

سخنرانی بداهه

مؤلف: رسول خان امین

سال ۱۳۹۷

بسم الله الرحمن الرحيم



شناسنامه کتاب

نام کتاب: سخرانی بداهه

مؤلف: رسول خان امین

ناشر: انتشارات زرگام

ویراستار: عقیق الله رحیمی

صفحه آرا: محمد جواد مبارز

نوبت چاپ: اول

سال: خزان ۱۳۹۷هـ ش

تعداد: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: () افغانی

نشانی: کابل - جوی شیر

شماره‌های تماس: ۰۷۴۹۱۰۲۳۷۵ / ۰۷۸۶۷۷۰۴۵۴

همه حقوق چاپ و نشر به ناشر محفوظ است.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تقدیم به پدر و مادرم مهربانم.
تقدیم به تمام عزیزانم که مشوق من
بوده‌اند.
تقدیم به همه‌ی کسانی که برای
رسیدن به شایستگی در تلاش‌اند.
و تقدیم به جوانان عزیز افغانستان که
در دشوارترین شرایط به دانشگاه
می‌روند و درس می‌خوانند.

سپاس‌گزاری

بدون شک این کتاب بدون حمایت‌ها و هدایت‌های استادان و دوستان عزیزم به صفحه نگارش در نمی‌آمد؛ لذا از همه عزیزانی که بنده را در نگارش این کتاب یاری کردند صمیمانه سپاس‌گزارم و برای هر یک از این عزیزان آرزوی موفقیت و سربلندی دارم. جا دارد که در اینجا نام‌های برخی از این بزرگواران جهت تقدیر و ارج نهادن به همکاری‌شان را ذکر کنم.

پدر و مادر عزیزم

همکاران مهربانم که تا توانستند مشغله‌های کاری و فکری من را کم کردند تا بتوانم با خیال آسوده‌تر این کتاب را بنویسم و اگر لطف آن‌ها نبود، شاید نگارش این کتاب مدت‌ها وقت بنده را می‌گرفت.

سید جلال موسوی

دوست عزیز و همکار بزرگوaram که در بخش ویرایش این کتاب با من همکاری کردند و همچنان مشاور خوبی در قسمت تدوین کتاب بودند.

داکتر میلاد امیری

دوست عزیزم که در بخش تهیه منابع کتاب با جبین باز و خوش‌رویی با ما همکاری نموده و ۱۰ روز مکمل هرروز ۴ ساعت با ما همکاری کردند.

شیر ولی نوری مدیرمسئول انتشارات زرگام

که در سریع‌ترین زمان ممکن کتاب را چاپ کرده و پیگیری‌های لازم را برای انتشار کتاب انجام دادند و به آراستگی و زیبایی هرچه‌تمام‌تر این کتاب را به طبع رساندند.

سخن ناشر

خدای بزرگ را بی‌نهایت سپاس‌گزارم که انتشارات زرگام را توفیق داد تا کتاب «سخنرانی بداهه» اثر محترم استاد رسول خان امین را به زیور چاپ آراسته 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 هرکدام 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 موردنیاز جامعه دانشگاهی جمهوری اسلامی افغانستان یاری دهند و آرزو داریم که همچنان توفیق خدمت دوام دار و شایسته را در عرصه‌ی چاپ و نشر داشته باشیم. انتشارات زرگام در خدمت فرهنگیان کشور قرار دارد.

با احترام

شیر ولی نوری

مدیرمسئول انتشارات زرگام

فهرست

پیشگفتار.....	ج
مقدمه.....	۱۳
سخنرانی بداهه.....	۱۵
مبحث اول.....	۱۷
اکوسیستم سخنرانی:.....	۱۷
صفات یک سخنور خوب.....	۳۳
مبحث دوم.....	۴۵
قوانین و اصول بداهه:.....	۴۵
ترفندهای سخنرانی بداهه.....	۴۶
ویژگی‌های سخنرانی بداهه.....	۴۸
حذف اجزای بداهه در سخنرانی.....	۴۹
اجزای بداهه.....	۵۰
انواع سخنرانی بداهه.....	۵۰
اصول سخنرانی بداهه.....	۵۹
مبحث سوم.....	۶۵
بدن‌سازی ذهنی و فرمول بداهه:.....	۶۵
فرمول سخنرانی بداهه.....	۶۷
چاشنی سخنرانی.....	۷۵

۷۷	چاشنی‌های عالی برای یک سخنرانی عالی:
۸۱	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۸۳	مبحث چهارم
۸۳	ساختارهای سخنرانی بداهه:
۹۶	منابع و مآخذ:

پیشگفتار

به نام خداوند جان و خدای حیات* خداوند بخشنده ارتباط خداوند (ج) را شکرگزارم که توفیق عنایت فرمود تا کتاب «سخنرانی بداهه» را به رشته تحریر درآورم. همه‌ی ما می‌دانیم سخنرانی ابزاری است بسیار قدرتمند و ارزشمند، که اگر به‌خوبی استفاده شود، ما را قدرتمند نشان می‌دهد البته برخی افراد به دلیل وحشت از آن، از سخن به زبان آوردن در جمع یا پرهیز کرده و یا سخنرانی‌های غیرقابل قبولی ارائه می‌کنند؛ بنابراین، این شما هستید که با تبدیل تهدیدی بزرگ آن را فرصتی بسیار ارزشمند تبدیل خواهید کرد.

همه ما مطمئناً در شرایطی قرار گرفته ایم که باید در مورد یک موضوع بدون تمرین قبلی صحبت کنیم. شاید در یک همایش، یا در یک مهمانی و یا شاید هم در بین دوستان مطمئناً شما افرادی را دیده‌اید که از پس این سخنرانی‌های بداهه به‌خوبی برمی‌آیند و چه کسی وجود دارد که نخواهد مانند این افراد باشد؟

یعنی هرزمانی که نیاز باشد که صحبت کنیم، بدون هیچ نگرانی و مشکل این کار را انجام دهیم و البته مطالبی که ارائه می‌کنیم، مطالبی مفید و جذاب باشد. خوب حقیقت این است که ما در این کتاب کوچک قرار است که ترفندهایی را به شما بگوییم که بتوانید سخنرانی‌های بداهه را به‌خوبی انجام دهید و مهارت‌های خود را بهبود ببخشید.

در اینجا راهکارهای کاملاً عملی برای داشتن سخنرانی بداهه گفته شده است و تنها روشی که می‌توانیم، به هدف خودمان که کنترل فضا در سخنرانی و داشتن یک سخنرانی خوب است، برسیم این است که تمرین‌هایی که در این کتاب گفته شده است را انجام دهیم، پس به یاد داشته باشید که این کتاب فقط در صورتی می‌تواند به شما کمک کند که تمرین‌هایی که در آن گفته شده را انجام دهیم و در این مسیر ممارست داشته باشیم.

این کتاب برای تمام کسانی است که می‌خواهند در جمعی از مردم بدرخشند و با سخنرانی فوق‌العاده، دیگران را تحت تأثیر قرار دهند و زمانی که قرار است در جمعی صحبت کنند بتوانند بداهه حرف زده و فضا را کنترل کنند تا فردی با جایگاه اجتماعی و شغلی بالا باشند، پس اگر احساس می‌کنید که این کتاب به درد شما می‌خورد، با دقت آن را مطالعه کنید.

ادعا نمی‌شود که این کتاب در حد کمال نوشته شده، ما نیازمند مشوره‌ها و ارائه نظریه‌ها از جانب شما دوستان گرامی و بزرگواران هستیم. از حضور تمام دوستان و صاحب‌نظران نکته‌بین و دقیق صمیمانه تقاضا می‌شود تا به نکته‌نظرهای اصلاحی خود با ما همکاری کرده و در غنامندی این اثر کمک کنند.

سبز و خرم بمانید

با احترام

رسول خان امین

رئیس انجمن مناظره و سخنوران کابل

مقدمه

در کشوری که طی دوازده سال تحصیل در مکتب و پس از آن در دانشگاه، هرگز آموزشی در مورد مهارت سخنرانی و فن بیان مؤثر وجود نداشته است، یادگیری آن در هر سن و سالی که باشید، اهرم قدرتمندی برای رسیدن به اهدافتان محسوب می‌شود و دروازه‌های بی‌شماری را به روی‌تان باز می‌کند. اگر مدیری هستید که قرار است در برابر مشتریان بالقوه، محصولی را معرفی کنید، اگر کارمندی هستید که قرار است عملکرد چندماهه‌ی خود را در برابر اعضای هیئت مدیره شرح دهید، اگر دانشجویی هستید که قرار است از پایان‌نامه‌ی خود در برابر استادان دفاع کنید، اگر استادی هستید که قرار است اطلاعاتی را در برابر شاگردان خود به اشتراک بگذارید و درنهایت، اگر فردی هستید که قرار است روزی در برابر جمعی بایستید و صحبتی داشته باشید، بدون شک این کتاب موردنیاز شما است.

کتابی که پیش رودارید، یکی از کاربردی‌ترین آثار حیطة‌ی آموزش سخنرانی در بازار افغانستان است. تمام تلاشم در مدت نوشتن کتاب بر آن بود تا مهم‌ترین و تأثیرگذارترین اصول سخنرانی مؤثر و بداهه را در زمانی کوتاه و در قالب مثال‌هایی ملموس از

برترین ساختارهای سخنرانی در اختیارتان قرار دهم. درنهایت از شما بابت تهیه‌ی این کتاب سپاسگزارم و آن روزی را می‌بینم که مردم و مسئولین کشورم (به‌ویژه وزیر معارف و تحصیلات)، اهمیت بسیار زیاد آموزش کاربردی را به درستی درک کرده و با تغییرات کوچک اما مؤثر، افغانستان را به جایگاهی که در سطح جهانی لایقش است، خواهند رساند.

با بهترین آرزوها، رسول خان امین

۱۸ قوس سال ۱۳۹۷

دانشگاه کابل

سخنرانی بداهه

فنون سخنرانی بداهه در دنیای پُرهیاهو این روزها از نکته‌های مهمی است که کمتر کسی به آن توجه دارد. این روزها برخی تصمیم‌های مهم و هم‌فکری‌ها در جلسه‌هایی اتخاذ می‌شوند که هیچ برنامه‌ریزی قبلی برای آن‌ها نشده است.

پس سخنرانی بداهه از نکته‌های مهم فن بیان است که می‌تواند ما را در مسیر زندگی یاری دهد تا بهترین تصمیم‌ها را در کمترین زمان ممکن بگیریم. چگونگی سخنرانی و فن بیان یکی از مهم‌ترین نکته‌هایی است که در هنگام سخنرانی باید به آن توجه داشت. فن بیان و شیوه سخنرانی از ابزارهایی است که اگر در زندگی روزمره و زندگی شغلی خود به کارگیریم می‌توانیم در تمام عرصه‌ها بهتر ظاهر شویم و در معاملات تجاری و تصمیم‌های بزرگ به تصمیم‌گیری‌ها جهت دهیم و جلسه‌ها را به سمت اهداف خودمان پیش ببریم.

سخنرانی بداهه یا همان صحبت‌های سردستی یکی از فنون سخنرانی، فن بیان و ارتباط مؤثر کلامی است که می‌تواند نقش مهمی در سخنرانی‌ها و جلسه‌های ما داشته باشد. به عنوان یک سخنران، اجرای خوب و زیبایی سخنرانی خیلی مهم و مؤثر است؛ اما هنر یک سخنران، بداهه گویی یا سخنرانی فی‌البداهه است.

درواقع سخنرانی بداهه یکی از فنون بیان، به معنای ارتباط و هماهنگی سخن گفتن و افکار در کسری از ثانیه است که می‌تواند تأثیر زیادی در موفقیت شما داشته باشد و این امر را تسهیل بخشد. فکر نکنید سخنرانی بداهه یا بداهه گویی یک امر ذاتی است و برای

به دست آوردن آن لازم است کار زیادی انجام دهید؛ بلکه با اندکی هوش و ذکاوت و با کمی تمرین در حوزه فن بیان می‌توانید یک سخنران بداهه خوب باشید.

سخنرانی‌هایی که در آن به صورت اتفاقی و بدون هماهنگی قبلی از برخی از حضار خواسته می‌شود که چند دقیقه‌ای برای مخاطبان سخنرانی کنند سخنرانی بداهه می‌گویند. سخنرانی‌هایی که زمانی برای آماده کردن آن‌ها نداریم و بدون آمادگی قبلی باید در مورد موضوعی مشخص صحبت کنیم، قطعاً آسان نخواهد بود.

این که بخواهیم در مورد موضوعی که هیچ‌گونه هماهنگی از قبل برای آن نداشته‌ایم سخنرانی کنیم هرگز کار ساده‌ای نیست. من سخنرانی بداهه را خیلی به بازی فوتبال نزدیک می‌بینم؛ یعنی ما یک تعداد تمرین‌ها و هماهنگی‌هایی را انجام می‌دهیم و نیز ذهن‌مان را آماده می‌کنیم تا در مواقع ضروری که از ما خواسته شد سخنرانی بداهه انجام دهیم، هیچ‌گونه ترس و استرسی از این موضوع نداشته باشیم و بتوانیم در آن لحظه فقط یک ساختار خیلی خوب و زیبا به صحبت‌هایمان بدهیم و طبق همان ساختار عمل کنیم. درنهایت هیچ ترسی از سخنرانی بداهه نداریم و هر موقع هم که بدون هماهنگی و اطلاع قبلی از ما بخواهند سخنرانی کنیم، بدون کوچک‌ترین ترسی می‌آییم و سخنرانی‌مان را انجام می‌دهیم. برای این که بداهه گوی قوی باشیم، لازم است موارد زیر را به‌خوبی بشناسیم و رعایت کنیم:

۱. اکوسیستم سخنرانی؛
۲. قوانین بداهه؛
۳. بدن‌سازی ذهنی؛
۴. ساختارهای سخنرانی بداهه .

مبحث اول

اکوسیستم سخنرانی:

اکوسیستم سخنرانی یعنی فضایی که قرار است در آن سخنرانی اجرا شود. در این فضا:

۱. مخاطب؛
۲. سخنران؛
۳. محیط؛
۴. محتوا.

در ادامه به هر کدام از این عوامل می‌پردازیم.

۱. **مخاطبان:** مخاطبان افرادی هستند که قرار است برای آن‌ها سخنرانی کنیم. مخاطب را باید خیلی دقیق بشناسیم؛ نیازهای آن‌ها را بدانیم، خواسته‌ها و علایق آن‌ها را پیدا کنیم و نیز باید بدانیم که برای چند نفر می‌خواهیم سخنرانی کنیم؛ آن‌ها چه ترکیب جنسیتی دارند؟ آیا سخنرانی برای آقایان است یا خانم‌ها؟ یا شاید هم ترکیبی از هر دو، چه سنی دارند؟ چه جایگاه اجتماعی

دارند؟ محتوایی که می‌خواهیم ارائه بدهیم باید بر اساس همین خواسته‌ها و علایق مخاطب طراحی کنیم. زمانی که ما به عنوان سخنران به این نکته ها توجه کنیم مخاطب را با خود همراه ساخته‌ایم و قدم به قدم مطالب و آموزش‌هایی را که ارائه می‌دهیم دنبال خواهد کرد. برای شناخت کلی مخاطبان باید به موارد زیر توجه کرد:

۱) تعداد مخاطبان: یکی از عوامل مهم در شناخت مخاطب،

تعداد افرادی است که در سخنرانی حضور دارند. در گروه‌های کوچک، شما تسلط بیش‌تری دارید و مخاطبان هم راضی به انگشت نما شدن نیستند. برعکس در گروه‌های بزرگ‌تر، میزان بی‌توجهی افراد بیش‌تر است و ممکن است به هر نحوی از جابه‌جایی چوکی گرفته تا پیچ کردن با بغل دستی، نظم سالون را برهم بزنند؛ چون جمعیت زیاد است و برخی از افراد به راحتی به خود اجازه می‌دهند که این کار را انجام دهند. شما با شناخت جو و تعداد حضار، سخنرانی خود را کاملاً تنظیم می‌کنید. با فرض این که تعداد مخاطبان شما کم و در یک صنف می‌باشند، شما می‌توانید با تک تک آن‌ها ارتباط برقرار کرده و قدرت انتقال مطالب را با اشاره‌های شخصی تقویت کنید.

اگر در سالون 300 نفری یا بیش‌تر هستید، میزان انرژی خود را بالاتر برده و تَن صدای خود را برای جلب مخاطب و نشان دادن اعتماد به نفس و تسلط داشتن بر موضوع بالاتر می‌برید.

یکی از بدترین حالت‌ها برای یک سخنران این است که با دیدن تعداد حاضران در سالون، غافل‌گیر شود. شما باید بدانید قرار است برای چند نفر صحبت کنید. آیا تعداد آن‌ها 20 الی 50 نفر است و یا بین 100 الی 200 نفر؟ شاید هم بین 500 تا 800 نفر! و یا بیش از 1000 نفر؟ تعداد شرکت‌کنندگان هرچقدر که باشد باید از قبل بدانید و خود را برای سخنرانی در حضور آن‌ها آماده کنید.

۲) سن مخاطبان: کسب اطلاع از میزان سن و سال افراد چه تأثیری در نحوه سخنرانی شما خواهد گذاشت؟ این پرسشی است که پاسخ دادن به آن، مقدار زیادی بر موفقیت شما در ارائه سخنرانی می‌افزاید؛ مثلاً: اگر مخاطبان شما دانشجو هستند می‌توانید با ارائه مطلب در خصوص آینده کاری‌شان، آن‌ها را با خود همراه سازید. اگر برای نوجوانان و جوانان یا افراد ورزشکار صحبت می‌کنید باید از جنب‌وجوش کافی برخوردار باشید و در مواردی هم پوشش و ظاهر خود را مطابق خواسته آن‌ها درآورید؛ زیرا افراد در سن‌های مختلف نیازها و خواسته‌های مختلفی دارد؛ به‌طور مثال: افراد در سن دانشجویی بیش‌تر دغدغه پیدا کردن شغل مناسب و در اولویت بعدی ادامه تحصیلات و بعد ازدواج را دارند. وقتی میانگین سنی افراد 60 سال است بهتر است در مورد گذشته‌ها با آن‌ها صحبت کرد و وقتی با افراد میان‌سال صحبت می‌کنیم بهتر است در مورد پیشرفت و مسائل روز صحبت کنیم. هر رده سنی ادبیات، لحن و کلام ویژه خود را می‌پسندد؛ به‌طور مثال: جوانان شور و هیجان و

پیرها متانت و وقار در رفتار را می‌پسندند. ریتم کلام برای افراد جوان باید سریع باشد؛ چون کم حوصله‌اند، اما برای افراد بالای ۶۰ سال باید با سرعت کمتری صحبت کنیم.

اگر همان جنب و جوشی را که در جمع دانشجویان داریم همان جنب و جوش را در یک سخنرانی که میانگین سنی مخاطبان 60 سال باشد، داشته باشیم برای آن‌ها کمی آزاردهنده خواهد بود و سخنران از نظر آن‌ها ممکن است کمی سبک به نظر برسد. مهم است بدانید برای چه گروه سنی قرار است سخنرانی کنید؛ چون ادبیات، طنزها، مثال‌ها و بسیاری از پارامترهای دیگر که در سخنرانی برای نوجوانان و جوانان استفاده می‌شوند نسبت به پارامترهای سخنرانی برای افراد با میانگین سنی بالا، بسیار متفاوت خواهند بود. برای گروه‌های سنی مختلف، مثال‌ها و نمونه‌های متناسب را آماده کنید.

اگر قصد دارید در سخنرانی از سلایدها و تصاویر استفاده کنید؛ مهم است که بدانید برای چه گروه سنی سلاید آماده می‌کنید. در سلایدها، از تصاویر و متن‌هایی استفاده کنید که برای غالب سنی شرکت‌کنندگان قابل درک و کاملاً ملموس باشد. اگر مخاطبان شما افرادی با میانگین سنی بالاتر از ۴۵ سال هستند، تعداد سلایدهای خود را کمتر کنید، سلایدهای زیاد برای آن‌ها خسته‌کننده خواهد بود. در صورتی که برای گروهی از نوجوانان و جوانان سخنرانی می‌کنید؛ طنز مناسب و کافی را در برنامه‌ی خود در نظر بگیرید. پرسش‌های احتمالی، در گروه‌های سنی مختلف کاملاً متفاوت

هستند، باید آن‌ها را شناسایی کنید. همچنین انتظارات، علایق، نگرانی‌ها و خواسته‌های افراد در سنین مختلف نیز باهم متفاوت هستند. زمانی که برنامه‌ی شناخت مخاطبان را اجرا می‌کنید باید در مورد این موارد آگاهی کاملی به دست آورید.

۳) جنس مخاطبان: ترکیب جنسیتی شرکت کنندگان در

سمینارها در ۵ گروه دسته‌بندی می‌شوند:

- I. سخنرانی برای بانوان؛
- II. سخنرانی برای آقایان؛
- III. سخنرانی برای گروهی که نیمی از آن را خانم‌ها و نیمی دیگر را آقایان تشکیل می‌دهند؛
- IV. سخنرانی برای جمعیتی که بیش‌تر آن‌ها خانم‌ها هستند؛
- V. سخنرانی برای جمعیتی که بیش‌تر آن‌ها آقایان هستند.

اگر فکر می‌کنید که با مخاطبان هر دو جنس می‌توانید همانند هم صحبت کنید و موفق هم شوید، بدانید که کاملاً در اشتباه هستید. باید توجه داشته باشید که صحبت‌های شما هر دو طیف مخاطب را دربر بگیرد. ادبیات گفتار و طنزهای مورد استفاده در هر گروه با دیگر گروه‌ها متفاوت است. برای هر گروهی که قرار است سخنرانی کنید مثال‌ها و نمونه‌های ملموس و قابل درک همان گروه را آماده کنید. در گروه‌های شماره ۱ و ۳ و ۴ لازم است در لحن، آهنگ صدا و سرعت گفتار خود ظرافت‌های بیش‌تری به خرج دهید. یکنواختی تُن صدا، تُن بالای صدا و سرعت بالای گفتار، خیلی زود

باعث خستگی خانم‌ها خواهد شد. اگر می‌خواهید تأثیرگذار باشید باید به نکته‌های ریز بسیاری توجه کنید.

بسیاری از سخنرانان وقتی برای گروه‌هایی که نیمی از آن‌ها را خانم‌ها و نیمی دیگر را آقایان تشکیل می‌دهند سخنرانی می‌کنند، از رفتارهای خانم‌ها و آقایان در زندگی به عنوان طنز استفاده می‌کنند. با استفاده از این روش، ابتدا خانم‌ها را خندانده و بلافاصله آقایان را نیز می‌خندانند. این روش از طنز، به مهارت بالایی در بیان شوخی و طنز نیاز دارد. اگر تسلط و مهارت کافی در این خصوص ندارید از این کار اجتناب کنید تا باعث ناراحت شدن گروهی از مخاطبان نشوید.

اگر از مثال‌ها و نمونه‌ها در سخنرانی استفاده می‌کنید، هم خانم‌ها و هم آقایان حاضر را در نظر بگیرید. در صورت نیاز، به جای استفاده از یک مثال، از دو مثال استفاده کنید که یکی برای خانم‌ها و دیگری برای آقایان قابل‌درک باشد.

از آنجاکه الگوهای ذهنی زنان و مردان با یکدیگر متفاوت است، جنسیت مخاطبان از این لحاظ نیز مهم است؛ به‌طور مثال: مردان کلی‌نگر هستند و زنان جزئی‌نگر.

بنابراین وقتی برای آقایان صحبت می‌کنیم باید اول یک تصویر کلی از آنچه می‌خواهیم بگوییم به آن‌ها نشان دهیم و سپس وارد جزئیات شویم؛ ولی خانم‌ها دوست دارند از همان اول وارد جزئیات شوند. قسمت احساسی مغز زنان نسبت به آقایان از فعالیت بیش‌تری برخوردار است در صورتی که قسمت منطقی مغز آقایان

نسبت به زنان پُرکارتر است.

بنابراین بهتر است در سخنرانی برای آقایان تأکید بر روی منطق و عرف پیام باشد و برای خانم‌ها تأکید بیش‌تر به روی جنبه‌های احساسی باشد، به همین دلیل است که خانم‌ها با دیدن تصویر یک نوزاد هیجان زده می‌شوند؛ بنابراین اگر سخنران جنس مخاطبان یا ترکیب جنسیتی آن را بداند بهتر می‌تواند سخنرانی خود را آماده نماید.

۴) تحصیلات مخاطبان: سطح تحصیلات و دانش عموم

شرکت‌کنندگان در سخنرانی شما چقدر است؟ اغلب آن‌ها در چه رشته‌هایی تحصیل کرده‌اند؟ اگر سطح دانش آن‌ها متوسط و پایین‌تر از آن است باید در انتخاب واژه‌ها و جمله‌ها، دقت کنید تا ساده‌ترین و قابل درک‌ترین آن‌ها را انتخاب کنید اگر از اصطلاحات و مثال‌های پیچیده و تخصصی استفاده کنید مخاطبان شما تصور خواهند کرد که این موضوع به درد آن‌ها نمی‌خورد. همچنین پرسش‌های احتمالی برای سطوح مختلف دانشی، متفاوت خواهند بود.

بنابراین بسیار مهم است که از میانگین سطح تحصیلات آن‌ها اطلاعات کافی داشته باشید. پس دانستن تحصیلات مخاطبان، اطلاعات خوبی در اختیار ما قرار می‌دهد؛ مثلاً: وقتی در جمعی سخن می‌گوییم که میانگین تحصیلات، بالاتر از فوق‌لیسانس است قطعاً باید صحبت‌های ما پایه‌های علمی محکمی داشته باشد و برای صحبت‌هایی که می‌کنیم دلایل و شواهد و مستندات قوی داشته

باشیم.

اما وقتی همان مفاهیم را در یک جمعی که میانگین تحصیلات آن‌ها بسیار پایین است بیان کنیم باید از بیان اصطلاحات فنی و تخصصی خودداری نماییم و به جای آن از شواهد ملموس و عینی استفاده کنیم.

۵) درآمد مخاطبان: میانگین درآمد افرادی که در سخنرانی شرکت کرده‌اند، چقدر است؟ حضار درآمدشان را از چه راهی کسب می‌کنند؟ یا این که چه عواملی بر درآمد و معاش آن‌ها اثرگذار است؟ دانستن پاسخ هر کدام از این پرسش‌ها می‌تواند سخنرانی شما را تحت‌الشعاع قرار دهد و به شما کمک کند که چه مبلغ درآمدی را مدنظر قرار دهید تا متناسب با مخاطب باشد تا بتواند خود را با شما یکی کند و توجه خود را معطوف به سخنرانی شما نماید؛ به طور مثال: فرض کنید که برای افراد مهم و ثروتمند سخنرانی می‌کنید یا این که مربی سخنرانی تعدادی از آن‌ها هستید، اگر به آن‌ها بگویید که شما با کسب مهارت‌های فن بیان و سخنرانی به درآمد ۲۰۰۰۰ هزار افغانی در ماه دست پیدا خواهید کرد، آیا این حرف می‌تواند جالب و برازنده باشد؟ قطعاً نه؛ و همین‌طور اگر برای تعدادی دانشجو نیز یک درآمد غیرقابل‌باور مثال بزنید؛ مثلاً ۱۰۰۰۰۰ هزار افغانی در هرامه، این نیز می‌تواند دانشجویان را دچار شک و تردید نماید؛ بنابراین باید در محدوده درآمدی آن‌ها صحبت کنیم تا بتوانند به ما اعتماد کرده و حس اطمینان در آن‌ها به وجود بیاید.

۶) فرهنگ مخاطبان: توجه به فرهنگ مخاطب ارتباط شمارا با آن‌ها بیش‌تر می‌کند و باعث می‌شود که آن‌ها شمارا از خودشان بدانند و این راز پیروزی شماست. پوشش، مسائل مذهبی و سیاسی جزئی از فرهنگ یک قوم و ملت است. همان‌طور که قبلاً گفته شد؛ مثلاً: اگر با پوشش، خود را همسان مخاطب کنید با آن‌ها همراه خواهید شد. در موارد مذهبی باید گرایش‌های دینی را موردتوجه قرار داده و نوع ادبیات و کلمه‌هایی را که در آن دین و مذهب به کار می‌روند، موردتوجه و احترام قرار دهید. مذهب یک رکن اساسی زندگی افراد است که حاضر به از دست دادن آن نیستند و به‌نوعی خط سرخ آن‌هاست. مثلاً اگر در روزهای عادی سال در سخنرانی‌های خود از حضار تشویق می‌گرفتید، در روزهایی که به خاطر مناسبت خاصی، قبل یا بعداز آن تعطیل است باید ملاحظات مربوطه را رعایت نموده و احترام بزرگان دین را به رسمیت بشناسید. خود را درگیر مسائل سیاسی نکنید؛ مگر این‌که خود یک فرد سیاسی باشید که در این زمینه فعالیت می‌کنید و کار شما لزوم ارائه یک سخنرانی سیاسی را طلب می‌کند. از اطلاعات و اتفاقاتی که به‌تازگی در یک منطقه و برای قومی افتاده مطلع و باخبر باشید و برای آن برنامه‌ریزی کنید. مثلاً اگر اخیراً در یک منطقه فرد مهمی از آن قوم فوت کرده یا جشن بزرگی رخ داده، همه آن‌ها را مدنظر قرار داده و بر اساس آن، محتوای سخنرانی خود را برنامه‌ریزی کنید.

مهم‌ترین ابزار تجزیه و تحلیل مخاطب، عقل سلیم و همدلی است و در حقیقت توانایی «خود را جای دیگران قرار دادن» است. به احتمال قوی، مخاطب شما درست مثل شما نیست؛ از آنچه در مورد آن‌ها می‌دانید همراه با آنچه در مورد سازمان‌شان می‌فهمید، برای پیشگویی پاسخ‌های احتمالی به سخنرانی‌تان بهره ببرید.

۷) عقاید مخاطب: اطلاع از عقاید مخاطب نیز می‌تواند در نگاه شما به محتوای موضوع و نحوه بیان، اثرگذار باشد. هنگامی که شما طی تحقیقات یا از راه‌های دیگر اطلاعاتی را از برگزارکننده به دست آورده‌اید که مخاطبان امروز شما در صحنه‌ی سخنرانی کسانی هستند که با اکراه به اینجا آمده‌اند و دید منفی نسبت به موضوع سخنرانی دارند، باید در همان ابتدا این را در دستور کار خود قرار دهید که عقیده آن‌ها را به نحوی مناسب تغییر داده و اصلاح کنید؛ به‌طور مثال: اگر شما قصد صحبت در خصوص نقش مهارت‌های ارتباطی در زندگی روزانه و گرفتن حق و حقوق خود یا کسب درآمد بیشتر به کمک این مهارت‌ها را برای تعدادی از کارمندان یا کارگران یک مجموعه دارید، امکان این که تعدادی از حضار با این موضوع مخالف باشند وجود دارد؛ چنین حرف‌هایی را می‌شنوید؛ این مطالب کتابی است و به درد ما نمی‌خورد، اصلاً مگر امکان دارد که با این مهارت‌ها به درآمد بیشتر دست پیدا کرد یا ارتباط روزانه ما چه تغییری خواهد کرد. در اینجا است که نقش شما برای رفع این معضل، مهم جلوه می‌کند. برای این کار می‌توانید در ابتدای

صحبت‌های‌تان، افرادی را که در جلسه‌ها و جاهای دیگر تغییر کرده‌اند، نام ببرید یا این که در صورت امکان تعدادی از این افراد را روی سن بیاورید و از زبان آن‌ها این مسئله را تشریح کنید. با این کار می‌توانید تا حد زیادی بر مسئله فائق آیید. در مقابل هم اگر عقاید آن‌ها با شما یکی باشد کار شما بسیار راحت خواهد شد.

۸) شخصیت مخاطبان: همه ما انسان‌ها باهم از نظر شخصیت تفاوت داریم، اگرچه ممکن است شباهت‌هایی نیز داشته باشیم. برخی‌ها از حضور در جمع خوش‌شان نمی‌آید برخی دیگر برعکس عاشق جمع هستند. برخی‌ها درون‌گرا هستند و خیلی اهل حرف زدن نیستند؛ ولی برخی دیگر برون‌گرا هستند و دوست دارند حرف بزنند و دیگران را بخندانند. برخی‌ها دماغی هستند؛ ولی برخی دیگر مؤدب و خوش‌برخورد. در یک کلام شخصیت‌ها متفاوت هستند و هر کدام شاید با انگیزه‌های متفاوتی به شما گوش دهند.

تصور کنید که یک استاد هستید و قرار است وارد صنفی شوید که قبلاً نسبت به آن هیچ شناختی نداشته‌اید. چگونه با مخاطبان‌تان برخورد می‌کنید؟ شما می‌توانید با طرح پرسش‌هایی از دانش‌آموزان‌تان این شناخت را به دست آورید؛ به‌طور مثال: پرسید نظرشان در مورد این درس چیست؟ یا در پایان سال انتظار چه نمره‌ای رادارند؟

یک سخنران نیز می‌تواند در ابتدای صحبتش از مخاطبان پرسش‌هایی را در مورد موضوع سخنرانی بپرسد. البته سوالش باید

کنجکاوای مخاطبانش را برانگیزد. به قسم مثال: اگر شما یک فروشنده باشید و یک مشتری به سراغ شما آمده باشد که شما هیچ‌گونه شناختی از او ندارید، چگونه با او رفتار می‌کنید؟ اینجا نیز با پرسیدن پرسش‌هایی از علاقه و نیاز او می‌توانید او را بهتر بشناسید و احتمالاً محصولی را به او بفروشید. حالا در هر موقعیتی قرار دارید ببینید چگونه می‌توانید از مخاطبان‌تان شناخت لازم را به دست بیاورید. مطمئناً تابه‌حال به اهمیت شناخت مخاطب پی برده‌اید.

۹) علاقه‌مندی‌های مخاطبان: مخاطبان از چه چیزهایی خوش‌شان می‌آید، از چه جایی بودن لذت می‌برند و از چه پوشش و از چه افرادی خوش‌شان می‌آید و ... باید توجه داشت که مخاطبان ما از چه طرز لباس پوشیدنی خوش‌شان می‌آید. مثلاً: در فضاهای دانشگاهی پوشیدن دریشی بسیار حائز اهمیت است و در مکان‌های ورزشی برای ورزشکاران پوشیدن لباس معمولی و حتی ورزشی بسیار جالب و جذاب است.

۱۰) باورهای مخاطبان: باورها، افکاری است که مخاطبان به آن‌ها اعتقاد راسخ دارند و برای تأیید آن‌ها دلایل و صحبت‌های بسیاری دارند. باید بدانیم که باور مخاطبان ما نسبت به موضوع سخرانی چیست و چگونه به آن فکر می‌کنند. بسته به نوع فکر کردن آن‌ها، می‌توان متن سخرانی را متناسب با باورهای آن‌ها اصلاح کرد.

(۱۱) ارزش‌های مخاطبان: ارزش‌ها اصول اساسی افراد در زندگی هستند؛ یعنی فرد چه چیزی را درست یا نادرست می‌داند. مخاطبان چه چیزی را به‌عنوان ارزش تلقی کرده و از سخنران چه انتظاراتی دارند؟

یک سخنران بسیاری از موارد را از جمله نحوه راه رفتن، نوع پوشش سخنران، لحن حرف زدن و موارد مشابه را باید با توجه به ارزش‌های جمع حاضر انتخاب کند. باورها، ارزش‌ها و علایق، هویت مخاطبان را تشکیل می‌دهد و دانستن بیش‌تر در مورد آن‌ها، ما را در شناسایی هر چه بیش‌تر مخاطب و تدوین متن سخنرانی کمک می‌کند.

(۱۲) وضعیت روحی روانی مخاطب: آگاهی از وضعیت روحی روانی مخاطب می‌تواند کمک زیادی در نحوه اجرای سخنرانی شما داشته باشد. شما به‌خودی‌خود و به‌تنهایی نمی‌توانید از این موضوع آگاهی پیدا کنید؛ می‌توانید اتفاقات اخیری را که برای گروه مخاطب شما افتاده است، از برگزارکننده مراسم یا حتی یک کارمند و چوکی‌دار سازمان بپرسید. اتفاقاتی مثل مرگ و میر، برگزاری یک جشن بعد یا قبل از سخنرانی شما و حتی یک خبر خوب می‌تواند سخنرانی شما را تحت تأثیر قرار دهد. از برنامه‌ها و رخداد‌های قبل یا بعد از سخنرانی مثل پرداخت پاداش یا کسر معاش، اخراج تعدادی از کارمندان، تقسیم کار بین سایر کارکنان، یا این‌که آن‌ها چند ساعت است در سالون هستند و سخنرانان قبلی چه بر سر آن‌ها

آورده‌اند مطلع شوید.

شاید ترکیبی از این‌ها نیز رخ دهد، همه این موارد بر خلق‌وخوی افراد اثرگذار است و می‌تواند به‌طور بالقوه بر سخنرانی شما تأثیر مستقیم بگذارد. مطلع بودن در خصوص این موارد می‌تواند برای شما در جذب و علاقه‌مند کردن مخاطب بسیار مفید باشد.

(۱۳) ویژگی‌های فیزیکی مخاطب: مخاطب ما یک انسان است که نیازهای اساسی و اولیه‌ای دارد که ما به‌عنوان سخنران باید آن را در نظر بگیریم. این که مخاطب ما برای نشستن طراحی نشده است و باید بلند شود و هر از چند گاهی حرکتی داشته باشد و یک ورزش مختصری انجام دهد. مخاطب ما نیاز به یک تغذیه سالم دارد تا خستگی از او رفع شود. مطمئناً هر چه که سن مخاطبان بالاتر باشد، این ملاحظات هم باید بیش‌تر مورد توجه قرار گیرد. پس به نیازها و ویژگی‌های فیزیکی مخاطب خود توجه داشته و آن‌ها را برای سخنرانی خوب خود برطرف کنید.

(۱۴) ویژگی‌های ذهنی: ممکن است مخاطبی که با آن روبه‌رو هستیم نمی‌تواند مدت زیادی تمرکز کند و باید تمرکز او را با وسایل مختلف برگردانیم از جمله پرسش پرسیدن، فکاهی گفتن و... نکته‌های هم که بیان می‌شود باید در حد ۲ تا ۴ نکته باشد که در ذهن مخاطب جای گیرد. البته باید سعی گردد که اطلاعات بیش‌تر به‌صورت تصویری باشد که در ذهن مخاطب حک شود. قاعدتاً هر چه سن مخاطبان بالاتر باشد، این ملاحظات باید بیش‌تر رعایت شود.

۱۵) بررسی انگیزه مخاطب: گاهی اوقات مخاطب نسبت به موضوع بیان شده علاقه‌ای ندارد؛ بنابراین برای ایجاد انگیزه در او باید بتوانیم یک پُل ارتباطی ایجاد کنیم. همچنین سخنرانی خود را بایان جمله‌های آغاز کنیم که مخاطب پی ببرد. صحبت‌های ما برای او مفید است؛ مثلاً: اگر مخاطبان علی‌رغم میل باطنی خود به جلسه سخنرانی آمده‌اند و ما می‌خواهیم در مورد تربیت فرزند صحبت کنیم می‌توانیم یک پُل ارتباطی با پرسش‌های زیر ایجاد کنیم:

- چه کسانی فرزند دارند؟
- چه کسانی دوست دارند فرزند آن‌ها در آینده صاحب کسب‌وکار خوبی شود؟
- چه کسانی دوست دارند تا فرزند آن‌ها به دانشگاه برود؟
- چه کسانی دوست دارند فرزند آن‌ها مسیرهای تعالی و رشد فردی و روانی و اجتماعی را به‌خوبی طی کند و دارای ارتباطات مؤثر باشد؟

یادداشت: بالا رفتن دست مخاطبان، یعنی شما گام بلندی در راستای ارتباط با آن‌ها برداشته‌اید.

۲. سخنران و سخنوری: سخنوری فن یا هنری است که به‌وسیله آن می‌توان شنونده را قانع و بر منظور خویش ترغیب کرد و نیز هنری است که همه به آن نیاز دارند و خود به تنهایی شغل و پیشه نیست، بلکه وسیله‌ای جهت پیشرفت به‌سوی مقصود است.

سخنور: اگر به‌درستی به شرایط سخنور عمل کند برای عموم

بهترین مدرس تهذیب کننده نفوس است و چه بسا، مواقعی باید گفتار خود را کتباً تهیه نماید، از همین رو علم ادب و مشق نویسندگی الزامی است و تسلط بر موضوع و اطمینان از خود، لازمه‌ی هنر سخنوری است. یک سخنور گذشته از احاطه بر موضوع و زبردستی در سخنوری باید مردم را بشناسد و علم نفس داشته باشد، نکته سنج و زمان شناس باشد و دامنه مطالعاتی خود را اعم از منطق، فلسفه، سیاست، اخلاق و تاریخ گسترش دهد. قواعد و اصول سخنوری برای یک سخنور باید ملکه‌ی ذهن باشد نه آنکه تنها قصد به یادآوری آن را در حین سخنوری داشته باشد و در آن لحظه سخنان خود را با آموزه‌ها تطبیق دهد.

سخنوری، قوس و قزح دادن به کلام نیست، بلکه سخن نیکو گفتن هرچند ساده و بی‌پیرایه باشد، سخنوری است و عدم تقلید در جان اثر حاکم است؛ زیرا جذابیت یک سخنور، طبیعت شخص سخنور است. بهترین سخنوران آن است که در بیان، قصد سخنوری نکند و نیت آن جلوه‌گری در کلام نباشد، بلکه تمامی حواس معطوف به انجام وظیفه که همان انتقال پیام سخنوری است باشد.

حتی‌المقدور از نوشته‌ی خود سخنوری نکند. در سخنوری علمی تشریفاتی و گاهی در سخنوری قضایی خواندن از روی نوشته جایز است، در سخنوری سیاسی کمتر و در سخنوری منبری هیچ‌گاه جایز نیست. سخنوری آن است که سخن تعلیم دهنده، دلپسند و مهیج باشد، هم مغز را راضی کند، هم گوش را خوش آید و هم دل را تصاحب کند. سخنور باید معانی لطیف و پسندیده را به ترتیب

صحیح در لفظ و عبارت فصیح، ساده، روان و خوش‌آهنگ دربیایورد و از عبارت‌های طولانی و عالمانه و فضل فروشی بپرهیزد.

بلندی سخن از بزرگی روح برمی‌آید. استحکام سخن از متانت خلق، دل‌پذیری سخن از طبیعی بودن و مهیج و مؤثر بودن سخن از دل است. رنگ و روغن سخن از قوت تخیل گوینده و درستی سخن از مطالعه بسیار امکان‌پذیر است و سخنوری که افکار و معانی بدیع ندارد به آرایش لفظ و عبارت می‌پردازد. سخن باید از جهت معنا و لفظ و لحن و اشارات با مقتضای زمان و مکان و احوال اشخاص موافق باشد و همچنین با موضوع تناسب داشته باشد.

دل‌نشین شدن سخن آن است که گفتار با آنچه شنوندگان به آن دل‌بستگی دارند متناسب باشد. اموری که مردم به آن دل‌بستگی دارند ثروت است و شهرت، نام نیک و شرافت، تمتعات و لذایذ، امور ذوقی و عواطف و مانند این‌ها. سخن که موافق ذوق و سلیقه و عقیده شنونده باشد برای او دل‌نشین است. سخن هر چه متنوع‌تر باشد دل‌نشین‌تر است.

صفات یک سخنور خوب

- I. سخنور باید نیک‌نفس، خیرخواه و خوش‌نیت باشد.
- II. عواطف نیکو داشته باشد.
- III. به هر نیکی عاشق و به هر بدی بیزار باشد.
- IV. سخنور باید با شرافت، امین، راست‌گو، صمیمی و متخلق به فضایل باشد.

- V. سخنور باید از طبیب محتاط‌تر، دلسوزتر و باوجدان‌تر باشد؛ چون طبیب جان مردم را در دست دارد و سخنور روح را.
- VI. سخنور باید فکور، خردمند و باذوق و سلیقه باشد.
- VII. سخنور باید بی‌غرض باشد و از سخنوری جز ادای وظیفه منظور نداشته باشد.

۳. محیط: فضا و آن جوی هست که در آن قرار داریم. این که کجا سخنرانی می‌کنیم؛ آیا در مجلس ختم سخنرانی می‌کنیم یا در جشن فارغ‌التحصیلی دانشجویان؟ باید به محیطی که سخنرانی می‌کنیم توجه کنیم و موضوع و نحوه سخنرانی را بر اساس آن محیط تنظیم کنیم و پیش ببریم.

۱) کنترل دقیق محیط: یکی از عوامل مهم و کلیدی در موفقیت شما به عنوان سخنران، سالون یا آن محیطی است که در آنجا سخنرانی می‌کنید. موفقیت شما در سخنرانی تا حدودی به این بستگی دارد که سالون در چه وضعیتی قرار دارد.

باید به دقت آن را بررسی و تا جایی که امکان دارد آماده کنید. در سخنرانی سه عامل مهم وجود دارد که باید به آن‌ها توجه ویژه‌ای شود. این سه عامل عبارت‌اند از: صدا، نور و دما. معمولاً اکثر مواقع در حین اجرای سخنرانی یکی از این سه مورد با مشکل مواجه می‌شود. در باب همین موضوع هنری نوون جمله معروفی دارد: «ما نمی‌توانیم کاری بکنیم که باران ببارد، اما می‌توانیم خاک را برای بارش باران آماده کنیم.»

قبل از شروع سخنرانی باید به محل برگزاری برنامه رفت و همه چیز را بررسی و کنترل کرد. یک سال قبل در کابل سمیناری داشتیم. سخنرانی من ساعت ۲ بعدازظهر بود، ولی طبق معمول قبل از ظهر رفتم تا بتوانم به سخنرانی‌های قبلی گوش کنم. وقتی وارد سالون شدم دیدم یکی از قسمت‌های یک هتل است که فقط نیمی از آن روشن بود. درواقع سالون نیمه‌تاریک و شبیه باشگاه شبانه بود. چهره سخنران مبهم و نامشخص بود و این موضوع من را می‌آزرد. بلافاصله یکی از کارکنان هتل را به سالون آوردم و گفتم: «می‌توانید چراغ‌های این سالون را روشن کنید؟» او گفت: «منظورتان این است که همه چراغ‌ها را روشن کنم؟» من پاسخ دادم بلی، او بلافاصله رفت، دو دکمه را فشار داد و تمام سالون روشن شد.

۲) به ترکیب سالون نظارت کنید: وقتی که قرار است سمینار یا سخنرانی برگزار کنید، سعی کنید زمانی که کارگران یا کارکنان آنجا در حال آماده کردن سالون هستند، در آنجا حضورداشته باشید؛ چون ممکن است مرتکب اشتباه‌های زیادی شوند. می‌خواهیم تا وقتی کارگران آنجا حضور دارند و در دسترس هستند به آن‌ها بگوییم اشتباه به وجود آمده را اصلاح کنند و سالون را آن‌طور که ما می‌خواهیم آماده کنند و چوکی‌ها را طوری بچینند که ما می‌خواهیم. چیدمان چوکی‌ها باید طوری باشد که سخنران بتواند با تمام مخاطبان ارتباط دیداری برقرار کند، احساسات خود را به آن‌ها

انتقال دهد و بهتر با آن‌ها ارتباط برقرار کند.

۳) همه باید بتوانند شمارا به راحتی ببینند: وقتی شما روی سن در حال سخنرانی هستید، این امکان و شرایط باید وجود داشته باشد که همه مخاطبان بتوانند به وضوح و راحتی شمارا ببینند. این امر مستلزم آن است که طوری چوکی‌ها را بچینید که همه بتوانند دید خوبی بر روی سن داشته باشند تا زمانی که شما در حال سخنرانی هستید، بتوانند شمارا به خوبی ببینند. برای این کار لازم است چوکی‌ها به حالت نیم دایره چیده شوند و فاصله کمی از سن داشته باشند. در صورتی که تعداد مخاطبان زیاد باشد، باید تمام چوکی‌ها را به حالت نیم دایره دریاورید تا کسانی که بر روی چوکی‌های عقب نشسته‌اند، بدون این که بچرخند یا برگردند بتوانند بدون هیچ مشکلی سخنران را ببینند.

۴) قاعده 5*5 را فراموش نکنید: زمانی که شما می‌خواهید از پاورپاینت استفاده کنید این نکته را فراموش نکنید: روی هر سلاید هرگز نباید بیش از پنج خط نمایش دهید و در هر خط نباید بیش از پنج کلمه نوشته شود. این کلمه‌ها باید به اندازه‌ای بزرگ باشند که در یک خط جا شوند و خط کامل شود. مخاطبانی که در ردیف پشت نشسته‌اند باید بتوانند پرده نمایش را به راحتی ببینند و بخوانند و نکته‌های کلیدی اصلی سخنرانی را متوجه شوند. این نکته را هم نباید فراموش کنید که پاورپاینت یک وسیله است، شما باید بتوانید پیام خود را با استفاده از توانایی خودتان ارائه بدهید.

۵) دما را کنترل کنید: حتماً شما هم تجربه این را داشته‌اید که در یک سمینار شرکت کرده‌اید؛ ولی به علت گرم و یا سرد بودن سالون حال‌تان بد شده است و از شرکت کردن در این سمینار پشیمان شده‌اید و نتوانسته‌اید استفاده‌ی مطلوب را از سمینار ببرید. حدود 90 درصد مواقعی که سخنرانی می‌کنید دمای اتاق نامناسب است. گاهی هوا سرد است و گاهی با هوای بسیار گرم روبه‌رو می‌شوید و دلیل این اتفاق می‌تواند هزینه زیاد برق سیستم تهویه سالون باشد. وقتی سالونی به شما اجاره داده می‌شود صاحب سالون به مهندسان می‌گوید که تا جایی که امکان دارد کاری انجام بدهند تا برق کمتری مصرف شود. شما باید به این موضوع اهمیت ویژه‌ای بدهید تا سالون با مشکل دما مواجه نشود.

۴) محتوای سخنرانی: دو سال پیش از یک همایش در کابل که جمعیت بسیاری در آن حضور داشتند چیزهای فراوانی یاد گرفتم. یکی از سخنرانان که در ارائه قوی بود محتوای سخنرانی ضعیفی داشت و بیش‌تر بر احساسات مخاطبان تأثیر می‌گذاشت به همین دلیل بعد از مدتی تأثیر صحبت‌هایش از بین رفت و مخاطبان خسته شدند. محتوا باید منطقی باشد؛ یعنی سخنران چیزی ارائه کند که مخاطب بعد از مدت‌ها هم با اشتیاق به آموزش‌هایی که به او در سمینارها داده می‌شود عمل کند. نه این‌که تمرین‌هایی که ارائه می‌شود را سریعاً فراموش کند و حرف‌های سخنران در طولانی مدت کارساز نباشند.

۱) **محتوا باید گره‌گشا باشد:** هر قدر یک سخنران برای ارائه یک محتوای کامل تلاش کند، باز هم یک دسته از مخاطبان ارائه ناراضی هستند؛ یعنی سخنران باید همیشه یک دسته‌ای که ناراضی هستند را در نظر بگیرد. یک سخنران خوب در هنگام نوشتن محتوا برای ارائه یک سخنرانی خوب نهایت تلاش خود را می‌کند و تا کیفیت کار را بالا برده و آن گروه ناراضی را به حداقل برساند. محتوای سخنرانی باید طوری باشد که مسئله و یا مشکلی که مخاطب به آن دچار است را حل کند. اگر محتوایی که به مخاطبان ارائه می‌کنید ضعیف باشد در سخنرانی موفق نمی‌شوید.

۲) **محتوا نباید پراکنده باشد:** حتماً شما هم برخی از سخنران‌ها را دیده‌اید که مانند پرندۀی که در جنگل است در بین درختان از این شاخه به آن شاخه می‌پرد، آن‌ها هم از این شاخه به آن شاخه می‌پرند. حتی خودشان هم نمی‌دانند که به کجا می‌روند و هدفشان از سخنرانی چیست؟ این‌گونه سخنرانان باعث می‌شود که دیگران به آموزش بدبین شوند. منظور من این نیست که سخنران باید بی‌نقص باشد و دیگر هیچ اشتباه نکند؛ بلکه باید آن قدر تمرین کند و در رابطه با موضوعی که قرار است سخنرانی کند اطلاعات داشته باشد تا یک محتوای مفید ارائه کند.

شما باید در سخنرانی یک هدف مشخص را دنبال کنید. موضوع سخنرانی و محتوای خود را طوری طراحی کنید که دارای نظم خاص باشد؛ یعنی یک نکته شروع داشته باشد و یک نکته پایان.

۳) محتوا ارزشمند باشد: آیا محتوایی که قرار است ارائه شود ارزشمند است یا خیر؟ آیا کسی که در حال گوش دادن به سخنرانی است حاضر است وقت خود را برای شنیدن به صحبت‌های ما بگذارد. تنها زمانی که مخاطب تصمیم می‌گیرد به جای گوش دادن به صحبت‌های سخنران با موبایل خود بازی کند یا با بغل دستی خود صحبت کند زمانی است که محتوا برای مخاطب بی‌ارزش باشد. وقتی صحبت از ارزشمند بودن می‌شود به این معنا است که این محتوا از اطلاعاتی علمی و کاربردی برخوردار است و یا بحث‌های تحقیقاتی در آن به کاررفته است. آیا این مطالب مخاطب را کنجکاو کرده است؟ پس همیشه مطالبی را ارائه کنید که کاربردی و مفید هستند.

۴) محتوا امتحان شده باشد: اگر می‌خواهیم از کاربردی بودن محتوای مطالب‌مان مطمئن شویم باید از قبل آن را امتحان کرده و یا با کسانی که تجربه امتحان آن را داشته‌اند مصاحبه کنیم. سخنران باید مراقب صحبت‌های خود باشد؛ چون برخی مخاطبان آن‌قدر به سخنران ایمان دارند که هر چه را می‌گویند اجرا می‌کنند؛ بنابراین بهتر است که سخنران مطالب را کاملاً امتحان کند بعد به دیگران ارائه دهد.

۵) محتوا بومی‌سازی شده باشد: این نکته مهم را نباید فراموش کرد که محتوا باید مطابق شرایط جامعه و محیطی که در آن زندگی می‌کنیم تهیه و ارائه شود؛ یعنی تمام مثال‌ها و شوخی‌ها یا

اطلاعاتی که از سخنران‌های خارجی آموزش می‌بینیم را باید بومی کنیم؛ به‌طور مثال: وقتی سخنرانی در شهری در مناطق جنوب و گرمسیر کشور است نباید از مثال برف استفاده کنیم و بگوییم وقتی برف می‌آید، برف‌بازی به آدم روحیه می‌دهد؛ ولی برای سخنرانی‌های که در مناطق سردسیر کشور داریم این مثال بسیار ملموس است و برای مثال زدن در جنوب و شرق هم می‌توانیم مثال دریا را بزنیم.

۶) محتوا ساده باشد: محتوای سخنرانی شما باید آن قدر ساده و همه‌فهم باشد که دیگران متوجه شوند.

چگونه یک محتوای ساده بنویسیم؟ نوشتن یک محتوا که همه متوجه حرف‌های شما شوند بسیار آسان است؛ ولی نیاز به تمرین دارد. در هنگام طراحی سخنرانی برای خود یک نقشه بسازید و بر اساس آن محتوای خود را آماده کنید. فرض کنید برای یک پسر ده‌ساله قصد سخنرانی دارید؛ بنابراین طوری سخنرانی خود را ساده طراحی کنید که آن پسر مفهوم صحبت‌های شما را متوجه شود و ساکت بنشیند و به سخنان شما گوش دهد نه این که بازی گوشی کند و شما را آزار دهد.

یادداشت: پرسشی در اینجا پیش می‌آید که اگر سخنرانی زیاد از حد ساده باشد مخاطب ما را دست کم نمی‌گیرد؟ پاسخ این است: مغز انسان طوری طراحی شده است که چیزهای ساده را دوست دارد؛ چون وقتی ساده‌سازی را در صحبت‌هایمان رعایت کنیم مغز

ما کمتر انرژی مصرف می‌کند و مطالب برای ما بیش‌تر کاربردی خواهد شد.

۷) محتوا تکراری نباشد: به سخنرانی‌های تکراری کسی توجه نمی‌کند؛ چون چیز جدیدی برای یادگیری در آن وجود ندارد و لزومی ندارد که ما به این سخنرانی گوش دهیم؛ اما اگر محتوا جدید باشد توجه مخاطب را به خود جلب می‌کند. برای این‌که توجه مخاطبان را جلب کنیم و تا آخر سخنرانی آن‌ها را با خود همراه بسازیم باید محتوای جدید داشته باشیم.

۸) محتوا به‌روز باشد: از فواید به‌روز بودن محتوای سخنرانی خوب گوش دادن مخاطبان، همراهی مخاطبان با سخنران تا آخر برنامه و شرکت دوباره آن‌ها در سمینارهای بعدی است. لذا برای یک سخنران به‌روز بودن صحبت‌هایش و عدم تکرار مکررات نکته بسیار باارزشی است.

یکی از دلایلی که محتوا باید به‌روز باشد این است که مردم به محتوای قدیمی گوش نمی‌دهند. دنیا روز به‌روز در حال پیشرفت و گسترش است و اکثر آدم‌ها دوست ندارند که از دیگران عقب بمانند. البته برای برخی از آدم‌ها اصل به‌روز بودن برای‌شان دردآور است؛ چون برای به‌روز بودن باید تغییر کرد، در صورتی که تغییر برای افراد ناموفق دردآور است و کاری است غیرممکن. به همین دلیل هیچ‌وقت به خودشان زحمت نمی‌دهند و برای بهبود زندگی‌شان هیچ تلاشی نمی‌کنند. پس سخنران باید تمام تلاش خود را بکند تا

محتوایی ارائه کند که بر دیگران اثر بگذارد.

۹) محتوا ملموس باشد: حتماً شما هم در سخنرانی‌هایی شرکت کرده‌اید که اصلاً ندانستید که سخنران چه گفت و یا اصلاً راجع به چه چیزی صحبت کرد و هدف سخنران چه بود. وقتی که از محل سخنرانی دور شدید هیچ چیز را به یاد نمی‌آوردید. دلیلش این است که محتوای ارائه شده تصویری نیست و آنچه ارائه شده است قابل لمس نیست؛ بنابراین محتوا باید به صورت واضح، شفاف و قابل لمس ارائه شود.

۱۰) محتوا تأثیرگذار باشد: مخاطبان محتوایی را می‌پسندند که تأثیر بیش‌تری بر آن‌ها بگذارد. یکی از عواملی که باعث می‌شود محتوای شما رنگ و لعاب خوبی بگیرد استفاده از نقل قول بزرگان است. بگذارید یک مثال بزنم، اگر می‌خواهید مخاطبان را به مطالعه و یادگیری تشویق کنید این سخن بیل گیتس بسیار مؤثر است. او می‌گوید: «عشق و علاقه زیاد به تداوم در امر یادگیری عاملی بسیار مهمی است، من در دوران کودکی آموختم که زیاد کتاب بخوانم.» یا از داستان‌هایی که در آن اشخاص به یک موفقیت دست یافته‌اند استفاده نمایید.

یادداشت: وقتی در یک سخنرانی، سخنران همیشه از خودش صحبت کند بعد از مدتی جو سخنرانی کسل‌کننده و یکنواخت می‌شود. این مسئله حس خوبی به مخاطب نمی‌دهد، سخنران می‌تواند محتوا را بهتر و مؤثرتر ارائه کند. از نقل قول‌هایی که به

سخنرانی شما جذابیت می‌دهد استفاده کنید. سعی کنید از نقل قول‌های افرادی که مخاطبان شما آن‌ها را می‌شناسند استفاده کنید. شما می‌توانید با استفاده از مثال‌های مرتبط با موضوع سخنرانی خود به جذابیت آن بی‌افزایید

(۱۱) محتوا کاربردی و مفهومی باشد: بسیاری از سخنران‌ها سعی می‌کنند دیگران را احساساتی کنند. این مسئله خوب است؛ ولی برای مدت طولانی کاربردی نیست و بعد از مدتی تأثیر خود را از دست می‌دهد. فرد وقتی متوجه می‌شود که تغییری در او ایجاد نشده بی‌انگیزه می‌شود. اگر سخنران حرفه‌ای، دید طولانی مدت داشته باشد باید از محتوایی استفاده کند که بر منطق مخاطب اثر بگذارد تا برای مدت‌های طولانی اثرگذار باشد.

(۱۲) محتوا باید هدف‌دار باشد: وقتی صحبت از کاربردی بودن محتوا می‌شود؛ منظور این است که محتوایی که یک سخنران قصد ارائه آن را دارد باید هدف‌دار باشد نه این‌که از شاخه‌ای به شاخه‌ای دیگر بپرد. من بارها سخنران‌هایی را دیدم که موضوع برگزاری سمینار چیز دیگری است؛ ولی آن‌ها در رابطه با موضوع دیگری سخنرانی می‌کنند و البته سخنران هم مقصر نیست، این مخاطبان هستند که پای صحبت هر سخنران می‌نشینند.

منظور از هدف‌دار بودن این است که به مخاطبان به صورت غیرمستقیم بگویید اگر تا انتهای سخنرانی با من همراه باشید فن‌های مفیدی که باعث پیشرفت شما می‌شود را به شما آموزش

می‌دهم البته طبق قولی که می‌دهید باید عمل هم بکنید؛ و تمام تمرکزتان را بر روی هدف‌تان و چیزی که قول آن را داده‌اید بگذارید، نه این که مانند سخنران‌هایی که فقط نام آن‌ها سخنران است و نمی‌دانند چه کار می‌کنند و فقط حرف می‌زنند و هیچ ساختاری در صحبت‌های آن‌ها وجود ندارد عمل کنید.

۱۳) تصویری واضح ارائه کنید: زمانی که سخنرانی خود را طوری مطرح می‌کنید که حالت تصویری دارد بهتر در ذهن مخاطب قرار می‌گیرد و مخاطب هرگز آن تصویر را فراموش نمی‌کند.

مبحث دوم

قوانین و اصول بداهه:

بداهه‌پردازی و به اصطلاح بداهه سخن گفتن مانند سایر فن‌های سخنرانی قوانین و قواعد خاص خودش را دارد. اولین قانون در بداهه این است که اجزای بداهه را حذف کنیم؛ یعنی اجازه ندهیم چیزی بداهه بماند. به این معنا که اگر قرار است درجایی حضور پیدا کنیم و این احتمال را هم می‌دهیم که امکان دارد از ما دعوت شود تا به عنوان سخنران چند دقیقه‌ای سخنرانی داشته باشیم، سعی کنیم قبل از این که وارد آن فضا شویم تا می‌توانیم در مورد آن اطلاعات کسب کنیم و موضوع فوق را از بداهه خارج کنیم تا هیچ نقطه تاریکی برای خودمان باقی نماند.

اگر حرفه‌ای باشید، باید این کار را در حرفه خودتان انجام دهید. انتقادهایی را که به ما مطرح است باید بشناسیم و بدانیم که چه نوع انتقادی ممکن است به ما شود و چگونه پذیرای این انتقادات باشیم و از همه این‌ها مهم‌تر این که پرسش‌های را که ممکن است از شما

پرسیده شود لست کنید و پاسخ هر کدامشان را پیدا کنید. به این موضوع نیز توجه داشته باشید، پرسش‌هایی را که ممکن است در حیطه شغلی‌تان پرسیده شود پیدا کنید.

به عنوان مثال پرسش‌هایی که ممکن است در حیطه سخنرانی از من پرسیده شود به این شکل است:

- چطور در جمع سخنرانی کنیم؟
 - چگونه ترس از سخنرانی را کنترل کنیم؟
 - از کجا مطلب بیاوریم؟
 - یا مثلاً نظرت راجع به فلان سخنران چیست؟
- و پرسش‌هایی از این دست.

من باید پاسخ تک تک این پرسش‌ها را برای خودم داشته باشم که اگر احیاناً درجایی این دسته از پرسش‌ها پرسیده شد، پاسخ آن پرسش را حاضر و آماده داشته باشم.

ترفندهای سخنرانی بداهه

در اینجا قرار است که ما ترفندهایی بگوییم که شما بتوانید سخنرانی‌های بداهه و بدون آمادگی برگزار کنید. وقتی صحبت از سخنرانی بداهه پیش می‌آید، منظور سخنرانی‌هایی است که فرصتی برای آماده کردن آن‌ها نداریم و بدون آمادگی قبلی باید در رابطه با موضوعی مشخص صحبت کنیم. همه ما مطمئناً در شرایطی قرار گرفته‌ایم که باید در مورد یک موضوع بدون تمرین قبلی صحبت کنیم. شاید در یک همایش یا در یک مهمانی و یا شاید هم در بین

دوستان مطمئناً افرادی را دیده‌اید که از پس این سخنرانی‌های بداهه به‌خوبی برمی‌آیند و چه کسی وجود دارد که نخواهد مانند این افراد باشد؟ یعنی هرزمانی که نیاز باشد صحبت کنیم، بدون هیچ نگرانی و مشکل این کار را انجام دهیم و البته مطلب‌هایی که ارائه می‌کنیم، مطلب‌های مفید و جذاب باشد. خوب حقیقت این است که ما در این کتاب و به‌خصوص در اینجا قرار است که ترفندهایی را به شما بگوییم که بتوانید سخنرانی‌های بداهه را به‌خوبی انجام دهید و مهارت‌های خود را بهبود ببخشید.

دانستن ترفندها و مهارت‌های سخنرانی و فن بیان بدون شک تأثیر زیادی در بهبود وضعیت شما نخواهد داشت این شما هستید که باید با تمرین‌های مداوم و برنامه‌ریزی شده مهارت‌های خود را بهبود ببخشید.

در ابتدا شاید این پرسش برای تان پیش آید که اصلاً چرا باید یک سخنرانی بداهه داشته باشیم؟ مطمئناً سخنرانی‌هایی که آمادگی قبلی برای آن‌ها داریم بهتر و دقیق‌تر خواهند بود و این آمادگی در عملکرد ما تأثیر مثبت خواهد داشت. همه ما در سخنرانی‌هایی که وقت زیادی برای آماده‌سازی خود داریم می‌توانیم بهتر عمل کنیم، بیش‌تر فکر کنیم و در نتیجه ارتباط بهتری می‌توانیم برقرار کنیم؛ اما گاهی اوقات، ارائه یک سخنرانی بداهه واقعاً اجتناب‌ناپذیر است و هیچ راه‌گریزی وجود ندارد؛ به‌طور مثال: ممکن است هنگامی که در یک همایش نشست‌ایم از ما به عنوان مدیر یا مسئول یک بخش دعوت شود که سخنرانی کوتاهی در

جمع داشته باشیم و به معرفی سازمان خود یا فعالیت‌هایی که در این زمینه انجام داده‌ایم بپردازیم.

مثال دیگری که می‌توان برای این موضوع ارائه کرد، زمانی است که شما با دوستان قدیمی خود در جمعی قرار گرفته‌اید و هر فرد خاطره‌ای تعریف می‌کند و زمانی هم از شما خواسته می‌شود خاطره‌ای بیان کنید. همه شرایطی که برای شما مثال زدیم، شرایطی بودند که در زندگی روزمره بارها و بارها ممکن است با آن مواجه شویم و اگر بتوانیم مهارت‌های سخنرانی بداهه خود را بهبود ببخشیم، بدون شک می‌توانیم تأثیرگذاری و نفوذ خیلی زیادی بر مخاطبان خود داشته باشیم.

ویژگی‌های سخنرانی بداهه

سخنرانی‌های بداهه به‌طور معمول ویژگی‌های مشخصی دارند و تقریباً همه آن‌ها غیر تخصصی هستند، معمولاً کسی از شما خواهش نمی‌کند که به‌صورت بداهه در رابطه با یک موضوع بسیار تخصصی صحبت کنید و این نوع سخنرانی‌ها به‌طور معمول جنبه معرفی، گزارشی و یا سرگرمی دارند.

همچنین ویژگی دیگری که در این نوع از سخنرانی‌ها وجود دارد این است که سخنرانی‌های بداهه طبق معمول زمان کمی دارند و مطمئناً در حالت عادی هیچ‌کسی از شما نمی‌خواهد که برای 40 دقیقه در مورد یک موضوع به‌صورت بداهه صحبت کنید. معمولاً سخنرانی‌های بداهه 5 یا نهایتاً 10 دقیقه خواهند بود. سخنرانی‌های

بداهه به‌طور عموم جنبه سرگرمی دارند و برای عوض کردن حال و هوای برنامه صورت می‌گیرد و چاشنی برنامه‌ها هستند و مطمئناً هیچ همایشی محور اصلی آن سخنرانی‌های بداهه نخواهد بود! همه این موارد (غیرتخصصی بودن، کوتاه بودن زمان و فرعی بودن) به ما کمک می‌کنند که ما کار راحت‌تری پیشرو داشته باشیم، از همین رو باید به شما بگویم که کار خیلی سختی هم پیش رو نداریم.

حذف اجزای بداهه در سخنرانی

برای شروع کار لازم است ابتدا تا جای ممکن با اجزای بداهه سخنرانی آشنا شویم و سپس سعی کنیم که این اجزا را از سخنرانی خود حذف کنیم تا بیش‌تر سخنرانی ما با آمادگی باشد.

«بهترین بداهه‌ها درواقع بداهه نیستند.» این جمله را به خاطر بسپارید که بارها و بارها با آن در این فصل سروکار خواهیم داشت و این جمله کلیدی ما در موضوع سخنرانی‌های بداهه خواهد بود. در حقیقت منظور ما این است که نخست باید بدانیم که سخنران‌های بداهه گو واقعاً بداهه نمی‌گویند و بسیاری از بخش‌ها را از قبل در ذهن خود آماده کرده‌اند. موضوع دیگر این است که ما باید تا جای ممکن اجزای بداهه سخنرانی خود را پیدا کنیم و از قبل بر روی آن کارکنیم تا این مشکل تا حد زیادی رفع شود.

اجزای بداهه

با توجه به این جمله که «بهترین بداهه‌ها درواقع بداهه نیستند.» باید تلاش کنیم که تا حد ممکن اجزای بداهه کار خود را پیدا کنیم و از قبل بر روی آن متمرکز شویم و بدانیم در این مواقع چطور باید رفتار کنیم. اجزای بداهه برای هر فردی متفاوت خواهند بود. در ادامه این اجزا را با چند مثال نشان خواهیم داد:

مثالی از اجزای بداهه؛ نخستین موضوع در اجزای بداهه، پرسش‌های احتمالی هستند. همه ما در هر سخنرانی این احتمال را می‌دهیم که در آخر برنامه پرسش‌های زیادی را باید پاسخ بدهیم و البته بهتر است که خود ما وقتی را برای این کار در نظر بگیریم. در زمان پرسش و پاسخ مطمئناً پرسش‌های پرسیده می‌شود که ما مجبور خواهیم بود برای مدت کوتاهی در رابطه با آن‌ها به‌صورت بداهه سخنرانی کنیم، این هنر ماست که پرسش‌های احتمالی را پیدا کنیم و پاسخ‌های مناسبی برای آن‌ها بیابیم. در چنین شرایطی جزء بداهه صحبت ما به کلی حذف می‌شود و می‌توانیم کار خود را به‌خوبی پیش ببریم.

انواع سخنرانی بداهه

سخنرانی‌های بداهه را می‌توان بر اساس میزان آمادگی قبلی به دو بخش بدون آمادگی و با آمادگی کم تقسیم کرد. سخنرانی‌هایی که برای تدارک آن‌ها هیچ فرصتی نداریم (کمتر از 30 ثانیه)

بداهه‌های بدون آمادگی هستند و سخنرانی‌هایی که برای آماده کردن آن‌ها وقت بسیار کمی داریم (کمتر از 30 دقیقه) بداهه‌های با آمادگی کم نامیده می‌شوند.

(۱) سخنرانی‌های با آمادگی کم: شرایطی را فرض کنید که در همایشی نشسته‌اید و مجری برنامه هنگام اعلام برنامه ضمن اعلام حضور شما در برنامه، از شما درخواست می‌کند که پس از سخنرانی بعدی، چند دقیقه‌ای در رابطه با یک موضوع مشخص صحبت کنید. خوب همه چیز خیلی خوب است؛ چون شما تا پایان صحبت سخنرانی بعدی یعنی کمتر از 20 دقیقه فرصت دارید! شما در این 20 دقیقه چه کار می‌کنید؟ در این بخش می‌خواهم به شما راهکارهایی را ارائه کنم که بتوانید در سخنرانی‌هایی با فرصت آماده شدن بسیار کم سربلند و پیروز باشید. این راهکارها عبارت‌اند از:

I. نوشتن نکته‌های کلیدی؛

II. تنظیم دقیق شروع و پایان؛

III. تصویرسازی ذهنی.

I. نوشتن نکته‌های کلیدی: اصلی‌ترین کاری که شما باید انجام دهید این است که نکته‌های کلیدی که قصد بیان آن‌ها را دارید حتماً بر روی کاغذی بنویسید تا شکل کلام و پیکربندی آن را در دست داشته باشید. البته مطمئناً می‌دانید که منظور من این نیست که متن سخنرانی خود را از اول تا آخر بنویسید، بلکه فقط چند واژه کلیدی را یادداشت کنید که

کلیت بحث در ذهن شما باقی بماند؛ برای مثال: این واژه‌ها می‌توانند به این شکل باشند: بودجه- پیشرفت مالی امسال- گذر از بحران اقتصادی- قدردانی.

II. **تنظیم دقیق شروع و پایان:** کار دیگری که شما باید در

سخنرانی‌های با آمادگی کم انجام دهید این است که شروع و پایان سخنرانی خود را با دقت و ظرافت بسیار زیادی تنظیم کنید. برای همه ما این که چه طور سخنرانی خود را شروع کنیم و چه طور آن را به پایان برسانیم بسیار دشوار است و اگر بتوانیم این دو قسمت را به خوبی برگزار کنیم، قسمت میانی سخنرانی خیلی هم دشوار نخواهد بود! شما باید نحوه دقیق شروع و پایان سخنرانی خود را مشخص کنید و به‌طور دقیق طبق چیزی که مشخص کرده‌اید رفتار کنید تا رفتارهای غیرحرفه‌ای و ناخوشایندی در شما بروز پیدا نکند.

III. **تصویرسازی ذهنی:** موضوعی که بارها و بارها در رابطه با آن

صحبت کرده‌ام، تصویرسازی ذهنی است، این که شما تمام سخنرانی خود را در ذهن‌تان با جزئیات و به‌صورت دقیق مجسم کنید. در تصویرسازی ذهنی، شما باید تمام آنچه می‌خواهید بر روی صحنه انجام دهید (کلام، حالات صورت و یا حرکت‌های بدن را به‌صورت کامل در ذهن خود مجسم کنید). تصویرسازی ذهنی یکی از برترین تمرین‌هاست و به خصوص در سخنرانی‌های بداهه به کمک شما می‌شتابد؛

بنابراین توصیه می‌کنم که این موضوع را به سادگی فراموش نکنید.

۲) سخنرانی‌های بدون آمادگی: نوع دوم سخنرانی بداهه،

سخنرانی‌های بداهه بدون آمادگی بود؛ یعنی سخنرانی‌هایی که شما برای فکر کردن فقط حدفصل بین چوکی‌تان تا میز خطابه سخنرانی فرصت دارید؛ یعنی کمتر از ۳۰ ثانیه. این جمله معروف از مارک توآین که می‌گوید: «برای من، آماده کردن یک سخنرانی بداهه بیش‌تر از ۳ هفته زمان می‌برد.» می‌تواند توضیح خوبی برای همه ما باشد که باید از قبل خودمان را برای یک سخنرانی بداهه آماده کنیم! اگر این امکان وجود داشت که هرگز سخنرانی‌های بداهه معنای خاصی نداشتند! پس حالا باید راهکارهایی ارائه کنیم تا بتوانیم در زمان‌هایی که هیچ تمرین قبلی در رابطه با جزء بداهه در سخنرانی نداشتیم، باز هم بتوانیم یک سخنرانی بداهه خوب ارائه کنیم. این راهکارها عبارت‌اند از:

I. فکر کردن وقتی روی پاهایمان ایستادیم؛

II. حذف دیالوگ‌های درونی؛

III. فعال کردن Super-Fast Creative Brain؛

IV. تمرین.

I. فکر کردن وقتی روی پاهایمان ایستادیم: مغز انسان بسیار

پیچیده است و توانمندی‌هایی دارد که اگر ما با آن‌ها به خوبی آشنا باشیم می‌توانیم فعالیت‌هایی انجام دهیم که حتی بسیاری

از افراد نمی توانند چنین موضوعی را تصور کنند! یکی از همین ویژگی‌های عجیب مغز انسان این است که بخشی از آن اگر در شرایط خوبی قرار بگیرد می‌تواند در مدت زمان کوتاهی (چند ثانیه) هزاران رویداد را بررسی کند و مهم‌ترین آن‌ها را استخراج کند؛ بنابراین اگر ما بتوانیم این قسمت از مغزمان را فعال کنیم تا در مدت زمان 30 ثانیه‌ای که تا رسیدن به پای تریبون فرصت داریم متنی را آماده کنیم، مطمئناً می‌توانیم بداهه‌های بسیار بهتری را نسبت به سایر سخنران‌ها ارائه دهیم. نکته جالب این که مغز ما سرعت بسیار بیش‌تری نسبت به حرف زدن ما دارد و اگر ما بتوانیم به مغز این امکان را بدهیم که به‌خوبی فکر کند، حتی در حین صحبت هم می‌توانیم فکر کنیم و مطلب‌های بعدی را آماده کنیم.

II. حذف دیالوگ‌های درونی: یکی از مشکل‌های اصلی که باعث

می‌شود ما نتوانیم به درستی فکر کنیم و در حقیقت جلو مغزمان را می‌گیریم تا نتواند یک سخنرانی بداهه خوب ارائه کند، دیالوگ‌های درونی است که ما در هنگام مواجهه با سخنرانی‌های بداهه با خود انجام می‌دهیم. صحبت‌هایی درونی که به ما می‌گویند: من نمی‌توانم این کار را بکنم، آخر این چه موضوعی بود که به من گفتن؟ حالا میرم بالای سٹیژ و خرابکاری می‌کنم و... همه این دیالوگ‌ها و صحبت‌های درونی باعث می‌شوند که جلو تفکرات خود را بگیرید و به مغز بیچاره

اجازه ندهید که فکر بکند.

اگر شما بتوانید این دیالوگ‌ها را از بین ببرید و هرگز به چنین موضوع‌هایی فکر نکنید ذهن شما فضای بیشتری برای فکر کردن به موضوع مهم (متن سخنرانی بداهه) خواهد داشت؛ بنابراین توجه کنید که هیچ‌گاه اجازه ندهید دیالوگ‌های درونی به سراغ شما بیایند.

I. فعال کردن Super-Fast Creative Brain: بخشی از مغز ما

وجود دارد به نام Super-Fast Creative Brain یا مغز فوق‌العاده سریع و خلاق. این بخش از مغز ماست که می‌تواند به سخنرانی‌های بداهه ما کمک کند و اگر ما این بخش را به خوبی تمرین بدهیم خواهیم دید که چطور می‌توانیم از عهده سخنرانی‌های بداهه به خوبی بر بیاییم. برای فعال کردن این بخش نیاز است که ما یاد بگیریم حین حرف زدن فکر نکنیم. تمرین‌های جالب و زیادی در این رابطه وجود دارد.

II. تمرین: در آخر قصد دارم تمرینی در اختیار شما قرار دهم، به

این صورت که شما از ۴۵ جمله‌ای که در ادامه آمده است، روزانه ۵ جمله را انتخاب کنید و سعی کنید ۵ دقیقه راجع به هر کدام از آن‌ها با صدای بلند صحبت کنید. در حقیقت شما با این کار به مغز خود یاد می‌دهید که چطور هم‌زمان درحالی که صحبت می‌کند فکر هم نکند. باید توجه داشته باشید که این تمرین را هرچه بیشتر و دقیق‌تر و برای مدت طولانی‌تری انجام

دهید، مطمئناً نتیجه بهتری خواهید گرفت و من امیدوارم که با این ۴۵ جمله بتوانید بیان خود را تا حد زیادی متحول کنید.

۱. وقتی که طفل بودید، قهرمان زندگی شما در افغانستان چه کسی بود؟

۲. از شخصیت‌های تاریخی کشور چه کسی برای شما جذابیت بیش‌تری دارد؟

۳. به نظر شما سانسور کار درستی است؟

۴. به نظر شما صدور حکم اعدام برای یک فرد کار درستی است؟

۵. همیشه خودتان را ملزم به گفتن حقیقت می‌کردید چون که...

۶. به نظر شما ازدواج یک کار سنتی است؟

۷. زنان می‌توانند مدیران بهتری باشند.

۸. آیا در جامعه ما زندانی کردن افراد دارای نتیجه مؤثری است؟

۹. با پول می‌توان همه چیز خرید.

۱۰. برای من، موفقیت در زندگی یعنی...

۱۱. چرا مردم از شکست وحشت دارند؟

۱۲. بهترین چیزی که در جامعه ما هست ...

۱۳. مهم‌ترین مشکلی که امروزه جامعه ما با آن روبه‌رو است ...

۱۴. آیا زندان باعث کاهش جرم و جنایت می‌شود؟

۱۵. چگونه می‌توان سیستم آموزش و پرورش یا معارف را پیشرفت داد؟

۱۶. آیا دانستن زبان دوم امری ضروری است؟

۱۷. آیا تلویزیون ارزش نگاه کردن دارد؟

۱۸. آیا به نظر شما سیاست و صداقت دو موضوع ناسازگار با یکدیگر هستند؟
۱۹. بازی‌های المپیک چقدر برای شما اهمیت دارند؟
۲۰. آیا به نظر شما اگر یک مرد گریه کند ایرادی دارد؟
۲۱. آیا همه سلاح‌های هسته‌ای باید نابود شوند؟
۲۲. بزرگ‌ترین پشیمانی شما چیست؟
۲۳. چیزی که بیشتر از همه به آن افتخار می‌کنم ...
۲۴. چه چیزی شما را خوشحال می‌کند؟
۲۵. بهترین مقصد شما برای مسافرت کجاست؟
۲۶. بهترین فلمی که تا به حال دیده‌اید کدام است؟
۲۷. در مکتب چه چیزی بیشتر از همه برای شما جذاب بود؟
۲۸. بهترین سفر شما کدام سفر است؟
۲۹. ترسناک‌ترین تجربه زندگی شما چیست؟
۳۰. چه کسی در زندگی شما نقش اصلی را بازی می‌کند؟
۳۱. اگر بخواهم تنها یک کار در زندگی خود انجام دهم، ...
۳۲. اگر من یک نویسنده می‌بودم، درباره این موضوع می‌نوشتم که ...
۳۳. اگر شما می‌توانستید یک حیوان داشته باشید، کدام را انتخاب می‌کردید؟
۳۴. بهترین شغل دنیا ...
۳۵. اگر شما احتیاجی به خوابیدن نمی‌داشتید، زندگی شما چگونه می‌بود؟

۳۶. اگر قرار بود بین باهوش‌تر بودن و زیباتر بودن یکی را انتخاب کنید، کدام را انتخاب می‌کردید؟
۳۷. اگر به شما یک میلیون دالر پول بدهند و از شما بخواهند که آن را در عرض یک ماه خرج کنید، چه کار می‌کردید؟
۳۸. بهترین ویژگی دوست صمیمی من این است که...
۳۹. حتی اگر با یک فرد ماهر یا باتجربه در یک زمینه خاص مشورت کنید، بازهم این امکان وجود دارد که هر نتیجه‌ای حاصل شود.
۴۰. سفر مهم‌تر از مقصد است.
۴۱. راه هموار می‌تواند به شما کمک کند که خیلی سریع پیش بروید، اما این راه ناهموار است که به شما خیلی چیزها می‌آموزد.
۴۲. آیا به نظر شما قهرمانان ورزشی خرج زیادی دارند؟
۴۳. اگر قرار باشد که شما یک کار بسیار خطرناک را برای یک بار انجام دهید، به گونه‌ای که هیچ خطری متوجه شما نباشد، چه کاری را انتخاب می‌کردید؟
۴۴. اگر می‌توانستید یک چیز را در دنیا تغییر دهید، چه بود؟
۴۵. کدام یک جالب‌تر است یک فرزند باشید یا یک فرزند داشته باشید؟

اصول سخنرانی بداهه

در اینجا سعی داریم شمارا با فن بیان و سخنرانی بداهه آشنا کنیم و نکته‌هایی درباره سخنرانی بداهه و دیگر فنون بیان ارائه دهیم. یقین داشته باشید با دانستن مهارت‌های فن بیان یا بهتر بگوییم سخنرانی بداهه می‌توانید راه موفقیت را بیمایید و بی شک در جایگاه خود بدرخشید.

۱. زیاد سخنرانی کنید: اول از همه به یاد داشته باشید که

برای یادگیری فنون بیان از جمله سخنرانی بداهه، زیاد سخنرانی کنید. با این کار بعد از مدتی این توانایی را خواهید داشت که در جمع‌های کوچک و بزرگ درباره هر موضوعی بدون استرس و منسجم سخنرانی کنید. اگر جزء افراد مهم جامعه و یا جزء افرادی هستید که با دیگران ارتباط زیادی دارید قطعاً بسیار اتفاق خواهد افتاد که بدون اطلاع قبلی در جایگاهی قرار بگیرید که نیاز باشد درباره موضوعی خاص صحبت کنید، با تمرین زیاد حتماً به مرحله‌ای خواهید رسید که صحبت کردن در جمع برای‌تان امری عادی خواهد بود.

۲. عذرخواهی نکنید: برای سخنرانی بداهه نیازی نیست از

دیگران برای نداشتن آمادگی و یا منسجم نبودن سخنان‌تان عذرخواهی کنید؛ زیرا این کار باعث می‌شود که وقت خود را از دست بدهید و به‌درستی نتوانید درباره موضوع موردبحث صحبت کنید.

۳. **مقدمه چینی نکنید:** برای سخنرانی بداهه بهتر است سر اصل مطلب بروید و مقدمه چینی بی دلیل نکنید این کار باعث بی حوصلگی حضار و خارج شدن از موضوع اصلی می شود. در آموزش فن بیان و فنون سخنرانی سعی داریم اشتباهات رایج در سخنرانی را نیز برای تان شرح دهیم، مقدمه چینی نابجا و بی مورد یکی از این مواردی است که می تواند شنوندگان را نسبت به شنیدن سخنان شما سرد و بی رغبت کند.

۴. **حافظه خود را تقویت کنید:** اگر فردی هستید که حافظه خوبی ندارید و یا به راحتی نمی توانید اطلاعاتی را به حافظه خود بسپارید، بهتر است این کار را تمرین کنید، زیرا برای سخنرانی بداهه لازم است که بتوانید اطلاعات و مطالب را به خوبی به یاد بسپارید تا بتوانید در سخنرانی ها از آن ها استفاده کنید. این نکته خیلی مهم است که از سخنان دیگران و یا اطلاعاتی که قبلاً آموخته اید و یا کتاب ها یا مقالاتی که قبلاً خوانده اید در سخنرانی های خود استفاده کنید. نه تنها این کار باعث زیباتر شدن و منسجم تر شدن سخنرانی تان می شود؛ بلکه در صورتی که مبنای سخنان تان کتاب های معتبری باشد می تواند اعتبار سخنرانی شما را بالا ببرد.

۵. **با قدرت صحبت کنید:** برای سخنرانی بداهه لازم است محکم و با قدرت و تحرک زیاد صحبت کنید. همچنین برای

انتقال بهتر مطالب خوب است از این ترفند استفاده لازم را ببرید. قطعاً سخنرانی خشک و بی تحرک از دیگر اشتباهات رایج فن بیان است که باعث خستگی حضار و بی حوصلگی شنوندگان می شود؛ به عنوان مثال: گاهی برای غریک‌نواخت شدن سخنان تان برخی از جملات تان را اجرا کنید یا سعی کنید آن را نشان دهید یا سعی کنید از زبان بدن هم استفاده کنید.. یکی از نکاتی که می تواند به شما کمک کند این است که بدانید چطور در مردم و شنوندگان شور و انگیزه ایجاد کنید. با دانستن این نکته و در نظر داشتن آن می توانید سخنرانی بهتر و پرنرزی تری را ارائه دهید. حتماً می دانید هر چه شور و انگیزه در مخاطبان بیش تر باشد اثر کلام شما نیز بیش تر خواهد شد.

۶. زبان بدن که از مهم ترین نکات فن بیان است: دارای

نکات و فنون زیادی است که توضیح بیش تر آن در این کتاب نمی گنجد و در کتاب زبان بدن بنده آمده است؛ اما برای داشتن سخنرانی زیبا تر لازم است این فنون را یاد بگیرید و در سخنرانی های تان آن ها را لحاظ کنید.

۷. از سخنرانی نترسید: سعی کنید بر ترس خود غلبه کنید.

برای این کار کافی است زیاد سخنرانی کنید و سعی کنید سخنرانی های تان را بدون هماهنگی و یا حفظ کردن اجرا کنید. حفظ کردن سخنرانی باعث استرس و اضطراب شما

در حین سخنرانی خواهد شد. فقط کافی است در رابطه با مطلبی که می‌خواهید در مورد آن صحبت کنید اطلاعات کاملی داشته باشید و موارد مهم را نکته برداری کنید تا نکته‌ای از قلم نیفتد. حتماً با منبع صحبت کنید و درباره مطالبی که از آن‌ها اطلاعاتی ندارید صحبت نکنید. این نکته خیلی مهمی است که حتماً بدانید درباره چه مطلبی می‌خواهید سخن بگویید و اطلاعات‌تان را در آن حوزه بالا ببرید. پس مراقب باشید سخنرانی بداهه را با حرف‌های بی پایه و اساس اشتباه نگیرید. بداهه سخن گفتن بیش‌تر هنر بداهه فکر کردن است تا هنر سخنرانی.

۸. خودتان باشید: سعی نکنید خود را جای کسی دیگری بگذارید. خودتان باشید و به شیوه خودتان صحبت کنید؛ اما در این میان به یاد داشته باشید باید به قدری سخنرانی و سخنوری را تمرین کنید تا خوب حرف زدن و زیبا سخن گفتن از عادت‌های روزمره و عادی شما شود و در هر زمان و هر مکانی بتوانید بهترین سخنرانی بداهه را ارائه دهید. با تمرین و تمرکز روی این موضوع و دیگر نکات فن بیان نه تنها می‌توانید بدون تقلید از کسی سخنرانی بداهه کنید؛ بلکه می‌توانید یک سخنور خوب باشید.

۹. لباس مناسب بپوشید: لباس و ظاهر مناسب از نکاتی است که در سخنرانی و فن بیان تأثیر زیادی دارد. به همین دلیل

سعی کنید همیشه خوش تیپ باشید یا لااقل اگر احتمال می‌دهید قرار است از شما بخواهند که یک سخنرانی داشته باشید لباس شیک و مناسب بپوشید. همان‌طور که می‌دانید هر حرفه‌ای شیوه لباس پوشیدن و آراستگی ظاهری خاص خود را دارد. این کار نه تنها شما را در نظر شنوندگان فردی خوش لباس و خوش چهره و مرتب نشان می‌دهد؛ بلکه باعث کم شدن استرس و بالا رفتن اعتمادبه‌نفس شما در حین سخنرانی نیز می‌شود.

۱۰. **پیچیده سخن نگویید:** پیچیده سخن گفتن از دیگر اشتباهات رایج سخنرانی و فن بیان است. در سخنرانی بداهه نیازی نیست با کلمه‌های پیچیده یا خاصی حرف بزنید، طوری حرف بزنید که همه حضار حرف‌های شما را متوجه شده و از آن لذت ببرند، برای این کار کافی است ساده، عادی و بدون پیچیدگی و تفسیر اضافه صحبت کنید.

۱۱. **تماس چشمی:** یکی از مهم‌ترین نکات در فن بیان و سخنرانی ارتباط چشمی است، یعنی برای تأثیر بیش‌تر ارتباط چشمی خود را با حضار حفظ کنید و در حین صحبت کردن به آن‌ها فقط به یک شخص خاص نگاه نکنید.

۱۲. **حضور ذهن و هوش بالایی داشته باشید:** برای تقویت در سخنرانی بداهه اول لازم است حضور ذهن داشته باشید و تمام و کمال تمرکزتان را روی صحبت‌ها و پرسش‌های حضار

بگذارید تا بتوانید خیلی صریح و واضح آن‌ها را درک کرده و پاسخ بدهید. از طرفی هوش خود را بالا ببرید و فن‌های آن را یاد بگیرید. این کار باعث می‌شود شما سریع‌تر مفهوم و معنای مطالب را درک کرده و بهتر و زودتر بتوانید پاسخگو باشید و مدت‌زمان بیشتری برای فکر کردن داشته باشید. با کمی تمرین و دقت و تمرکز به مواردی که در بالا ذکر کردیم نه تنها می‌توانید فنون بیان را به خوبی تمرین کنید و یاد بگیرید؛ بلکه می‌توانید یک سخنرانی زیبا داشته باشید.

مبحث سوم

بدن‌سازی ذهنی و فرمول بداهه:

شما ورزشکاری را تصور کنید که در مسابقات المپیک شرکت کرده و قهرمان شده، به نظر شما این ورزشکار چه کار کرده که توانسته است به این افتخار دست پیدا کند؟ مطمئناً پاسخ همه ما یکی است و آن هم این است که این آقا یا خانم محترم ورزشکار تمرین‌های سنگین و فشرده‌ای انجام داده که توانسته است قهرمان المپیک شود.

صحبت کردن و سخنرانی بداهه نیز به این شکل است. اگر شما بتوانید تمرین‌های مربوط به بدن‌سازی ذهنی را به‌طور مرتب و در مدت مشخصی انجام بدهید، ظرف مدت بسیار کوتاهی بداهه را خیلی خوب و راحت می‌توانید صحبت کنید. در ادامه به تعدادی از این تمرین‌ها اشاره خواهیم کرد و آن‌ها را توضیح خواهیم داد.

۱. صحبت کردن در مورد یک موضوع به مدت 5 دقیقه:

موضوعی را انتخاب کنید و به مدت 5 دقیقه در مورد آن صحبت

کنید، به شرط این که در آن موضوع شما هیچ گونه تخصصی نداشته باشید و این صحبت کردن باید سریع و پیوسته باشد. نباید در حین صحبت کردن به چیز دیگری فکر کنید. باید تمام تمرکز و حواس خود را روی آن موضوع بگذارید.

انجام روزانه این تمرین باعث می شود که ذهن خود را به چالش بکشید و به دنبال کلمه های جدید بگردید. قسمتی در مغز وجود دارد به نام قسمت خاکستری که با انجام دادن همین تمرین ها به این قسمت خاکستری مغز دسترسی پیدا خواهید کرد و باعث می شود که یک قفسه بندی بسیار عالی در مغز ایجاد شود که هر کلمه ای سر جای خودش قرار گیرد. همین نظمی که در مغز شکل می گیرد، موجب می شود که شما این توانمندی را به وجود بیاورید که در هر موضوعی بتوانید صحبت کنید و حرف کم نیاورید.

تمرین

لطفاً همین حالا یک موضوعی را انتخاب کنید؛ مثلاً: شیر، میز، فلسفه، دستگیر و... به مدت 5 دقیقه در مورد آن صحبت کنید. مهم نیست که پراکنده گویی می کنید یا حرف زدن تان ساختار خاصی ندارد مهم این است که قطع نکنید و ادامه دهید.

۲. پیدا کردن شباهت ها: تمرینی که من واقعاً دوست دارم و در بداهه صحبت کردن من معجزه کرد، همین تمرین است. به این ترتیب که بیاید هرروز دوتا شیء نامربوط به هم را انتخاب کنید و شباهت های این دو شیء را پیدا کنید. این کار را حداقل

باید روزی یک بار انجام دهید. خوبی این تمرین در این است که ذهن را آزاد می کند تا به هر کجا و هر چیزی که دوست دارد فکر کند و از هر دو چیز غیر مرتبط موضوعات مرتبط و قشنگی پیدا کند.

تمرین

لطفاً همین حالا شروع کنید شباهت های ناک و کتاب را پیدا کنید و اینجا بنویسید. سعی کنید این کار را این قدر ادامه بدهید تا شباهت های این دوشی حداقل به 30 شباهت برسد.

فرمول سخنرانی بداهه

حتماً شما هم دیده اید که برخی از افراد وقتی سخنرانی می کنند، آن قدر سخنرانی منسجمی ارائه می کنند که آدم دوست ندارد سخنرانی شان تمام شود. این افراد خیلی کار دشواری انجام نمی دهند. درواقع فقط به سخنرانی خود ساختار می دهند و همین ساختار است که باعث شده سخنرانی و صحبت های این افراد جذاب به نظر برسد؛ بنابراین ساختار در سخنرانی بسیار مهم است. سعی کنید سخنرانی بداهه یا هر سخنرانی که دارید را در قالب ساختار بیان کنید.

در ادامه فرمول مهم ABC-C در سخنرانی را برای تان ارائه خواهیم کرد.

فرمول ABC-C

Attention grabbing:A (شروع و جلب توجه مخاطبان)

Body:B (بدنه‌ی سخنرانی)

Conclusion:C (جمع‌بندی و نتیجه‌گیری)

Clear call to action:C (دعوت به اقدام واضح)

توضیح ساختار ABC-C بسیار مهم است، لطفاً با دقت به مثال‌ها توجه کنید و سعی کنید در سخنرانی‌تان از آن‌ها الگو بگیرید.

Attention grabbing:A

شروع اکثر سخنرانی‌ها بسیار کلیشه‌ای، غیر جذاب و بدون محتوای مفید است. سخنرانان، اغلب با صحبت‌هایی مثل خیلی منت گذاشتید که تشریف آوردید، قطعاً اطلاعات و دانش بنده‌ی حقیر در این موضوع از همه‌ی شما کمتر است! معذرت می‌خواهم که دیر شروع کردیم و بسیاری دیگر از صحبت‌های کلیشه‌ای که هیچ جذابیتی برای مخاطبان ندارد و بارها مشابه آن‌ها را شنیده‌اند، مطالب خود را آغاز می‌کنند. شما که این کتاب را می‌خوانید و قصد دارید مهارت سخنرانی خود را ارتقا دهید، باید از همان ثانیه‌های اول سخنرانی که زمان بسیار طلایی و مهمی محسوب می‌شود، برای جلب توجه مخاطبان بهره‌برده و آن‌ها را در قلاب خود بیندازید. روش‌های مختلفی برای شروع سخنرانی وجود دارد که به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

۱. سخنرانی با داستان و تجربه شخصی: یکی از بهترین

روش ها برای شروع سخنرانی، استفاده از مکالمه، رویداد، تجربه‌ی شخصی یا هر داستان دیگری است که به موضوع سخنرانی مرتبط باشد. حرفه‌ای‌ترین سخنرانان، اغلب، سخنرانی‌های خود را با داستان و تجربه‌ی شخصی شروع می‌کنند. همه‌ی ما از بچگی عاشق داستان هستیم و ساختار داستانی برای‌مان جذابیت بیش‌تری دارد و هنگامی‌که فردی شروع به تعریف داستان یا رویدادی می‌کند، توجه‌مان به شدت جلب می‌شود و دوست داریم ادامه‌ی آن را هم بشنویم. یکی از رازهای محبوبیت برنامه‌های تلویزیونی که در این اواخر از تلویزیون‌های افغانستان پخش می‌شود، این است که برشی از داستان زندگی مهمانان برنامه تعریف می‌شود و این امر باعث جذابیت زیاد این برنامه‌ها شده است.

در سمیناری که موضوع آن بررسی آسیب‌های اعتیاد به مواد مخدر در جامعه بود، سخنران صحبت خود را به زیبایی با تجربیاتش از خرید و فروش راحت مواد مخدر در یکی از محل‌های کابل شروع کرد که تأثیر خیلی خوبی بر مخاطبان داشت. شما هم به عنوان یک ترفند عالی سعی کنید اغلب سخنرانی‌های خود را با این روش شروع کنید.

۲. استفاده از آمار و ارقام: معاون یکی از برترین شرکت‌های IT در کشور آمریکا که در زمینه‌ی پزشکی فعالیت دارد، سخنرانی خود را با جمله‌های زیر شروع کرد: طبق مطالعه‌ی اخیر در مجله‌ی ایمنی بیماران، خطاهای پزشکی که منجر به مرگ و میر بیماران

می‌شوند، بسیار بیش‌تر از آنچه در گذشته منتشر شده بود می‌باشند. اشتباهات پزشکی قابل‌پیشگیری، سالانه منجر به مرگ ۴۰۰۰۰۰ نفر از افرادی می‌شود که به امید درمان بیماری خود به بیمارستان مراجعه کرده‌اند. این به آن معنا است که بعد از بیماری‌های قلبی و سرطان، خطاهای پزشکی سومین عامل اصلی مرگ و میر افراد می‌باشند! هدف ما ایجاد جهانی بدون خطاهای پزشکی است و در این زمینه به کمک شما احتیاج داریم. یا جیمی الیور، سرآشپز معروف انگلیسی، یکی از سخنرانی‌هایش در TED در سال ۲۰۱۰ را این‌گونه آغاز کرد که: متأسفانه در طول ۱۸ دقیقه‌ی آینده که در حال صحبت کردن هستم، چهار آمریکایی که فعلاً زنده هستند، به خاطر رژیم غذایی‌شان خواهند مُرد!

۳. استفاده از نقل قول: برای یک سخنرانی انگیزشی، این نقل قول از مارتین لوتر کینگ و نقل قول‌های مشابه می‌تواند شروع مناسبی باشد «اگر نمی‌توانی پرواز کنی پس بدو، اگر نمی‌توانی بدوی پس راه برو، اگر نمی‌توانی راه بری پس سینه‌خیز برو، ولی هر کاری که می‌کنی، باید روبه‌جلو حرکت کنی.»

۴. استفاده از شعر: چندی پیش با یکی از دوستانم که قرار بود در حوزه‌ی کارآفرینی سخنرانی داشته باشد، صحبت می‌کردم که به بحث چگونگی شروع سخنرانی اش رسیدیم. سه بیت شعر جالب که به موضوع مرتبط بودند و از قبل شنیده بودم را روی کاغذی یادداشت کردم و از او خواستم در شروع سخنرانی اش این

سه بیت را بخواند.

کارآفرینی چیست دانی ای جناب
 خلق ایده، کشف فرصت های ناب
 پانهادن در مسیری پیچ پیچ
 ساختن، گفتن، پدید از قعر هیچ
 هضم ابهام و تحمل داشتن
 در عدم، بذر امیدی کاشتن

موارد بالا، راهکارهایی مرسوم برای شروع سخنرانی بودند. ممکن است شما بخواهید از روش های دیگری مثل سوال پرسیدن و تصویرسازی ذهنی و ... استفاده کنید. هیچ مانعی ندارد. فقط یک نکته را بدانید، این که سعی کنید شروع سخنرانی تان کمی متفاوت از شروع های عادی اغلب سخنرانی ها باشد و به مخاطب دلیل ارزشمندی برای این که چرا باید به صحبت های شما گوش کند را بدهید.

Body:B

پس از آنکه با شروع جذاب، مخاطبان را با خودمان همراه کردیم، باید محتوای اصلی صحبت مان را در قالب بدنه، ارائه دهیم. ساختارهای متفاوتی برای بدنه معرفی شده اند؛ مثل ساختار «PEEP».

مناسب ترین روش برای بسیاری از سخنرانی ها و به خصوص سخنرانی های با رویکرد آموزشی و انتقال اطلاعات، ترکیب ساختار

«PEEP» است. سال گذشته در کارگاه آموزشی یکی از دوستانم با موضوع مدیریت استرس شرکت کردم که به خوبی از ترکیب این روش برای ارائه‌ی مطالب استفاده کرد.

به این صورت که ابتدا راجع به موضوع و اهمیت آن و این‌که قرار است چه عناوینی در کارگاه بررسی شود صحبت کرد (شاره، بیان نکته، Point). سپس چنانچه نکته یا عنوانی را مطرح می‌کرد، به توضیحاتی راجع به دلایل علمی و تحقیقات انجام‌شده و ... اشاره نمود (توضیح دادن، Explain). پس از آن هم سعی می‌کرد از مثالی واقعی استفاده کند، تمرین عملی انجام دهد، روی شکل نشان دهد و ... (مثال زدن، Example). درنهایت هم یا بعد از هر نکته و یا در انتهای کارگاه یک جمع‌بندی سریع از مطالب گفته‌شده در آن جلسه انجام داد (یادآوری، بیان مجدد نکته، Point). این یک نمونه‌ی خوب استفاده از ترکیب این روش بود که احتمالاً همه‌ی ما، مشابه آن را دیده‌ایم. می‌توانید از این روش در اغلب سخنرانی‌های تان استفاده کنید.

Conclusion:C

جمع‌بندی محتوا برای جمع‌وجور شدن مطالب در ذهن مخاطبان بسیار پُراهمیت است. عموماً دو روش برای جمع‌بندی محتوا به کار می‌رود. اول آنکه مطالب را در قالب یک نتیجه یا نتایج مفید و مؤثر جمع‌بندی کنید. برای مثال در سمیناری با موضوع اصول سرمایه‌گذاری مالی، پس از آنکه سخنران توضیحات مفصلی

ارائه داد، این گونه صحبت خود را به پایان برد که با توجه به شرایط فعلی، چنانچه سرمایه ی شما بیش تر از این مقدار مشخص است، احتمالاً مناسب ترین سرمایه گذاری برای شما خرید ملک است. چنانچه سرمایه ی شما کمتر از این مقدار مشخص است، احتمالاً مناسب ترین سرمایه گذاری برای شما خرید سکه است و برخی توصیه های کلیدی دیگر. دوم آنکه ضمن مرور محتوا به صورت تیتروار، به تعدادی از نکته های مهم هر تیترا اشاره کنید.

C (دومی) Clear call to action :

این قسمت بسیار مهم است! هر سخنرانی برای هدفی انجام می شود، یکی برای آموزش دادن، یکی برای فروش محصولات، یکی برای رأی جمع کردن و ... شما باید دقیقاً مشخص کنید از سخنرانی خود چه نتیجه ای می خواهید و دنبال چه چیزی هستید. پس از آنکه صحبت های تان تمام شد، کاملاً دقیق و مشخص و به صورت واضح یا گاهی اوقات به صورت غیر واضح به مخاطبان بگویید حالا که این صحبت ها را شنیدند، باید چه کار کنند. برای مثال یکی از دوستان پزشک تعریف می کرد در یک سخنرانی که در مورد مضرات سگرت و راه های ترک آن صحبتی داشته، پس از حدود یک ساعت سخنرانی و جمع بندی نهایی محتوا، یک دعوت به اقدام واضح انجام داده و به حضار گفته است «حالا که با مضرات سگرت آشنا شدید، لطفاً اگر پاکت سگرتی در جیب دارید، همین فعلاً آن را در سطل های زباله ای که کنار دروازه خروجی آماده

کرده‌ایم، بیندازید!».

تأثیر این دعوت به اقدام بسیار جالب بود، به گونه‌ای که پس از پایان سخنرانی تعداد بسیار قابل توجهی پاکت سگرت جمع‌آوری شده بود! شما هم به تناسب موضوع سخنرانی و هدف‌تان از ارائه، یک دعوت به اقدام واضح طراحی کنید.

پس از آنکه محتوای سخنرانی آماده شد و آن را در ساختار مناسب قرار دادید، حالا وقت آن است که نرم افزار پاورپاینت را باز کرده و سلایدها را آماده کنید. متأسفانه اشتباهی که اکثر افراد انجام می‌دهند این است که قبل از آماده‌سازی دقیق محتوا، سلایدها را آماده می‌کنند و بعد دنبال محتوای دقیق صحبت‌ها و نکته‌ها و ... می‌روند.

این بخش کتاب اهمیت بسیار زیادی دارد. لطفاً نکته‌ها و مثال‌های گفته شده را چند بار مرور کنید و در سخنرانی خود از آن‌ها الگو بگیرید.

در بالا یاد گرفتیم که چگونه توجه مخاطب را جلب نماییم. در حقیقت در فرمول ABC- C با حرف A توجه مخاطبان را جلب کردیم و در قسمت B یا همان بدنه، سخنرانی را شرح می‌دهیم. بدنه سخنرانی آن قسمت از سخنرانی است که به وسیله آن پیام خود را به مخاطب ارائه می‌دهیم. در طی سخنرانی توجه مخاطب به شدت کاهش پیدا می‌کند؛ چون مغز می‌خواهد کمترین زحمت را به خود بدهد و کمترین میزان انرژی را مصرف نماید؛ بنابراین باید سخنران با ترفندهایی که ما به آن چاشنی می‌گوییم توجه مخاطب

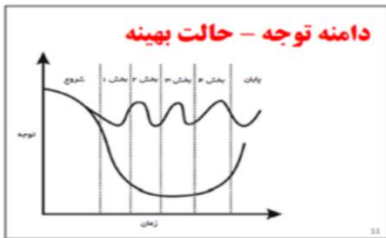
را دوباره به خود جلب نماید.

چاشنی سخنرانی

آماندا ویکرز در کتاب خودآموز سخنرانی می گوید: «تصور کنید اگر چاشنی ای در دنیا نبود چطور می شد؟ غذاها بدون چاشنی ها، بی مزه بودند همه غذاهای متمایز در دنیا اعم از افغانی، هندی، فرانسوی، تایلندی و ایتالیایی مثل هم می شدند سخنرانی ها هم همین طور هستند.»

بنابراین بعد از اینکه محتویات سخنرانی را آماده کردید قدم بعدی اضافه کردن چاشنی به بدنه سخنرانی است. این کار قطعاً ما را در میان ۲۰ درصد سخنرانان عالی قرار می دهد. اگر این کار را انجام دهیم دیگر نه تنها هرگز مخاطب کسل نخواهد شد؛ بلکه هوشیاری مخاطب نیز بالا می رود و سخنرانی جذاب تر و جالب تر و سرگرم کننده تر می شود.

برای نشان دادن توجه مخاطب در طول سخنرانی دو نوع نمودار (گراف) وجود دارد. نمودار (گراف) الف میزان توجه مخاطبان درگذشت زمان در حالت عادی سخنرانی نشان می دهد و نمودار (گراف) ب میزان توجه مخاطبان را درگذشت زمان در حالت استفاده از چاشنی های سخنرانی نشان می دهد. نمودار (گراف) ب می بینیم هر کجا که توجه مخاطب کاهش یافته با افزودن چاشنی ها دوباره میزان توجه مخاطب افزایش می یابد.



نمودار (گراف) ب



نمودار (گراف) الف

نکته مهم درباره چاشنی‌ها این است که یک پیام را به وسیله چاشنی‌های مختلف مثل تغییر لحن، تصاویر، مطالعات موردی، مثال‌ها، کارگروهی و... می‌توان چندین بار تکرار کنید؛ یعنی با بمباران مخاطب توسط چاشنی‌های مختلف می‌توانید پیام‌تان را به‌طور فوق‌العاده قدرتمندی انتقال دهید تا مخاطب موضوع را به روشنی و کاملاً واضح درک نماید. بمباران مخاطب با چاشنی مثل پشت سرهم چکش زدن است. چاشنی‌ها تأثیر افزایشی دارند، یک میخ هرچه عمیق‌تر فرورود بیرون آوردن آن مشکل‌تر است. این چنین است که باعث می‌شود ایده‌ها با قدرت تثبیت شوند و مخاطبان راه دیگری جز به خاطر سپردن آن ایده نداشته باشند. یادآور می‌شوم برخی از روش‌هایی که برای شروع سخنرانی قبلاً در فصل‌های بالا گفته شد مثل داستان، نقل قول، پرسش، آمارها، قول و تضمین و غیره نیز می‌توانند به‌عنوان چاشنی سخنرانی در بدنه سخنرانی به کار روند.

چاشنی های عالی برای یک سخنرانی عالی:

- (۱) نمایش تصویر خاص؛
 - (۲) نمایش فلم؛
 - (۳) عوض کردن موضوع؛
 - (۴) تغییر لحن؛
 - (۵) قابل لمس کردن موضوع؛
 - (۶) به حرف وادار کردن اعداد و ارقام؛
 - (۷) اشتراک صحنه؛
 - (۸) استفاده از ابزارهای فیزیکی؛
 - (۹) تغییر سخنران؛
 - (۱۰) بازی ها؛
 - (۱۱) کار تیمی؛
 - (۱۲) بقیه اش به عهده تو دوست خوبم.
- (۱) **نمایش تصویر خاص:** چینیایی ها یک ضرب المثل دارند که می گویند: «ارزش یک عکس برابر با هزار کلمه است» استفاده از تصاویر خاص باعث جلب توجه زیاد مخاطبان می گردد.
- (۲) **نمایش فلم:** نمایش کله های تصویری کوتاه جذابیت زیادی برای مخاطبان دارد فقط باید توجه کرد که آن کله به موضوع مرتبط باشد. همچنین فلم برای یخ شکنی و عوض کردن فضای جلسه خیلی مؤثر و قدرتمند است،

قدرت فلم حداقل ده برابر عکس است.

(۳) **عوض کردن موضوع:** اگر بخواهم یک تشبیه برای این موضوع به کار ببرم آن ورقه ورقه کردن سیب است که خوردن و هضم آن را آسان و لذت بخش می کند؛ به عنوان مثال: برای یک سخرانی یک ساعته یک پاورپاینت با پانزده عدد سلاید درست می کنیم که هریک مستقل از دیگری است؛ اما کل سلایدها درمجموع باهم دارای یک پیوستگی هستند و موضوع واحدی را دنبال می کنند به طوری که اگر مخاطب مفهوم یک سلاید را متوجه نشد با دیدن سلاید بعدی با این که مستقل از سلاید قبلی است متوجه مفهوم و محتوای سلاید شود؛ به عبارت دیگر، با تبدیل صحبت به بخش های کوچک تر و مجزا می توان توجه بیش تری از مخاطبان جلب کرد؛ چون اگر مخاطب قسمتی از یک بحث طولانی و پیوسته را از دست بدهد بقیه سخرانی برای او گنگ و مبهم خواهد بود و میزان توجه او به سخرانی کاهش می یابد؛ بنابراین با تبدیل یک سخرانی طولانی به قسمت های کوچک تر، توجه مخاطب بیش تر جلب می شود.

(۴) **تغییر لحن:** با استفاده از تغییر زیروبمی صدا، تغییر سرعت کلام، مکث، تأکید و... می توان لحن های مختلف داشت هرچه تنوع و تغییر لحن بیش تر باشد مغز کمتر

خسته می‌شود، چون یکنواختی مغز را خسته می‌کند با تمرین ضبط صدا می‌توان لحن را بهتر و زیباتر نمود.

(۵) **قابل لمس کردن موضوع:** مثلاً در سخنرانی‌های تجاری وقتی می‌خواهند کالایی را معرفی نمایند آن کالا را به دست مخاطبان می‌دهند تا مخاطبان آن کالا را با همه حواس پنج‌گانه حس نمایند.

(۶) **به حرف وادار کردن اعداد و ارقام:** محمد پیام بهرام پور در کتاب جعبه ابزار سخنرانی در این خصوص مثال زیبایی دارند ایشان می‌گوید: «به جای آنکه بگوییم فاصله زمین تا ماه ۳۸۰۰۰۰ کیلومتر است می‌توانیم بگوییم که اگر جاده‌ای فرضی از زمین تا ماه وجود داشت و ما با سرعت ۱۲۰ کیلومتر در ساعت حرکت می‌کردیم و هیچ توقفی نمی‌داشتیم مسافتی را که بعد از حدود چهار و نیم ماه طی می‌کردیم برابر با فاصله زمین تا ماه است.»

(۷) **اشتراک صحنه:** اشتراک صحنه یعنی این که ما در روی ستیژ از دیگران نیز دعوت کنیم که روی ستیژ بیانند و برنامه خودشان را (به طور مثال: سخنرانی خیلی کوتاه، تعریف تجربه یا خاطره در زمینه موضوع مورد بحث، گفتن یک طنز یا انجام نمایش و غیره) برای مدت کوتاهی اجرا کنند و در حقیقت هم ما از ستیژ استفاده کرده‌ایم هم دیگران که به این اشتراک صحنه می‌گویند.

۸) استفاده از ابزارهای فیزیکی: در یکی از سخنرانی‌های طبی، سخنران می‌خواست قسمتی از مغز انسان را توضیح دهد. یک مغز کامل (انسان یا حیوان) همراه خود به روی صحنه آورد و در مورد آن سخنرانی کرد.

۹) تغییر سخنران: مخاطبان دوست دارند بدانند سخنران بعدی چه کسی هست؟ و چه خواهد گفت؟ بنابراین توجه مخاطبان نسبت به این امر افزایش می‌یابد. فعلاً در کشور ما کم‌کم این موضوع عملی می‌شود که یک برنامه را چند سخنران مشترکاً اجرا کنند؛ چون باعث افزایش جلب توجه مخاطبان می‌گردد.

۱۰) بازی‌ها: انجام بازی باعث نشاط فراوان در جلسه یا سمینار خواهد شد. فقط نکته مهم این است که از این چاشنی و بقیه چاشنی‌ها باید با توجه به موقعیت استفاده کرد؛ به عنوان مثال: استفاده از بازی در سمینار خلاقیت، اوج هنرمندی سخنران است و مخاطبان بسیار راضی و خوشحال خواهند شد.

۱۱) کار تیمی: کارگروهی به خصوص اگر همراه با رقابت بین گروه‌ها باشد، بسیار نشاط‌آور و جذاب است.

جمع بندی و نتیجه گیری

بعد از اینکه بدنه صحبت به پایان رسید باید نکته های اصلی را یکی یکی تکرار و جمع بندی نماییم و پس از آن نتیجه گیری را که از نکته های اصلی ناشی می شود را بیان کنیم. یادمان باشد که جمع بندی خلاصه کلام است پس باید خلاصه و مختصر باشد. جمع بندی کاربردی جز یادآوری ندارد.

در بحث جمع بندی دانستن چند نکته لازم و ضروری است.

اول: برای این که مطمئن شوید که نتیجه گیری سخنرانی تأثیرگذار خواهد بود باید کلمه به کلمه آن را طراحی کنید.

دوم: سخنرانی را با یک جمله تأثیرگذار به پایان برسانیم برای این کار می توانیم از نقل قول یا شعر یا جمله های الهام بخش یا داستان استفاده نماییم.

سوم: به یاد داشته باشید که همه مخاطبان با مشکلات، چالش ها، سرخوردگی ها، موانع و شکست های موقت روبرو هستند به همین دلیل همه شعر یا داستان دلگرم کننده ای را که به آن ها انرژی و شهادت بدهد تحسین می کنند.

خلاصه

سخنرانی بداهه یعنی سخنرانی بدون هماهنگی و اطلاع قبلی؛ مثلاً زمانی که در یک جمع یا در یک سالون هستید، به طور اتفاقی از شما خواسته می شود تا درباره یک موضوع مشخص صحبت کنید،

ولی شما هیچ اطلاعی از این که قرار است سخنرانی کنید نداشته‌اید. سخنرانی بداهه شبیه بازی فوتبال است، یعنی کاملاً آماده هستید و از قبل یک سری تمرین‌ها انجام داده‌اید و ذهن‌تان آماده است و فقط در حین اجرای سخنرانی یک ساختار خوب به سخنرانی می‌دهید. در سخنرانی بداهه فضایی که قرار است در آن سخنرانی داشته باشیم خیلی مهم است باید فضا را بشناسیم و شناخت خوبی از مخاطبان داشته باشیم؛ این که چه تحصیلاتی دارند؟ چه سن و جنسیتی دارند؟ ... باید موردتوجه قرار بگیرد.

قوانین بداهه را بدانیم و اجازه ندهیم چیزی بداهه بماند. انتقادهایی که ممکن است از ما شود و پرسش‌های که احتمال می‌رود از ما پرسیده شود را پیدا کنیم.

با استفاده از تمرین‌های بداهه ذهن را تقویت کنیم؛ یعنی بیاییم در مورد یک شیء یا یک کلمه چند دقیقه به صورت بداهه صحبت کنیم و به صحبت کردن مان ساختار مناسبی بدهیم.

مبحث چهارم

ساختارهای سخنرانی بداهه:

ما برای این که بتوانیم یک سخنرانی جذاب و مؤثر ارائه دهیم نیاز به پیکره و ساختاری مناسب برای سخنرانی خود داریم. ساختار در سخنرانی مانند دستورالعمل پخت غذاست که در آن ترتیب هر کدام از مواد اولیه رعایت شده و استفاده از آن‌ها را در زمان مناسب ارائه کرده 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 اینجا به برخی از مهم‌ترین و پُرکاربردترین آن‌ها اشاره می‌شود:

(۱) ساختار PEEP

اکثر سخنرانی‌ها و صحبت‌هایی که ما به صورت بداهه انجام می‌دهیم، هیچ ساختار مشخص و مقدمه و نتیجه گیری ندارند. یکی از ساختارهایی که خیلی به ما کمک می‌کند تا صحبت‌های مان

منظم تر باشد، ساختار PEEP است. (البته تأکید می‌کنم که این ساختار صرفاً یکی از روش‌ها است و الزامی به استفاده از این ساختار در همه موارد نیست؛ ولی تا حد زیادی می‌تواند به ما کمک کند).

P: Point (بیان نکته یا موضوع)

E: Explain (توضیح دادن)

E: Example (مثال زدن)

P: Point (بیان مجدد نکته، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری)

حالا فرض کنید که قرار است در مورد «ناکارآمدی سیستم آموزشی افغانستان در تربیت افراد کارا برای جامعه» صحبتی بداهه، در حد دو دقیقه داشته باشیم. به این مثال توجه کنید:

"صحبت امروز ما در مورد دلیل ناکارآمدی سیستم آموزشی کشور در تربیت افراد دارای مهارت و آمادگی کافی برای ورود به جامعه و محیط کار و تشکیل زندگی است. (موضوعی که قرار است راجع به آن صحبت کنیم گفته شد، Point). مهارت‌هایی مثل مهارت ارتباط مؤثر، مهارت مدیریت ارتباطات، مهارت ارائه در جمع، مهارت درست و بهینه خرج کردن، مهارت مدیریت احساسات، مهارت مدیریت خانواده به عنوان پدر یا مادر و ... مهارت‌های ضروری برای ورود به جامعه می‌باشند و واقعیت حائز اهمیت این است که مکتب تقریباً هیچ کدام از این‌ها را آموزش نمی‌دهد. (با دلیل و منطق نظر خود را راجع به موضوع موردنظر بیان کردیم، Explain). برای مثال چندین سال پیش، برادر کوچک تر یکی از دوستانم بلندترین نمره را در کانکور به دست آورد. زمانی که برای

صحبت در تلویزیون دعوت شده بود، به غیر از چند جمله کوتاه، صحبت دیگری نکرد و به خاطر ضعف شدید در مهارت ارائه و صحبت کردن، دچار استرس شدیدی شد و مرتباً تپش می زد. بدیهی است که این شخص در صورت تمرین نکردن جهت بهبود این مهارت ها، در آینده دچار مشکلات جدی خواهد شد. (در حمایت از توضیح قبل مثالی ارائه شد، Example). پس به عنوان نکته پایانی باید عرض کنم که مکتب و دانشگاه به تنهایی کافی نیستند و شخص یا باید در محیطی غنی مثل خانواده و دوستان این مهارت های ضروری را پرورش دهد و یا با کتاب ها و صنف های این مهارت ها را تقویت کند. (نتیجه گیری و بیان مجدد نکته، Point). این یک نمونه بود از سخنرانی بداهه که مقدمه، بدنه و نتیجه گیری داشت. به عنوان یک تمرین خیلی خوب برای ورزش ذهن، هر روز سه تا از موضوعات زیر را انتخاب کنید. «الزامی به پیروی از این ترتیب نیست» و سعی کنید راجع به هر موضوع سه دقیقه به صورت پیوسته و فی البداهه و بدون آمادگی قبلی صحبت کنید «می توانید در بعضی از آن ها از ساختار PEEP استفاده کنید».

۱. گوش دادن به موسیقی حین مطالعه
۲. مهم ترین مشکل کشور ما
۳. فصل تابستان
۴. مهارت های ضروری برای موفقیت در کسب و کار
۵. استرس سخنرانی پیشروی جمعیت صدنفری
۶. اهمیت انتخاب صحیح شغل

۷. بهترین فلمی که تا حالا دیده‌اید
 ۸. در اوقات فراغت خود چه کارهایی را انجام می‌دهید؟
 ۹. معیارهای همسر مناسب از نظر من
 ۱۰. سرانۀ مطالعه در افغانستان
 ۱۱. اگر در انتخاب آزاد بودید، دوست داشتید به کدام کشور مهاجرت می‌کردید و چرا؟
 ۱۲. پیشنهادتان برای بهبود سیستم آموزش و پرورش افغانستان چیست؟
 ۱۳. فرض کنید قرار است به یک بچۀ ده‌ساله رهنمودی برای موفقیت در آینده‌اش بدهید. چه توصیه‌هایی می‌کنید؟
 ۱۴. وقتی در موتر تنها هستید، به چه چیزی فکر می‌کنید؟
 ۱۵. اگر در انتخاب آزاد بودید، دوست داشتید جای کدام‌یک از افراد زندۀ حال حاضر افغانستان بودید و چرا؟
 ۱۶. کانکور و آسیب‌های روانی آن
 ۱۷. راهکار شما برای مقابله با ترس‌های تان چیست؟
 ۱۸. اگر می‌دانستید نهایتاً تا سه ماه دیگر زنده خواهید بود، چه کارهایی را انجام می‌دادید؟
- پس ازآنکه به مدت یک هفته تمرین بالا را انجام دادید و موضوعات به اتمام رسیدند، هرروز فقط یک موضوع دلخواه که به ذهن‌تان می‌رسد را انتخاب کرده و به مدت پنج دقیقه راجع به آن صحبت کنید. این کار را تا زمانی ادامه دهید که صحبت کردن‌تان

روان شده و کمتر تپق می زنید. ملاک تشخیص احساس شخصی شما است و معمولاً پس از سه هفته به این مرحله می‌رسید.

۲) ساختار چی؟ چرا؟ چگونه؟ خوب؟

یکی از ساده‌ترین و درعین حال بهترین ساختارهای سخنرانی 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 چستی 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 می‌نماییم؛ به‌عنوان مثال: اگر بخواهیم درباره موضوع اهمال‌کاری صحبت کنیم باید در ابتدا بگوییم اهمال‌کاری چیست و به طور کامل معنا و مفهوم آن را بیان کنیم.

پس از ارائه چستی اهمال‌کاری می‌توانیم وارد بخش دوم شویم. در این بخش به این موضوع می‌پردازیم که چرا اهمال‌کار هستیم یا چرا اهمال‌کاری به وجود می‌آید؟ سپس به روش‌های غلبه بر اهمال‌کاری می‌پردازیم و به مخاطب نشان می‌دهیم که چگونه می‌تواند اهمال‌کاری 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.

۳ ساختار AQRS:

یکی از ساختارهای حرفه‌ای و جذاب ساختار AQRS است که با یک حرکت یا فعالیت غافل گیر کننده شروع شده و به ساده سازی 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 چیز 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

ساده سازی 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 نکته‌های 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 هم

چون 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 سه‌بخشی:

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

۱. بخش اول: شروع صحبت؛ اولین بخش سخنانمان به این

موضوع اختصاص می‌یابد که می‌خواهیم چه بگوییم و به چه

مسائلی پردازیم؛ به عنوان مثال: می توانیم این گونه شروع کنیم
«امروز می خواهیم راجع به اهمیت ارتباطات در دنیای امروز
پردازم 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
داده ایم عمل کنیم و آنچه را که قرار بود به مخاطبان ارائه
نماییم بیان کنیم. همان طور که در مثال قبل گفته شد قرار
است راجع به ارتباطات و راهکارهای تقویت آن ها پردازیم،
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 گفته شده و
دعوت مخاطب به اقدام عملی است. تمام آنچه را در مرحله
دوم بیان کرده بودیم در این مرحله به صورت خلاصه و
جمع بندی شده بازگو می کنیم.

۶) ساختار پیچیده هشت مرحله ای:

از این ساختار برای یک سخنرانی ۲۰ الی ۶۰ دقیقه ای می توانیم
استفاده کنیم. در این ساختار در هشت بخش سخنان خود را ارائه
می کنیم.

۱. شروع: در این بخش با کمک روش های شروع سخنرانی،
توجه مخاطبان را به خود جلب نموده و آن ها را برای شنیدن
سخنان مان علاقه مند می کنیم.

۲. **مقدمه:** پس از این که حضار را برای شنیدن سخنانمان 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 باهم 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؛ چراکه مخاطب را برای شنیدن سخنان ما بی‌علاقه می‌کند و توجه او را برای شنیدن نکته‌های اصلی به شدت کاهش می‌دهد.
۷. **نکته سوم:** آخرین نکته اصلی را در راستای نکته‌های قبل و با کمک مثال‌ها و نمونه‌های مختلف بیان می‌کنیم.
۸. **خلاصه و جمع‌بندی:** در آخرین مرحله خلاصه‌ای از نکته‌های که گفته شد را ارائه می‌نماییم و مخاطب را به انجام

اقدامی واضح دعوت می‌کنیم.

۷) ساختار موقعیت / پیچیدگی / راه‌حل:

این ساختار، یک ساختار سه‌بخشی 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 به طور کامل توضیح

می‌دهیم و به عبارتی موضوع را کمی پیچیده و مبهم

می‌کنیم.

۳. **در بخش سوم** باید راه حل 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. **نقطه‌نظر (Point of view):** در ابتدا باید یک نقطه‌نظر،

پیش‌بینی یا یک واقعیت را بیان کنیم. مثلاً می‌توانیم بگوییم

تا دو سال آینده حدود 50 درصد کسب و کارها اینترنتی می‌شوند.

۲. **دلایل (Reasons):** پس از این که نظر خود را بیان کردیم، باید برای آن دلیلی بیاوریم تا تائید کننده پیش‌بینی یا اظهارنظر ما باشد. در ادامه مثال قبل می‌توانیم بگوییم، خریدهای اینترنتی 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 می‌توان گفت: فروشگاه اینترنتی زرگام در ۱۰ سال گذشته توانسته است بیش از 1000 شغل مستقیم ایجاد کند و روزانه به‌طور میانگین بالغ بر ۲ هزار بازدیدکننده داشته باشد.

۴. **نقطه‌نظر (Point of view):** در آخرین مرحله باید پیش‌بینی یا نقطه نظری که ابتدا اعلام نمودیم؛ بار دیگر بیان کرده و تقویت کنیم. به‌طور مثال می‌شود این‌گونه بیان کرد: شما انسان‌های علاقه‌مند به یادگیری، اگر همین امروز دست‌به‌کار شوید و کسب‌وکار اینترنتی خود را راه بیندازید حتماً موفق خواهید شد و در غیر این صورت زمان به سرعت در حال سپری شدن است.

۹) **روش برف پاک‌کن:** 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 مغز ما، 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 می کنیم. 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 می خواهید ارائه نمایید، انجام دهید.

۱۰) روش دایره ای: گاهی به جای نوشتن ایده ها و متن سخنرانی بر روی کاغذ می توانیم از اشکال تصویری استفاده نماییم. یکی از این روش ها، روش دایره ای است. در این روش پنج الی هفت دایره را بر روی کاغذ رسم می کنیم. در دایره اول مقدمه و مطلبی برای جلب توجه مخاطبان می نویسیم. در دایره آخر هم خلاصه نکات و جمع بندی مطالب را یادداشت می کنیم. در سایر دواير نکات مهم بحث را به ترتیبی که می خواهیم ارائه دهیم، می نویسیم.

کلام پایانی

در این لحظه‌های که کلمه‌های پایانی کتاب را می‌نویسم، امید به آینده‌ای سرشار از پیروزی برای تک تک مردان و زنان افغانستان عزیز، بیش از هر تصویر دیگری در قلبم نقش بسته است. تمام فکر و تلاش من در این مدت بر آن بود تا تأثیرگذارترین اصول و فنون سخنرانی که تجربه و مطالعه‌ی آثار بزرگان به من آموخته بودند را با شما به حداقل یک مرتبه به اشتراک بگذارم. لطفاً یک بار دیگر مطالب این کتاب را زیرورو کنید. نکته‌های مهم را یادداشت کنید. به توصیه‌های آن جامه‌ی عمل بپوشانید در یک کلام لطفاً برای دفعات بعدی کتاب را با تمام وجودتان ببلعید!

درنهایت برای شما بزرگواران آرزومندم با مجهز شدن به این مهارت ارزشمند، گامی مؤثر جهت ارتقای کیفیت زندگی خود و دیگران بردارید و در صورتی که این کتاب را مؤثر یافتید، با معرفی آن به دیگر دوستان خود، آن‌ها را در این مسیر با خود همراه کنید.

دوست عزیز! از آنجایی که هیچ نوشته‌ای به غیر از کلام الهی بی‌نقص نیست و ساخته و پرداخته‌ی دست بشری قطعاً بدون اشتباه و نقص نخواهد بود؛ لذا از شما خواننده محترم خواهشمندم که اگر مشکل و نقصی در این کتاب دیدید خوشحال خواهم شد که آن را از طریق ایمیل ما، با ما در میان بگذارید. همچنان لازم به ذکر است که دی‌وی‌دی این کتاب هم در انتشارات زرگام موجود است.

زنده‌باد امید، زنده‌باد پیروزی، زنده‌باد افغانستان

نشانی ایمیل: Rasoolkhan.amin@gmail.com

با حرمت

رسول خان امین

خزان سال ۱۳۹۷

منابع و مآخذ:

۱. امین، رسول خان. (۱۳۹۷) "هنر سخرانی حرفه‌ای"، انتشارات عازم
۲. امین، رسول خان. (۱۳۹۷) "ساختار سخرانی"، انتشارات عازم
۳. بهرام پور، محمد. (1393) "ترفندهای سخرانی بداهه"، کتاب الکترونیکی
۴. بهرام پور، محمد. (1393) "جعبه ابزار سخرانی"، انتشارات سپید
۵. پارسا، توسلی. (۱۳۹۷) "سخرانی به سبک برترین‌ها"، انتشارات سخنوران
۶. پیشداد، حسین. (۱۳۹۶) "چطور سخران شویم"، انتشارات سخنوران
۷. پیشدار، علی. (۱۳۹۵) "سخرانی به سبک شما"، انتشارات تعالی
۸. سواری، ابراهیم. (۱۳۹۵) "ده شاه کلید سخرانی"، انتشارات راز نهان
۹. قاسمی، سید محمد امین. (۱۳۹۵) "حرفه‌ای سخن بگویید"، انتشارات تعالی