حزب سیاسی هیتلر کاملاً ناشناخته بود و تنها ۳ درصد رأی از انتخابات سال ۱۹۲۴ آلمان را به دست آورده بود. لوبز در گفت‌وگو با بیزینس اینسایدر: «وقتی هیتلر تصمیم گرفت تا با رایشتاگ (مجلس شورای کشوری) رقابت کند، می‌دانست که مجبور است سخترانی کند و این یعنی مجبور بود تا جایی که می‌توانست برای کسب رأی برای مردم بیشتری سخترانی کند».

هشت سال بعد، نازی‌ها بزرگ‌ترین حزب در رایشتاگ بودند. در سال ۱۹۳۴، هیتلر و حکم‌های سیاسی ترسناکش دولت آلمان را رهبری می‌کردند. مورخی به نام روبرت ویت نوشته: «هیتلر نازیست بود. در تاریخ تمدن غربی به‌ندرت پیدا

می شد که جامعه‌ای به شخصیت یک فرد وابستگی داشته باشد. او نظریه‌های سیاسی خودش و دولتی که بدون او تصور نمی شد را بنا کرده بود».

نکته‌های مثبت سخترانی هیتلر

۱. فرآیند نوشتن متن سخترانی توسط هیتلر: جوزف گوبلز، وزیر تبلیغات نازی‌ها، در خاطراتش نوشته که هیتلر به



نوشتن
سخترانی‌هایش
شهره بود و پنج بار
هم آن‌ها را
ویرایش می کرد.

طبق گفته یان کرشاور مورخ: «او تا نصف شب به سختی کار می کرد، چند بار تمرین می کرد، سه منشی در اختیار داشت که پیش از این که متن اصلی کامل شود، به طور مستقیم برای آن‌ها متنش را دیکته می کرد تا تایپ کنند».

لویز درگفت وگو با بیژینس اینسایدر: «او نمی خواست برای نوشتن سخترانی‌هایش به کسی وابسته باشد. برای آدولف

هیتلر، سخنرانی در مقابل جمعیت چنان مهم بود که هرگز به کسی برای نوشتن متن سخنرانی‌هایش اعتماد نمی‌کرد». لوبز هم چنین ذکر می‌کند که وینستون چرچیل هم ترجیح می‌داد متن سخنرانی‌هایش را خودش بنویسد، چیزی که در میان رهبران آن زمان و امروزه خیلی نادر است.

۲. صدای هیتلر هیپنوتیزم کننده بود: در کتاب ران

روزن‌بام به نام «توضیح هیتلر»، جورج استاینر رمان‌نویس



فرانسوی-آمریکایی توضیح می‌دهد که صدای رهبر نازی‌ها به شدت قدرتمند و مسحور کننده بود.

استاینر در گفت‌وگو با روزن‌بام می‌گوید: «من در سال ۱۹۲۹ متولد شدم؛ بنابراین از سال ۱۹۳۳ طبق خاطراتی که به یاد دارم در آشپزخانه می‌نشستم و به صدای هیتلر از رادیو گوش می‌دادم».

استاینر می‌گوید: «توضیح دادنش کمی سخت است؛ اما صدایش هیپنوتیزم کننده بود... خیلی جالب بود که می‌توانستی بدنش را از طریق رادیو درک کنی، نمی‌توانم بهتر از این

توصیف کنم. احساس می‌کردید اشارات و حرکاتش به هنگام صحبت کردن را زیر نظر دارید».

هیتلر نوعی از قدرت بلاغی را وارد زبان آلمانی کرده بود که مفاهیم کاملاً انتزاعی را با خشونت فیزیکی و سیاسی به شیوه‌ای کاملاً غیرمعمول پیوند داده بود؛ هیتلر در این کار نابغه بود، در این مورد اصلاً شک نکنید، هنری مورای، روان‌شناس آمریکایی در گزارشی به نام «شخصیت آدولف هیتلر» از ظاهر کلی پیشوا به عنوان «هینوتیزم کننده» نام می‌برد.

این گزارش ۲۲۹ صفحه‌ای در اداره خدمات استراتژیک که زیر مجموعه سازمان سیا بود در سال ۱۹۴۳ منتشر شده بود. طبق گزارش مورای، هیتلر چند بار از چشم‌های آبی مایل به خاکستری‌اش تعریف شنیده بود، با این که آن‌ها را «مرده و خنثی» عنوان کرده بودند. پیشوا از نظر قدی کمی از متوسط پایین‌تر بود و موهایش را به عقب شانه می‌کرد، لب‌های باریک و دست‌های خوش‌فرمی داشت. مورای توضیح می‌دهد که رهبر بی‌رحم نازی به دست دادن با کف دست تر و ناشی بودن در صحبت‌های کوتاه شناخته شده بود.

۳. مجبور بود به زبان گفتاری‌اش حرکت هم اضافه کند:

هیتلر در طول تمرین سخنرانی‌اش روی ارائه، حرکات دست و زبان بدنش کار می‌کرد.



لوبز در گفت‌وگو با بیزینس اینسایدر: «او کاملاً مجبور بود روی ارائه‌اش کار کند، این در حالی بود که این کار تنها نیمی از کار انتقال پیامش را انجام می‌داد؛ بنابراین مجبور بود برای انتقال موفقیت‌آمیز ایده‌هایش به زبان گفتاری‌اش حرکت هم اضافه کند».



طبق خاطرات هاینریش هافمن، عکاس شخصی هیتلر بانام «هیتلر دوست من بود»، دو میلیون تصویر از رهبران مقتدر را

جمع آوری و به او توصیه شده بود که هرگز آن‌ها را در معرض عموم قرار ندهد.

در سال ۱۹۲۵ در حالی که هیتلر در مقابل آئینه سخترانی‌اش را تمرین می‌کرد، هافمن تعداد زیادی عکس از ژست‌ها و حالات چهره‌اش گرفت، بعد از مطالعه عکس‌ها، رهبر نازی‌ها دستور داد تا آن‌ها را نابود کنند. هافمن آن‌ها را مخفی کرد و بعد از ۳۰ سال در کتاب خاطراتش منتشر کرد.

راجر مورهاوس مورخ، بعدها در مقدمه چاپ‌شده در کتاب خاطرات هافمن می‌نویسد: «هیچ عکاسی در تاریخ فرصتی به اندازه هافمن در اختیار نداشته است: محرم اسرار و دسترسی اختصاصی به رئیس دولت و مهم‌تر از همه، شانس کار کردن با شخصی که می‌دانست چطور به خوبی با دوربین کار کند».

منابع و مأخذ:

۱. امین، رسول خان. هنر سخنرانی حرفه‌ای. کابل: انتشارات عازم، سال ۱۳۹۶.
۲. بهرام پور، محمد پیام. رازهای سخنرانی دو سخنران بزرگ. تهران: انتشارات بهرام پور، سال ۱۳۹۲.
۳. پیشداد، حسین. چطور سخنران شویم. تهران: انتشارات سخنوران، سال ۱۳۹۶.
۴. توسلی، پارسا. سخنرانی به سبک برترین‌ها. تهران: انتشارات سخنوران، سال ۱۳۹۷.
۵. طاهری، عباس. طعم شیرین سخنرانی. تهران: انتشارات مؤلف، سال ۱۳۹۷.
۶. گروه شاهرخی. متن سخنرانی استیو جابز. تهران: انتشارات شاهرخی، سال ۱۳۹۵.
۷. مدار مثبت. زندگی نامه انتونی رابینز. تهران: انتشارات مدار مثبت، سال ۱۳۹۵.
۸. معین، احمد. ساختار تفکر سخنران. تهران: انتشارات سخنوران، سال ۱۳۹۵.
۹. زندگی نامه برایان تریسی.
۱۰. زندگی نامه هیتلر.
۱۱. زندگی نامه ذاکر ناییک.
۱۲. زندگی نامه بارک اوباما.