

سخنرانی به زبان آسان

سخنرانی کنید و موفق شوید



مolf: بهمن دهقانی

فهرست مطالب :

3	مقدمه:
5	فصل اول: شروع سخنرانی با جلب توجه:
6	چند روش عالی برای یک شروع انفجاری:
6	الف) یک داستان بگویید:
8	ب) یک سوال پرسید:
9	ج) از آمارهای تکان دهنده و دور از انتظار استفاده کنید:
10	د) یک قول یا تضمین یا ادعای جسورانه بکنید:
10	ه) با یک نقل قول از افراد مشهور شروع کنید:
11	و) با مطرح کردن یک مشکل و بیان راه حل آن شروع کنید:
12	ز) سخنرانی تان را با یک تشبیه یا استعاره شروع کنید:
12	ل) سخنرانی تان را راز آلود کنید:
13	م) در صورت امکان با شوخ طبعی و طنز شروع کنید:
14	ت) ساختن پل بین سخنران و مخاطبین:
15	شروع‌های ممنوع در سخنرانی:
17	فصل دوم: بدنه سخنرانی
17	چاشنی سخنرانی چیست؟
19	چاشنی‌های عالی برای یک سخنرانی عالی:
23	فصل سوم: جمع بندی و نتیجه گیری:
24	فصل چهارم: دعوت به انجام کار واضح

مقدمه:

مالکوم کوشنر در کتاب خود می نویسد « الگوی اجرای سخنرانی شبیه پرواز هواپیماست در این الگو، شروع سخنرانی همان بلند شدن هواپیما از باند پرواز است سرنشینان می خواهند از مقصد آگاهی یابند و پروازی آرام همراه با خوراکی های دلخواه داشته باشند روزنامه بخوانند تا به مقصد برسند آنها نمی خواهند روی باند پرواز معطل بمانند و یا پرواز سختی داشته باشند مسافران انتظار پروازی آرام را از مقصدی به مقصد دیگر را دارند که معادل بدنه یا همان بخش میانی سخنرانی است.

هواپیما در نهایت باید فرودی متعادل داشته باشد، این فرود همان نتیجه گیری یا بخش پایانی سخنرانی است مسافران یا شنوندگان انتظار فرودی ناگهانی، دیر یا ناهنجار را ندارند. و می خواهند به سلامت فرود آیند. »

دیل کارنگی در کتاب آیین سخنرانی می گوید «یک سخنرانی باید همچون پرواز گازهای وحشی از نقطه ای آغاز گردد و بسوی مقصد خود پرواز کند و هیچ چیز گیج کننده تر از این نیست که سخنران مانند یک خفاش که در سیاهی شب سرگردان است از این شاخه به آن شاخه بپرد و به جای آنکه مطالب خود را به ترتیب 1 و 2 و 3 و 4 و 5 بیان کند به صورت 2، 19، 43، 5، 9 بیان کند»

در خصوص اهمیت ساختار و استخوان بندی سخنرانی این مثال را هم اضافه می کنم که سخنرانی بدون نظم و ترتیب مثل طبخ غذایی است که مواد آن بدون اهمیت مقدار و ترتیب پخت آن تهیه گردد و آن را جلو مهمان بگذاریم گرچه این غذا از بهترین مواد درست شده است اما از نظر مهمان یک توهین محسوب می گردد لذا همیشه سخنرانی ما باید منظم و ساختارمند باشد



یکی از بهترین و ساده ترین ساختارهای سخنرانی استفاده از فرمول ABC-C است که:

A: به منزله شروع سخنرانی با جلب توجه (ATTENTION)

B: به منزله بدنه سخنرانی (BODY)

C: به منزله نتیجه گیری (conclusion)

C : به منزله دعوت به اقدام (clear call to action)

که بوسیله آکاش کیارا سخنران مالزیایی در کتاب خود بنام « چگونه یک سخنرانی در تد ارائه

کنیم» بیان شده است که در زیر شرح داده میشود

فصل اول: شروع سخنرانی با جلب توجه:

کلید یک سخنرانی موفق، شروع جذاب آن است بطوریکه بلافاصله توجه شنونده را به بهترین نحو جلب نماید. شروع یک سخنرانی دشوارترین و پراسترس‌ترین قسمت از یک سخنرانی است، لذا شروع سخنرانی باید بسیار قدرتمند و انفجاری باشد تا مخاطبین میخکوب شوند و توجه شان فوراً جلب گردد چون مخاطبین همان سی ثانیه اول درمورد ما قضاوت میکنند و اگر نتوانیم نظر مخاطب را جلب کنیم در ادامه بسیار مشکل خواهد بود که بتوانیم مخاطب را همراه خود داشته باشیم.

در خصوص مطالب سه دقیقه اول سخنرانی مان یادمان باشد متن سه دقیقه اول سخنرانی را بسیار با دقت و کلمه به کلمه نوشته و حداقل سه برابر بقیه قسمت‌های سخنرانی آنرا تمرین کنیم.

اگر بخواهم صحبت‌ها را در خصوص شروع سخنرانی خلاصه کنم باید بگویم سی ثانیه اول سخنرانی بسیار مهم است پس آنرا از دست ندهید و میخ تان را محکم بکوبید و مخاطبین را میخکوب کنید کلید یک سخنرانی موفق در شروع جذاب و انفجاری آن است در ادامه چند روش عالی برای یک شروع قدرتمند را به شما معرفی میکنم.

چند روش عالی برای یک شروع انفجاری:

الف) یک داستان بگویید:

«مادرم در سال 1368 بیوه شد در حالیکه سه کودک روی دستش مانده بود و یک ریال هم در بساط نداشت... ..»

«در سال 1365 یک مرتبه چشم باز کردم و دیدم توی تخت بیمارستان هستم و... ..»

«دیروز سر صبحانه همسرم داشت برایم چای می ریخت که... ..»

«در اتاقم یک مرتبه باز شد و آقای رئیس ناگهان وارد شد و... ..»

یکی از قوی ترین روش‌های شروع سخنرانی استفاده از داستان است وقتی با داستان شروع می‌کنیم توجه افراد را فوراً جلب می‌کنیم چون ذهن را خسته نمی‌کند و ذهن آدمی آن را دوست دارد چون کمترین میزان مصرف انرژی را برای مغز دارد دلیل کارنگی در کتاب آیین سخنرانی خود می‌نویسد «من برای شروع یک سخنرانی روشی بهتر از شروع با یک داستان نمی‌شناسم.» کارنگی در ادامه می‌نویسد «نه مقدمه ای و نه پیش درآمدی، یک راست باید رفت سر داستان، و توجه شنونده را جلب کرد سخنرانی که صحبتش را با داستانی از تجربه‌های خود شروع می‌کند قطعاً خوب هم ادامه می‌دهد و خوب هم نتیجه می‌گیرد و مخاطبان حرفهای او دنبال میکنند چون دل شان میخواهند بدانند که بعدش چه می‌شود.»

بهترین داستان‌ها بر اساس تجربه‌های شخصی هستند چون خاطرات و تجربیات شخصی علاوه بر اینکه جذاب هستند این حسن را دارند که جزئیات آنها را به راحتی به یاد می‌آوریم و نیازی به حفظ کردن آن نیست

برای آنکه داستان شما جذاب و گیرا باشد بهتر است موارد زیر را رعایت کنید:

1- ذکر جزئیات:

با ذکر جزئیات داستان را رنگ آمیزی نمایید برای این کار باید به 5 پرسش چه کسی، چه وقت، کجا، چگونه و چرا در طول سخنرانی پاسخ داد

سخنرانی به زبان آسان

7

البته باید دانست که جزئیات نامربوط و بی اهمیت و بیش از حد، نیز کسل کننده و خسته آور است یعنی همانطور که جزئیات داستان نمک آن است باید مواظب باشیم شور آن را هم در نیاوریم

2- تقلید صدا و حرکات نمایشی:

با تغییر لحن و تقلید صدای شخصیت‌های داستان می‌توان آنرا جذاب تر کرد و جالب تر وقتی خواهد شد که بتوانیم با حرکات زبان بدن و نمایش آن را بازی کنیم

3- نام واقعی افراد را بردن و مطالبی در مورد آنها گفتن:

همچنین وقتی از نام افراد واقعی می‌برید داستان تان زنده می‌شود با استفاده از نام‌های شخصیت‌ها و بیان مطالبی راجع به آنها، واقعی‌شان کنید مثلاً «سارا یک زن کوچک لاغر اندام با پوست گندم‌گون و چشمان سیاه است که به تازگی دندان‌هایش را سیم‌کشی کرده است او با افراد مافوق خود براحتی گفت و گو می‌کند و نظر خود را بیان می‌کند»

4- با موضوع سخنرانی مرتبط باشد:

داستان باید با موضوع سخنرانی نیز مرتبط باشد ضمناً اگر درس‌سخنرانی گند زدیم می‌توانیم با یک داستان خوب و اجرای قوی جبران کنیم.

5- استفاده از کلمات تصویر ساز:

سعی کنیم در داستان‌هایمان از بکاربردن کلمات انتزاعی خودداری کنیم و بجای آن از کلماتی که با حواس پنجگانه حس می‌شوند استفاده کنیم کلماتی که تصویر سازند و می‌توانیم آنها را تجسم کنیم مثلاً سیب یک کلمه تصویر ساز است چون می‌توانیم آنرا تصور کنیم ولی بهینه سازی یک کلمه انتزاعی است و یک تصویر مشترک بین همه انسان‌ها ندارد.

6- درگیر کردن همه پنج حس بینایی، شنوایی، لامسه، بویایی و چشایی افراد به اجزا

داستان :

همه افراد یکی از حواس پنجگانه آنها از بقیه حواس آنها قوی تر است و جهان پیرامون خود را با آن بیشتر و بهتر درک میکند مثلا بعضی افراد به لحاظ دیداری، قوی ترند و جهان را با دیدن بیشتر درک می کنند که به آنها دیداری ها می گویند این افراد وقتی یک چیزی را ببینند بهتر درکش می کنند بعضی افراد به لحاظ شنیداری، قوی ترند یعنی وقتی چیزی را بشنوند بهتر درک می کنند و بعضی افراد حسی اند و وقتی چیزی را حس کنند بهتر آن را درک می کنند لذا در سخنرانی و تعریف داستان باید طوری داستان را تعریف کرد که هر سه گروه بتوانند داستان را از دریچه درک خودشان درک نمایند یعنی فرد دیداری بتواند داستان را تصویر سازی نماید، فرد شنیداری بتواند صدای افراد داستان را بشنود و فرد حسی بتواند داستان را حس کند برای درک بهتر موضوع می توانید به سایت نویسنده WWW.AMOZESHESOKHARANI.COM مراجعه نمایید

ب) یک سوال پرسید:

پرسیدن سوال از مخاطبین یکی از قدرتمندترین روش ها برای جلب توجه و مشارکت آنها از همان شروع سخنرانی است با پرسیدن یک سوال مخاطبین بطور غیرارادی به پاسخ فکر می کنند و ذهن آنها درگیر موضوع سخنرانی می گردد مثلا «چند نفر از شما می خواهید سخنرانی خوبی ارائه کنید» البته باید توجه کرد که گاهی هدف پرسش و پاسخ نیست بلکه جلب توجه مخاطبین به موضوع سخنرانی است

همچنین سوالاتی که مطرح می شود باید بسیار ساده و آسان باشد که مخاطبین بتوانند براحتی به آن پاسخ دهند مثلا «چند نفر از شما امروز از اینترنت استفاده کرده است» اگر سخنران از مخاطبی سوال پرسید و مخاطب پاسخ را نمی دانست باید سریعا از آن فرد بگذرد تا آن شخص حس بدی پیدا نکند و گرنه زمینه را برای شکست خود فراهم کرده است. پیشنهاد می شود بعنوان سخنران، سوالی را که مطرح می کنید از مخاطبانی که داوطلب هستند آن سوال را پرسید تا نتیجه خوبی کسب نمایید.

یک روش دیگر برای سوال پرسیدن، سوال بلاغی است که خودتان به آن سوال جواب می‌دهید البته این سوال به اندازه یک سوال واقعی قدرت و جذابیت ندارد اما این امتیاز را دارد که سریع تر است و از ریسک افتادن در یک بحث طولانی اجتناب می‌کند.

نکته مهم در مورد سوال که می‌خواهم آنرا برای تاکید تکرار کنم این است که وقتی سخنران سوال می‌پرسد مخاطب باید فکر کند تا بتواند به سوال پاسخ دهد و فکر کردن مخاطب یعنی درگیر کردن مخاطب با موضوع سخنرانی.

سوال پرسیدن یعنی سخنران تور ماهیگیری پهن کرده و ماهی ذهن مخاطبین را که خیلی لیز و زبل است را به دام بیندازد همچنین می‌توان پرسش را به یک قلاب ماهیگیری نیز تشبیه کرد ضمناً وقتی سخنران از حضار سوالی می‌پرسد و از آنها می‌خواهد که دست خود را بالا بگیرند مثلاً «چند نفر از شماها روزانه از اینترنت استفاده می‌کنید» خود سخنران نیز باید دست خود را بالا ببرد تا حضار را تشویق کند که آنها هم دست خود را بالا بگیرند

ج) از آمارهای تکان دهنده و دور از انتظار استفاده کنید:

یک روش ساده و قدرتمند برای جلب توجه مخاطبین این است که آمار و واقعیت‌های تکان دهنده ای را ارائه کنیم این موضوع بالخص زمانی بیشترین اثر بخشی را دارد که غافلگیر کننده یا برخلاف انتظار باشد نکته مهم این است که این آمار باید به موضوع سخنرانی مرتبط باشد و صرفاً جهت جلب توجه و تفریح نباشد مطمئناً باید از اعداد معتبر و منابع معتبر استفاده کرد

این شیوه آغاز سخن در ایجاد ارتباط با مخاطب، بسیار مؤثر است و ذهن را تکان می‌دهد و در واقع نوعی تکنیک شوک است وقتی انسان مسائل غیر مترقبه ای را مطرح می‌کند توجه مخاطب به حرفهای دیگرش هم جلب می‌شود

«طبق آمار سازمان بهداشت جهانی 4 میلیون نفر در کشور مبتلا به بیماری دیابت هستند که نیمی از این تعداد از بیماری خود بی اطلاعند و حدود 9 درصد از جمعیت بین 25 تا 60 سال کشور ما دچار این عارضه هستند»

درس‌سخنرانی های کاری می‌توانید با ارائه اطلاعات بازار، رقیب و شرکتی که در آن کار میکنید شروع قدرتمندی داشته باشید و با ارائه یک سخنرانی بی نظیر، سکوی پرش خود را ساخته و در نتیجه زمینه ارتقا شغلی خود را فراهم کنید

د) یک قول یا تضمین یا ادعای جسورانه بکنید:

یک قول یا ادعای جسورانه در ابتدای سخنرانی حتما توجه مخاطبین را جلب میکند یکی از دوستانم در یکی از سخنرانی‌هایش در جمع دانشجویان یکی از دانشگاه‌های خوب تهران اعلام کرد اگر دانشجویی روزی 5 ساعت وقت بگذارد و همه آن تمرین‌های ساده ولی مهمی را که می‌گویم انجام دهد تضمین میکنم که بعد از یک سال بدون سرمایه حداقل ماهی 3000 دلار درآمد داشته باشد و اگر به چنین درآمدی دست نیافت او را با همان دستمزد 3000 دلار با روزی 5 ساعت کار استخدام میکنم (البته دوست من چندین برابر آن درآمد داشت) و این باعث توجه زیاد مخاطبین به سخنران گردید و یا این ادعا که در نسل آینده اکثر افراد تا صد سالگی عمر خواهند کرد اگر ما هم به عنوان سخنران قول یا تضمینی را به مخاطبین بدهیم قطعاً آنها هم با انگیزه و نشاط بیشتری به ما گوش میکنند اما این قولها دارای چند شرط هستند.

اول اینکه قول‌های ما منطقی و قابل باور باشند

دوم اینکه به قول خود عمل کنیم

سوم قول ما سودی برای مخاطب داشته باشد

ه) با یک نقل قول از افراد مشهور شروع کنید:

در کشور ما ایران، نقل قول از بزرگان بسیار به صحبت گوینده اعتبار می‌بخشد بالخص نقل قول از بزرگان دینی در حکم دلیل و برهان نیز بکار میرود و نقل قول از مفاخر سرزمین مان مثل مولانا، سعدی و... بسیار اعتبار بخش است سخنرانان موفق همیشه مثل نقل و نبات از این نقل قول‌ها در جیب دارند بالاخص استفاده از نقل قول‌های بزرگان دینی و ائمه اطهار که ما به آن حدیث می‌گوییم بسیار سخنرانی را پر برکت کرده و مزیت رقابتی بعضی از سخنرانان شده است نقل و قول در فرهنگ ما آنقدر قدرتمند است که حتی بعضی سیاسیون از آن بعنوان ابزاری برای توجیه صحبت‌ها و کارهای غلط خود بهره می‌گیرند

سخنرانی به زبان آسان

11

در استفاده از نقل قول‌ها چند نکته را باید رعایت کنیم
اول: اطمینان حاصل کنیم که نقل قول‌های مان معتبر، مربوط به موضوع و مناسب برای حضار است

دوم: به حضار بگویید که نقل قول از چه کسی است اگر هم نمیدانید این را هم بگویید
سوم: حرفی که مال خودتان نیست را از قول خودتان بیان نکنید چون ممکنه مخاطبین متوجه این موضوع بشوند و در نتیجه سخنران همه اعتبار خود را از دست بدهد

چهارم: نقل قول‌ها هرچه کوتاه تر و بدیع تر باشند بهتر است
پنجم: سعی شود نقل قول‌ها فقط از یک دسته از بزرگان نباشد مثلاً فقط شاعران گذشته مثل مولانا، بلکه از کلیه بزرگان نقل قول گردد از بزرگان دینی خودمان تا فلاسفه غربی تا اندیشمندان خودمان تا اندیشمندان غربی چه در گذشته و چه در زمان حال وغیره
ششم: زیاد هم از نقل قول استفاده نکنید با توجه به موقعیت‌های مختلف تعداد نقل قول‌ها می‌تواند متفاوت باشد اما برای یک سخنرانی معمولی حدود 20 دقیقه ای گفتن 2 تا 3 نقل قول عادی و طبیعی است

برای پیدا کردن نقل قول استفاده از اینترنت می‌تواند بیشترین کمک را به ما نماید اما یادمان باشد اینترنت منبع صد در صد مطمئنی نیست وبعنوان آخرین توصیه نقل قول‌های ارزشمند را در دفترچه ای بصورت موضوعی یادداشت و همراه داشته باشید و از آنها فراوان در سخنرانی‌هایتان استفاده نمایید

(و) با مطرح کردن یک مشکل و بیان راه حل آن شروع کنید:

وقتی برای فروشندگان بیمه صحبت می‌کنیم آنها میخواهند بدانند که چگونه می‌توانند میزان فروش را افزایش دهند و جز فروشندگان میلیون دلاری گردند
یا وقتی بعنوان سخنران برای مدیران تولید صحبت می‌کنیم آنها می‌خواهند بدانند که چگونه می‌توانند تولید را افزایش دهند
با مطرح کردن یک مشکل مشترک مخاطبین و اینکه چگونه می‌توان آنرا حل کرد می‌توان توجه مخاطبین را جلب کرد

ز) سخنرانی تان را با یک تشبیه یا استعاره شروع کنید:

«کودکان مثل گل‌های یک باغ هستند اگر استعداد‌های آنها را پرورش دهید رشد می‌کنند و اگر پرورش ندهید، استعداد‌های آنها می‌خشکند»
«برای فرزندم به آب و آتش می‌زنیم»

تشبیه و استعاره و قیاس شیوه فاخر و شیوایی برای بیان ایده‌ها و گفته‌های ماست ما با گفتن یک تشبیه یا استعاره می‌توانیم مفاهیم انتزاعی و دشوار را براحتی ساده سازی کرده و تصاویر روشنی را ترسیم کنیم و این شیوه بیان برای ذهن جذاب است چون مغز انسان مقایسه را دوست دارد و می‌خواهد زحمت فکر کردن را به خودش ندهد چون می‌خواهد کمترین میزان مصرف انرژی را داشته باشد

استعاره زبان ضمیر ناخودآگاه است و با استفاده از استعاره می‌توانیم مفاهیم را به ذهن ناخودآگاه مخاطب گره بزنیم و در یک لایه عمیق تر با افراد ارتباط برقرار کنیم
برای بیان استعاره با توجه به شرایط و موقعیت بهتر است از خلاقیت خودمان استفاده بکنیم ولی با این وجود تکنیک‌هایی هم وجود دارد مثل تکنیک «... من مثل... است، چون...»
سخنرانی من مثل دریاست چون هم وسعت دارد و هم عمق
سخنرانی من مثل یک آبشار است چون زیبا و پرسرو صداست.

ل) سخنرانی تان را راز آلود کنید:

وقتی کنجکاوی مخاطبین را بر می‌انگیزید آنها براحتی در تور شما می‌افتند و وقتی سخنرانی تان را راز آلود شروع می‌کنید و ضمناً چند تا سرنخ مبهم به آنها بدهیم ذهن مخاطبین بسیار درگیر صحبت‌هایی که سخنران می‌خواهد بگوید خواهد شد و میزان توجه او به شدت افزایش می‌یابد فقط باید مواظب باشیم که بیش از اندازه کش ندهیم تا مخاطب خسته شود

م) در صورت امکان با شوخ طبعی و طنز شروع کنید:

همیشه مخاطبین، سخنرانی را دوست دارند که آنها را به لبخند زدن وا می دارد اما اینجا نکته مهمی وجود دارد و آن این است که نباید شوخ طبعی و طنز را با لطیفه یا جوک تعریف کردن یکی دانست منظور از شوخ طبعی جوک تعریف کردن نیست شوخ طبعی یعنی شاد بودن، شیطنت کردن، یعنی چیزها را جدی نگرفتن، یعنی دیدن بعد خنده دار و داشتن یک چشم انداز مفرح، خنده دار و سرگرم کننده.

دلیل کارنگی در کتاب آیین سخنرانی خود می نویسد «حتما دیده‌اید بعضی از سخنران‌ها حرف‌هایشان را با داستانهای مضحک شروع می‌کنند که ابا این روش را توصیه نمی‌کنیم لطفا شما در چنین دامی نیفتید چون خیلی زود در دستپاچگی خودتان این حقیقت تلخ را کشف می‌کنید که داستان مضحک غالبا بجای خنده، حس لودگی و سخافت را در شنونده ایجاد کرده است. گاهی هم هست که مخاطب از سر تا ته داستان رابلد است و در این حالت سخنران مثل احمق‌ها به نظر میرسد

داشتن روحیه طنز، نعمت گرانبهایی است که اگر سخنرانی از آن بهره مند باشد، برنده واقعی است. یک سخنرانی متعادل نه با لودگی و پیش پا افتادگی شروع می‌شود و نه با متانت و وقار اغراق شده، هیچ کدام صحیح نیستند. اگر چنان درایت و بصیرتی دارید که می‌توانید لطیفه ای از یک ماجرای غیرمعمول و یا صحبت‌های سخنران قبلی بیرون بکشید و به کسی هم اهانت نشود این کار را بکنید. یک بی تناسبی را پیدا کنید و آن را به شکل اغراق آمیز نشان دهید این جور لطیفه پردازی‌ها بسیار موفق تر از تعریف کردن درباره فلان و بهمان و یا مادر شوهر ویا چیزهایی از این قبیل خواهد بود زیرا به موضوع و موقعیت ربط دارند و مهمتر از همه اصیل هستند

نکته کلیدی:

یک سخنرانی متعادل نه با لودگی و پیش پا افتادگی شروع می‌شود و نه با متانت و وقار اغراق شده، هیچ کدام صحیح نیستند.

آسانترین راه برای ایجاد شادمانی این باشد که قصه ای درباره خودتان تعریف کنید وضع خودتان را در یک موقعیت ناجور و کلافه کننده به شکلی طنزآلود بیان کنید چنین داستانی واقعا جوهر طنز را در خود خواهد داشت و اثرگذار خواهد بود «

وقتی از شوخ طبعی و طنز استفاده می کنید از موارد زیر دوری کنید

الف) نگویند قصد دارید یک داستان خنده دار تعریف کنم اگر انتظار مخاطبین را بالا ببرید آنها ناامید خواهند شد

ب) از نیش و کنایه استفاده نکنید این چیزها شوخ طبعی نیست و می تواند آزار دهنده باشد

ج) سر به سر هیچ یک از مخاطبین نگذارید مگر اینکه مطمئن باشید اشکالی ندارد و قبلا با او هماهنگ کرده باشید

د) درباره نژاد، جنسیت، دین، سیاست، یا معلولیت جوک نگویند و باورها و ارزشهای افراد را مسخره نکنید

و) وقتی با افرادی از فرهنگی دیگر سخن می گویند دقت خاصی داشته باشید شوخ طبعی، که در یک فرهنگ خوب است ممکن است در جاهای دیگر پذیرفته و حتی فهمیده نشود

ز) و به یاد داشته باشید اندکی قبل از اینکه بلند شوید تا سخنرانی کنید وقتی چیزی جدی اعلام می شود باید با مخاطبین همگام شوید و شوخی را به تدریج و زمانی که حال حضار تغییر کرد بیان کنید

ت) ساختن پل بین سخنران و مخاطبین:

وقتی چند دقیقه صرف ساختن پل مشترک بین خود و مخاطبان می کنید بلافاصله آنها را طرفدار خود می کنید آنها شما را یکی از خودشان می دانند، درمقابل صحبت ها و نظرات شما پذیرا تر می شوند، اشتباه شما را راحت تر می بخشند و احساس می کنند شما به دلیل پیش زمینه مشترک تان با آنها، دارای معلومات بیشتر و خوش برخورد تر هستید

مثلا برای سخنرانی به شهری دعوت شده اید که دوران دانشجویی یا سربازی را در آن شهر گذرانده اید می‌توانید به عنوان پل به خاطرات خوب خود از آن شهر و رسم و رسومات جالب آنها اشاره کنید و سپس چند کلمه به زبان محلی بگویید

شروع‌های ممنوع در سخنرانی:

در قسمت قبل در خصوص شروع‌های عالی و انفجاری سخن گفتیم اما چند شروع دیگر وجود دارند که عدم رعایت آنها می‌تواند سم مهلکی برای سخنرانی و سخنران باشد

کلام‌تان را با عذرخواهی شروع نکنید:

: بعضی از سخنرانان سخن خود را با عذر خواهی از اینکه آمادگی کافی و یا توانایی لازم را برای بیان مطلب ندارند شروع می‌کنند و با این کار به مخاطب تلقین می‌کنند که برای او ارزش قائل نبوده‌اند که مطلبی را آماده کنند و همان مطالب قدیمی برای ارائه به مخاطب کافی است لذا تعارفات و عذرخواهی‌های فرو تنانه تکراری خود را کنار گذاشته و مخاطبین را خسته و دلزده نکنید

مقدمه و معرفی خود را طولانی نکنید:

این کار باعث سر رفتن حوصله مخاطبین می‌شود و تمرکز آنها به سخنرانی شما کاهش می‌یابد و کم‌کم دیگه به سخنرانی شما گوش نمی‌دهد

مطالب بدیهی و یا غیر کاربردی نگویید:

مثلا در یک سمینار آموزش سخنرانی بخواهیم در مورد تاریخچه سخنرانی صحبت کنیم و تازه روده درازی هم بکنیم

یادمان باشد مخاطبین پول نداده‌اند که تاریخچه را یاد بگیرند آنها مطالب بدرد بخور و کاربردی می‌خواهند

از جلب توجه نامطلوب به شدت خودداری کنید:

هرگز در این دام نیفتید که توجه مخاطب را به هر قیمتی جلب کنید یادتان باشد ما از جلب توجه مطلوب حرف زدیم هیچ آدم عاقلی سخنرانی اش را به خاطر جلب توجه با جملات و کارهای ناخوشایندی که احساس بدی را در مخاطب بوجود می آورد شروع نمی کند ولی همچنان از این سخنرانان در کشور دیده می شود. دوستی تعریف می کرد که در سمیناری شرکت کرده بود و سخنران می گفت این روزها آدم بافهم و شعور کم پیدا می شود اصلا شما یک آدم بافهم و شعور تو این جمع نشانم بدهید و... .

با جک و لطیفه حرف تان را شروع نکنید :

چون ممکنه مخاطبین به لطیفه شما نخندند و یا برایشان تکراری و بی مزه باشد و با این کار ارزش و اعتبار شما به شدت کاهش یابد
یادآور میشوم لطیفه با طنز فرق می کند و شروع با طنز و شوخ طبعی پسندیده و یکی از روش های خوب شروع سخنرانی است

از خودتان یا شرکتتان بیش از حد تعریف ندهید:

چون علاوه بر اینکه مخاطبین را دلزده می کند ممکنه به مخاطبین این حس دست دهد که شما آدم خود شیفته ای هستید و منزلت شما و شرکتتان را در نگاه مخاطبین کاهش دهد

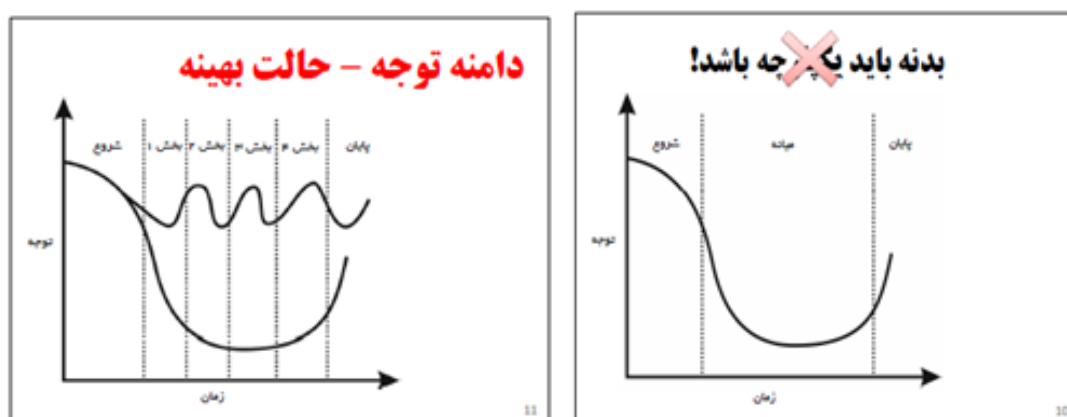
فصل دوم: بدنه سخنرانی

در قسمت قبل یاد گرفتیم که چگونه توجه مخاطب را جلب نماییم در حقیقت در فرمول ABC- C با حرف A توجه مخاطبین را جلب کردیم و در این قسمت B یا همان بدنه سخنرانی را شرح میدهیم بدنه سخنرانی آن قسمت از سخنرانی است که بوسیله آن پیام خود را به مخاطب ارائه میدهیم. در طی سخنرانی توجه مخاطب به شدت افت می کند چون مغز می خواهد کمترین زحمت را به خود بدهد و کمترین میزان انرژی را مصرف نماید لذا باید سخنران باترفندهایی که ما به چاشنی می گوئیم توجه مخاطب را دوباره به خود جلب نماید.

چاشنی سخنرانی چیست؟

آماندا ویکرز در کتاب خود آموز سخنرانی می گوید «تصور کنید اگر چاشنی ای در دنیا نبود چطور می شد؟ غذاها بدون ادویه جات و چاشنی ها، بی مزه بودند همه غذاهای متمایز در دنیا اعمم از هندی، فرانسوی، تایلندی، ایتالیایی و چینی مثل هم می شدند سخنرانی ها هم همینطور هستند اگر فقط گوشت و سبزیجات به خورد مخاطبین بدهید، سخنان تان نه تنها کسل کننده خواهد بود بلکه احتمال اینکه مخاطبین آنها را به یاد آورند یا بر اساس آنها عمل کنند از بین خواهد رفت» لذا بعد از اینکه محتویات سخنرانی را آماده کردید قدم بعدی اضافه کردن چاشنی به بدنه سخنرانی است این کار قطعاً ما را در میان 20 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 میرود و سخنرانی جذاب تر و جالب تر و سرگرم کننده تر می شود.

در نمودارهای زیر که نمودار توجه - زمان نامیده می‌شوند در نمودار الف میزان توجه مخاطبین با گذشت زمان را در حالت عادی سخنرانی نشان می‌دهد و در نمودار ب میزان توجه مخاطبین را با گذشت زمان در حالت استفاده از چاشنی‌های سخنرانی نشان می‌دهد در نمودار ب می‌بینیم هر کجا که توجه مخاطب کاهش می‌یابد با افزودن چاشنی‌ها دوباره میزان توجه مخاطب افزایش می‌یابد



نمودار ب

نمودار الف

نکته مهم درباره چاشنی‌ها این است که یک پیام را بوسیله چاشنی‌های مختلف مثل تغییر لحن، تصاویر، مطالعات موردی، مثال‌ها، کارگروهی، و... می‌توان چندین بار تکرار کنید یعنی با بمباران مخاطب با چاشنی‌های مختلف می‌توانید پیام‌تان را بطور فوق العاده قدرتمندی به مخاطب انتقال دهید تا مخاطب موضوع را به روشنی و کاملاً واضح درک نماید

بمباران مخاطب با چاشنی مثل پشت سر هم چکش زدن است هر نوع چاشنی تأثیری افزایشی دارد یک میخ هرچه عمیق‌تر فرو رود بیرون آوردن آن مشکل‌تر است این چنین است که باعث می‌شود که ایده‌ها با قدرت تثبیت شوند که مخاطبین راه دیگری نداشته باشند جز آنکه آن ایده را بیاد بیاورند

یاد آور می‌شوم بعضی از روش‌هایی که برای شروع سخنرانی قبلاً گفته شد مثل داستان، نقل قول، پرسش، آمارها، قول و تضمین و غیره نیز می‌توانند بعنوان چاشنی سخنرانی در بدنه سخنرانی بکار روند

چاشنی‌های عالی برای یک سخنرانی عالی:

الف) نمایش تصویر خاص:

چینی‌ها یک ضرب‌المثل دارند که می‌گوید ارزش یک عکس برابر با هزار کلمه است و استفاده از تصاویر خاص باعث جلب توجه زیاد مخاطبین می‌گردد مثلاً در سمیناری وقتی تصویر یک نوزاد روی پرده آمد خانم‌های حاضر در سمینار احساسات خاصی از خود نشان دادند

ب) نمایش فیلم:

نمایش کلیپ‌های تصویری کوتاه جذابیت زیادی برای مخاطبین دارد فقط باید توجه کرد که آن کلیپ به موضوع مرتبط باشد همچنین فیلم برای یخ شکنی و عوض کردن فضای جلسه خیلی مؤثر و قدرتمند می‌باشد قدرت فیلم حداقل ده برابر عکس است

ج) عوض کردن موضوع:

اگر بخواهم یک تشبیه برای این موضوع بکار ببرم ورقه ورقه کردن لول کالباس است که خوردن و هضم آنرا آسان و لذت بخش می‌کند مثلاً برای یک سخنرانی یک ساعته یک پاور پوینت با پانزده عدد اسلاید درست می‌کنیم که هر یک مستقل از دیگری است اما کل اسلایدها در مجموع با هم دارای یک پیوستگی هستند و موضوع واحدی را دنبال می‌کنند بطوریکه اگر مخاطب یک اسلاید را متوجه نشد اسلاید بعدی که مستقل از اسلاید قبلی است را بتواند متوجه گردد عبارت دیگر باتبدیل صحبت به بخش‌های کوچک تر و مجزا می‌توان توجه بیشتری از مخاطبین جلب کرد چون اگر مخاطب قسمتی از یک بحث طولانی و پیوسته را از دست بدهد بقیه سخنرانی برای او گنگ و مبهم خواهد بود و میزان توجه او به سخنرانی کاهش می‌یابد لذا با تبدیل یک سخنرانی طولانی به برش‌های کوچکتر، توجه مخاطب بیشتر جلب می‌شود

د) تغییر لحن:

با استفاده از تغییر زیر و بمی صدا، تغییر سرعت کلام، مکث، تاکید و... می‌توان لحن‌های مختلف داشت هر چه تنوع و تغییر لحن بیشتر باشد مغز کمتر خسته می‌شود چون یکنواختی مغز را خسته می‌کند با تمرین ضبط فایل صوتی می‌توان لحن را بهتر و زیبا تر نمود

ه) قابل لمس کردن موضوع:

مثلا درسخرانی‌های تجاری وقتی میخواهند کالایی را معرفی نمایند آن کالا را بدست مخاطبین می‌دهند تا مخاطبین آن کالا را با همه حواس پنجگانه حس نمایند
یا دوستی که در مورد اریگامی (هنر تا کردن کاغذ و ساخت کاردستی کاغذی) سخنرانی میکرد همراه با سخنرانی اش یک کاردستی کاغذی نیز می ساخت

و) به حرف وادار کردن اعداد و ارقام:

محمد پیام بهرام پور در کتاب جعبه ابزار سخنرانی در این خصوص مثال زیبایی دارند ایشان می‌گویند به جای آنکه بگوییم فاصله زمین تا ماه 380000 کیلومتر است می‌توانیم بگوییم که اگر جاده ای فرضی از زمین تا ماه وجود داشت و ما با سرعت 120 کیلومتر در ساعت حرکت می‌کردیم و هیچ توقفی نداشتیم مسافتی را که بعد از حدود 4 ماه و نیم طی می‌کردیم برابر با فاصله زمین تا ماه است یا یک در یک میلیون، برابر است با یک ثانیه در 11/5 روز

ز) اشتراک صحنه:

اشتراک صحنه یعنی اینکه ما در روی سن از دیگران نیز دعوت کنیم که روی سن بیایند و برنامه خودشان را (مثلا سخنرانی خیلی کوتاه، تعریف تجربه یا خاطره در زمینه موضوع مورد بحث، گفتن یک طنز یا انجام نمایش و یا غیره) برای مدت کوتاهی اجرا کنند و درحقیقت هم ما از سن استفاده کرده ایم هم دیگران. و به این اشتراک صحنه می‌گویند.

ک) استفاده از ابزارهای فیزیکی:

یادم می‌آید که معلم زبان انگلیسی ما در دوره دبیرستان برای اینکه ساختار جمله را درس بدهد یک زنجیر کوتاه بیست سانتی متری که حدوداً ده حلقه داشت سر کلاس آورد و گفت که ساختار یک جمله مثل این زنجیر است و کلمات مثل حلقه‌های این زنجیر هستند و اگر درساختار جمله مثلاً جمله ماضی نقلی کلمه ای را جا بیندازیم مثل این است که یکی از حلقه‌ها را بریده ایم و زنجیر ما آن موقع می‌برد یا معلم آمار و احتمالات ما برای یاد دادن قانون احتمال چند تاس سر کلاس می‌آورد یا در یکی از سخنرانی‌های تد سخنران می‌خواست قسمتی از مغز انسان را توضیح دهد یک مغز کامل (انسان یا حیوان) همراه خود به روی صحنه آورد که برای دیدن این کلیپ می‌توانید به آدرس اینترنتی سایت نویسنده یعنی www.amozeshesokhanrani.com مراجعه نمایید

ل) تغییر سخنران:

مخاطبین دوست دارند بدانند سخنران بعدی کی هست؟ چه خواهد گفت؟ لذا توجه مخاطبین افزایش می‌یابد. الان در کشور ما کم کم دارد این موضوع جا می‌افتد که یک برنامه را چند سخنران مشترکاً اجرا کنند چون باعث افزایش جلب توجه مخاطبین می‌گردد

م) بازی‌ها:

انجام بازی باعث نشاط فراوان در جلسه یا سمینار خواهد شد فقط نکته مهم این است از این چاشنی و بقیه چاشنی‌ها باید با توجه به موقعیت استفاده کرد مثلاً استفاده از بازی در سمینار خلاقیت، اوج هنرمندی سخنران است و مخاطبین بسیار راضی و خوشحال خواهند شد ولی استفاده از بازی در جلسات یا سمینا رهای دولتی سبک و بی مزه است

ت) کار تیمی:

کار گروهی بالاخص اگر همراه با رقابت بین گروه‌ها باشد بسیار نشاط آور و جذاب است.

چ) بقیه اش بعهده شما:

و این لیست همچنان ادامه دارد مثلا بررسی موردی، قرعه کشی، مسابقه، رای گیری، بارش فکری، جمع بندی، فعالیت فیزیکی، سه دقیقه استراحت و... .

فصل سوم: جمع بندی و نتیجه گیری:

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

در بحث جمع بندی دانستن چند نکته لازم و ضروری است

1- برای اینکه مطمئن شوید که نتیجه گیری سخنرانی حتی الامکان تأثیرگذار خواهد بود باید

کلمه به کلمه آنرا طراحی کنید

2- مهم ترین اصل این است که اگر نخواهیم سخنرانی را با دعوت به اقدام به پایان ببریم می

بایست سخنرانی را با یک جمله تأثیرگذار به پایان برسانیم برای این کار می توانیم از نقل قول یا شعر

یا جملات الهام بخش یا داستان استفاده نماییم

3- به یاد داشته باشید که همه مخاطبین 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 آنها

انرژی و شهامت بدهد تحسین می کنند.

فصل چهارم: دعوت به انجام کار واضح:

یکی از قدرتمندترین روش‌های پایان سخنرانی دعوت به انجام کار واضح است باید به مخاطبان بگویید که توقع دارید پس از شنیدن سخنرانی چه کارهایی انجام دهند و نکته مهم این است که بدون توجه به اینکه آیا مخاطبان با شما موافق هستند و اینکه کاری را که شما می‌خواهید تمایل به انجام آن دارند یا نه باید کاملاً برایشان مشخص باشد چه انتظاری از آنها دارید

مثال: کارشناس وزرات بهداشت در سمینار کنترل دیابت درخصوص دیابت با فرمول فوق سخنرانی می‌نماید

- 1- درابتدا با بیان آمارهای تکان دهنده نظر مخاطبان را جلب میکند
- 2- دربدنه سخنرانی با بیان خاطرات و گزارشات و اتفاقات رخ داده شده و دیگر ترفندهای ذکر شده توجه را همچنان حفظ می‌کند
- 3- در جمع بندی، نکات اصلی گفته شده را دوباره تکرار می‌نماید و نتیجه گیری میکند که اگر جلوی رشد این بیماری را نگیریم چه پیامدهایی برای بیمار، خانواده بیمار و کشور خواهد داشت
- 4- و در پایان با دعوت به حداقل نیم ساعت ورزش روزانه بعنوان قوی ترین و مؤثرترین داروی ضد دیابت می‌تواند یک دعوت به اقدام قدرتمند داشته باشد

منابع و ماخذ:

- 1- قدرت بیان - برایان تریسی
- 2- آیین سخنرانی - دیل کارنگی
- 3- خودآموز سخنرانی - آماندا ویکرز
- 4- صدای خود را آزاد کنید - راجر لاول
- 5- جعبه ابزار سخنرانی - محمد پیام بهرام پور
- 6- چگونه یک سخنرانی تدارائه دهیم - جرمی دونوان
- 7- چگونه حرف خود را به کرسی بنشانیم - جفری گیتومر
- 8- صوت، صدا، گفتار - محمود رضا رحیمی
- 9- آموزش فن بیان - احمد رضا رسولی
- 10- میخوایم سخنرانی کنیم - صادق لو
- 11- چگونه سخنرانی جذاب ارائه کنیم - کارن کالیش
- 12- شیوه سخنرانی - مت شین
- 13- فن بیان - احمد حلت
- 14- ومنابع دیگر





**Get more e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library**