

مقدمه مترجم

در دنیای امروز، هنر سخنرانی تبدیل به یکی از مهارت‌های ضروری برای هر فردی شده است که می‌خواهد در جمع‌ها، کنفرانس‌ها یا حتی در محیط‌های کاری و اجتماعی تأثیرگذار باشد. یکی از منابع بی‌نظیر برای یادگیری این هنر، سخنرانی‌های تد است که در آن ایده‌ها و پیام‌ها به شکلی خاص و تأثیرگذار منتقل می‌شوند.

کتاب «چطور مثل تد صحبت کنیم» نوشته کارمین گالو، به ما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانیم به سبک سخنرانان تد سخنرانی کنیم و با استفاده از تکنیک‌های خاص، صحبت‌های خود را جذاب، متقاعدکننده و به یادماندنی بسازیم. این کتاب به تحلیل دقیق و علمی روش‌های سخنرانی افرادی چون بیل گیتس، آلین استین، و استیو جابز می‌پردازد و راهکارهایی عملی و کاربردی برای بهبود مهارت‌های سخنرانی ارائه می‌دهد.

در دنیای پرشتاب امروز که همگان به دنبال روش‌هایی برای جلب توجه و تأثیرگذاری سریع هستند، این کتاب یک راهنمای بی‌نظیر است تا نه تنها خود را در یک جمع به‌طور مؤثر و با اعتمادبه‌نفس معرفی کنیم، بلکه پیامی معنادار و پایدار به مخاطب منتقل سازیم.

ترجمه این اثر، تلاشی است برای انتقال این دانش و فنون به زبان فارسی تا همه کسانی که به دنبال بهبود مهارت‌های ارتباطی خود هستند، از آن بهره‌مند شوند. امیدوارم این کتاب به شما کمک کند تا سخنرانی‌هایی به یادماندنی و تأثیرگذار ارائه دهید و هنر تأثیرگذاری بر دیگران را به‌درستی فراگیرید.

مقدمه

ایده‌ها، ارز قرن بیست و یکم هستند

«من یک ماشین یادگیری هستم و اینجا مکانی است برای یادگیری.»

تونی رایبیز، تد ۲۰۰۶

در دنیای امروز، ایده‌ها مانند ارز عمل می‌کنند؛ اما نه هر ایده‌ای. ایده‌هایی که به‌درستی بیان شوند، می‌توانند جایگاه فرد را در جامعه ارتقا دهند و تأثیرات عمیقی به جا بگذارند. هیچ‌چیز به اندازه یک ایده جسورانه که توسط یک سخنران ماهر بیان شود، الهام‌بخش نیست. این گونه ایده‌ها، وقتی که به‌طور مؤثر ارائه شوند، می‌توانند دنیای ما را تغییر دهند. حالا تصور کنید که اگر بتوانید تکنیک‌های دقیقی که بزرگ‌ترین سخنرانان جهان به کار می‌برند را شناسایی کنید، آن‌ها را در عمل ببینید و از این اسرار برای جذب مخاطبان خود استفاده کنید، چقدر شگفت‌انگیز خواهد بود! خوشبختانه، این امکان برای شما فراهم است؛ چون کنفرانس تد (تکنولوژی، سرگرمی، طراحی) که یکی از معتبرترین کنفرانس‌های علمی دنیاست، بهترین ارائه‌های خود را به‌طور رایگان روی اینترنت منتشر می‌کند. این کتاب یک تحلیل

علمی از صدها ارائه تد است، که شامل مصاحبه‌های مستقیم با محبوب‌ترین سخنرانان این کنفرانس و تجربیات شخصی من از سال‌ها مربیگری رهبران برنده‌های معتبر جهانی می‌شود.

«چطور مثل تد صحبت کنیم» برای هر کسی است که می‌خواهد با اعتمادبه‌نفس بیشتر و قدرت بیشتری صحبت کند. این کتاب به شما کمک می‌کند تا در ارائه‌های خود، چه در فروش، چه در رهبری، و چه در الهام‌بخشی به دیگران، مهارت پیدا کنید. اگر ایده‌هایی دارید که ارزش به اشتراک‌گذاری دارند، تکنیک‌های موجود در این کتاب به شما کمک می‌کند تا آن‌ها را به‌طور مؤثرتری از هر زمان دیگری منتقل کنید و تأثیر بیشتری بگذارید.

در ماه مارس ۲۰۱۲، وکیل حقوق بشر، برایان استیونسون، به هزار نفر از حاضران در کنفرانس تد در لانگ بیچ کالیفرنیا سخنرانی کرد. سخنرانی او به قدری تأثیرگذار بود که طولانی‌ترین ایستاده تشویق تاریخ تد را دریافت کرد و تنها در اینترنت نزدیک به دو میلیون بار مشاهده شد. استیونسون برای مدت ۱۸ دقیقه، مخاطبان را با ترکیب عقل و احساس خود مسحور کرد. او به من گفت: «حاضران در آن روز بیش از یک میلیون دلار به سازمان غیرانتفاعی من، ابتکار عدالت برابر، اهدا کردند. این یعنی بیش از ۵۵ هزار دلار برای هر دقیقه‌ای که من سخنرانی کردم!»

اما نکته جالب اینجا بود که استیونسون هیچ‌گونه اسلاید یا پاورپوینت استفاده نکرد. او هیچ چیزی جز قدرت داستان‌گویی خود نداشت. برای بعضی سخنرانان تد، استفاده از پاورپوینت به تقویت تأثیرگذاری سخنرانی کمک می‌کند. پروفیسور دیوید کریستین در مارس ۲۰۱۱، با یک سخنرانی ۱۸ دقیقه‌ای که بر اساس اسلایدها و گرافیک‌های جذاب ارائه‌شده بود، جنبشی را برای تدریس «تاریخ بزرگ» در مدارس راه‌اندازی کرد. سخنرانی کریستین، که به توضیح ۱۳ میلیارد سال تاریخ در ۱۸ دقیقه می‌پردازد، بیش از یک میلیون بار مشاهده‌شده است.

کریستین و استیونسون سبک‌های مختلفی در ارائه دارند، اما هر دو به طرز شگفت‌انگیزی جذاب و الهام‌بخش هستند. یکی داستان‌های تأثیرگذار می‌گوید و دیگری اطلاعات و داده‌های پیچیده را با اسلایدهایی پر از تصاویر ارائه می‌دهد.

با این حال، هر دو موفق هستند چون آن‌ها ۹ اصل مشترک را رعایت می‌کنند. این اصول در حقیقت علم و هنر متقاعدسازی را در خود جای داده‌اند.

من پس از تحلیل بیش از ۵۰۰ سخنرانی تد (بیش از ۱۵۰ ساعت) و مصاحبه با سخنرانان موفق این کنفرانس، متوجه شدم که همه‌ی سخنرانی‌های محبوب تد شامل ۹ عنصر کلیدی هستند. برای درک بهتر این اصول، من با برخی از بهترین دانشمندان اعصاب، روان‌شناسان و کارشناسان ارتباطات مصاحبه کردم. این تحقیقات به من کمک کرد تا دلیل موفقیت این تکنیک‌ها را بهتر بفهمم؛ و بهترین قسمت این است که پس از یادگیری این تکنیک‌ها، شما هم می‌توانید در اولین ارائه یا سخنرانی خود از آن‌ها استفاده کنید و مخاطباتان را تحت تأثیر قرار دهید. این‌ها همان تکنیک‌هایی هستند که من سال‌ها برای مربیگری مدیران عامل، کارآفرینان و رهبران برنده‌های جهانی به کار برده‌ام.

شاید شما هیچ‌گاه در یک کنفرانس تد واقعی سخنرانی نکنید، اما اگر می‌خواهید در دنیای کسب‌وکار موفق شوید، باید بتوانید یک ارائه شایسته تد داشته باشید. این نوع ارائه‌ها نمایانگر سبکی جسورانه، نوآورانه و جذاب است که شما را در هر فرصتی که با مخاطب روبه‌رو شوید، برجسته می‌کند.

ایده‌های ارزشمندی که باید منتشر شوند

ریچارد ساوِل ورمَن در سال ۱۹۸۴ کنفرانس «تد» را به عنوان یک رویداد یک‌باره برگزار کرد. شش سال بعد، این رویداد به یک کنفرانس چهار روزه در مونتری کالیفرنیا تبدیل شد. با پرداخت ۴۷۵ دلار، شرکت‌کنندگان می‌توانستند سخنرانی‌هایی در زمینه‌های مختلف، شامل تکنولوژی، سرگرمی و طراحی بشنوند. در سال ۲۰۰۱، کریس اندرسون، ناشر مجله تکنولوژی، این کنفرانس را خرید و در سال ۲۰۰۹ آن را به لانگ بیچ، کالیفرنیا منتقل کرد. در ۲۰۱۴، تد به ونکوور، کانادا منتقل شد که نشان‌دهنده شهرت جهانی آن بود.

قبل از سال ۲۰۰۵، تد یک رویداد سالانه بود که در آن، ۵۰ سخنران در طی چهار روز سخنرانی‌هایی ۱۸ دقیقه‌ای ارائه می‌دادند؛ اما در همان سال، اندرسون یک

کنفرانس جهانی به نام «تد جهانی»^۱ راه اندازی کرد تا دسترسی به مخاطبان بین‌المللی را افزایش دهد. در ۲۰۰۹، این سازمان تصمیم گرفت تا به افراد ثالث مجوز دهد که رویدادهای «تد اکس» را در سطح محلی برگزار کنند. تنها طی سه سال، بیش از ۱۶۰۰۰ سخنرانی در رویدادهای تد اکس در سرتاسر دنیا برگزار شد. امروز، هر روز پنج رویداد تد اکس در بیش از ۱۳۰ کشور برگزار می‌شود.

با اینکه کنفرانس‌ها رشد زیادی داشته‌اند، سخنرانان تد به مخاطبانی بزرگ‌تر از طریق وبسایت تد دات کام معرفی شدند. این سایت در ژوئن ۲۰۰۶ با ۶ سخنرانی آغاز به کار کرد. شش ماه بعد، این سایت تنها ۴۰ سخنرانی داشت، ولی بیشتر از سه میلیون بار مشاهده شده بود. جهان هنوز هم تشنه‌ی ایده‌های بزرگ و جذاب است.

در تاریخ ۱۳ نوامبر ۲۰۱۲، سخنرانی‌های تد دات کام به یک میلیارد مشاهده رسیدند و اکنون روزانه ۱/۵ میلیون بار مشاهده می‌شوند. این ویدیوها به ۹۰ زبان مختلف ترجمه شده‌اند و هر ثانیه ۱۷ مشاهده جدید از سخنرانی‌های تد آغاز می‌شود. کریس اندرسون در این باره می‌گوید: «قبلاً، ۸۰۰ نفر یک‌بار در سال جمع می‌شدند، اما حالا روزانه حدود یک میلیون نفر در حال تماشای سخنرانی‌های تد آنلاین هستند. وقتی چند سخنرانی را برای آزمایش منتشر کردیم، پاسخ‌های پرشور دریافت کردیم و این باعث شد که سازمان را کاملاً تغییر دهیم و به جای اینکه خود را صرفاً یک کنفرانس بدانیم، خود را به عنوان "ایده‌هایی که ارزش انتشار دارند" بشناسیم و یک وبسایت بزرگ در اطراف آن بسازیم.»

شش سخنرانی اول تد که آنلاین منتشر شدند، امروز به عنوان کلاسیک‌هایی در میان طرفداران شناخته می‌شوند. سخنرانانی چون آل گور^۲، سر کن رابینسون و تونی رابینز در این لیست قرار دارند. برخی از این سخنرانان از اسلایدهای سنتی استفاده کردند، برخی دیگر نه؛ اما نکته مشترک این سخنرانی‌ها این است که همه‌ی آن‌ها احساسی، نوآورانه و به یادماندنی بودند.

1 Global

2. Al Gore

امروز تد به عنوان پلتفرمی با تأثیر جهانی شناخته می‌شود. وقتی بازیگران و موسیقی‌دانان معروف ایده‌های جدیدی دارند، به سرعت به صحنه تد می‌روند. چند روز بعد از دریافت جایزه اسکار بهترین فیلم، کارگردان فیلم «آرگو»، بن افلاک، در تد لانگ بیچ ظاهر شد تا در مورد تجربیاتش در کنگو صحبت کند. چند روز قبل از آن، خواننده‌ی گروه یوتو^۱، بونو^۲، در سخنرانی خود به موفقیت‌های کمپین‌های ضد فقر در سراسر جهان پرداخت. به گفته‌ی اندرسون، «وقتی سلبریتی‌ها می‌خواهند جدی گرفته شوند، به صحنه تد می‌روند.»

درست مانند شیرل سندبرگ که پس از سخنرانی‌اش در تد در مورد زنان در محیط کار، کتاب پرفروش «Lean In» را نوشت. این سخنرانی به سرعت در تد دات کام ویروسی شد و به یک پدیده تبدیل گشت.

سخنرانی‌های تد به طرز شگرفی توانسته‌اند طرز فکر مردم را تغییر دهند و در بسیاری از زمینه‌ها از جمله هنر، طراحی، کسب‌وکار، آموزش، سلامت، علم، تکنولوژی و مسائل جهانی تأثیرگذار باشند. دافنه زونگا، فیلم‌ساز مستند، که در کنفرانس تد ۲۰۰۶ حضور داشت، آن را چنین توصیف می‌کند: «این یک گردهمایی است که در آن بهترین کارآفرینان، طراحان، دانشمندان و هنرمندان جهان ایده‌های جدید و شگفت‌انگیز خود را ارائه می‌دهند. این تجربه مانند "سرک دو سلی برای ذهن" است.» او می‌گوید: «هیچ رویدادی شبیه به آن وجود ندارد. این چهار روزی از یادگیری، اشتیاق و الهام است. محرک ذهنی است، اما من هرگز فکر نمی‌کردم ایده‌هایی که می‌شنوم، قلب من را نیز به حرکت درآورند.»

اپرا وینفیری نیز این پلتفرم را چنین توصیف کرده است: «تد جایی است که افراد برجسته برای شنیدن ایده‌های دیگر افراد برجسته جمع می‌شوند.»

۱. (۲U) یک گروه موسیقی راک ایرلندی است که در سال ۱۹۷۶ در دوبلین شکل گرفت و امروزه به عنوان یکی از معروف‌ترین، محبوب‌ترین و پرافتخارترین گروه‌های موسیقی محسوب می‌شود. اعضای گروه یوتو شامل پال دیوید هیوسن معروف به بونو، دیوید هاول ایوانز معروف به ادج، آدام کلیتون و لری مولن جونیور می‌باشد.

2. Bono

کتاب صحبت کردن مانند ند به شما ابزارهایی می‌دهد تا صدای خود را پیدا کنید و شاید حتی به موفقیت‌های بزرگ دست یابید.

ارتباط‌گیران معمولی شاید موفق‌تر از دیگران باشند، اما ارتباط‌گیران بزرگ، حرکات و تغییرات اساسی ایجاد می‌کنند. آن‌ها تنها با نام خانوادگی‌شان شناخته می‌شوند و در تاریخ جاودانه می‌مانند: جفرسون، لینکلن، چرچیل، کندی، کینگ، ریگان. عدم توانایی در برقراری ارتباط مؤثر در کسب‌وکار، راهی سریع به‌سوی شکست است. این یعنی استارت‌آپ‌ها نمی‌توانند تأمین مالی شوند، محصولات فروخته نخواهند شد، پروژه‌ها حمایت نخواهند داشت و حرفه‌ها متوقف می‌شوند. توانایی ارائه یک سخنرانی مانند تد می‌تواند تفاوت بین دریافت تحسین و فرورفتن در گمنامی باشد. شما هنوز زنده‌اید، این یعنی زندگی شما هدف دارد. شما برای عظمت به دنیا آمده‌اید. اجازه ندهید عدم توانایی در بیان ایده‌های خود، پتانسیل شما را نابود کند.

در تد ۲۰۰۶، تونی رابینز، مربی انگیزشی، گفت: «رهبران مؤثر توانایی دارند خود و دیگران را به عمل وادار کنند، زیرا نیروهای نامرئی که ما را شکل می‌دهند را درک می‌کنند.» ارتباط پرشور، پر قدرت و الهام‌بخش یکی از این نیروهاست که ما را حرکت می‌دهد و تغییر می‌دهد. رویکرد جدید برای حل مشکلات دیرینه، داستان‌های الهام‌بخش، روش‌های جالب برای انتقال اطلاعات و تشویق‌های بلند و دست‌زدن‌ها به نام «لحظات تد» شناخته می‌شوند. این لحظات را بسازید. مخاطبان خود را جذب کنید. آن‌ها را الهام بخشید. دنیا را تغییر دهید. این گونه سخنرانی کنید...

بخش اول

احساسات

یکی از اصلی‌ترین ویژگی‌های فرمت تد این است که ارتباطات انسانی به‌طور مستقیم و تقریباً آسیب‌پذیر برقرار می‌شود. شما بر روی صحنه، بدون هیچ‌گونه حفاظ یا نقابی، تنها هستید. سخنرانی‌هایی که بیشترین تأثیر را دارند، همان‌هایی هستند که در آن‌ها مردم می‌توانند حقیقت انسانیت را لمس کنند. احساسات، آرزوها، و دنیای خیال.

کریس اندرسون، سرپرست تد

اندام‌های مصنوعی به او قدرت‌هایی فوق بشری می‌دهند که برای دیگران فقط در دنیای رؤیاها ممکن است.

آیمی مولینز معنای «معلول» بودن را کاملاً تغییر داد. همان‌طور که به استیون کولبرت، کم‌دین و مجری تلویزیونی گفت، بسیاری از بازیگران هالیوودی در سینه‌هایشان بیشتر از مواد مصنوعی دارند تا آنچه که او در کل بدنش دارد، «و ما نیمی از هالیوود را معلول نمی‌نامیم.»

آیمی از قدرت خود (اندام‌های مصنوعی‌اش) برای دویدن در مسابقات NCAA در دانشگاه جرج تاون استفاده کرد. او سه رکورد جهانی در دوومیدانی در پارالمپیک ۱۹۹۶ شکست، مدل فشن و بازیگر شد و به لیست ۵۰ نفر از زیباترین افراد مجله «پپل» راه یافت.

در سال ۲۰۰۹، آیمی با قد ۱۷۰ سانتیمتر، بر روی صحنه تد ایستاد با قدی معادل ۱۸۵ سانتیمتر، که برای این رویداد انتخاب کرده بود. آیمی پاهای متفاوتی را برای هر مناسبت انتخاب می‌کند. او از اندام‌های مصنوعی با کارکرد بیشتر برای پیاده‌روی در خیابان‌های منهتن و از مدل‌های مد روز برای مهمانی‌های خاص استفاده می‌کند.

آیمی مولینز گفت: «تد واقعاً سکوی پرتاب برای دهه بعدی جستجوهای زندگی‌ام بود.»

او باور دارد که حضورش در تد شروع گفتگویی بود که به‌طور عمیق روش جامعه را در نگاه کردن به افراد معلول تغییر داد. نوآوران، طراحان و هنرمندان خارج از جامعه پزشکی سنتی پروتز، الهام گرفته‌اند تا ببینند چگونه می‌توانند پاها را به شکلی خلاقانه و واقع‌گرایانه بسازند. «دیگر این گفت‌وگو در مورد غلبه بر کمبود نیست. این گفت‌وگو در مورد پتانسیل است. اندام مصنوعی دیگر نمایانگر نیاز به جایگزینی فقدان نیست ... بنابراین افرادی که جامعه روزگاری آن‌ها را معلول می‌دانست، حالا می‌توانند معماران هویت خودشان شوند و واقعاً هویت خود را از جایی که قدرت دارند طراحی کنند ... این انسانیت ماست و تمام پتانسیلی که در آن است، که ما را زیبا می‌کند.»

فصل ۱

رها کردن استاد درون

هیجان همان چیزی است که به شما کمک می‌کند تا بهترین و بالاترین نمایش از استعداد خود را به نمایش بگذارید.

لری اسمیت، تد اکس، نوامبر ۲۰۱۱

آیمی مولینز^۱ دوازده جفت پا دارد؛ مانند اکثر افراد، او با دو پا به دنیا آمد، اما برخلاف اکثر مردم، به دلیل یک بیماری خاص، مجبور شد هر دو پای خود را زیر زانو قطع کند. از روز اول تولدش، آیمی بدون پاهای پایینی زندگی کرده است. آیمی در یک خانواده طبقه متوسط در آلتاون ایالت پنسیلوانیا بزرگ شد، اما دستاوردهای او خیلی بیشتر از معمولی است. پزشکان او پیشنهاد کردند که قطع زودهنگام پاها بهترین شانس را برای داشتن تحرک معقول به او می‌دهد. زمانی که کودک بود، هیچ نقشی در این تصمیم نداشت، اما وقتی بزرگ‌تر شد، از پذیرش برچسب «معلول» که دیگران به او می‌زدند، خودداری کرد. او تصمیم گرفت که

1. Aimee Mullins

اراده آیمی او را به یک ورزشکار کلاس جهانی تبدیل کرد؛ هیجان او دل‌های مخاطبان تد را فتح کرد.

راز شماره ۱: رها کردن استاد درون

برای شناسایی ارتباط منحصر به فرد و معنادار خود با موضوع سخنرانی‌تان، عمیقاً کاوش کنید. هیجان به «استادی» منتهی می‌شود و سخنرانی شما بدون آن هیچ ارزشی ندارد، اما به یاد داشته باشید که چیزی که شما را به هیجان می‌آورد ممکن است برای دیگران چندان واضح نباشد. آیمی مولینز به پروتورها هیجان ندارد؛ او به رها کردن پتانسیل انسانی هیجان دارد.

چرا این کار می‌کند: علم نشان می‌دهد که هیجان مسری است، به‌طور واقعی. شما نمی‌توانید دیگران را الهام بخشید مگر آنکه خودتان الهام گرفته باشید. شما شانس بیشتری برای متقاعد کردن و الهام بخشیدن به مخاطباتان دارید اگر ارتباطی هیجان‌انگیز، پرهیجان و معنادار با موضوع خود برقرار کنید.

در اکتبر ۲۰۱۲، کامرون راسل به مخاطبان تد اکس گفت: «ظاهر همه چیز نیست.»

کلیشه‌ای؟ بله، اگر این حرف توسط هر کس دیگری گفته می‌شد؛ اما راسل یک مدل موفق فشن است. در عرض سی ثانیه از روی صحنه، راسل لباس خود را تغییر داد. او لباس مشکی تنگ خود را با دامن پیچی پوشاند، کفش‌های هشت اینچی خود را با کفش‌های ساده‌تر جایگزین کرد و یک سویی شرت یقه‌بلند به سر کشید.

«پس چرا این کار را کردم؟» از مخاطب پرسید. «تصویر قدرت دارد، اما تصویر همچنین سطحی است. من کاملاً چیزی که شما در مورد من فکر می‌کردید را در شش ثانیه تغییر دادم.»

راسل توضیح داد که او یک مدل زیرپوش است که برای ویکتوریا سیکرت روی صحنه رفته و بر روی جلد مجلات فشن ظاهر شده است. درحالی‌که راسل اذعان می‌کند که مدلینگ برای او خوب بوده است (آن پول برای پرداخت هزینه‌های

دانشگاهش را تأمین کرد) او به‌طور کامل آگاه است که «در لاتاری ژنتیکی برنده شده است.»

راسل یک سری عکس‌های قبل و بعد را به نمایش گذاشت. عکس‌های «قبل» نمایی از او در روز عکس‌برداری را نشان می‌دهند و عکس‌های «بعد» تبلیغ‌نهایی را نشان می‌دهند. البته دو عکس هیچ شباهتی به هم نداشتند. در یکی از عکس‌ها، راسل (در آن زمان ۱۶ ساله) با یک پسر جوان که دستش را در جیب پشت شلوارش گذاشته بود، به طرز اغواکننده‌ای ایستاده بود (در آن زمان راسل حتی دوست‌پسر نداشت). «امیدوارم شما چیزی که می‌بینید این باشد که این تصاویر تصویر من نیستند. این‌ها ساخته‌هایی هستند که توسط گروهی از حرفه‌ای‌ها ساخته شده‌اند؛ آرایشگران، گریمورها، عکاسان، استایلیست‌ها و تمام دستیاران و پیش‌تولید و پس‌تولید. آن‌ها این را می‌سازند. این من نیستم.»

رسل یک استاد واقعی در حرفه‌اش (مدلینگ) است؛ اما مدلینگ چیزی نیست که او به آن علاقه‌مند باشد. او به ارتقای عزت‌نفس در دختران جوان اهمیت می‌دهد و به همین دلیل با مخاطباتش ارتباط عمیق و تأثیرگذار برقرار می‌کند. این علاقه‌مندی از نوعی شور و اشتیاق است که به‌راحتی به دیگران منتقل می‌شود. او می‌گوید: «واقعیت این است که من مدل شدم چون در قرعه‌کشی ژنتیک برنده شدم و وارث یک میراث خاص هستم. ممکن است از خود بپرسید این میراث چیست. خوب، در طول چند قرن گذشته، ما زیبایی را نه تنها به‌عنوان سلامت و جوانی و تقارن که به‌طور طبیعی در ما برای تحسین آن برنامه‌ریزی شده، بلکه به‌عنوان قدبلند، اندام لاغر، زنانگی و پوست سفید هم تعریف کرده‌ایم. این میراثی است که برای من ساخته شده و من از آن بهره‌برداری کرده‌ام.»

ظاهر رسل او را به یک مدل تبدیل کرد، اما علاقه و شور او بود که او را به یک سخنران موفق تبدیل کرد.

رسل و مالینز به خاطر توانمندی‌های برجسته‌شان در حوزه‌هایشان به صحنه آمده‌اند، اما آن‌ها به دلیل اشتیاق و علاقه عمیقی که به موضوعاتشان دارند، توانسته‌اند با مخاطبان ارتباط واقعی برقرار کنند. آنچه که یک سخنران را واقعاً پرشور

می‌کند همیشه به کار روزمره‌اش مربوط نمی‌شود. رسل هیچ‌وقت در مورد مدلینگ و ژست‌هایش صحبت نکرد، و مالینز هم از مسابقات دوومیدانی نگفت. با این حال، هر کدام از آن‌ها بهترین سخنرانی زندگی‌شان را ارائه دادند.

سخنرانان محبوب تد ویژگی مشترکی با جذاب‌ترین ارتباط‌گیرندگان در هر حوزه‌ای دارند، آن‌ها یک شور و اشتیاق دارند، یک دغدغه که باید آن را با دیگران به اشتراک بگذارند. محبوب‌ترین سخنرانان تد «شغل» ندارند. آن‌ها یک اشتیاق دارند، یک دغدغه، یک مأموریت، اما نه یک شغل. این افراد به اشتراک‌گذاری ایده‌های خود فراخوانده شده‌اند.

مردم نمی‌توانند دیگران را الهام ببخشند مگر اینکه خودشان الهام‌گرفته باشند. همان‌طور که رابرت گرین در کتاب «استادی» می‌نویسد: «در فرهنگ ما معمولاً تفکر و قدرت‌های فکری را با موفقیت و دستاوردها معادل می‌دانیم؛ اما در حقیقت، این ویژگی‌های احساسی است که تفاوت بین کسانی که در یک حوزه استاد می‌شوند و کسانی که صرفاً در یک شغل مشغول به کارند، ایجاد می‌کند. تمایل، صبر، پشتکار و اعتماد به نفس ما نقش بسیار بزرگ‌تری در موفقیت از قدرت‌های استدلالی دارند. زمانی که احساس انگیزه و انرژی داریم، می‌توانیم تقریباً هر چیزی را پشت سر بگذاریم؛ اما زمانی که بی‌انگیزه و بی‌حوصله‌ایم، ذهنمان خاموش می‌شود و تبدیل به موجودات بی‌حرکت می‌شویم.» سخنرانان پرانرژی و با انگیزه همیشه جذاب‌تر از سخنرانان بی‌حوصله و بی‌روح هستند.

من اغلب از مدیران عامل درخواست می‌کنم تا در پروژه‌های مهم یا ابتکارات جدید به من کمک کنند تا داستان برند خود را به‌طور مؤثر و جذاب‌تری بیان کنند. در سفرهایم به سراسر جهان، از برندهایی همچون اینتل، کوکاکولا، شورون، فایزرو بسیاری دیگر بازدید می‌کنم. در هر زبانی و در هر کشوری، آن سخنرانانی که شور و اشتیاق واقعی خود را نسبت به موضوعاتشان ابراز می‌کنند، از دیگران متمایز می‌شوند و به‌عنوان رهبران الهام‌بخش شناخته می‌شوند. این افراد کسانی هستند که مشتریان دوست دارند با آن‌ها همکاری کنند.

برای سال‌ها، من همیشه در ابتدای جلسات مربیگری‌ام از مشتریان می‌پرسیدم: «چه چیزی شما را به‌شدت مشتاق می‌کند؟» در مراحل اولیه ساخت یک داستان، برای من مهم‌تر از محصول، این است که بدانم چرا سخنران به این محصول یا خدمت این قدر علاقه دارد. هاوارد شولتز، بنیان‌گذار استارباکس، یک‌بار به من گفت که او به قهوه به‌تنهایی علاقه‌مند نیست. او می‌گوید که بیشتر به «ایجاد یک فضای سوم بین کار و خانه، جایی که کارکنان با احترام رفتار شوند و خدمات عالی به مشتریان ارائه گردد» علاقه دارد. قهوه یک محصول است، اما استارباکس در واقع در زمینه ارائه خدمات به مشتریان فعالیت می‌کند. تونی شیه، بنیان‌گذار زاپوس^۱، به کفش‌ها علاقه ندارد. او می‌گوید که به «تحويل شادی» علاقه‌مند است. او از خود می‌پرسد: «چطور می‌توانم کارکنانم را خوشحال کنم؟ چطور می‌توانم مشتریانم را خوشحال کنم؟» سؤالاتی که از خود می‌پرسید، مسیر کاملاً متفاوتی را به دنبال خواهد داشت. از خود پرسیدن «محصول من چیست؟» به اندازه پرسیدن «من در چه کسب‌وکاری هستم؟» واقعاً چه چیزی مرا به‌شدت مشتاق می‌کند؟» مؤثر نخواهد بود.

تونی شیه به‌قدری به خدمات به مشتریان و ارتباط با کارکنان علاقه‌مند است که او یکی از سخنرانان خواستنی در رویدادها و کنفرانس‌های سراسر جهان است (او باید درخواست‌های بیشتری را رد کند تا قبول کند). از آنجا که بسیاری از سخنرانان خشک و بی‌روح هستند زیرا ارتباطی واقعی با موضوع ندارند، تماشای یک سخنران پرشور به اندازه نوشیدن آب یخ در یک بیابان، تازه و سرزنده است.

چه چیزی دل شما را شاد می‌کند؟

اخیراً شروع کرده‌ام به تغییر اولین سؤالی که از مشتریان اجرایی خود می‌پرسم. این مشتریان کسانی هستند که می‌خواهند مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود بخشند. در آخرین سخنرانی عمومی‌اش، استیو جابز گفت: «تلاقی هنرهای انسانی