

{ ناهید خوشنویس }

{ به نام حق }

{ اصول سخنوری }



دانشگاه جامع
علمی کاربردی

بسیار

اصول سخنوری

مدرس : ناهید خوشنویس

دانشگاه جامع - علمی و کاربردی { واحد 15 }

بهار 1403

سخنرانی و سخنوری

یکی از اصلی ترین و اولین مهارت های سخن گفتن که در دوره های مختلف تمدن بشری مورد توجه قرار گرفته است، سخنرانی و سخنوری است. نحوه سخن گفتن و داشتن فن بیان یکی از مقوله هایی است که با تفکر و درون انسان ارتباط دارد و نشان دهنده شخصیت درونی و نحوه تفکر افراد است. کارکرد و نمود بیرونی سخنرانی و سخنوری بیشتر در ایجاد ارتباط بهتر و تأثیرگذار با دیگران است. اهمیت و تأثیر سخن گفتن به اندازه ای است که ژان هانری دونان در این باره می گوید: «سخن، معرف شخص است، تا نگفته ای کسی تو را نخواهد شناخت». همین امر باعث شده است تا سخن به عنوان یک توانایی و مهارت خاص محسوب شود و مورد توجه ویژه قرار بگیرد. با یاد گرفتن اصول سخن گفتن و سخنرانی و سخنوری به موقعیت های عالی دست پیدا می کنید.

سخنرانی چیست؟

سخنرانی به طور کلی بیان سخن و کلامی قانع کننده به منظور نشان دادن راه به دیگران و رهبری کردن است. در سخنرانی تعداد افراد ملاک نیست و حتماً نیاز به چند صد نفر ندارید، بلکه تنها با حضور یک نفر هم می توانید سخنرانی کنید. به همین ترتیب در هر مکان و هر زمانی که شما قصد اقناع کردن مخاطب را داشتید، به آن سخنرانی گفته می شود. مخاطب شما می تواند یک گروه از افراد باشد و یا حتی یک نفر مانند پدر،

همسر و یکی از اعضای خانواده باشد، در هر صورت اگر نیاز به اقناع داشته باشد باید سخنرانی کنید.

هدف از سخنرانی چیست؟

هدف شما از سخنرانی می تواند بسیار متفاوت باشد؛ اما اهداف کلی سخنرانی عبارت اند از:

- نفوذ کلام
- کاریزمای کلام
- تحت تأثیر قرار دادن مخاطب
- ترغیب، تشویق و تهییج مخاطب به منظور انجام امری
- قانع کردن مخاطب

یک سخنرانی جذاب ارائه دهید

معمولاً یکی از اصلی ترین سؤالات و دغدغه های افرادی که می خواهند سخنرانی کنند این مورد است که چگونه یک سخنرانی خوب و جذاب ارائه کنند. برخی از سخنرانی ها به دلیل اینکه جذابیت لازم را ندارند، قابل شنیدن نیستند و باعث می شوند تا مخاطب خسته شود. در چنین شرایطی مخاطب خودش را از سخنران و سخن گفتن او دور می داند و کاملاً بیگانه است. به همین دلیل محتوایی که سخنران آماده می کند اهمیت بسیار زیادی دارد و باید محتوایی تأثیرگذار و جذاب باشد.

اولین قدم برای نوشتن یک محتوای جذاب برای سخنرانی، ارتباط بخشی از محتوا با ضرورت‌ها و نیازهای زیستی مخاطب است.

سخنوری چیست؟

سخنوری را بالاترین حد از سخن گفتن و فن بیان می‌گویند. در فرهنگ لغت فارسی سخنوری به معنای فصاحت کلام و بلاغت است. سخنوری به معنای علم بیان و شیوایی سخن گفتن و فن بیان است.

به طور قطعی نمی‌توان گفت یک سخنران خوب، سخنور خوبی هم باشد. سخنوری به این معنا است که شما در هر شرایط و موقعیتی بتوانید به خوبی و فصیح سخن بگویید و با آن تأثیر مثبت بر روی افراد بگذارید. بیشتر افراد بر این باورند که سخنوری امری ذاتی است. اکثر افراد به صورت ذاتی سخنوران خوبی هستند و با همه افراد می‌توانند به خوبی صحبت کنند. اما سخنوری می‌تواند اکتسابی هم باشد و با تمرین و آموزش می‌توانید به راحتی به یک سخنور خوب و عالی تبدیل شوید. سخنرانی و سخنوری همانند فن بیان یک مهارت محسوب می‌شوند که با تمرین و داشتن فن بیان قوی می‌توانید به یک سخنور و یا سخنران حرفه‌ای تبدیل شوید.

ویژگی‌های اصلی سخنور

1. فرد سخنور در هر شرایطی توانایی سخنرانی و سخن گفتن را دارد و برای سخنرانی‌های ناگهانی و بداهه‌گویی کاملاً آماده است.
2. سبک فن بیان و سخن گفتن در سخنوری مخصوص خود سخنور است و همیشه هر فرد سخنوری اصل و روش مخصوص به خودش را دارد.
3. سخنور با سخن گفتن خود نوعی شور و شوق در مخاطب ایجاد می‌کند و کنترل جمع را به دست می‌گیرد.
4. یک فرد در سخنوری هرگز منفعلانه عمل نمی‌کند و خودش جریان‌سازی می‌کند و یک موج احساسی و یا فکری در جمع ایجاد می‌کند.

اصول سخنوری چیست؟

اصول سخنوری از محورهای اصلی است که هر فرد موفق باید با آنها آشنا باشد. با این اصول بدون شک در زندگی هر فرد تغییرات و تأثیرات مثبتی ایجاد می‌شود که به موفقیت بیشتر کمک می‌کند. در ادامه 5 اصل مهم سخنوری را بررسی می‌کنیم.

1. به درستی گوش دهید
2. ارتباطات کلامی و غیرکلامی‌تان را همگام‌سازی کنید

3. برای داشتن صدایی رسا و واضح تمرین کنید.

4. بر روی کلامتان تسلط کافی داشته باشید.

5. اعتماد به نفس قوی داشته باشید

تفاوت سخنرانی و سخنوری

با این تعاریف شاید این سؤال برای شما هم به وجود آمده باشد که تفاوت سخنرانی و سخنوری چیست؟ همان طور که در ابتدای مقاله اشاره کردیم، سخنرانی توانایی سخن گفتن در حضور جمع است که باید به نحوی باشد که نحوه ارائه شما منسجم و یک دست باشد. در مقابل سخنوری توانایی سخن گفتن و فن بیان قوی در هر موقعیت و هر شرایطی است به نحوی که با سخن گفتن و فن بیان قوی بتوان بر روی دیگران تأثیرات مثبت گذاشت. سخنرانی و سخنوری در لفظ تقریباً معنایی نزدیک به هم دارند؛ اما در اصطلاح با هم متفاوت هستند.

یکی دیگر از تفاوت‌های سخنرانی و سخنوری در نحوه بیان آن است. سخنرانی به طور کلی حالت عامیانه تری دارد و به همین دلیل کاربرد ابزاری بیشتری هم دارد. با توجه به این نکته هر فردی که در حال ارائه همایش، سمینار و کنفرانس باشد را می توان یک سخنران لحظه‌ای دانست.

اما اگر این افراد همین روند را ادامه دهند، می توان گفت فرد در حال سخنرانی است. در تفاوت سخنرانی و سخنوری می توان گفت که سخنوری چندین پله و درجه بالاتر از سخنرانی است.

جمع بندی

سخنرانی و سخنوری دو مهارت و اصل مهم در سخن گفتن و داشتن فن بیان قوی برای افرادی است که در زندگی می خواهند به موفقیت های بزرگ برسند. اما این دو اصل سخن گفتن تفاوت هایی با یکدیگر دارند که باعث می شود سخنرانی و سخنوری را به دو امر و مقوله مجزا تبدیل می کند. مهم ترین فرق سخنرانی و سخنوری را می توان در نحوه بیان دانست، در سخنرانی نحوه سخن گفتن کاملاً عامیانه است.

فرق بین سخنوری، سخنرانی و فن بیان چیست؟

سخنرانی یعنی توانایی سخن گفتن در جمع است. یک سخنران باید با یک ارائه عالی و منسجمی داشته باشیم

فن بیان یعنی قدرت انتقال بیان به دیگران است. فن بیان برای تمامی افراد مهم و کاربردی است و فرقی ندارد که شما چه کسی هستید. مهارت فن بیان یکی از اساسی ترین مهارت هایی است که همه ما به آن احتیاج داریم.

سخنوری یعنی توانایی سخن گفتن در هر جایی و در هر زمانی است. به صورتی که با مهارت سخنوری بتوانیم با سخن خودمان روی افراد تاثیر بذاریم و از طرفی هم یک شخصیت حاضر جواب داشته باشیم.

وقتی در مهارت سخنوری، می‌گوییم فرد حاضر جواب است، یک فکر منفی به ذهن ما می‌رسد. شخصی که سخنور خوبی است یعنی شخصی است که حاضر جواب باشد و با شهامت و راحت، حرف خود را با دیگران بزند. شخصی را فرض کنید که می‌خواهد از حق خودش دفاع کند، اگر این فرد، یک فرد سخنور و حاضر جواب نباشد، نمی‌تواند از حق خودش دفاع کند.

فرض کنید شخصی مسئول فروش است و می‌خواهد محصول یک شرکت را به فروش برساند. حال یک مشتری این فرد را به چالش می‌کشد تا به اصطلاح (بزنه تو سر مال) اگر این فرد، یک سخنور خوب نباشد، نمی‌تواند محصول خود را به فروش برساند. یک شخص حاضر جواب به خوبی می‌تواند با این چالش کنار بیاید.

سخنرانی چیست ، چه انواعی دارد و فنون یک سخنرانی تاثیرگذار چیست؟

همه‌ی ما تا حدودی می‌دانیم چگونه سخنرانی کنیم. اگرچه همه می‌توانند سخنرانی کنند، داشتن مقصودی درست و شناختی کلی از محیط و مخاطب‌تان می‌تواند به شما در اثربخشی آن کمک کند. هدف برخی از سخنرانی‌ها آگاه کردن مخاطب و هدف برخی دیگر سرگرم کردن است. شناخت انواع مختلف سخنرانی می‌تواند به شما در تعیین گفته‌های‌تان کمک کند. در این متن توضیح می‌دهیم سخنرانی چیست و به انواع مختلف آن می‌پردازیم. همچنین چند تکنیک برای یک سخنرانی تأثیرگذار را بررسی می‌کنیم.

سخنرانی چیست؟

سخنرانی اشاره به گفتاری رسمی یا غیررسمی دارد که برای مخاطب انجام می‌شود. سخنرانی به شما این امکان را می‌دهد که برای بیان افکار و نظرات‌تان گروهی از مردم را مورد خطاب قرار دهید.

می‌توانید سخنرانی‌ها را در محیط‌های مختلف و با اهداف متفاوت بیابید. مثلاً، هم می‌توانید برای معرفی یک شخصیت، یک سخنرانی سریع داشته‌باشید و هم با یک سخنرانی دیگران را ترغیب کنید تا با دیدگاه شما آشنا شوند. حال که دانستیم سخنرانی چیست و چه کاربردی دارد، وقت آن است با انواع سخنرانی نیز آشنا شویم و پس از آن توضیح دهیم چگونه سخنرانی کنیم.

انواع سخنرانی چیست؟

دسته‌های مختلفی از انواع سخنرانی وجود دارد. ابتدا باید انواع سخنرانی را بشناسیم، سپس یاد بگیریم چگونه سخنرانی کنیم. شناخت انواع مختلف سخنرانی‌ها می‌تواند به شما کمک کند دفعه‌ی بعدی که به‌صورت عمومی صحبت می‌کنید بهترین نوع سخنرانی را که مناسب است، برگزینید. در ادامه توضیح می‌دهیم انواع سخنرانی چیست.

۱. سخنرانی آموزنده (Informative)

هدف از سخنرانی‌های آموزنده آموزش مخاطبان درباره‌ی موضوع یا پیامی خاص است. در ادامه دقیق‌تر توضیح می‌دهیم سخنرانی آموزنده چیست. آن‌ها برخلاف سخنرانی‌های نمایشی، از ابزارهای کمکی بصری استفاده نمی‌کنند. باین‌وجود و برای کمک به مخاطب در درک یک مفهوم از حقایق، داده‌ها و آمار بهره می‌برند. این حقایق و آمار پشتوانه‌ی هرگونه ادعا یا اثبات سخنان شماست.

برای نمونه، راهنمای موزه یک سخنرانی آموزنده برای گروهی از مردم دارد و آن‌ها را به کمک حقایق آماری مختلف یا اطلاعات تاریخی موزه آشنا می‌کند. سخنرانی‌های آموزنده شامل موضوعات اجتماعی یا اقتصادی نیز می‌شوند و برای این نیستند که مخاطب را وادار به باور دیدگاه یا نظری خاص کنند، بلکه مخاطب را از جزئیات مربوطه پیرامون موضوعی خاص آگاه می‌کنند.

۲. سخنرانی سرگرم کننده (Entertaining)

احتمالاً می‌دانید هدف این نوع سخنرانی چیست. هدف این سخنرانی‌ها سرگرم کردن گروهی از مردم است. سخنرانی‌های سرگرم کننده اغلب غیررسمی‌تر و کوتاه‌تر از سخنرانی‌های سنتی‌اند و با ارائه‌ی حقایق و آمار و ارقام به مخاطب، احساسات را منتقل می‌کنند. ترجیحاً هم شامل داستان‌هایی طنز و خنده‌دار هستند. این نوع از سخنرانی‌ها را می‌توانید به دفعات زیاد در جشن‌ها ببینید.

۳. سخنرانی نمایشی (Demonstrative)

سخنرانی‌های نمایشی برای این هستند که مخاطب را از موضوع یا ایده‌ای خاص که اطلاعاتی درباره آن ندارد، آگاه کنند. سخنران‌ها اغلب از ابزارهای کمکی بصری استفاده می‌کنند تا به توصیف و نشان دادن موارد مختلف با جزئیاتی بیش‌تر بپردازند. شاید به‌سادگی سخنرانی‌های نمایشی را با سخنرانی‌های آموزنده اشتباه بگیرید، به همین خاطر اکنون بررسی می‌کنیم فرق این دو سخنرانی چیست. سخنرانی‌های نمایشی درواقع نحوه‌ی انجام کاری را نمایش می‌دهند. مثلاً، یک شرکت فناوری می‌تواند برای نمایش دستگاه‌های جدید خود سخنرانی کند. این شیوه علاوه بر این که عموم مردم را از محصولات یک برند آگاه می‌سازد، کارکرد آن را نیز نمایش می‌دهد که همین آن را به یک سخنرانی نمایشی تبدیل می‌کند.

۴. سخنرانی ترغیب کننده (Persuasive)

این نوع از انواع سخنرانی کمک می کند تا مخاطبان متقاعد شوند که گوینده درباره ی موضوعی خاص نظری درست دارد. بگذارید برایتان دقیق تر توضیح دهیم سخنرانی ترغیب کننده چیست. سخنرانی های ترغیب کننده هر موضوعی را ممکن است شامل شوند، از مسائل سرگرم کننده گرفته تا موضوعاتی جدی تر مانند سیاست. سخنرانان معمولاً از شواهدی عینی استفاده می کنند تا شنوندگان خود را بهتر متقاعد و حمایت شان را جلب کنند. استفاده از شواهد به شما کمک می کند موضع تان باورپذیرتر و حتی برای این کافی باشد که نظر شنونده را درباره ی موضوعی که مورد بحث شماست، تغییر دهید. با داشتن حقایق کافی برای اثبات نظر خود، شانس بیشتری در دریافت حمایت مخاطبان دارید.

مثلاً وقتی وکیلی در مورد موکل خود برای هیئت منصفه صحبت می کند، از نطق ترغیب کننده با حقایق و ادعاهای کافی بهره می برد تا حمایت آن ها را به دست آورد و به نفع او رأی دهند. به خاطر بسپارید که سخنرانی های ترغیب کننده می توانند از عواطف هم برای کمک به مخاطب در درک بهتر نظرات و احساسات گوینده استفاده کنند. برای نمونه، اگر می خواهید کسی را متقاعد کنید که به سالمندی کمک کند احتمالاً از عواطف برای جذب مخاطب بهره می جوئید.

۵. سخنرانی عمومی (Oratorical)

اگرچه این واژه اشاره به خود عمل سخنرانی و سخنوری دارد، سخنرانی‌های عمومی (Oratorical Speech) نوعی خاص از انواع سخنرانی به حساب می‌آیند. این نوع معمولاً از انواع دیگر رسمی‌تر است. در حالی که برخی از سخنرانی‌های عمومی طولانی‌اند، مانند آن‌هایی که در مراسم‌های خاک‌سپاری یا فارغ‌التحصیلی دیده می‌شوند، برخی دیگر کوتاه و خودمانی‌ترند، مانند دعا در یک مراسم مذهبی کوچک. اگرچه گویندگان این دسته لزوماً نمی‌خواهند مخاطب را درباره موضوعی خاص ترغیب کنند، همچنان قادرند مسائلی متفاوت را در صحبت خود بگنجانند و نظرشان را درباره‌ی آن بگویند.

۶. سخنرانی مناظره‌ای (Debate)

سخنرانی‌های مناظره‌ای به نوعی از انواع سخنرانی اطلاق می‌شود که قوانینی مشخص دارند و در جلسات مباحثه و مذاکره به کار می‌رود. همه‌ی طرف‌ها در طول جلسه‌ی مناظره، زمانی برابر دارند تا در دفاع از نظر یا دیدگاه خود صحبت کنند. اگرچه سخنرانی مناظره‌ای بیش‌تر اوقات از همان سازوکار سخنرانی‌های ترغیب‌کننده استفاده می‌کند و با هدف کمک به کسب حمایت از یک ادعا حاوی آمار و ارقام زیادی است، با سخنرانی‌های ترغیب‌کننده تفاوت دارد. برای مثال، سخنرانی‌های مناظره‌ای به جای این‌که مانند سخنرانی‌های ترغیب‌کننده سعی در متقاعد سازی شخصی برای پیوستن به طرفی خاص داشته‌باشند، با هدف تصدیق نظری خاص درباره‌ی مطلبی مشخص ایراد می‌شوند.

در حین آمادگی برای این نوع از انواع سخنرانی باید مهارت‌های صحبت در جمع، تحقیق و تفکر انتقادی خود را ارتقا ببخشید. شایان ذکر است که می‌توانید خود را برای سخنرانی‌های مناظره‌ای آماده کنید، اما نمی‌توانید بحث‌هایی را پیش‌بینی کنید که سایر مناظره‌کنندگان پیش می‌کشند. بنابراین، ایراد مداوم سخنرانی‌های مناظره‌ای به شما کمک می‌کند تا سریع‌تر بیندیشید و در چنین محیطی بیش‌تر احساس راحتی کنید.

۷. سخنرانی مناسبتی (Special Occasion)

در ادامه توضیح می‌دهیم کاربرد این نوع سخنرانی چیست. سخنرانی‌های مناسبتی در دسته‌ای مشخص قرار نمی‌گیرند و از قالبی معین پیروی نمی‌کنند. در عوض، هدف آن‌ها تطبیق با مناسبتی خاص است، چه مجلس عروسی باشد و چه مراسم اهدای جایزه یا میهمانی جشن تولد. سخنرانی‌های مناسبتی به دنبال تطبیق با بافت محیط هستند تا به شکل مؤثری ارتباط برقرار کنند و توجه مخاطبان را برانگیزند. با این‌که سخنرانی‌های مناسبتی اغلب کوتاه و شادمانه‌اند، هنوز هم جالب توجه و کاربردی هستند. سخنرانی‌های مناسبتی برخلاف انواع دیگر سخنرانی به داده و آمار احتیاجی ندارند.

مثال مناسب برای سخنرانی‌های مناسبتی، آن نطق‌هایی است که برای معرفی سخنران یا ورود میهمان ایراد می‌شوند. همچنین موقع دریافت جایزه هم می‌توانید چنین سخنرانی‌ای را انتخاب کنید. یا مثلاً اگر جایزه‌ای دریافت می‌کنید با انتخاب سخنرانی مناسبتی، می‌توانید نشان دهید که آن جایزه برای شما چه معنایی دارد.

۸. سخنرانی تبلیغاتی (Pitch)

سخنرانی‌های تبلیغاتی یکی دیگر از انواع سخنرانی هستند و سعی در گرفتن حمایت یا تأیید برای یک ایده، محصول یا راه‌حل دارند. مثلاً، اگر فروشنده هستید شاید سعی کنید محصولی جدید را به مشتری بفروشید. شما اساساً به وسیله‌ی تشریح بهترین ویژگی‌های محصول و این‌که چگونه می‌تواند در زندگی روزمره‌ی مردم مفید باشد، یک کالا یا خدمات را به مشتری معرفی یا آن را تبلیغ می‌کنید. سخنرانی‌های تبلیغاتی می‌توانند بخشی از ارائه‌ای بزرگ‌تر هم باشند مانند ارائه‌هایی که در ادارات وجود دارد وقتی که در تلاشید تا همکاران یا ارشدهای خود را با ایده یا رویکردی ویژه همراه سازید.

۹. سخنرانی انگیزشی (Motivational)

هدف از سخنرانی‌های انگیزشی، الهام بخشیدن به مخاطبان و دادن اعتماد به نفس به حاضران است تا کاری بهتر انجام دهند یا پیشرفت کنند. ماهیت آن‌ها ترقی روح مخاطبان و بهبود عزت نفس ایشان است. سخنرانی‌های انگیزشی کمک می‌کنند فرد یا مخاطب برای دستیابی به هدفی معین گام بردارد. کارفرمایان و مدیران از این سخنرانی‌ها برای ایجاد انگیزه در کارکنان استفاده می‌کنند تا عملکرد بهتری در محیط کار داشته‌باشند. مربیان هم از این نوع سخنرانی برای الهام بخشیدن به تیم خود بهره می‌برند تا در زمینه یا عرصه‌ی مورد نظر بهتر فعالیت کنند.

۱۰. سخنرانی فی البداهه (Impromptu)

حال توضیح می‌دهیم سخنرانی فی البداهه چیست. سخنرانی‌های فی البداهه به آن دسته از انواع سخنرانی اشاره دارد که شما بدون هیچ آمادگی یا تمرین قبلی ایراد می‌کنید. معمولاً کسی ناخودآگاه از شما می‌خواهد تا برای مراسم یا مناسبتی یک سخنرانی فی البداهه داشته باشید. سخنرانی فی البداهه به دلیل ماهیتش اغلب ترسناک است و چون زمانی برای آمادگی نداشتید استرس زیادی به همراه دارد. باین حال و با کمی راهنمایی و کسب تجربه، می‌توانید یک سخنرانی فی البداهه‌ی خوب و موثر داشته باشید.

۱۱. سخنرانی خداحافظی (Farewell)

در نطق خداحافظی با گروهی از مردم خداحافظی می‌کنید. برای نمونه، هنگام ترک شغل‌تان یا در زمان بازنشستگی می‌توانید از این نوع از انواع سخنرانی برای همکاران‌تان استفاده کنید. نطق خداحافظی همچنین در زمانی که به جایی دور می‌روید یا کشور را ترک می‌کنید می‌تواند موجب تسلی خاطر عزیزان و نزدیکان‌تان باشد. از آن‌جاکه نطق خداحافظی اغلب لحنی غم‌انگیز دارد بیش‌تر اوقات احساسات زیادی را هم در گوینده و هم در مخاطب برمی‌انگیزد.

۱۲. سخنرانی توضیحی (Explanatory)

سخنرانی‌های توضیحی یک نوع از انواع سخنرانی هستند و به شرح موقعیت یا اتفاقی خاص می‌پردازند. سخنرانی‌های توضیحی درعین شباهت‌شان به سخنرانی‌های نمایشی، در همان حال

که برای مخاطب فرایند جزئی قدم به قدمی فراهم می کنند به توضیح نحوه انجام کار هم می پردازند. همچنین در این نوع نطق ها از ابزارهای کمکی بصری برای کمک به مخاطب در درک بهتر گفته های سخنران استفاده نمی شود. مثلاً، وقتی که مجری یک برنامه ی آشپزی به مخاطبان نشان می دهد که چطور غذایی خاص را تهیه کرده اند از سخنرانی توضیحی استفاده می کند تا هر مرحله از دستور پخت را شرح دهد.

۱۳. سخنرانی مراسم خاک سپاری یا ترحیم (Eulogy or Funeral)

هدف از سخنرانی های خاک سپاری یا ترحیم احترام به فردی تازه درگذشته در مقابل کسانی است که در مراسم ختم شرکت کرده اند. این سخنرانی معمولاً توسط روحانیون یا نزدیکان متوفی انجام می شود. گوینده سعی در یافتن کلماتی درست دارد تا نه تنها مرحوم را ارج نهد، بلکه او را به خاطر دستاوردهایش در طول زندگی اش تحسین کند.

14) انواع سخنرانی رسمی و غیر رسمی

رایج ترین شکل از سخنرانی ها، سخنرانی عمومی و سخنرانی رسمی است. طبقه بندی سخنرانی با توجه به میزان آمادگی این شرح است:

الف). سخنرانی غیررسمی یا عمومی

وقتی می گوئیم سخنرانی عمومی منظور واضح است که سخنران قرار است برای یک جمع عمومی و نه عده ای خاص صحبت کند.

با توجه به این مسئله سخنرانی عمومی باید روشن ، قابل فهم باشد و کسل کننده نباشد. تعدادی الزامات وجود دارد:

- ایده باید به صورت منسجم ارائه شود
- بیان گویا، قابل فهم و سازگار با همه اقشار باشد
- ایجاد اندک فضای طنز، حواشی یا هیجانات ایرادی ندارد
- جهت گیری در فکر و دیگر ویژگی های مخاطبان
- نیاز به حساب وضعیت روانی مخاطبان
- کنترل و تسلط کامل به موضوع
- پرسیدن مستقیم سؤال برای اطمینان سازی
- تک تک مخاطبان یا حاضران جلسه حتماً درباره موضوع مورد نظر دیدگاه خود را مطرح کنند.
- پیام خود را واضح و ساده و کلی بیان کنید و در صورتی که مخاطبان پرسش داشتند یا تمایل داشتند وارد جزئیات یا مباحث تخصصی شوید.

(ب). سخنرانی رسمی

هر قدر جمع مخاطبان رسمی تر باشد، سخنرانی رسمیت بیشتری دارد و هر قدر جمع مخاطبان خودمانی تر باشد، سخنرانی خودمانی تر و سنتی خواهد بود.

- ارتباط چشمی
- آهسته و شمرده صحبت شود.
- سخنران از الفاظ و لغات رسمی استفاده کند.

- روبه مخاطبان صحبت کند.
 - باید سخنران یا روابط عمومی مربوطه مطمئن شوند که صدای سخنرانی به گوش تمامی مخاطبان از جمله آنهایی که در انتهای سالن هستند می رسد.
 - سخنران مطالب را به شکلی مناسب سازماندهی کند و به هم پیوند زند، قسمت‌های مهم را خلاصه کند و تاکیدش روی نکات مهم باشد.
- معمولاً جلسات سخنرانی بسیار رسمی تر و تشریفاتی تر از جلسات ارائه است. البته این امر قطعی و صد در صد نیست! در جلسات سخنرانی، معمولاً سخنران لباس رسمی (کت و شلوار) پوشیده و بر روی تمام جزئیات دقت می کنند.

15. سخنرانی طنز

برای این که بتوانید به بهترین شکل ممکن از طنز در سخنرانی استفاده کنید، باید مثل کمدین ها به 4 رکن و جزء بسیار مهم دقت کنید تا بیشترین خنده را از مخاطب بگیرید. در واقع می توان گفت اگر هر کدام از این 4 رکن وجود نداشته باشند یا حتی یکی از آن ها ناقص باشد، شما نمی توانید در طنز پرداز موفق شده و مخاطب خود را به خنده وا دارید. این ارکان عبارتند از:

1. گوینده

2. متن طنز

3. فضای محیط

4. شنونده

یعنی هم گوینده این طنز باید خوب همه چیز را تعریف کند، هم متن و ماجرا باید واقعاً خنده دار باشد تا مخاطب را به بهترین شکل ممکن بخنداند، هم فضا باید آماده باشد (همان طور که گفتم شما در مراسم ختم نمی توانید لطیفه تعریف کنید!) و هم شنونده به خوبی آماده باشد تا بتواند به خوبی بخندد. پس حتماً اگر می خواهید سخنرانی طنز داشته باشید به این 4 رکن توجه لازم را داشته باشید. اگر می خواهید با این موارد هم بیشتر آشنا شوید یکی از بهترین راه های جذب مخاطب در سخنرانی، استفاده از طنز است

16. سخنرانی علمی

این نوع سخنرانی را می توانید بیشتر از سخنرانی های TED یاد بگیرید و ببینید که محققان و دانشمندان چگونه به بهترین شکل ممکن مطالب خود را با دیگران به اشتراک می گذارند. این نوع سخنرانی شباهت بسیار زیادی به مورد قبل یعنی سخنرانی آموزشی دارد و شما باید هر طور که شده مطالب را به مخاطب خود بفهمانید. برای این فهماندن هم باید مخاطب شناس خوبی باشید. موارد زیر از مهم ترین نکات مخاطب شناسی در سخنرانی هستند که اگر آن ها را بدانید و به خوبی بهشان توجه کنید، حتماً در هر نوع سخنرانی می توانید به موفقیت های بزرگی برسید و به یک سخنران حرفه ای تبدیل شوید:

- تعداد مخاطبان شما چند نفر است؟
- جنسیت مخاطبانتان چیست؟
- مخاطبان شما چند ساله هستند؟
- شغل مخاطبان شما چیست؟

- مخاطبان شما چه تحصیلاتی دارند؟
- فرهنگ غالب مخاطبان غالب شما چیست؟
- مخاطبان چه انتظاری از شما دارند؟

مخاطب شناسی، یکی از مهم ترین عوامل موفقیت یک سخنران است

17. سخنرانی خودمونی!

ساده ترین نوع سخنرانی، همین سخنرانی خودمونی است! اصلاً بذارید توضیح این بخش رو هم خیلی خودمونی تر از همیشه بنویسم. شما وقتی تو یه جمعی قرار می گیرید که دوستانه است و بین افرادی هستید که با آن ها راحتید، طبیعتاً مانند من که الان دارم خودمونی می نویسم صحبت می کنید و نه ترسی از سخنرانی دارید و نه هیچ چیز دیگه. احتمالاً خیلی راحت تر هم می تونید مطالب خودتون رو انتقال بدید.

پس همیشه سعی کنید ابتدای سخنرانی هاتون جمع رو در دست بگیرید و دوستانه با مخاطبانان صحبت کنید تا جمع خودمونی بشه و مطالبتون بهتر انتقال پیدا کنه و سخنرانی تون موفق تر باشه.

18. سخنرانی سیاسی

سخنرانی سیاسی مخصوص کسانی است که دست در کار سیاست دارند مانند وزرا، سفیر ها، نمایندگان دولت و مجلس و بطور کلی کسانی که به نحوی در امور سیاسی دخالت دارند. سخنرانان سیاسی باید علاوه بر آگاهی از اصول و قواعد سخنرانی، علوم و فنون گوناگونی را که در عالم سیاست کاربرد دارد، بدانند. با اوضاع و احوال کشور خود و مردم آن آشنا باشند، از جریانات

سیاسی و آنچه در جهان می گذرد بی خبر نمانند، ملت‌های جهان را بخوبی بشناسد و از روحيات هر یک از آنان اطلاعات لازم بدست آورند تا بتوانند با تسلط کامل به مسائل سیاسی نقش خود را به خوبی ایفا کنند و وجودشان چه در داخل و چه در خارج کشور اثرگذار باشد .

19. انواع سخنرانی مذهبی

ایجاد روش برای تبلیغات دینی در ابعاد مختلف آن، از جمله نیازهای امروز حوزه و روحانیت است. سخنرانی دینی با سابقه بالا و تأثیرگذاری ویژه، به عنوان یکی از سنتی ترین روش های تبلیغی یک مذهب و دین اهمیتی ویژه دارد. با تأسیس مراکز آموزش های تخصصی دینی و اهتمام مسئولان و اساتید گرانقدر آن، گامهای مؤثری در راه تولید روشهای نوین تبلیغی خصوصاً در عرصه خطابه و سخنوری برداشته شده و کلاسهای روش سخنرانی دینی، متفاوت ، در سطح حوزه های علمیه و مجموعه های آموزشی تبلیغ برگزار می شود.

در واقع سخنرانی دینی یعنی سخن گفتن یک نفر با جمع به نحو یک طرفه به منظور تأثیرگذاری مطلوب “دینی” در افکار، احساسات و رفتار مخاطب، به قصد رونق و گسترش دین.

این تعریف با توجه به اهداف و ویژگیهای سخنرانی دینی و با در نظر گرفتن تفاوت آن با مقوله های مشابه، بیان شده است.

مقصد و هدف از سخنرانی مذهبی:

1. بندگی خدا و پرهیز از طاغوت

2. تزکیه و تعلیم

3. خروج از ظلمت به سوی نور

4. برقراری عدالت

5. رهایی از وابستگیها و عادت‌های جاهلانه

6. برطرف شدن اختلافات

سخنرانی دینی از جهات مختلفی قابل تقسیم است. سبکها، اسلوبها، گونه های مختلف مخاطبان و مقدار حضور آنها در جلسات سخنرانی، مدت زمان جلسات، تعداد آنها و نحوه قرار گرفتنشان در کنار یکدیگر، بهره برداری از ابزارهای جدید، تنوع موضوعات و... شاخص های گوناگون و متنوعی هستند که ما را به گونه های مختلف سخنرانی رهنمون می شوند.

توجه به انواع سخنرانی از این جهت حائز اهمیت است که روشهای ارائه شده باید به صورت جامع نگر به همه آنها معطوف شود؛ مثلاً وقتی در تقسیم سخنرانی براساس موضوع می گوئیم یکی از اقسام آن سخنرانی سیاسی است، باید به محتوا و یا احیاناً آن روشهایی توجه کرد که لازم است در این سخنرانی مد نظر قرار گیرد.

20. سخنرانی قضایی

سخنرانی قضایی مخصوص جلسات دادگاه ها است و برای رفع اتهام یا دفاع از حق بکار می رود. شرط اول سخنرانی قضایی، اطلاع کامل از علم حقوق و دانش های دیگری از قبیل فلسفه، منطق، فقه، تاریخ و روانشناسی می باشد. به همین دلیل غالباً طرح شکایت یا دفاع به عهده کسانی واگذار می شود که از این علوم آگاهی داشته باشند. به این اشخاص در اصطلاح قضایی وکیل دادگستری می گویند.

21. سخنرانی غیر مستقیم

برخی سخنرانی‌ها هم غیر مستقیم هستند و می‌خواهند بدون این که به طور واضح مطلبی را بیان کنند، آن مطلب را به مخاطب برسانند. به این نوع سخنرانی که معمولاً میان سخنرانی‌های دیگر هم استفاده می‌شود پیام مخفی نیز می‌گویند.

به طور مثال شما به جای این که مخاطبان بگویید من پارسال به فرانسه رفتم، می‌گویید من طی جلساتی که در فرانسه داشتم، به این نتیجه رسیدم که...

می‌بینید؟ شاید اگر به طور واضح این نکته را می‌گفتید، نه تنها برای مخاطب جذاب نبود، بلکه به شما خرده هم می‌گرفت که چرا انقدر از خودت تعریف می‌کنی؟ اما اکنون خیلی خوب به طور مخفی این نکته را به او رساندید و بازخورد خوبی هم دریافت کردید.

شما می‌توانید از این نوع سخنرانی بارها و بارها استفاده کنید و هم از خودتان گاهی تعریف کنید و هم حتی نکات آموزشی را به خوبی بیان کنید. همان طور که معمولاً به کودکان نیز این طور آموزش‌های مختلف داده می‌شود.

چارچوب استاندارد سخنرانی

اگر قرار است در یک سمینار یا همایش و شاید در یک سازمان سخنرانی کنید باید بگویم قطعا این مقاله میتواند کمک زیادی به شما کند تا چهارچوب سخنرانی را یاد بگیرید. در ادامه با بخش های مختلف آن آشنا می شویم...

در آموزش سخنوری یکی از مهم ترین بخش ها رعایت چهارچوب استاندارد سخنرانی است. چرا که یک صحبت بدون ساختار نه تنها باعث جذب مخاطب نمی شود بلکه خسته کننده و بدون نتیجه است.

هر سخنرانی سه جزء اصلی دارد :

- 1) ● مغز سخنرانی (مقدمه)
- 2) ● ساختار سخنرانی (بدنه)
- 3) ● جمع بندی سخنرانی (خلاصه)

قبل از همه چیز باید در مورد مخاطبان شناخت لازم را داشته باشیم و بدانیم مخاطبان از چه طیفی هستند؟

قشر تحصیل کرده یا عموم مردم ؟

که بتوان متن سخنرانی را مطابق با سطح آن دسته افراد تنظیم کرد.

مثلا از چه اصطلاحات و کلماتی استفاده کرد؟

این مهم است که به اصطلاح زبان ما را مخاطب بفهمد و به همین دلیل باید آنها را شناخت.

1) مقدمه سخنرانی

سخنرانی با مغز کلام شروع کنید.

مغز کلام یعنی به مخاطب بفهمانیم سخنرانی ما چه کمکی به او میکند؟ برای او چه سودی دارد؟ و قرار است چه چیزی را بدست بیاورد؟

پس در شروع سخنرانی از اینکه قرار است در سخنرانی شما مخاطب چه منفعتی کسب کنند صحبت کنید. در اینصورت است که به شما اعتماد میشود و انگیزه مخاطب بالا می رود. اصطلاحا مخاطب را میخ کوب میکنید.

۱. میتوانید با یک داستان شروع خوبی داشته باشید.

در مورد موضوع سخنرانی داستانی را از زندگی خودتان و یا دیگران تعریف کنید. این داستان باید حامل پیام مهمی برای مخاطب باشد. با جزییات کامل شخصیت های داستان را توصیف کنید بطوری که مخاطب در ذهن خود بتواند تجسم کند. با این روش شکل صحیحی از ارتباط گیری مخاطب با سخنران صورت میگیرد و خود را به سخنران نزدیک میداند.

۲. مخاطب را با 'چرا' کنجکاو کنید.

وقتی در قفل است با کلید باز میکنیم . وقتی ذهن مخاطب قفل است با 'چرا' میتوانیم باز کنیم.

یعنی چی؟

به این معنا که پرسیدن یک سوال قدرتمند میتواند قفل ذهن مخاطب را باز کند و کنجکاو شود و به دنبال جواب آن دربیاید . مثلا در مورد استفاده ی بیش از حد از تلفن همراه پرسیم...

در طول روز بیشتر وقت مان با تلفن همراه سپری می شود و آنقدر به هم نزدیکیم که به جزء جدانشدنی ما تبدیل شده ، بنظرتان چرا تلفن همراه باید جای همه چیز را در زندگی مان بگیرد ؟

چگونه میتوانیم استفاده از تلفن همراه را کمتر کنیم و از لحظه های زندگی بهتر لذت ببریم ؟

وقتی ذهن مخاطب درگیر شود شما قلاب خودتان را در ذهنش انداختید و جذب ادامه ی سخنرانی میشود.

۳. به کلام تان اعتبار ببخشید

وقتی از آمارها و ارقام صحبت کنیم و چالش های آماری را در سخنرانی داشته باشیم به در شروع اعتبار زیادی به سخنرانی بخشیدیم . زیرا مخاطب میداند مطالعات و اطلاعات شما نو و کارآمد است و توجه بیشتری به سخنرانی می شود.

۴. تعریف و تمجید کنید

از مخاطبان خود تعریف کنید و حس خوب را به آنها در همان ابتدای سخنرانی انتقال دهید . شروعی که با انرژی مثبت و حرف های انگیزشی باشد سطح ترشح هورمون شادی در مخاطب بیشتر میشود و به توجه و یادگیری آنها هم کمک می شود.

برای شروع سخنرانی می توانید از روش های مختلفی استفاده کنید:

۱-۱- بیان یک داستان شخصی

هنگامی که از داستان ها برای شروع سخنرانی خود استفاده می کنید باید این نکته را مد نظر داشته باشید که، داستان ها باید در راستای صحبت شما باشند و یک پیام اصلی را برای خود داشته باشند.

برای بیان داستان ها باید از ۴ مرحله اصلی و ضروری استفاده کرد :الف) توصیف موقعیتی که داستان در آن رخ داده است (صحنه آرائی) موقعیت فیزیکی و جغرافیایی داستان را باید بخوبی تشریح کنیم تا مخاطبان بتوانند تجسم خوبی نسبت به داستان و موقعیت آن داشته باشند.

ب) توصیف شخصیت های داستان

افرادی که در این داستان نقش داشتند را باید بتوانیم بخوبی تشریح کنیم. مشخصات ظاهری افراد را هم در این قسمت می توانیم بیان کنیم.

ج) اتفاقی که در این داستان رخ داد

اتفاقی را که در آن موقعیت جغرافیایی و با آن شخصیت ها رخ داد را باید بخوبی بیان کنید.

د) بیان یک نکته و پیامی مهم

در این قسمت باید به نکته ای مهم در داستان اشاره کنید که می تواند با صحبت های شما کاملا در ارتباط باشد .

۲-۱ سوال قدرتمند

سوالات، مانند قفلی بر روی ذهن افراد قفل می شود. هر چقدر که بتوانید سوالات قدرت مندتری را بیان کنید مطمئنا می توانید ارتباط خوبی را با مخاطبان برقرار کنید.

سوالاتی که با چرا آغاز می شوند می توانند کنجکاوی مخاطبان را تحریک کنند. سوالاتی که با چگونه نیز شروع می شوند، راه های رسیدن به هدف را برای مخاطب نشان می دهد.

مثال : همانطور که می دانید رشد فزاینده تکنولوژی با خود عوارضی را آورده است که کودکان ما با آن درگیر هستند. چرا باید بر عواقب تکنولوژی بر روی فرزندان مان، توجه داشته باشیم؟

چگونه می توانیم علاوه بر استفاده از تکنولوژی، فرزندانمان را از عواقب آن مصون داریم؟

۱-۳ بیان آمار

بیان آمارها می تواند بسیار برای مخاطبان شما، جذاب و قابل توجه باشد و سبب می شود تا سطح توجه آن ها بالا رفته و به دنبال گوش دادن به صحبت های ما باشند.

آمار مشکلات اجتماعی و مشکلات خانوادگی که در کشور ما وجود دارد و یا آمار بیکاران ما یا آمار فزاینده کسب و کارهای نوپا و مشکلات عدیده آن ها و ...

هر چقدر که شما شروع سخنرانی خود را خوب و تحریک کننده شروع کنید، سبب می شود تا مخاطب تمام حواس خود را بر روی صحبت های شما بگذارد و با شما تا انتهای صحبت همراه باشد.

2) تقسیم بندی صحبت (بدنه اصلی)

در این قسمت هم می توانید از یک چارچوب مناسب برای سخنرانی خود استفاده کنید. چارچوبی که به شما کمک می کند تا هم مخاطبان محتوای شما را به خوبی درک کنند و هم شما مسیر سخنرانی را به یاد آورید و مخاطبان را با خود همراه کنید.

چارچوبی که می تواند برای این قسمت مفید و موثر باشد چارچوبی ساه و کاربردی می باشد که می تواند مطالب را بخوبی تشریح کرد .

این چارچوب بیان می کند که برای یک صحبت و سخنرانی اثر بخش، شما باید بتوانید صحبت های خود را به ۳ قسمت (می توانید به کمتر و بیشتر از این عدد هم تقسیم کنید ولی عدد ۳ بسیار موثرتر و عمومی تر می باشد) تقسیم کنید و برای اینکه صحبت های شما در ذهن مخاطبان شما، میخکوب شود و درک شود باید از یک چاشنی استفاده کنید.

چاشنی که در اینجا بیان شده است می تواند مواردی باشد که در مورد آن ها در شروع سخنرانی صحبت کردیم. بیان داستان، آمار، مثال و شعر و حدیث و نقل قول ... می تواند بعنوان چاشنی های خوب مورد استفاده قرار داد.

این چاشنی ها باید بتواند سبب درک بهتر مطالب هر قسمت شود. شک نداشته باشید که این چاشنی ها بخوبی می تواند صحبت های شما را در ذهن مخاطبان میخکوب کند! قسمت راست مغز ما بسیار مشتاق این چاشنی ها می باشد و هر چه شما بیشتر چاشنی های موثری را در سخنرانی های خود استفاده کنید، صحبت های شما برای مخاطبان جذاب تر خواهد شد .

بدنه اصلی سخنرانی:

موارد زیادی را شامل میشود مانند

۱. زبان بدن

زبان بدن انتقال دهنده پیام های زیادی است. اگر قامتی صاف و استوار داشته باشیم ولباس تمیز و شیکی به تن کنیم و به سالن سخنرانی برویم قطعاً تاثیر متفاوت تری دارد نسبت به زمانی که با لباس های ژولیده یا نا مناسب حاضر شویم .

۳ ثانیه اول در ملاقات های اول تعیین کننده برداشت مخاطب از ما است . در ۳ ثانیه اول زبان بدن ما باید طوری باشد که به مخاطب حس خوب منتقل کند.

مثلاً:

سرمان را بالا بگیریم

دست هایمان به هم قفل وبسته نباشد

لبخند ملایم بزنیم

چشمانمان را از مخاطب ندزدیم.

۲. دایره لغات قوی

یک سخنران باید دایره لغات قوی داشته باشد و به اصطلاح در جواب دادن کم نیاورد .

وقتی دایره لغات قوی باشد سخنران را حرفه ای جلوه میدهد. برای این کار تمرینات زیادی وجود دارد. مثل پیدا کردن کلمات مترادف برای هر کلمه و یا زیاد صحبت کردن جلوی آینه میتوانید این کار را انجام دهید .

۳. متن جنجالی

متنی که شما باید برای یک سخنرانی آماده کنید متنی باشد که حفظ باشید و تسلط کامل روی آن داشته باشید. بدون من من کردن و تعلل بتوانید منظورتان را برسانید و برای رسیدن به این مرحله میتوانید از تمرین بداهه گویی استفاده کنید .

به این شکل که رکورد در تلفن همراهتان را روشن کنید و برای یک دقیقه درمورد یک موضوع مثلا 'باغ' صحبت کنید . هرچه که به ذهنتان می رسد بگویید تا مسیر عصبی برای ذهنتان شکل بگیرد و به مرور زمان روان تر و سلیس تر میتوانید حرف بزنید .

هرچقدر عضله ی ذهنتان قوی تر شود آمادگی ذهنی بیشتری پیدا میکنید .

اگر بازهم نتوانستید تسلط کامل پیدا کنید میتوانید یک چک لیست تهیه کنید و در آن از عبارات دو کلمه ای کلیدی استفاده کنید و به همراه خود داشته باشید و با هر بار نگاه کردن به آن کلمات کلیدی بتوانید سخنرانی را ادامه دهید .

یا اینکه از اسلاید بعنوان نخ دادن به موضوعات و سرفصل های صحبت تان استفاده کنید . با برنامه power point میتوان اسلاید ها را آماده کرد.

۴.تنظیم صدای مناسب

یادتان باشد فرازو فرود در صدایتان از شما فردی جذاب می سازد . اگر قرار است به موضوع با اهمیتی اشاره کنید صدایتان را کمی بلندتر کنید واگر لازم است توجه بیشتری از مخاطب بگیرید کمی تن صدایتان را پایین بیاورید تا دقت مخاطب به شما بیشتر شود .

جمع بندی سخنرانی

در این قسمت باید خلاصه ای از مطالب سخنرانی را بتوانید در غالب کلماتی از پیش تعیین شده بیان کنید .

کلماتی که اثرگذاری بیشتری دارد و میتواند کلیدی باشد که برای اینکار باید از قبل بنویسید و ملکه ی ذهنتان شده باشد.

ازداستان گویی غافل نشوید .داستلنی کوتاه و مفید که حق مطلب ادا شود.

در این قسمت زیاد فرصت ندارید و باید کلی گویی کنید تا مخاطب خسته نشود. می توانید دعوت به اقدام کنید و مخاطب را به کاری دعوت کنید.

اگر بتوانید در لحظات آخر مخاطب را بخندانید تیر خلاص را زده اید و خاطره ای خوش از سخنرانی تان در ذهن آنها نقش میبندد.

جمع بندی و ارتباط موضوعات بهم

در قسمت نتیجه گیری، باید خلاصه ای از صحبت های خودتان را بیان کنید.

مقدمه صحبت خود را بصورت خلاصه و این که قرار بود به کجا برسید. عناوین صحبت های خود را بیان کنید و اشاره ای به چاشنی های خود داشته باشید.

در این قسمت صحبت های خود را باید بتوانید بصورت خلاصه بیان کنید تا مخاطبان یک جمع بندی از صحبت های شما داشته باشند.

در انتهای سخنرانی باید بتوانیم صحبت های خود را خلاصه کنیم تا مخاطبان درک بهتری از موضوع سخنرانی ما داشته باشند.

به قول معروف: اول بگوئید که می خواهید به مخاطبان خود چه بگوئید بعد آنچه را باید به آن

ها بگوئید، بگوئید آخر سر هم به آن ها بگوئید که چه گفته اید!

از مخاطبان بخواهید که عمل کنند (در نهایت برای آن‌ها مسیری را شکل دهید که بدان عمل کرده و مطالب شما را کاربردی کنند)

نتیجه گیری در سخنرانی - چگونه سخنرانی را به پایان برسانیم؟

نتیجه گیری در سخنرانی یکی از مهمترین قسمت هایی است که در آن با اجرای تکنیک هایی اثرگذار و کاربردی می توانید براحتی اهداف خود را در ذهن مخاطبان میخکوب نمایید

انسان های موفق همیشه در آغاز سخنرانی، به هدف خاص و موفقیت هایی که باید برسند اشاره می کنند.

چنین افرادی همیشه در پایان جلسه، جمله اول را تکرار می کنند و نتیجه گیری نهایی را به هدف اولیه ربط می دهند.

پیتر دراگر

قسمت پایانی سخنرانی همانند فرود هواپیما می باشد.

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 می‌خواهند از مقصد اطلاعات داشته باشند و پروازی آرام همراه با پذیرایی‌های خوب و دلخواه داشته باشند، روزنامه بخوانند، فیلم ببینند تا به مقصد برسند.

آن‌ها نمی‌خواهند 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.

هوایما درنهایت 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.

خلبان ابتدا اعلام می‌کند که در حال کم کردن ارتفاع است و بعد ارتفاع به‌طور یکنواخت کاهش پیدا می‌کند و درنهایت هوایما به آرامی بر روی باند فرودگاه می‌نشیند.

در سخنرانی نیز باید به آرامی صحبت‌های خود را به پایان ببریم تا مخاطبان حس خوبی از سمینار ما را در ذهن خود داشته باشند. وقتی که در حال اتمام سخنرانی هستید، مخاطبان باید بفهمند که سخنرانی در حال اتمام است. آرام بایستید و با لبخند به مخاطبان خود نشان دهید که سخنرانی به اتمام رسیده است.

از بازی کردن با وسایل و میکروفون و ... خودداری کنید و مثل یک درخت، آرام و بی‌حرکت بایستید. مخاطبان متوجه پایان سخنرانی می‌شوند و شروع به تشویق شما می‌کنند و شما با لبخند کلمه متشکر را آرام بیان کنید.

توفان در میان سخنرانی

موقعی که در حال و هوایی توفانی مطالب سخنرانی گرفتار شده‌اید، سخنرانی خود را چگونه تمام کنیم؟ جملات آخر شما برای تثبیت در ذهن مخاطب و محکم‌کاری و اثبات توانایی شما در امر سخنرانی، بسیار مهم و قابل تأملی باشد.

سخن پایانی به اندازه مقدمه در ذهن مخاطبان نقش دارد و باید به خوبی برای آن برنامه‌ریزی داشت تا یک سخنرانی خوب در ذهن مخاطبان شکل بگیرد.

با بیان قسمت نتیجه‌گیری به مخاطب فهمانده می‌شود که سخنرانی در حال اتمام است و باید توشه خود را از سخنرانی بگیرد.

نحوه اجرای نتیجه‌گیری در سخنرانی

این جور نباشد که سخنران یک‌دفعه بیان کند که:

• خب صحبت‌های من به پایان رسید و دیگر حرفی ندارم!!

-
-
-

- می‌توانیم این‌گونه بیان نمود که:
- در انتها باید بیان کنم که....
- اگر بخواهیم یک جمع‌بندی از صحبت‌های این جلسه داشته باشیم آن این است که...

علاوه بر آن، مخاطب خود را متعهد به خود می‌کند که پیام اصلی سخنرانی را به یاد بیاورد و اگر هم در طول سخنرانی به پیام‌های و نکات کلیدی توجه نکرده‌اند در قسمت پایانی می‌توانند نکات اصلی را دوباره بشنوند. این بخش پایانی در اصل زدن چکش به میخ و محکم کردن پایه‌های پیامی است که در طول سخنرانی بیان شده است.

تکنیک‌های نتیجه‌گیری در سخنرانی

تکنیک‌های مختلفی برای بخش نتیجه‌گیری در سخنرانی می‌توان استفاده کرد که به شرح زیر می‌باشند:

۱ - خلاصه کنید

اغلب شنونده‌ها مجموعه‌ای از مطالب را به یاد می‌آورند ولی جزئیات یادشان نمی‌ماند.

پس در انتهای سخنرانی می‌توان صحبت‌هایی را که در مقدمه بیان شد و چکیده‌ای از مطالب در قسمت ساختار سخنرانی را از دوباره برای مخاطبان بیان نمود.

۲- بخواهید که عمل کنند

پایان و نتیجه‌گیری در سخنرانی، تصویر عالی درخواست عمل از دیگران است.

هنگامی که می‌خواهید به درخواست شما عمل شود، باید کلمات آخرتان طوری باشد که درخواست دستور شروع به کار در آن وجود داشته باشد. از آنها بخواهید که کار دقیقی را انجام دهند.

از حضار کاری را بخواهید که در حیطه قدرت آنهاست. کار را برای مخاطب آسان کنید تا بتواند به درخواست شما جواب دهد. کاری کنید که مخاطب با میل و رغبت درخواست شما را جواب دهد.

بعنوان نتیجه‌گیری در سخنرانی مثلاً از مخاطبان بخواهید که در سه جمله آنچه را که از این سمینار یاد گرفته‌اند را برای نفر کناری خود، بیان کنند.

3) بیان نقل قول از بزرگان بعنوان نتیجه‌گیری در سخنرانی

نقل‌قولی که مربوط به یکی از بزرگان درزمینه تخصصی شما باشد و متناسب با ساختار سخنرانی شما باشد، می‌تواند خاتمه خوبی برای سخنرانی باشد.

البته از نقل قول مربوط به شاعران و دیگر افراد معتبر هم می توان استفاده کرد که مرتبط به موضوع سخنرانی شما باشد .

۴- دعوت به یک اقدام مشخص

در انتهای سخنرانی های خود باید بتوانید کاری را به مخاطبان خود پیشنهاد دهید تا انجام دهند. هنگامی که کاری را به مخاطبان خود می دهید تا اجرا کنند، مطمئنا صحبت های شما بخوبی در ذهن آن ها میخکوب می شود.

این دعوت به اقدام واضح می تواند، ارسال یک پیامک یا اجرای یک کار در روزی مشخص یا در همان زمان باشد. بعنوان مثال در یک کلاس آموزشی مهارت ارتباطی، می توانید از تمامی افراد درخواست کنید تا با نفر کناری خود در مورد یکی از تکنیک هایی را که در کلاس یاد گرفتند صحبت کنند و آن را اجرا کنند.

در سخنرانی های خود سعی نمایید تا صحبت های خود را بیشتر انسانی کنید و به بعد انسانی مخاطبان خود بسیار ارزش قائل شوید .

۶ فن یک سخنرانی روشن و گیرا

در ادامه توضیح می‌دهیم چگونه باید سخنرانی کنیم و ۶ فن مهم سخنرانی را شرح می‌دهیم. سایمن لنکستر (Simon Lancaster) سخنرانی‌نویس معتقد است سیاستمداران و دیگر شخصیت‌های سیاسی برای بیان ایده‌های خود و ترغیب مردم از ابزارهای بلاغی (Rhetorical Devices) خاصی در سخنرانی‌های خود بهره می‌برند و اکنون زمان آن فرا رسیده که نحوه‌ی استفاده از هر کدام‌شان را فرا بگیریم.

سخنرانی‌نویس بریتانیایی، سایمن لنکستر، معتقد است که رهبری کردن یک زبان اسرارآمیز دارد و این، همانی است که هر کسی می‌تواند آن را بیاموزد. او با فراهم آوردن متن‌هایی برای سخنرانی، اظهارنظر و گفت‌وگو برای سیاستمداران و مدیران عامل بالارترتبه‌ی شرکت‌هایی بین‌المللی مانند نستله (Nestle) و یونیلیور (Unilever) مشغول است.

لنکستر شش عنصر اساسی بلاغت را که برای داشتن صحبتی ترغیب‌کننده ضروری است، با ما به اشتراک می‌گذارد و به ما بیاموزد چگونه سخنرانی کنیم. این ۶ فن سخنرانی عبارتند از:

۱. جملات یا عبارات نفس‌گیر

باراک اوباما در سال ۲۰۰۸ و پس از آن که برای اولین بار به‌عنوان رئیس‌جمهور آمریکا انتخاب شد یک سخنرانی پذیرش افتخار (Acceptance Speech) به‌یادماندنی داشت. او به‌صراحت از

چالش‌هایی که پیش‌روی کشور بود، صحبت کرد: «حتی امشب که داریم جشن می‌گیریم می‌دانیم که چالش‌های فردا، بزرگ‌ترین چالش‌های زندگی ما به‌شمار می‌روند: دو جنگ، یک سیاره‌ی درخطر و بدترین بحران مالی در یک قرن.»

لنکستر از ما می‌خواهد که به قسمت آخر این جمله که از یک فن سخنرانی استفاده شده، توجهی ویژه داشته‌باشیم، یعنی قسمت «دو جنگ، یک سیاره‌ی درخطر، بدترین بحران مالی در یک قرن». بله، این یک کلام استرس‌زاست؛ نه فقط به‌خاطر محتوا، بلکه به‌دلیل نحوه‌ی ارائه‌اش. عباراتی کوتاه و منقطع مانند این با نحوه‌ی صحبت ما در مواقعی که مضطربیم و عجله داریم، تطابق پیدا می‌کنند. این ترفند در انتقال فوری یک مفهوم و یا منظور به مخاطب کمک می‌کند.

2 صحبت کردن با استفاده از سه‌گانه‌ها

فوت‌وفنی دیگر که پشت جمله‌ی «دو جنگ، یک سیاره‌ی درخطر، بدترین بحران مالی در یک قرن» می‌باشد چیست؟ قانون عدد ۳.

انسان‌ها به عدد ۳ عادت دارند. چرا که سخنانی مختلف ذهن و گوش ما را تربیت کرده‌اند؛ مانند «حکومت مردم، برای مردم، توسط مردم» از آبراهام لینکلن، شعارهایی مختلف مانند کاهش، باز مصرف، بازیافت و عناوینی از کتاب‌ها مانند خاطرات الیزابت گیلبرت (Elizabeth Gilbert) در کتاب غذا، دعا، عشق. (Eat, Pray, Love) لنکستر می‌گوید: «استدلال خود را در ۳ها بیان کنید که باعث شود وادارکننده‌تر، ترغیب‌کننده‌تر و باورپذیرتر باشد.

سه گانه‌های تکان دهنده‌ی وینستون چرچیل، نخست‌وزیر بریتانیا، را از نطقی که در پارلمان انگلستان به تاریخ ۴ ژوئن ۱۹۴۰ ایراد کرد به یاد بیاورید: «ما در سواحل خواهیم جنگید، ما در زمین‌ها خواهیم جنگید، ما در مزارع و خیابان‌ها خواهیم جنگید.» او علاوه بر قانون عدد ۳ با تکرار بند آغازین، توانی دوچندان به بلاغت در سخن خود داد.

به نظر لنکستر: «وقتی درباره اتفاقات احساساتی می‌شویم دیدگاه‌مان منحرف و سپس، این در گفتارمان نمایان می‌شود. پس این ندای حقیقی شور و اشتیاق است.» انجام این کار می‌تواند مخاطب را جذب اشتیاق گوینده کند. در ادامه به نکات دیگر سخنرانی می‌پردازیم تا یاد بگیریم چگونه سخنرانی کنیم.

3. اظهارات برابر

«نپرسید که کشورتان برای شما چه کاری می‌کند، بپرسید که خودتان برای کشورتان چه کاری می‌کنید.» این یک خط از سخنرانی تحلیف الهام‌بخش رئیس‌جمهور جان اف. کندی (John F. Kennedy) در سال ۱۹۶۱ است. این سخن در طول تاریخ ماندگار شد. چرا؟ لنکستر دلیلش را ترکیب برابر (Balanced Construction) که یک فن سخنرانی است، می‌داند. «اگر به نظر برسد که جمله متعادل است، تصور ما بر این است که اندیشه‌ی نهفته در آن متعادل است و مغز ما طوری تنظیم شده تا چیزهای متعادل (برابر) را بپسندد.»

گروه‌بندی عبارات برابر در سه جمله‌ای که در ادامه می‌آید، تأثیرشان را دوچندان می‌کند:

«ما به آینده نگاه می‌کنیم، نه به گذشته.»

ما با هم کار می‌کنیم، نه علیه هم.

ما به کارهایی که می‌توانیم انجام دهیم می‌اندیشیم، نه به کارهایی که نمی‌توانیم.»

4. استعاره

به گفته‌ی لنکستر، مردم به‌طور میانگین در هر ۱۶ کلمه از یک استعاره استفاده می‌کنند. او اظهار می‌کند که «احتمالاً استعاره قوی‌ترین مهره در ارتباطات سیاسی است.»

استعاره‌ها سرشار از زبان مجاز هستند و احساسات آنی افراد را برمی‌انگیزند. به همین دلیل سیاستمداران آن‌ها را می‌پسندند و از آن استفاده می‌کنند. گه‌گاه سیاستمداران می‌توانند آن‌ها را برای رهنمون ساختن ما به سمت یک آرمان یا آرزو به کار گیرند. مثلاً، رونالد ریگان (Ronald Reagan) رئیس‌جمهور ایالات متحده در نطق خداحافظی‌اش، با احترام به جان وینثروپ (John Winthrop)، از آمریکا با عنوان «شهری درخشان بر فراز بلندی» یاد کرد. این جمله رونوشتی از پایان سخنرانی یا رساله‌ی جان وینثروپ پیوریتنی در ۲۱ مارس ۱۶۳۰ است. و اشاره به این نکته دارد که آمریکا کشوری استثنایی و برای جهانیان مانند فانوس امید است.

باین‌حال، اغلب از این فن سخنرانی برای دغل‌کاری، تحریک و بدنام کردن استفاده می‌شود. سیاستمداران و سخنگویان می‌توانستند محل اردو زدن پناهندگان در شهر کاله‌ی فرانسه بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۶ را «اردوگاه پناهندگان» یا «محل استقرار پناهندگان» بنامند. آن‌ها

درعوض از واژه‌ی «جنگل» استفاده کردند که علاوه بر معنای لغوی، دارای بار احساسی جانبی نیز هست. لنکستر می‌گوید که «این واژه این ایده را در ذهن شما می‌کارد که باید از مهاجران مانند حیوانات وحشی ترسید، که آن‌ها خطرناک‌اند، که آن‌ها برای شما تهدید به حساب می‌آیند. این یک استعاره‌ی بسیار خطرناک به‌شمار می‌رود، زیرا زبانِ نسل‌کشی سازمان‌یافته است؛ زبان نفرت است.» متأسفانه رسانه‌های خبری عبارت «جنگل شهر کاله» را انتخاب و از آن به‌عنوان شناساگری کوتاه‌شده برای اردوگاه استفاده کردند. به‌بیانی دیگر، دامنه‌ی این استعاره را گسترش دادند

5. اغراق

اغراق پنجمین فن سخنرانی است که در این مطلب بررسی می‌کنیم. سیاست‌مداران و رهبران از این فن سخنرانی استفاده می‌کنند و چیزهایی می‌گویند مانند «تمام عمر صبر کرده‌ام تا این کلمات را به زبان آورم» یا «با دل‌وجان برای رسیدن به این تلاش می‌کنم». اما این گفته‌ها حقیقتاً اغراق‌آمیزند، با این حال چون قابل‌قبول هستند و حتی از آن‌ها استقبال می‌شود، پژواکی از نحوه‌ی صحبت کردن ما به‌شمار می‌روند. در ادامه به آخرین ترفند می‌پردازیم تا یاد بگیریم چگونه سخنرانی کنیم.

6. قافیه‌سازی

قافیه‌سازی نیز یک فن دیگر است. از کودکی مفاهیم مختلف به کمک قافیه‌ها به ما آموخته می‌شد، مانند «کبوتر با کبوتر باز با باز/ کند همجنس با همجنس پرواز» یا «از ماست که بر ماست». با خوش‌آهنگی‌ای که دارند یک خوراک اطلاعاتی دلپذیر محسوب می‌شوند و مانند آن موسیقی که سر زبان آدم می‌ماند در حافظه حک می‌شوند.

شاید این قافیه‌سازی‌ها مضحک به نظر برسند، اما اگر در زمان درست به کار روند، قادرند که مؤثر واقع شوند. لنکستر می‌گوید جذابیت قافیه‌سازی به همان «چیزی بستگی دارد که زبان‌شناسان از آن به‌عنوان پردازش شیوایی زبان (Processing Fluency of Language) یاد می‌کنند.» همچنین بیان می‌کند: «اگر با استفاده از کلمات و جملات طولانی صحبت کنید مثل این است که به کسی تکه‌ای گوشت بدهید و از او بخواهید که آن را ببلعد. درحالی‌که اگر با آن‌ها مختصر و مفید، مثلاً با قافیه، صحبت کنید مثل این می‌ماند که از آن‌ها بخواهید مقداری آب پرتقال بنوشند.»

لنکستر معتقد است که این ۶ فن سخنرانی می‌توانند به ما کمک کنند تا با ذهن‌گریزی، احساسی و منطقی افراد مستقیماً صحبت کنیم. فنون سخنرانی بسیار مؤثرند. نیازی نیست که در معرض دید عموم باشیم تا با این روش‌ها نفوذ یا کلماتمان را در اذهان مردم ثبت کنیم. حتی اگر این‌ها را هرگز در زندگی خود به کار نگیریم، شناخت‌شان برای ما مهم است. سیاستمداران، کلاه‌برداران

و تبلیغ‌کنندگان از فن سخنرانی برای به‌دست آوردن رأی، انتشار نظرات یا فروش محصولاتی استفاده می‌کنند که مردم به آن‌ها نیاز ندارند.

اهمیت و نقش سخنرانی و سخنوری در روابط عمومی

در بسیاری از مشاغل گفت و گوی مستقیم و غیرمستقیم با دیگران یک اصل مهم و حیاتی است که بدون آن نمی‌توان کاری از پیش برد. کلمات و جملات تعیین‌کننده و تبیین‌کننده اندیشه و اهداف ما هستند. هر جمله و یا حتی کلمه، مانند یک ابزار برای ما ایفای نقش می‌کند. مهم این است بدانیم که چگونه و چه موقع و کجا از این ابزار عالی است، استفاده کنیم. اما اگر این ابزار نابجا به کار برده شود نه تنها سودی نخواهد داشت، بلکه به موقعیت ما آسیب خواهد رساند.

روابط عمومی (Public relations) پل ارتباطی بین مخاطب و سازمان است. در واقع روابط عمومی به دنبال برقراری ارتباط موثر، هدفمند و بلندمدت با گروه‌های مخاطب است. یکی از فنونی که در روابط عمومی به کار گرفته می‌شود، سخنرانی است. سخنرانی، ابزاری است که می‌توان با استفاده از آن در مدتی کوتاه پیامی را به عده‌ای زیاد ارائه داد. این فن در برگزاری مراسم مختلف، آموزش و اطلاع‌رسانی به کارگرفته می‌شود و نوعی اطلاع‌رسانی حضوری و چهره‌به‌چهره به شمار می‌رود و اگر سخنران بتواند سخنان پرمحتوایی را با مهارت لازم به شنوندگان ارائه دهد، اثر گذاری و جریان ارتباط و اطلاع‌رسانی به مراتب بیشتر خواهد شد.

شرح وظایف روابط عمومی

ارتباط با بنگاه‌های خبری و خبرگزاری‌ها، سخن پراکنی، انجام امور عام المنفعه، لابی کردن و رایزنی با نمایندگان دولت و مجلس و همچنین برندسازی و ایجاد تصویر ذهنی مثبت در نزد مخاطب نسبت به سازمان (اصل خوشنامی سازمان) از اهم وظایف روابط عمومی است. لذا با توجه به اینکه وجود یک مجموعه و یا شرکت وابسته به ارتباط است مدیران معمولاً بیشتر وقت خود را در صرف برقراری ارتباط با مشتریان می‌کند، پس برای ایجاد هماهنگی بین مردم و سازمان به یک روابط عمومی کارآمد و موثر نیاز می‌باشد.

ابزارهای مورد استفاده روابط عمومی

برگزاری سخنرانی‌ها، همایش‌ها، مراسم، رویدادها و وقایع خاص، اخبار و مصاحبه و مدیریت پوشش خبری، وب سایت، گزارش‌های مکتوب و مقالات علمی و شبکه‌های مجازی تحت وب، مهمترین ابزار روابط عمومی برای انجام شرح وظایف مربوط است. روابط عمومی‌ها برای اینکه از فن سخنرانی در بهترین شکل ممکن بهره‌برداری کنند، می‌توانند به ایجاد دفتر سخنرانان یا سخنگویان اقدام کنند.

در این دفتر، مسئولان و کارشناسانی که استعداد لازم را برای ایراد سخنرانی دارند، تحت آموزش قرار می‌گیرند و آن دسته از کارشناسانی که صرفاً می‌توانند مسئولیت نوشتن متون سخنرانی راعهده دار شوند، مشغول به کار می‌شوند.

دفتر سخنرانان باید با استفاده از مطالعات بخش افکار سنجی روابط عمومی در تهیه متون سخنرانی، نیازهای افکار عمومی را سرلوحه معیارهای تهیه متن سخنرانی قرار دهد و در نوشتن مطلب به دو رکن زبان ارتباطی، یعنی ساده نویسی و کوتاه نویسی توجه کافی داشته باشد.

چرا سخنرانی در روابط عمومی مغفول مانده است؟

ترس از سخن گفتن در یک جمع رسمی در پشت تریبون و میکروفن در میان اکثر افراد از جمله در کارکنان روابط عمومی وجود دارد. این ترس موجب شده از این ابزار مهم کمتر استفاده شود. توانایی برقراری ارتباط با مردم و صحبت کردن اگرچه تا اندکی در وجود همه انسان ها هست، اما برای هرکاری بایستی آموزش های خاص خود را دریافت کنیم تا بتوانیم در فعالیت های کاری موفق باشیم.

سخن گفتن، هم یک مهارت عمومی است و هم یک تکنیک تخصصی، خوب سخن گفتن یک هنر و مهارت است که می توان آن را یاد گرفت. هیچ سخنران بزرگ از بدو تولد سخنران نبوده و تنها و تنها با تمرین روش های سخن گفتن، پیشرفت کرده و به جایگاه خوبی رسیده است. کارکنان روابط عمومی باید بدون داشتن ترس و هرگونه افکار منفی، با یادگیری و تمرین برای رسیدن به مهارت سخنگویی تلاش کنند.

همه انسان های سالم پتانسیل سخنران شدن را دارند. همان طور که در زندگی روزمره مان با اعضای خانواده، دوستان، همکاران، همکلاسی ها به راحتی صحبت می کنیم، پس در فضایی حرفه ای مثل روابط عمومی هم می توان سخن گفت و افکار خود را در اختیار دیگران گذاشت.

دلیل کارنگی که از او به عنوان پدر فن سخنرانی نوین یاد می شود در کتاب آیین سخنرانی خود بارها به این نکته اشاره داشته که هر انسانی در ابتدای سخنرانی خود دچار استرس و دستپاچگی می شود که طبیعی است. حتی بهترین ها هم روز اول سخنرانی را بسیار سخت گذراندند ولی به مرور به کیفیت کار آن ها افزوده شد.

مزیت های سخنرانی در روابط عمومی

هنر برقراری ارتباط موثر، مهمترین مهارتی است که کارکنان روابط عمومی به آن احتیاج دارند. ارتباط کلامی موثرترین نوع ارتباط موثر است. از طرفی سخنرانی عالی ترین نوع ارتباط کلامی است. کسی که در سخنرانی و فن بیان صاحب مهارت است در سایر ارتباطات کلامی نظیر مناظره، مباحثه و گفتگو هم صاحب توانمندی است. از این رو کسانی که در بخش روابط عمومی سازمان ها مشغول به کار هستند به دلیل ماهیت کارشان، حتما باید آموزش فن بیان و سخنرانی را به صورت حرفه ای و تخصصی ببینند. قطعاً داشتن مدرک فن بیان و سخنرانی و مهارت و تخصص در این امر می تواند هر کارمندی را به گزینه اول مدیران برای مدیریت روابط عمومی سازمان و یا کار در این قسمت تبدیل کند.

- 1 - سخنرانی یک از مهمترین ابزارهای است که کارکنان روابط عمومی برای انجام وظیفه خود در اختیار دارند.
- 2- سخنرانی در راستای ارتباط کلامی است و مکمل خوبی برای ارتباطات دیگر از جمله ارتباطات مکتوب، مانند مقاله ها و گزارش های خبری هم محسوب می شود.
- 3- روابط عمومی هم به دنبال برقراری ارتباط بلند مدت و هم ارتباط در لحظه با مخاطب است و سخنرانی بهترین ابزار برای تاثیرگذاری بر مخاطب در لحظه است.
- 4- روابط عمومی، پل ارتباطی است که دوسویه است. از یک طرف مدیران سازمان و منافع مادی سازمان قرار دارد و طرف دیگر مشتریان. وظیفه روابط عمومی ایجاد توازن در علایق و منافع مادی و معنوی هر دو طرف است. سخنرانی در این پل ارتباطی یک ارتباط بدون واسطه و چهره به چهره است که عواطف و احساسات مخاطب را هم می تواند برانگیخته کند و حس تعلق به سازمان را تقویت کند.
- 5- سخنوری فن یا هنری است که به وسیله آن می توان شنونده را اقناع و بر منظور خویش آشنا و ترغیب کرد و این فن کاربرد فراوانی در روابط عمومی دارد. از این فن می توان در بازدیدها، سمینارها، گردهمایی ها، جلسات مختلف، ارتباطات درون سازمانی و برون سازمانی و دیگر موارد بهره گرفت.
- 6- از مهم ترین عواملی که در آینده هر سازمان، موسسه و یا افراد اهمیت اساسی دارد و آن را در رسیدن به اهداف یاری می کند چگونگی رابطه آنها با افراد و سازمان هایی است که با آن ها

ارتباط دارند است و هر قدر این ارتباط مستمر و مفید باشد به همان اندازه آن گروه و یا سازمان در رسیدن به اهداف خود موفق تر خواهد بود. پس شناخت افکار عمومی و نفوذ در آن برای جلب رضایت افکار عمومی نسبت به سازمان است که هم در درون سازمان و هم در بیرون از سازمان دنبال می شود.

معمولا این وظایف به عنوان مجموعه از فعالیت های ارتباطی صورت می گیرد که می تواند آنها را تحت عنوان: سخنرانی - امور فرهنگی و نمایشگاه ها - انتشارات - سنجش افکار و پژوهش و برنامه ریزی دسته بندی کرد.

7- روابط عمومی زمانی می تواند نقش راهبردی خود را در سازمان ایفا کند که در تشکیلات و سازمان جایگاه مناسبی داشته باشد. مهارت در سخنرانی خصوصا از سوی مدیر روابط عمومی به تقویت جایگاه روابط عمومی در سازمان و تاثیر آن در تصمیم سازی ها کمک شایانی می کند. البته در بیشتر سازمان ها روابط عمومی در چارت سازمانی به طور مستقیم زیر نظر مدیر عامل سازمان قرار دارد که این موضوع اهمیت روابط عمومی را نشان می دهد ولی همه چیز به کیفیت بستگی دارد، لذا فقط یک مدیر روابط عمومی توانمند می تواند به عنوان یک عضو راهبردی در سازمان فعالیت کند.

عکس العمل و حرکات بدن، بسیار گویاتر از واژه هاست. پس چطور می توانیم

در استفاده از زبان بدن موفق عمل نماییم؟

در هنگام سخنرانی به طور همزمان از دو طریق مختلف گفتگو را پیش می بریم. یکی از

طریق زبان گفتاری و دیگری بوسیله زبان بدن (زبان غیر کلامی). حال اگر این دو

وسیله، با هماهنگی کامل مورد استفاده قرار گیرند می توانند مکمل یکدیگر باشند. اما

اگر این دو شیوه با هم همخوانی نداشته باشند هرچقدر هم که از کلمات خوب استفاده

کنید بازهم به نتیجه مطلوبی نخواهید رسید.

زبان بدن، مفهوم اصلی را منتقل می کند.

گرچه کلمات خیلی اهمیت دارند اما زبان بدن کار انتقال مفاهیم را به عهده دارد.

مفهومی که شما می خواهید منتقل کنید به میزان اعتبار شما به عنوان یک

گوینده بستگی دارد. این اعتبار به میزان علاقمندی شما به مخاطب، ارتباطات با

نیازهای او و چگونگی احساسی که نسبت به خود دارید برمی گردد.

تصور کنید فردی می خواهد محصول شرکت خود را تبلیغ کند در حالیکه به جلو خم

شده زیر لب من من کنان می گوید: شرکت ما در صنعت پیشتاز است. اما آیا به نظر شما

کسی حرفهای او را باور می کند؟ مسلماً نه. پس حالت ها و طرز ایستادن و ادای کلمات

او بر مخاطب تأثیر فراوانی دارد.

زبان بدن فقط محدود به دستها نمی شود.

بعضی ها گمان می کنند زبان بدن یعنی چگونگی استفاده از دستها. گرچه دستها در این میان اهمیت خیلی زیادی دارند اما زبان بدن شامل هر چیزی به جز واژه ها می شود.

به همه قسمتهای بدنتان که به شما در انتقال مفاهیم کمک می کنند توجه داشته باشید . این بخش ها عبارتند از: صدا، چشمها، دستها، پاها و احساس.

• صدا: سخن گفتن با لحنی یکنواخت به انتقال پیام آسیب می رساند و شنونده را دلزده می کند.

شما می توانید با تغییر در لحن و آهنگ صدای خود مخاطب را مشتاق و پیگیر نگهدارید. با تغییر در صدای خود، شنونده را به تحرک وادارید. با آرام کردن لحن خود طرف مقابل را آرام کنید. لحظه ای مکث کنید تا شنونده مشتاق شنیدن جمله بعدی گردد و مطلب را به خوبی دریافت کند. زیروهم کردن صدا نیز نقش مهمی در پرنشاط کردن سخنرانی ایفا می کند.

آموختن و تمرین تکنیک های مختلف صوتی، ممکن است کار زمانبری باشد اما نتایج شگرفی به دنبال خواهد داشت. برای پی بردن به تأثیرات آن می توانید نمایش های رادیویی قوی و تأثیرگذار را به خاطر بیاورید.

• چشمها: به غیر از لحن سخن گفتن ، چشم های شما نیز نقش بسیار مؤثری در برقراری ارتباط با مخاطب ایفا می کنند.

سعی کنید نگاه مستقیم به مخاطب را تمرین نمایید ، چشم در چشم. تلاش کنید تا با تک تک مخاطبان حاضر در محل سخنرانی ارتباط بصری برقرار نمایید. وقتی به کسی چشم می دوزید علیرغم وجود فاصله می توانید با او ارتباط برقرار کنید. در مکان های کوچک می توانید تک تک افراد را از نظر بگذرانید. در فضاهای بزرگتر نیز افرادی که در جاهای مختلف نشسته اند را به دسته های چندتایی تقسیم و به آنها نگاه کنید.

• دستها: بعضی از افراد واقعا بوسیله دستهایشان حرف می زنند. شما باید احساسات را هرطور که راحتید بیان کنید. اما باید این کار را هوشمندانه انجام دهید. به خاطر داشته باشید که هر حرکتی در جلب توجه مخاطب مؤثر است.

وقتی دستهایتان را تکان می دهید باید همراه با انگیزه و هدف باشد. دستهایتان را به گونه ای حرکت دهید که قابل مشاهده باشد و در ضمن حرکت دستها مناسب با سخنرانی باشد. اگر روی سن هستید و با مخاطب فاصله دارید باید حرکت دستها بیشتر و در فضای بزرگتری انجام شود.

• پاها: سعی کنید یاد بگیرید که در یک نقطه ثابت بایستید اما توجه داشته باشید که نباید خشکتان بزند.

{ ناهید خوشنویس } { به نام حق } { اصول سخنوری }

برای بیان یک مطلب در یک نقطه بمانید . وقتی آن مطلب به پایان رسید حرکت کنید و به نقطه دیگر بروید و سپس مطلب بعدی را با استقرار در آن نقطه بیان نمایید. این کار نشانگر حس اعتماد به نفس شماست. سعی کنید در حرکات خود محکم، باثبات و متعادل باشید.

محیط سخنرانی ، محدوده حرکات شما را تعیین می کند. اگر بر روی یک سن بزرگ سخنرانی می کنید می توانید آزادانه به چپ و راست یا بالا و پایین حرکت داشته باشید. یادتان باشد به گونه ای حرکت کنید که در دید مخاطب قرار بگیرید و نور کافی وجود داشته باشد.

• احساس: احساس ، جزء ناپیدای زبان بدن است . این احساس است که سایر اجزای ملموس و پیدا مثل حرکات بدن و... را به هم ارتباط می دهد. در هنگام سخنرانی احساس خود را فعال نگه دارید تا حرکاتتان طبیعی تر باشد.

در حقیقت ، احساس پایه و شالوده اصلی سخنرانی است. احساس است که به سخنان شما قدرت انتقال مفاهیم را می دهد. همین حس به شما این امکان را می دهد که لبخند بزنید و به صدایتان گرما ببخشید.

شنوندگان احساس را دوست دارند و با آن ارتباط برقرار می کنند. احساس ، انرژی مثبت با خود دارد و همین انرژی مثبت است که مخاطب را با شما همراه می کند.

برای ارائه یک سخنرانی مناسب، استفاده درست از همه این اجزا لازم است.

اما اگر از آنها به طرز صحیح استفاده نشود می تواند بر توانایی تان در برقراری ارتباط با

مخاطب تأثیر منفی بگذارد. اگر به چشم مخاطب نگاه نکنید، گمان می کند که از او

گریزانید و اگر با یک لحن ثابت حرف بزنید توجه مخاطب بعد از چند دقیقه از سخنرانی

منحرف خواهد شد. اگر دستانتان را بی هدف تکان دهید شنونده با خود خواهد گفت

:چه اتفاقی برای سخنران افتاده؟ و اگر بی جهت راه بروید، طرف مقابل را سر در گم و گیج

خواهید کرد.

همانگونه که میان شناخت زبان گفتاری و استفاده صحیح از آن، تفاوت زیادی وجود

دارد، میان شناخت اجزای مختلف زبان بدن و کاربرد صحیح این اجزا در یک سخنرانی

ماهرانه نیز فاصله فاحشی به چشم می خورد.

همه اجزای زبان بدن شامل صدا، چشمها، پاها و احساس باید آن قدر مورد تمرین

و تکرار قرار گیرند تا بتوانند با واژه های کلامی، کاملاً هماهنگ شده و ریتمی طبیعی

میان کلام و حرکات برقرار گردد. شما باید ابتدا برای یادگیری این زبان تمرین کنید و

سپس آنها را به صورت مناسب به کار بگیرید.

برای اینکه بتوانید زبان بدنتان را بهتر کنید باید با نوع استفاده از آنها در سخنرانی آشنا

شوید.

{ ناهید خوشنویس }

{ به نام حق }

{ اصول سخنوری }

از خودتان تصویر بگیرید

در طی یک سخنرانی واقعی از خود تصویربرداری کنید. این تنها راه برای مشاهده رفتارهای حقیقتان می باشد.

شاید در ابتدا از دیدن رفتارهای خود شگفت زده شوید. اما بهتر است واقعیت را بپذیرید و برای اصلاح حرکات و واکنش های نامناسب اقدام نمایید.

بر اثر ممارست، زبان بدنانتان حالت طبیعی به خود می گیرد و اشکالات آن بر طرف می شود و همه اجزا باهم هماهنگ خواهد شد.

در این صورت مخاطبین شما، هم از لحاظ شنیداری وهم هیجانی پیام سخنرانی را دریافت خواهند کرد. با استفاده مناسب از زبان بدن، آنها را هم به صورت ظاهری وهم بصورت درونی باخود همراه خواهید کرد. حتی اگر کلامتان نیز ناقص باشد شنونده مفهوم اصلی را دریافت می کند

ابزارهای ارتباط غیر کلامی در گویندگی

گویندگی هم هنر است، هم علم است. هم ساختگی است، هم ریشه در زندگی واقعی انسان دارد. بی هیچ یک از این سه نمی توان گوینده موفق بود. اگر قلباً اعتقاد داریم که

رسانه ما حرفهای ارزشمندی برای گفتن دارد، باید اجرای مان در خور محتوای حرفهایمان باشد. کافی است کمی موضوع را جدی بگیریم.

برخی از ابزارهای ارتباط غیر کلامی در گویندگی:

حرکات بدن

تا به حال به تن افراد غمگین توجه کرده اید؟ شانه ها افتاده و بدن خمیده است.

بدن افرادی که ترسیده اند چگونه است؟ کمی متمایل به عقب؟ تنه افرادی که

احساس قدرت درونی و شادابی دارند چگونه است؟ استوار، متقارن و غیرخمیده با

شانه های آرام و در امتداد یک خط؟ بدن، افرادی که تهاجمی را در ذهن

می پرورند یا لبریز از اشتیاقند نیز کمی به جلو متمایل شده است این طور نیست؟

بی شک تنه انسان یکی از ارکان انتقال عواطف و رکنی مهم برای برقراری ارتباط

غیر کلامی است. اما اینها اصول کلی است. در حرفه گویندگی برای اجرای ارتباط

غیر کلامی مؤثر باید به دو زمینه توجه جدی داشت. اول اینکه چطور احساسات

و افکار درونی و شخص مان را مهار کنیم تا در جریان خواندن خبر تأثیر نگذارد.

همچون گوینده ای که از قبول شدن فرزندش در کنکور شادمان بود و خبر یک فاجعه

را با همان شادی درونی می خواند. مطلب دوم هم آن است که چگونه ژست و حرکت مناسب خبر را در حین خواندن اجرا کنیم. برخی گویندگان در مورد اول یعنی مهار درون خود مشکل دارند. اینها کسانی هستند که مخاطب به روشنی خستگی، غم و شادی شان را متوجه می شود.

برخی دیگر نیز در اجرای رفتار غیر کلامی مناسب حین خبر خواندن دچار سر در گمی و دشواری می شوند. اسم این افراد را گویندگان (معذب) می گذاریم که هرگز تکلیف خودشان را نمی دانند. این افراد دائم به خود می پیچند تا برای تأثیر گذاری بهتر کاری بکنند ولی هر لحظه اوضاع بدتر می شود!! لطفاً طبیعی باشید. خود خودتان باشید. مشکل! خیلی زود حل می شود

دستها

می خواهید از این پس احساس کنید که دستهایتان اعضاء اضافی و پر زحمتی هستند؟ کافی است به آنها توجه کنید. برای مدتی هنگام راه رفتن به حرکت دستهایتان متمرکز شوید. فکر نمی کنید که حرکات دستهایتان بیش از حد زیاد یا بیش از حد کم باشد؟ به جرأت می توان گفت یکی از بدترین آسیبهایی که می توان به یک مجری یا گوینده

تلویزیونی وارد کرد این است که ارتباط او را با دستهایش از حالت طبیعی خارج کنیم. وقتی از گویندگان خواسته شود که دستهای خود را به فلان حالت یا فلان وضعیت در بیاورند، بطور خودکار دستها به صورت اعضایی زاید و پردردسر رفتار خواهند کرد. امروزه برخی از رسانه های تصویری برای پنهان کردن مفاهیم و ارتباطات طبیعی و بسیار پر قدرتی که در (دست) نهفته است، دستهای گوینده هایشان را در کادر قرار نمی دهند. این کار باعث می شود که گوینده احساس راحتی و طبیعی تریبا دستهایش داشته باشد و فقط در هنگام لازم و به صورتی کاملاً طبیعی دستها را حرکت دهد و به تصویر وارد کند در هر حال اگر گوینده ای هستید که دستهایتان در کادر تصویر است، شاید معمولی ترین وضعیت قرار گرفتن دستها در دو طرف کاغذهایتان باشد بدون اینکه آنها مشت کنید. مراقب باشید که انگشتانتان بی جهت حرکت نکند. اگر قلمی در دست دارید دقت کنید که با حرکت دادن ناخودآگاه آن مخاطبان را متوجه علایم اضطرابی درونتان نکنید. این حرکات گاه تند و گاه کند اتفاق می افتد. گاه بی هدف است مثل گرداندن خودکار بین انگشتان و گاه هدفمند است مثل فشار دادن دکمه

شستی خودکار، بازوبسته کردن در خودکار و..

خیلی از مخاطبان احساس خوبی در مورد ژست گویندگانی که وانمود می کنند

چیزی یادداشت می کنند یا کلمه ای را اصلاح می کنند ندارند. به خصوص وقتی

خطایی در خبر خواندن می کنید و ناخودآگاه می خواهید آن خبر را به گردن

کاغذهای بی زبان بیاندازید یا به زبان بی زبانی بگویید که این خطا، کار

نویسندگان خبر بوده است، نه من گوینده. این کارها جلوه مثبتی در خبر ندارد.

یادداشت کردن در میز گردها و گفتگوها مناسب و حتی ضروری است ولی

مخاطب از گوینده خبر توقع ندارد دائم به این کار بپردازد، وضعیت دیگری که در

چند سال اخیر در دستان برخی گویندگان خبر دیده می شود خواندن خبر

با (دستهای آلوده) است.

این وضعیت هنگامی رخ می دهد که گویندگان مچ یا ساعد دست را تکیه گاه

قرار می دهند و دست را در وضعیت نیمه بسته بالا نگه دارند. درست مانند

کسی که دستش کثیف است یا تازه دستش را شسته و مراقب است

به جایی برخورد نکند. در این وضعیت مخاطبان خیلی زود متوجه احتمال

احساس ناراحتی یا دوری درونی گوینده نسبت به متن خبر خواهند شد

حرکات سر، صورت و اجزاء آن

نمی دانم متوجه شده اغید که چند سالی است برخی گویندگان تلویزیون، بویژه در خبر

بی جهت ابروهایشان را بالا و پایین می برند، یا عضلات پیشانی و لبها را شل و سفت

می کنند باید گفت که چهره، اجزاء و عضلات آن دارای قدرت خارق العاده ای در

انتقال پیامهای غیر کلامی هستند ولی این فقط در صورتی اتفاق می افتد که حرکات

و پیامهای یاد شده کاملاً طبیعی و صحیح شکل بگیرند.

هر ابرو بالا انداختنی به معنی توانایی در انتقال و القاء پیام نیست و هر تکان سر نمی

تواند منظور شما را به زور به مخاطب تزریق کند مگر آن که درست استفاده

شده باشد. سعی کنید به تنهایی در خانه جلوی آینه بنشینید و برای خود شکلک در

آورید. حرکات بسیار ظریف چهره تان را کنترل کنید. به یک غم بزرگ فکر کنید و به

دقت به وضعیت عضلات سر و صورت تان نگاه کنید. حالا به یک شادی بزرگ فکر کنید. حالا

پر قدرت ترین احساس درونی تان را تجسم کنید و در آینه به دنبال عناصر بروز آن در

چهره تان بگردید و بعد چهره خود را در مهربان ترین و صمیمانه ترین وضعیت بررسی

نمایید. یقین دارم اگر گوینده ای حد اقل یک بار به قصد بررسی حرکات سر و صورت

خود و بهره گیری در این حرفه حساس به آینه نگاه کرده باشد، دیگر بی جهت ابرو بالا و

پایین نمی اندازد، بلکه هر کار او متضمن مقصودی روشن و هدایت شده است که با

مهارتی حرفه ای و مهار شده اتفاق می افتد. فراموش نکنید که هر بار پس از تمرین در

آینه سعی کنید بدون آینه حالت‌های تجربه شده را تمرین کنید. اگر به طور خصوصی از

گویندگانی که در حرکات چهره موفق هستند سؤال کنید آنها حتماً تجربه خود درباره

داستان جالب بازی در آینه را برایتان شرح خواهند داد

حرکات و حالت‌های چشمها

چشمها جادوی وجود شما هستند. مخاطبان باهوش از چشمانتان خوب می فهمند

که شما قصد دارید مطلبی را به زور به کله شان فرو کنید یا صمیمانه مشغول انتقال

اطلاعات به انها هستید و دوستشان دارید. باز هم برگردید جلوی آینه. به چشمانتان

نگاه کنید، ببینید آیامی توانید بدون آنکه لبها و چهره تان بخندد، با چشمانتان بخندید،

آیا می توانید بدن آنکه غم در عضلات صورت دیده شود، فقط غم را در چشمها

ایجاد کنید. حال به اوج عشق و علاقه تان به مخاطب فکر کنید. ببینید چشمانتان

چگونه می شود. حالا به اوج عشق و علاقه تان به مخاطب فکر کنید. ببینید

چشمانتان چگونه می شود. حالا به شدت از چیزی بترسید و باز چشمهای

خود را در آینه رصد کنید. شاید خواننده ای باشد که این حرفها را جدی نگیرد ولی واقعیت آن است که چشمانتان اسرار درونی شما را به راحتی برملا می کند. ما حق نداریم با بی دقتی خود باعث آسیب به جریان هدایت اطلاعات در رسانه شویم وقتی گوینده ای در درون به شدت از جنگ ترسیده و خبرهای پر قدرت و حساسی را درباره جنگ می خواند، مخاطبان به خوبی از چشمان او این تناقض را کشف می کنند. وقتی گوینده ای در درون شاد است و نمی تواند شادی شخصی اش را در چشمانش مهار کند و خبر فاجعه یا غمی را می خواند، صحنه بسیار ناشیانه ای را برای مخاطب می آفریند. یا گوینده ای که چشمانش غمگین است و عیدی را تبریک می گوید. حساسیت این موضوع به حدی است که برخی رسانه ها به گویندگان خود سفارش می کنند که همیشه چشمانی خنثی داشته باشند. با این حال درستی این کار نیز مورد بحث است. اما فراموش نکنیم که قرار شد ما دو تبحر داشته باشیم یکی توانایی مهار آنچه در درونمان می گذرد و دوم توانایی اجرای آنچه مناسب خبر خواندن و تأثیر گذاری خاص است. گرچه اجرای اولی همواره مقدماتی تر و سخت تر می نماید موضوع دیگر مربوط به حرکات چشمها و حالت‌های خاص چشمهاست.

یک مخاطب زیرک به خوبی از چشمهای شما می فهمد وقتی خبر را به گوینده دیگری پاس می دهید چه احساسی دارید. البته این احساسات همیشه قابل بیان نیستند، ولی قابل درک هستند. همچنین گوینده ای که ظاهراً به شما نگاه می کند و متنی را می خواند ولی حواسش کاملاً پرت است، به روشنی از راه چشمها لو می رود. یک گوینده حرفه ای به خوبی می داند برای اینکه به مخاطب بگوید (من با متنی که می خوانم موافق نیستم) کافی است سرعت و دفعات نگاه کردن خود را به متن خبر بیش از حد افزایش دهد. این شبیه همان کاری است که انسان وقتی دروغ می گوید نیز انجام می دهد، یعنی (اجتناب از ایجاد استمرار در ارتباط چشمی) ضمن اینکه این گوینده با حرکات سریع چشمها بر روی متن با زیرکی پای شخص سوم یعنی نویسنده یا هر فرد فرضی را به رابطه اش با مخاطب باز می کند. برای همین مسائل است که رسانه های حرفه ای جهان امروز به جای اینکه به دنبال شکار ظاهر های آراسته یا حنجره های طلایی در گویندگی بگردند، به دنبال کسانی هستند که در درجه اول حد اکثر همدلی را با رسانه و محتوای آنچه اجرا می کنند داشته باشند و بتوانند بهترین الگوی برقراری ارتباط، القاء

و هدایت اطلاعات را اجرا کنند و کار تیم بزرگ پشت صحنه را بی نتیجه نگذارند

یک گوینده حرفه ای باید بتواند به خوبی حالتها و احساسات هدفمندی را در چشم های خود جلوه گر کند. همان طور که یک فرد معمولاً از چشمان مخاطبش چیزهایی را درک می کند مخاطبان گویندگان هم قدرت درک چشمان آنها را دارند

یکی دیگر از عرصه های مهم مهارت در هدایت چشم ها، گفتگوهای خبری فیه خصوص گفتگوهای داخل استودیویی است. اگر در چنین گفتگوهایی شما قصد دارید با مصاحبه شونده خود از روش بحث و جدل استفاده کنید یا موضوعی را کشف یا اثبات کنید، اهمیت نگاه شما چند برابر می شود. دقت داشته باشید که مصاحبه شونده گان حرفه ای از روشهای مختلف برای کشف روحيات و میزان انعطاف شما استفاده می کنند. در این مواقع حتماً از الگوی نگاه کردن جدی و حرفه ای استفاده کنید.

این الگوی زمانی است که شما مثلی فرضی بین دو چشم و نقطه وسط پیشانی مخاطب در نظر می گیرید و به آن نگاه می کنید

حال اگر قصد دارید کمی دستپاچگی نیز برای مخاطبتان ایجاد کنید، عمده نگاهتان را روی خط بینی و وسط دو چشم متمرکز کنید. توجه داشته باشید هر چه دامنه نگاه به

سمت پایین صورت حرکت کند از تباطاتان به سمت غیر جدی بودن و کشش های
دوستانه و عاطفی سوق نی یابد. این سبک از چهره شناسی کاربردی موضوع
علمی بسیار وسیع و عمیق است که امروزه نه فقط در رسانه ها بلکه در
نشست های سطح بالای سیاسی نیز از آن بهره گرفته می شود. کشورهایی که
دسترسی علمی به این بخش از دانش روانشناسی ارتباط پیدا کرده اند- و البته آن
را به راحتی در اختیار سایرین نیز قرار نمی دهند- گاهی به همراه سران خود چنین
متخصصانی را به جلسات می فرستند. این متخصص به خوبی می تواند از مجموعه
رفتارها، حرکات و کنش ها و واکنش های... طرف مقابل حدس بزند که آنها چقدر
در مواضع خود استحکام یا قابلیت انعطاف دارند و البته نوع پیشرفته تر آن،
این است که تک تک مسئولان در معرض چنین آموزشهایی قرار بگیرند

سکوت

سکوت به خودی خود یعنی نبودن کلمه- کافی است سکوت را به عنوان یک عنصر
ارتباطی بپذیریم. آن وقت به راحتی می توان آن را در طبقه ارتباطات غیر کلامی قرار
داد اما این بار دیگر نمی توان سکوت را فقط علامت رضایت دانست! گوینده خوب باید

بدانکه سکوت‌هایش معانی بسیار مختلف و متعددی دارد. لطفاً دقت کنید و از شم

زبانی خود کمک بگیرید سعی کنید انواع سکوت را از هم تشخیص دهید. سکوت

به معنی مخالفت، سکوت به معنی ناتوانی و وجود اشکال در کار، سکوت به معنی

خشم، سکوت به معنی حواس پرتی و...

برای این کار به گفتار سایرین به دقت گوش کنید. یک راه خوب برای یادگیری درست

حرف زدن، گوش دادن به گفتار دیگران است، چه درست حرف بزنید و چه نادرست.

سپس از لابلای گفتارشان سکوت‌ها را شناسایی کنید و معنی آن را بفهمید.

با خوی بیاندیشید که چقدر در اجرا و هدایت سکوت در گفتار خود موفق هستید

تأکید لحن و آهنگ گفتار

ممکن است در وهله اول برخی از شما گمان کنید که تأکید، لحن و آهنگ گفتار یک

ویژگی کلامی است، ولی اصلاً این طور نیست. تقریباً همه منابع بدون شبه این

ویژگی‌ها را غیر کلامی می‌دانند. علت آن است که تکیه و لحن و آهنگ عین کلمه

نیست بلکه به کلمه اضافه می‌شود. واژه (سلام) را در نظر بگیرید. سعی کنید

این کلمه را با حالت‌های مختلف عاطفی و در موقعیت‌های مختلف بیان کنید.

تکیه و لحن و آهنگ گفتارتان در شرایط مختلف با هم فرق ندارد؟ در واقع این

مختصات که ما از آنها به عنوان جزیی از ارتباط غیر کلامی نام بردیم از نظر

قرار می گیرد (Suprasegmental) زبانشناسی در مقوله ویژگی های زبر زنجیری زبان

هر روزه شاهد دهها مورد خطای گویندگان خبر رادیو و تلویزیون هستیم که بر اثر تأکید

نادرست یا لحن گفتار نامناسب رخ می دهد

اما در رسانه برخی گویندگان، حایز شرایط یادشده نیستند. در واقع آنها نقشی بجز

یک ماشین سخنگو را بازی نمی کنند. گویندگان مورد بحث، و البته نه همه گویندگان

، هیچگونه صمیمیتی با کلمات و سایر اجزاء زبان ندارند. گوششان به آواها حساس

نیست و دائم در ایجاد پیوند صحیح بین واژه ها دچار خطا می شوند. حساسیت

این موضوع در رادیو و زمانی که در تلویزیون چهره گوینده دیده نمی شود، بیشتر است

به قدری قدرت تغییر معنی ناشی از عدم مهارت در تکیه و لحن و آهنگ مخرب است

که باید آن را در سر فصل اهمیت جذب گویندگان رسانه قرار داد که البته این کار در

بیشتر رسانه های دنیا رخ داده است. آنها از طریق تستهای استاندارد و علمی

گوینده جذب می کنند

گوش، حس و دلخواسته افرادی خاص

حال اگر شما گوینده هستید، بسیاری از اوقات شعر خواندن می تواند راه حلی برای رفع

این درد باشد. سعی کنید معنی اشعار را بفهمید و تمرین کنید که تکیه و آهنگ گفتار

تان چگونه

باید باشد. دقت کنید که در کجای کلمه و جمله باید تکیه کنید تا معنی درست تر از آب

در بیاید و..

معمولاً گویندگانی که به جای فکر کردن به القای صحیح خبر به دنبال ایفای نمایش ویژه

خود هستند و ذهنشان به جای آنکه به دنبال محتوا باشد در پی ساختن یک نقش

مصنوعی است بیشترین میزان خطا را در تکیه و لحن و آهنگ گفتار پیدا می کنند.

بی پرده بگوییم آنها اصلاً نمی فهمند که چه می خوانند و طوطی وار کلمات پشت

سر هم قطار می کنند. به همین علت است که گاه مرتکب خطاهایی می شوند

که هر اهل زبانی تعجب می کند. علت آن است که آنها فقط می خوانند. ارتباط

برقرار نمی کنند

چند راه حل برای رفع مشکلات:

گفتیم که برخی گویندگان در ادراک معانی مشکل دارند یا ساختهای دستور زبانی رانمی شناسند یا در اجرای صحیح تکیه و لحن و آهنگ گفتار ضعیف هستند. در سراسر دنیامعیارهایی برای جذب گوینده در رسانه ها وجود دارد و هیچ یک از این معیارها بر اساس اشخاص تعریف نمی شود. شاخص و درجه دارد و با اندازه گیری علمی به اثبات می رسد است (Linguistic Intuition) یکی از این شاخص ها شم زبانی است (شم زبانی) یک ویژگی درونی فرد برای ادراک و بکارگیری صحیح و مؤثر زبان است هر چه نمره شم زبانی فردی بالاتر باشد، او پس از آموزش درست، گوینده تر خواهد بود. اما این شم زبانی واقعاً چیست؟ صریح بگوییم، اصلاً چیزی نیست که بتوان آن را خریداری کرد. هرگز یک شبه بر کسی الهام نمی شود و به هیچ وجه از فردی به فرد دیگر قابل بخشیدن یا عاریه دادن نیست. با تحصیلات هم، ارتباط دارد و ندارد. بسیاری از تحصیل کرده ها شم زبانی ضعیفی دارند و گاهی افرادی با تحصیلات پایین شم زبانی بسیار بالایی دارند. اما قاعدتاً یک آدمی که سالها، اهل کتاب و دفتر و کلاس و مشق و

خبر بوده باید شم زبانی قوی تری داشته باشد به زبان بسیار ساده شم زبانی
باز می گردد به این که فرد از دوران کودکی چقدر با زبان شفاهی و مکتوب
دست و پنجه نرم کرده است. این شاخص بسیار مهمی برای انتخاب گوینده است
و البته سؤال کننده نیز باید خود اهل فن باشد محکم بودن پایه های زبانی فرد ربطی
به این ندارد که الان چقدر مطالعه می کند، دانشجو است یا خیر و یا نفر چندم
کنکور شده است. البته اینها هم در سطوح دیگری ملاک های مهمی به شمار
می رود ولی اصل آن است که وی در کودکی چقدر مطالعه کرده است، چقدر قصه خوانده
چقدر شعر خوانده، چقدر داستان شنیده و ذهن زبانی او چقدر با ظرافت های القاء معنی
آشناست. یک فرد می تواند در بسیاری از مهارت های خوب باشد ولی در پیچیدگی های
زبانی توانایی نداشته باشد. می تواند مهندس عالی مرتبه ای باشد ولی اصلاً از
هنر ارتباط بهره ای نبرده باشد. برای یک رسانه ضعف بسیار بزرگی است که تنها
ملاک گوینده هایش قیافه و صدا باشد. آن هم فقط صدای پایه ای که در حنجره
تولید می شود

مطلب دیگر اینکه گویندگان باید دائماً در جریانهای زبانی فعالیت کنند. مرتب مطالعه کنند. نه فقط روزنامه و زبان کلیشه ای آن را بخوانند؛ بلکه رمان، شعر و متون مختلف را در برنامه روزانه مطالعاتی خود قرار دهند

موضوع بعدی آن است که گویندگان باید بنویسند. اصولاً گوینده خوب کسی است که دست به قلم باشد. به شکل مقدماتی گویندگان باید برای خود و سایرین متون مختلفی را نگارش کنند. اما به صورت حرفه ای باید خبر بنویسد. سعی کنید در محیط کار خود گوینده ای را پیدا کنید که کار دبیر بهم می کند. آیا او به طور نسبی توانایی متفاوتی ندارد؟ این توانایی به هیچ وجه جادویی یا تصادفی کسب نشده است. گویندگانی که دست بر قلم هم دارند، مهارتهای زبانی خود را به طرز گسترده ای عمق می بخشند. همین امر باعث شد تا دهها سال پیش اروپاییان تصمیم گرفتند و گویندگی صرف را از بساط رسانه برچیدند و امروزه تقریباً همه گویندگان آنها متونی را می خوانند که خود نوشته اند یا در نوشتن آنها مشارکت داشته اند. مسئله دیگری که گویندگان خبر به طور جدی باید به آن توجه کنند شنیدن دایمی صدای خود و توجه به اصلاح مشکلات گویندگی شان است.

این کار عموماً با دو روش صورت می گیرد: یکی شنیدن صدا هنگامی که مشغول

انجام گویندگی به صورت حرفه ای هستید. در این زمان دستگاه شنوایی

ما کمک می کند تا اشکالات بیانی خود را بیابید و اصلاح کنید به این کار اما

بسیاری از ظرایف (Auditory Feed Back) پس خوراند یا باز خورد شنیداری می

گویند

ارتباطی چه در سطح کلامی و چه در سطح غیر کلامی این گونه قابل کشف نیستند

دیگر اینکه همه گویندگان بدون استثناء باید نوارهای ضبط شده خود را بشنوند.

در واقع این کار باید به عنوان یک وظیفه شغلی در بیاید که گویندگان پس از اجرا

به باز خورد مطمئنی از اجرای خود دست یابند. این اصلاً کافی نیست که فقط

یک بخش ناظر یا بازرسی اجرای گوینده ها را. نظارت کند. علاوه بر آنها خود گویندگان

باید سعی کنند تا نقاط ضعف خود را ببینند و بشنوند حرکات و صداهای اضافی

خود را شناسایی و تأمل کنند که فلان خبر را اگر چطور می خواندند موفق تر بودند

موضوع آخر نیز بحث همیشه مظلوم آموزش است. با کمال تأسف گاهی ما هر چه

سن مان بالا تر می رود به جای آنکه دلبستگی و کشش مان به موضوع آموزش

بیشتر شود، گمان می کنیم که دیگر هیچ نیازی به آموزش نداریم. در حرفه گویندگی

آموزش یکی از اساسی ترین بخشهاست استمرار این آموزش نیز بسیار ضرورت

دارد، گر چه ممکن است شکل آموزش بسته به سطح و تجربه گویندگان متفاوت

باشد. واحد های آموزشی رسانه ها موظف هستند با برنامه ریزی دقیق و اجرای

دوره ها و کارگاه های آموزشی اقناع کننده در ارتقاء سطح گویندگان خود تلاش کنند

در پایان باز هم تأکید می کنیم که گویندگی خبر در رادیو و تلویزیون یک (اجرا) است

نمایشی کاملاً طبیعی

همچون نمایش زندگی که ساختگی نیست و به جان و دل مخاطبان می نشیند،

نمایش گویندگی نیز باید واقعاً طبیعی و از جان و دل (اجرا) شود. بهترین درجه سنجش

این موضوع میزان تأثیر پایدار بر مخاطب است

گویندگی هم هنر است، هم علم است. هم ساختگی است، هم ریشه در زندگی واقعی

انسان دارد. بی هیچ یک از این سه نمی توان گوینده موفقی بود. اگر قلباً اعتقاد داریم

که رسانه ما حرفهای ارزشمندی برای گفتن دارد، باید اجرای مان در خور محتوای

حرفهایمان باشد. کافی است کمی موضوع را جدی بگیریم.

مراحل آماده سازی سخنرانی

حتی بزرگترین سخنرانان جهان هم هنوز که هنوز است بعد از بارها اجرا از این کار می ترسند. اما موضوع این مقاله ترس از سخنرانی نیست بلکه روشی است که می تواند اعتماد به نفس شما را در سخنرانی بیشتر کند و ترس شما را کاهش می دهد.

با برنامه ریزی دقیق و نوشتن یک متن سخنرانی جذاب می توانید به هدفی که برای سخنرانی تعیین کرده اید برسید.

پس ما قبل از سخنرانی زمانی را به آماده سازی متن سخنرانی اختصاص می دهیم تا بعد از سخنرانی بتوانیم به نتیجه مورد نظر خودمان برسیم

متن سخنرانی چیست؟

در سخنرانی های کلاسیک که دیده ایم معمولاً سخنران متن کامل سخنرانی را می نویسد و از روی متن مورد نظر سخنرانی می کند. اما منظور ما از متن سخنرانی این نیست. ما خلاصه ای سخنرانی خودمان همراه با سرفصل های مهم سخنرانی را می نویسیم و قبل از سخنرانی چند با آن را تمرین می کنیم.

متن سخنرانی را همراه خودمان به سخنرانی می بریم و هر زمان که لازم شد نگاه کوتاهی به آن می اندازیم تا سخنرانی در ذهن ما مرور شود.

تهیه پیش نویس متن سخنرانی جذاب

در این قسمت مراحل را با هم طی می کنیم تا متن یک سخنرانی جذاب و حرفه ای را با هم پیش نویسی کنیم. این قسمت می تواند کار شما را به بهترین روش پیش ببرد.

الف. خوب تحقیق کنید

قبل از نوشتن متن سخنرانی ابتدا در مورد موضوع خوب تحقیق کنید. هیچ کار بزرگی بدون برنامه انجام نمی شود. شما می بایست قبل از اینکه روی استیج بروید و سخنرانی کنید برنامه ی یک سخنرانی متقاعد کننده و جذاب را بنویسید.

اگر در حال نوشتن متن سخنرانی برای کلاس و یا دانشگاه هستید می توانید با معلم یا استاد خودتان مشورت کنید تا سخنرانی بهتری ارائه کنید.

ب. یک طرح کلی تهیه کنید

نوشتن طرح متن سخنرانی یعنی برای ایجاد طرح سخنرانی شما می توانید از روش شماره گذاری استفاده کنید. ابتدا یک مقدمه و شروع برای سخنرانی خودتان انتخاب می کنید و بعد موضوع اصلی سخنرانی را بیان می کنید. سپس با مثال، نقل قول، داستان و آمارهای علمی به سخنان خود اعتبار می بخشید.

در بخش پایانی هم می‌توانید دوباره نکاتی که ارائه کردید را در زمان کوتاهی جمع‌بندی کنید.

پ. می‌خواهید متقاعدکننده باشید؟

می‌توانید از یک فرمول بسیار جذاب استفاده کنید. این فرمول یعنی شرایط فعلی و شرایط مطلوب باعث می‌شود متن سخنرانی شما متقاعدکننده باشد. ابتدا شرایط فعلی مخاطب را برایش بازگو می‌کنیم و می‌گوییم بدون دانستن مطالب ما چه مشکلاتی را در آینده تجربه خواهد کرد.

سپس شرایط مطلوب را برایش شرح می‌دهیم. یعنی با دانستن نکاتی که ما به او ارائه می‌دهیم به چه زندگی و جایگاهی خواهد رسید.

بعد از آن راهکارها و روش‌های خودمان را ارائه می‌دهیم یا محصولی که قرار است مخاطب را از شرایط فعلی به مطلوب برساند به او معرفی می‌کنیم.

ت. متن سخنرانی خود را معتبر کنید

مثلاً اگر قرار است در مورد موضوع آلتزایمر سخنرانی کنید به جای اینکه بگویید: «خطر آلتزایمر جدی است» داستان مردی را تعریف کنید که در میان‌سالگی آلتزایمر گرفته است و یا اینکه آمار واقعی از افزایش میزان آلتزایمر به مخاطب خود بدهید.

همیشه داستان‌های شخصی و یا هر مدل داستان، اشعار زیبا و مرتبط، آمارهای واقعی سازمان آمار و از دست موضوعات می‌تواند اعتبار کلام شما را بیشتر کند.

ث. نکات را به ترتیب اهمیت و با راهکار بیان کنید

خب در متن سخنرانی شما بعد از گفتن مقدمه و زمانی که وارد بدنه اصلی سخنرانی می‌شوید نکاتی را بیان می‌کنید .

شما باید بعد از گفتن هر نکته آن را با مثال واقعی و راهکار برای مخاطب عملی و قابل دسترس کنید.

مثلاً اگر می‌گویید توجه به نکات منفی در زندگی باعث می‌شود حال و شرایط روحی ما بدتر شود باید بگویید چطور می‌توانیم به این نکات توجه نکنیم یا باید یک راهکار جایگزین ارائه دهید.

مثلاً بگویید: «به جای توجه به نکات منفی می‌توانیم به نکات مثبت توجه کنیم و یا حواس خودمان را به سمت موضوعی دیگر پرت کنیم

ج. موضوعات جدید ارائه دهید و مطالب قبلی را خلاصه کنید.

بعد از اتمام هر سرفصل و شروع یک آموزش جدید باید خلاصه‌ی هر چند کوتاه از مطالبی که بیان کرده‌ایم ارائه دهیم. این تکنیک را اکثر سخنرانان موفق انجام می‌دهند و با این کار مخاطب شما یادگیری عمیق تری خواهد داشت.

پس حتما در یادداشت‌های خود جایی را لحاظ کنید که به شما یادآوری کند باید نکات گفته شده را دوباره برای مخاطب خلاصه کنید.

کلام خود را جذاب کنید

بعد از اینکه متن سخنرانی را قبل از سخنرانی آماده کردیم با هم یاد می‌گیریم که چگونه متنی که آماده کرده‌ایم را در بهترین حالت ممکن به مخاطب ارائه دهیم.

الف. اصل ساده‌سازی

سادگی همیشه یادگیری را افزایش می‌دهد. بعضی از سخنرانان به اشباه باور دارند که با استفاده از کلمات علمی و سنگین می‌توانند سواد خودشان را به رخ مخاطب بکشند اما نکته جالب این است که مردم همیشه از سخنرانی که ساده‌تر صحبت می‌کنند به عنوان یک سخنران حرفه‌ای یاد می‌کنند.

مثلا به جای اینکه بگویید: «در قرن حاضر ماده‌گراها تمام کیهان را فقط در جسم مادی خلاصه می‌کنند و همین امر موجب شده است که تمایلات نفسانی خود توجه نمایند».

مدل ساده شده‌ی همین متن را نگاه کنید: «در دنیای امروز انسان‌هایی که فقط به ماده توجه می‌کنند شاید در بیشتر اوقات نمی‌توانند از زندگی لذت ببرند».

نکته جالب اینجاست که وقتی سخنرانی خودتان را ساده سازی می‌کنید به گونه‌ای که هم اساتید دانشگاه و هم مردم عادی متوجه صحبت‌های شما شوند در ذهن آن‌ها به عنوان یک سخنران بسیار حرفه‌ای و کاربلد شناخته می‌شوید.

ب. استفاده از اسامی

در متن سخنرانی به جای اینکه از ضمیر استفاده کنید از اسامی استفاده کنید. حال اگر داستانی در سخنرانی استفاده می‌کنید که نمی‌خواهید بقیه متوجه شخص مورد نظر در داستان بشوند یک اسم ساختگی به کار ببرید.

مثلا به جای اینکه مرتب بگویید دوستی داشتم که فلان بود، مثلا بگویید دوستم میلاد همیشه...

استفاده از اسامی سخنرانی شما را فعال تر و متفاوت تر می‌کند.

پ. تکرار

تکرار یک جمله ، عبارت یا کلمه خاص که از هسته سخنرانی شما برگرفته شده است کمک می کند که سخنرانی جذابی داشته باشید و موضوعی که دارید روی آن تمرکز می کنید و دائم در سخنرانی تکرار می کنید به خوبی در ذهن مخاطب حک می شود. مثلا یکی از سخنرانان انگیزشی که تی دی جیکس نام دارد همیشه در سخنرانی هایش از این تکنیک قدرتمند استفاده می کند .

مثلا در یکی از سخنرانی ها دائم از کلمه شجاعت استفاده می کرد و آن را به موفقیت ربط می داد.

شجاعت می خواد موفق بشی .

شجاعت می خواد دانش به دست بیاری .

شجاعت می خواد متفاوت باشی .

...و

ت. آمار و نقل قول، زیادیشم خوب نیست

گفتیم که استفاده از آمار و نقل قول از بزرگان می تواند اعتبار متن سخنرانی شما را افزایش دهد. اما بعضی سخنرانان یک اسلاید در میان یک جمله از بزرگان استفاده می کنند.

می دانید که برای بهتر انجام دادن هر کاری باید اصل تعادل را به کار بگیریم. تعادل در گفتن جملات. تعادل در استفاده از آمار.

پیشنهاد من این است که در هر سخنرانی از 2 آمار و 2 نقل قول بیشتر استفاده نکنید و اجازه دهید این عدد 4 جادویی در ذهن مخاطب حک شود و از این آمار و نقل قول ها هم در قسمت های مهم سخنرانی خود استفاده کنید و تا میزان ماندگاری آن در ذهن مخاطب چندبرابر شود.

ث. لحن

سخنران باید قدرت تغییر لحن را داشته باشد تا بتواند ساعت ها مخاطبان را میخکوب کند. مثلا اگر بخشی از متن سخنرانی با تعجب همراه است سخنران باید جملات را با لحن تعجبی بیان کند.

سخنرانی که همیشه با یک لحن ثابت صحبت می کند حوصله مخاطب را سر می برد و مخاطب را خسته می کند.

ج. اسلاید و پاورپوینت

استفاده از پاورپوینت که یکی از مرسوم ترین ابزارهای سخنرانی در جهان و به خصوص در ایران است در سخنرانی ضرورت ندارد. ولی خب ابزاری است که استفاده از آن می تواند سخنرانی را جذاب تر کند.

اما یک سخنران خوب نباید به اسلایدهایش وابسته باشد. او باید از قبل چندین بار متن سخنرانی را تمرین کند و اگر به هر دلیل پخش اسلاید به مشکل برخورد بتواند به سخنرانی ادامه دهد.

البته می توانید چندکار دیگر در کنار پخش اسلاید در لپ تاپ به عنوان نقشه جایگزین انجام دهید.

مثل اینکه نسخه از اسلایدها را چاپ کنید و در مقابل خود بگذارید و نسخه دیگری را در موبایل خود داشته باشید.

چ. تمرین

بعد از آماده سازی سخنرانی چند با آنرا تمرین کنید. هنگام تمرین حواستان به زمان باشد و اگر متوجه شدید بیشتر از زمانی که باید در سالن واقعی سخنرانی کنید حرف زده اید سعی کنید قسمت های غیر مهم را حذف کنید و یا خلاصه تر بیان کنید.

هنگام تمرین صدای خودتان را ضبط کنید و با چندبار گوش دادن به آن نواقص را برطرف کنید

فن بیان در کدام قسمت از نقشه راه سخنرانی قرار دارد؟

قبل از ورود تخصصی به این مقوله قصد دارم از ارتفاع بالاتری هم این موضوع را مورد بررسی قرار دهیم. اگر ارتباطات کلامی انسانی را شامل پنج دسته مذاکره، مناظره، مباحثه، گفتگو و سخنرانی بدانیم، سخنرانی و سخنوری عالیترین نوع ارتباط کلامی انسانی است. بنابراین اگر ما مهارت های لازم برای سخنرانی و سخنوری را کسب کنیم، می توانیم مدعی باشیم که در سایر مهارت های ارتباطی انسانی هم به تسلط کافی و وافی رسیده ایم. برای رسیدن به جایگاه سخنوری حرفه ای ما به مهارت های مختلفی نیازمندیم. تحلیل زبان بدن، اشراف به مهارت های ارتباطی، بیان موثر، آموزش مبانی سخنوری حرفه ای، خبرخوانی، نحوه تهیه نطق، محتواسازی، آشنایی با مبانی شعر و ادبیات، تاریخ تفکر انسانی، جامعه شناسی، روانشناسی، سیاست، تعلیم و تربیت، اقتصاد، هنر، ادیان و مذاهب از جمله این مهارت هاست. به عبارت ساده تر یک سخنور و سخنران حرفه ای باید اولاً روش سخنرانی را بشناسد و ثانیاً یک انسان شناس باشد تا بتواند برای انسان ها سخنرانی کند، روی آن ها تاثیر بگذارد و آن ها را در مسیر دلخواه خود رهنمون شود.

فن بیان چیست

تعریف فن بیان به معنای چگونگی ادای کلمات و جملات است. فرض بر این است که شما سایر مهارت های سخنرانی را آموخته اید و به عبارت ساده تر مشکلی در مهارت بیان و انتخاب کلمات و جملات و محتوا سازی ندارید و نحوه بیان به شما کمک می کند که آنچه را که می خواهید بیان کنید زیباتر، اثرگذارتر و خوش آهنگ تر به گوش مخاطب برسد.

مهمترین سرفصل های آموزشی

مهمترین موضوعاتی که ما با آن مواجهیم، تنفس صحیح در سخنرانی، کیفیت صدا، تلفظ صحیح مخرج حروف، تکنیک ها و سرانجام آموزش لحن است. مسئله صدا د بسیار حائز اهمیت است. یکی از عناصر مهمی که تکنیک شما را افزایش می دهد و به آن قدرت نمایش و اجرا می دهد، کیفیت صدا است. اگر کیفیت صدای شما در سطح مطلوبی نباشد و به عبارت دیگر شما از یک صدای قدرتمند و استاندارد برخوردار نباشید، هیچ کدام از تکنیک ها قابلیت اجرا پیدا نمی کنند. و آخرین قسمت که مهمترین و البته دشوارترین قسمت آن می باشد، لحن است. به عبارت ساده تر کیفیت صدا و تکنیک ها به شما کمک می کند که به لحن مناسب دست پیدا کنید. یعنی کیفیت صدا و تکنیک ها همگی در خدمت لحن قرار می گیرند تا نهایتا شما به مهارت و تسلط دست پیدا کنید.

لحن فقط از جنس تکنیک نیست.

لحن، مفهوم و تکنیک را توامان در بر دارد و همانطور که می دانید مفهوم همیشه مقدم بر تکنیک است. یعنی شما برای خوانش یک متن، شعر، دیالوگ و یا ایراد یک سخنرانی، ابتدا باید مفهوم سخنرانی را درک کنید تا متناسب با آن بتوانید از کیفیت و ویژگی های صدا و همچنین از تکنیک ها استفاده کنید تا بتوانید به زیباترین و اثرگذارترین نحو ممکن خوانش متن و شعر و دیالوگ و یا سخنرانی خود را انجام دهید.

1. صدا:

منظور از داشتن یک صدای قدرتمند و استاندارد و حرفه ای، ویژگی های ذاتی و ژنتیکی صدا نیست. تفاوت یک صدای حرفه ای و استاندارد با یک صدای مبتدی در نوع تنفس و کارکرد عضلاتی است که در تولید صدا نقش دارند. به هیچ وجه صدای خود را با کسی مقایسه نکنید. قرار نیست صدای شما شبیه کسی شود. تمرین های صداسازی و تنفس، صدای شما را نسبت به صدایی که اکنون در اختیار دارید، حرفه ای تر و زیباتر و اثرگذارتر می کند. نحوه کارکرد تارهای صوتی حنجره در اختیار ما نیست و ما کنترلی روی نحوه عملکرد آن نداریم. فقط در زمان هایی که از صدای خود به صورت نامناسب و نابجا استفاده می کنیم به دلیل گرفتگی صدا متوجه عملکرد تارهای صوتی حنجره می شویم. اما آنچه که در موضوع تنفس و صداسازی مهم است، نحوه ضربه زدن با هوا به

تارهای صوتی حنجره است. هر قدر کنترل شما روی هوایی که تنفس می کنید بیشتر باشد و قدرت و سرعت عمل این ضربه دقیق تر باشد، شما از کیفیت صدای استانداردتری برخوردار هستید. به همین دلیل تنفس شکمی یا دیافراگمی بهترین نوع تنفس برای تولید صداست

نحوه تمرین تنفس شکمی در حالت خوابیده

کنترل شما روی هوا در تنفس شکمی 100٪ است در حالیکه در تنفس سینه ای این گونه نیست. در تنفس سینه ای قفسه سینه به سمت بالا و شکم به سمت داخل حرکت می کند. حرکت قفسه سینه به سمت بالا و پایین و با توجه به حجم و وزن قفسه سینه، مستلزم صرف انرژی زیادی است. به همین دلیل بیش از نیمی از هوایی که از این طریق به دست می آید صرف بالا و پایین رفتن قفسه سینه می شود. در نتیجه کنترل شما روی هوایی که از طریق تنفس سینه ای به دست می آید، بسیار کم است. از طرفی حجم کم هوای باقیمانده برای تولید یک صدای استاندارد و حرفه ای کفایت نمی کند. در نتیجه شما برای کمبود هوا، به عضلات ناحیه گلو فشار وارد می کنید تا با انقباض عضلات آن، هوا را با شدت بیشتری از گلو خارج کنید تا کیفیت صدای بهتری را تجربه کنید. این کار باعث می شود که عضلات گلو در حالت انقباض قرار گیرد و اگر شما در این حالت بخواهید به مدت طولانی صحبت کنید گلودرد می گیرید. از طرف دیگر این نوع تنفس

باعث می شود در جلسات مهمی که قصد ارائه و کنفرانس داشته باشید، اضطراب بیش از حدی را تجربه کنید و گلویتان خشک شود.

تنفس دیافراگمی اولین تمرین برای صداسازی حرفه ای

همچنین تنفس های عمیقی که قبل از شروع سخنرانی انجام می دهید، به جای آن که به شما آرامش بیشتری بدهد، شما را دچار اضطراب بیشتر و ضربان قلب سریعتر می کند. همچنین تنفس سینه ای باعث می شود که نیمی از ظرفیت تولید صدا در ناحیه شکمی از چرخه تولید صدا خارج شود و صدا حجم، زنگ و طنین لازم را آنچنان که باید و شاید پیدا نمی کند. و در انتها به دلیل حجم کم هوا در این نوع تنفس و همچنین عدم وجود کنترل کامل برای ضربه زدن به تارهای صوتی به صورت قدرتی و سرعتی، امکان اجرا کردن تکنیک ها وجود ندارد و اغلب کسانی از تنفس سینه ای استفاده می کنند، موقع سخنرانی صدای یکنواختی دارند و باعث خستگی و کسالت مخاطب می شوند. اما در تنفس شکمی شما هیچ کدام از این مشکلات را ندارید و بیشترین کنترل را روی هوا ناشی از این نوع تنفس دارید و با کمترین میزان مصرف انرژی بیشترین، مقدار بیشتری هوا را در اختیار دارید. نکته قابل ذکر این است که کسانی که در ابتدا شروع به تمرین های تنفسی می کنند به دلیل ضعفی که در عضلات بین دنده ای و عضله دیافراگم دارند،

احساس می کنند که در این نوع تنفس هوای کمتری نسبت به تنفس سینه ای دارند، ولی به مرور و با قویتر شدن این عضلات، این حس هم برطرف می شود.

2. تلفظ صحیح:

معمولا وقتی شما به کسی می گوید که محکم صحبت کن، بلند صحبت می کند و تن صدای خود را بالاتر می برد. در صورتی که محکم صحبت کردن به تلفظ صحیح و دقیق مخرج حروف برمی گردد. تلفظ صحیح و دقیق مخرج حروف در وهله اول به تنفس صحیح و تمرینات منظم صداسازی و در مرحله دوم به قدرت عضله زبان و لب ها بستگی دارد. بعد از خروج صدا از مجرای گلو و دهان، با انسدادی که توسط لب ها و زبان در مسیر خروجی هوا ایجاد می شود، حروف تلفظ می شوند. اگر عضله زبان و لب ها از قدرت لازم و همچنین سرعت عمل و روانی لازم برخوردار نباشند، مخرج حروف به درستی تلفظ نمی شود و سخن شما، قوام و استحکام و روانی خود را از دست خواهد داد. بیشتر افراد هنگام سخن گفتن برخی از مخرج های حروف را تلفظ نمی کنند و یا آن ها را ضعیف تلفظ می کنند

مهمترین دلیل تند صحبت کردن

یکی از مهمترین و اساسی ترین دلایل تند صحبت کردن، عدم تلفظ صحیح و ادای درست مخرج حروف است. نکته مهم این است که شما می توانید با هر سرعتی که می خواهید صحبت کنید، ولی به شرط آن که تمامی مخرج حروف را درست و دقیق تلفظ کنید. همچنین بسیاری از افراد هنگام سخن گفتن به دلیل ضعف عضله لب ها و زبان، در تلفظ برخی کلمات دچار مشکل شده و اصطلاحا تپق می زنند. این تپق زدن به روانی سخن آسیب می زند. البته نکات و ظرائف و دقایق بسیاری در این موضوع وجود دارد که می توانید با مراجعه به آموزش های تصویری و سایر مقالات از آن ها آگاه شوید. تمرین های مداوم و مستمر تلفظ می تواند این مشکل را در مدت زمان چند ماهه برطرف کند.

3. تکنیک ها:

تکنیک ها شامل موارد متعددی مانند اکسان گذاری، تنالیتیه یا فراز و فرود صدا، تکیه کلام، تکیه هجا، انواع مکث ها و ... می شود که رعایت این تکنیک ها توانایی شما را بهبود می بخشد. البته اجرای این تکنیک ها به تمرینات مستمر خوانش شعر، متن خوانی، دیالوگ گویی و همچنین سخنرانی نیاز دارد. البته اغلب این تکنیک ها که سرانجام شما را به سوی لحن مناسب هدایت می کند در راستای درک مفاهیم مرتبط با موضوع سخنرانی، شعر، متن یا دیالوگ اتفاق می افتد.

4. لحن :

لحن به معنای احساس گوینده است که در کلام و سخن او، ساری و جاری است. بسیاری از افراد هنگام خوانش شعر، متن، دیالوگ گویی و یا سخنرانی فاقد لحن هستند به این معنی که احساس آن ها و سخن آن ها دو خط موازی را طی می کند و هرگز روی هم سوار نمی شود تا بتواند تصویر مشخصی را به مخاطب منتقل کند. لحن آواگری غیر کلامی است. به عبارت دیگر مربوط به رفتار غیر کلامی یا زبان بدن می باشد. اینکه شما چگونه می توانید به لحن مناسب دست پیدا کنید، مسیر طولانی کسب دانش های لازم در این زمینه است که به درک و فهم سخنران از موضوع مورد سخنرانی و همچنین آمادگی لازم برای استفاده از تکنیک ها و از طرف دیگر تنفس صحیح و تمرینات صداسازی و تلفظ مناسب بستگی دارد.

لحن نادرست تصویر غلط حس نادرست

در واقع لحن به معنای دستگاه تبدیلی است که تصویر سخنران از موضوع سخنرانی را به مخاطب منتقل می کند. هر قدر شما لحن بهتری داشته باشید، این دو تصویر شباهت بیشتری به هم دارد. از این رو یکی از مهمترین و اساسی ترین مهارت های لازم در لحن، تصویر برداری از متن، شعر، دیالوگ و یا موضوع سخنرانی است. چون این تصویرهاست که به شما احساس می دهد و اگر نتوانید تصویر برداری مناسبی انجام دهید در انتقال

این احساس دچار مشکل می شوید و لحن را از دست می دهید. تنالیده صدا، اکسان گذاری، تکیه کلام و تکیه هجا مهمترین ابزار در دست سخنران است تا به واسطه آن بتواند تصویر درست را به مخاطب منتقل کند. آموزش لحن پیچیده ترین و دشوارترین موضوع تمرین مکرر و مستمر است. به بیان شفاف تر، لحن مناسب اقیانوسی است که شما می توانید باندازه بضاعت و توانایی دانشی و مهارتی خود، در آن به پیش روید. **فن**

سخنوری چیست؟

فن بیان و سخنور بودن، یکی از مهمترین مهارت هایی است، که می تواند در موفقیت شغلی، تحصیلی، روابط عاطفی و ... ما نقش بسزایی داشته باشد. بسیاری از افراد تصور می کنند که مهارت فن بیان تنها مختص سخنرانان حرفه ای است، و گاهی بر این باورند که هر فرد این مهارت را از والدین خود به ارث می برد.

این دسته از افراد سخت در اشتباهند! سخنوری که از اصلی ترین لازمه های موفقیت در زندگی هر فردی است، یک مهارت کاملاً اکتسابی بوده، و تنها با یادگیری و تمرین و تکرار فراوان، می توان به آن دست یافتن

سخنوری به مهارت سخن گفتن به شیوه ای تاثیرگذار گفته می شود. یک سخنور حرفه ای کسی است که بتواند با مهارت گویندگی خود، بر روی مخاطبان تاثیرگذاری کافی را داشته و در متقاعد سازی آن ها موفق عمل کند.

نام دیگر مهارت سخنرانی را می توان، فن بیان دانست. همه ما می توانیم صحبت کنیم، و جملات را بیان کنیم. اما سخنرانان با بهره گیری از مهارت فن بیان، به شیوه ای از کلمات استفاده می کنند، که سخنانشان مخاطب را میخکوب کند، و این است تفاوت سخنرانی حرفه ای با صحبت کردن افراد عادی که مهارت چندانی در فن بیان ندارند. در اینجاست که دلیل کارنگی از معروف ترین و موفق ترین اساتید سخنوری در دنیا، دیدگاه خود را اینگونه بیان می نماید: فن بیان و سخنور بودن، چیزی بسیار فراتر از به زبان آوردن یک سری کلمات است.

بیاید برای درک هرچه بهتر این مهارت، به ذکر یک مثال ساده پردازیم. فرض کنید در جمع دوستان خود هستید، و یکی از حضار به تعریف یک جوک و طنز بامزه می پردازد. ناگهان صدای خنده و قهقهه افراد حاضر در جمع بلند می شود. حال در جمعی دیگر شخصی دیگر همان جوک را تعریف می کند. اما این بار واکنش مخاطبان بسیار متفاوت است.

آن ها اصلا نمی خندند، و حتی معتقدند که جوک تعریف شده اصلا بامزه و خنده آور نیست! در حالی که هر دو فرد از یک جوک برای خنداندن حضار استفاده کرده اند، اما هر کدام باز خورد متفاوتی دریافت می کنند.

در اینجاست که می توان گفت که شخص اول از مهارت سخنوری بالایی برخوردار بوده، و همین کلید موفقیت او در تاثیرگذاری بر حضار جمع می باشد.

فن بیان و سخنوری چه چیزهایی نیست؟

بسیاری از افراد مهارت فن بیان را با موارد دیگر اشتباه گرفته، و درک چندان صحیحی از مفهوم آن ندارند. به همین دلیل لازم دانستیم که بگوییم فن بیان شامل چه چیزهایی نمی شود.

فن بیان و مهارت سخنرانی، شامل موارد زیر نمی شود:

- فن بیان و حاضر جوابی

صریح و بی مقدمه می گوییم، فن بیان به هیچ عنوان به معنای حاضر جوابی نیست. اینکه فردی به صورت پینگ پنگی به سخنان دیگران پاسخ می دهد، نشانه فن بیان و قدرت سخنوری او نیست.

بلکه این کار حتی در خوشبینانه ترین حالت نیز، ممکن است ارتباطات افراد را با مشکل مواجه کند. پس هیچگاه فن بیان و حاضر جواب بودن را یکی تلقی نکنید.

- فن بیان و خوش صدا بودن

صدای زیبا قطعا هدیه‌ای جذاب و دوست داشتنی از طرف خداوند است. اما تنها خوش صدا بودن کافی نیست، در واقع مهارت سخنوری بیشتر به کلمات مورد استفاده، لحن ما، زمان و مکان و مواردی از این قبیل بستگی دارد، و تنها متکی به خوش صدا بودن نیست. پس هیچگاه صدای زیبا و جذاب را با فن بیان اشتباه نگیرید.

• فن بیان و چرب زبانی!

فن بیان چرب زبانی نیست. برخی از افراد تصور می‌کنند که فن بیان به معنای چرب زبانی و در واقع فریب دادن مخاطب است. اما هیچگاه در این مهارت سعی بر استفاده از کلمات جهت فریب دادن افراد و تظاهر نیست. بلکه با یادگیری مهارت سخنوری در واقع ما قصد داریم ارتباطی سالم و موثر ایجاد کنیم

• فن بیان و پر حرفی

فن بیان نه تنها پر حرفی نیست، بلکه پر حرف بودن می‌تواند به این مهارت نیز آسیب وارد کند. هر فردی که بیشتر صحبت می‌کند، به این معنی نیست که حرف بیشتری برای ارائه دارد. پس در سخنرانی هیچگاه نباید پر حرف بودن را اتخاذ کرد

اهمیت یادگیری سخنوری و فن بیان برای موفقیت در زندگی

فن بیان و تبدیل شدن به یک سخنران حرفه ای، همواره از با اهمیت ترین مهارت ها در زندگی افراد خواهد بود. دارا بودن فن بیان به شما کمک می کند نزد دیگران شخصی کاریزماتیک، قدرتمند و تاثیرگذار بوده و احترام و توجه بیشتری دریافت کنید.

یادگیری این مهارت به قدری در موفقیت شما نقش دارد، که حتی تصورش هم در ذهنتان نمی گنجد. به احتمال زیاد همه ما در دوران دانشجویی یا در زمان مدرسه، معلم هایی داشتیم که هیچگاه از کلاس هایشان خسته نمی شدیم.

این اساتید به قدری خوب توضیح می دادند، که حتی بعد از گذشت تایم های طولانی، بازهم دوست نداشتیم کلاسشان تمام شود و حتی برای حضور در کلاس آن ها شور و اشتیاق زیادی داشته، و لحظه شماری می کردیم.

این دسته از معلمان دارای فن بیان قدرتمند و مهارت سخنوری حرفه ای بودند، و همین راز موفقیت آن ها در جلب توجه حضار کلاس بود.

اما در مقابل معلمانی نیز وجود داشتند، که آموزش آن ها همواره کسل کننده بوده، و پس از گذشت چند دقیقه از صحبت هایشان خسته می شدیم. به همین دلیل وقتی سر کلاس این معلمان می نشستیم همیشه یک چشمان به ساعت بود، و منتظر بودیم که کلاس هرچه سریع تر تمام شود.

این گروه از اساتید نیز همان هایی بودند، که در زمینه فن بیان ضعیف عمل می کردند. پس تا اینجا می توان دریافت که همه ما چه شاغل چه خانه دار، چه رئیس چه کارمند، چه استاد و چه شاگرد و چه مذکر و مونث، فارغ از هر عاملی نیازمند مهارت سخنوری در زندگی روزمره خود هستیم.

بی شک اکثر ما در طول زندگی بارها و بارها نیاز است که در جمع های مختلف سخنرانی کنیم. حال این اجتماعات می توانند یک سمینار یا کنفرانس بزرگ و باشکوه بوده، یا تنها یک جمع دوستانه و کم تعداد باشند.

در هر حال برای اینکه بتوانیم سخنرانی بی عیب و نقص و تاثیرگذاری داشته باشیم، مهمترین اصل یادگیری و تقویت مهارت فن بیان خواهد بود.

۱۰ نکته و ترفند طلایی برای یادگیری مهارت سخنوری

فن بیان و تبدیل شدن به یک سخنور حرفه ای، هیچ ارتباطی به ژن و سابقه وارث شما ندارد. در واقع این خود شما هستید که در تبدیل شدن به یک سخنران متخصص نقش دارید.

در واقع برای تبدیل شدن به فردی که مهارت بالایی در گفتگو و سخنرانی دارد، باید نکات زیادی را مدنظر قرار دهید.

به همین دلیل در ادامه به ذکر ۱۰ نکته و ترفند طلایی موثر در یادگیری سخنوری،

پرداخته ایم:

1. استرس خود را مدیریت کنید
2. آموزش پذیر باشید
3. ادبیات خود را تقویت کنید
4. غیر منتظره باشید
5. تمرین و تکرار را فراموش نکنید
6. اشتیاق و علاقه ایجاد کنید
7. وضوح کلید موفقیتتان است!
8. با اعتماد به نفس صحبت کنید
9. بداهه گویی را بیاموزید
10. خودپرستی را کنار بگذارید

مهمترین اصول سخنرانی و سخنوری حرفه ای

برای اینکه بتوانید یک سخنرانی جذاب، تاثیرگذار و حرفه ای داشته باشید، علاوه بر نکات بالا، می بایست برخی اصول مهم را نیز مدنظرتان قرار دهید. این اصول به شما کمک می کنند، که مهارت سخنوری خود را به شکل چشمگیری ارتقا بخشید.

اصول سخنرانی و فن بیان حرفه ای را، در زیر نام برده ایم:

- تعیین هدف
- استفاده از زبان بدن
- ایجاد احساسات مثبت
- شناخت مخاطب

طبق نظریه هوش گاردنر، انسان دارای هشت نوع هوش است. هوارد گاردنر در نظریه ی هوش چندگانه ی خود، هوش های مختلفی را مطرح کرد که هوش کلامی یا زبانی یکی از آنهاست. افزایش و تقویت هوش کلامی به افزایش موفقیت در زندگی و ایجاد ارتباط مؤثرتر با دیگران کمک می کند. در این مطلب پاسخ می دهیم هوش کلامی یا زبانی چیست و روش های تقویت و افزایش هوش کلامی را شرح می دهیم.

هوش کلامی چیست؟

هوش کلامی به توانایی فرد در استفاده از کلمات و بیان سایر مفاهیم و افکار مختلف از طریق آن‌ها به روش‌های شفاهی یا نوشتاری گفته می‌شود.

این موضوع به مفهوم یکی از ۸ نوع هوشی اشاره دارد که توسط هوارد گاردنر (Howard Gardner) تعریف شده است. تعریف دقیق گاردنر از هوش کلامی این است:

«هوش کلامی حساسیت به معنای کلمات، ترتیب آن‌ها، صداها، ریتم‌ها، عطف‌ها،

کارکردهای مختلف زبان، واج شناسی، ترکیب کلمات و کاربرد شناسی است.»

این نوع هوش که هوش زبانی نیز نامیده می‌شود، به ما این امکان را می‌دهد تا با افراد دیگر گفتگو کنیم، متن بنویسیم و حتی نامه یا ایمیل بنویسیم. در این میان، برخی افراد هستند که به طور ذاتی هوش کلامی بالایی دارند و این موضوع در مورد نویسندگان، روزنامه نگاران، وکلا، شاعران، مترجمان، معلمان و غیره صادق است. با وجود این، تقویت هوش کلامی از طریق فعالیت‌های مختلفی امکان پذیر است. در ادامه‌ی این مطلب راجع به روش‌های افزایش هوش کلامی بیشتر صحبت خواهیم کرد.

در این قسمت بیشتر توضیح می‌دهیم هوش کلامی یا زبانی چیست. هوش کلامی یا

زبانی از نظریه‌ی هوش‌های چندگانه نشأت می‌گیرد که توسط هوارد گاردنر در سال

۱۹۸۳ ایجاد شد. نظریه‌ی او کمکی اساسی در حوزه‌ی روانشناسی بوده است و انقلابی

بزرگ در زمینه‌ی آموزش ایجاد کرده است. گاردنر در این تئوری توضیح می‌دهد که به طور کلی مجموعه‌ای از مهارت‌های متفاوت در همه افراد وجود دارند که این مهارت‌ها در هر کدام از آن‌ها کم و بیش نمود پیدا می‌کنند.

به عبارتی، افرادی هستند که یک یا چند نوع هوش در آن‌ها غالب است و به همین دلیل از مسیرهای یادگیری مرتبط با آن هوش می‌توانند استفاده کنند و در نتیجه بهتر یاد بگیرند. با وجود این، آموزش‌های صحیح به افراد این امکان را فراهم می‌آورد تا این هوش‌ها در همه افراد افزایش یافته و در آن‌ها به یک اندازه نمود پیدا کند. آموزش هوش کلامی به همراه هوش منطقی-ریاضیاتی در روند آموزش سنتی مدارس و مؤسسات از اهمیت بالایی برخوردار است.

تفکر، پدیده‌ای عمدتاً کلامی است؛ به این معنا که وقتی زبان را یاد می‌گیریم، این امر روش ما برای دیدن جهان و تفصیل تفکراتمان را غنی می‌کند. در بیشتر افراد به نظر می‌رسد که هوش کلامی به نیمکره چپ مغز آنان مرتبط است. به طور خاص، دو ساختار کلیدی مؤثر در هوش کلامی عبارت‌اند از ناحیه‌ی بروکا (Broca) در مغز که به برنامه‌ریزی برای نحوه‌ی بیان کلمات اختصاص دارد و ناحیه‌ی ورنیکه (Wernicke) مغز که به ما در درک زبان کمک می‌کند.

ویژگی های این نوع هوش

پیش از این دانستیم هوش کلامی چیست و از کجا نشأت گرفته است. اکنون ویژگی های هوش کلامی یا زبانی را بررسی می کنیم. هوش کلامی با توانایی عالی فرد در استفاده از زبان و همچنین یادگیری زبان های جدید مشخص می شود. افرادی که دارای هوش کلامی برجسته هستند، از توانایی بالایی در استفاده از کلمات برای بیان آنچه در ذهن خود دارند، برخوردار هستند. همچنین آن ها روان صحبت می کنند و دیگران را به خوبی درک می نمایند.

علاوه بر این، افراد دارای هوش کلامی بالا معمولاً جذب کلمات می شوند و از خواندن و شعر لذت می برند. برای آن ها نوشتن کتاب یا داستان بیشتر از آن که خسته کننده باشد، نوعی فعالیت جذاب و لذت بخش محسوب می شود. علاوه بر این، افراد برخوردار از هوش کلامی بالا می توانند نمرات بالایی را در آزمونی که مؤلفه های مرتبط با زبان را ارزیابی می کند، کسب نمایند.

برخی از ویژگی های افراد دارای هوش کلامی بالا شامل موارد زیر است:

- ارتباطات خوبی دارند؛
- از خواندن و نوشتن لذت می برند؛

- توانایی خوبی در املاي کلمات، تشخیص سریع اشتباهاتی از این نوع و ناهم‌هنگی‌های دست‌ورزبان دارند؛
- دایره لغات گسترده‌ای دارند و در ترکیب کلمات با یکدیگر برای ساخت کلمه‌ای جدید خوب عمل می‌کنند. افراد دارای هوش کلامی بالا دوست دارند از کلمات متنوع و غیرمعمول استفاده کنند و حتی کلمات جدید خود را اختراع کنند؛
- آن‌ها می‌دانند چگونه گوش کنند و به طور ویژه، توانایی توجه به الگوهای کلامی دیگران را دارند؛ زیرا به بیان کلامی اطرافیان حساس هستند؛
- برای کلمات، معنی و مشتقات آن‌ها اولویت قائل می‌شوند؛
- در بازی‌های کلمات و قافیه سازی خوب عمل می‌کنند؛
- افراد دارای هوش کلامی بالا به دلیل توانایی‌شان در سخنوری از ظرفیت بالایی برای اقناع دیگران برخوردار هستند؛
- افرادی منظم و قاعده‌مند هستند و به همین دلیل مهارت خوبی برای ابراز خوشان دارند؛

- توانایی بالایی در انتخاب کلمات با هدف ایجاد لحن عاطفی مطلوب دارند. به عنوان مثال، نحوه نوشتن نامه، شعر، داستان یا گزارش در چنین افرادی کاملاً متفاوت است.

مزایای هوش زبانی

- در این بخش توضیح می‌دهیم مزیت هوش کلامی چیست. مزایای زیادی در ارتباط با هوش کلامی وجود دارد که اولین و مهم‌ترین آن‌ها توانایی فرد برای برقراری ارتباط است. در واقع، این توانایی به فرد کمک می‌کند تا با افراد اطراف خود ارتباط بهتری برقرار کند. هوش کلامی توانایی یادگیری کلامی را به عنوان ابزاری مفید برای فرد تقویت می‌کند. در ادامه دلایل مفید بودن توانایی یادگیری کلامی را آورده‌ایم:
- کمک به یادگیری چیزهای جدید: هنگامی که زبان جدیدی یاد می‌گیرید، تمایل به یادگیری آواشناسی (چگونگی تشکیل کلمات زبان) دارید، سپس ترکیب کلمات (نحوه تشکیل جمله) را یاد می‌گیرید و سپس معنای کلمات (درک مفهوم کلمات و علت استفاده از آن‌ها) را یاد می‌گیرید. این بدان معناست که هر روز چیز جدیدی برای یادگیری خواهید داشت که یکی از ابزارهای فعال و سالم نگاه داشتن مغزتان به شمار می‌رود؛

• بهبود مهارت‌های ارتباطی: یادگیری زبان جدید مهارت‌های ارتباطی فرد را بهبود می‌بخشد که این موضوع در توسعه مهارت‌های بین فردی و مهارت‌های گفتاری در میان عموم مردم مفید است؛

• بهبود مهارت‌های انتقادی و تحلیلی: وقتی زبان‌های مختلف را یاد می‌گیرید، شباهت‌ها و تفاوت‌ها را می‌توانید در استفاده دستوری کلمات مشاهده کنید. این به معنای تقویت مهارت‌های تحلیلی‌تان است که در مشاغل مانند پزشکی قانونی، وکالت، فرهنگ‌نویسی، منابع انسانی، تدریس، سردبیری مجله و غیره مفید خواهد بود؛

• نوآوری: مهارت‌های خود را در هوش کلامی تقویت کنید تا از مزایای ذکر شده بهره‌مند شوید.

علائق افراد دارای هوش زبانی بالا

تا به این‌جا مطلب دانستیم هوش کلامی چیست و چه مزایایی دارد. افرادی که هوش کلامی بالایی دارند، از خواندن، نوشتن داستان، نامه و شعر، گفتن وقایع، گوش دادن به مناظره‌ها و غیره لذت می‌برند. همچنین این افراد بازی‌های مرتبط با کلمات مانند جدول کلمات متقاطع را دوست دارند و حتی از صحبت کردن در جمع و گفتگو در مورد هر موضوعی لذت می‌برند. افرادی که از هوش کلامی بالایی برخوردارند می‌توانند از

یادگیری زبان‌های جدید و تلاش برای برقراری ارتباط با افرادی که به زبان‌های دیگر صحبت می‌کنند، لذت ببرند.

مثال‌هایی از افراد دارای هوش کلامی بالا

نویسندگان، روزنامه نگاران، شاعران، آهنگسازان و سیاستمداران بزرگ به دلیل برخورداری از هوش کلامی بسیار بالا توانسته‌اند در حوزه‌ی فعالیت خود شناخته شوند. به عنوان مثال، شاعر و نویسنده انگلیسی ویلیام شکسپیر، نویسنده اسپانیایی میگل د سروانتس (Miguel de Cervantes)، نویسنده روسی فئودور داستایوفسکی (Fyodor Dostoyevski)، نویسنده انگلیسی چارلز دیکنز (Charles Dickens)، شاعر پابلو نرودا (Pablo Neruda)، ارنست همینگوی (Ernest Hemingway) روزنامه‌نگار و نویسنده و غیره افرادی هستند که از هوش کلامی بالایی برخوردارند.

همچنین سخنرانان بزرگی مانند سیاستمدار آتنی پریکلز (Pericles)، وینستون چرچیل بریتانیایی، رئیس جمهور آمریکا آبراهام لینکلن (Abraham Lincoln)، سیاستمدار هندی مهاتما گاندی، کشیش آمریکایی مارتین لوتر کینگ (Martin Luther King) و غیره را می‌توان جزو افراد دارای هوش کلامی بالا نام برد.

مشاغل مناسب برای افراد دارای هوش زبانی بالا

از جمله مشاغل مناسب برای افراد دارای هوش کلامی بالا می توان به مواردی همچون نویسندگی، روزنامه نگاری، اجرا در تلویزیون، گویندگی رادیو، ویراستاری، معلمی، وکالت، سیاست، بازیگری، خدمات مشتری، کتابداری، بلاگری، فیلم نامه نویسی، نشریه نویسی، مترجمی و غیره اشاره کرد.

نکات مطالعه ای برای افراد دارای هوش زبانی خوب

اگر فکر می کنید که هوش کلامی خوبی دارید و دانشجو هستید، از این توانایی می توانید برای بهبود عملکرد تحصیلی خود استفاده کنید. برخی از این تکنیک های هوش کلامی مفید برای بهبود نتیجه ی تحصیلی عبارت اند از:

- از هر موضوعی که مطالعه می کنید، خلاصه ی کوتاهی بنویسید؛
- کلمات کلیدی یا مفاهیم مهم را در متون خود هایلایت کنید یا دورشان خط کنید؛
- مباحث مهم یا پیچیده را برای خود بخوانید و صدایتان را ضبط کنید و سپس چندین بار به آن گوش دهید؛

• برای به خاطر سپردن کلمات ضروری درباره‌ی موضوعی خاص از ساختن شعر استفاده کنید، از کنار هم قرار دادن حروف اول آن کلمات، جمله‌ای بسازید که به خاطر سپاری آن ساده باشد؛

• سعی کنید با شخصی صحبت کنید یا برای او موضوع مطالعه‌ی خود را توضیح دهید؛

• درس‌های خود را حفظ کنید و سپس سعی کنید آن‌ها را با صدای بلند بخوانید؛ طوری که انگار در مورد آن ارائه می‌دهید.

فعالیت‌هایی برای تقویت این نوع هوش

همان طور که پیش‌تر اشاره شد، تقویت مهارت‌های هوش کلامی مزایای بسیاری دارد. یکی از مهم‌ترین مزایای آن، این است که از مهارت‌های هوش کلامی به عنوان ابزاری قدرتمند برای انتقال دانش و احساسات خود برخوردار می‌شوید. همچنین توانایی‌های دیگری مانند متقاعد کردن دیگران، مناظره، مهارت سخنرانی در جمع، مذاکره، فروش محصول یا سرویس و غیره را به دست می‌آورید.

برخورداری از مهارت‌های هوش کلامی در دوران مدرسه نیز بسیار مفید است؛ زیرا امتحانات معمولاً بر اساس حفظ و بیان اطلاعات به صورت شفاهی است. حال اگر

می‌خواهید مهارت‌های هوش کلامی خود را بهبود ببخشید، فهرستی از فعالیت‌هایی را که می‌توانید انجام دهید، آورده‌ایم:

- هر روز یک کلمه جدید یاد بگیرید و سعی کنید آن را به دایره لغات روزانه خود اضافه کنید؛

- به رادیو بیشتر گوش دهید و اگر دوست داشتید، با بیان دیدگاه خود در بحث‌های آن‌ها شرکت کنید؛

- سعی کنید داستانی کوچک بنویسید و آن را برای دیگران تعریف کنید؛

- شروع به خواندن انواع رمان، داستان و جوک کنید؛

- همیشه دفترچه‌ای به همراهتان داشته باشید تا وقتی به داستان، جوک یا شعری فکر می‌کنید، آن‌ها را یادداشت کنید؛

- وبلاگ شخصی خود را راه‌اندازی کنید و آن را به موضوع مورد علاقه‌ی خود اختصاص دهید؛

- به عزیزان یا دوستان خود پیشنهاد کنید که به جای ارسال پیام‌های کوتاه، برای آن‌ها ایمیل ارسال کنید یا نامه بنویسید؛

- زمانی را صرف صحبت و بحث کردن با افراد دیگر کنید. به گروه‌های بحث در مورد موضوعات مورد علاقه‌تان یا مباحثی که به آن‌ها تسلط دارید، پیوندید و تا حد امکان نظراتتان را بیان کنید؛
- سعی کنید هر زمان که صحبت می‌کنید، نظرات خود را مرتب و واضح بیان کنید؛
- تمرین گوش دادن به دیگران با توجه کامل را انجام دهید، چرا که مهارت گوش دادن فعال چیزی است که به مرور زمان از دست می‌رود. به طور معمول، همه‌ی ما وقتی به طور سطحی چیزهایی در مورد سخنان طرف مقابل می‌شنویم، به این فکر می‌کنیم که قرار است چه پاسخی به او دهیم. بر این اساس، دقت کنید که وقتی با شخص دیگری صحبت می‌کنید، روی تمام کلمات و احساسات لحن خود تمرکز کنید؛
- داستان‌ها، جوک‌ها و حکایاتی که در ذهن دارید را برای افراد دیگر تعریف کنید و سعی کنید آن‌ها را طوری سازماندهی کنید تا برای کسانی که گوش می‌دهند، جالب و سرگرم‌کننده باشند؛
- بازی‌هایی برای تقویت حافظه انجام دهید یا بازی‌هایی که در آن‌ها کلمات مختلفی استفاده می‌شوند. مانند جدول کلمات متقاطع، آناگرام، بازی پازل حروف و غیره؛

- صدای خودتان را ضبط کنید و سپس به نتیجه گوش دهید. در ادامه مشخص کنید که چه چیزی را می‌توانید در گفتار خود بهبود ببخشید؛
- به طور منظم به کتابخانه بروید و کتاب مورد علاقه خود را تهیه کنید. هفته‌ای یک کتاب می‌توانید بخوانید و از کتاب‌هایی شروع کنید که برایتان خوشایندتر هستند؛
- دفترچه خاطراتی برای خودتان تهیه کنید و چند دقیقه در روز را به نوشتن اتفاقات روز خود و هر آنچه که دوست دارید، اختصاص دهید. همچنین اگر استفاده از تکنولوژی‌های جدید را ترجیح می‌دهید، برنامه‌ها و اپلیکیشن‌هایی برای یادداشت خاطراتان وجود دارند که می‌توانید از آن‌ها استفاده نمایید؛
- برای این‌که به تقویت هوش کلامی خود کمک کنید، می‌توانید شعر مورد علاقه‌تان یا قسمت‌هایی از آن را که دوست دارید، حفظ کنید؛
- اگر در حین خواندن متنی با کلماتی ناآشنا مواجه شدید یا معنای آن‌ها را نمی‌دانستید، آن‌ها را یادداشت برداری کنید و به دنبال معنی‌شان بگردید. اینترنت برای آگاهی از معنای کلمات می‌تواند کمک بزرگی برایتان باشد؛
- تمام کلماتی را بنویسید که در یک دقیقه می‌توانید به آن‌ها فکر کنید و برای این منظور معیارهای خاصی را در نظر بگیرید. برای مثال، به حروفی فکر کنید که با

- حرف یا هجای خاصی شروع می‌شوند، حرف صدادار خاصی ندارند یا به دسته‌بندی معنایی خاصی مثلا «ابزار آشپزخانه» تعلق دارند. در این راستا، مسابقات کوچکی را می‌توانید با دوستان یا خانواده‌تان انجام دهید؛
- برای تقویت هوش کلامی خود می‌توانید کتاب‌های صوتی مختلفی را قرض بگیرید یا بخرید تا بتوانید در حین راه رفتن در خیابان یا در اوقات فراغت خود به آن‌ها گوش دهید؛
 - نقدهای خود را درباره کتاب‌ها، داستان‌ها یا شعرها بنویسید و آن‌ها را در وبلاگتان یا در انجمن‌های ادبیات مطرح کنید؛
 - به گروه‌های کتاب‌خوانی که در کتابخانه محلی‌تان برگزار می‌شوند یا در اینترنت یافت می‌شوند، بپیوندید؛
 - سعی کنید چهره‌های ادبی متون خاص را شناسایی کنید و حتی در هنگام نوشتن سعی کنید متون خاص خودتان را بنویسید؛
 - از ویدئوها و مقالات اینترنتی در مورد نکات صحبت کردن در جمع، مذاکره، برقراری ارتباط قاطعانه‌تر و غیره استفاده کنید؛
 - زبان‌های جدید یاد بگیرید. در حال حاضر دوره‌ها، آکادمی‌ها، معلمان و حتی برنامه‌هایی در این زمینه وجود دارند که می‌توانند برایتان کمک‌کننده باشند.

خلاصه

افرادی که هوش کلامی بالایی دارند، معمولاً در زندگی فردی و اجتماعی خود موفق‌تر عمل می‌کنند. افزایش هوش کلامی با تکرار و تمرین روش‌های خاصی که در این مطلب به آن‌ها اشاره شد، امکان‌پذیر است. در این نوشته به طور کامل و مفصل توضیح دادیم هوش کلامی یا زبانی چیست و روش‌های افزایش هوش کلامی را مرور کردیم.

موفق باشید * بهار 1409