

نوشتن متن سخنرانی

مؤلف: رسول خان امین

سال ۱۳۹۷

بسم الله الرحمن الرحيم



شناسنامه کتاب

نام کتاب: نوشتن متن سخنرانی

مؤلف: رسول خان امین

ناشر: انتشارات زرگام

صفحه آرا: محمد جواد مبارز

ویراستار: سید جلال موسوی

نوبت چاپ: اول

سال: میزان ۱۳۹۷ هـ ش

تعداد: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: () افغانی

نشانی: کابل - جوی شیر

شماره‌های تماس: ۰۷۴۹۱۰۲۳۷۵ / ۰۷۸۶۷۷۰۴۵۴

همه حقوق چاپ و نشر به ناشر محفوظ است.

تقديم:

به

پدر و مادرم

که زمینه تحصيل را برايهم فراهم نمودند

و

تقديم

به

تمام تعليم ديدهگان کشورم افغانستان.

سپاس‌گزاری

بی شک این کتاب بدون حمایت‌ها و هدایت‌های استادان و دوستان عزیزم به‌رشته تحریر در نمی‌آمد، لذا از کلیه عزیزانی که بنده را در نگارش این کتاب یاری کردند صمیمانه سپاس‌گزارم و برای تک‌تک این عزیزان آرزوی موفقیت و سربلندی دارم. در ادامه نام برخی از این بزرگواران جهت تقدیر و ارج نهادن به زحمات‌شان 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.

سید جلال موسوی

دوست بزرگوارم که در قسمت ویرایش کتاب با من همکاری نموده و همچنین مشاور خوبی در قسمت تدوین کتابم بودند.

سید صمیم سعیدی

دوست عزیز و همکار خستگی‌ناپذیرم که در تمام مراحل تهیه این کتاب همراهی نموده و در تصحیح نویسی کمک شایانی کردند.

شیرولی نوری مدیر مسئول انتشارات زرگام

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

سخن ناشر

خداوند بزرگ (ج) را بی نهایت سپاس گزاریم که انتشارات زرگام را توفیق داد که کتاب "نوشتن متن سخنرانی" اثر استاد محترم رسول خان امین را چاپ کند.

انتشارات زرگام از آغاز تأسیس (۱۳۹۵) کتاب‌های روان‌شناسی، ادبی، حقوقی و اقتصادی 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 زرگام 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 زرگام در چاپ و نشر، جنبه‌های زیر را ملاک کار خود قرار می‌دهد: برازندگی محتوای اثر، ویراستاری دقیق، قطع و صحافت متناسب به ویژگی‌های اثر، مرغوبیت و زیبایی چاپ.

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 مورد نیاز جامعه 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 زرگام در خدمت فرهنگیان کشور قرار دارد.

با احترام

شیر ولی نوری

مدیر مسئول انتشارات زرگام

پیشگفتار

به نام خداوند جان آفرین***حکیم سخن بر زبان آفرین
خداوند(ج) را شکر می‌گویم که برایم توفیق عنایت فرمود تا
کتاب "نوشتن متن سخنرانی" را به رشته تحریر در آورم. همه ما
می‌دانیم که سخنرانی ابزاری بسیار قدرتمند و ارزشمند است که اگر
به خوبی استفاده شود از ما شخصی قدرتمند می‌سازد. البته به دلیل
عدم توانایی در نوشتن متن سخنرانی و ترسناک بودن آن بسیاری از
آن پرهیز کرده و یا سخنرانی‌های غیر قابل قبولی را ارائه می‌کنند!
بنابراین این شما هستید که می‌توانید تهدیدی بزرگ را به فرصتی
بسیار ارزشمند تبدیل کنید.

این کتاب برای تمام افرادی که می‌خواهند در حضور دیگران
بدرخشند و با سخنرانی فوق‌العاده و زیبایی خود دیگران را تحت تأثیر
قرار دهند و همچنین زمانی که قرار است در جمعی صحبت کنند
(سخنرانی‌های رسمی، جمع فامیل و ...)، بتوانند متن درست برای
سخنرانی‌شان نوشته و ترس خودشان را کنترل کرده تا خود را فردی
با جایگاه اجتماعی و شغلی بالا نشان دهند مفید است، پس اگر
احساس می‌کنید شما هم به این کتاب نیاز دارید، با دقت آن را
مطالعه کنید.

در این کتاب راهکارهای کاملاً عملی برای نوشتن متن سخنرانی

گفته شده است و تنها روشی که می‌توانیم به هدف خودمان که همان کنترل درست فضا و موضوعات سخنرانی در حین سخنرانیست برسیم باید تمرین‌های گفته شده در این کتاب را به‌طور کامل انجام دهیم. پس به یاد داشته باشید، این کتاب فقط در صورتی می‌تواند به شما کمک کند که در انجام تمرین‌های آن ممارست کافی داشته باشید.

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. راستی از شما خواننده گرامی خواهشمندیم نظریات، انتقادات و پیشنهادهای‌تان را با ما شریک سازید.

با عرض حرمت

رسول خان امین

فهرست مطالب

فصل اول.....	۱
انتخاب موضوع سخنرانی.....	۱
فصل دوم.....	۱۳
هدف سخنرانی.....	۱۳
چگونه ایده بزرگ برای سخنرانی خود پیدا کنیم؟.....	۱۴
چگونه یک هسته خلق کنیم؟.....	۱۵
فصل سوم.....	۱۹
انواع سخنرانی.....	۱۹
فصل چهارم.....	۲۳
آماده کردن متن سخنرانی.....	۲۳
فصل پنجم.....	۲۹
نوشتن متن سخنرانی.....	۲۹
دلایل نوشتن متن سخنرانی.....	۳۱
بایدها و نبایدها در نوشتن متن سخنرانی.....	۳۲
طراحی متن سخنرانی.....	۳۶
فصل ششم.....	۴۱
یادآورهای سخنرانی و سلایدسازی.....	۴۱
فصل هفتم.....	۵۷
فراموش نکردن متن سخنرانی.....	۵۷
معایب روخوانی:.....	۵۸

۵۹	 معایب حفظ کردن:
۶۳	 فصل هشتم.
۶۳	 آمادگی و تمرین سخنرانی.
۷۳	 فصل نهم.
۷۳	 ۱۰ ساختار مهم سخنرانی.
۸۳	 فصل دهم.
۸۳	 10 اشتباه عمده سخنرانان.
۸۹	 سخن پایانی:
۹۰	 منابع و مآخذ:

فصل اول

انتخاب موضوع سخترانی

از دغدغه‌های همیشگی هر سختران انتخاب موضوع است. همانطور که انتخاب یک موضوع خوب و مناسب باعث موفقیت در سخترانی می‌شود انتخاب اشتباه آن می‌تواند منجر به شکست در ارائه مطالب گردد. برای انتخاب یک موضوع مناسب باید دقت لازم را به خرج دهیم؛ زیرا شاکله و پایه هر سخترانی بر روی موضوع و اهداف آن بنا شده است.

قبل از انتخاب موضوع سخترانی باید هدف از سخترانی مشخص شود. هدف از سخترانی را می‌توان به فانوس دریایی تشبیه کرد که جهت و سمت‌وسوی سخترانی را نشان می‌دهد؛ زیرا وقتی هدف و چرایی یک سخترانی معلوم نباشد مثل این است که یک کشتی بدون تعیین مسیر در دریا فقط به سمت جلو پیش می‌رود. قطعاً یک سختران هم که هدف و دلیل سخترانی‌اش را نمی‌داند از این شاخه به آن شاخه می‌پرد و پراکنده‌گویی می‌کند.

برای این که فرق بین موضوع و هدف سخترانی واضح گردد یک

مثال می‌زنیم فرض کنید با شما تماس می‌گیرند تا برای عده‌ای از افراد مبتلا به سگرت در خصوص ضررهای سگرت سخنرانی کنید تا این افراد از این به بعد کمتر سگرت بکشند. در این مثال صحبت در خصوص مضرات سگرت، موضوع سخنرانی است و این که بعد از این سخنرانی میزان مصرف سگرت در بین این افراد کاهش یابد؛ هدف سخنرانی است.

موضوع خود را مشخص کنید؛ یک معلم را تصور کنید که بخواهد تمام علم خود و یا تمام مطلب‌های یک کتاب را تنها در یک ساعت درسی تدریس کند! آیا این امکان‌پذیر است؟ بدون شک خیر.

حتی اگر بخواهد یک فصل از یک کتاب را در یک جلسه تدریس کند باز هم امکان‌پذیر نیست. شاید از نظر زمانی، با افزایش سرعت تدریس، بتواند مطالب یک فصل را در یک جلسه 90 دقیقه‌ای، تنها بازگو کند؛ اما این را نمی‌توان تدریس نامید. چرا که ذهن مخاطبان خیلی زود خسته شده و توان به‌خاطر سپاری را نخواهند داشت. بنابراین لازم است یک مدرس، تنها بر روی یک موضوع کوچک و یا پُراهمیت تمرکز نماید و به‌جای ارائه‌ی مطلب‌های زیاد در یک جلسه، تلاش کند تا مخاطبان‌ش، همان یک مطلب را خوب فرا گیرند.

به‌طور کلی عواملی مؤثر در انتخاب موضوع به شرح زیر می‌باشند:

۱. تخصص ما در آن موضوع: برای این که مطمئن شویم

سخنرانی خوب و دلچسبی داریم باید موضوعاتی را برای سخنرانی انتخاب کنیم که آن موضوع را به‌خوبی درک و لمس کرده باشیم و به

قول معروف در آن کار استاد باشیم و لازمه آن این است که در آن موضوع مطالعات کافی یا تجربه‌های شخصی داشته باشیم. تخصص شما هر چه که هست قرار نیست تنها در یک جلسه و بر روی یک سن، صفر تا صد آن را بگویید ضمن این که مخاطبان شما هم با یک سمینار، تخصص و تسلط شما را کسب نخواهند کرد. پس سعی نکنید تمام آنچه را که می‌دانید آماده‌ی ارائه کنید. در یک کلام، مخاطبان را بمباران اطلاعات نکنید. با این کار تنها، مخاطبان تان را خسته خواهید کرد.

۲. فقط یک موضوع را انتخاب کنید: در تجربه‌ها و

داستان‌هایی که از تخصص تان دارید جست‌وجو کرده و تنها یک موضوع کاربردی و جذاب را انتخاب کنید. موضوع انتخابی شما باید این سه معیار را داشته باشد:

(۱) کاملاً بر روی آن تسلط داشته باشید؛

(۲) مورد علاقه شما باشد؛

(۳) برای مخاطبان جذاب و مورد نیاز آن‌ها باشد.

با پرسیدن چند پرسش از خودتان و پاسخ به آن‌ها، می‌توانید یک موضوع را انتخاب کنید، می‌توانید از پرسش‌هایی که در ادامه می‌آیند استفاده کنید:

(۱) ندانستن چه عواملی باعث بروز سختی و آشفتگی در تخصص تان

خواهد شد؟ آیا خودتان در این زمینه تجربه‌ای دارید؟

(۲) چه عواملی باعث طولانی‌تر شدن مسیر در شغل تان شده

است؟

۳) چه مواردی را اگر می‌دانستید بهتر عمل می‌کردید؟
می‌توانید پرسش‌های دیگری نیز به این فهرست اضافه کنید. در بین پاسخ‌ها موضوعات جذاب و کاربردی زیادی وجود دارند که سه معیار گفته شده را دارا هستند و افراد زیادی به آن‌ها احتیاج دارند.

۳. عنوانی کوتاه را برای موضوع‌تان در نظر بگیرید:

این‌که افراد از موضوع سخنرانی و یا کارگاه شما مطلع و ترغیب به شرکت در برنامه شما شوند لازم است عنوانی برای موضوع انتخابی‌تان در نظر بگیرید. در نظر گرفتن نیاز افراد، یکی از مهم‌ترین معیارها در انتخاب موضوع است؛ اما شما تنها در جمله‌ای که برای "عنوان" طراحی می‌کنید فرصت دارید تا اهمیت موضوع انتخابی خود را به مردم ابراز کنید.

بنابراین بسیار مهم است که در طراحی عنوان، ظرفیت زیادی به خرج دهید تا اهمیت و جذابیت موضوع کاملاً نمایان شود. به‌همین دلیل، عنوان شما باید بسیار کوتاه، جذاب و قابل درک باشد. منظور من از کوتاه، جمله‌ای کمتر از دوازده واژه است. دوازده واژه حداکثر آن است و باید سعی کنید تا حد امکان کوتاه باشد تا به راحتی برای مدتی طولانی در حافظه مخاطبان باقی بماند. ایده‌آل‌ترین حالت، 4 الی 7 واژه است.

عنوان را باید طوری بسازید که مردم با شنیدن آن احساس کنند که به دانستن مطلب‌ها و شنیدن سخنرانی شما نیاز دارند. دراین

صورت عنوان سخنرانی شما جذاب خواهد شد. در موضوع انتخابی تان خوب جست‌وجو کنید تا کلید واژه‌های متناسب و جذاب، نمایان شوند. آن‌ها بهترین گزینه‌ها برای ساخت عنوان خواهند بود. در انتخاب واژه‌ها برای ساخت عنوان دقت بسیاری به خرج دهید. مراقب باشید از واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی و پیچیده استفاده نکنید چون در این صورت شکست، حتمی خواهد بود. به این نمونه توجه کنید: سمینار "شادباشید و ثروتمند شوید" همان‌طور که می‌بینید این عنوان تنها از 5 کلمه تشکیل شده است.

واژه‌های انتخابی، بسیار ساده، جذاب و قابل درک هستند و به‌خوبی در کنار هم چیده شده‌اند. این عنوان ساده، طوری ساخته شده که نیاز طیف وسیعی از افراد جامعه را در نظر گرفته است (ثروتمند شوید) و جذابیت بسیار بالایی را شامل می‌شود.

۴. **علاقه خودمان به موضوع:** مطمئن باشید اگر به موضوع

علاقه و اشتیاقی نداشته باشیم آن وقت هیچ شور و نشاطی هم نخواهیم داشت و قطعاً مخاطب هم این را حس خواهد کرد و خسته خواهد شد، می‌گویند: "سخنی که از دل بر آید لاجرم بر دل نشیند."

۵. **موضوع کوتاه و مختصر باشد:** به این معنی که تأثیرگذار

بوده و به نکته اصلی اشاره کند. مثال‌هایی از این دست، عبارتند از: امید و اعتدال، امید و تغییر، نازک‌ترین لپ تاپ دنیا، هزار آهنگ در جیب شما، من رؤیایی دارم و چیزهایی از این قبیل.

۶. تناسب موضوع با زمان: یکی از مدرسان خوب سخنرانی

در کتاب خود گفته است: یکی از زمان‌هایی که خیلی آزار دهنده است، اینست که سخنران روی سن می‌آید و می‌گوید: «البته موضوع صحبت من، آن قدر مفصل است که ساعت‌ها و روزها باید در مورد آن صحبت کرد و واقعاً امکان‌پذیر نیست که بتوانم آن را در مدت زمان کوتاهی ارائه کنم و...» لطفاً شما از آن دسته سخنرانان نباشید که نمی‌تواند وقت خود را تنظیم نماید چون مخاطبان حس بدی را نسبت به سخنران خواهند داشت، بنابراین همیشه موضوع را متناسب با زمان در نظر بگیرید و مثل حرفه‌ای‌ها عمل کنید.

۷. ارتباط موضوع به مخاطبان: به‌طور مثال یک سخنران در

جمعی که هم افراد مجرد و هم متأهل وجود دارد بخواهد در خصوص تربیت فرزند صحبت نماید، قطعاً مخاطبان مجرد از خودشان می‌پرسند این موضوع چه نفعی برای آن‌ها دارد. یا همان سخنران در همان جمع بخواهد در خصوص ازدواج صحبت نماید، مخاطبان متأهل از خود می‌پرسند این موضوع چه نفعی برای آن‌ها دارد، بنابراین در هر دو صورت سخنران عده‌ای از مخاطبان خود را از دست می‌دهد، لذا باید سخنران دقت نماید که موضوع بحث کاملاً مرتبط با نیازهای مخاطبان باشد و برای مخاطبان سودمند باشد؛ اما همان سخنران وقتی در موضوع رشد فردی یا موفقیت فردی صحبت کند می‌تواند افراد بیشتری را به صحبت‌هایش جذب نماید.

۸. اشتیاق مخاطبان نسبت به موضوع سخنرانی: یکی از راه‌هایی که می‌توانیم توجه مخاطبان را جلب کرده و برای گوش دادن به صحبت‌های مان انگیزه ایجاد کنیم، پیدا کردن نیازها، ترس‌ها، مشکلات و رؤیاهای آن‌هاست؛ به عنوان مثال: یکی از ترس‌های انسان، ترس از صحبت کردن در برابر جمع می‌باشد. ما می‌توانیم از این ترس مردم استفاده نموده و موضوع سخنرانی خود را کنترل ترس از سخنرانی بگذاریم. یا مثال دیگر اینکه اکثر انسان‌ها رؤیای ثروتمند شدن دارند. می‌توان از این رؤیای آن‌ها برای موضوعاتی مثل راه‌های افزایش درآمد یا تکنیک‌های فروش بیشتر استفاده کنیم. اگر بتوانیم به اساس بحث‌های بالا موضوع خود را انتخاب کنیم، احتمال موفقیت ما در سخنرانی بسیار بالا می‌رود.

در یک سمینار، سخنران به موضوعی درباره طراحی داخلی و معماری منازل پرداخت؛ در حالیکه اکثر مخاطبان او معلمان مکاتب بودند و خیلی تمایل و علاقه‌ای به موضوع ارائه شده نداشتند. به‌همین خاطر بیشتر حاضران در جلسه یا به گفت‌وگو با نفر کنار خود مشغول بودند و یا در حال بازی با تلفن همراه.

تسلط و علاقه سخنران درباره موضوع کاملاً مشهود بود؛ ولی چون موضوع بر اساس نیاز و علاقه مخاطبان انتخاب نشده بود، باعث خستگی و بی‌توجهی آن‌ها شد. انتخاب موضوع، ارتباط و وابستگی زیادی به مخاطب شناسی شما دارد. به عبارتی دیگر، هر چه مخاطب شناسی شما با دقت بیشتری انجام شود، نیازها و علاقه‌مندی‌های

مخاطبان تان را بهتر پیدا می کنید و طبعاً موضوع مناسب تری انتخاب خواهید کرد.

۹. **موضوع برای مخاطب سودمند باشد:** هیچ کس برای گوش دادن به صحبت ها یا ارائه ای که برایش منفعتی ندارد، زمانش را هدر نمی دهد.

انتخاب موضوع سخنرانی در ابتدا برای سخنرانان تازه کار مشکل و زمان بر است. راهکارش این است که در هر صورت با اختصاص وقت و انرژی در ابتدای راه، موضوعات مختلف را انتخاب کنید تا کم کم در این کار خبره شوید. هیچ راه میان بری وجود ندارد. در ادامه، ذهن تان قوی تر می شود و مثل خیلی از مهارت های دیگر در اثر تمرین به صورت عادت در می آید. زمانی که یک پیام منسجم و دقیق را تبدیل به یک شعار موفق می کنید، شما در رده سخنوران رده بالا قرار خواهید گرفت. موضوع سخنرانی خود را پس از پایان نگارش متن سخنرانی انتخاب کنید. انتخاب موضوع و عنوان مناسب، کنجکاوی مخاطب را در بر خواهد داشت.

۱۰. **موضوع را دوست داشته باشیم:** آریستوتل، پدر فن سخنرانی، معتقد بود که سخنرانان موفق نسبت به موضوع شان باید "اشتیاق" یا علاقه داشته باشند. دوست داشتن و علاقه، موضوعی است که در همه کارها موجب پیشرفت و ایجاد انگیزه جهت ادامه کار و موفقیت می شود و موضوع سخنرانی نیز از این قضیه مستثنی نیست. بنابراین در مرتبه اول باید به مطالب و مباحثی که می خواهیم

درباره آن سخنرانی کنیم علاقه‌مند باشیم. در نظر بگیرید که شما خودتان چیزی را دوست ندارید و آن را هم می‌خواهید به دیگران انتقال دهید!

مشخص است که برای آماده شدن و جمع‌آوری اطلاعات در این زمینه تلاش چندانی نمی‌کنید و فقط برای رفع تکلیف به آن نگاه می‌کنید. البته در این خصوص استثناء هم وجود دارد و آن هم زمانی است که ما در زمینه‌ای علاقه چندانی نداریم؛ اما اجرای آن سخنرانی برای ما مهم است و می‌توانیم از آن طریق کسب اعتبار کنیم و به موفقیت برسیم. در این صورت با وجود علاقه کمی که نسبت به موضوع داریم باید خودمان را با جمع‌آوری اطلاعات کافی مجهز کنیم و مقداری هم آگاهانه و با انرژی به موضوع بنگریم تا کمبود بی‌علاقگی و کم‌علاقگی جبران شود. به این قضیه باز هم باید با تأمل نگاه کرد!

چگونه باید متوجه شویم که به چه موضوعی علاقه‌مندیم؟ میزان علاقه شما به یک موضوع از اینجا مشخص می‌شود که وقتی در جایی، چیزی در آن خصوص می‌بینید یا می‌شنوید، به‌طور ناخودآگاه کنج‌کاو می‌شوید که بیشتر تعمق کنید و بیشتر بدانید، یا اینکه برعکس، به‌طور ناخودآگاه از آن دوری می‌کنید. به عنوان مثال می‌توان این‌گونه فرض کرد که خواندن این کتاب تا اینجا می‌تواند نشان دهد که شما مشتاق بودید که تا اینجا ادامه دادید.

۱۱. موضوع را مخاطب دوست داشته باشد! ملاک دیگری

که برای انتخاب موضوع در اینجا مطرح می‌شود این است که

مخاطب نیز باید به موضوع علاقه‌مند باشد. هرگاه موضوع سخنرانی ما ربطی به مخاطب نداشته باشد و جزء دغدغه‌های او نباشد، یقین بدانید که با شکست مواجه می‌شوید. موضوعی که به شنوندگان کمک می‌کند تا درآمدزایی کنند، صرفه جویی مالی کنند، یا انجام کاری را برای آن‌ها آسان‌تر و لذت بخش‌تر کند، می‌تواند مورد علاقه مخاطب باشد.

۱۲. استفاده از داستان‌های زندگی شخصی: یک راه دیگر

برای پیدا کردن موضوع، استفاده از اتفاقاتی است که هر کس در زندگی خود آن را تجربه کرده است. تعریف داستان‌های شخصی مخاطب را در جای خود میخکوب می‌کند. همه دوست دارند که بدانند پایان قصه شما چه می‌شود و آن را با زندگی خود مطابقت می‌دهند تا ببینند کجا می‌توانند از آن استفاده کنند.

بنابراین اگر می‌توانید، هر اتفاقی را که در زندگی برای شما می‌افتد و فکر می‌کنید می‌تواند یک موضوع مناسب برای بیان در سخنرانی باشد، یادداشت کنید. هر چه بیشتر این کار را انجام دهید بیشتر در این کار خبره می‌شوید.

به‌طور مثال پس از اتمام کارگاه‌های سخنرانی، سمینارهایی برگزار می‌شود و از تعدادی از افراد شرکت‌کننده در این دوره‌ها خواسته می‌شود که چند دقیقه‌ای صحبت کنند؛ اتفاقاً بیشتر آن‌ها در خصوص اتفاقاتی که در این کارگاه‌ها برای‌شان افتاده و موفقیت‌هایی که پس از گذراندن این صنف‌ها داشته‌اند، تعریف می‌کنند؛ با این

روش بیش‌تر مورد استقبال حضار قرار می‌گیرند.

۱۳. از سخنرانی دیگران ایده بگیریم: یکی از راه‌های دیگری که می‌توانیم یک موضوع خوب پیدا کنیم این است که در سمینارها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها و جلسات مختلف شرکت کنیم و از سخنرانی دیگران استفاده کرده و از دل آن‌ها ایده مورد نظر را دریافت کنیم. یا اگر فرصت یا امکان حضور در سخنرانی‌های مختلف را نداریم می‌توانیم صوت آن را گوش و یا فلم آن‌ها را مشاهده کرده و ایده بگیریم.

۱۴. موضوعات ممنوعه سخنرانی: در کنار موضوعات فوق

موضوعات ممنوعه‌ای نیز وجود دارد که نباید در سخنرانی‌های خود از آن استفاده کنیم که به شرح زیر می‌باشند.

۱. موضوعاتی که علاقه ندارید، متخصص نیستید، برای مخاطب جذاب نیست و با زمان اختصاص داده شده به شما مطابقت ندارد. در این خصوص، جمله‌ای از وارن بافت یکی از ثروتمندان جهان نقل شده است که می‌گوید: "من فقط در چند حوزه‌ای که تخصص دارم فعالیت می‌کنم، حتی اگر کارهای دیگر سودهای کلان داشته باشند.

۲. موضوعاتی که با فرهنگ ما همخوانی ندارد.

۳. موضوعاتی که مخاطبان بیش‌تر از سخنران می‌دانند؛ به‌طور مثال: بخواهیم برای مدیران تولید در خصوص تولید صحبت کنیم. حال که موضوع را انتخاب کردید در فصل‌های بعدی به شما خواهیم گفت که چگونه و از کجا مطلب جمع‌آوری کنید و چگونه

متن سخنرانی را آماده کنید که مخاطبان را میخکوب کنید و محتوای سخنرانی شما بکر و جذاب باشد؛ اما قبل از آن می‌خواهم در مورد هدف سخنرانی صحبت کنم، پس با ما همراه باشید.

فصل دوم

هدف سخنرانی

هدف سخنرانی در واقع، مقصودی است که سخنران امیدوار است با سخنرانی خود به آن برسد. پیش از این که به جمع‌آوری مطالب پردازید و اولین کلمه را بنویسید و یا بگویید، می‌خواهید شنونده‌های تان چه برداشتی کنند؟ چه منفعتی به مخاطب شما می‌رسد؟ مخاطبان شما چه می‌خواهند یا چه چیزی می‌خواهید به آن‌ها بیاموزید؟ آن‌ها چرا شما را دعوت کرده‌اند؟ هدف شما چیست؟ هدف، همان دلیلی است که شما به‌خاطر آن به ایراد سخن می‌پردازید. هدف اغلب سخنرانی‌ها می‌تواند؛ فروختن، راضی و ترغیب کردن مخاطب به انجام کاری، انتقال دانش یا طرز فکری جدید، آموزش دادن، یادآوری یا روشن کردن موضوعی اشتباه، علاقه‌مند کردن و خوشحال کردن حضار باشد. هدف ممکن است:

ا. آن چیزی باشد که شما به عنوان یک سخنران می‌خواهید مخاطبان تان بفهمند، تفکر کرده و احساس کنند یا آن را به خاطر بسپارند.

ب. آن چیزی باشد که مخاطبان می‌خواهند از شما یاد بگیرند.

ج. هدف می‌تواند ترکیبی از بندهای الف و ب باشد.



لازم نیست هدف سخنرانی خود را به صورت واضح بگویید. آن را در یک جمله خلاصه کنید. هدف شما می تواند آگاهی دادن، ترغیب یا سرگرم کردن باشد. می تواند درخواست اعانه از مخاطب باشد یا قصد شما فروش محصولی باشد که به تازگی تولید کرده اید. یا اینکه می خواهید پیروز یک حزب شده و برای یک نماینده مجلس یا شورای ولایتی رأی جمع آوری کنید.

وقتی که هدفی برای خود در سخنرانی مشخص نکرده اید، مثل این است که با موتر خود حرکت کنید و بعد از آن، تصمیم بگیرید که می خواهید به کجا بروید. هدف شما مقصد شماست، اگر نمی دانید که به کجا می روید قطعاً به ناکجاآباد خواهید رسید و مخاطبان شما هم اگر با شما باشند سرنوشتی مشابه خواهند داشت.

هدف به صحبت، مسیر و سمت و سو می دهد و به شما کمک می کند که در ارائه مطالب خود، موارد اضافی را حذف و سخنان خود را متمرکز کنید. زمانی که هدف روشن و مشخصی داشته باشید، تک تک جمله ها و پاراگراف ها باید به نحوی با هدف تان همخوانی داشته باشند. این تنها راهی است که مخاطبان می توانند موضوع را تعقیب و پیام تان را دریافت کنند.

چگونه ایده بزرگ برای سخنرانی خود پیدا کنیم؟

هدف، جزیی جدایی ناپذیر از سخنرانی است و به صورت یک معیار برای همه اجزای سخنرانی کار می کند. باید هدف خود از سخنرانی را به صورت واضح مشخص کنیم و پس از آن به دنبال آماده کردن موضوع

سخنرانی باشیم. اگر به غیر از این عمل کنیم کاری اشتباه است. هدف هر سخنرانی در نهایت این است که مخاطبان و شنوندگان از آن الهام گرفته و آن‌ها را وادار به تفکر در مورد موضوعی نماید، دست به عملی بزنند، تجربه‌ای را بدون هزینه کردن به دست بیاورند یا احساس یک تغییر در آن‌ها به وجود بیاورد و تکلیف خود را بدانند. بنابراین در ابتدا به جای شروع باید به فکر طرحی برای پایان سخنرانی بود.

چگونه یک هسته خلق کنیم؟

سخنرانی شما باید یک هسته داشته باشد. بیشتر افراد فقط یک جمله از سخنرانی شما را به یاد می‌آورند که آن، همان شعار و هسته سخنرانی شماست. راز خلق لحظه‌ای به یادماندنی، شناسایی مورد یا موضوعی است که شما می‌خواهید حضار پس از ترک سالون، آن را به یاد بیاورند. مخاطبان شما نباید به دوره کردن یادداشت‌ها، سلایدها یا رونوشت‌ها نیازی داشته باشند تا یک مورد را به خاطر بیاورند. آن‌ها بسیاری از جزئیات را فراموش خواهند کرد؛ اما صد در صد چیزی را که حس می‌کنند، به یاد می‌آورند.

شاید با خود بگویید که تمام موضوعات در جهان هستی مطرح شده‌اند، مفاهیمی همچون خلاقیت، شادی، انگیزه، موفقیت و ارزش قایل شدن برای خود، بیماری‌های روانی یا سلامت، آموزش یا موضوعاتی کلی مانند عشق، امیال، توسعه و رشد فردی و اجتماعی یا بیم و امید.

مهم نیست که درباره همه این‌ها تحقیق انجام شده و صحبت شده است، مهم آن است که این‌ها اولین و آخرین روایات نیستند که به این مباحث می‌پردازند و نیز آنچه که شما بیان و روایت می‌کنید جدید است و تجربه و داستانی است که فقط متعلق به شماست، از زبان شما و با لحن و بیان شما بازگو می‌شود. کسی از آن خبر ندارد و در نهایت این شما هستید که پیروز می‌شوید.

مواردی که در انتخاب موضوع سخنرانی باید رعایت شود را در بالا برای تان توضیح دادیم. حالا پس از انتخاب موضوع و عنوان سخنرانی زمان آن می‌رسد که اهداف سخنرانی خود را مشخص کنید. اهداف در سخنرانی به منزله تابلوی راهنما هنگام رانندگی هستند. اگر این تابلوهای راهنما در جاده وجود نداشته باشند ممکن است مسیر را گم کنیم و یا دیرتر از حالت عادی به مقصد برسیم. مشخص کردن اهداف در سخنرانی به ما کمک می‌کند که با اطمینان خاطر و تسلط بالا در مسیر سخنرانی قرار بگیریم و مخاطب را نیز با خود همراه کنیم. علاوه بر این به ما کمک می‌کند که از مسیر اصلی منحرف نشویم و به منزل و مقصد اصلی سخنرانی برسیم. اهداف در سخنرانی به دو دسته کلی تقسیم می‌گردند: ۱- هدف کلی ۲- هدف خاص

۱. **هدف کلی:** هدف کلی یک سخنرانی می‌تواند متفاوت باشد و این بستگی به موضوع و مخاطب ما دارد؛ که قرار است چه نوع اطلاعاتی در اختیار او قرار دهیم.

أ. **سخنرانی باهدف انتقال اطلاعات:** در سخنرانی با هدف اطلاع‌رسانی یا انتقال اطلاعات، سخنران فقط تلاش می‌کند

میزان اطلاعات و آگاهی مخاطبان خود را بالا ببرد. در این نوع سخنرانی می‌توان از آمار و اخبار استفاده نمود یا این که یک مطلب علمی را با هدف افزایش دانش مخاطب بیان کرد. کاری که بیشتر استادان دانشگاه یا معلمان مکاتب انجام می‌دهند. ایشان بر اساس منابع علمی و کتب آموزشی، اطلاعاتی را با هدف بالا بردن دانش و درک دانش‌آموزان یا دانشجویان ارائه می‌دهند.

ب. سخنرانی با هدف متقاعد کردن: وقتی هدف سخنرانی

متقاعد کردن است، کاری بیش از انتقال اطلاعات باید انجام دهیم. در اینجا سخنران با هدف ترغیب و متقاعد کردن مخاطب، دلایل و اسنادی برای اثبات ادعای خود ارائه می‌دهد و از طرح یا پیشنهاد ارائه شده دفاع می‌کند. روش کار در سخنرانی با هدف متقاعدسازی این است که بتوانیم در مخاطب تغییر نگرش ایجاد کنیم و او را برای پذیرش پیشنهاد یا راهکار خودمان متقاعد نماییم؛ به عنوان مثال: می‌خواهیم افرادی را متقاعد کنیم تا از دوره آموزشی ما استفاده کنند. در این شرایط باید با ارائه دلایل منطقی، به افراد اثبات کنیم که شرکت در دوره آموزشی ما چه مزایایی برای آن‌ها دارد.

ج. سخنرانی با هدف ایجاد انگیزه: برای ارائه سخنرانی با

هدف ایجاد انگیزه باید به مخاطب شور و اشتیاق سرشار از احساسات مثبت منتقل نماییم. در این سخنرانی عواطف مخاطب را تحریک کرده و می‌توانیم انگیزه‌ای جهت انجام و



یا ترک یک کار ایجاد کنیم؛ به عنوان مثال: در مؤسسات ترک اعتیاد از این روش زیاد استفاده می شود. با این روش، نتایج مثبت و آینده ای روشن در قبال ترک مواد مخدر برای حاضران ترسیم می گردد و انگیزه ای قوی برای ترک مواد مخدر در آن ها ایجاد می کند. از طرفی هم با بیان عواقب و نتایج منفی و نابود کننده و انتقال حس انزجار، آن ها را مشتاق به ترک اعتیاد می کنند.

۲. هدف خاص: پس از انتخاب موضوع و تعیین هدف کلی، نوبت به تعیین هدف یا اهداف خاص می رسد. همان گونه که از نام این هدف مشخص است، باید یک هدف خاص انتخاب نموده و روی یک زمینه خاص تمرکز کنیم. باید دقیقاً مشخص کنیم می خواهیم راجع به چه چیزی اطلاع رسانی کنیم یا این که مخاطبان را نسبت به چه کاری ترغیب و متقاعد نماییم و یا در چه رابطه ای به ایشان انگیزه دهیم. به عنوان مثال: در یکی از سخنرانی هایم با موضوع حسن جویی (روش های درست تعریف کردن افراد در ارتباطات)، برای مخاطبان از اهمیت حسن جویی و روش درست آن مطالبی را ارائه کردم. حال اگر بخواهیم برای این سخنرانی موضوع و اهداف را مشخص کنیم به صورت زیر خواهد شد.

موضوع: حسن جویی

هدف کلی: متقاعد کردن

هدف خاص: متقاعد کردن مخاطبان برای به کارگیری تکنیک

حسن جویی در ارتباطات کاری و خانوادگی خود.



فصل سوم

انواع سخنرانی

- آخرین باری که سخنرانی کردید چه وقت بوده است؟
 - تا چه اندازه توانستید نظر دیگران را نسبت به فروش کالای خود جلب کنید؟
 - چه مقدار در جلب اعتماد مخاطب تأثیرگذار بودید؟
 - سخنرانی شما تا چه اندازه مخاطب را به تصمیم‌گیری در زندگی‌اش کمک کرد؟
 - آیا صحبت‌های شما توانست در مخاطب احساس خوبی را ایجاد کند؟
 - تا چه اندازه با صحبت‌های خود توانستید حالتی را در مخاطب به‌وجود آورید تا به وجد آید و کاری را انجام دهد؟
- و اما اگر در سخنرانی خود متوجه شوید که شاید این آخرین سخنرانی شما خواهد بود و باید این دنیا را ترک کنید در مورد چه چیزی صحبت می‌کردید؟
- در این پرسش‌ها با چند نوع سخنرانی آشنا می‌شویم که هر کدام باید محتوا و ساختار منظم منحصر به خودش را داشته باشد، ضمن اینکه هر یک از این سخنرانی‌ها مخاطب خاص خود را می‌طلبد.

ممکن است این سخنرانی‌ها کوتاه و یا چندین ساعت به طول بیانجامد. اگر بیشتر دقت کنید شما باید در هر حالتی که سخنرانی می‌کنید تأثیرگذار باشید. پس برای تأثیرگذاری بیشتر باید بدانید که هدف از سخنرانی چیست و بعد از آن قرار است چه اتفاقی برای مخاطب رُخ دهد یعنی درواقع از کجا به کجا برود.

۱. سخنرانی نوع اول: متقاعد کردن؛ این گونه سخنرانی‌ها

برای ترغیب و متقاعد کردن مخاطب طراحی می‌شود.

۲. سخنرانی نوع دوم: جلب اعتماد؛ در سخنرانی‌های اولیه

خود باید با صداقت صحبت کرد، صداقت کلام باعث ایجاد اعتماد می‌شود. مثال: برای خرید گوشی موبایل به موبایل فروشی رفتم و خواسته‌ها و توقعات خود را برای فروشنده مطرح کردم، فروشنده تا صحبت‌های مرا شنید چند مدل گوشی را با همان امکانات نشان داد و توضیح داد که: کیفیت کار آن‌ها با یکدیگر چه تفاوتی دارند، در کلامش صداقت موج می‌زد و هدفش تنها فروش کالای تَلَبَّت نبود. حتی یک مدل دیگر هم معرفی کرد که در دکان موجود نبود و گفت اگر بخواهم می‌تواند برایم تهیه کند و من کاملاً متوجه صداقت او شدم و به او اعتماد کردم.

در این جا متوجه شدید که باصداقت می‌شود اعتمادسازی کرد. پس همیشه با اطمینان و با صداقت، گفتار خود را جاری کنید. اعتماد سازی در همه سخنرانی‌ها کاربرد دارد هم برای فروش و هم برای جمع‌آوری رأی؛ چون در هر حالتی سخنران باید اعتماد مخاطب را جلب کند تا کلامش مؤثر واقع شود.

۳. سخنرانی نوع سوم: انگیزشی؛ انگیزش چیز است که از

درون انرژی می‌گیرد و نیاز به تحریک قوای درونی دارد تا قوای بیرونی را به حرکت درآورد. سخنرانی انگیزشی بر روی احساس بسیار تأثیر می‌گذارد و این تأثیرگذاری بر روی احساس در همه‌ی سخنرانی‌ها مؤثر است. پس با احساسات بازی نکنید و در سخنرانی انگیزشی با تمام وجود به سخنرانی بپردازید.

۴. سخنرانی نوع چهارم: تغییر تفکرات؛ در این نوع سخنرانی ممکن است نیاز باشد در تفکرات و عقاید تغییری ایجاد شود. در این سخنرانی باید حس تغییر را برای مخاطب خود به روشنی و با بیانی شفاف توضیح داد و با آگاهی دادن از کیفیت تغییر مثبت، حس تغییر را ایجاد کرد و این حس است که باعث تغییر می‌شود. با برانگیختن احساس، تغییر در تفکرات و رفتار ایجاد می‌شود.

۵. سخنرانی نوع پنجم: احساسی؛ سخنرانی‌هایی مثل سخنرانی‌های هیتلر که باعث به وجد آمدن افراد می‌شد و جنگی را به راه می‌انداخت. در این سخنرانی‌ها تماماً با احساسات بازی می‌شد. این گونه سخنرانی‌ها را نباید اجرا کرد مگر در شرایطی که جان مردم در خطر باشد و باید از خود مملکت‌شان دفاع کنند.

۶. سخنرانی نوع ششم: آخرین سخنرانی؛ آیا تا به حال به آخرین سخنرانی خود فکر کرده‌اید؟ شاید در آن لحظه تمام سخنرانی‌های خود را به یاد بیاورید و ببینید چه کرده‌اید؟ چه شد؟ چه کردند؟ سخنرانی‌هایی که شاید به نفع یا به ضرر مردم بودند.

سخنرانی‌های خود را با توانمندی بسیار بالایی ارائه دهید حرف‌هایی بزنید که همه را متحول کند. بعد از خود میراثی را به‌جا بگذارید تا به کمک آن مردمان راه زندگی خود را بیابند. روش درست زندگی کردن را برای آنان به یادگار بگذارید و به آنان بیاموزید تا جهان را به جایی زیباتر برای زندگی تبدیل کنند.

شاید شما قبل از هر سخنرانی به آخرین سخنرانی خود فکر کنید و کمی با خود بیندیشید که این سخنرانی شما باید بهترین سخنرانی باشد پس زمان را دریاب، این صدای ثانیه‌هاست که تو را برای بهترین لحظات می‌خواند، لحظاتی که شاید هیچ‌وقت برنگردد.

سخنرانی شما می‌تواند رؤیاهای دیگران را به حقیقت برساند. می‌تواند رؤیاهای کودکانه را برانگیزد.

و از شما می‌خواهم با خواندن این کتاب لذت ببرید و با تفکر و دید باز و متفاوت کتاب را بخوانید و با صداقت گام بزرگ را بردارید و فقط با تلاش پی در پی تمرین و تمرین و تمرین کنید. مردم را با عشق دوست بدارید و به رفتارها و اعمال آن‌ها توجه کنید برای برقراری ارتباط و اجرای سخنرانی حرفه‌ای آنچه که همه نیاز دارند نه به حرف‌های آن‌ها و به دنبال نکته‌های مثبت آن‌ها باشید و از آن‌ها همیشه ابراز قدردانی کنید و از موقعیت خود آگاه شوید م‌ایوس نشوید و همیشه موفق باشید.

فصل چهارم

آماده کردن متن سخنرانی

بعد از انتخاب موضوع و تعیین هدف سخنرانی باید دوسیه‌ی را برای سخنرانی باز کنیم و این کار را برای روزهای آخر و نزدیک به سخنرانی نگذاریم و هر مطلب مرتبط به سخنرانی را جمع‌آوری کرده و در آن دوسیه بگذاریم. امروزه با پیشرفت‌های الکترونیکی و برنامه‌ها و نرم‌افزارهای کاربردی، این دوسیه می‌تواند در موبایل یا تبلت یا در کمپیوتر شخصی شما باشد که پیشنهاد ما این است که در موبایل خود یک دوسیه را برای مطالب سخنرانی بگذارید. وقتی موضوع برای ضمیر ناخودآگاه مشخص شد سیستم تجهیز خودکار ذهن مطالب مرتبط با موضوع را برای ما Bold یا پُررنگ می‌کند و ایده‌های ناب به‌طور ناخودآگاه به ذهن ما می‌رسد، مثل کبوتری که به‌طور اتفاقی روی پشت بام خانه ما می‌نشیند، بنابراین سریعاً باید ایده را شکار کرد چون کبوتر ایده خیلی زود می‌پرد و از دستمان خارج می‌شود. ایده‌ها اگر همان لحظه یادداشت نشوند سریعاً فراموش می‌شوند، بنابراین باید همیشه قلم و کاغذ همراهمان باشد تا ایده و نکته‌ای که

به ذهن مان رسید را سریع بنویسیم یا در موبایل مان یادداشت کنیم. بعد از یادداشت ایده باید آن را پرورش داد و آن را با جمع آوری مطالبی مرتبط با آن پخته تر کرد و یا آن که با دیگر ایده ها ترکیب کرده و ایده جدید دیگری به دست آوریم. یادمان باشد ماندگارترین سخنرانی ها آن هایی هستند که قسمت عمده آن زائیده ذهن و تجربه های شخصی درون مان است چون آن ها چکیده گوشت و پوست و استخوان و تجربیات ما هستند. به همین دلیل بهترین منبع برای آماده کردن متن سخنرانی منابعی هستند که از ذهن و تجربه های شخصی درون مان می جوشد. در زیر دو منبع درونی و بیرونی برای آماده کردن سخنرانی ارائه شده است.

الف - روش های جمع آوری اطلاعات از منابع درونی:

۱. موضوعاتی که بر تجربه شما استوار است: شما اجازه کار ساختمانی هستید و همیشه درگیر با اداره کار و بیمه و مالیات و شهرداری و غیره هستید، پس شما تجربه های خیلی خوبی در این خصوص دارید. سخنان شما می تواند باعث شود که اجازه کاران تازه کار اشتباهات شما در خصوص کارگران، بیمه و پرداخت مالیات را تکرار نکنند و هزینه های اضافی را که شما پرداخت کرده اید نپردازند، لذا شما می توانید سخنرانی خوبی در خصوص ساختمان سازی داشته باشید.

در آخر یادتان باشد اگر یک سخنران متخصص شوید یعنی فردی که در یک حوزه کاری متخصص و موفق است و مهارت های

سخنرانی را هم برای ارائه خوب می‌داند، آن وقت درآمد بسیار خوبی خواهید داشت و اغلب اوقات وقت شما پُر خواهد بود.

۲. بیان تجربه‌های موفقیت‌ها و شکست‌های شغلی: افراد

همیشه دوست دارند بدانند دیگران چگونه موفق شده‌اند و چگونه مشکلات و سختی‌ها را پشت سر گذاشته‌اند تا بتوانند الگوبرداری کنند. بیان این تجربه‌ها علاوه بر این که باعث انتقال تجربه می‌شود چون حالت داستانی و قصه‌گویی دارند برای مخاطب شیرین و دل‌پذیر است.

۳. خاطرات دوران کودکی و نوجوانی: برای همه افراد

خاطرات کودکی و زمان مکتب یک دوران طلایی و شیرین است. همه افراد نسبت به گذشته یک حس نوستالژی (بازگشت به گذشته) دارند (البته به استثنا معدود افرادی که کودکی و گذشته پُر از رنجی داشته‌اند). لذا همه مخاطبان صحبت‌های مربوط به خاطرات کودکی را دوست دارند و برای‌شان جذاب است.

۴. تجربه‌های غیرعادی (مثل ملاقات با آدم‌های بزرگ،

جنگ، بحران روانی و غیره: ذهن ما انسان‌ها طوری آفریده شده که به چیزهای غیرعادی و جدید خیلی توجه می‌کند؛ مثلاً وقتی در صنف از تجربه سفرهای خارجی و خاطرات آن کشورها و دیدن بعضی چهره‌های مشهور آن سفر تعریف می‌کنم برای دانشجویان بسیار جذاب است.

علاوه بر منابع بالا که منابع درونی آماده‌سازی متن سخنرانی

هستند می‌توانیم از منابعی خارجی (خارج از خودمان) نیز استفاده نماییم.

ب- روش‌های جمع‌آوری اطلاعات از منابع خارجی:

۱. استفاده از کتابداران حرفه‌ای: مهم‌ترین منبع یک کتابخانه بزرگ و عالی، کتاب‌ها و مجله‌های آن نیست؛ بلکه این منبع پشت یک میز نشسته است و پرسش‌های شما را پاسخ می‌دهد. کتابداران همه چیز را نمی‌دانند؛ ولی یک کتابدار حرفه‌ای می‌تواند منابع مورد نیازتان را بیابد و شما را در یافتن کتابی مناسب، راهنمایی کند و هم‌چنین در وقت شما صرفه‌جویی نماید. البته یافتن چنین کتابداران حرفه‌ای در کشور ما کمی سخت است؛ اما کسانی را در بازار کتاب دیده‌ام که مثل یک کتابدار فوق حرفه‌ای عمل می‌کنند و تقریباً هر منبعی را برای شما پیدا می‌کنند و اطلاعات خیلی خوبی به شما می‌دهند.

۲. اینترنت: امروزه ساده‌ترین و راحت‌ترین منبع برای دسترسی به اطلاعات اینترنت است. با جست‌وجو در اینترنت هر موضوعی را که بخواهیم می‌توانیم پیدا کنیم. اگر زبان انگلیسی‌مان هم کمی خوب باشد آن‌وقت دایره دسترسی به اطلاعات ما خیلی وسیع‌تر خواهد شد. فقط نکته مهم این است که؛ اگر می‌خواهیم اطلاعات دست اول، کامل و جامع‌تری به‌دست آوریم و از بقیه یک قدم پیش‌تر باشیم باید نحوه جست‌وجوی پیشرفته در اینترنت را یاد بگیریم که در گوگل این‌گونه آموزش‌ها و دوره‌ها موجود است.

یادتان باشد همه مطلب‌های موجود در اینترنت معتبر و قابل استناد نیستند؛ بلکه باید قبل از استفاده، آن سایت و مطالب آن را اعتبار سنجی کرد، که قطعاً سایت‌های مراکز مهم دولتی و یا مراکز مهم تحقیقاتی و علمی دولتی معتبر و قابل استناد هستند. در این درجه‌بندی مراکز خصوصی و تجاری در جایگاه بعدی قرار می‌گیرند.

۳. کتاب: کتاب یکی از بهترین منابع برای جمع‌آوری مطالب

است؛ اما چند نکته خاص در مورد آن وجود دارد اول این که ممکن است کتاب‌ها مطابق سلیقه نویسنده کتاب نوشته شده باشند و در هیچ جایی درستی یا نادرستی آن‌ها ثابت نشده است؛ اما با توجه به نویسنده و انتشارات آن می‌توان تا حد زیادی در مورد آن قضاوت کرد. بعضی از کتب و نویسنده‌های آن‌ها آن قدر معتبر و قابل اعتماد هستند که به‌عنوان مرجع و رفرنس معرفی می‌گردند. بیشتر کتب علمی و دانشگاهی در این دسته‌بندی قرار می‌گیرند. بعضی کتاب‌ها هم که به آن‌ها کتاب‌های بازاری گفته می‌شود از درجه اعتبار و استناد کمی برخوردار هستند، لذا نباید به هر کتابی اعتماد کرد. دیگر این که کتابی ممکن است معتبر باشد؛ اما مطالب آن قدیمی شده و به‌روز نباشد لذا همیشه باید به‌دنبال جدیدترین کتاب‌ها بود.

۴. مقاله‌ها: مقاله‌های علمی و دانشگاهی که قبلاً اعتبار سنجی

شده‌اند قابل استناد هستند؛ اما یادداشت‌ها، دست نوشته‌ها، دل نوشته‌ها، دیدگاه‌ها و غیره که در روزنامه‌ها و مجله‌ها و بعضی سایت‌ها به‌عنوان مقاله نام برده می‌شوند در حقیقت مقاله نبوده و

قابل استناد نیستند و فقط در اصطلاح عامه آن‌ها را مقاله می‌نامیم؛ اما در این گونه مقالات عامیانه، مطالب بسیار ارزشمند و عالی فراوان وجود دارد که می‌توان پیدا و استفاده کرد.

۵. مراکز و سازمان‌های دولتی مرتبط: سازمان‌های دولتی

به‌طور مرتب گزارش و کاتالوگ، برنامه‌های خبری، آمار و دیگر اطلاعات و ارقام خود را چاپ و منتشر می‌کنند که منبع خوبی هستند. این مراکز در صورتیکه با مسئولان آن‌ها ارتباط خوبی برقرار کنید و آن‌ها را متقاعد کنید که آن اطلاعات را به نفع جامعه می‌خواهید استفاده کنید اطلاعات دست اولی در اختیاران می‌گذارند.

فصل پنجم

نوشتن متن سخنرانی

شما می‌توانید سخنرانی برجسته، پُرتوان، پُر شور و با انرژی باشید و با مخاطبان خود با نشاط، اشتیاق، متانت و با اعتبار خاص خود سخن بگویید؛ اما رسیدن به این مرحله نیازمند میل و اشتیاق شما به انجام کارهایی است که هر سخنران انجام می‌دهد، مانند: بازبینی مراحل آماده‌سازی و ارائه. به کارگیری روش‌های جدید نوشتن و ارائه سخنرانی.

در این میان تهیه و آماده‌سازی متن سخنرانی اولین گام است. برای بسیاری از سخنرانان تازه‌کار نوشتن متن سخنرانی سخت و دلهره‌آور است، به همین دلیل دائماً این کار را به تعویق می‌اندازند. همان‌طور که برای کسب مهارت کافی در هر کاری نمی‌توان از راه میان‌بر و تمرین نکردن به نتیجه دلخواه رسید و مهارت کافی را به‌دست آورد، برای تبدیل شدن به یک سخنران حرفه‌ای نیز هیچ راه میان‌بری وجود ندارد. بزرگ شدن و بزرگ ماندن، به آماده شدن و آماده ماندن بستگی دارد. توصیه می‌کنم برای رهایی از این ترس،



تایپ صحیح، املائی درست، تلفظ درست واژه‌ها و همچنین استفاده از ساختار سخنرانی به عنوان راهنما و نوشتن بدون اشتباه را برای مدتی فراموش کنید. مسلماً شروع و انجام هر کاری سخت و همراه با اشتباه است. بین کار نخست و کار پایانی فاصله زیادی خواهد بود. روند نوشتن متن سخنرانی یک سیر تکاملی دارد، پس از عبور از این ترس، متن سخنرانی‌های تان را تایپ کنید، وقتی این کار را انجام می‌دهید، قواعد نگارش را رعایت کنید. از یک فونت واضح و استندرد استفاده کنید و از فونت‌های پیچیده اجتناب کنید. برای آن که سخنرانی شما منسجم‌تر و منطقی‌تر شود، در ابتدا اقدام به نوشتن پیکره سخنرانی کنید و بعد به سراغ دیگر بخش‌ها از جمله شروع و پایان و نتیجه‌گیری بروید. رعایت نکته‌های زیر می‌تواند به بهبود نگارش متن سخنرانی شما کمک زیادی کند:

- جمله‌ها، بیش از بیست کلمه نباشند: باید مطمئن باشید که جمله‌ها، طولانی نباشند و همه چیز سر جای خودش قرار گرفته باشد.
- پاراگراف‌ها بیش از سه تا پنج جمله نباشند: اگر کوتاه‌تر هستند، شاید به گسترش بیشتری نیاز دارند؛ اگر خیلی طولانی هستند، ممکن است که باعث فراموشی خودتان و سردرگمی مخاطب شود.
- به تمام نکته‌های مهم به ترتیب و پشت سرهم اشاره داشته باشید و متن سخنرانی آن‌قدر زیاد نباشد که از چارچوب

زمانی معین فراتر رود.

- هنگام نوشتن متن سخنرانی از داستان‌ها، تمثیل‌ها، تصویرسازی و جزئیات مختلف بهره بگیرید. در این بین مثال‌ها مهم‌تر از مطالبی هستند که قرار است توضیح دهید.
- تمام جمله‌های متن سخنرانی مرتبط با هدف‌تان باشد و نیز همه مخاطبان‌تان را به نوعی پوشش دهد. مطالب اضافی که ربطی به هدف نداشته و نیازهای مخاطبان را برآورده نمی‌کند، باید از متن حذف شوند.
- پاسخ دادن به این پرسش‌ها می‌تواند به بازخوانی، اصلاح جمله‌ها و تصحیح متن سخنرانی کمک کند:
 - آیا این جمله در جهت رسیدن به هدف سخنرانی است؟
 - آیا در مخاطبان هیجان ایجاد می‌کند؟
 - آیا به روشن شدن موضوع کمک می‌کند؟
 - آیا مخاطبان را سرگرم می‌کند؟
 - آیا حضار متوجه ارتباط متن سخنرانی با خودشان خواهند شد؟

دلایل نوشتن متن سخنرانی

نوشتن متن سخنرانی اهمیت زیادی دارد؛ هر چند که از روی آن نمی‌خوانید و از روی یادداشت‌ها یا به وسیله سلایدها آن را ارائه می‌کنید.

مزایای نوشتن متن سخنرانی:

۱. برای تمرین کردن، شما نیاز به متن سخنرانی دارید. برای کسب آمادگی در ابتدای کار، متن سخنرانی می‌تواند فایده زیادی داشته باشد.
۲. شاید بخواهید که جزوه خود را در میان حضار یا افراد خاص و مهم توزیع کنید، یا تحت عنوان مقاله برای چاپ به مجله‌ها و روزنامه‌ها ارسال نمایید.
۳. نوشتن متن سخنرانی باعث می‌شود که در نوشتن مقالات تبحر لازم را پیدا کنید. شاید هم بخواهید کتابی را به نگارش درآورید که در این خصوص نیز مفید خواهد بود.

بایدها و نبایدها در نوشتن متن سخنرانی

اگر در مسیر درست باشید، هدف‌تان مشخص باشد، تدوین و ترتیب مناسبی برای درک بهتر مخاطبان انتخاب کرده باشید و جمله‌ها و پاراگراف‌ها بیش از حد طولانی نباشند، باز هم یکسری از بایدها و نبایدها هستند که می‌توانند متن سخنرانی شما را پویاتر کنند.

بایدها

۱. از جمله‌ها و نقل قول‌های افراد معروف یا عامه پسند در نگارش متن سخنرانی‌تان استفاده کنید.
۲. خلاقیت داشته باشید و از سخنرانی‌های معروفی که توسط

افراد مشهور انجام شده است ایده بگیرید و سخنان خود را در قالب آن بگنجانید.

۳. مطالب غیرمنتظره اظهار کنید. از چیزهای کم اهمیت شروع کنید و ناگهان به مسایل مهم بپردازید.

۴. از جمله‌های امری استفاده کنید. مثلاً هنگامی که در خصوص نقش روابط در زندگی و پیشرفت افراد می‌نویسید، برای به عمل واداشتن افراد، مهم است که بگویید: "همین حالا بلند شوید با کنار دستی خود دست بدهید و یک دوست جدید پیدا کنید."

۵. از واژه‌ها و جمله‌های مثبت استفاده کنید. با این کار جمله‌هایی که بار منفی دارند و آزاردهنده هستند را مثبت تعبیر می‌کنیم. به‌طور مثال، اگر سخنرانی خود را برای دانش‌آموزان لیسه تنظیم می‌کنید و تعدادی از آن‌ها نتایج قابل قبولی نگرفته‌اند، به‌جای اینکه بنویسید: "این دانش‌آموزان تنبل و بی مسئولیت هستند، بگویید: آن‌ها حداکثر تلاش خود را به کار نمی‌برند و چشم‌انداز بلندمدت ندارند." یا به فرض اینکه قصد دارید در خصوص اخراج احتمالی تعدادی از کارکنان مطلبی را تهیه کنید. در اینجا هم به‌جای اینکه بگویید: "شرکت قصد دارد تعدادی از کارکنان را ظرف چند ماه آینده اخراج کند"، بگویید: "در این‌جا اعلام می‌داریم که شرکت قصد دارد با درخواست خاتمه همکاری تعدادی از کارکنان موافقت کند."

نبایدها

۱. از پرداختن به جزئیات زیاد و به کار بردن کلمه‌های تکراری خودداری کنید.

۲. جمله‌های مثل: "امروز خیلی خوشحالم که در خدمت شما هستم" یا "باعث افتخار من است که در حضور شما هستم." جمله‌های کلیشه‌ای، همیشگی و کهنه‌ای هستند که توسط سخنرانان معمولی استفاده می‌شود و مخاطبان را خسته و آزرده خاطر می‌کند و باعث می‌شود که آن‌ها را از دست بدهید.

۳. حرفه‌ای و متفاوت عمل کنید.

۴. اگر برای مخاطبان غیرحرفه‌ای و مردم عام سخنرانی دارید، از به کار بردن کلمه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی بیش از حد خودداری کنید و اگر ممکن است اصلاً این کار را انجام ندهید.

۵. کلمه‌های اختصاری یا سرواژه‌ها که از مخفف چندین کلمه درست شده‌اند برای همه آشنا نیست. از به کار بردن آن‌ها خودداری کنید، چون امکان دارد اولاً افراد با آن‌ها آشنا نباشند و ثانیاً به کار بردن آن‌ها در هر مکان و هر جایی معنی دیگری ایجاد می‌کند.

۶. اگر نمی‌خواهید که اعتبار خود را در معرض خطر بگذارید، از نوشتن متنی که خودتان هم قبول ندارید و قادر به پاسخ‌گویی پرسش‌های مخاطبان در آن زمینه نیستید خودداری کنید. مثلاً اگر خود را نویسنده کتابی معرفی کنید که هنوز ننوشته‌اید یا وبسایتی را معرفی کنید که وجود عینی ندارد، با یک جست‌وجوی اینترنتی ساده در همان محل برگزاری دست شما رو می‌شود. همیشه چنین افرادی وجود دارند که بخواهند دست شما را رو کنند.

۷. از به‌کار بردن کلمه‌ها و جمله‌هایی که کلام شما را دچار شک و تردید می‌سازد و عدم اعتماد به نفس شما را نشان می‌دهد خودداری کنید. مثلاً "به نظر من، من فکر می‌کنم، احتمالاً، شاید" یا "با کسب مهارت‌های ارتباطی احتمالاً می‌توانید در زندگی شخصی خود موفق شوید" به‌کار بردن این جمله‌ها و کلمه‌ها شما را ضعیف و نامطمئن جلوه می‌دهند.

یادداشت: یکی از بهترین شیوه‌های یادگیری برای نوشتن متن یک سخنرانی خوب، خواندن متن سخنرانی‌های معروف است که در طول تاریخ توسط سخنرانان چیره‌دست ارائه شده است.

طراحی متن سخنرانی

از زمانی که موضوع سخنرانی ما مشخص می‌شود، باید به طراحی متن سخنرانی بپردازیم و هر ایده‌ای را که درباره موضوع به نظرمان می‌رسد؛ بدون حساسیت و هرگونه فلت‌ری، یادداشت نماییم. در اولین قدم برای خودتان برنامه‌ریزی کنید و بر اساس زمانی که باقی‌مانده است، جدول زمانی تنظیم کنید. در این مدت هر جا که هستید چه پشت جُلُو موتر و چه در حمام یا هر جای دیگری که می‌روید به این مسئله فکر کنید و ایده‌های خود را یادداشت کنید. بگذارید تمام ایده‌ها خودشان را نشان دهند و در نوشتن آن‌ها کوتاهی نکنید. اکنون وقت آن رسیده که چند راهکار برای ایده‌پردازی و آماده‌سازی متن سخنرانی را به شما نشان بدهیم:

۱. **طوفان فکری:** در این روش بر روی یک تکه کاغذ هر ایده و مطلبی که به ذهن‌تان می‌آید بدون دخل و تصرف و یا تجدیدنظر یادداشت کنید، حتی اگر آن کلمه‌ها یا عبارت‌ها بی معنی یا کاملاً بی ربط بودند از نوشتن آن‌ها صرف‌نظر نکنید. در ابتدا، برای نوشتن ایده‌ها کیفیت برای ما مهم نیست و فقط کمیت اهمیت دارد. پس از این مرحله شروع کنید به بررسی دقیق کلمه‌ها و مواردی را که به موضوع سخنرانی شما مرتبط می‌شود انتخاب نموده و برای تهیه متن سخنرانی از آن‌ها استفاده نمایید.

۲. کاغذ یادداشت چسبی: یکی از راه‌های مناسب برای این کار این است که از ورق یادداشت‌های چسب‌دار استفاده کنید. روش کار به این صورت است که یک ورق ترجیحاً A3 سفید را بر روی سطحی بچسبانید و هر بار که ایده‌ای در رابطه با موضوع به ذهن‌تان خطور کرد بر روی یک ورق یادداشت چسب‌دار نوشته و بر روی ورق A3 بچسبانید.

۳. نرم‌افزارها: روش دیگری که می‌توانید از طریق آن ایده‌های خود را یادداشت نمایید، استفاده از برخی نرم‌افزارهای موبایل و کمپیوتر است؛ به‌عنوان مثال: یکی از نرم‌افزارهای کاربردی و قدرتمند برای این کار، نرم‌افزار واندربلیست "Wunder list" می‌باشد. این نرم‌افزار قابلیت نصب بر روی اکثر گوشی‌ها را دارد. نرم‌افزار دیگری که می‌توانید از آن استفاده کنید، نرم‌افزار "Sticky Note" می‌باشد که به کمک آن می‌توان ایده‌ها و یادداشت‌هایی را بر روی صفحه دسکتاپ ویندوز بنویسید. آنچه در نوشتن و آماده‌سازی متن سخنرانی از اهمیت بسزایی برخوردار است این است که شما باید از افکار، ایده‌ها و اعتقادات خود استفاده کرده و مطالب را با خلاقیت خودتان ساده‌سازی و بومی کنید؛ اما به این دو نکته هنگام نوشتن متن سخنرانی دقت کنید: (۱) اول این‌که متن سخنرانی خود را بر اساس زمانی‌که دارید، تنظیم کنید و هیچ‌گاه تلاش نکنید که در یک سخنرانی

کوتاه، مطالب زیادی را بگنجانید.

۲) نکته‌های مهم و اهداف سخنرانی را در متن خود مشخص کرده و برای انتقال بهتر آن‌ها برنامه‌ریزی کنید.

۴. از سایر افراد و متخصصان نیز می‌توانید استفاده کنید:

نظرات و افکار آن‌ها را یادداشت کنید. یا در صورت ممکن در نرم‌افزار word وارد کنید. مجری برگزارکننده کنسرت‌های خوانندگان مشهور یک تلویزیون کشور قصد داشت که در شروع اجرای برنامه برای دعوت خواننده معروف از همان متن کلیشه‌ای استفاده کند که همیشه برای سایر خوانندگان قبلی استفاده می‌کرد؛ اما او با خود فکر کرد که چگونه می‌تواند اجرای بهتری داشته باشد. بنابراین با من مشورت کرد، متن قبلی ایشان را دریافت نمودم و به اصلاح و ویرایش متن پرداختم، نکته‌های منفی آن را حذف کردم، واژه‌ها را تغییر داده و از جمله‌های مثبت بهره گرفتم. آن شب او یک اجرای متفاوت و موفق را پشت سر گذاشت.

۵. کسانی که کل متن سخنرانی را واو به واو می‌نویسند: این

افراد در حین سخنرانی نیز شروع می‌کنند به از رو خواندن؛ اما واقعیت این است که ما باید بدانیم از رو خواندن فقط و فقط باعث می‌شود که مخاطب حس بدی نسبت به سخنران بگیرد و مخاطب با خودش می‌گوید که: خوب این کاغذ را بده به ما و

خودت را راحت کن دیگر، هر کسی هر قسم دوست داشته باشد می‌خواند، بنابراین روخوانی به شدت جایگاه سخنران را پایین می‌آورد.

۶. **حفظ کردن متن سخنرانی:** صد بار می‌خوانند که واو به واو از حفظ بگویند. بعد می‌بینیم که حین سخنرانی این‌طوری چشم‌های‌شان می‌رود بالا و می‌گویند که: "... و !". همان‌طور که خدمت شما عرض کردم باید بگوییم "... که..." و این اتفاق بسیار بدی هست، فقط کافی است یکی از حضار یک سوال بپرسد رشته کلام از دست ما می‌رود و چیزی را که می‌خواستیم بگوییم فراموش می‌کنیم. لذا نوشتن متن، روخوانی و حفظ کردن آن هر دو کار اشتباه و زمان‌بری هستند. خیلی سخت است که بخواهیم یک سخنرانی را از اول تا آخر بنویسیم.

۷. **سر فصل‌های صحبت را یادداشت کنیم:** فقط تیترها را می‌نویسیم و با دیدن آن تیتتر کلیاتی به ذهن ما می‌آید، چون از قبل تمرین را انجام داده‌ایم می‌توانیم خیلی خوب مطالب را بیان کنیم، منتها این تیترها باید بزرگ نوشته شود. چرا بزرگ؟ چون به‌خاطر آدرنالینی که در خون ما تولید می‌شود مردمک چشم گشاد می‌شود و ما نمی‌توانیم متن‌های کوچک را راحت بخوانیم. تیترها باید اندازه بزرگ داشته باشند که بتوانیم خوب ببینیم.

۸. **خوش خط و خوانا باشد:** در حین سخنرانی گفتن "... ، ... ،

اینجا چه نوشته‌ام" بسیار ناخوشایند هست و این اصلاً اتفاق خوبی نیست. گاهی اوقات می‌شود از ابزارهای دیگری هم استفاده کرد مثل پاورپاینت، مثل ضبط، مثل مایندمپ یا هر چیز دیگری. امیدوارم که از این روش به‌خوبی استفاده کنید و برای سخنرانی‌های بعدی‌تان فقط سرفصل‌های موضوعات را یادداشت کنید و ببینید که این روش چقدر خوب است به شرطی که تمرین‌ها به‌درستی انجام شوند.

فصل ششم

یادآورهای سخنرانی و سلایدسازی

پس از اینکه متن خود را نوشتید، نوبت آن می‌رسد که؛ روشی را برای یادآوری هنگام سخنرانی به کار ببرید؛ زیرا قرار نیست که ما متن سخنرانی را از رو بخوانیم یا خط به خط آن را حفظ کنیم.

روش اول: یادداشت عناوین؛ در این روش شما باید سرفصل‌ها و عنوان‌های مطالب را بر روی یک ورق یادداشت کوچک بنویسید و در سخنرانی همراه داشته باشید. البته فقط زمانی نیاز است از آن استفاده کنید که مطالب را فراموش کرده باشید.

نکته‌هایی که لازم است در ورق یادآوری رعایت کنید:

- فقط سرفصل‌ها و نکته‌های مهم را بنویسید و از نوشتن توضیحات و جزئیات خودداری کنید.

- نوشته‌ها را با خط خوانا و درشت بنویسید. یکی از اثرات ترس و استرس هنگام سخنرانی، اختلال در بینایی است، درشت نویسی و با خط خوش نوشتن باعث می‌شود شما برای خواندن

- با مشکل مواجه نشوید.
- ورق کاغذ تا جایی که امکان دارد کوچک باشد و از ورق‌های بزرگ استفاده نکنید.
- برای نمونه یادداشت زیر مربوط به یکی از سخنرانی‌ها من می‌باشد.

① اهمیت یادداشت‌نویسی
② روش‌های یادداشت‌نویسی
③ نمونه یادداشت‌نویسی
④ نتیجه‌گیری
⑤ جذاب‌سازی یادداشت‌نویسی

روش دوم: پاورپاینت؛ امروزه اکثر سخنرانان از پاورپاینت برای ارائه استفاده می‌کنند؛ بنابراین دیگر نگرانی‌ای برای فراموش کردن مطالب وجود ندارد.

علاوه بر این، نرم‌افزار پاورپاینت امکانی دارد به نام Note که با کمک آن می‌توانید در کنار هر اسلاید مطالب یا نکته‌های را یادداشت نمایید. این نوشته‌ها در حالت نمایش اسلایدها فقط برای خودتان قابل مشاهده است و مخاطبان نمی‌توانند این نکات و یادداشت‌های شما را ببینند.

روش سوم: رسم نقشه ذهنی (Mind Map)؛ نقشه ذهنی یا مایندمپ (Mind Map) که به نام درخت حافظه یا نمودار درختی هم شناخته می‌شود، ساختاری تصویر گونه و درختی دارد و برای ارتباط چند موضوع مرتبط باهم استفاده می‌شود. تونی بوزان اولین بار ایده استفاده از نقشه ذهنی را در سال ۱۹۷۳ به عنوان بنیانگذار این فن مطرح کرد. یکی از کاربردهای نقشه ذهنی نظم بخشیدن به

افکار پراکنده در طبقه بندی‌هایی مجزا و یکپارچه است. در این روش با رسم نمودار درختی، موضوع در مرکز و عنوان‌ها در شاخه‌ها قرار می‌گیرند که در سخنرانی‌های حرفه‌ای بسیار کاربرد دارد. نقشه ذهنی یادآوری را بسیار آسان می‌کند و در به خاطر سپاری موضوعات با حجم بالای اطلاعات کمک فراوانی می‌کند.

روش نقشه ذهنی یکی از بهترین و اصولی‌ترین روش‌های آماده‌سازی متن سخنرانی است. نقشه ذهنی را هم به صورت دستی و هم به کمک برخی نرم‌افزارها می‌توان رسم کرد. برای اینکه روش کار با مایندمپ بیش‌تر مشخص شود، به صورت گام به گام با هم پیش می‌رویم:

قدم اول: ایده یا موضوع اصلی سخنرانی خود را در وسط یک برگه A4 سفید به صورت افقی بنویسیم.

قدم دوم: در این مرحله سرفصل‌ها و نکته‌های اصلی را بر روی شاخه‌های اطراف ایده اصلی می‌نویسیم.

قدم سوم: در آخرین مرحله سایر موارد و کلیات هر بخش را بر روی زیرشاخه‌ها یادداشت می‌کنیم.

در رسم مایندمپ باید به نکته‌های زیر توجه نمایید:

- از عبارت‌ها و جمله‌های طولانی استفاده نکنید و تا می‌توانید کلمه‌ها و واژه‌های کلیدی را برای یادآوری مطلب به کار ببرید.
- هر شاخه را با رنگی متفاوت رسم نمایید.
- تعداد شاخه‌های اصلی از هفت عدد بیشتر نشود.
- شاخه‌ها را به صورت ساعت گرد رسم کنید.
- برای یادآوری بهتر می‌توانید از المان‌ها و تصاویر کوچک استفاده نمایید.

همان‌طور که گفته شد، برای رسم مایندمپ می‌توانید از نرم‌افزار هم استفاده کنید. برای نمونه سه مورد از بهترین و پرمفدارترین آن‌ها را معرفی می‌کنیم.

- iMindMap
- Xmind
- Mind Mapper

روش چهارم: سلايدها؛ اگر می‌خواهید برای ارائه خود از

پاورپاینت استفاده کنید می‌توانید جزوه‌ای را از سلايدهای تان تهیه نموده تا در طول سخنرانی و در مواقعی که مطلبی را فراموش کردید به آن‌ها رجوع نمایید. برای این کار به راحتی می‌توان از خود نرم‌افزار پاورپاینت استفاده کرد و خروجی چاپی از سلايدها گرفت. این نرم‌افزار قابلیت این را دارد که سه سلايد را در یک صفحه قرار داده و

حتی فضایی را برای نوشتن اختصاص می‌دهد. هم‌چنین به کمک نرم‌افزار فوتوشاپ یا سایر نرم‌افزارهایی از این دست نیز می‌توانید عکس سلایدهای تان را در یک ورق A4 قرار داده و از آن‌ها پرنت رنگی بگیرید. برای صرفه‌جویی نیز می‌توانید در هر صفحه A4 سه یا چهار سلاید قرار دهید.

این روش علاوه بر اینکه در به یادآوری مطالب کمک می‌کند، در مواقع پیش‌بینی نشده مثل خراب شدن لپ‌تاپ یا دستگاه ویدئو پروژکتور، به یاری شما می‌آید و از ایجاد خلل در سخنرانی جلوگیری می‌کند.

سلایدسازی حرفه‌ای در سخنرانی

دوستان عزیز، چون شما به عنوان یک سخنران از این به بعد از پاورپاینت استفاده می‌کنید بنابراین در این جا خواستم تا در مورد نوشتن و ساختن یک پاورپاینت حرفه‌ای صحبت کنم.

در حال حاضر عمومی‌ترین نرم‌افزار برای تهیه سلاید، پاورپاینت است که امکانات قابل توجهی دارد و استفاده از پاورپاینت، ارائه و سخنرانی را چندین برابر قدرت‌مندتر و تأثیرگذارتر می‌کند. نکته قابل توجه این است که نقش پاورپاینت نباید آن قدر پُررنگ باشد که مخاطبان به جای توجه به سخنران به پاورپاینت توجه نمایند و جای سخنران را بگیرد.

۱. پشتیبان‌گیری از نسخه ارائه: همیشه روند کار به صورت

ایده آل نیست و به دلایل مختلف ممکن است فلش یا سی دی حاوی فایل در کمپیوتر محل کنفرانس اجرا نگردد در این صورت در درجه اول توصیه می گردد که از لپ تاپ شخصی خود استفاده کنید در غیر این صورت حتماً فایل های خود را از قبل بر روی سیستم و ویدئو پروژکتور محل کنفرانس بررسی کنید برای این که خیال تان راحت باشد مطالب خود را علاوه بر سی دی و فلش به صورت پرنٹ هم تهیه کنید تا اگر برق رفت یا در آن لحظه سیستم عمل نکرد بتوانید از روی نسخه کاغذی ارائه نمایید همچنین برای جلوگیری از به هم ریختگی احتمالی فونت ها یک نسخه نیز به صورت Pdf تهیه کنید.

۲. **سلاید اول:** سلاید اول شناس نامه سلایدهای شما خواهد بود. در این سلاید باید موارد مثل عنوان سخنرانی، نام و نام خانوادگی سخنرانی و... با فونت درشت و مناسب نوشته شده باشند. عنوان موضوعی که قرار است ارائه کنید باید به کوتاه ترین جمله ای که مفهوم را می رساند خلاصه شود. کلمه های اضافی که باعث طولانی شدن جمله می شود را حذف کنید. آرم دانشگاه، شرکت و... در گوشه بالایی یا وسط سلاید قرار می گیرد.

در پایان نیز تاریخ ارائه را ذکر کنید و در صورتی که در کنفرانس یا مراسمی شرکت کرده اید عنوان کنفرانس یا مناسبت آن را نیز درج نمایید.

۳. **پیام در سلاید:** در هر سلاید یک پیام را منقل کنید. شما باید بدانید دقیقاً در هر سلاید چه پیامی را انتقال می دهید و چه

نکته‌ای قرار است به مخاطب منتقل کنید سپس در سلاید بعدی نکته بعدی بیان شود. در هر سلاید از یک تصویر استفاده شود و از مزدحم کردن آن با تصاویر زیاد بپرهیزید.

۴. محتوای درون هر سلاید: در هر سلاید معمولاً یک

سربرگ است که موضوع سلاید را بیان می‌کند محتوای سلایدها نباید آن چیزی باشد که شما دقیقاً بیان می‌کنید؛ بلکه محتوای هر سلاید باید محور اصلی صحبت شما باشد. توجه داشته باشید که از روخوانی بپرهیزید البته یک استثنا وجود دارد، در نقل قول‌ها و سخنان بزرگان نباید هیچ تغییری ایجاد کنید و متن جمله به عنوان یک سند باید در سلاید باشد. معمولاً زمانی که برای یک سخنرانی در نظر می‌گیرند حدود 20 تا 30 دقیقه است پس تعداد 20 تا حداکثر 30 سلاید مناسب خواهد بود بنابراین به‌طور متوسط برای هر سلاید یک دقیقه زمان دارید محتوای نوشتاری درون هر سلاید از 5 خط و هم‌چنین در هر جمله نیز 5 کلمه بیشتر نباشد (البته حرفه‌ای‌ها در هر سلاید بیشتر از 6 کلمه نمی‌نویسند) در غیر این صورت با توجه به وقت کوتاه یک دقیقه‌ای که دارید یا مجبورید از روی تمام جمله‌ها سریع روخوانی کنید که این کار شایسته یک سخنرانی خوب نیست و یا این که از آن‌ها صرف‌نظر کنید و به سلاید بعد بروید که این کار نیز باعث بیهودگی متن خواهد بود. (در شکل زیر نمونه‌ای از یک سلاید حرفه‌ای که توسط استیو جابز مدیر عامل اسبق اپل در حال ارائه است را مشاهده می‌کنید.)



هم‌چنین اطلاعات شما باید یک سر و گردن از چیزی که در سلايدهای‌تان هست بیشتر باشد و گر نه، اگر این پاورپاينت دست

کس ديگري بيافتد هم می‌تواند به‌راحتی کنفرانس شما را ارائه دهد و حتی شاید بهتر از خود شما.

سعی کنید مطالب را تیتروار در سلايدها بیاورید و بعد خودتان با دیدن آن جمله، توضیحات‌تان را به آن اضافه کنید نه این‌که سر فصل و کل مطلب و نتیجه‌گیری را همه با هم در سلايدها تایپ کنید چون ممکن است این پرسش در ذهن مخاطب به‌وجود آید که شما بر محتوا تسلط کافی ندارید.

۵. بازگردانی توجه مخاطب به خود: شاید برای شما هم

پیش آمده باشد که دوست دارید هنگام صحبت، توجه و نگاه مخاطب و استادان به شما باشد و در واقع بخواهید مطلب مهمی را بیان کنید و یا از آنجایی که صفحه نمایش گر روشن و سلایدی نیز در حال نمایش دادن است نگاه‌ها به سمت سلايد است و شما در صورتی‌که بخواهید صفحه نمایش داده نشود شاید به فکرتان برسد که کیبل اتصال را جدا کنید یا پروژکتور را خاموش کنید. ممکن هست در سخنرانی هیچ‌کدام از این کارها عملی نباشد. یک قابلیت جالب در نرم افزار پاورپاينت برای این کار وجود دارد. شما برای این

کار، درحالی که صفحه پاورپاینت به صورت تمام باز در حال نمایش یک سلاید است، اگر کلید ترکیبی Shift+W را همزمان بزنید کل صفحه نمایش، به صورت سفید رنگ نمایش داده می شود و اگر از کلیدهای ترکیبی Shift+B استفاده کنید کل صفحه به صورت سیاه ظاهر می شود. دراین موقع است که نگاه ها به سمت شما متمایل می شود و شما به صحبت خود ادامه می دهید. هنگامی که خواستید نوشته ها ظاهر شوند مجدداً همان کلیدهای ترکیبی که استفاده کرده اید را بزنید تا صفحه به حالت اولیه برگردد؛ به عنوان مثال: اگر در جایی نور کم است و شما صفحه نمایش را سیاه کنید ممکن است به علت تاریک شدن، محیط شما به خوبی دیده نشود.

۶. **زیبایی هر سلاید:** از آنجایی که نرم افزار مورد استفاده برای سخنرانی، مثل پاورپاینت امکانات زیادی برای طراحی سلاید در سطوح مختلف دارد برخی مایل اند که از انواع انیمیشن ها و قابلیت ها و امکانات، استفاده حداکثری ببرند که با این کار از زیبایی و رسمی بودن آن می کاهند.

۷. **اصل سادگی:** با رعایت سادگی در تهیه سلایدها، می توان یک پاورپاینت رسمی و خوب داشت. سعی شود از هرگونه بار ذهنی اضافی، مثل حاشیه گذاری در سلاید خودداری گردد. در صورت نیاز به طرح یا الگوی خاص، به جای استفاده از طرح های سه بعدی از طرح های دو بعدی استفاده کنید از رنگ های ساده و استندرد در طراحی سلایدها بهره ببرید. به این نکته نیز توجه داشته باشید که

کیفیت صفحه نمایش پروژکتور ممکن است مانند کیفیت صفحه نمایش کمپیوتری که در مقابل شماست نباشد پس در طراحی رنگ به این مورد نیز توجه کنید.

۸. **جلوه‌های بصری در سلايدها:** نرم‌افزار پاورپاینت و دیگر نرم‌افزارهای ارائه، قابلیت‌های بسیاری در جلوه‌های ویژه دارند. معمولاً افراد تمایل دارند که هرچه بیشتر از این امکانات استفاده کنند. در برخی پاورپاینت‌ها مشاهده می‌شود که حرکت‌های درون و بیرون سلايدها به‌صورت نامناسبی طراحی شده‌اند؛ به‌عنوان مثال: جمله اول با یک حرکت چرخشی یا شبیه به یک فنر که مرتب بالا و پایین می‌شود در جای خود قرار می‌گیرد و سپس برای هر خط یک طرح جدید پیاده می‌شود. در حرکت بیرون سلايدها هم که از یک سلايد به سلايد دیگر انتقال می‌یابد، مشاهده می‌شود که به‌صورت حرکات مکعبی یا صفحات پودر شده یا چرخشی این جابه‌جایی‌ها صورت می‌گیرد در حالی که این کار برای یک سخنرانی رسمی مناسب نیست.

انجام این حرکات باعث اتلاف وقت و حواس پرتی برای مخاطب می‌شود. در چنین شرایطی ممکن است این برداشت برای مخاطب به‌وجود آید که شما سخنرانی ضعیف خود را با اعمال این جلوه‌ها پوشانده‌اید. پس به‌جای این کار محتوا و نحوه سخنرانی خود را تقویت کنید.

۹. **پس زمینه سلايدها:** در پس زمینه سلايدها به‌شکل ساده



و از رنگ مناسب استفاده کنید، به گونه‌ای که متن از بین نرود. هم‌چنین نیازی نیست که در پس زمینه تمامی سلایدها از آرم شرکت، دانشگاه و... استفاده شود. در برخی موارد مشاهده می‌شود بسته به موضوع، یک شکل به‌صورت کم رنگ در پس زمینه یا گوشه تمامی سلایدها استفاده می‌شود؛ مثلاً شکل یک گیاه برای رشته کشاورزی در تمامی سلایدها به کاررفته است. هم‌چنین در برخی از پس زمینه‌ها رنگ‌های سرخ یا زرد و غیره و یا طرح دار استفاده می‌شود که در سخنرانی رسمی نیازی به این کار نیست. استفاده از برخی پس زمینه‌ها موجب می‌شود که نوشته‌ها خوانایی و وضوح خود را به‌ویژه در صفحه پروژکتور از دست بدهند و خواندن متن را سخت‌تر کند. بهترین حالت پس زمینه در این گونه سخنرانی‌ها این است که از هیچ‌گونه رنگ و طرحی استفاده نشود.

۱۰. طراحی رنگ در پاورپاینت: معمولاً آن چیزی که شما در

صفحه کمپیوتر خود می‌بینید متفاوت با صفحه پروژکتور است. در به‌کارگیری رنگ‌هایی که در پاورپاینت برای شکل‌ها و دیگر موارد استفاده می‌شود باید دقت نظر لازم را داشت که وضوح رنگ بالا باشد، چون ممکن است پروژکتور توانایی تفکیک رنگ‌ها را نداشته باشد و چیزی متفاوت با صفحه مانیتور شما به نمایش درآید پس مبنای کار شما بر اساس صفحه‌ای که می‌بینید نباشد؛ به عنوان مثال: هنگامی که می‌خواهید برای تفاوت دو شکل مختلف از دو رنگ استفاده کنید؛ نباید از رنگ‌های زرد و آبی و یا سبز و سرخ در کنار

هم استفاده کرد تا این تضاد به وضوح دیده شود.

۱۱. **اندازه فونت:** در تمامی سلایدها بهتر است از شماره فونت‌ها به صورت یک‌نواخت استفاده کرد تا نظم سلایدها حفظ شود. برای هماهنگی بودن سلایدها، بهتر است در سرتیتر سلایدها که درشت‌ترین فونت را دارند از فونت 36 استفاده گردد، در لایه دوم، از فونت 24 و نهایتاً در سومین لایه از فونت 18 استفاده گردد. در صورتی که از یک زیر لایه دیگر نیز استفاده می‌کنید از فونت 16 استفاده گردد. و به دلیل ریز شدن در صفحه پروژکتور از فونت‌های کوچک‌تر استفاده نکنید.

نکته قابل توجه، این است که فونت‌های انگلیسی نسبت به فارسی ذاتاً بزرگ‌تر به نظر می‌رسد به همین خاطر باید دو شماره کوچک‌تر از فونت فارسی باشند؛ مثلاً اگر متن را با شماره 18 نوشته‌اید و در آن کلمه‌های انگلیسی بود باید فونت آن با شماره 16 باشد که کل متن یک‌نواخت شود.

۱۲. **نوع فونت:** معمولاً در مقالات و یا در متون انگلیسی از فونت‌های معروف و پُرکاربردی مانند فونت Times New Roman استفاده می‌شود. ویژگی که این نوع فونت‌ها دارند این است که هر حروف دارای لبه‌های کوچکی است که این لبه‌ها باعث تمایز آن با دیگر حروف می‌شوند و در نتیجه متن خواناتر به نظر می‌رسد. در هنگام سخنرانی به خاطر استفاده از پروژکتور، قضیه درست بر عکس می‌شود. همین زائده‌های کوچک که در متون کتاب باعث خواناتر

شدن می‌شدند به دلیل فاصله از مخاطب و کم شدن کیفیت، به نظر می‌رسد که حروف به یکدیگر اتصال پیدا کرده‌اند و خوانایی کلمات را کم‌تر می‌کنند به همین خاطر از فونت‌هایی مثل Yekan و Tahoma استفاده کنید که به علت ساده بودن و نداشتن لبه‌های کوچک در هنگام سخنرانی با پروژکتور خوانا تر هستند. سعی کنید تمامی حروف انگلیسی یک کلمه را به صورت بزرگ، تایپ نکنید مثل جمله THIS IS A BOOK که در این صورت علاوه بر سخت‌تر خوانده شدن باعث یک حالت دستوری و تحکم به خواننده می‌شود. البته زمانی که از حروف اختصاری استفاده می‌کنید می‌توان از این حروف بزرگ، استفاده کرد. برای نوشتن جملات انگلیسی بهتر است تنها اولین حرف از کلمه را به صورت بزرگ، بنویسید.

نکته دیگر اینکه از Bold کردن زیاد کلمات بپرهیزید و فقط در جایی که واقعاً نیاز به تأکید بیشتر است استفاده کنید، طوری نباشد که در یک متن بارها استفاده شود. علاوه بر آن برای تأکید می‌توانید از علامت "گیومه" در دو طرف کلمه استفاده کنید. نکته‌ای که در فونت‌های فارسی باید به آن توجه داشت این است که در جلسات رسمی از فونت‌های فانتزی و غیررسمی در سلاید و متون خود استفاده نکنید.

۱۳. **نمودارها:** استفاده از نمودارها باعث جذاب شدن سخنرانی و جلب توجه مخاطب می‌گردد. زمانی که از نمودارها استفاده می‌کنید، اطلاعات به راحتی و آسانی و در زمان کمی به مخاطب

منتقل می‌شود. همچنین با تنوعی که در نمودارها وجود دارد باعث آسان شدن مقایسه بین موارد مختلف خواهد شد. نمودارهای مختلفی در پاورپاینت برای ارائه مطالب آماری وجود دارد. نکته‌ای که باید رعایت شود این است که تا جایی که ممکن است از نمودارهای دو بعدی استفاده کنید. در صورتی که شما اطلاعات و نتایج آماری خود را بتوانید به صورت نمودارهای ساده دو بعدی ارائه دهید، مخاطب بهتر آن را درک خواهد کرد؛ ولی نمودارهای سه بعدی برای مخاطبی که اولین بار به آن نگاه می‌کند نیاز به دقت و صرف وقت زیادتری دارد.

۱۴. **پیدا کردن تصاویر با کیفیت تر:** برای پیدا کردن تصویر بهتر و با کیفیت بیشتر، موضوع تصویری را که می‌خواهید پیدا کنید، به زبان انگلیسی در گوگل جست‌وجو کنید؛ مثلاً می‌خواهید در مورد گل، تصویر پیدا کنید پس در مورد "Flower" جست‌وجوی خود را در گوگل انجام می‌دهیم که به تصاویر بهتر، با کیفیت تر و متنوع‌تری بر می‌خوریم.

۱۵. **حاشیه‌گذاری سلايدها:** در برخی از جلسات سخنرانی، وقتی که سخنران مطالب خود را با استفاده از پروژکتور بر روی صفحه نمایش قرار می‌دهد، متوجه می‌شود که برخی از قسمت‌های متن؛ مثلاً از چپ یا راست از کادر خارج شده است و به صورت ناقص در صفحه قرار گرفته‌اند و مجبور است از وقت جلسه برای تنظیم پروژکتور استفاده کند. برای اینکه این اتفاقات نیافتند در هنگام

طراحی سلایدها باید توجه داشته باشید که کادربندی متن را رعایت کنید، یعنی از بالا، چپ و راست فضای مناسبی را خالی بگذارید تا حتی در صورت تنظیم نبودن پروژکتور نیز متن ما در خارج از کادر قرار نگیرد. نکته دیگر این که قسمت پایین سلاید را از قسمت‌های دیگر بیشتر خالی بگذارید تا مخاطبان جهت خواندن متن مجبور نباشند، از جای خود نیم‌خیز شوند.

۱۶. **فرمول‌ها:** در نوشتن فرمول‌ها و روابط ریاضی بهتر است چند نکته رعایت گردد؛ اول اینکه به استثنای رشته‌هایی مثل ریاضیات که زیاد با فرمول و روابط سروکاردارند از آوردن جزئیات مسأله خودداری شود؛ زیرا جزئیات یک فرمول نیازمند توجه بالایی از سوی مخاطب می‌باشد و چون فرصت کافی برای فهمیدن ندارند، ممکن است خسته شوند و در پایان نیز سوالات متعددی برای آن‌ها به‌وجود آید. پس به کلیاتی از فرمول که مفهوم اصلی مورد نظر را می‌رساند بسنده کنید؛ در صورت نیاز برای مطالعه بیشتر، مخاطب را به منبع اصلی یا مقاله‌ای که فرمول را از آن استخراج کردید ارجاع دهید؛ نکته دیگر این که در صورتی که فرمول را در سلاید خود ذکر کردید با اجزای آن آشنایی کامل داشته باشید، تا اگر در مورد آن پرسشی مطرح شد، حداقل از عمل کرد کلی آن اطلاع داشته باشید.

۱۷. **شماره‌گذاری سلایدها:** در پایان یکی از سخنرانی‌ها، یکی از مخاطبان از چند سلاید پرسش داشت؛ ولی به دلیل این که شماره‌گذاری بر روی سلایدها صورت نگرفته بود بهانه‌ای برای

بحث‌های حاشیه‌ای صورت گرفت که چرا شماره‌گذاری صورت نگرفته است. همین عامل به ظاهر ساده باعث شد که تا حدودی نظم جلسه از دست برود و سخنران مجبور شد برای پیدا کردن سلایدهای مورد نظر مخاطبان هر بار تقریباً 20 سلاید را مرور کند تا سلاید مورد نظر پیدا شود. در صورتی که با شماره‌گذاری صفحات، می‌توانست به راحتی به بخش‌های مورد نظر دسترسی پیدا کند و هم‌چنین در هنگام سخنرانی، افرادی که پرسشی برای‌شان پیش می‌آمد با یادداشت کردن شماره صفحه آن را از شما بپرسند پس همین حالا نحوه شماره‌گذاری را یاد بگیرید تا در صورت فراموش کردن با چند ثانیه زمان در جلسه بتوانید تمامی صفحات را شماره گذاری کنید.

نکته‌های که در شماره‌گذاری باید رعایت کرد:

۱. شماره‌ها باید در پایین صفحه و به صورت کم رنگ‌تر از متن نوشته شود تا کسانی که نیاز دارند شماره را یادداشت کنند.
۲. اعداد نباید بیش از حد بزرگ باشند که باعث جلب توجه شود یا آن‌قدر کوچک باشند که قابل خواندن نباشند.

فصل هفتم

فراموش نکردن متن سخنرانی

تا چند سال قبل یکی از دغدغه‌های بزرگ من برای یک سخنرانی فراموش کردن متن سخنرانی‌ام بود. می‌ترسیدم به روی سن بروم و چیزهایی را که باید بگویم فراموش کنم و آبروریزی شود. البته یکی دو مرتبه هم این موضوع برایم پیش آمد، خیلی ناراحت‌کننده بود؛ اما تجربه خوبی بود.

شاید یکی از اصلی‌ترین دلایل نگرانی شما هم برای اجرای یک سخنرانی فراموش کردن متن سخنرانی باشد؛ اما دیگر نگران این موضوع نباشید. دوست عزیز، با وجود اینکه یک تعداد مطالب این فصل در فصل‌های بالا هم ذکر شد؛ اما یک بار دیگر در این فصل 6 ترفند کاربردی را با شما به اشتراک می‌گذارم تا هنگامی که برای اجرای یک سخنرانی آماده می‌شوید، با اعتماد به نفس کامل سخنرانی کنید.

۱- روخوانی متن سخنرانی: یکی از مرسوم‌ترین روش‌هایی که

در زمان اجرای سخنرانی به کار می‌رود روخوانی از متن سخنرانی

است. روخوانی متن سخنرانی ایرادات و مزایایی دارند که با هم بررسی می‌کنیم. در رشته مدیریت، مبحثی وجود دارد که می‌گوید: " بستگی دارد به... " (It depends on) در این جا هم روخوانی از متن بستگی دارد به این که ما در کجا و برای چه کسانی در حال سخنرانی هستیم. به عنوان مثال: در یک سخنرانی رسمی حقوقی بین‌المللی، قطعاً ما باید از روی متن، سخنرانی را ارائه کنیم تا به‌قولی یک "وا" جابه‌جا نشود؛ اما در یک سخنرانی عادی می‌توانیم از یک دست نوشته یا حتی یک کاغذ یادداشت کوچک هم استفاده کنیم.

معایب روخوانی:

- به دلیل این که سرمان پایین هست، تن صدای مان پایین تر خواهد آمد؛
 - نمی‌توانیم با حضاران ارتباط چشمی برقرار کنیم؛
 - ممکن است خطی که در حال خواندنش هستیم را گم کنیم و به دردرس بیفتیم؛
 - اگر تجربه خواندن از روی متن را نداشته باشیم ممکن است که نتوانیم به درستی حسی را منتقل کنیم. از آن جا که هدف از هر سخنرانی جلب توجه مخاطبان و علاقه‌مندی آن‌هاست، سخنرانی ما باید ساده، روان و به زبان عامیانه و همه فهم باشد، اگر به این صورت نباشد قطعاً سخنرانی ما خیلی خسته‌کننده می‌شود.
- روخوانی این حس را به مخاطب می‌دهد که حرف مال ما نیست.



بنابراین اگر قرار است سخنرانی حساس و مهمی به همراه جزئیات زیادی ارائه شود، بهترین گزینه استفاده از متن سخنرانی و روخوانی آن است.

۲- حفظ کردن متن سخنرانی: برای حفظ کردن متن سخنرانی دیگر نمی‌شود از مبحث "بستگی دارد به..." استفاده کرد؛ چون واقعاً این کار یک اشتباه محض هست که سخنرانی خودمان را بنویسیم و با تمرین و تکرار حفظش کنیم. تفاوتی که در حفظ کردن متن سخنرانی نسبت به روش قبل وجود دارد این است که امکان دارد، ارتباط چشمی بین سخنران و مخاطب برقرار شود؛ اما معایب زیادی دارد که استفاده از این روش به هیچ عنوان پیشنهاد نمی‌شود.

معایب حفظ کردن:

- مصنوعی بودن صحبت؛
 - فراموش کردن متن؛
 - پاره شدن رشته افکار در زمانی که پرسشی پرسیده می‌شود؛
 - وقت‌گیر بودن این روش.
- از آن‌جا که ما متن سخنرانی را حفظ کرده‌ایم بنابراین هر آنچه که بر روی کاغذ نوشته شده، دقیقاً همان در هنگام سخنرانی گفته می‌شود و صحبت ما خیلی کتابی و مصنوعی به نظر می‌رسد و به احتمال خیلی زیاد هم حسی بین مخاطب و سخنران رد و بدل نمی‌شود. امکان این که متن فراموش شود بسیار زیاد است و هیچ انعطاف‌پذیری در سخنرانی وجود نخواهد داشت. این روش بسیار وقت‌گیر است، اگر چنین زمانی را می‌خواهیم به حفظ کردن یک

سخنرانی اختصاص بدهیم، همان زمان را می‌توانیم به یادگیری اصولی یک سخنرانی پردازیم.

۳- استفاده از ورق دست نویس: این روش هم یکی از

روش‌های متداولی است که در کشور ما انجام می‌شود، یعنی موردهایی که باید گفته شود، به صورت تیتروار بر روی یک ورق A4 نوشته می‌شود و ورق در دست یا روی میز سخنران قرار می‌گیرد و هر زمان که سخنران نیاز داشت به سراغ ورق می‌رود. من پیشنهاد می‌کنم اگر از این ورق‌ها استفاده می‌کنید به جای این که ورق را در دست بگیرید آن را روی میز بگذارید. استفاده از این روش نسبت به دو روش قبلی خیلی بهتر و حرفه‌ای‌تر هست.

مزایای این روش:

- در این روش سخنران ارتباط خوبی با مخاطبانش می‌تواند برقرار کند؛
- سخنران می‌تواند ارتباط چشمی بهتری با حضار داشته باشد؛
- صحبت‌هایی که انجام می‌دهد مصنوعی نیست؛
- سخنران در این روش به احتمال خیلی زیاد می‌تواند به مخاطبان حس را منتقل کند.

البته در این روش باید و باید چندین مرتبه قبل از سخنرانی اصلی، به صورت تمرینی، سخنرانی را از اول تا انتها اجرا کرد تا در زمان سخنرانی به مشکلی برخورد.

۴- استفاده از فلش کارت: استفاده از فلش کارت‌ها یا همان

کاغذ یادداشت‌های کوچک هم روش خوبی برای ارائه یک سخنرانی خوب است. در این روش، واژه‌های کلیدی را در کاغذهای یادداشت کوچک که معمولاً اندازه آن 10×12 هست می‌نویسیم و در زمان سخنرانی هم می‌توانیم این کاغذها را در دستمان بگیریم و هر وقت که نیاز شد به آن‌ها نگاهی بیندازیم. این روش هم دقیقاً مثل روش قبل است با این تفاوت که در روش قبلی بر روی کاغذ A4 جمله‌بندی نوشته می‌شد؛ اما در این روش از کاغذهای کوچک استفاده می‌شود و به جای نوشتن جمله، از کلمه‌های کلیدی هر مطلب استفاده می‌شود. از مزایای این روش، می‌شود به قابل دسترس بودن و کلمه‌های کلیدی‌اش اشاره کرد که کار را برای سخنران راحت‌تر می‌کند.

می‌توانیم به جای این که فلش کارتها را در دستمان بگیریم آن را در جیب‌مان بگذاریم و هر زمان نیاز بود به آن مراجعه کنیم.

۵- **استفاده از سلایدها:** طوری که در بالا ذکر شد یکی از جدیدترین روش‌هایی که برای ارائه، در سخنرانی استفاده می‌شود، سلایدها هستند. سلایدها شبیه به دست نوشته‌های ما هم عمل می‌کنند؛ به طور مثال: موضوعی که قرار است ارائه شود، تیتراش به همراه زیر عنوان‌هایی که قرار است ارائه شود در همان سلاید وجود دارد که سخنران می‌تواند از آن برای به یادآوری موضوعات استفاده کند.

۶- **استفاده از نقشه ذهنی:** یکی از قدرتمندترین و حرفه‌ای‌ترین ابزارهایی که برای ارائه مطالب می‌توانیم استفاده کنیم

نقشه ذهن (Mind Map) است.

مزایای نقشه ذهنی:

- نقشه ذهنی هر چیزی که مغز برای به یادآوری و سریع تر خواندن مطلب نیاز دارد، برآورده می کند.
- در یادداشت های خطی، فرد در یک لحظه فقط محدود به یک مفهوم است، زمانی که سخنران شروع به خواندن متنی که به صورت خطی نوشته شده می کند باید تا پایان خط ادامه دهد تا مفهوم جمله را به درستی متوجه شود؛ اما این کار واقعاً برای سخنران خیلی سخت است.
- در حقیقت نقشه ذهنی، سازمان دهنده افکار ما است و از چند بُعد اطلاعات را وارد مغزمان می کند.
- نقشه ذهنی یک دایره در وسط دارد که موضوع اصلی صحبت ما یا همان هسته مرکزی سخنرانی ما در نوشته می شود و در اطراف این هسته موضوعاتی که قرار است ارائه شود به ترتیب نوشته می شوند.
- نقشه ذهنی، موضوع صحبت را از کل به جزء برای ما مشخص می کند و ترتیب را هم به صورت مرتب شده برای ما مشخص می کند.
- نقشه ذهنی باعث می شود که خیلی راحت تر به موضوعاتی که قرار است در سخنرانی ارائه بدهیم دسترسی داشته باشیم.
- در تحقیقاتی که انجام شده، عکس ها و تصویرها خیلی راحت تر به یاد آورده می شوند، از همین تکنیک در نقشه ذهنی استفاده شده است که می توانیم با یک نگاه مفهوم مطلب را به یاد آوریم.

فصل هشتم

آماده‌گی و تمرین سخنرانی

واقعیت این است که اگر بخواهیم سخنرانی قدرتمند و عالی داشته باشیم باید از قبل برای آن برنامه‌ریزی کنیم همان‌طور که ورزشکاران از روزها و یا هفته‌ها و ماه‌ها قبل برای انجام مسابقات، تمرین می‌کنند و خود را آماده مسابقات می‌کنند؛ و یا وکلا که قبل از حضور در جلسه دادگاه از قبل خود را آماده می‌کنند و همه چیز را پیش‌بینی می‌کنند. سخنرانی هم از این قاعده مستثنی نیست؛ در حقیقت راز موفقیت یک سخنران در ارائه یک سخنرانی عالی، فقط تمرین و تمرین و تمرین است. آماده شدن هر چند بسیار وقت‌گیر است؛ اما بازدهی آن چند برابر است. زمانی را که صرف آماده ساختن خود می‌کنیم باید سرمایه‌گذاری حساب کنیم.

اگر زحمت آماده شدن را به خود ندهیم یا از آن غفلت کنیم ضرر بزرگی خواهیم کرد، آن‌وقت در حین سخنرانی دچار اضطراب فراوان می‌شویم در نتیجه پیام ما مغشوش خواهد بود و حیثیت و اعتبارمان

آسیب خواهد دید. هم‌چنین تجربه ثابت کرده است که نداشتن آمادگی، به فرصت‌های کاری افراد آسیب می‌زند به‌قول معروف: «آماده نشدن برای کاری یعنی آماده شدن برای شکست.»

آمادگی برای سخنرانی

آمادگی برای سخنرانی؛ یعنی این‌که برای سخنرانی خود مطلب‌های زیادی آماده کنید تا این امکان را داشته باشید که از میان آن‌ها گزینش کرده و مطلب‌های مفیدتر را انتخاب کنید؛ مثل پیدا کردن دوست که با صد نفر ارتباط برقرار می‌کنیم تا این‌که ده تا دوست پیدا کنیم تا از بین آن ده دوست، یک دوست صمیمی پیدا کنیم. پس بهتر است صد مطلب و نکته مختلف را جمع‌آوری کنیم و نودتای آن‌ها را حذف کنیم هر چه بیشتر مطلب جمع کنیم اعتماد به نفس ما بیشتر می‌شود و بهتر می‌توانیم از میان آن‌ها گلچین کنیم که باعث می‌شود سخن ما عمق و وسعت بیشتری بگیرد. دلیل کارنگی در کتاب آیین سخنرانی خود می‌نویسد: «سخنرانی‌های عالی، آن دسته از نطق‌هایی هستند که مواد ذخیره زیادی در توشه دارند که سخنران به علت کمبود وقت نمی‌تواند از آن‌ها بهره بگیرد.»

هر چه زودتر آماده شویم

وقتی قرار است سخنرانی کنیم بهتر هست هر چه زودتر دست به کار شویم و شروع کنیم و همه چیز را برای دقیقه نود نگذاریم

چون این کار برای ما چند نفع دارد:

۱. این که وقتی کارها را برای دقیقه آخر می‌گذاریم شاید وقت کافی برای راست و درست کردن آن‌ها نداشته باشیم. شاید لازم باشد یک‌سری اطلاعات یا تصاویر یا مستندات را از جایی گردآوری کنیم؛ اما وقتی در دقیقه نود اقدام کنیم حتماً وقت کم می‌آوریم.

۲. هر چه به موعد مقرر نزدیک می‌شویم احتمال این که کارهای غیرمنتظره‌ای در سر راه‌مان قرار بگیرد بیشتر می‌گردد چیزهایی از راه می‌رسند که می‌خواهند به آن‌ها توجه کنید.

۳. وقتی زود شروع به آماده شدن می‌کنیم این فرصت را به ضمیر ناخودآگاه خود می‌دهیم که بر روی موضوع اصلی کار کند و برای ما ایده‌ای ناب و عالی تولید نماید. به قول معروف: «باید بگذاریم که خمیر برسد.»

زمان برای آمادگی

این که چقدر زمان باید صرف آمادگی کرد؛ بستگی به این دارد که چقدر به موضوع سخنرانی تسلط دارید و توقع مخاطبان شما از این سخنرانی چقدر است، معمولاً اعداد و ارقامی هم ذکر می‌کنند؛ به‌طور مثال: می‌گویند که برای یک‌ساعت سخنرانی باید ده ساعت وقت بگذارید تا آماده شوید؛ اما نکته مهم، اینست که این سخنرانی چقدر برای‌تان مهم است. اگر برای‌تان مهم باشد که موفق شوید و آبرو و اعتبارتان به آن بستگی داشته باشد و به واسطه یک سخنرانی،

پیشنهادی عالی و فرصت‌های چشم‌گیر دریافت کنید لازم است شب و روز تمرین کنید که به بهترین نتیجه برسید؛ اما نکته آخر، در آماده شدن هم آن‌قدر افراط نکنید که به‌خاطر هر مسئله کوچکی آه و ناله کنید. خیلی کمال‌گرا نباشید چون آن وقت اضطراب‌تان خیلی بالا می‌رود.

تمرین سخنرانی

می‌دانیم شما هم مثل خیلی از دیگر افرادی که در شهرها زندگی می‌کنند مصروف هستید و بیشتر وقت‌تان صرف ازدحام ترافیکی در جاده‌ها می‌شود. بعضی وقت‌ها حوصله‌تان نمی‌شود که تمرین کنید و فقط دانستن یک مقدار مطالب را کافی می‌دانید، بدون این‌که تمرینی داشته باشید توهم دارید که می‌توانید از پس این کار بر بیایید.

خیلی وقت‌ها انتظار داریم وقتی به یک صنف سخنرانی می‌رویم معجزه پیش بیاید و بعد از گذراندن مثلاً چند جلسه، یک سخنران حرفه‌ای از آب در بیاییم. خیلی از ماها فکر می‌کنیم که تمرین کردن یک کار بیهوده و وقت‌گیر است، غافل از این‌که تمرین سخنرانی یکی از ارکان اصلی برای سخنران شدن هست. مثل این می‌ماند که، تیوری تمام کارهایی که برای شنا کردن لازم است را بلد باشیم؛ اما در عرصه عمل وقتی در حوض شیرجه می‌زنیم، شروع به دست و پا زدن کرده و تلاش می‌کنیم که غرق نشویم. اگر بخواهیم شناگر قابل‌ی شویم باید قبل آن تمرین کنیم، تمرین کنیم و تمرین کنیم.

چند راه برای تمرین کردن سخنرانی:

۱. **تمرین به صورت ذهنی:** ذهن ما تفاوت بین تخیل و واقعیت را نمی‌تواند تشخیص دهد لذا اگر تصویری را که به ذهن می‌دهیم واضح و روشن و شفاف باشد و آن را مرتباً تکرار کنیم آن وقت ذهن آن را باور می‌کند به همین جهت هر چقدر بیشتر و بهتر سخنرانی خودمان را تصویرسازی کنیم آن وقت ذهن ما آن را بیشتر باور می‌کند و آن را به عنوان یک تجربه می‌شناسد و آن وقت ما قادر خواهیم بود که سخنرانی بهتری داشته باشیم.

در این سبک از تمرین می‌توانیم در ذهن خودمان تمام کارهایی که قرار است انجام بدهیم را تصور کنیم، آن‌هم با کوچک‌ترین جزئیات، تک تک حرف‌هایی که قرار است بگوییم، مخاطبانی که آمده‌اند را تصور کرده و از اول تا آخر صحبت‌های مان را به صورت کاملاً ذهنی برای خودمان تصویرسازی کنیم. این کار را می‌توانیم قبل از تمرین‌های دیگر انجام بدهیم تا هر زمانی که خواستیم به صورت واقعی تمرین کنیم یک تعداد پیش فرض‌هایی از سخنرانی خودمان داشته باشیم.

۲. **تمرین انفرادی:** در این تمرین به صورت واقعی و عملی تمام کارها و حرف‌هایی که قرار است در یک سخنرانی بگوییم را اجرا می‌کنیم. به عبارتی، یک سخنرانی را با تمام جزئیاتش از

اول تا آخر بدونِ حاضران به مرحله اجرا در می‌آوریم. آن‌قدر باید به تنهایی تمرین کنیم که مطمئن شویم دیگر هیچ مشکلی نداریم و از خودمان راضی هستیم. این تمرین باعث افزایش اعتماد به نفس ما می‌گردد. ضمناً با لباسی که قرار است در سخنرانی بپوشیم و هم‌چنین با ظاهری مرتب به همان حالت ایستاده، سخنرانی خود را انجام دهیم و در این حالت باید با صدای بلند تمرین کنیم.

۳. تمرین پیش آینه: آینه یکی از بهترین مخاطبان شما به حساب می‌آید، آینه‌ای که بتوانید تمام بدن خود را در آن ببینید. در این تمرین باید به این نکته توجه داشته باشید که تصور کنید در همان سالونی هستید که قرار است صحبت و سخنرانی خود را در آنجا انجام دهید. باید کاری کنید که تمام شرایط برای شما واقعی به نظر برسد.

زمانی که این کار را انجام می‌دهید به چشمان خود خیره شوید و با خود ارتباط چشمی برقرار کنید. به زبان بدن خود وقتی که در حال انجام تمرین هستید توجه داشته باشید. انجام این تمرین علاوه بر این که باعث افزایش اعتماد به نفس شما می‌شود مشکلات احتمالی که ممکن است داشته باشید را به شما نشان داده و می‌توانید آن‌ها را رفع کنید.

۴. تمرین همراه با ضبط صدا: وقتی صدای ضبط شده خود را می‌شنویم ناامید می‌شویم، احساس می‌کنیم که صدای بی

روح و بی جانی داریم چون تا حالا صدا را از طریق مجسمه و پُرطنین می‌شنیدیم؛ اما وقتی صدا وارد هوا می‌شود در اثر اصطکاک و مقاومت هوا مقدار زیادی از انرژی آن گرفته می‌شود و صدای مان را بی احساس می‌شنویم؛ لذا فعلاً می‌توانیم شکست مربوط به صدای مان را بررسی و حل کنیم؛ مثلاً اگر لحن یک‌نواختی داریم یا مکث یا تأکیدهای نابجایی داریم می‌توانیم آن را اصلاح کنیم و صدای قدرت‌مندتری کسب نماییم. این کار را آن‌قدر انجام دهید تا از فایل‌های خود رضایت داشته باشید، ضمناً به معجزه بهبود صدا از طریق فایل صوتی ایمان بیاورید.

این تمرین یک پله از تمرین قبلی پیشرفته‌تر هست، یعنی تمام کارهایی را که در مرحله قبل انجام دادیم را در این مرحله هم انجام می‌دهیم، فقط صدای خودمان را ضبط می‌کنیم تا بعد از سخنرانی بشنویم و تجزیه و تحلیل کنیم و همین‌طور نقاط ضعف و قوت خودمان را بشناسیم و بهتر کنیم.

۵. تمرین همراه با کمره فلم‌برداری: باز هم وقتی فلم

سخنرانی خودتان را ببینید ناامید خواهید شد چون یک اجرای فوق‌العاده ضعیف از خودتان می‌بینید. زبان بدن‌تان خیلی ضعیف است آن نشاطی را که خودتان احساس می‌کردید در فلم وجود ندارد و صدای‌تان هم آن قوت و قدرتی را که خودتان حس می‌کنید ندارد؛ اما نگران نباشید

همه این موردها با تمرین و تکرار حل می‌شود و باید خوشحال باشیم که خیلی زود متوجه ضعف کارمان شدیم و هنوز فرصت داریم تا قبل از یک اجرای ضعیف آن را اصلاح کنیم. زمانی که در مقابل آئینه سخنرانی خود را تمرین می‌کنید فضای حرکتی زیادی در اختیار شما نیست و نمی‌توانید حرکت کنید. این مشکل در تمرین مقابل کمره حل می‌شود و شما می‌توانید در فضای بیشتری حرکت کنید. بعد از ضبط، بارها آن را بازبینی کرده و مشکلات احتمالی که ممکن است داشته باشید را رفع کنید. سعی کنید در مقابل کمره هم با پوشش کاملاً رسمی که قرار است صحبت خود را انجام دهید ظاهر شوید تا واقعی به‌نظر برسد.

زمانی که کار بازبینی خود را انجام می‌دهید می‌توانید بیان خود را نیز زیر نظر بگیرید و اگر مشکلی داشت آن را برطرف کنید.

۶. تمرین در مقابل چند نفر: پیشنهاد می‌کنم این مرحله و

تمرین را قبل از این که چند نفر از اعضای خانواده یا دوستان مان را دعوت کنیم که برای دیدن سخنرانی ما بیایند، به‌صورت انفرادی چندین مرتبه برای خودمان انجام داده باشیم تا نواقص احتمالی را برطرف کرده باشیم و بر آنچه که دیگران از ما می‌بینند اشراف داشته باشیم، بعد از آن‌ها دعوت کنیم تا برای دیدن سخنرانی ما تشریف بیاورند. اگر بتوانیم از



اشخاصی که قبلاً چندین سال سخنرانی داشته‌اند دعوت کنیم و نقطه نظرات آن‌ها را در مورد ارائه سخنرانی خودمان داشته باشیم خیلی بهتر است. در این مرحله هم یک سخنرانی را از اول تا آخر برای مخاطبان مان اجرا می‌کنیم.

۷. تمرین با حیوان خانگی یا اشیاء: این تمرین باعث تقویت

ارتباط شما با مخاطب می‌گردد. تمرین با یک حیوان زنده مثل ماهی در آکواریوم، حس و حال بیشتری نسبت به اشیاء دارد، ضمناً اگر از اشیاء استفاده می‌کنید بهتر است دارای صورت باشد مثل گودی.

۸. تمرین در جمع‌های دوستانه یا نزدیکان: بهترین کسانی

که دلسوزانه می‌توانند مشکلات هنگام ارائه‌ی سخنرانی را به شما بگویند نزدیکان یا دوستان شما هستند. اگر حین سخنرانی خود اشتباهی مرتکب شوید نمی‌توانید مخاطبان خود را قانع کنید و دید بدی که نسبت به شما پیدا کرده‌اند را تغییر دهید. در حالی که می‌توانید با تمرین کردن سخنرانی خود مقابل جمع، مشکلات خود را بررسی کنید و اگر مشکلی در سخنرانی شما وجود دارد را به شما بگویند تا آن‌ها را رفع کنید قبل از این که بر روی صحنه‌ی اصلی این مشکلات نمایان شود.

یادداشت: شاید لازم باشد یک سخنرانی را ده تا بیست مرتبه

تمرین کنیم. برای شروع پیشنهاد می‌کنم سخنرانی‌های 3 تا 5



دقیقه‌ای را تمرین کنید. در کل، این قسمت را بیان کردم تا این نکته را مد نظر داشته باشید، که اگر بخواهید یک شخص حرفه‌ای و تأثیرگذار باشید یکی از مهم‌ترین ابزارها، سخنرانی در جمع است. پس اگر تمایل دارید جزو افراد موفق و تأثیرگذار باشید، کم‌کم سخنرانی را شروع کنید.



فصل نهم

۱۰ ساختار مهم سخنرانی

ما برای این که بتوانیم یک سخنرانی جذاب و مؤثر ارائه دهیم به پیکره و ساختاری مناسب برای سخنرانی خود نیاز داریم. ساختار در سخنرانی مانند دستور پخت غذایی هست که در آن ترتیب هر کدام از مواد اولیه رعایت شده و استفاده از آن‌ها را در زمان مناسب پیشنهاد داده است. در سخنرانی نیز ترتیب از زمان شروع سخنرانی تا پایان آن با روش‌های مختلفی مدنظر قرار گرفته است. ساختارهای مختلف و زیادی برای طراحی سخنرانی پیشنهاد شده است که در این جا به برخی از مهم‌ترین و پُرکاربردترین آن‌ها اشاره می‌کنیم.

۱- **ساختار چی؟ چرا؟ چگونه؟ خوب؟**: یکی از ساده‌ترین و درعین حال بهترین ساختارهای سخنرانی که خود من هم اغلب از این ساختار استفاده می‌کنم، ساختار چی؟ چرا؟ چگونه؟ خوب؟ است. همان‌طور که از نام این ساختار مشخص است، از سه بخش اصلی و یک بخش دعوت به اقدام عملی تشکیل شده که در هر بخش به یک پرسش پاسخ می‌دهیم.

در مرحله اول چيستی موضوع را به بحث می‌گیریم و سپس چرایی و نحوه تقویت یا رفع آن را بررسی می‌کنیم. در آخر هم مخاطبان را به یک کار عملی واضح دعوت می‌کنیم. به عنوان مثال: اگر بخواهیم درباره موضوع اهمال کاری صحبت کنیم باید در ابتدا بگوییم اهمال کاری چیست و به طور کامل معنی و مفهوم آن را بیان کنیم.

پس از ارائه چيستی اهمال کاری می‌توانیم وارد بخش دوم شویم. در این بخش به این موضوع می‌پردازیم که چرا اهمال کار هستیم یا چرا اهمال کاری به وجود می‌آید؟ سپس به روش‌های غلبه بر اهمال کاری می‌پردازیم و به مخاطب نشان می‌دهیم که چگونه می‌تواند اهمال کاری خود را از بین ببرد؛ و در آخر مخاطب را به یک اقدام عملی واضح و مشخص دعوت می‌کنیم؛ مثلاً می‌گوییم همین حالا برای انجام کارهای خود برنامه‌ریزی کند و زمانی دقیق برای اجرای آن مشخص نماید. این ساختار را برای هر موضوع و مبحثی می‌توانید به کار ببرید و فقط کافی است مانند مثالی که زده شد عمل کنید.

۲- ساختار ABCC:

A. جلب توجه (Attention): در ابتدای سخنرانی باید توجه مخاطب را جلب کنیم و او را برای همراه شدن با خود مجاب نماییم. این کار را می‌توان با یک جمله‌ی ساده انجام داد. مثلاً بگوییم لطفاً به من توجه کنید. هم‌چنین می‌توان از روش‌های کاربردی و مؤثر شروع

سخنرانی که در قسمت قبل بیان شد، استفاده نمود.

B. بدنه سخنرانی (Body): در این مرحله بدنه و متن اصلی سخنرانی را ارائه می‌دهیم. باید با دقت و حوصله مطالب را ارائه نموده و گاهی دوباره برگردیم و مطالب را یادآوری کنیم. ترتیب را رعایت نموده و نکات مهم را متذکر شویم. هم‌چنین بهتر است چندین بار در میان سخنرانی، از حضار بازخورد بگیریم و میزان موفقیت خود را در نحوه انتقال پیام، ارزیابی کنیم.

C. نتیجه‌گیری و جمع‌بندی (Conclusion): یکی از مراحل مهم در سخنرانی، جمع‌بندی مطالب است. در این مرحله باید تمام مباحثی را که بیان نمودیم در چند سطر خلاصه نماییم و از موضوعات گفته‌شده نتیجه‌گیری کنیم. هم‌چنین باید نکات و اهداف اصلی بحث را دوباره بیان کرده و توضیحات درباره آن‌ها را نیز جمع‌بندی نماییم.

C. دعوت به انجام کار واضح (Call to clear action): آخرین مرحله از ساختار، دعوت به اقدام واضح یا درخواست انجام کار واضح است. شاید بتوان گفت مهم‌ترین بخش از سخنرانی همین مرحله است. به این دلیل که مخاطب در این بخش باید در راستای موضوع مطرح شده یک اقدام واضح و مشخص انجام دهد. مثلاً اگر موضوع سخنرانی، مدیریت و کنترل ترس از سخنرانی باشد، یکی از دعوت به اقدام‌های واضح این است که مخاطب را به روی سن دعوت کنیم و از او بخواهیم که چند دقیقه برای سایر حضار سخنرانی کند.

عمل یا کار خواسته شده باید واضح و زمان‌دار باشد و مخاطب دقیقاً باید بداند چه کاری را در چه بازه زمانی انجام دهد. در این رابطه نیز بیشتر صحبت خواهیم کرد.

۳- ساختار AQRS: یکی از ساختارهای حرفه‌ای و جذاب ساختار AQRS است که با یک حرکت یا فعالیت غافل‌گیرکننده شروع شده و به ساده‌سازی منتج می‌شود. استفاده از این ساختار نیاز به تمرین و مهارت بالا دارد؛ زیرا در صورت اجرای اشتباه ممکن است کل ساختار به هم بریزد.

۱. حرکت یا فعالیت (Act): در اولین قدم و قبل از هر چیزی با

یک حرکت جالب یا فعالیت حیرت‌انگیز کار را آغاز می‌کنیم.

۲. پرسش (Question): در مرحله بعد اگر اکت یا فعالیت ما،

پرسش را در ذهن مخاطب ایجاد نکرد، خودمان پرسش را درباره علت آن حرکت بیان کنیم.

۳. دلیل (Reason): سپس دلیل و پاسخ پرسش را شرح

می‌دهیم که در اصل این پاسخ همان بدنه سخنرانی ما را تشکیل می‌دهد.

۴. ساده کردن (Simplify): در آخر نیز مطالبی را که گفته شد

به زبانی ساده و به صورت خلاصه بیان می‌کنیم تا اگر برای برخی از حضار، ابهامی باقی مانده است با این ساده‌سازی رفع ابهام صورت گیرد.

۴- **ساختار PSA:** این ساختار نیز یکی از ساختارهای ساده و مناسب برای سخنرانی است که می‌توانیم به فراخور نیاز و شرایط، از آن برای ارائه مطالب استفاده کنیم.

۱. **هدف (Purpose):** در بخش اول، هدف سخنرانی را که شامل پیام اصلی و نکات کلیدی است مشخص و اعلام می‌کنیم.

۲. **داستان (Story):** در بخش دوم می‌توانیم از یک داستان مرتبط برای انتقال بهتر مطلب استفاده کنیم. داستان، احساس مخاطب را درگیر می‌کند و بخش‌های احساسی برای نفوذ بیشتر بر روی حضار مؤثر هستند.

۳. **درخواست انجام کار (Action):** در آخرین بخش نیز هم‌چون غالب ساختارهای سخنرانی، دعوت به اقدام واضح یا درخواست انجام کار در نظر گرفته می‌شود؛ یعنی با توجه به موضوع، مخاطب را برای انجام یک کار واضح ترغیب می‌کنیم.

۵- **ساختار ساده سه بخشی:** این ساختار برای سخنرانی‌های کوتاه بین یک تا 30 دقیقه مناسب است؛ که در ادامه هر بخش به‌طور مجزا توضیح داده می‌شود.

۱. **بخش اول: شروع صحبت؛** اولین بخش سخنانمان به این موضوع اختصاص می‌یابد که می‌خواهیم چه بگوییم و به چه مسائلی بپردازیم. به‌عنوان مثال می‌توانیم این‌گونه شروع کنیم: امروز می‌خواهم راجع به اهمیت ارتباطات در دنیای امروز بپردازم و چند راهکار مؤثر برای ارتقای سطح ارتباطات

در کسب و کار را معرفی نمایم.

۲. **بخش دوم: ارائه مطلب؛** در بخش دوم باید به قولی که داده‌ایم عمل کنیم و آنچه را که قرار بود به مخاطبان ارائه نماییم بیان کنیم. همان‌طور که در مثال قبل گفته شد قرار است راجع به ارتباطات و راهکارهای تقویت آن‌ها بپردازیم، هم اکنون وقت آن است که این کار را انجام دهیم.

۳. **بخش سوم: خلاصه کردن؛** آخرین مرحله که در اکثر ساختارها یک‌سان است، خلاصه کردن مطالب گفته‌شده و دعوت مخاطب به اقدام عملی است. تمام آنچه را در مرحله دوم بیان کرده بودیم در این مرحله به‌صورت خلاصه و جمع‌بندی شده بازگو می‌کنیم.

۶- **ساختار پیچیده هشت مرحله‌ای:** از این ساختار برای

یک سخنرانی 20 الی 60 دقیقه‌ای می‌توانیم استفاده کنیم. در این ساختار در هشت بخش سخنان خود را ارائه می‌کنیم.

۱. **شروع:** در این بخش با کمک روش‌های شروع سخنرانی، توجه مخاطبان را به خود جلب نموده و آن‌ها را برای شنیدن سخنان مان علاقه‌مند می‌کنیم.

۲. **مقدمه:** پس از این که حضار را برای شنیدن سخنان مان جذب کردیم، نوبت به آن می‌رسد که برای بیان اولین نکته مهم و اساسی بحث خود، مقدمه‌ای ارائه کنیم.

۳. **نکته اول:** پس از ارائه مقدمه، اولین نکته اصلی بحث را با



روشی جذاب بیان می‌کنیم و از مثال‌های مختلف استفاده می‌نماییم.

۴. **انتقال به نکته بعد:** در این مرحله هم‌چون مرحله دوم، مقدمه‌ای را برای نکته دوم بحث، ارائه می‌دهیم و با کمک همین مقدمه وارد دومین نکته اصلی می‌شویم.

۵. **نکته دوم:** دومین نکته بحث را نیز هم‌چون نکته اول بیان می‌کنیم و البته باید توجه داشته باشیم که این نکات در یک راستا و مرتبط با هم باشند.

۶. **انتقال به نکته بعد:** در این مرحله نیز برای بیان آخرین نکته مقدمه چینی می‌کنیم. این مقدمه‌ها نباید بیش از حد طولانی و خسته‌کننده باشند؛ چرا که مخاطب را برای شنیدن سخنان ما بی‌علاقه می‌کند و توجه او را برای شنیدن نکات اصلی به شدت کاهش می‌دهد.

۷. **نکته سوم:** آخرین نکته اصلی را در راستای نکات قبل و با کمک مثال‌ها و نمونه‌های مختلف بیان می‌کنیم.

۸. **خلاصه و جمع‌بندی:** در آخرین مرحله خلاصه‌ای از نکاتی که گفته شد را ارائه می‌نماییم و مخاطب را به انجام اقدامی واضح دعوت می‌کنیم.

۷- ساختار موقعیت / پیچیدگی / راه‌حل:

این ساختار، یک ساختار سه بخشی است.

۱. **در بخش اول** یعنی موقعیت، باید موقعیت موجود را بدون



هرگونه قضاوت و کاملاً بی‌طرفانه توصیف نماییم. از بیان نواقص و حتی نقاط مثبت موقعیت مدنظر باید اجتناب نمود.

۲. در بخش دوم این ساختار یعنی پیچیدگی، مجاز به بیان نواقص و بررسی ابعاد مختلف آن هستیم. لذا دلایل وجود نواقص و مشکلات آن را برای مخاطبان به‌طور کامل توضیح می‌دهیم و به عبارتی موضوع را کمی پیچیده و مبهم می‌کنیم.

۳. در بخش سوم باید راه‌حل مربوط به حل مشکلات و نواقص موقعیت را ارائه دهیم و موضوع را کاملاً برای مخاطب روشن کنیم. پس به‌طور خلاصه باید چنین عمل کنیم:

- بیان یک موقعیت یا یک حقیقت بدون قضاوت؛
- بیان نواقص و نقاط ضعف آن موقعیت یا حقیقت؛
- ارائه راه‌حل برای رفع آن نواقص و نقاط ضعف.

۸- فرمول PREP:

۱. نقطه نظر (Point of view): در ابتدا باید یک نقطه نظر،

پیش‌بینی یا یک واقعیت را بیان کنیم. مثلاً می‌توانیم بگوییم تا دو سال آینده حدود 50 درصد کسب‌وکارها اینترنتی می‌شوند.

۲. دلایل (Reasons): پس از این‌که نظر خود را بیان کردیم، باید برای آن دلیلی بیاوریم تا تأیید‌کننده پیش‌بینی یا اظهار نظر ما باشد. در ادامه مثال قبل می‌توانیم بگوییم، خریدهای

انترنتی نسبت به دو سال گذشته دو برابر رشد داشته و با شتاب زیادی این رشد ادامه دارد.

۳. مثال (Example): حال برای نظر خودمان باید مثالی بزنیم.

به عنوان مثال می توان گفت: فروشگاه انترنتی زرگام در ۱۰ سال گذشته توانسته است بیش از 1000 شغل مستقیم ایجاد کند و روزانه به طور میانگین بالغ بر ۲ هزار بازدید کننده داشته باشد.

۴. نقطه نظر (Point of view): در آخرین مرحله باید پیش بینی

یا نقطه نظری که ابتدا اعلام نمودیم؛ بار دیگر بیان کرده و تقویت کنیم. به طور مثال می شود این گونه بیان کرد: شما انسان های علاقه مند به یادگیری، اگر همین امروز دست به کار شوید و کسب و کار انترنتی خود را راه بیندازید حتماً موفق خواهید شد و در غیر این صورت زمان به سرعت در حال سپری شدن است.

۹- روش برف پاک کن: مغز انسان از دو نیمکره چپ و نیمکره

راست تشکیل شده است. نیمکره چپ امور منطقی و ریاضی شامل حقایق، آمار و اطلاعات را تجزیه و تحلیل می کند و نیمکره راست، احساسات، عواطف، خلاقیت و تخیلات را پردازش می کند. برای این که هر دو نیمکره مغز مخاطبان را به کار بیندازیم، باید پس از ارائه حقایق و اطلاعات، از مثال، داستان، نقل قول و یا یک شعر زیبا استفاده کنیم. با این کار دائماً مانند یک برف پاک کن از یک طرف

به طرف دیگر مغز رفته و هر دو نیمکره مغز مخاطب را درگیر می‌کنیم. برای استفاده از این ساختار، یک خط در وسط صفحه کاغذ بکشید، سمت چپ آن یک حقیقت یا آمار و اطلاعات لازم را بنویسید و سمت راست آن از یک مثال یا داستان برای تبیین بهتر موضوع استفاده نمایید. این کار را برای تمام نکات و حقایقی که می‌خواهید ارائه نمایید، انجام دهید.

۱۰- روش دایره‌ای: گاهی به جای نوشتن ایده‌ها و متن سخنرانی بر روی کاغذ می‌توانیم از اشکال تصویری استفاده نماییم. یکی از این روش‌ها، روش دایره‌ای است. در این روش پنج الی هفت دایره را بر روی کاغذ رسم می‌کنیم، در دایره اول مقدمه و مطلبی برای جلب توجه مخاطبان می‌نویسیم. در دایره آخر هم خلاصه نکات و جمع‌بندی مطالب را یادداشت می‌کنیم. در سایر دواير نکات مهم بحث را به ترتیبی که می‌خواهیم ارائه دهیم، می‌نویسیم.

فصل دهم

10 اشتباه عمده سخنرانان

۱. شوخی‌های امتحان نشده: مخاطبان شما از اینکه فضای

سخنرانی و سالون، جدی و خشک باشد خسته می‌شوند و اگر سخنران بتواند این فضا را با شوخی کردن عوض کند، کار مهمی انجام داده است و در سخنرانی خود موفق بوده است. می‌توانید این شوخی‌ها را در قالب داستان‌های طنزآمیز، خاطره‌های خنده آور، فکاهی یا لطیفه و ... بیان کنید؛ اما باید به یک نکته توجه داشته باشید، ممکن است که مهارت شوخی کردن در جمع را نداشته باشید، پس باید از قبل آن‌ها را تمرین کنید و بعد در سخنرانی خود از آن‌ها استفاده کنید.

تمرین: می‌توانید برای امتحان کردن آن صدای خود را ضبط

کنید و به آن گوش کنید یا آن را برای چند نفر تعریف کنید و خودتان را تست کنید.

۲. عذرخواهی کردن ابتدای سخنرانی: تصور کنید در یک

کارگاه شرکت کرده‌اید و سخنران جلسه صحبت‌های خود را اینگونه

شروع می‌کند: سلام ببخشید که دیر کردم، ببخشید که اینقدر استرس دارم، ببخشید که صدای من گرفته است و ... چه حسی خواهید داشت؟

یکی از طلایی‌ترین و مهم‌ترین زمان‌هایی که یک سخنران می‌تواند توجه مخاطب را نسبت به خودش جلب کند، همین لحظات ابتدایی سخنرانی است که با عذرخواهی کردن تلف می‌شود و باید بدانید که ذهنیت مخاطب نسبت به شما از همین ابتدای سخنرانی شکل می‌گیرد و نباید این کار را انجام دهید.

تمرین: سخنرانی خود را با قدرت و انرژی مثبت آغاز کنید.

۳. روخوانی از متن سخنرانی: اگر بخواهید سخنرانی

خودتان را از روی متنی که آماده کرده‌اید بخوانید، چرا این همه وقت خود و مخاطبان را تلف کرده و هزینه‌ی اضافه پرداخت کنید، می‌توانید همان متن را برای مخاطبان ارسال کنید تا مطالعه کنند!

۴. حفظ کردن متن سخنرانی: در مقابل روخوانی کردن متن

سخنرانی، که کار اشتباهی است، حفظ کردن آن هم اشتباه دیگری است که برخی از سخنرانان مرتکب آن می‌شوند.

۵. استفاده نکردن از داستان: همه از دوران کودکی داستان

شنیدن و داستان گفتن را دوست داشته‌ایم؛ اما شاید فعلاً که بزرگ‌تر شده‌ایم فکر کنیم که گفتن داستان دیگر مناسب سن ما نیست و این کار را فراموش کرده‌ایم. در حالی که می‌توانیم با استفاده از داستان گفتن در سخنرانی تک تک جمله‌ها و صحبت‌های خود را در ذهن

مخاطب جای دهیم و اینکه همه‌ی سخنران‌های بزرگ تاریخ، این کار را در سخنرانی‌های خود انجام داده‌اند.

تحقیقات نشان داده است که گفتن داستان یکی از بهترین روش‌ها برای به خاطر سپاری و یادگیری است. سعی کنید در سخنرانی خود از داستان زیاد استفاده کنید.

۶. یکی از عجیب‌ترین اقداماتی که برخی از سخنرانان

انجام می‌دهند و احتمالاً شما هم ممکن است دیده باشید، این است که سخنران اصرار دارد که تمام اطلاعات و علم خود را در یک جلسه‌ی کوتاه یک ساعته به مخاطب بگوید. عموماً این افراد در حین سخنرانی این کارها را انجام می‌دهند:

- دستپاچه می‌شوند، برای اینکه نمی‌دانند مطالب را چطور ارائه کنند؛

- دائماً حواس‌شان به ساعت است و وقت کم می‌آورند؛

- چون می‌خواهند صحبت خود را تمام کنند، تمام مطالب را نصفه و نیمه می‌گویند و مخاطبان اصلاً متوجه صحبت‌های آن‌ها نمی‌شوند.

تمرین: ابتدای سخنرانی هدف خود را مشخص کنید که در پایان

سخنرانی می‌خواهید به چه چیزی برسید و سپس بر اساس خواسته‌ی خود سخنرانی خود را انجام دهید.

۷. داشتن رفتار نامناسب با اخلال‌گران در سخنرانی: در

همه‌ی ارائه‌ها و سخنرانی‌هایی که خواهید داشت، افرادی هستند که

وقتی شما در حال سخنرانی کردن هستید برای این که مخاطبان یا خود شما به آن‌ها توجه کنید کارها و اقداماتی انجام می‌دهند که ممکن است نظم جلسه‌ی سخنرانی شما به هم بخورد. مثلاً دائم در جلسه شوخی می‌کنند، صحبت‌ها و سوال‌های شما را با طنز جواب می‌دهند و وسط صحبت شما می‌پرند و اینگونه کارها را انجام می‌دهند.

اگر کمی حرفه‌ای باشید می‌توانید از وجود این افراد در سخنرانی خود به نفع خودتان استفاده کنید. مثلاً می‌توانید صحبت‌های خنده‌دار خودتان را به آن شخص ارجاع دهید یا از صحبت‌ها و شوخی‌هایی که کرده در صحبت خودتان برای شادی جلسه استفاده کنید؛ اما اگر آن شخص بیش از حد این کار را تکرار کرد و دیدید موقعیت جلسه به خطر افتاده می‌توانید بدون این که کسی متوجه شود از او خواهش کنید تا در پایان جلسه با او صحبت کنید.

۸. پاسخ ندادن به پرسش‌های مخاطبان: برخی از سخنرانان زمانی که صحبت می‌کنند و مخاطبان سوالاتی دارند به مخاطب اجازه پرسیدن سوال را نمی‌دهند و می‌گویند در پایان جلسه به آن‌ها پاسخ می‌دهند و در پایان جلسه نیز چون زمانی برای آن در نظر نگرفته‌اند و جای دیگری کار دارند به سوالات پاسخ نمی‌دهند. در چنین حالتی مخاطب چه حسی خواهد داشت؟

اما نکته‌ای نیز وجود دارد، اینکه پاسخ دادن به سوالات مخاطبان خیلی برای یک سخنران خوشایند نیست، چرا که ممکن است کسی قصد داشته باشد با پرسیدن سوال‌های بی ربط موقعیت شما را به خطر بیندازد و شما را تخریب کند؛ اما راه حل‌هایی وجود دارد که

می‌توانید آن‌ها را به کار بگیرید:

- سؤالات احتمالی‌ای را که ممکن است از شما پرسند پیش بینی کنید؛

- خونسردی خود را حفظ کنید و به راحتی بگویید که متأسفانه پاسخ سوال شما را نمی‌دانم و بعداً به شما پاسخ می‌دهم.

۹. جمع بندی نکردن در انتهای سخنرانی: یکی از کارهایی

که می‌تواند شما را حرفه‌ای نشان دهد و باعث بهتر اجرا شدن سخنرانی‌تان شود، جمع بندی کردن و گفتن خلاصه‌ای از کل صحبت‌های خود از ابتدا تا انتهای سخنرانی است. این کار باعث می‌شود مطالبی که ارائه کردید در حافظه‌ی مخاطب بیشتر بماند. چند روش برای جمع بندی کردن مطالب وجود دارد:

- جمع بندی به صورت نتیجه‌گیری: در این روش مطالب را در قالب یک نتیجه‌ی مفید جمع بندی کنید. این روش خیلی کاربردی است؛

- جمع بندی به صورت پرسش و پاسخ: این روش بیشتر برای جمع‌های کوچک و سخنرانی‌هایی با تعداد کم کاربرد دارد و می‌توانید با این روش میزان یادگیری مخاطبان خود را نیز بسنجید.

۱۰. در پاورپاینت خود جمله نویسی نکنید: برخی از

سخنرانان که پاورپاینت درست می‌کنند، کل توضیحی را که در مورد یک موضوع می‌خواهند بدهند در یک اسلاید می‌آورند و مخاطب از این اقدام خسته می‌شود. باید محتوای خود را به صورت تیتربنویسید و نکات اصلی را که می‌خواهید در مورد آن‌ها صحبت کنید در اسلاید بیاورید؛ و

نکته‌ی دیگر در بحث استفاده از پاورپوینت پیروی کردن از قانون 6×6 است. این قانون بیان می‌کند که پاورپاینت شما باید حداکثر ۶ خط داشته باشد و در هر خط بیشتر از 6 کلمه وجود نداشته باشد.



سخن پایانی:

دوست عزیز، از آن جاییکه هیچ نوشته‌ای به جز کلام الهی بی نقص نیست و ساخته دست بشری قطعاً بدون مشکل و نقص نخواهد بود؛ لذا از شما خواننده محترم خواهشمندم، اگر مشکل و نقصی در این کتاب دیدید خوشحال خواهم شد که آن را از طریق ایمیل با ما در میان بگذارید. لازم به ذکر است که محتوای این کتاب بارها در کارگاه‌های آموزشی بنده تدریس شده و افراد بسیاری با به‌کارگیری دستورات کاربردی آن به نتایج بزرگی رسیده‌اند و به شما قول می‌دهم که اگر این کتاب "نوشتن متن سخنرانی" را خواندید و به دستورات کاربردی آن عمل کردید مثل بسیاری از افراد حرفه‌ای، متن درست برای‌تان نوشته و دیگر در جریان سخنرانی دست و پاچه نشده و خیلی راحت سخنرانی خواهید داشت و به نتایج چشم‌گیری خواهید رسید. هم‌چنان شایان ذکر است که دی وی این کتاب در انتشارات زرگام موجود است. در پایان برای شما خواننده محترم آرزوی موفقیت دارم.

Rasoolkhan.amin@gmail.com

با احترام

رسول خان امین

منابع و مآخذ:

۱. امین، رسول خان. (۱۳۹۷) "الفبای سخنرانی"، انتشارات عازم
۲. امین، رسول خان. (۱۳۹۷) "پنج راز بزرگ در سخنوری"، انتشارات عازم
۳. امین، رسول خان. (۱۳۹۷) "فن بیان در کسب و کار"، انتشارات عازم
۴. بهرام پور، محمد. (1393) "جعبه ابزار سخنرانی"، انتشارات سپید
۵. پیشداد، حسین. (۱۳۹۶) "چطور سخنران شویم"، انتشارات سخنوران
۶. پیشدار، علی. (۱۳۹۵) "سخنرانی به سبک شما"، انتشارات تعالی
۷. دهقانی، بهمن. (۱۳۹۵) "سخنرانی به زبان ساده"، انتشارات سخنوران
۸. سواری، ابراهیم. (۱۳۹۵) "ده شاه کلید سخنرانی"، انتشارات راز نهران
۹. صادق‌قلو، مهدی. (۱۳۹۵) "الفبای سخنرانی"، انتشارات سخنوران
۱۰. قاسمی، سید محمد امین. (۱۳۹۵) "حرفه‌ای سخن بگویید"، انتشارات تعالی
۱۱. معین، احمد. (۱۳۹۵) "ساختار تفکر سخنرانی"، انتشارات سخنوران