

ردپای ماندگار

با بیان ماندگار

کتابی رهگشا در زمینه سخنرانی و مهارت های کلامی
به صورت علمی و کاربردی



نویسنده: دکتر احسان قاضی
مدرس و مدرس سخنرانی و اعتماد به نفس
دانشگاه علامه قزوینی و دبیرکل انجمن آموزش و ترویج

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۴
چاپ دوم: بهار ۱۳۹۵
تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

احسان قاضی

ردپای ماندگار

الرحمن الرحيم

تقديم به:

از طرف:

رد پای ماندگار

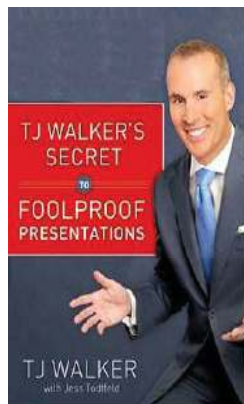
(با بیانی ماندگار)

کتابی راهگشا در زمینه یادگیری
سخنرانی و مهارت‌های کلامی و ارتباطی
به صورت علمی و اجرایی

احمد رضا فاضلی

مدرس و مشاور سخنرانی و مهارت‌های کلامی - ارتباطی

توصیه آقای تی جی واکر (TJ Walker) سخنران و مربی مشهور
آمریکایی و بنیان گذار آموزش جهانی به کمک رسانه:



سخنرانی یک مهارت ضروری برای ارتقاء
و توسعه شخصیت انسان است. اما افسوس
که مهارت های سخنرانی در مدرسه آموزش
داده نمی شود.

بسیاری از مردم، به علت عدم آگاهی از
مهارت های سخنرانی و ترس از آن، از صحبت
در جمع و سخنرانی، منصرف می شوند.

این کتاب، کتاب رد پای ماندگار، به
ایرانیان کمک خواهد کرد که اصول و فنون سخنرانی و مهارت های
کلامی و ارتباطی را بخوبی بیاموزند و بدون ترس و با اطمینان در هر
جمعی صحبت کنند و سبب رشد و بهبود شخصیت خود و دیگران
شوند.

TJ Walker

Dec 6, 2016

<http://www.tjwalker.com>

تقدیم به پدرم و مادرم

که الفبای زندگی را به من آموختند

تقدیم به همسرم

که با همیاری و همدلی او توانستم این مسیر را طی

کنم

تقدیم به فرزندانم

امید بخش جانم

و تقدیم به مردان و زنانی که نیک می‌اندیشند و نیک سخن

می‌گویند و نیک عمل می‌کنند و تنها هدفشان، رضای الهی

و پیشرفت و سعادت جامعه است.

ردپای ماندگار (با بیانی ماندگار)

در هیاهوی دنیای امروز

ردپاهای زیادی در ذهن‌ها شکل گرفته است

دیر یا زود این ردپاها ناپدید خواهند شد

کدامین ردپا، مسیر درست زندگی است و ماندگار!

ما به دنبال تحولی شگرف و ماندگار هستیم

ما به دنبال سخنی نیکو و ماندگار هستیم

سخنی که در ذهن‌های دیروز و امروز و فردا نقشی طوفانی

زند و ماندگار شود

تا گواه و تضمین ماندگاری ما باشد

ما به دنبال ردپایی ماندگار در میان صحبت‌ها هستیم...

ایمان داریم که ردپاهایمان با کلماتی رنگین

در گوشه و کنار ذهن همگان نقش خواهد بست...

با سخنانی نافذ

با کلامی گرم

و همین برای ذهن مشتاقمان کافی ست...

نیامده ایم که آمده باشیم!

آمده ایم که در این عرصه رنگارنگ روزگار

در گوشه گوشه ذهن ها، نقش خیالی بیندازیم و بمانیم...

به امید دستگیری دوست

به امید خداوند جان و کلام

ما حرکتی خواهیم کرد

تا از آفریدگار کلام و جان، برکتی همراهمان باشد

(این جملاتی است که در ذهن هوشیار شما قطعاً تکرار می شود چرا که برای موفقیت خود ارزش قائل هستید)

هدیه‌ای تقدیم شما با کلامی از عشق

هدیه‌ای تقدیم شما که چشمانتان روشن از شنیدن کلام
نافذ است

روشنی دیدگانی که نشان از یافتن مسیر حرکت است

مسیری که به سوی جاودانگی رهسپار است و ماندگار ...

مقدمه ۱۷

فصل اول: سخنرانی همه چیز است! ۲۱

با سخنرانی در زمینه‌ای که دوست دارید، استاد شوید. ۲۴

هدیه خود را از نویسنده بگیرید ۲۷

فصل دوم: مراحل موفقیت در اجرای یک سخنرانی تخصصی ۳۱

فصل سوم: اکوسیستم سخنرانی ۳۵

فصل چهارم: مدل ذهنی (فکری) سخنران: ۴۵

چشم‌انداز و مأموریت ۵۰

ارزش‌گذاری برای سخنرانی ۵۳

توجه به مخاطب به‌عنوان یک دوست ۵۴

شاد بودن: ۵۶

عدم تقلید از دیگران ۵۶

ترس از سخنرانی ۵۸

فصل پنجم: مدل شناسایی مخاطب ۶۳

ترجیحات مخاطبان ۶۷

باورهای مخاطبان ۶۷

ارزش های مخاطبان.....	۶۸
الف) شناخت مخاطب (جمعیت شناسی).....	۶۹
ب) ویژگی های فیزیکی مخاطب.....	۷۱
ج) خصوصیات روان شناختی.....	۷۲
فصل ششم: مدل برنامه ریزی.....	۷۵
۱- هدف سخنرانی.....	۷۸
۲- موضوع سخنرانی.....	۷۹
حال موضوع سخنرانی را باید چگونه انتخاب کرد؟.....	۸۰
اول: هدف.....	۸۰
دوم: گسترش مجموعه ایده های خاص.....	۸۳
ساختار بندی سخنرانی.....	۸۷
چار چوب کلی سخنرانی را چگونه طراحی کنیم؟.....	۹۰
قسمت اول سخنرانی.....	۹۱
شروع سخنرانی.....	۹۱
شروع سخنرانی با جلب توجه مخاطبان و علاقه آنها.....	۹۳
شروع سخنرانی با روشن سازی و توصیف شفاف موضوع سخنرانی.....	۹۹
شروع سخنرانی با قانع سازی مخاطبان به صلاحیت و حسن نیت سخنران.....	۹۹
در شروع سخنرانی از جلب توجه نامطلوب اجتناب کنید.....	۱۰۰
قسمت دوم ساختار سخنرانی.....	۱۰۳
بدنه اصلی.....	۱۰۳
استفاده از ترفه بازی در سخنرانی.....	۱۰۴
این روش همانند برف پاکن می باشد!.....	۱۰۴
سندروم سخنرانی.....	۱۰۹
مرگ به وسیله پاورپوینت.....	۱۰۹
وضعیت بدن هنگام نمایش.....	۱۰۹

آرامش مغز مخاطب ۱۰۹

اسلاید سازی حرفه ای ۱۱۰

سبک کاری در اسلاید سازی ۱۱۲

در مورد حفظ کردن متن سخنرانی ۱۱۲

قسمت سوم: ساختار سخنرانی ۱۱۴

نتیجه گیری ۱۱۴

توفان در میان سخنرانی ۱۱۴

قسمت چهارم: ساختار سخنرانی ۱۱۷

دعوت به اقدام واضح ۱۱۷

دست نوشته سخنرانی ۱۱۸

فصل هفتم: مدل آماده سازی ۱۲۳

چند روش ساده برای تقویت بیان در سخنرانی ۱۲۶

بررسی جابجایی ها ۱۲۷

۱- تنبیه کردن ۱۲۸

۲- سکوت ۱۲۸

۳- تمرین تند صحبت کردن در مورد یک موضوع ۱۲۸

استفاده از بلاغت کلامی و فصاحت ۱۲۹

فصاحت ۱۲۹

۱- پیام روشن و معنادار ۱۲۹

۲- قابل باور بودن: ۱۳۰

۳- عدم استفاده از کلمات عادت شده ۱۳۰

بلاغت ۱۳۱

۱- تأکید ۱۳۱

۲- تکرار ۱۳۲

۳- حالت معکوس ۱۳۴

۴- تکنیک تقابل	۱۳۴
۵- قانون سه گانه	۱۳۴
۶- کنار هم گذاشتن ایده ها	۱۳۴
۷- انواع مکت کردن	۱۳۴
حالات چهره و تن صدای مناسب	۱۳۶
فصل هشتم: مدل اجرایی	۱۳۹
هنر ارتباط طلایی با مخاطبان	۱۴۲
پوشش مناسب	۱۵۱
زبان بدن	۱۵۳
نحوه ارائه پاورپوینت	۱۷۲
نحوه گفتار در حین اجرای سخنرانی	۱۷۳
نکاتی مهم در شروع سخنرانی	۱۷۶
در حین سخنرانی پر نشاط باشید	۱۷۷
انتهای سخنرانی	۱۸۱
فصل نهم: مدل باز خورد و ارزیابی	۱۸۳
برگه های نظر سنجی	۱۸۶
پاسخ به سوالات	۱۸۸
الماس های به دست آمده در ارزیابی	۱۸۹
صحبت آخر	۱۹۲
منابع بیشتر برای مطالعه	۱۹۴

مقدمه

آیا دوست دارید که در مقابل دوستان، همکاران و فامیل به خوبی صحبت کرده و ارتباط برقرار نمایید؟

آیا دوست دارید هنگامی که برای انجام امور اداری یا بانکی، با حسابدار و رئیس اداره روبرو می‌شوید بتوانید در مورد کار خود به راحتی صحبت کرده و کارهایتان را در اسرع وقت انجام دهید؟

آیا دوست دارید که بتوانید در مورد توانایی‌های خود با ریاستان صحبت کنید و ارتقاء شغلی و شخصیتی بگیرید؟

آیا دوست دارید که به راحتی کالایی را بفروشید و خریدار راضی از خریدش باشد؟

آیا دوست دارید که به جای یک مجری مشهور باشید که در حال نطق یک پیام مهم است؟

آیا دوست دارید که در جمع همکاران و رئیس‌تان به راحتی صحبت کرده و نظراتی متقاعدکننده ایراد نمایید؟

آیا دوست دارید که در مورد یک موضوع علمی که در آن صاحب نظر و باتجربه هستید، در میان جمع دوستان و همکاران صحبت کنید و مطلبی را اثبات و برای آن‌ها روشن نمایید؟

آیا دوست دارید که با به دست آوردن توانایی در ارائه مطالب و فن بیان، موقعیت‌های کاری متمایزی به شما پیشنهاد شود؟

آیا دوست دارید که هنگامی که با همسر و فرزندان‌تان در مورد موضوعاتی متفاوت صحبت می‌کنید، به راحتی آن‌ها را هدایت و متقاعد کرده و مسیر زندگی را به خوبی تشریح کنید؟

آیا دوست دارید که با فن بیان خوب و قدرت سخنرانی، به راحتی با هر فردی ارتباط برقرار کرده و در مسیر شغلی خود موفق باشید؟

بسیار برای ما پیش آمده که از صحبت‌های یک سخنران به وجد آمده و پر از شور و اشتیاق شده باشیم و بخواهیم که مانند او سخنرانی کنیم و دیگران را به وجد بیاوریم!

اگر دوست دارید که بتوانید در مسیر شغلی و زندگی خود با افراد مختلف، دوستان و همکاران و اعضای خانواده و فامیل، خوب ارتباط برقرار کرده و با فن بیان قوی و قدرت سخنرانی خود، آن‌ها را مجذوب کرده و بتوانید توانایی‌های خود را بیان نمایید، این کتاب می‌تواند راهنمای خوبی برای شما باشد.

واقعیت دردناکی است که از ابتدای کودکی تا به امروز، هر کاری که خواستیم انجام دهیم دیگران ما را نهی کرده و البته جایگزینی

هم برای آن نداشتند! به گونه‌ای کنترل شدیم که هر حرفی در بسیاری موارد سرکوب شده و ما را یک انسان محافظه‌کار بار آورده‌اند که حتی حاضر به دفاع از مواضع و بیانات خود نبوده ایم!

حتی با توجه به استعدادها و تخصص خوبی که در زمینه کاری خود داریم، به دلیل همین شکل‌گیری ذهنیت‌های منفی، اظهارات و بیانات راهگشا و... در پشت زبان ما مخفی شده و همچنان یک انسان عادی شناخته می‌شویم.

در این کتاب گام‌به‌گام به شما آموزش داده خواهد شد که چگونه می‌توان مدل‌ها و الگوهای شکل‌گرفته قدیمی را کنار گذاشته و به راحتی بتوانیم در میان جمع صحبت کرده و حتی با انجام تمرینات مداوم تبدیل به یک سخنران حرفه‌ای در زمینه‌ی مورد علاقه خود شویم.

با استفاده از مطالب این کتاب و به کارگیری اصول بیان شده در آن و تمرینات ادامه‌دار، شما به راحتی تبدیل به یک سخنران حرفه‌ای شده که مهارت سخنرانی در جان و دل شما نفوذ کرده و با شور و حرارت در هر جمعی، به صحبت و بیان نظرات خود خواهید پرداخت.

آیا این کتاب به درد شما می‌خورد؟

اگر می‌خواهید بدانید که این کتاب برای خریدن و خواندن مناسب است یا خیر، حتماً سوالات ابتدایی همین قسمت را دوباره بخوانید و به آن‌ها جواب دهید.

اگر پاسخ شما به یکی از پرسش‌های ابتدای کتاب مثبت بود و در تلاش برای به دست آوردن مهارت صحبت کردن در جمع هستید، باید بگوییم که این کتاب دقیقاً مناسب شما و برای شما نوشته شده

است و اگر شرایط شما غیر از این می‌باشد، احتمالاً کتاب‌های مفیدتری برای شما وجود خواهد داشت.

اگر احساس می‌کنید که برای موفقیت روزافزون خود نیاز به دانستن مهارت سخنرانی و مهارت‌های ارتباطی- کلامی دارید، خواندن این کتاب بسیار به شما کمک می‌کند.

در صورتی که پاسخ شما مثبت است و به دنبال موفقیت خود در کسب‌وکار و زندگی خود هستید، با ما همراه باشید تا تغییرات فوق‌العاده‌ای را با هم رقم بزنیم. مطمئن هستیم که با به‌کارگیری مهارت‌های موجود در این کتاب، به تک‌تک اهداف و موفقیت برنامه‌ریزی شده خود، خواهید رسید.

از تمامی دوستان خود که مرا در نوشتن این کتاب راهنمایی کرده و روشنی‌بخش این راه بودند سپاسگزارم و به شکرانه لطف و احسانشان امیدوارم که بتوانند در تمام لحظات زندگی خود موفق و پایدار بوده و بتوانند در تمام لحظات زندگی بامهارت سخنرانی، روشنگر راه سایر هم‌نوعان خود باشند.

موفق و پایدار و سخنران باشید.

احمد رضا فاضلی

مدیر وبسایت www.Ahmadfazeli.com

فصل اول: سخنرانی همه چیز است!



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- چرا سخنرانی یک مهارت لازم و ضروری است.
- ۲- سخنرانی چگونه سبب پیشرفت ما در کسب‌وکار و زندگی می‌گردد.

سخنرانی یک کار واقعی و خداپسندانه در جهان است. بسیار جذاب است که در مقابل جمعی قرار گرفته و اطلاعات سودمندی را در اختیار آن‌ها قرار دهید. یک سخنران علاوه بر آموزش مردم، وظیفه الهام بخشیدن و هدایت مردم را بر عهده دارد و می‌تواند با سخنان آموزنده خود سبب تغییرات شگرفی در زندگی مردم گردد.

هنگامی که این مسیر برای شما ایجاد می‌گردد و همین‌طور پیش می‌روید، به موفقیت‌هایی دست پیدا می‌کنید که تا به حال فکر آن را هم - بدون سخنرانی - نمی‌کردید.

مسیری است که دانش‌های ارزشمند بسیاری را فرا خواهید گرفت و همراه با کسب اطلاعات بیشتر، بیشتر از گذشته در ذهن و روح خود و دیگران تأثیرات شگرفی ایجاد خواهید کرد.

تصور کنید که بعد از سمینار یکی از مخاطبان به شما بگوید که:

من با تمام وجود صحبت‌های شما را گوش دادم...

شما مسیر زندگی من را تغییر دادید...

در این حالت حسی سرشار از موفقیت و انسان بودن در وجود شما ایجاد می‌گردد و از خلقت خود و خدمتی که به هم‌نوعان خود می‌کنید، لذت خواهید برد.

با سخنرانی در زمینه‌ای که دوست دارید، استاد شوید

هنگامی که صحبت از سخنرانی می‌آید لزوماً منظورمان، صحبت در مقابل یک جمع چند صد نفری نیست!

بلکه حتی صحبت در جمع‌های دوستانه و خانوادگی هم خود به‌نوعی سخنرانی محسوب می‌شود.

مهارت سخنرانی در جمع و فن بیان، یکی از دلهره‌های اساسی بسیاری از افراد و از طرف دیگر یک آرزوی بزرگ برای افرادی دیگر است.

خوب صحبت کردن در جمع سبب می‌شود که مورد احترام قرار گرفته و از نظر دیگران ارزش بیشتری داشته باشید. همچنین در کسب و کار و معاملات خود موفقتر شوید و مورد توجه افراد تأثیرگذار بسیاری قرار گیرید که سبب شوند در چپه‌های شغلی بسیاری نصیب شما شود. توانایی شما در خوب صحبت کردن با اعتماد به نفس، صعود از نردبان موفقیت را بسیار هموار می‌کند و این‌گونه به نظر می‌رسید که از سایرین باهوش‌تر و با استعدادتر هستید.

برخی از ما دوست داریم که در جمع‌های فامیلی، میان همکاران، مدیران و مشتریان خود صحبت کنیم و از توانایی‌ها و تجربیات خود بگوییم و برخی دیگر آن‌چنان ترسی از این موضوع دارند که از هر فرصتی برای فرار از مهلکه سخنرانی استفاده می‌کنند!

اما باید توجه داشت که در دنیای امروزی با رشد سریع تکنولوژی و کسب‌وکارهای گوناگون، راهی جزء آموختن مهارت سخنرانی و فن بیان برای ارائه توانایی‌ها و تجربیات خود و طی کردن مسیر پیشرفت کاری نداریم.

اگر مدیر حسابداری یک شرکت هستید باید بتوانید حساب‌های سالیانه را به اعضای هیئت‌مدیره ارائه داده و توضیح دهید و از نتایج کاری خود دفاع کنید.

اگر مدیر فروش یک مجموعه بزرگ هستید باید توانایی این را داشته باشید که بتوانید محصولات جدید را به مشتریان خود ارائه داده و نحوه استفاده از آن را بیان کنید.

اگر مدیرعامل یک شرکت هستید باید توانایی این را داشته باشید که بتوانید در مراسم‌های مختلف در طول سال برای کارکنان خود صحبت کرده و مسیر حرکت شرکت به سمت اهداف شرکت را بیان نمایید.

حتی اگر دانشجو یا دانش‌آموز هستید و قرار است برای دفاع از پایان‌نامه خود در برابر اساتید خود صحبت کنید یا از طرح‌های جدید و شروع یک کسب‌وکار در مقابل سرمایه‌گذارها صحبت کنید، به مهارت‌های کلامی و سخنرانی کاملاً نیاز خواهید داشت.

برای من تجربه سخنرانی همانند بسیاری از افراد، یک تجربه هولناک و پردردسر بود که همیشه سعی در فرار کردن از آن در موقعیت‌های مختلف داشتم. اینکه در جمعی از متخصصان یک‌رشته صحبتی داشته باشم و یا در جمع دوستان و همکارانم، صحبتی از یک موضوع تخصصی داشته باشم، آرامش و امنیت را از من می‌گرفت.

یک موضوع همیشه من را آزار می‌داد و آن عدم ارائه توانایی‌های خودم بود که سبب می‌گردید در بسیاری از زمینه‌ها، فرصت‌ها را از دست بدهم و نتوانم آن‌چنان‌که توانایی دارم در مسیر شغلی خود رشد کنم.

سال‌هایی از اینکه من رشته مهندسی مکانیک را خوانده بودم، گذشته بود که به یاد علاقه قدیمی خود یعنی بحث فروش و بازاریابی افتادم. علیرغم اینکه خیلی دیر به این موضوع فکر کرده بودم ولی تصمیم به مطالعه دقیق در این زمینه در رشته مدیریت کسب‌وکار گرایش بازاریابی، گرفتم.

فعالیت‌های بازاریابی بسیاری در زمینه‌های مختلف از جمله فروش بیمه عمر و تأمین آتیه و فروش محصولات بهداشتی داشتم که خوب هم پیش می‌رفت ولی خب همانند سایر همکارانم چندان موفق نبودم.

احساس کردم که مشکل شاید از استراتژی‌های کسب‌وکار و یا نداشتن یک تیم فروش دقیق است. ولی هر چه دقیق‌تر به عقب نگاه می‌کردم، می‌دیدم که همان مشکل قدیمی یعنی عدم تمایل و ترس از سخنرانی در جمع بود که سبب می‌گردید تا من نتوانم فعالیت‌های خود را به‌خوبی انجام دهم. اگر من خیلی زودتر از این‌ها به مهارت سخنرانی در جمع و مهارت کلامی آشنا بودم

به مراتب در کارهایم پیشرفت می‌کردم و حتی سبب پیشرفت دیگران هم می‌شدم.

آشکار کردن ضعف‌ها و اشتباهات خود، برای هیچ‌کس کار آسانی نیست. من مدت‌های مدیدی بود که از نداشتن مهارت سخنرانی و مهارت‌های کلامی رنج می‌بردم و علاقه‌ای هم نداشتیم که دیگران به این موضوع پی ببرند!

اما سرانجام وجدانم مرا متقاعد و بیدار کرد که چاره‌ای جز پذیرفتن این ناتوانی و کسب مهارت‌های موردنیاز، ندارم!

اکنون می‌توانم به گذشته‌ام نظر بیندازم و به‌وضوح خود را ببینم که چطور سالیان سال بدون این مهارت فرصت‌های بسیار کاری را از دست دادم!

**کسب مهارت سخنرانی و فن بیان چیزی نیست
که بخواهید به آن لگد زده و پشت کنید و به آن
محل نگذارید!**

مطمئن باشید که زندگی در این دنیا هیچ‌گاه کم نیاورده و جا نمی‌زند! قبل از اینکه زندگی به حساب شما برسد و شما را پس بزند (به دلیل عدم بیان مهارت‌ها و توانایی‌های خود)، خودتان به حساب خودتان برسید!

به همین دلیل علاوه بر ادامه تحصیل در زمینه مدیریت کسب و کار **MBA**، سعی بر مطالعه علم سخنرانی و فن بیان نمودم تا هم خود را از این وضعیت نابهنجار نجات دهم و هم اینکه بتوانم به سایر هم‌وطنان خودم این علم را آموزش دهم.

دیگر نباید نگران عدم برقراری ارتباط در جمع باشید، چراکه طی کردن راهی که منجر به سخنران شدن من شد برای کسی غیرممکن نیست و این همان راهی است که موفقیت شما را تضمین می‌کند. این کتاب اصول و تجربیات گران‌بهایی را در اختیار شما قرار می‌دهد که به کمک آن‌ها می‌توانید دیگران را با صحبت‌ها و سخنرانی‌های خود تحت تأثیر قرار داده و مسیر موفقیت شغلی خود را بسیار به‌خوبی طی کنید.

فقط به یک چیز نیاز دارید و آن جسارت سخنران شدن است! جسارتی که شما را تا بالای جایگاه سخنرانی کشانده و چنان سخنرانی ایراد می‌کنید که آتش و شور سخنرانی را در دل دیگران روشن می‌کنید. البته در این راه به یک مربی و استاد نیاز دارید تا راه رفته خود را با روشنی برای شما بیان کند.

حواستان باشد که هر چه بهتر و ترغیب‌کننده‌تر صحبت کنید خودتان را بیشتر دوست خواهید داشت. هر چه بیشتر خودتان را دوست داشته باشید در روابطتان با دیگران خوش‌بین‌تر و خوش‌برخوردتر و در تمام کارهایی که انجام می‌دهید سالم‌تر و خوشحال‌تر و امیدوارتر خواهید بود.

این موضوع را مدنظر داشته باشید که یادگیری مهارت‌های سخنرانی و فن بیان چیزی است که نه خیلی زود است برای آموختن آن و نه خیلی دیر!

کتاب حاضر، راهکارهای علمی و کاربردی در زمینه افزایش توان سخنرانی در جمع و فن بیان را ارائه می‌دهد که به کمک آن، خواهید

توانست در هر جمعی با هر تخصصی به نحو عالی و بسیار تأثیرگذار سخنرانی نموده و پیام و رسالت خود را به‌عنوان یک متخصص و استاد، به‌طور عالی ارائه دهید.

کتاب حاضر ترکیبی از مهارت‌های اساسی و اصولی سخنرانی و فن بیان است. جرقه‌امیدی است برای آن‌هایی که علاقه به گسترش مهارت سخنرانی و فن بیان دارند و به دنبال ارائه توانایی‌های خود و پیشرفت خود هستند.

اگر شروع به یادگیری این مهارت کرده‌اید، این کتاب می‌تواند راهنمای عملی خوبی برای تسریع مسیر سخنرانی و کسب اعتمادبه‌نفس و ایجاد ارتباطات قوی باشد و اگر سخنران باتجربه‌ای باشید تکنیک‌ها و استراتژی‌های سخنرانان حرفه‌ای را در اختیار شما قرار خواهد داد.

هدیه خود را از نویسنده بگیرید

برای درک بهتر مفاهیم موجود در این کتاب، می‌توانید دوره رایگان صوتی با عنوان «سخنرانی در جلسات براحتی و بدور از استرس» را در سایت ما به آدرس www.AhmadFazeli.com دریافت نمایید.

اقدام مؤثر:

لطفاً با استفاده از دستگاه موبایل یا میکروفون کامپیوتر، خود را معرفی کرده و زمینه تحصیلی یا کاری خود را توضیح دهید.

این کار در حدود ۲ تا ۳ دقیقه بیشتر طول نمی‌کشد!
این کار بسیار ساده است چون خود را به خوبی می‌شناسید
و نیازی به تلاش چندانی ندارید!

این کار بدین منظور است که بدانید صدای شما و نحوه بیان
شما به چه گونه است. مطمئناً بعد از ضبط صدا و گوش
دادن به آن متوجه خواهید شد که آن‌طور که باید، خوب
نشده است!

اگر می‌خواهید که تغییرات قابل‌ملاحظه‌ای بر روی گفتار
و بیان خود داشته باشید، حتماً تمرینات این کتاب را که
به‌سادگی همین تمرین است، انجام دهید و ببینید که در
انتهای کتاب چه تغییرات شگرفی در بیان شما ایجاد شده
است.

کاری که در این کتاب قصد انجام آن را داریم، طراحی یک
سخنرانی برای هر جمع و هر مراسمی است که قرار است
شما آن را انجام دهید.

فصل دوم:
مراحل موفقیت در اجرای یک
سخنرانی تخصصی



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- چه مراحل برای موفقیت در سخنرانی نیاز و ضروری است.
- ۲- هر کدام از مراحل شامل چه ملزوماتی می‌باشد.

می‌توانیم برای یک سخنرانی، از شش مدل اصلی استفاده کنیم و بر اساس آن‌ها، یک سخنرانی حرفه‌ای را طراحی و شکل دهیم. مدل در این کتاب، بیانگر مسیر واقعی در کار سخنرانی بر اساس تجربیات و دانش موجود در این زمینه می‌باشد که در ادامه به صورت کاربردی و اجرایی بیان می‌شود.

بخش اول یعنی مدل ذهنی، به نحوه تفکر نسبت به موضوع سخنرانی در ذهن ما مربوط می‌شود که باید قبل از رفتن بر روی جایگاه و سخنرانی، این مدل را در ذهن خود ایجاد کنیم.

بخش دوم یعنی مدل شناسایی مخاطب، که به بررسی روش‌های شناسایی مخاطب و استخراج یک مدل جامع در مورد آن می‌پردازد.

بخش سوم یعنی مدل برنامه‌ریزی، که روش‌های برنامه‌ریزی و طرح‌ریزی برای یک سخنرانی می‌باشد و اینکه چه برنامه‌هایی را برای رسیدن به موفقیت در سخنرانی باید تنظیم کرد.

بخش چهارم، مدل آماده‌سازی، مربوط به نحوه آماده‌سازی برای سخنرانی می‌باشد که در آن به بررسی فعالیت‌هایی که باید بعد از برنامه‌ریزی انجام داد تا برای سخنرانی آماده شد، می‌پردازد.

بخش پنجم، مدل اجرایی، نحوه اجرای برنامه تنظیم‌شده برای سخنرانی بر روی جایگاه می‌باشد.

بخش ششم، مدل بازخورد می‌باشد که به بررسی رفتار مخاطبان و سایر عوامل تأثیرگذار در سخنرانی در حین سخنرانی و بعد از آن می‌پردازد که خروجی آن این است که چگونه نحوه برنامه‌ریزی و اجرای خود را برای سخنرانی‌های آینده یا در حین همان سخنرانی، تغییر و اصلاح و بهبود دهیم.

قابل ذکر است که مدل‌های مدنظر ما،
مدل‌هایی هستند که مرتب در حال تغییر و
تحول و اصلاح شدن هستند!



مدل‌های موجود در سخنرانی

این مدل‌ها در صورتی کارآمد و اثربخش هستند که بتوانند سبب پیش‌بینی اوضاع آینده و ایجاد رفتارهای جدید و اثرگذار در زمینه‌ی سخنرانی شوند.

فصل سوم اکوسیستم سخنرانی



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- اجزای اصلی یک سخنرانی حرفه‌ای کدامند
- ۲- هر کدام از اجزای اصلی سخنرانی را شناسایی و بررسی می‌کنم

در این فصل به بررسی از شناسایی اجزای اصلی سخنرانی حرفه‌ای می‌پردازیم. شناخت هر یک از این اجزاء می‌تواند شما را در طراحی و اجرای یک سخنرانی جذاب و اثرگذار کمک نماید، در ادامه هر کدام از اجزای اصلی سخنرانی حرفه‌ای توضیح داده می‌شود.

مخاطبان

مخاطبان شما مهم‌ترین قسمت این اکوسیستم هستند! چراکه صحبت‌های شما اگر شنونده‌ای نداشته باشد، سخنرانی شما چه معنایی دارد؟

پس باید شناخت خوبی از مخاطبان خود به دست آورید تا صحبت‌های شما هم‌راستا با نیازهای و خواسته‌های آن‌ها باشد.

مواردی که در شناخت مخاطبان بسیار مهم هست در زیر بیان شده است:

* سن مخاطبان شما چقدر است؟

دغدغه‌های هر سنی متفاوت است! دانشجویان با افراد بازنشسته و خانه‌دار و کارمند متفاوت هستند.

* جنسیت مخاطبان شما چیست؟

صحبت‌ها و طنزهای شما باید متناسب با آن باشد.

* جایگاه فرهنگی مخاطبان شما چیست؟

هر جایگاه فرهنگی برای خود ارزش‌ها و ترجیحاتی دارد که باید مدنظر داشت تا صحبت‌های شما بد تعبیر نشود!

* جایگاه اجتماعی مخاطبان شما چیست؟

هر جایگاه اجتماعی برای خود دغدغه‌ها و مسائل خاص خود را دارد. دانشجویان و بازاریبان و کارمندان و ... همه دغدغه‌ها و مسائل خاص خود را دارند.

قطعاً اجرا در جمع مدیران سازمانی با اجرای در میان دانشجویان بسیار متفاوت است درست است؟

* مخاطبان شما در کل چه ترجیحاتی دارند؟

از چه رفتارها و صحبت‌ها و ظاهری خوششان می‌آید.

* چه چیزی مخاطبان شما را خسته می‌کند؟

مخاطبان شما چه ارزش‌هایی برای خود دارند؟

* خط قرمزهای مخاطبان شما چیست؟

* انگیزه مخاطبان شما برای حضور در این جلسه و شنیدن صحبت‌های شما چیست؟

هنگامی که می‌خواهید در یک جمع صحبت کنید همه موارد بالا را باید به‌خوبی بررسی نمایید.

البته در فصل‌های ۸ و ۵ همه این موارد را به‌خوبی تشریح خواهیم کرد.

از مهم‌ترین مشخصه‌های مخاطب می‌توان به ارزش‌ها، باورها و ترجیحات آن‌ها اشاره کرد.

سخنران

سخنرانی که شما باشید چه فن بیانی باید داشته باشد؟

سخنران چگونه باید با مخاطبان خود ارتباط برقرار نماید و موضوع خود را به‌خوبی در ذهن آن‌ها قرار دهد؟

چگونه اجرا نماید که مخاطبان حس خوبی نسبت به او داشته باشند؟

مهارت‌های کلامی و تکنیک‌هایی سخنرانی که باید اجرا نماید چیست؟

همه این موارد و مواردی دیگر که می‌تواند سبب تأثیرگذاری و اثربخشی بیشتر کلام سخنران می‌شود را در فصل ۷ مورد بررسی دقیق قرار داده‌ایم.

۹۰ درصد از موفقیت شما به عنوان یک سخنران، به برنامه‌ریزی و نوشتن نقشه مسیر بیان جملات و محتوای سخنرانی مربوط می‌گردد.

تعیین یک هدف بزرگ برای سخنرانی و موضوعی جذاب برای سخنرانی که برای مخاطبان اثربخش باشد می‌تواند موفقیت سخنرانی شما را تضمین نماید.

یک سخنران باید از ته دل و با صمیمیت و اشتیاق صحبت نماید و احساسات خود را به‌خوبی در کلام خود نشان دهد. این احساسات ابراز شده می‌تواند سبب شود که مخاطبان با سخنران به راحتی ارتباط برقرار نمایند و موضوع را به‌خوبی درک نمایند.

همچنین یک سخنران باید پوشش مناسب سخنرانی و زبانی بدنی قدرتمند در اجرای خود داشته باشد تا بتواند توجه مخاطبان را به‌خوبی به موضوع سخنرانی نماید.

در مورد سخنران در فصل‌های ۴ و ۸ توضیحات جامع و کاملی ارائه شده است.

محتوا

محتوایی که برای سخنرانی انتخاب می‌شود چه شرایطی باید داشته باشد؟

از کجای محتوا باید شروع کرد و چه مسیری را باید طی کرد تا صحبت‌های سخنران، جذاب و کاربردی به نظر برسد؟

محتوای خود را چگونه باید جمع کرد تا به اثربخشی و هدف مدنظر برسیم؟

برای جمع‌آوری این محتوا باید چه کارهایی انجام داد؟

برای سخنرانی‌های خود باید یک ساختار و چارچوب دقیق تعیین نمایید تا صحبت‌های شما اثربخشی خود را داشته باشد.

در این مورد در فصل ۶ و ۷ بیشتر و دقیق‌تر صحبت خواهیم کرد.

محیط

فضایی که سخنران و مخاطبان در آن هستند بسیار مهم و قابل توجه هست. فضایی که در آن هستیم می‌تواند تعیین‌کننده پوشش و صحبت‌های ما و نحوه اجرای ما هم باشد برای اینکه سخنران بتواند به‌خوبی محتوای خود را به مخاطبان برساند باید وسایل موردنیاز در این فضای موردنظر مهیا باشد

شناخت خوب از محیطی که قرار است سخنرانی در آن انجام شود می‌تواند اعتمادبه‌نفس خوبی به سخنران در اجرای محتوای خود دهد.

سخنران باید در موقع وقوع هر اتفاقی در محیط سخنرانی، با تیز حسی و هوش بالای خود شرایط را سریع بررسی نموده و یک کار یا صحبت هوشمندانه‌ای را فوراً اجرا نماید. در شرایط وقوع رخداد، مخاطبان بسیاری حواسشان به سخنران است که ببینند سخنران چه واکنشی را انجام می‌دهد و چه میزان اعتمادبه‌نفس دارد؟!

به‌طور مثال: برای قطعی میکروفون و سیستم صدا:

می‌توان این موضوع را به طنز گرفت و بیان نمود که به دنبال راهی برای افزایش تُن صدا بودید که فرصتی پیش نیامده بود تا تمرین کنید. خدا را شکر که میکروفون قطع شد تا تُن صدای من بالاتر برود و تمرینی کرده باشم!

در این حال هم به صحبت‌های خود ادامه دهیم.

البته باید برای هر حادثه‌ای یک عکس‌العمل خوبی را برای خود و در آن شرایط طراحی کرد و در ذهن مجسم کرد تا در شرایط واقعی به راحتی بتوان عکس‌العمل نشان داد. در اینجا خلاقیت و تصویرسازی اتفاقات مختلف بسیار حائز اهمیت است.

در هنگام طراحی پیکره سخنرانی، باید تمامی مواردی که در سخنرانی احتمال وقوع دارند را هم بررسی نموده و در پیکره‌بندی لحاظ نمود.



هر کدام از این اجزای اصلی اکوسیستم سخنرانی را در این کتاب به خوبی توضیح داده‌ایم و قطعاً با یادگیری الزامات مربوط به این اکوسیستم، می‌توانید سخنرانی‌هایی اثرگذار و اثربخش را در جلسات کاری، فروش، مذاکره، برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی ارائه نمایید.



فصل چهارم:

مدل ذهنی (فکری) سخنان



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- مدل ذهنی سخنران چه چیزی است؟
- ۲- مدل ذهنی شامل چه اجزائی است؟
- ۳- هرکدام از اجزاء مدل ذهنی، چگونه عمل می‌کند؟

سرنوشت ما با افکارمان تغییر می‌کند. اگر افکارمان همیشه مطابق با خواسته‌هایمان باشند، همان چیزی می‌شویم که آرزو داریم و همان کاری را می‌کنیم که می‌خواهیم. اوریسون اسوت ماردن

Orison Swett Marden

از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در برنامه‌ریزی و اجرای یک سخنرانی، مدل ذهنی سخنران است.

افراد بسیاری علاقه دارند که همانند افراد حرفه‌ای، سخنرانی کنند. باید توجه داشت که افراد حرفه‌ای، تفکرات حرفه‌ای دارند و برای همانند شدن با آنها بایستی نحوه تفکر و اصول و روش‌های کاری آنها را بشناسیم و بدانیم که آنها چه تصمیمات و انتخاب‌های مهمی را در زندگی خود گرفته‌اند که این‌گونه شده‌اند.

اینکه دید ما نسبت به موضوع سخنرانی چگونه باشد، به چه صورت سخنرانی خود را اجرا کنیم، چه دیدی نسبت به مخاطبان داشته باشیم، چگونه باید با مخاطبان برخورد کنیم، مطالب را به چه صورتی ارائه دهیم، در فرهنگ کشور ما چه الگوهایی را باید در سخنرانی اجرا کرد و بسیاری سؤالات دیگر، همگی گویای مدل ذهنی هستند که یک سخنران باید آن را فراگیرد و در راه ارتباط هر چه بیشتر

با مخاطبان و اجرای هر چه بهتر سخنرانی از آنها استفاده کند. مدل‌های ذهنی، برگرفته از تجربیات و علائق و نگرش‌های ما از دنیای اطرافمان است و این جمع‌بندی در ذهن ما، از محیط اطرافمان یا همان مدل ذهنی ما، سبب تفسیر افراد، رفتارها، سازمان‌ها و ... خواهد شد و سبب تصمیم‌گیری‌های مهم زندگی و نحوه صحبت با دیگران خواهند شد.

مدل ذهنی به ما کمک می‌کند تا بتوانیم به راحتی خود را برای سخنرانی آینده و حرکات پیش رو، آماده‌تر کنیم.

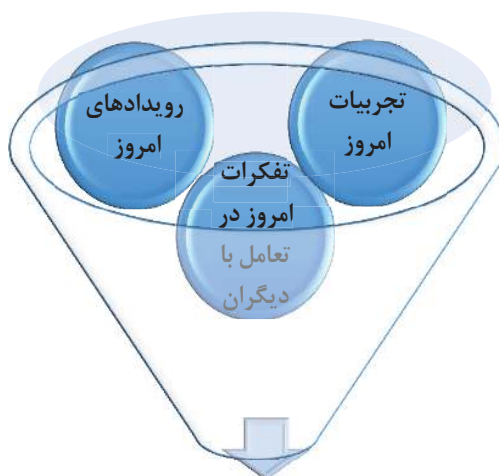


نحوه شکل‌گیری مدل ذهنی و تأثیرات آن

هر چه قدر که این مدل ذهنی ما بهتر باشد، ما تصویر روشن‌تری از خود و توانایی‌های خود داریم و سبب می‌گردد تا بهتر نیز تصمیم بگیریم.

باید مراقب رویدادها و اتفاقات و حتی آدم‌های اطراف خودمان باشیم. چرا که مدل ذهنی آینده ما در همین زمان حال، در حال شکل‌گیری است! پس مراقب انسان‌های اطرافمان و رویدادهای زندگیمان باشیم!

این افکار شماست که زندگی‌تان را می‌سازند. با تغییر و اصلاح آن، می‌توانید زندگی‌تان را بهتر کنید!



مدل ذهنی فردای شما

نمونه‌هایی از رویداد و مدل ذهنی:

قبول شدن در یک امتحان، یک رویداد است.

ولی برنامه داشتن برای موفقیت و قبولی، یک مدل ذهنی است!

امتحان را نمره خوب نگرفتن، یک رویداد است.

اما بی توجهی به تحصیل و کتاب خواندن، یک مدل ذهنی است!
 عدم توجه به یک رابطه، یک رویداد است.
 ولی عدم تمایل به ارتباطات و ارائه توانایی، یک مدل ذهنی است!
 قبول شدن و باختن در آزمون، یک رویداد است.
 اما موفقیت و بازنده بودن، یک مدل ذهنی است!
 صحبت کردن در یک جمع، یک رویداد است.
 ولی سخنران بودن، یک مدل ذهنی است!

اهمیت مدل‌های ذهنی به قدری است که اگر آن‌ها را بدانیم و در حین صحبت و سخنرانی‌های خود بکار ببریم، در دیدگاه مخاطب به صورت یک فرد حرفه‌ای ظاهر شده و کاملاً توجه خود را به ما معطوف می‌نماید.

ذهن ما همانند ماهیچه می‌ماند یعنی هر چه بیشتر از آن استفاده کنید قوی‌تر و کارآمدتر می‌شود.

که در ادامه هفت گام قدرتمند و موثر برای داشتن تفکر و مدل ذهنی قدرتمند و تاثیر گذار را، بیان می‌کنیم.

چشم‌انداز و مأموریت

در بسیاری از سازمان‌های در حال رشد و پیشرفته، حتماً واژه چشم‌انداز و مأموریت را شنیده‌اید. اینکه سازمان برای آینده خود چه هدف والایی را انتخاب کرده است و اینکه در حال حاضر چه فعالیت

هایی را انجام می‌دهد و اینکه چگونه می‌خواهند با برنامه‌ریزی و اجرای آن، به اهداف خود برسند.

ساختار سخنرانی را هم باید بدین گونه دید که سخنران باید یک چشم‌انداز و مأموریت برای خود در نظر بگیرد و با بیان نظرات و نکات خود، مخاطبان را به سفری ببرد که در آن سفر در نهایت مخاطبان به یک هدف موردنظر که هم موردتوافق مخاطبان است و هم موردنظر سخنران، برسند.

توجه داشتن به این امر و تعیین یک مأموریت برای سخنرانی، سبب می‌گردد که در صورت رخ دادن هر حادثه و رخدادی، شما بعنوان یک سخنران، همچنان مصمم و پایدار در راه اجرای مأموریت خود باشید و پیام و رسالت خود را به‌طور عالی ارائه دهید.

در یکی از سخنرانی‌های خود که برای یک جمع ۵۰ نفره در مورد دیدگاه جامع بازاریابی و نحوه صحیح بازاریابی در حال صحبت بودم، مشاهده کردم که ۵ یا ۶ نفری در حال صحبت کردن و چک کردن موبایل خود هستند، خیلی ناراحت شدم و همچنان به آن‌ها نگاه می‌کردم و دندان‌های خود را در هنگام سخنرانی به دلیل ناراحتی از عدم گوش کردن آن چند نفر، فشار می‌دادم.

من مطلب بسیار مهم و کاربردی را برای این افراد در حال بیان کردن بودم، «دیدگاه جامع و کاربردی در بازاریابی» و انتظار داشتم به دور از حاشیه و انتظار داشتم که همگی افراد کاملاً به من توجه کنند و صحبت‌های من را با جان و دل گوش دهند.

بعد از جلسه به یکی از دوستان خود گفتم که واقعاً نمی‌دانم که چرا بعضی افراد حرف‌های مرا که برایشان سودمند بود، گوش نمی‌دادند؟

جوابی که دوستم به من داد جالب بود، او گفت خب شاید این افراد برای گوش دادن به صحبت‌های یک سخنران دیگر آمده بودند و تمایل به صحبت‌های شما نداشتند!

بعد از این گفتگو، این مسئله همچنان در ذهن من باقی ماند که واقعاً در این شرایط باید چه کاری کرد و چه چیزی باید گفت.

هنگامی که کتاب آئین سخنرانی دیل کارنگی را مطالعه می‌کردم مطالب جالبی در زمینه‌ی آماده شدن برای سخنرانی دیدم که در میان آن‌ها مطلب جالبی در زمینه‌ی داشتن یک پیام مهم در سخنرانی مشاهده کردم که سخنران وظیفه خود می‌داند که آن پیام را بیان کند.

جالب بود، وظیفه ارائه یک مطلب یا پیام مهم!

این همان مأموریت بود که در ذهن سخنران باید چنان تقویت شود که در هر شرایطی، حتی اگر مخاطبانی گوش نمی‌دهند یا توجه ای نمی‌کنند، همچنان به سخنان خود ادامه دهد و مأموریت و رسالت خود را اجرا نماید. چرا که نمی‌شود در یک سخنرانی همه حضار را راضی نگه داشت و به قول معروف: راضی کردن همه، به نارضی شدن همه منجر می‌گردد.

پس باید این احساس در همه ما وجود داشته باشد که یک حرف ارزشمند و راهگشا برای مخاطبان خود داریم که باید آن را بیان کنیم.

در میان مخاطبان ما افرادی هستند که شاید سعی دارند کارها و برنامه‌های شما را خنثی کنند و نگذارند که شما مطابق با برنامه پیش بروید. نگران این افراد و پولی که داده‌اند نباشید

شما یک رسالت دارید که باید آن رسالت را اجرا کرده و پیام خود را به سایرین برسانید.

ارزش‌گذاری برای سخنرانی

در مبحث بازاریابی، یک مفهوم بسیار بااهمیت به نام ارزش داریم. اینکه چه ارزشی را برای مشتری خود در نظر گرفته‌ایم و اینکه چگونه آن ارزش را قرار است خلق کنیم و در نهایت چگونه قرار است آن ارزش را به دست مشتری برسانیم. می‌بینیم که کل فعالیت‌های بازاریابی حول مفهوم ارزش در حال چرخش است.

در سخنرانی نیز همین مفهوم را در مورد ارزش داریم. اینکه ما به‌عنوان سخنران چه ارزشی را برای مخاطبان خود داریم و چگونه قرار است خلق شود و چگونه قرار است به آن‌ها ارائه شود.

این ارزش‌ها شامل، نوع برخورد کارکنان شما و خود شما با مخاطبان، نحوه پذیرایی، کیفیت سالن سمینار، نحوه ارائه مطلب، در اختیار قرار دادن جزوه، ارسال جزوه تکمیلی و یا مطالب مرتبط به مخاطبان و بسیاری موارد دیگر...

ارزش‌های در نظر گرفته در یک سخنرانی نقش بسیار مهمی در ایجاد شناخت شما در نگاه مخاطب و وفاداری او خواهد داشت.

پس در کل، تمام فعالیت‌های مربوط به سخنرانی را حول مفهوم ارزش و ارزش‌گذاری برای مشتری باید طراحی کرده و اجرا نمایید تا مخاطبان شما هم وفادار مانده و هم سبب تبلیغ شما شوند.



ارزش گذاری برای مخاطب در سخنرانی

توجه داشته باشید که این ارزش‌ها محدودیت و تعدادی خاص ندارند و در اینجا تنها تعدادی از آن‌ها برای نمونه بیان شده است.

توجه به مخاطب به عنوان یک دوست

قبل از اجرای سخنرانی باید بتوانیم ارتباط خوبی با مخاطبان برقرار کرده و شناخت کافی از آن‌ها به دست آورده و برنامه سخنرانی خود را مطابق با علائق آن‌ها به پیش ببریم. بعضی از سخنرانان حرفه‌ای قبل از سخنرانی با مخاطبان ارتباط گرفته و با آن‌ها به گونه‌ای دوستانه برخورد کرده و حس دوستی قدیمی را در مخاطبان ایجاد می‌کنند!

اینکه مخاطبان ما در چه حال و هوایی هستند و در چه وضعیتی به سخنرانی ما آمده‌اند، آیا در انتهای روز آخر کاری که می‌خواهند به مسافرت بروند به جلسه سخنرانی ما به زور آورده شده‌اند یا برای

گرفتن مدرک خاصی به جلسه ما آمده‌اند و بسیاری سؤالات دیگر، در ارتباط با مخاطب و جلب توجه آن‌ها نقش اساسی دارد.

مخاطبان ما از ما می‌خواهند که آن‌ها را درک کرده و بدانیم که در چه وضعیتی هستند و همین درک وضعیت آن‌ها و بیان کردن آن به زبان بسیار ساده به آن‌ها دلگرمی می‌دهد و مخاطب را از خود می‌دانند.

مدل ذهنی توجه به مخاطب به عنوان یک دوست، بسیار بسیار مهم و تأثیرگذار در آینده کاری شما به عنوان یک سخنران خواهد بود چرا که مخاطبان شما هم مانند شما هستند و در صورت توجه و ارزش گذاردن به آن‌ها، حس وفاداری در آن‌ها نسبت به شما بیشتر می‌گردد.

سخنران باید در ایجاد جوی صمیمی همراه با احترام نسبت به مخاطبان، تمام تلاش خود را انجام دهد به گونه‌ای که از مشکلات و علائق مخاطبان صحبت کند و خود را با مخاطبان و در کنار آن‌ها بداند و از لغت ما بجای لغت شما، استفاده نماید. سخنران باید بداند که جلسه سخنرانی یک سفری است که همراه مخاطبان خواهد داشت و باهم خواهند بود و باید به همه آن‌ها خوش بگذرد و مطالب و پیام‌های خود را در این سفر باحالت دوستی بیان نماید.

توجه به مخاطبان در سخنرانی به گونه‌ای اهمیت دارد که در صورت توجه نکردن به این موضوع، حتی اگر محتوای شما فوق‌العاده خوب باشد، سخنرانی شما نتایج دلخواه را نخواهد داشت و منجر به شکست خواهد شد.

شاد بودن

یک سخنران باید شاد باشد و این احساس را حتی زمانی که شاد نیست به همراه داشته باشد و به زور هم که شده لبخند بزند. رفتار یک سخنران به صورت مسری به سایر مخاطبان منتقل می‌گردد و سخنران باید به گونه‌ای شاد باشد و رفتاری شادمنشانه از خود نشان دهد که انرژی مخاطب از قبل جلسه هم بیشتر شود.

اگر این موضوع را فراموش کنیم در صورتی که حتی یک محتوای عالی ارائه دهیم، سخنان ما چندان در ذهن و روح مخاطب تأثیرگذار نخواهد بود. هر حال و هوایی که داشته باشیم دقیقاً به مخاطبان ما منتقل می‌گردد.

این موضوع را هیچ‌گاه فراموش نکنید که فردی که شاد است:

دوست‌داشتنی‌تر، باهوش‌تر، راست‌گوتر و با اعتمادبه‌نفس بالاتری دیده می‌شود.

پس سعی کنیم که شاد باشیم تا همین شادی علاوه بر انتقال به مخاطبان، ما را دوست‌داشتنی و باهوش و راست‌گو و با اعتمادبه‌نفس نشان دهد.

عدم تقلید از دیگران

بسیاری از سخنرانان فکر می‌کنند که تقلید از حرکات و رفتار سایر سخنرانان کشورهای دیگر، بسیار به کیفیت سخنرانی و مشهور شدن آن‌ها کمک می‌کند!

تقلید از دیگران نه تنها سبب از بین رفتن انرژی سخنران می‌شود، بلکه علاوه بر آن سبب ناهماهنگی در زبان بدن و حرکات دست و بدن سخنران با موضوع سخنرانی می‌گردد و همین سبب کاهش شدید کیفیت سخنرانی و بی‌اعتباری سخنران می‌گردد.

کلمات و جملاتی که از زبان سخنران بیرون می‌آید اگر با حرکات بدن و کلمات غیر کلامی، همراه نباشد، مخاطبان در درک مطالب سخنرانی عاجز شده و فقط به ساعت‌های خود نگاه می‌اندازند که چه موقع سمینار تمام می‌شود!

حتی اگر ساده‌ترین صحبت‌ها را انجام می‌دهید، کاملاً سعی کنید که با شور و اشتیاق این کار را انجام دهید و سعی کنید که کلمات از دل و جان شما بیرون آید تا بر دل و جان مخاطبان نشیند.

سخنران علاوه بر اینکه باید بتواند به راحتی و سادگی احساسات خود را در جملات ابراز نماید باید بتواند حالت منحصر به فرد و بخصوصی به آنچه که باید بگوید، بدهد.

همه اینها در صورتی است که ما خودمان باشیم و در حال تقلید نباشیم! همه ما باید به دنبال آن گوهر یگانه‌ای باشیم که در وجودمان قرار دارد تا با رشد آن و رسیدن به آن، بتوانیم خود را از سایرین متمایز کرده و استعدادهای خدادادی خود را آشکار کنیم. اجتماع، مدرسه و دانشگاه سعی می‌کند این یگانگی را از انسان بگیرد. آن‌ها تمایل دارند تا همه را به یک شکل در آورند. ولی نگذارید این یگانگی شما به‌عنوان سخنرانی از بین برود زیرا این تنها چیزی است که یگانگی شما را تعیین می‌کند.

شما به عنوان سخنران باید دارای فردیت خاصی باشید و آن را رشد دهید. این شعله‌ای است که باعث می‌شود که در سخنرانی شما نیرو و صمیمیت ایجاد شود. این تنها چیزی است که اهمیت شما را اثبات می‌کند. خود را به‌زور قالب‌بندی نکنید و تشخیص و فردیت و یگانگی خود را از دست ندهید!

ترس از سخنرانی

«مارک تواین» سخن جالبی در مورد ترس از سخنرانی دارد که بسیار قابل تأمل است:

دو نوع سخنران داریم: یا از سخنرانی ترس دارند یا دروغ می‌گویند!

ترس از سخنرانی چیزی است که وجود دارد و نمی‌توان آن را کتمان کرد.

این جمله بیان می‌کند که همه افراد از سخنرانی ترس دارند ولی بعضی با استفاده از تکنیک‌های سخنرانی این ترس را بخوبی مدیریت و کنترل می‌کنند. این تکنیک‌ها در این کتاب بخوبی بیان شده است.

واقعیت‌های در مورد ترس

بخشی از این ترس مفید است

این شیوه‌ای است که طبیعت ابداع کرده است تا ما را برای تلاش‌های غیرعادی در زندگی آماده کند.

وقتی ضربان قلب بالا می‌رود و تند تند نفس می‌زنید، از آنجاکه بدن ما در برابر محرک‌های بیرونی هوشیار و گوش‌به‌زنگ است، شما را در وضعیت آماده‌ای قرار می‌دهد. اگر این آمادگی را در حد معقولی بتوانید کنترل کنید آن وقت سریع‌تر می‌توانید فکر کنید و روان‌تر صحبت کنید.

بهترین سخنرانان هم نتوانسته‌اند به‌طور کامل ترس را کنار بگذارند!

برای تمام سخنرانان دنیا، این ترس در لحظات اول سخنرانی هایشان وجود دارد اما به مرور زمان و آشنا شدن با مخاطبان، ترس از سخنرانی در وجودشان کاهش پیدا می‌کند.

علت اصلی ترس از سخنرانی در جمع ساده است:

شما به صحبت در جمع عادت نکرده‌اید!

تا می‌توانید در جمع‌های مختلف صحبت کنید و اگر فرصت صحبت با فردی را ندارید، در مورد موضوعی که اطلاعاتی در مورد آن دارید، صحبت کنید و صدای خود را ضبط کنید و بعد گوش دهید. این کار کمک می‌کند تا علاوه بر عادت کردن به صدای خود، اشکالات صحبت خود را پیدا کرده و در ارتباط با دیگران بخوبی و اثرگذار صحبت نمایید.

ذهنیت موفق داشته باشید

شاید این جمله را شنیده باشید که ما همانی هستیم که می‌اندیشیم!

هدفتان را پیش رویتان داشته باشید و سعی کنید پیشاپیش خود را یک سخنران حرفه‌ای ببینید!

آینده‌ای واضح در ذهن خود تصور کنید و با تلاش بسیار، این آینده را به واقعیت تبدیل کنید. ذهن و توجه خود را بر روی اعتمادبه‌نفس و توانایی و قدرتی که یک سخنرانی مؤثر برای شما دارد متمرکز کنید.

بله بسیار مهم است که قبل از هر کاری ابزارآلات موفقیت را برای خود فراهم کنیم ولی این نکته نباید فراموش شود که مسیر موفقیت از ذهن ما می‌گذرد.

همین که ذهن ما آماده موفقیت در امر سخنرانی شود، آمادگی‌های لازم را جهت به دست آوردن موفقیت فراهم خواهد کرد. اعتمادبه‌نفس بالا، اشتیاق فراوان برای موفقیت، مقاومت در برابر سختی‌های مسیر، تلاش‌های بی‌امان و درنهایت ایمان به موفقیت، همه این‌ها زمینه‌ساز موفقیت ما خواهد شد.

یادم می‌آید که در یکی از سخنرانی‌های خودم که در زمینه نحوه شروع سخنرانی قرار بود صحبت کنم، قبل از سخنرانی بارها و بارها در ذهن خود تصویری از ارائه خود داشتم. اینکه چگونه به خوبی مفاهیم را بیان می‌کنم و زبان بدن خوبی دارم و بعد از آن حضار تحت تأثیر صحبت‌هایم قرار خواهند گرفت. بسیار جالب بود که دقیقاً همین اتفاقات افتاد، به خوبی صحبت کردم و همگی به صحبت‌های من توجه بالایی داشتند. بعد از جلسه سخنرانی هم دوستان خوبی پیدا کردم که در آینده شغلی ام مفید واقع شدند.

اقدام مؤثر:

لطفا هر چه را که در این فصل متوجه شده اید، در سه
کامل بنویسید.

.....

.....

.....



فصل پنجم:
مدل شناسایی مخاطب



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- مدل شناسایی مخاطب چیست.
- ۲- مدل شناسایی مخاطب چگونه عمل می‌کند.
- ۳- اجزاء مدل شناسایی مخاطب شامل چه بخش‌هایی می‌شود.

شناخت مخاطب و به دست آوردن اطلاعاتی از او در برگزاری یک سخنرانی عالی بسیار حائز اهمیت است.

قبل از برنامه‌ریزی برای سخنرانی، باید شناخت عمیقی از مخاطبان خود داشته باشیم. در این مسیر باید شناخت خوبی از نیازهای اساسی مخاطبان خود داشته باشیم و مطابق با علائق آنها، موضوعات مفید و جذاب برای سخنرانی طراحی کنیم.

شناخت مخاطبان در سخنرانی به‌گونه‌ای اهمیت دارد که در صورت توجه نکردن به این موضوع، حتی اگر محتوای شما فوق‌العاده خوب باشد، سخنرانی شما نتایج دلخواه را نخواهد داشت و منجر به شکست خواهد شد.

مخاطبان دوست دارند که شما به‌عنوان یک سخنران برای آنها یک شخصیت جدا نسبت به بقیه افراد قائل شده و تنها برای آنها صحبت کنید!

در ضمن این موضوع را باید مدنظر داشت که نباید در عمل تفاوتی میان مخاطبان قائل شد که چه نژادی دارند مرد و زن و ...

با تفاوت قائل شدن میان آن‌ها، در اصل با تیشه به ریشه اعتبار خود زده‌ایم. این موضوع را بپذیرید که انسان‌های مختلفی با ادیان مختلفی در سمینارهای شما حضور پیدا خواهند کرد. همین باعث می‌گردد که حساسیت کمتری به مشخصات مخاطبین خود داشته باشید.

تحلیل و بررسی مخاطب به شما کمک می‌کند که مسائل زیر را بررسی نمایید:

مخاطب چه چیزی دوست دارد؟

مخاطب چه چیزی دوست ندارد؟

مخاطب چه چیزی نیاز دارد؟

مخاطب چه توقعاتی از شما دارد؟

مخاطب چقدر به موضوع دانش دارد؟

مخاطب چه حسی به حرف‌های شما دارد؟

مخاطب به چه ادبیات بیانی نیاز دارد؟

اصلاً مخاطب چه پیش‌فرض‌ها و اندیشه‌هایی در سر دارد؟

آیا مخاطب اصل موضوع را قبول دارد؟

اصلاً مخاطب ما چه چیزی می‌بیند؟

علاق آن‌ها چیست؟

صحبت شما نیاز به چه پیش‌نیازهایی دارد؟

مخاطب به چه دلیل در سخنرانی شما حضور دارد؟

اصلی‌ترین علاقه مخاطبان چیست و چطور می‌توانم به علاقه آن‌ها در صحبت‌م اشاره کنم؟

حال با توجه به مسائلی که درباره لزوم شناخت مخاطب بیان گردید، دانستن این موضوع بسیار مهم و ضروری است که چه مشخصه‌های اصلی در مورد مخاطب حائز اهمیت است؟

از مهم‌ترین مشخصه‌های مخاطب می‌توان به ارزش‌های مدنظر، باورها و ترجیحات مخاطبان اشاره نمود.

ترجیحات مخاطبان

مخاطبان از چه چیزهایی خوششان می‌آید، از بودن در چه مکانی لذت می‌برند و از چه پوشش و چه افرادی خوششان می‌آید و ...

باید توجه داشت که مخاطبان ما از چه طرز لباس پوشیدنی خوششان می‌آید. مثلاً در مکان‌های دانشگاهی پوشیدن کتوشلوار بسیار حائز اهمیت است و در مکان‌های ورزشی برای ورزشکاران صحبت کردن، پوشیدن لباس معمولی و حتی ورزشی بسیار جالب و جذاب می‌باشد.

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 مخاطبین ما نسبت به موضوع سخنرانی

چیست و چگونه به آن فکر می‌کنند و بسته به نوع فکر کردن آن‌ها، می‌توان متن سخنرانی را متناسب با باورهای آن‌ها اصلاح کرد.

ارزش‌های مخاطبان

ارزش‌ها اصول اساسی افراد در زندگی هستند. اینکه فرد چه چیزی را درست یا نادرست می‌داند.

مخاطبان چه چیزی را به‌عنوان ارزش تلقی کرده و از سخنران چه انتظاراتی دارند؟

نحوه راه رفتن، نوع پوشش سخنران، لحن حرف زدن و بسیاری موارد دیگر را سخنران باید با توجه به ارزش‌های جمع حاضر انتخاب کند.

به‌عنوان مثال در یک جلسه سخنرانی، سخنرانی که در مورد آداب معاشرت تجاری صحبت می‌کرد یکی از حضار را به بالای سن دعوت کرد و به حضار گفت که من شایسته صحبت کردن در مورد تربیت فرزند هستم یا این آقا؟!

جمع حاضر، علیرغم پوشش بسیار مناسب سخنران، همگی (که در حدود ۲۰۰ نفر بودند) فرد فراخوانده شده به بالای سن را انتخاب کردند!

سخنران وجه ای تجاری منش داشت و آن فرد موردنظر چهره‌ای موجه و پوششی قابل اکرام درزمینه‌ی تربیت فرزند داشت. همین سبب شد تا حضار فرد دعوت‌شده را انتخاب کردند.

باورها، ارزش‌ها و ترجیحات، هویت مخاطبین را شکل می‌دهند و دانستن بیشتر در مورد آن‌ها، ما را در شناسایی هر چه بیشتر آن‌ها و تدوین متن سخنرانی کمک می‌کند.

حال چگونه به باورها، ارزش‌ها و ترجیحات مخاطبان خود پی ببریم و سخنرانی خود را حول آن‌ها تدوین کنیم؟ به دنبال چه خصوصیات و مشخصاتی در مخاطبان خود باشیم که این سه عامل اساسی را برای ما نشان دهند؟

الف) شناخت مخاطب (جمعیت‌شناسی)

اولین مورد برای شناخت باورها، ارزش‌ها و ترجیحات مخاطبان، خصوصیات خصوصیات شخصی می‌باشد که به آن مشخصات جمعیت‌شناسی هم می‌گویند.

تعداد مخاطبان

تعداد مخاطبان از این نظر اهمیت دارد که سبب تغییرات اساسی بر روی برنامه‌ریزی سخنرانی می‌گردد.

هر چه تعداد مخاطبان بیشتر باشند ساختارها و برنامه‌ریزی‌ها بیشتر و پیچیده‌تر خواهند بود. در تعداد زیاد به دلیل جو حاکم، سخنرانی باید از مقدمه و ساختار و نتیجه‌گیری برخوردار باشد. در این حالت میزان تعامل سخنران و مخاطب بسیار کم است و سؤالات مخاطبان نیز بسیار کم خواهد بود.

سن مخاطبان

سن مخاطبان به دلیل داشتن دغدغه‌های متفاوت در دوره‌های مختلف زندگی بسیار اهمیت دارد. مثلاً افرادی که بازنشسته هستند بیشتر دغدغه‌های آن‌ها مالی و پزشکی است و جوانان دارای دغدغه‌های کاری و زندگی و ازدواج هستند.

جایگاه اجتماعی و فرهنگی

افراد در جایگاه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی دارای تفکرات و مدل‌های ذهنی و طرز رفتار و عادات و سبک خاصی از زندگی هستند که باید سخنران به آن توجه نماید.

ترکیب زن و مرد

در جلسات سخنرانی بسیار مهم است که مخاطبان ما از چه جمعیت با چه جنسیتی برخوردار هستند. هر چه این جمعیت حالت متعادل تری داشته باشد جلسه ی خوب و کم تنش خواهد بود. این شناخت جنسیتی، نحوه برنامه‌ریزی برای سخنرانی و بیان منظورتان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

وضعیت در آمدی مخاطبان

افرادی که در سخنرانی شرکت می‌کنند چقدر درآمد دارند؟ محدوده درآمدی آن‌ها چگونه است؟ درآمد آن‌ها از چه طریق کسب می‌شود و چه عواملی بیشترین تأثیر را بر روی درآمد آن‌ها دارد؟ آگاهی از این مسائل سبب می‌شود که در مورد مسائل پول و درآمد به گونه‌ای صحبت کنید که برای بیشتر مخاطبان قابل درک و قابل قبول باشد.

وضعیت تحصیلی

سابقه تحصیلی مخاطبان چگونه است؟ آیا داری مدرک دانشگاهی هستند؟ آگاهی از نوع تحصیلات مخاطبان در انتخاب مثال‌ها و نکات و کلمات مناسب به شما کمک می‌کند.

شغل مخاطبان

مخاطبان چه شغلی دارند؟ امروزه در رشته آن‌ها چه تغییراتی رخ داده‌است؟ آیا دوران شکوفایی را بسر می‌برند یا در رکود هستند؟

ب) ویژگی‌های فیزیکی مخاطب

مخاطب ما یک انسان است که نیازهای اساسی و اولیه‌ای دارد که ما به‌عنوان سخنران باید آن را در نظر بگیریم اینککه مخاطب ما برای نشستن طراحی نشده است و باید بلند شود و هر از چندی 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 مخاطب خود توجه داشته و آن‌ها را برای سخنرانی خود برطرف کنید!

ویژگی‌های ذهنی

مخاطبی که با آن روبرو هستیم نمی‌تواند مدت زیادی تمرکز کند و باید تمرکز او را با وسایل مختلف برگردانیم. از جمله سؤال پرسیدن.

نکاتی 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 به صورت تصویری باشد که در ذهن مخاطب حک شود.

قاعدتاً هر چه سن مخاطبان بالاتر باشد، این ملاحظات نیز بیشتر باید مورد توجه قرار گیرد.

ج) خصوصیات روان شناختی

این خصوصیت به نیازها و انگیزه‌های مخاطبان مربوط می‌گردد.

بررسی انگیزه مخاطب

گاهی اوقات مخاطب نسبت به موضوع بیان شده علاقه‌ای ندارد و برای ایجاد انگیزه در او باید بتوانیم یک پل ارتباطی با او ایجاد کنیم. صحبت‌های خود را با بیان جملاتی آغاز کنیم که بدانند در صحبت‌های ما نفعی برای او وجود دارد.

مثلاً اگر برای یکسری از افرادی صحبت می‌کنیم که آن‌ها را خارج از زمان اداری به جلسه ما کشانده‌اند و به‌زور آمده‌اند و در مورد تربیت فرزند می‌خواهیم صحبت کنیم می‌توانیم یک پل ارتباطی با سؤالات 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 به خوبی طی کند و دارای ارتباطات مؤثر باشد؟
بالا رفتن دست مخاطبان، یعنی شما گام بلندی در راستای ارتباط
با آنها برداشته‌اید...

نگرش مخاطب به صحبت من

سخنرانی، حرفه‌ای عمل می‌کند که بازخورد
مخاطب را با حرف خود بداند و بداند که مخاطب
چه ارتباطی با پیام او توانسته ایجاد کند.

توجه به موضوعاتی که بیان شد می‌تواند سبب ایجاد ارتباطاتی
اثرگذار و جذاب با مخاطبان شود و عدم شناخت مخاطب در اصل
یعنی نقطه نابودی سخنران و به اصطلاح خودزنی!!!

بعد از جمع‌بندی و جواب دقیق دادن به این سؤالات است که
سخنران می‌تواند به راحتی یک الگوی ذهنی خوبی از مخاطبان خود
به دست آورد و با توجه به آن الگو، برای سخنرانی و صحبت‌های
خود به گونه‌ای برنامه‌ریزی نماید که به ترجیحات و نیازها، علائق،
نگرش‌ها، باورها و ارزش‌های آنها را پوشش دهد.

اقدام مؤثر:

لطفا هر چه را که در این فصل متوجه شده اید، در سه سطر کامل بنویسید.

.....

.....

.....

اقدام مؤثر:

فایل صوتی قبلی را که پرکرده‌اید دوباره گوش دهید و ببینید که برای چه مخاطبی آن را پرکرده‌اید؟ شاید مطلبی را بیان کرده‌اید که برای مخاطب شما مهم و جذاب نباشد!

حال با فرض اینکه مخاطبان شما چه کسانی هستند، فایل را دوباره پر کنید. فایل صوتی را متناسب با مخاطبان فرضی خود آماده کنید.

مثلاً برای مدیر شرکتی که قرار است در شرکت او استخدام شوید،

یا برای آموزش کودکان دبستانی،

یا صحبت در جمعی از متخصصان رشته شما و یا مردم عادی.

فصل ششم:
مدل برنامه ریزی



در این فصل می‌آموزیم:

- ۱- مدل برنامه‌ریزی برای سخنرانی شامل چه اجزاء و روابطی می‌باشد.
- ۲- چگونه می‌توانیم یک برنامه کاربردی و عملی برای سخنرانی تهیه و آماده کنیم.
- ۳- مدل برنامه‌ریزی چگونه می‌تواند سبب تضمین موفقیت یک سخنران شود.

ارزش واقعی انسان، با توجه به اهدافی که دنبال می‌کند، سنجیده می‌شود.
مارکوس آرلیوس **Marcus Aurelius**

در حدود ۹۰ درصد از موفقیت شما به‌عنوان یک سخنران، با برنامه‌ریزی برای سخنرانی تعیین می‌شود!

هر سخنرانی‌ای در هر شرایطی، سه سخنرانی می‌باشد:

اول: سخنرانی‌ای که برای ایراد آن برنامه‌ریزی می‌شود.

دوم: سخنرانی‌ای که وقتی جلوی مخاطبان می‌ایستیم، ارائه می‌دهیم.

سوم: سخنرانی‌ای که وقتی در راه بازگشت به خانه درباره‌ی آن فکر می‌کنیم، آرزو می‌کنیم می‌توانستیم ارائه‌ی دهیم.

بهترین نوع سخنرانی زمانی است که سخنرانی‌ای که برنامه‌ریزی کرده‌اید، سخنرانی‌ای که ارائه کرده‌اید و سخنرانی‌ای که آرزو می‌کنید می‌توانستید ارائه دهید، همگی یکی باشند. پس تا می‌توانید در مورد برنامه‌ریزی سخنرانی توجه لازم را داشته باشید.

۱- هدف سخنرانی

همان طوری که برای موفقیت در زندگی باید هدفی تعیین کرد و برای به آن رسیدن باید برنامه داشت، در سخنرانی هم تعیین هدف آن بسیار مهم و حیاتی است. چراکه کلیه فعالیت‌های شما حول همان هدف در حال گردش است.

همچنین انتخاب موضوع سخنرانی یک کار بسیار مهم و کلیدی در موفقیت سخنرانی است که در راستای هدف سخنرانی می‌باشد. **هیچ‌گاه فراموش نکنید** که هر سخنرانی، وظیفه‌ای بر عهده دارد!

اینکه مخاطبان در انتهای سخنرانی قرار است چه چیزی را یاد بگیرند؟

چه تفکری نسبت به من به دست آوردند؟

در نتیجه صحبت‌های من، چه کار متفاوتی را انجام دهند؟

و کلی سؤال دیگر....

شما به‌عنوان یک سخنران دوست دارید که مخاطبان چه جوابی به شما دهند؟

هر چه جوابتان به این سؤال دقیق‌تر باشد طراحی و سازمان‌دهی صحبت‌های شما هم راحت‌تر خواهد بود و به راحتی به اهدافتان خواهید رسید.

در ابتدای برنامه‌ریزی برای سخنرانی باید بتوانید هدف خود را تعیین کرده و موضوع خاصی را انتخاب کنید و ایده‌ای اصلی را که می‌خواهید برای مخاطب بیان کنید، مشخص کنید.

مدل برنامه‌ریزی سخنرانی با تعیین هدف سخنرانی و انتخاب موضوع سخنرانی شروع شده و با ساختار بندی سخنرانی به پایان

می‌رسد. این چرخه می‌تواند بازهم در جهت بهبود سخنرانی تغییر، اصلاح و بهبود یابد.

۲- موضوع سخنرانی

موضوعی که برای سخنرانی انتخاب می‌شود از این جهت دارای اهمیت است که باید با مخاطبان ما تناسب داشته باشد. موضوعات سخنرانی همچنین باید با برنامه‌ریزی ما تناسب داشته باشد.

موضوع سخنرانی باید شامل کلمات جذاب و گیرا و در حین حال از کلمات کمی تشکیل شده باشد. ایده‌آل‌ترین تعداد کلمات برای سخنرانی در حدود ۴ الی ۷ کلمه می‌باشد. به‌عنوان مثال موضوعی مانند:

اصول حرفه‌ای سخنرانی

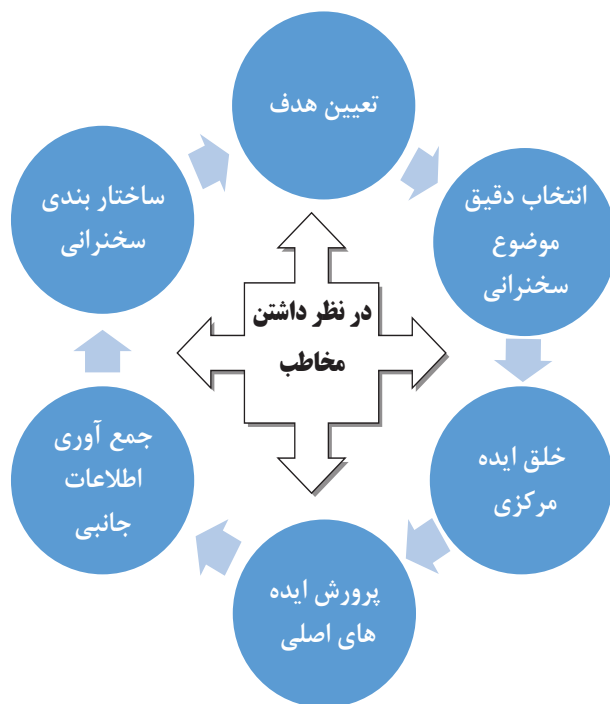
سخنرانی کنید و ثروتمند شوید

موضوعاتی کوتاه و درعین حال گیرا و جذاب هستند.

مخاطبان ما امروزه به دنبال خواندن و فهم
جملات کوتاه و جذاب می‌باشند که در حین
حال مشکلی از آن‌ها را حل نماید.

این موضوع را باید مورد توجه قرار داد که هر چه خود ما به موضوع سخنرانی و مطالب خود علاقه و اشتیاق داشته باشیم، عنوان بهتری هم برای سخنرانی خود انتخاب خواهیم کرد.

همان‌طوری که مشاهده می‌شود کلیه فعالیت‌های صورت گرفته در این مدل، حول در نظر گرفتن مخاطب می‌باشد.



حال موضوع سخنرانی را باید چگونه انتخاب کرد؟

اول: تعیین هدف

ابتدا باید هدف سخنرانی خود را مشخص کنیم. این اهداف متناسب با مخاطبان و موقعیت و زمان، انتخاب می‌باشند.

انواع مختلف سخنرانی را می‌توان به صورت زیر دسته‌بندی نمود:

سخنرانی برای اطلاع‌رسانی

هدف، ارائه‌ی یکسری اطلاعات به مخاطبان می‌باشد که باید به‌صورت صریح و واضح این کار انجام شود. اصل در این سخنرانی این است که هر چیزی را که می‌شود گفت باید روشن و صریح گفت! مثلاً:

- چگونه می‌توان در جمع مدیران صحبت کرد؟

- صحبت کردن به سبک بزرگان

باید یک یا دو جنبه از موضوع مدنظر خود را بیان کنید و بر روی آن توضیح دهید تا مخاطبان به‌خوبی آن موضوع را درک کنند.

سخنرانی برای ترغیب به انجام کاری

هدف ایجاد انگیزه در مخاطبان و ترغیب آن‌ها به انجام دادن کاری است. مثال: فروشندگان و مدیران فروش از این روش برای ترغیب مشتریان خود به خرید کالاهایشان، استفاده می‌کنند.

اگر می‌خواهید به شنوندگان خود اهمیت مهارت سخنرانی و فن بیان را بگویید و آن‌ها را تشویق به یادگیری آن کنید، باید داستان گذشته‌ی خود را درمورد نداشتن این مهارت و اتفاقات بدی که برای شما در این مسیر افتاد را بیان کنید.

این نوع سخنرانی باید درست مانند یک پیام بازرگانی، خلاصه، صریح و روشن باشد.

مثلاً:

- سخنرانی برای فروش بیشتر و راحتی مشتری

- با استفاده از روش کایزن، تولید و کیفیت خود را ۵ برابر کنید!

سخنرانی برای متقاعدسازی

هدف این سخنرانی اثرگذاری هر چه بیشتر بر روی ترجیحات، ارزش‌ها و باورهای مخاطبان می‌باشد. هدف این است که مخاطب را متقاعد سازید تا کاری را مطابق با نظر شما انجام دهد.

در این روش، سخنران، تمام وجودش را در کلمات خود قرار می‌دهد و آن را نثار مخاطبان می‌کند تا مخاطبان صحبت‌های او را به خوبی درک کنند.

مثلاً:

- تغییر سبک زندگی و رشد مالی

- با تغییرات کوچک، غول آینده شوید!

سخنرانی برای سرگرمی

گاهی سخنرانی‌ها برای سرگرمی و خندانیدن و ایجاد اوقات شاد برای مخاطبان می‌باشد. همانند مراسم‌های خاص ملی و مذهبی.

اقدام مؤثر:

فایل صوتی قبلی را دوباره گوش داده و ببینید که هدف شما از این صحبت چه بوده است؟
حال با توجه به مطالب بالا و انواع سخنرانی‌ها، یک فایل دیگر پرکرده و ببینید که چقدر فرق کرده!

دوم: گسترش مجموعه ایده‌های خاص

در این باید به گسترش مجموعه ایده‌های خاص پرداخت که هر کدام از این ایده‌ها می‌تواند به تنهایی یک موضوع سخنرانی باشد.

راهکارهای زیادی برای استخراج این ایده‌ها وجود دارد:

۱- ذهن خود را آزاد گذاشته تا هر موضوعی را که به خاطر می‌آورد یادداشت کنید.

۲- جستجو در اینترنت و سایت گوگل می‌تواند ایده‌های خوبی را برای ارائه به مخاطبان به شما ارائه دهد.

۳- ایجاد یک جدول که در آن هدف سخنرانی و موضوعات مربوطه در آن بیان گردیده است.

انواع سخنرانی	موضوعات انتخابی مربوطه
سخنرانی برای اطلاع‌رسانی	۱- چگونه می‌توان در جمع مدیران صحبت کرد؟ ۲- صحبت کردن به سبک بزرگان
سخنرانی برای ترغیب به انجام کاری	۱- سخنرانی برای فروش بیشتر و راحتی مشتری ۲- با استفاده از روش کایزن، تولید و کیفیت خود را ۵ برابر کنید!
سخنرانی برای متقاعدسازی	۱- تغییر سبک زندگی و رشد مالی ۲- با تغییرات کوچک، غول آینده شوید!
سخنرانی برای سرگرمی	چگونه با بازی‌سازی، فن بیان را تقویت کرد؟

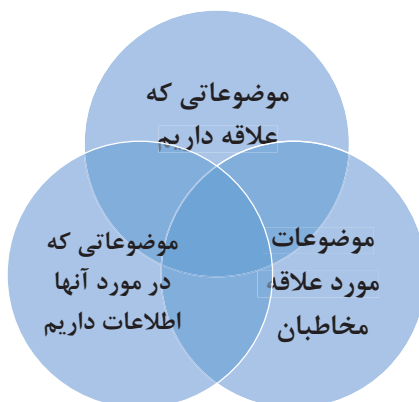
حال از بین این همه موضوع کدام موضوع را انتخاب کرده و مورد بررسی قرار دهیم.

کدام موضوع برای ما راحت‌تر است؟

کدام موضوع را مخاطبان ما می‌پسندند؟

کدام موضوع را علاقه دارم که کار کنم؟

همان‌طور که قبلاً هم بیان گردید هر چه نسبت به مخاطبان احتمالی خود اطلاعات خوبی بدست آوریم در این به‌راحتی می‌توانیم در مورد موضوع سخنرانی تصمیم‌گیری کنیم.



فصل مشترک این شکل را می‌توان به‌عنوان موضوع سخنرانی مورد توجه قرار داد.

باید موضوعی را انتخاب کنید که عمیقاً به آن علاقه‌مند باشید. اگر از نظر عاطفی درگیر موضوعی که می‌خواهید بیان کنید نباشید نمی‌توانید انتظار داشته باشید که مخاطبان پیام شما را باور کنند.

اگر سخنران به موضوعی که در مورد آن صحبت می‌کند اشتیاق، شور و هیجان داشته باشد و صحبت‌های خود را با انرژی و ایمان و اعتماد و صمیمیت بیان کند شنوندگان را طرفدار خود می‌کند.

برای اطمینان از اینکه مخاطب موضوع مورد نظر شما را قبول کند تنها یک‌راه وجود دارد و آن اینکه:

آتش اشتیاق را در دل آن موضوع برافروزید
و مطمئن باشید که در جلب و حفظ توجه
شنوندگان کمترین مشکلی پیدا نخواهد شد!

بعد از تعیین موضوع سخنرانی نوبت به دقیق سازی و گسترش ایده مرکزی می‌رسد. حول ایده مرکزی، ایده‌های اصلی را نوشته و سپس شروع و پایان و متن میان سخنرانی را باید تنظیم کرد. بعد از آن با استفاده از مطالب کمکی و پشتیبانی، اطلاعات جمع‌آوری شده تنظیم و ساختار بندی می‌گردد. حال باید تا می‌توانیم بر روی سخنرانی تمرین کنیم و با اعتماد به نفس، خود را برای سخنرانی اصلی آماده کنیم. البته بر روی این موضوعات اطلاعات کافی در بخش‌های بعدی ارائه می‌گردد.

اقدام مؤثر

همین حالا موضوعاتی را کی می‌توانید در مورد آنها صحبت کنید را بنویسید (موضوعاتی که مطابق با مطالب این فصل بیان شده است)
در ادامه هم هدف خود از صحبت در مورد این موضوعات را نیز بیان کنید:

ساختار بندی سخنرانی

هنر جنگیدن علمی است که در آن هیچ چیز وجود ندارد که نشود از قبل حسابش را کرد و بتوان در باره اش اندیشید. ناپلئون

همان طوری که برای ساخت یک خانه باید ابتدا نقشه‌ای برای آن آماده کرد، در مورد سخنرانی هم (بخصوص سخنرانی‌های بلند) باید قبل از اجرای آن، طرحی را آماده کرد.

همان طور که تا حالا متوجه شده‌اید سخنرانی یک سفر هدفدار است که باید برای آن از قبل نقشه کشید. حال بهترین نقشه یا راه حل برای ارائه سخنرانی طولانی چیست؟

برای اجرای یک سخنرانی جذاب و کاربردی، چهار مرحله وجود دارد:

اول جلب توجه شنونده (شروع سخنرانی)

دوم: بدنه اصلی

سوم: بیان نتیجه گیری

چهارم: دعوت به اقدام واضح



از آنجایی که مخاطبان می دانند که تا پایان سخنرانی مجبور نیستند صحبت کنند، عامل مشوق آنها برای گوش دادن تا حد زیادی کاهش می یابد و حتی گاهی به نقطه ای می رسد که مخاطبان به خواب می روند.

پروفسور مکس آتکینسون Max Atkinson

الگوی اجرای سخنرانی شبیه پرواز هواپیما می باشد. مالکوم کوشنر در کتاب خود می نویسد که:

الگوی شروع سخنرانی همان بلند شدن هواپیما از باند پرواز است. سرنشینان می خواهند از مقصد اطلاعات داشته باشند و پروازی آرام همراه با پذیرایی های خوب و دلخواه داشته باشند، روزنامه بخوانند، فیلم ببینند تا به مقصد برسند.

آن‌ها نمی‌خواهند روی بانء پرواز معطل بمانند و یا پرواز سختی داشته باشند. مسافران انتظار پروازی آرام را از مقصدی به مقصد دیگر دارند که معادل بدنه یا همان بخش میانی سخنرانی است.

هوآپیما در نهایت باید فرودی متعادل داشته باشد، این فرود همان نتیجه‌گیری یا بخش پایانی سخنرانی است. مسافران یا شنوندگان انتظار فرودی ناگهانی، دیر یا ناهنجار را ندارند.

انتهای سخنرانی و رسیدن به مبحث نتیجه‌گیری، باید به‌آرامی انجام شود، همانند فرود هوآپیما که برای پائین آمدن ابتدا خلبان آلام می‌دهد که در حال کم کردن ارتفاع و فرود در فرودگاه هستیم، در سخنرانی نیز باید به‌آرامی صحبت‌های خود را به پایان ببریم تا مخاطبان حس خوبی از سمینار ما در ذهن خود داشته باشند.

این نکته که قبل از شروع یک سخنرانی چه کارهایی را و به چه ترتیبی باید انجام داد، در مسیر موفقیت ما بسیار تأثیرگذار است.

بسیاری از سخنرانان در ابتدای کار خود (همان‌طوری که من قبلاً بودم) فکر می‌کنند که برای برنامه‌ریزی برای یک سخنرانی خوب باید از ساخت اسلایدها شروع کرد و قدم‌به‌قدم مطالب سخنرانی خود را با اسلایدها پیش برد.

واقعیت امر این است که این ایده کاملاً رد شده است و نباید سخنرانی خود را حول اسلایدها طراحی کنیم بلکه اسلایدها را حول سخنرانی خود طراحی می‌کنیم.

چارچوب کلی سخنرانی را چگونه طراحی کنیم؟

طراحی پیکره کلی یک سخنرانی کار هوشمندانه و ظریفی است که باید به دقت انجام شود و جزء به جزء آن به خوبی و با ارتباط معناداری با بقیه قسمت‌ها، طراحی شود.

پیکر بندی سخنرانی

