

درس پنجم و ششم:
تقسیمات سخنرانی دینی
شاخصهای سخنرانی مطلوب



گروه علمی مهارت‌های خطابی
پژوهش و تدوین: حسین ملانوری

اهداف این درس:

۱. آشنایی با تقسیمات سخنرانی دینی؛
۲. ایجاد فضای ذهنی برای برخی از مباحثی که در آینده از آنها بحث خواهد

شد.

انواع تقسیمات

سخنرانی دینی از جهات مختلفی قابل تقسیم است. سبکها، اسلوبها، گونه‌های مختلف مخاطبان و مقدار حضور آنها در جلسات سخنرانی، مدت زمان جلسات، تعداد آنها و نحوه قرار گرفتنشان در کنار یکدیگر، بهره‌برداری از ابزارهای جدید،

تنوع موضوعات و... شاخصهای گوناگون و متنوعی هستند که ما را به گونه‌های مختلف سخنرانی رهنمون می‌شوند.

توجه به انواع سخنرانی از این جهت حائز اهمیت است که روشهای ارائه شده در کتاب باید به صورت جامع‌نگر به همه آنها معطوف شود؛ مثلاً وقتی در تقسیم سخنرانی براساس موضوع می‌گوییم یکی از اقسام آن سخنرانی سیاسی است، باید به محتوا و یا احیاناً آن روشهایی توجه کرد که لازم است در این سخنرانی مد نظر قرار گیرد.

برخی انواع تقسیمات برای سخنرانی دینی را در ذیل بیان می‌کنیم.

الف. تقسیم براساس سبکها

سبک در لغت به معنای طرز، روش، شیوه، روش خاصی که شاعر یا نویسنده، ادراک و احساس خود را بیان می‌کند و طرز بیان ما فی الضمیر^۱ آمده است. مراد از سبک در سخنرانی، شاکله و هیئت اجرایی آن است.

توجه به وجود سبکهای مختلف، سبب پرهیز از جمود بر یک سبک خاص گردیده، از سوی دیگر زمینه را برای بیان نکات کاربردی و شناخت قوت و ضعف هر یک از آنها فراهم می‌آورد تا جایگاه استفاده از هر سبک با توجه به موقعیتهای مختلف روشن شود.

سخنرانی می‌تواند به یکی از سبکهای ذیل ارائه شود:

۱. محاوره‌ای؛

۲. خطابی؛

۳. تلفیقی (از محاوره‌ای و خطابی)؛

۴. کلاسداری.^۲

۱. فرهنگ فارسی، محمدمین، ج ۲، ص ۱۸۱۸.

۲. هر یک از سبکها و اسلوبهای سخنرانی را در فصول بعدی تعریف کرده، توضیح خواهیم داد.

شکلهای چهارگانه فوق، در حین اجرای سخنرانی خود را نشان می‌دهند.

ب. تقسیم براساس اسلوبها

اسلوب در لغت به معنای گونه، راه، شیوه، طریق، طرز، پایه و اساس مقام و لحن و ما به الامتیاز اثر یک آهنگ‌ساز با اثر آهنگ‌ساز دیگر^۱ و... آمده است. گرچه در لغت تفاوت چندانی بین سبک و اسلوب دیده نمی‌شود؛ لیکن ما سبک را در هیئت اجرایی سخنرانی، و اسلوب را در شاکله و هیئت محتوایی آن به‌کار می‌بریم.

هدف از انتخاب اسلوبهای محتوایی، یکی از دو چیز است:

۱. اقناع اندیشه؛

۲. برانگیختن احساس.

مؤثرترین عامل برای تفکیک اسلوبها، نوع محتوای به‌کار گرفته شده در آنهاست و نوع محتوای سخنرانی با توجه به هدف از سخنرانی انتخاب می‌شود. از اینرو براساس اسلوبها می‌توان سخنرانی را به دو قسم تقسیم کرد:

۱. سخنرانیهای اقناعی

برای اقناع اندیشه از اسلوبهای ذیل استفاده می‌شود:

۱. تجزیه و تحلیل؛

۲. تعلیل و توجیه؛

۳. توضیح و تبیین؛

۴. تقسیم و تنظیم؛

۵. گزارش تحقیق؛

۶. مقایسه و ترجیح؛

۷. طرح مسئله و تبیین آن؛

۸. نقد و بررسی؛

۹. دیالوگ (گفتگو و مناظره‌های صوری)؛

۱۰. پرسش و پاسخ.

۲. سخنرانیهای احساسی

برای برانگیختن احساس از اسلوبهای ذیل استفاده می‌شود:

۱. داستانی؛

۲. داستان وارهای؛

۳. توصیفی و ترسیمی؛

۴. تخیلی و شاعرانه؛

۵. مناجاتی؛

۶. موعظه‌ای؛

۷. مبالغه، تأکید و تکرار؛

۸. ادبی.

ج. تقسیم براساس کیفیت مخاطبان

مخاطبان به لحاظ کیفیت آنان، از جهات مختلفی تقسیم می‌شوند و براساس

این تقسیم، سخنرانی در گونه‌های مختلفی ظهور می‌کند.

۱. از جهت سطح فرهنگی، علمی و اجتماعی (با سواد و بی‌سواد، با فرهنگ و

بی‌فرهنگ، اجتماعی و منزوی و...)

۲. از جهت انگیزه جهت شنیدن سخنان سخنران (با انگیزه و داوطلب یا

بی‌انگیزه و غیرداوطلب)؛

۳. از جهت عام یا خاص بودن (یعنی در یکی از جهات فوق، همه مثل هم و

خاص هستند یا مخاطبان به شکل عمومی و از هر قسم در یک جا جمع

شده‌اند).

مخاطبان در سخنرانی، دارای ویژگیهای مشترک و اختصاصی هستند؛ از این رو در کنار روشهای عمومی برای همه آنان، باید به روشهای خاص و تدابیر ویژه برای جذب و راهنمایی مخاطبان خاص اندیشید.

د. تقسیم براساس نوع مخاطبان

گاهی نوع مخاطبان در سخنرانی متفاوت است و به همین نسبت سخنرانی نیز قابل تقسیم خواهد بود.

۱. از نظر جنسیت، یا زن و یا مرد هستند.

۲. از نظر سن می توانند کودک، نوجوان، جوان، میان سال و یا کهن سال باشند.

هـ. تقسیم براساس کمیت مخاطب

براساس کمیت و مقدار مخاطبان، سخنرانی به سه قسم تقسیم می شود:

۱. جلسات خلوت؛

۲. جلسات متوسط؛

۳. جلسات شلوغ.

سخنرانی در هر یک از جلسات خلوت، متوسط و شلوغ، به لحاظ موضوع، محتوا و چیش مطالب، اقتضائات خاص خود را دارد؛ مثلاً طرح بعضی از مطالب و مباحث سیاسی، زمانی زیباست که جمعیت، زیاد و مجلس، با شکوه باشد و جایگاه بعضی تحلیلها فقط جلسات خلوت و خصوصی است.

و. تقسیم براساس مدت سخنرانی

سخنرانی به لحاظ مدت زمان ارائه آن به سه قسم تقسیم می شود:

۱. کوتاه مدت (۱۰ - ۲۰ دقیقه)؛

۲. میان مدت (۲۰ - ۵۰ دقیقه)؛

۳. بلند مدت (۵۰ - ۹۰ دقیقه و بیشتر).

دربارهٔ مطلوب بودن سخنرانی کوتاه یا طولانی، نسخه واحدی نمی‌توان پیچید؛ بلکه باید با توجه به شرایط و ویژگیهای گوینده، شنونده، زمان، مکان، محتوا و موضوع سخن و... برای کوتاه یا بلندمدت بودن آن تصمیم‌گیری کرد.

ز. تقسیم براساس توالی و تسلسل

سخنرانی براساس توالی و تسلسل^۱ سه قسم دارد:

۱. تک جلسه؛

۲. مسلسل؛

۳. متوالی و متناوب.

گاهی سخنران برای یک جلسه دعوت می‌شود (تک جلسه)، گاهی برای جلسات پی در پی و با فاصله کم، مثل ده شب پشت سر هم (مسلسل)، و گاه برای جلسات پی در پی و با فاصله زیاد، مثلاً هر ماه یا هر هفته یکبار (متوالی و متناوب).

سخنرانی در موارد تک جلسه راحت‌تر است؛ چرا که به دلیل جدید بودن سخنران و تبلیغات حاشیه‌ای که معمولاً صورت می‌گیرد، انگیزه مخاطبان برای شنیدن بیش‌تر است؛ اما در جلسات مسلسل و متوالی غالباً کار سخنران دشوارتر می‌شود؛ زیرا انگیزه مخاطبان - به دلیل تکراری شدن سخنران با همه ویژگیهای جسمی و روحی‌اش و نیز بروز بعضی محدودیتها در سخنوری و یا پاسخگویی ضعیف به سؤالات و... - روز به روز کم‌تر می‌شود؛ از اینرو برای حفظ انگیزه مخاطبان و جذب مخاطبان بیش‌تر در جلسات بعدی باید تدابیر ویژه‌ای اندیشید.

۱. توالی و تسلسل از نظر لغوی دارای یک وجه اشتراک و یک جهت افتراق هستند. هر دو به معنای پشت سرهم در آمدن هستند؛ با این تفاوت که در تسلسل فاصله موارد اندک است و یا مثل دانه‌های زنجیر به هم پیوسته‌اند؛ ولی در توالی این قید وجود ندارد.

ح. تقسیم براساس بهره‌برداری از ابزارهای جدید
 سخنرانی می‌تواند با توجه به استفاده از نوع ابزارها نیز تقسیم شود. بعضی
 ابزارها عبارت‌اند از:

۱. تخته؛

۲. پرده؛

۳. دستگاه اپک؛

۴. منبر؛

۵. تریبون؛

۶. تلویزیون.

با توجه به اینکه ابزار در خدمت سخنرانی قرار می‌گیرد، گاه باعث تفاوت‌های
 محتوایی، صوری و اجرایی می‌شود.

ط. تقسیم براساس موضوع بحث

سخنرانی را با نگاه به موضوع آن نیز می‌توان تقسیم کرد و هر یک از
 موضوعات کلی مطرح در حوزه دینی را نام یک قسم قرار داد و یا دو یا سه
 مورد از آنها را با هم ترکیب کرد. اقسام ذیل را برای سخنرانی می‌توان برشمرد:

۱. اعتقادی؛

۲. عرفانی؛

۳. اخلاقی؛

۴. سیاسی؛

۵. اجتماعی؛

۶. تاریخی؛

۷. خانوادگی؛

۸. سیاسی - اجتماعی؛

۹. اخلاقی - عرفانی؛

۱۰. ...

سخنران با توجه به شرایط خود و نیازهای شنوندگان، هر یک از موضوعات فوق را برای سخنرانی می‌تواند برگزیند و از این جهت نمی‌شود او را در یک یا چند موضوع خاص منحصر کرد. در شرایط کنونی، سخنرانیهای علمی - احساسی به لحاظ پذیرش مخاطبان بهترین نوع سخنرانیهاست، و موضوع بحث از نظر کلی تأثیر چندانی ندارد.

پرسشنامه

۱. منظور از «سبک» چیست؟ این کلمه در لغت به چه معنایی آمده است؟
۲. انواع سبکهای سخنرانی را نام ببرید.
۳. معنای لغوی و تعریف اصطلاحی اسلوب را بنویسید.
۴. اسلوبهای اقناعی و احساسی را نام ببرید.
۵. گونه‌های مختلف مخاطبان را بنویسید.
۶. سخنرانی براساس کمیت مخاطب به چند قسم تقسیم می‌شود؟
۷. اقسام سخنرانی را براساس مدت آن نام ببرید.
۸. سخنرانی براساس توالی و تسلسل جلسات، چند قسم دارد؟
۹. آیا سخنرانی در جلسات متوالی و مسلسل راحت‌تر است یا تک جلسه؟

چرا؟

فعالیت پیش‌تر

۱. از طریق هم‌اندیشی با دوستان خود، شکل‌های دیگری از تقسیمات سخنرانی را بیابید.
۲. پیش از مطالعه مباحث آینده، به نکات کاربردی و اجرایی براساس انواع تقسیمات فکر کنید. به نظر شما برای موفقیت سخنرانی در هر یک از این انواع، چه باید کرد؟



درس هشتم

اهداف این درس:

۱. رسیدن به درک روشن‌تری از سخنرانی خوب و مطلوب؛
۲. پیدا کردن توان اجمالی برای نقد و بررسی سخنرانیها؛
۳. شناخت برخی شاخصهای یک سخنرانی مطلوب.

شاخصهای سخنرانی مطلوب

با تعریف سخنرانی دینی، بیان اهداف و تأثیرات آن و نیز توضیح برخی از انواع تقسیمات سخنرانی، آشنایی مختصری با این روش تبلیغی پیدا کردیم. در این درس تلاش می‌کنیم با بیان شاخصه‌های یک سخنرانی مطلوب، به درک روشن‌تری از سخنرانی خوب برسیم.

همچنین شناخت شاخصهای سخنرانی مطلوب و پس از آن، شاخصهای سخنرانی نامطلوب به ما کمک می‌کند تا بتوانیم سخنرانیها را نقد کنیم. البته در اینجا فقط شاخصهای مطلوبیت را بیان می‌کنیم و راههای رسیدن به آنها را به جای خود وا می‌گذاریم.

در همین جا این نکته را متذکر می‌شویم که معمولاً همه وجوه مطلوبیت در یک سخنرانی جمع نمی‌شود و همین که بعضی از آنها وجود داشته باشد، سخنرانی را می‌توان مطلوب نامید.

بعضی از وجوه مطلوبیت، در هنگام سخنرانی، بعضی بعد از آن دیده می‌شود. از ویژگیهای مهم سخنرانی مطلوب آنست که در سه حوزه اندیشه، احساس و علائق، و رفتار مخاطب تأثیرگذار باشد؛ از اینرو باید وجوه مطلوبیت را در این سه حوزه بررسی کرد.

الف. آگاهی و اندیشه مخاطب

در حوزه آگاهی و اندیشه مخاطب، وجود برخی نشانه‌ها، علامت موفقیت و تأثیرگذاری سخنرانی است که به برخی از آنها اشاره می‌شود.

۱. انگیزه پی‌گیری مطالب

سخنران موفق، کسی است که بتواند از ابتدا در مخاطبان خود انگیزه پی‌گیری مطالب را ایجاد کند تا آنان با انگیزه و علاقه به دنبال شنیدن مطالب بعدی او باشند. همچنین این انگیزه، آنان را به شنیدن سخنرانیهای دیگر نیز ترغیب کند. انگیزه پی‌گیری مطالب باعث توجه شنوندگان به مباحث، و در نتیجه فهم و درک بیشتر آنان می‌شود.

۲. تمرکز بخشیدن به اندیشه مخاطب

هم برای اقناع اندیشه مخاطبان و هم برای تحریک احساس در آنان، لازم است اندیشه و فکر آنها بر روی موضوع بحث متمرکز شود. منظور از تمرکز، اوج توجه و دقت، هنگام شنیدن سخن است. هرگاه سخنران، قدرت تمرکز بخشیدن به ذهن و اندیشه مخاطبان خود داشته باشد، از تأثیرگذاری بالاتری برخوردار است.

۳. برانگیختن اعجاب مخاطب

برانگیختن اعجاب مخاطب، باعث جلب توجه او و در نتیجه، دقت برای فهم مطلب می‌شود. به تعجب واداشتن مخاطب، ممکن است به سبب نحوه ادای سخن و یا محتوایی باشد که بیان می‌شود.

۲. فهم و اتقان مخاطب

یکی از هدفهای اساسی سخنرانی، ایجاد فکر و اندیشه در مخاطبان و قانع کردن و متقاعد ساختن آنان درباره مباحث مطرح شده است. سخنوری که نتواند مخاطبان خود را قانع کرده، مطالب را به گونه‌ای بیان کند که به خوبی بفهمند و از او بپذیرند، توفیق چندانی ندارد. با استفاده از استدلال و برهان، مستند ساختن

مطالب نقلی، ورود و خروج مناسب، و چینشهای خاص، می‌توان به اقناع اندیشه پرداخته، فهم بهتر مطالب را تسهیل کرد.

۵. ماندگاری پیام

برخی سخنوران فقط می‌توانند به گونه‌ای سخن بگویند که شنوندگان آنها، مطالب را به خوبی فرا بگیرند؛ اما بعضی دیگر، چنان مباحث خود را ارائه می‌کنند که مخاطبان می‌توانند پس از یاد گرفتن مطالب تا مدت زیادی آنها را به یاد داشته باشند. پیام اصلی سخنرانی باید در ذهن مخاطب باقی مانده و به گونه‌ای نقش شده باشد که به زودی از ذهن او خارج نشود.

ماندگاری پیام و قابلیت تبیین آن بیش‌تر به حوزه اندیشه مخاطب مرتبط است؛ اگر چه احساس او نیز در آن دخالت دارد. در این زمینه، رویکرد اساسی سخنران، برای ماندگاری پیام باید به چینش و صورت‌بندی مناسب مطالب، اعم از: ترتیب، تقدیم، تأخیر و استفاده از اسلوبهای مناسب معطوف شود.

دسته‌بندی و جمع‌بندی مناسب، به‌ویژه اگر با استفاده از جملات خاص مثل: کلمات قصار، جملات ویژه استفهامیه و شرطیه^۱ و ... صورت گیرد، می‌تواند پیام را در ذهن شنونده ماندگار کند.

۶. قابلیت بیان

سخنران توانا به گونه‌ای مطالب خود را به مخاطب منتقل می‌کند که او بتواند مطالب فراگرفته را برای دیگران بازگو کند. توانایی مخاطب برای بیان مطالب، همیشه و برای هر نوع مطلبی مناسب نیست؛ ولی به‌طور عمده، پیامهای سخنرانی، عمومی است و هرچه بیش‌تر توسعه یابد، مطلوب‌تر است. قابلیت بیان، ممکن است به دو صورت بروز و ظهور کند: یکی اینکه مخاطب، عین

۱. در این باره در آینده، توضیح خواهیم داد.

بعضی از عبارات شنیده را بازگو می‌کند و دیگر اینکه برداشت خود را به دیگران انتقال می‌دهد که هر دو صورت مطلوب می‌باشد.

دسته‌بندی مناسب، روانی مطالب، درخور فهم بودن پیام سخنرانی، و تکرار جمله‌های کلیدی بحث، نقش بسزایی در قابلیت بیان دارد.

۷. ایجاد روحیه مطالعه، تحقیق و تفکر

با ایجاد روحیه مطالعه و پژوهش در مخاطبان درباره موضوع سخنرانی، توفیقات و برکات بیشتری به دست می‌آید و درک مخاطب از مرز مباحث مطرح شده در سخنرانی بالاتر می‌رود.

در صورتی که سخنران با ایجاد سؤالات جدید، لازم و قابل درک برای مخاطب، ذهن او را به این سو حرکت دهد که جواب سؤال مطرح شده را باید بداند و ندانستن آن را برای خود عیب بداند، به سوی مطالعه، تحقیق و تفکر درباره موضوع بحث کشیده می‌شود.

همچنین توصیه به مطالعه و نشان دادن بعضی فواید آن، تشویق به پژوهش و اندیشه، معرفی منابع لازم و درخور فهم مخاطب در سخنرانی، تعریف خاص از بعضی کتابهای مفید و ناتمام گذاشتن بررسی و نتیجه‌گیری بحث و حواله دادن آن به تفکر و تأمل مخاطب - در صورتی که باعث ایجاد شبهه نشود - می‌تواند مخاطب را به مطالعه و تحقیق سوق دهد.

ب. احساسات و علایق مخاطب

مشخصه‌هایی در حوزه احساسات و علایق مخاطب برای مطلوب بودن سخنرانی، قابل توجه است که مهم‌ترین آنها را بررسی می‌کنیم.

۱. تحریک عواطف انسانی و علایق معنوی

محبت به فرزند، محبت به هم‌وطن و هم‌نوع - که در بعضی موارد، صحیح و لازم است - محصول عواطف انسانی؛ و حس پرستش و میل به نیکی، از جمله علایق معنوی است.

تحریک عواطف انسانی - تا آنجا که دین دستور داده است - و ایجاد فضای معنوی در جلسه سخنرانی و روح و روان مخاطبان، از نشانه‌های توفیقی در سخنرانی و مطلوب بودن آن است. حالات معنوی که در جلسات سخنرانی حاصل می‌شود باعث تقویت ایمان و باورهای دینی مردم شده، اصلی‌ترین عامل شیرینی محافل مذهبی است. تحریک علائق معنوی باعث محبت الهی، احساس مهربان بودن خدا، احساس ندامت از گناهان، تمایل به تکامل معنوی و تقرب الی الله و ... می‌شود و انسانها را به سوی بندگی و اطاعت خداوند، راغب می‌کند.

ایمان قوی و حالات خوش معنوی سخنران و آمادگی شنوندگان، تأثیر بسزایی در ایجاد فضای معنوی دارد. البته در کنار آنها، رعایت اصول علمی سخنرانی و تخصص در اجرای هنرمندانه آن نیز می‌تواند یاریگر مبلغ دینی باشد.

۲. ایجاد علاقه‌مندی به موضوع بحث یا مجموعه گفتار

برخی مخاطبان، علاقه‌ای به شنیدن بعضی موضوعات ندارند؛ گرچه آن موضوعات، نیاز فوری آنها باشد. عده‌ای از آنان نیز، گرچه در جلسه سخنرانی به هر دلیل حاضر شده‌اند، اما حوصله و انگیزه‌ای برای شنیدن مباحث نداشته، وجود سخنران و سخنرانی را ملال‌آور می‌دانند. سخنران موفق، علاوه بر ایجاد انگیزه برای استماع سخنان خود در ابتدای سخنرانی، می‌کوشد تا از راههای ممکن، مخاطبان را به موضوع و مجموعه گفتار خویش علاقه‌مند سازد و خاطره خوشی از آن موضوع در ذهن شنوندگان باقی گذارد.

۳. ارضای حس زیبایی

انسانها زیبایی را دوست داشته، به صورت طبیعی به سوی آن گرایش دارند و همان‌گونه که از خانه، مدرسه، اداره، درخت و باغ زیبا خوششان می‌آید، از سخن زیبا نیز لذت می‌برند. زیبایی سخن، باعث تأثیرگذاری بیش‌تر در مخاطب است؛

به حدی که گاهی نقصهای سخنرانی را نمی‌بینند. به صورت طبیعی، زمانی یک سخنرانی موفق است که هم ظاهر آن با رعایت فصاحت، بلاغت و قواعد و صناعات بیان و بدیع آراسته شده باشد، و هم از محتوایی که ارضا کننده زیبایی است مثل بیان زیباییها برخوردار باشد و بتواند حس زیباگرایی مخاطبان را ارضا کند.

۲. ارضای حس نوگرایی و نوجویی بشر

همه انسانها از وسایل، اشیا، نوشته‌ها و گفته‌های نو لذت می‌برند و حس نوجویی آنان را به نو کردن زندگی سوق می‌دهد؛ از اینرو انتظار دارند که سخنران مذهبی نیز سخن نو بگوید. البته منظور از نوگرایی لزوما این نیست که محتوای جدیدی ارائه شود؛ بلکه می‌توان همان محتوای دینی را که در گذشته بیان می‌شد، در قالبها، دسته‌بندیها و تحلیلهای نو ارائه کرد و با ادبیات و تعابیر تازه، زاویه دید جدید و یا مثالها و مصادیق جدید، آنها را بیان کرد و توضیح داد. البته بیان نکته‌های تازه و قابل استفاده از متون کهن نیز باعث ارضای حس نوگرایی می‌شود.

۵. ایجاد انتظار برای جلسات بعد

یکی از نشانه‌های کمال و مطلوب بودن سخنرانی، این است که شنوندگان برای جلسات بعدی آن انتظار بکشند و آرزوی شرکت در آن را داشته باشند. گاهی ایجاد یک سؤال مناسب و حواله‌دادن پاسخ آن به آینده، و گاه خاطره خوشی که از جلسات قبلی در مخاطب باقی مانده است و یا زیباگویی، مختصر و مفید گفتن و یا ... مخاطب را به کنجکاوی وامی‌دارد و یا او را شیفته سخنرانی و سخنران می‌کند و به انتظار جلسات بعدی می‌گذارد.

معمولا سخنرانیهای خیلی طولانی، کسل کننده، غیرقابل فهم و فاقد احساس مذهبی، باعث دوری شنوندگان و کراهت آنها برای حضور در سخنرانی است و باید از آن پرهیز کرد.

پرسشنامه

۱. فواید شناخت «وجوه مطلوبیت سخنرانی» و «شاخصهای سخنرانی نامطلوب» را بنویسید.
۲. وجوه مطلوبیت سخنرانی در حوزه آگاهی و اندیشه مخاطب را نام ببرید و هر یک از آنها را به اختصار توضیح دهید.
۳. منظور از تمرکز در مخاطب چیست؟
۴. وجوه مطلوبیت سخنرانی در حوزه احساسات و علایق مخاطب را نام برده، هر یک از آنها را به اختصار توضیح دهید.

فعالیت پژوهشی

از طریق مطالعه کتابهای روش سخنرانی و خطابه، برخی دیگر از وجوه مطلوبیت سخنرانی در دو حوزه «آگاهی و اندیشه» و «احساسات و علایق» مخاطبان را برشمارید و با قدری توضیح، آنها را روشن سازید.