

جعبه ابزار سخنرانی

هر آنچه که برای ارائه یک سخنرانی جذاب، گیرا و بدون استرس نیاز دارید....



نویسنده: محمد پیام بهرام پور

راز تاحول

۱۶ ۱۷ ۱۸ ۱۹ ۲۰ ۲۱ ۲۲

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۰

جعبه ابزار سخنرانی

برای تهیه نسخه کامل این
کتاب می‌توانید اینجا کلیک

کنید و یا به وبسایت

نویسنده مراجعه کنید:

www.bahrampoor.com

۴۴۶۰۹۶۱۳

تقدیم به

از طرف.....

سرشناسه: بهرامپور، محمدپیام، ۱۳۷۱ -

عنوان و نام پدیدآور: جعبه ابزار سخنرانی: راهنمای جامع ارائه سخنرانی و مدیریت ترس از سخنرانی و تقویت فن بیان / محمدپیام بهرامپور.

مشخصات نشر: تهران: سپید، ۱۳۹۳.

شابک: ۹۶۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۹۹-۲۶-۳

عنوان دیگر: راهنمای جامع ارائه سخنرانی و مدیریت ترس از سخنرانی و تقویت فن بیان.

موضوع: سخنرانی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۳ ب۳س / PNF۴۱۱۹۳

شماره کتابشناسی ملی: ۳۴۵۰۲۳۲

موضوع: سخنوری

رده بندی دیویی: ۸۰۸/۵۱

عنوان کتاب:	جعبه ابزار سخنرانی
مؤلف:	محمد پیام بهرامپور
برنامه ریزی و اجرا:	سیمین بندرومی
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۳
شمارگان:	۲۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۵۴۷۹-۲۶-۳
قیمت:	۹۶۰۰ تومان
نشانی:	تهران - خیابان شریعتی - روبه روی مترو شریعتی - برج مینا - طبقه سوم - واحد ۲
تلفن:	۲۲۸۰۰۰۶۳-۲۲۶۱۰۰۵۴-۲۲۶۲۳۱۱۸-۲۲۸۹۴۴۷۳-۲۲۸۹۴۵۲۸
پایگاه اینترنتی / ایمیل:	www.sepidpub.com info@sepidpub.com sepidpub@yahoo.com
پایگاه اینترنتی / ایمیل نویسنده:	www.Bahrampoor.com site@ Bahrampoor.com

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

تقدیم به همراه و همسر عزیزم

نادیا

فهرست مطالب

مقدمه داین ویندینگلند ۱۴

مقدمه نویسنده ۱۶

این کتاب چطور کار می‌کند؟ (کاتالوگ کتاب)..... ۱۸

داستان اولین سخنرانی من..... ۱۸

مراحل یادگیری مهارت‌های کلامی..... ۲۰

فصل اول: ترس از سخنرانی ۲۲

این فصل را در انتها بخوانید!..... ۲۲

چه کسانی از سخنرانی می‌ترسند..... ۲۳

منبع این ترس چیست؟..... ۲۶

۲۶ ترس از بی‌توجهی مخاطبان به ما

۳۰	ناتوانی سخنران
۳۲	اولویت‌های مهم‌تر
۳۶	ضایع شدن و خرابکاری
۳۶	پاسخ به سؤالات
۳۹	فراموشی متن سخنرانی
۳۹	خرابکاری کردن
۴۱	اعتماد به نفس در سخنرانی
۴۴	دانستن هدف
۴۵	داشتن مهارت و ارزش قائل بودن
۴۶	چطور با اعتماد به نفس به نظر برسیم؟
۴۷	مدیریت ترس قبل از سخنرانی
۴۸	چک لیست‌های سخنرانی
۵۱	چند خبر خوب
۵۲	گام اصلی در مدیریت ترس

فصل دوم: فن بیان، خوب صحبت کردن ۵۴

۵۴	مراقب این چاه باشید!
۵۵	تفاوت صحبت در جمع و مکالمه روزمره
۵۶	صدای خوب سخنران
۵۶	تنفس صحیح سخنران
۵۷	تمرین شمارش اعداد
۵۷	تنفس دیافراگمی

۵۸	حرفی که همیشه شنیده‌ایم!.....
۵۸	ارزیابی سخنرانی دیگران
۶۰	بازخورد بگیرد و نقد پذیر باشید
۶۱	از چه کلماتی استفاده کنیم؟.....
۶۳	کلمات ما چه ویژگی‌های داشته باشند؟
۶۵	از هر فرصتی برای صحبت استفاده کنید
۶۶	چند ترند مؤثر.....
۶۶	چطور شمرده صحبت کنیم؟
۶۷	جادوی انرژی در سخنرانی
۶۷	سخنرانان غیر قابل تحمل
۶۸	حذف تکیه کلام و ... گفتن.....
۷۰	استفاده از کس برای شرطی سازی
۷۳	تنظیم دقیق ابتدای صحبت
۷۴	مکث.....
۷۴	مکث ادراکی
۷۵	مکث نمایشی
۷۵	مکث پرسشی
۷۶	مکث تکمیلی
۷۶	خروج از حوزه آسایش.....
۷۷	سبک سخنران.....
۷۹	زبان بدن یک سخنران.....

۸۱	نحوه ایستادن
۸۲	حالات دستان
۸۲	حرکات اضافه

فصل سوم: انتخاب موضوع ۸۴

۸۴	هدف واضح از سخنرانی
۸۵	روش و اصول انتخاب موضوع
۸۵	علاقه
۸۶	تخصص مرتبط
۸۶	تناسب با زمان
۸۷	خاطره یا تجربه
۸۷	جذابیت برای مخاطبان
۸۸	چطور ایده بگیریم؟
۸۸	موضوعات ممنوعه چه هستند؟
۸۸	عنوان مناسب

فصل چهارم: شناخت کافی ۹۰

۹۱	شناخت مخاطب
۹۲	شناخت مخاطب به روش وکیل‌ها
۹۲	شما برای مخاطب سخنرانی می‌کنید!
۹۳	شناخت کلی از مخاطبان
۹۶	شناخت روانشناختی و دیدگاه مخاطبان

۱۰۰	شناخت دانش مخاطبان
۱۰۳	ایجاد ارتباط انسانی با مخاطبان
۱۰۵	چطور این اطلاعات را به دست آوریم؟
۱۰۹	شناخت محل برگزاری
۱۱۳	شناخت ابزارهای سخنرانی
۱۱۳	سیستم صوتی
۱۱۵	پروژکتور
۱۱۶	سیستم کامپیوتری یا لپ تاب
۱۱۷	تخته‌های هوشمند
۱۱۷	تخته وایت برد

فصل پنجم: جمع آوری اطلاعات

۱۲۰	باز کردن پرونده سخنرانی
۱۲۱	چرا باید یک پرونده داشته باشیم؟
۱۲۱	از چه چیزهایی ایده بگیریم؟
۱۲۱	کجا بنویسیم؟
۱۲۲	بی رحم باشید!
۱۲۳	چه محتوایی جمع آوری کنیم؟
۱۲۸	نقاط تاریک محتوا
۱۲۸	معنی کلمه
۱۲۸	تلفظ صحیح
۱۲۹	آمار جدید

فصل ششم: سازماندهی و پیکربندی ۱۳۰

- ۱۳۰ پیکربندی کلام
- ۱۳۱ فرمول ABC-C در طراحی سخنرانی
- ۱۳۱ A: Attention Grabbing جلب توجه
- ۱۳۷ B: Body بدنه
- ۱۳۷ جذابیت در متن سخنرانی
- ۱۴۸ C: Conclusion جمع بندی
- ۱۴۹ C: Clear Call To Action : دعوت به انجام کار واضح

فصل هفتم: آماده سازی و تمرین ۱۵۰

- ۱۵۱ آماده سازی و فراموش نکردن متن سخنرانی
- ۱۵۱ روخوانی متن سخنرانی
- ۱۵۲ حفظ کردن متن سخنرانی
- ۱۵۳ استفاده از یادداشت‌ها
- ۱۵۵ استفاده از پاورپوینت
- ۱۵۸ مدیریت زمان
- ۱۶۱ برای مدیریت زمان، تمرین کنید
- ۱۶۲ درست سر وقت شروع کنید
- ۱۶۳ روند اجرا را بسنجید و تنظیم کنید
- ۱۶۴ جمع بندی
- ۱۶۴ تمرین مناسب برای سخنرانی

۱۶۴	تمرین ذهنی
۱۶۵	تمرین به تنهایی
۱۶۶	تمرین برای اشیا یا حیوانات
۱۶۶	ضبط صدا
۱۶۷	تمرین جلوی آینه
۱۶۷	تمرین جلوی دوربین
۱۶۸	اجرا برای دیگران

فصل هشتم: اجرای سخنرانی

۱۷۰	ایجاد ارتباط خوب با مخاطب.....
۱۷۰	یخ شکنی
۱۷۱	سنگر نگیرد!
۱۷۲	باز خورد از مخاطبان
۱۷۲	گرفتن تشویق از مخاطبان

فصل نهم: پس از اجرا

۱۷۴	منابع نقد.....
۱۷۵	خودمان
۱۷۵	ضبط صدا و فیلم
۱۷۶	مخاطبان و نظرسنجی
۱۷۶	سخنرانان مردود.....
۱۷۸	تقدیر و تشکر

مقدمه داین ویندینگلند

اگر حتی پاسخ یکی از این سئوالات "بله" است، می‌توانید مطمئن باشید که این کتاب برای شما نوشته شده‌است.

این کتاب گام‌های عملی و پرکاربردی را نشان می‌دهد که به وسیله آن‌ها بتوانید اعتماد به نفس خود را در سخنرانی‌های افزایش دهید و بتوانید سخنرانی‌های خاص‌تری داشته باشید و در محیط کاری، به پیشرفت‌های چشم‌گیری دست یابید.

اینکه شما چقدر خوب و جذاب صحبت می‌کنید، ارتباط مستقیمی با اینکه چقدر پیشرفت خواهید کرد دارد. این موضوع در محیط کاری می‌تواند بر روی حقوق شما هم تاثیرگذار باشد.

اشخاصی که یک سخنرانی کامل و بدون ایراد داشته باشند، معمولاً بعد از اینکه به خوبی با مخاطبان خود ارتباط برقرار کردند، مورد توجه زیادی قرار می‌گیرند و به عنوان مدیران و رهبران آن جمع انتخاب خواهند شد.

پس دیگر احتیاجی نیست تا آرزو کنید که یک مدیر یا رهبر در یک جمع باشید. دیگر آرزوی اینکه یک سخنران خوب باشید را باید از خود دور کنید! دیگر به این موضوع فکر نکنید که "ای کاش من هم جای همکارم بودم و به اندازه او خوب صحبت می‌کردم."

آرزوها همیشه جامع عمل نمی‌پوشند. تغییرات، با آرزو کردن شما به سراغتان نمی‌آیند. آنها با تلاش و علم تحقق پیدا می‌کنند.

اگر شما به دنبال این علم هستید و آرزو می‌کنید که این علم را داشته باشید تا بتوانید در زندگی خود از آن استفاده کنید، پس شما مطمئناً به خواندن این کتاب احتیاج دارید.

به عنوان یک مربی سخنرانی، برای گروه زیادی از افراد، از مدیران بلند

**آیا از فکر سخنرانی هم مضطرب می‌شوید؟
آیا نگران این موضوع هستید که نتوانید هدف خود را به خوبی به مخاطبان خود منتقل کنید؟
آیا آرزو دارید که در کار خود به سرعت پیشرفت کنید؟**

پایه مؤسسه‌ها تا مهندسان سازمان‌ها، کلاس‌های سخنوری برگزار کرده‌ام و متوجه شدم که اولین و مهم‌ترین مشکل همه آنها عدم اعتماد به نفس برای سخنرانی است. اعتماد به نفس از داشتن دانش کافی و تمرین فراوان به وجود می‌آید. در این کتاب شما می‌توانید دانش کافی را کسب کنید. اما تمرین کردن به عهده خود شما خواهد بود.

نویسنده این کتاب، محمد پیام بهرام‌پور، در حدود یک سال پیش از من خواست تا برای سایت او (www.Bahrampoor.com) یک صحبت ویدئویی داشته باشم. من از این موضوع بسیار خرسند شدم. چرا که می‌دانستم از این راه خواهم توانست به گروهی از انسان‌ها که بیشتر از نصف کره زمین از من فاصله دارند پیغامی برسانم و در این پیغام به آنها بگویم که چقدر سخنرانی کردن می‌تواند در زندگی و آینده آنها نقش مؤثر داشته باشد. به نظر من هر انسانی باید قادر به سخنرانی باشد و بتواند به وسیله آن صحبت کند و از دیگران متمایز باشد.

محمد پیام بهرام‌پور هر آنچه که تا کنون در رابطه با سخنرانی آموخته است، هم عملی و هم نظری را در این کتاب آورده است. با این حال تمرکز بیشتر او بر روی نکات عملی سخنرانی است تا شما دریابید که چگونه می‌توانید یک سخنرانی فوق‌العاده ارائه دهید.



پس به جای اینکه به همکاران خود برای داشتن فن سخنوری خوبشان غبطه بخورید، تلاش کنید تا یکی از آنها باشید و چه بسا آنها به شما غبطه بخورند.

Diana Windingland
Presentation Coach at Virtual Speech Coach
Author, *12 Ways to Be a Confident Speaker*
Saint Paul, Minnesota, USA

مقدمه نویسنده

همیشه در کلاس‌ها و جلسات مشاوره آموزش سخنرانی و فن بیان، این سوال را از مخاطبان می‌پرسم و زمانی که به این موضوع فکر می‌کنند تعجب می‌کنند که چقدر برای نوشتن خود وقت صرف کردن و سال‌ها درس خوانده‌اند اما تقریباً هیچ زمانی به بحث بیان، سخنوری و صحبت

سوال جدی که باید از خود پرسیم این است که ما روزانه چند ساعت می‌نویسیم؟
و چند ساعت صحبت می‌کنیم؟

کردن خود اختصاص نداده‌اند!

این در حالی است که اکثر افراد موفق، به خوبی از اهمیت سخنرانی و مهارت‌های کلامی مطلع هستند و می‌دانند که یکی از ستون‌های اصلی موفقیت، بیان مناسب است و به شما نیز تبریک می‌گویم که تصمیم گرفته‌اید بر روی این مهارت خود سرمایه‌گذاری کنید و مطمئن هستم که به زودی زود، نتایج بسیار خوبی را کسب خواهید کرد.

کتاب «جعبه ابزار سخنرانی» به این منظور نوشته شده که شما بتوانید تمام ابزارهای مورد نیاز برای اجرای یک سخنرانی را به سادگی در آن بیابید و بتوانید با کمترین زحمت و با بهینه‌ترین روش، یک سخنرانی ارزشمند و تأثیرگذار تهیه کنید.

در این کتاب، مطالبی را ارائه کردم که شما برای هر سخنرانی به آنها نیاز دارید و سعی کردم خلاصه، اما به اندازه کفایت مطالب را ارائه کنم. این کتاب به صورت یک راهنمای گام به گام، با دستورالعمل‌هایی اجرایی و حرفه‌ای به شما کمک می‌کند تا سخنرانی‌های خود را از انتخاب موضوع تا اجرا و ارائه (و حتی پس از آن) طراحی کنید.

در مورد مطالب این کتاب می‌توانم به شما یک تضمین بدهم! به تمام مطالب این کتاب با همه وجودم اعتقاد دارم و همه آنها را تجربه کرده‌ام و در سخنرانی‌های بسیاری از اساتید دانشگاه، مدیران برجسته مؤسسات بزرگ، مقامات سیاسی و سخنرانان مشهور به کار بسته‌ام و نتیجه شگفت‌آور آنها را مشاهده کرده‌ام.

و تضمین من این است که اگر همین الان تصمیم بگیرید که برای فن بیان و سخنوری خود - که جزئی اجتناب ناپذیر در موفقیت هر انسان موفق است - برنامه‌ای منسجم بریزید و روزانه فقط ۱۵ دقیقه وقت بگذارید و تمرینات این کتاب را انجام دهید بدون شک در کمتر از ۲ ماه نتیجه فوق‌العاده کسب خواهید کرد.

همچنین توصیه می‌کنم که حتماً قبل از مطالعه کامل کتاب، در دوره رایگان و غیر حضوری آموزش سخنرانی و فن بیان - که شامل ۹ درس صوتی ۱۰ دقیقه‌ای است - در وبسایت من به آدرس www.Bahrampoor.com شرکت کنید تا تا حدودی با حال و هوای این کتاب آشنا شوید.

ضمناً با شرکت در این دوره، مطالب آموزشی بسیاری به صورت هفتگی برای شما ارسال می‌شود و به روز رسانی مطالب تکمیلی این کتاب از طریق ایمیل برای شما ارسال خواهد شد.



پس با تهیه این کتاب، تازه ارتباط ما با شما آغاز شد....

به امید موفقیت‌های روز افزون

محمد پیام بهرام‌پور

نوروز ۱۳۹۳ تهران

این کتاب چطور کار می‌کند؟ (کاتالوگ کتاب)

تمام تلاش‌م بر این بوده است تا کتاب حاضر را بسیار ساده و روان بنویسم. طوری که بتوانید در هر شرایطی آن را مطالعه کنید؛ اتوبوس، مترو، تاکسی، خانه و... فقط توجه کنید که این کتاب، نباید سرسری خوانده شود! باید با آن درگیر شوید، یعنی؛ کنار آن مطالب مهم را بنویسید، زیر متون مهم خط بکشید، گوشه‌های آن را تا بزیند و طوری با آن رفتار کنید که اگر کسی آن را دید، احساس کند حسابی با آن درگیر شده‌اید!

همیشه یکی از اصلی‌ترین موضوعاتی که در جلسه اول دوره‌های فن بیان و سخنرانی بیان می‌کنم این است که سخنرانی یک موضوع اکتسابی است و هیچ فردی به طور ذاتی یک سخنران به دنیا نمی‌آیند.

داستان اولین سخنرانی من

گاهی اوقات زمانی که این حرف را می‌زنم افرادی با اعتراض بسیار شدید این موضوع را رد می‌کنند و می‌گویند که سخنرانی یک موضوع ذاتی است و حتی می‌گویند که خود من هم ذاتاً سخنران بودم (انگار که موقع به دنیا آمدن میکروفن در دست داشتم!)

در این مواقع فوراً داستان اولین سخنرانی خودم را برای آنها تعریف می‌کنم تا متوجه شوند که خود من نیز در ابتدای کار اصلاً اوضاع خوبی نداشتم.

در سال دوم دبیرستان یکی از معلم‌انم در مدرسه از من خواست که جلوی دوستانم خبر یک اردو را اعلام کنم. من متن صحبت را کامل نوشته بودم و کاملاً به خاطر دارم که از یک زیر دستی قرمز رنگ هم استفاده کردم تا کاغذ تا خورده را در دستم بگیرم. همه چیز خیلی خوب پیش می‌رفت تا زمانی که معلم نام من را خواند و از من دعوت کرد که جلوی دوستان قرار بگیرم و صحبت‌م را آغاز بکنم.

لحظه‌ای که با تشویق دوستانم از جا بلند شدم حس کردم که هیچ چیزی مثل قبل نیست. زمان خیلی آهسته می‌گذرد، صدای اطرافم محو است، همه

چیز را تار می‌بینم و اصلاً نمی‌دانم که چه کاری باید انجام دهم.

وقتی جلوی میکروفن رسیدم، دیدم که قلبم خیلی تند می‌زند، سرم پر از خون شده و مطمئناً صورتم سرخ شده، دستانم به لرزه افتاده و به شدت عرق کرده بودند، روی پیشانی من نیز عرق سردی نشسته بود و صدایم نیز به شدت می‌لرزید....

واقعاً نمی‌دانم که چه اتفاقی افتاده بود، اما واقعاً لحظات وحشتناکی را شاهد بودم. دوست داشتم آن لحظات زجرآور هرچه زودتر تمام شوند و از این محمصه رهایی پیدا کنم....

از آن سخنرانی چیز زیادی خاطر نمی‌گذاشت و فقط صدای خنده و مسخره کردن سایر دوستانم را به خاطر دارم و صحبتی که چند ساعت بعد ناظم با من انجام داد و گفت که چرا زمان، محل و نحوه ثبت نام اردو را اعلام نکردی؟؟

این اتفاق، اتفاق بسیار خوبی در زندگی من شد؛ زیرا بلافاصله بعد از صحبت‌م دیدم که یکی از دانش‌آموزان دیگر که به نظرم خیلی از او سرترا بود میکروفن را به دست گرفته بود و با اعتماد به نفس مطالب و صحبت‌هایش را ارائه می‌کرد. تحمل این موضوع که فردی در سن و سال من می‌تواند اینقدر قدرتمند صحبت کند اما من نمی‌توانم برایم بسیار دردآور بود و از همین رو با خودم عهد کردم که باید هرچه سریع‌تر یک سخنران خوب و حرفه‌ای بشوم.

از همان روز - و نه از فردای آن روز - با خود عهد کردم که هر شب ۲ سخنرانی کوتاه مشاهده کنم و ببینم که سخنرانان چطور بسیار جذاب و دلنشین سخنرانی می‌کنند؟ همچنین هر فرصتی که به دست می‌آوردم برای خودم تمریناتی انجام می‌دادم و سخنرانی فرضی خود را انجام می‌دادم.

با مطالعه، تمرین و پیگیری بسیار زیاد، ظرف مدت ۶ ماه توانایی سخنرانی من بسیار رشد کرده بود و در کلاس‌های درس بسیار ساده و روان کنفرانس ارائه می‌کردم و از تابستان آن سال در مرکز علوم و ستاره‌شناسی به عنوان سخنران برنامه‌های آموزشی به فعالیت می‌پرداختم و به صورت هفتگی در مقابل ۱۰۰ مخاطب، بسیار راحت و قدرتمند سخنرانی می‌کردم....

دیگر بیشتر از این داستان را توضیح ندهم و برسیم تا اینجایی که به عنوان مربی سخنرانی و فن بیان مشغول نوشتن این کتاب هستم....

مراحل یادگیری مهارت‌های کلامی

شاید برای بسیاری از افراد این سؤال مطرح باشد که آیا اصلاً می‌توانیم مهارت‌های کلامی و سخنوری خود را بهبود ببخشیم و در آن تغییری ایجاد کنیم؟ یا این که مهارت‌های کلامی ذاتی هستند و امکان یادگیری آنها وجود ندارد؟

شاید اولین پاسخ من، داستانی باشد که از اولین سخنرانی خود بیان کردم و اما در ادامه قصد دارم چندین دلیل برای شما بیان نمایم که مهارت‌های کلامی قابل یادگیری هستند و هر فردی می‌تواند با تمرین کردن این مهارت‌ها، به جایگاه ارزشمندی نایل شود.

شاهد مثال دیگری که می‌خواهم برای شما بیاورم، شرکت کنندگان دوره‌ها و کلاس‌های ما هستند. ما همیشه در اولین جلسه کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی خود از شرکت کنندگان می‌خواهیم که یک سخنرانی مختصر داشته باشند و ما نیز از این سخنرانی فیلم‌برداری خواهیم داشت؛ سپس در انتهای دوره از مخاطبان می‌خواهیم که یک سخنرانی داشته باشند و پس از سخنرانی، فیلم اولین سخنرانی را به آنها نشان می‌دهیم و معمولاً از این بابت شگفت زده می‌شوند که یک یا دو ماه گذشته چطور بوده‌اند و اکنون چطور هستند...

البته مطمئنم شما از آن دسته افرادی نیستید که به منظور راحت کردن خودشان و فرار از یادگیری می‌گویند فن بیان و مهارت‌های سخنرانی قابل یادگیری نیستند و یک موضوع ذاتی هستند.

البته قرار نیست همه، سخنرانان بزرگ و جهانی بشوند؛ اما مطمئناً همه باید مهارت‌های بیانی خود را به خوبی تقویت کنند و از فرصت‌هایی که این مهارت برایشان ایجاد می‌کند به خوبی بهره ببرند.

در ادامه قصد دارم مراحل یادگیری مهارت‌های ارتباط کلامی که خانم «آماندا ویکرز» در کتاب «خودآموز سخنرانی» به آن اشاره می‌کند را برای شما بازگو کنم.

ناتوانی ناآگاهانه

گام اول زمانی است که ما توانایی انجام سخنرانی را نداریم و البته نمی‌دانیم که این توانایی را نداریم. این وحشتناک‌ترین مرحله برای یک سخنران است زیرا گمان می‌کند که کارش خوب است ولی اصلاً اینطور نیست و مخاطبان به شدت با صحبت‌های او مشکل دارند.

ناتوانی آگاهانه

گام دوم زمانی است که ما توانایی انجام سخنرانی را نداریم اما متوجه و آگاه می‌شویم که این توانایی را نداریم. این مرحله به منزله استارت برای یک اتوموبیل است. زمانی که فردی در این مرحله قرار می‌گیرد، مطلع می‌شود که باید مهارت‌های خود را بهبود ببخشد و برای این کار اقدام می‌کند.

توانمندی آگاهانه

گام سوم زمانی است که ما توانایی انجام کار را به دست می‌آوریم اما تمام حرکات ما آگاهانه است و باید بسیار مراقب باشیم. در این مرحله صحبت‌های خوبی ارائه می‌کنیم و مخاطبان معمولاً از ما راضی هستند، اما برای هر سخنرانی باید انرژی زیادی صرف کنیم و زحمت زیادی متقبل شویم.

توانمندی ناآگاهانه

گام چهارم زمانی است که ما توانایی انجام کار را به دست می‌آوریم و آنقدر آن را تمرین کرده‌ایم که به صورت ناخودآگاه و از روی عادت به فعالیت می‌پردازیم و در این صورت انرژی بسیار کمتری برای سخنرانی صرف می‌کنیم و از همین رو صحبت برای ما لذت بخش‌تر خواهد شد و البته مخاطبان نیز حس بسیار خوبی در این رابطه خواهند داشت.

باید این مزه را به شما بدهم که وقتی شما این کتاب را مطالعه می‌کنید به این معنی است که شما مرحله اول (وحشتناک‌ترین مرحله) را گذرانده‌اید و اکنون در یکی از سه مرحله آخر حضور دارید و امیدوارم که هرچه زودتر با ادامه دادن تمرینات به مرحله چهارم دست بیابید.

فصل اول: ترس از سخنرانی

صحبت در جمع برای همه انسان‌ها کار ساده‌ای نیست. تحقیقات و آمارهای زیادی تهیه شده که نشان می‌دهد که اکثر انسان‌ها در همه جای این کره خاکی از صحبت کردن در جمع ترس دارند و از همین رو نمی‌توانند خیلی خوب توانمندی‌ها و مهارت‌های خود را بروز دهند.

در این فصل قصد دارم مهارت‌هایی را با شما مطرح کنم که بتوانید ترس خود را مدیریت کنید و با کمترین میزان تنش به صحبت در جمع بپردازید.

می‌توانم بگویم مطمئن هستیم که بیش از ۸۰ درصد افرادی که این کتاب را مطالعه می‌کنند به دلیل ترسی که از سخنرانی دارند این کار را انجام داده‌اند!

البته گفتنی است که خود من نیز به دلیل ترس از سخنرانی، اقدام به یادگیری این موضوع کردم.

این فصل را در انتها بخوانید!

از آنجایی که من اعتقاد دارم که داشتن مهارت در هر کاری، به اندازه کافی از ترس ما می‌کاهد، پیشنهاد می‌کنم که این فصل از کتاب را الان مطالعه نکنید و اجازه دهید که با تکنیک‌ها و مهارت‌های این کتاب آشنا شوید و سپس اگر احساس کردید هنوز به تکنیک‌های مدیریت ترس نیاز دارید این فصل را مطالعه کنید.

اجازه بدهید این موضوع را برای شما با یک مثال توضیح دهم؛ مسابقه فوتبالی را تصور کنید که یک تیم بزرگ (مثلاً بارسلونا) در یک طرف آن قرار دارد و در طرف دیگر آن یک تیم محلی، این مسابقه جنبه خیره دارد. آیا بازیکنان تیم حرفه‌ای استرس یا نگرانی خاصی دارند؟ مطمئناً پاسخ خیر است. زیرا آنها به قدری مهارت دارند که به سادگی می‌توانند از پس این مسابقه بر بیایند. اما درست آن طرف میدان، به احتمال زیاد بازیکنان تیم محلی سرشار از استرس و نگرانی هستند و دلشوره‌ای شدید در بین آنها موج می‌زند.

حال همین تیم حرفه‌ای را تصور کنید که در بازی فینال جام باشگاه‌های اروپا مشغول مسابقه باشد، این بار قضیه متفاوت خواهد بود و بازیکنان این تیم نیز به دلیل این که از مهارت‌های خود به اندازه کافی مطمئن نیستند دچار استرس خواهند بود.

در سخنرانی نیز شرایط تقریباً همینطور است. هرچقدر که مهارت ما نسبت به مخاطبانمان کمتر باشد، ترس بیشتری خواهیم داشت. برای مثال استاد دانشگاهی در اکثر کلاس‌های من حضور پیدا می‌کرد و اعلام می‌داشت که در مقابل ۱۰۰ دانشجو به سادگی کلاس را برگزار می‌نماید و این کار را به صورت هفتگی انجام می‌دهد. اما زمانی که نوبت به ارائه کنفرانس یا سمینار می‌شود بسیار نگران و مضطرب خواهد شد.

این شرایط به خوبی نشان می‌دهد که مهارت استاد از نظر خودش در اداره کلاس به اندازه دانش‌آموزان کفایت می‌کند؛ اما در سمینار به اندازه کافی نخواهد بود.

از همین رو به شما پیشنهاد می‌کنم در ابتدا مهارت‌های خود را با خواندن فصول بعدی این کتاب تقویت کنید و سپس به سراغ این فصل بیایید. (البته این فقط یک پیشنهاد بود و شما بسته به شرایط و اولویت‌های خود می‌توانید این فصل را از همین الان مطالعه کنید)

چه کسانی از سخنرانی می‌ترسند

تحقیقات زیادی انجام شده که نشان می‌دهد که بخش قالب جامعه این دیدگاه را دارند که در موقعیت فعلی خود جزو افراد برتر هستند. در حقیقت همه ما دیده‌ایم که اکثر مردم خود را جزو افراد برتر و خاص تصور می‌کنند.

در ادامه قصد دارم تحقیقی از «دانیل کروگر» را برای شما مطرح کنم که در سال ۲۰۰۰ جایزه اسکار را برنده شده است. در این تحقیق به افراد تحت آزمایش تکلیف‌های خاصی را ارائه دادند که حل مسائل منطقی، ریاضی، آنالیز، سؤالات گرامر یا سؤالاتی از قبیل اینکه فرضاً این طنز چقدر خنده آور بود و از آنها خواستند نتیجه عملکرد خود را در تست‌ها در قیاس با دیگر افراد هم‌گروه اعلام کنند.

نتایج به ۴ دهک تقسیم شد و حاکی از این بود که تمام افراد خود را در

زمره ۵۰ درصد برتر به شمار آورده بودند!

نتیجه جالب‌تر این بود که افرادی که در حل مسائل قدرت کافی رانشان نداده و جواب‌های نادرست بیشتری داشتند، در تخمین جایگاه خودشان هم به همان اندازه دچار خطا بودند.

پس از آن، این امر به اثبات رسید که هر چه افراد آموزش بیشتری می‌دیدند، هم سطح جواب‌ها ارتقا پیدا می‌کرد و هم قدرت و دقت تخمین آزمایش شونده‌ها.

در مورد رانندگی هم تحقیق مشابهی توسط سونسون انجام شد که در آن ۱۶۱ دانشجوی از سوئد و امریکا انتخاب شدند تا مهارت رانندگی خودشان را در چند زمینه ارزیابی کنند که نتیجه از این قرار شد: ۹۳ درصد از امریکایی‌ها و ۶۹ درصد از سوئدی‌ها در زمینه مهارت در راندن خود را در زمره ۵۰ درصد برتر تصور می‌کردند و در مقوله امنیت در راندن هم ۸۸ درصد امریکایی‌ها و ۷۷ درصد سوئدی‌ها اظهارات مشابهی داشتند!

گمان کنم تنها جایی که افراد جامعه این احساس را ندارند، که جزو برترین افراد هستند در سخنرانی باشد و این هم از شانس خوب من و شماست! چون اگر همه فکر می‌کردند که سخنرانان خوبی هستند، باید روزانه ۱۰۰ برابر این مقدار سخنرانی بی‌محتوا و بی‌ارزش را گوش کنیم.

همچنین اگر تصور کنیم که در موضوعی بسیار قدرتمند هستیم و بین افراد بسیار موفق آن حیطه قرار داریم، احتمال این که به دنبال آن موضوع برویم بسیار کم است و باعث می‌شود که موفقیت و رشد کمتری داشته باشیم و از همین رو آمادگی بیشتری برای یادگیری وجود خواهد داشت.

در سال ۱۹۷۳ تحقیقی بر روی ۲۵۰۰ امریکایی انجام شده و از آنها خواسته شده که بزرگترین ترس‌های خود را به ترتیب بنویسند. نکته بسیار مهم این است که بزرگترین گروه ترس، ترس از سخنرانی با ۴۱ درصد بود!

تحقیقات بسیار زیادی در این زمینه انجام شد که نشان می‌دهد افراد بسیار زیادی هستند که از سخنرانی ترس دارند و تحقیقی که برای خود من نیز بسیار جالب بود، تحقیق جفری هانر بود که بر اساس این تحقیق ۷۶ درصد از سخنرانان «مجرّب» قبل از سخنرانی ترس از صحنه دارند!

درواقع اکثر افراد هنگام انجام هر امر مهمی در جمع، ممکن است

مضطرب شوند. هنرپیشه‌ها قبل نمایش عصبی هستند، سیاسیون قبل از ایراد یک سخنرانی و ورزشکاران قبل از مسابقه عصبی و ناآرام هستند.

فرقی نمی‌کند که یک مسابقه بزرگ داشته باشید یا یک سخنرانی پر تکاپو، مهم این است که بپذیرید ترس انجام کار در مقابل جمعیت وجود دارد و در این میان آنهایی موفق هستند که یاد گرفته باشند حالت ناآرامی و عصبیت خود را به عنوان نکته‌ای مثبت برای موفقیت به کار گیرد.

مارک توآین نویسنده و طنزپرداز جمله بسیار معروفی در زمینه سخنرانی دارد که خود گویای مفاهیم بالا با بیانی زیرکانه است:

«دو نوع سخنران وجود دارد: کسی که می‌ترسد و کسی که دروغ می‌گوید!»

در یکی از کارگاه‌های آموزش سخنرانی با عنوان «هیولاهای پشت تریبون سخنران!» به موضوع مدیریت ترس از سخنرانی پرداختم. در این کارگاه، از یک استاتوسکوپ پزشکی (همان دستگاهی که پزشکان به گوش خود می‌زنند و صدای قلب ما را می‌شنوند) استفاده کردم و پیش از شروع صحبت از چند نفر از مخاطبین خواستم که به روی سن بیایند و صدای قلب من را بشنوند و به دیگران بگویند که آیا قلب من پیش از سخنرانی تند می‌زند یا خیر؟

جالب بود که هر سه نفری که صدای قلبم را شنیدند فوراً به صورتم با حالتی تعجب‌انگیز نگاه کردند و باورش‌شان نمی‌شد که من نیز قبل از سخنرانی قلبم تند می‌تپد!

همه این توضیحات و مثال‌هایی که برای شما آوردم برای این منظور بود که به شما بگویم پذیرفتن ترس از سخنرانی موضوع بسیار مهم و کلیدی است و نباید گمان کنیم که روزی فرا می‌رسد که ترس از سخنرانی وجود نخواهد داشت، بلکه روزی خواهد رسید که ما می‌توانیم ترس خود را مدیریت کنیم و از آن به صورت هدفمند استفاده کنیم. پس به عنوان گام اول باید:

ترس از سخنرانی را بپذیریم.

همچنین باید بگویم که این اتفاق بسیار خوبی است که ما از سخنرانی می‌ترسیم. در حقیقت این ترس نشان دهنده سالم بودن ماست و حکایت از

این دارد که در تب و تاب تلاشی مؤثر برای یک سخنرانی موفق هستیم. اما سؤال مهم این است که ما چطور باید این ترس را مدیریت و کنترل کنیم و به گونه‌ای عمل کنیم که این ترس به نفع ما باشد نه به ضرر ما. در ادامه به این موضوع خواهیم پرداخت.

منبع این ترس چیست؟

پرداختن به این موضوع که ترس از سخنرانی از کجا نشأت می‌گیرد موضوع چندان مهمی نیست و شاید در حد اشاره به آن کافی باشد؛ اما اگر یافتن دلایل به این جهت باشد که آنها را رفع کنیم، نتیجه کاملاً اثربخش خواهد بود و ما با شناخت کافی می‌توانیم ترس از سخنرانی را تا حد زیادی مدیریت کنیم. با توجه به تجربیاتی که در دوره‌های آموزش سخنرانی به دست آورده‌ام می‌توانم دو دلیل اصلی برای ترس از سخنرانی را بیان کنم:

۱. ترس از بی‌توجهی مخاطبان به ما
 ۲. ترس از ضایع شدن و خرابکاری در مقابل جمع
- در ادامه قصد داریم هرکدام از موارد بالا را به صورت مفصل بررسی کنیم و بگوییم که چطور می‌توان این ترس را تا حد زیادی کاهش داد؟

ترس از بی‌توجهی مخاطبان به ما

همه انسان‌ها نیاز به توجه دارند. همه ما از همان ابتدای کودکی این موضوع برایمان مهم بود که به ما توجه شود. بسیاری از انسان‌ها لباسشان را بر اساس نظر دیگران انتخاب می‌کنند و از همان دوران کودکی اگر کودکی احساس کند که دیگران به او توجه نمی‌کنند (مخصوصاً در مهمانی‌ها که والدین سرشان شلوغ است) آنقدر گریه خواهد کرد که دیگران به او توجه کنند.

این نیاز در بزرگسالی نیز در ما وجود خواهد داشت و یکی از اصلی‌ترین دلایلی خواهد بود که سخنرانان را به ترس و می‌دارد. مطمئنم که شما نیز فریادهای معلمان را فراموش نکرده‌اید زمانی که در کلاس درس همه‌همه می‌شد....

فصل ششم: سازماندهی و پیکربندی

در فصل گذشته به این موضوع پرداختیم که چطور اطلاعات را جمع‌آوری کنیم و در این فصل قصد دارم به شما بگویم که چطور محتوای جمع‌آوری شده را مرتبط کنید، نظم دهید، مطالب بی‌ارزش را حذف کنید و مطالب مفید را انتخاب و آماده ارائه کنید.

در فصل گذشته اشاره کردم که برای یک سخنرانی باید اطلاعات زیادی جمع کنیم اما اکنون می‌خواهم این جمله را

ح تی اگر بهترین محتوا را جمع آوری کنید و ناب‌ترین مطالب را انتخاب کنید.

اگر مطالب شما سازماندهی نداشته باشد، مانند غذایی است که در یک تشت رخت شویی جلوی مخاطب پرتاب شود!

کامل کنم:

برای یک سخنرانی باید اطلاعات زیادی جمع‌آوری کنیم اما مطالب کمی را ارائه دهیم!

بنابراین تا اینجای کار ما مطالب زیادی داریم که طبق قانون ویلفرد پرتو تنها ۲۰ درصد آنها برای سخنرانی ما به صورت مستقیم مفید هستند. (پرتو اقتصاد دان ایتالیایی بود که دریافت ۸۰ درصد سرمایه ایتالیا نزد ۲۰ درصد سرمایه داران است! پس از آن این قانون به موارد دیگر نیز تعمیم داده شد و مثلاً ۸۰ درصد ترافیک در ۲۰ درصد از خیابان‌ها قرار دارد.)

پیکربندی کلام

مثالی که همیشه در مورد اهمیت پیکربندی سخنرانی می‌زنم این است که اگر ما مطالب خوبی آماده کنیم اما آن را با نظم و پیکربندی درستی ارائه نکنیم مثل این می‌ماند که ما بهترین غذا را با بهترین مواد اولیه آماده کرده‌ایم در یک تشت پلاستیکی جلوی مخاطب خود پرت کنیم! هرچند بهترین مواد و بهترین غذا در آن وجود دارد اما هیچ ارزشی برای مخاطب ندارد و بیشتر شبیه به یک توهین بزرگ است!

بنابراین ما باید همیشه صحبتمان را بسیار منظم و اسلوب‌مند ارائه کنیم تا کمترین میزان پراکندگی در آن وجود داشته باشد و مخاطب بتواند به سادگی مطالب را پیگیری کند.

فرمول ABC-C در طراحی سخنرانی

یکی از بهترین و ساده‌ترین ترفندهایی که برای پیکربندی سخنرانی می‌توان بهره جست فرمول ABC-C است که «آکاش کیارا» سخنران مالزیایی در کتاب خود به نام «چگونه یک سخنرانی در TED ارائه کنیم؟» (How to Deliver a TED Talk)، بیان کرده است.

این فرمول چهار جزء دارد که از سخنرانی برترین سخنرانان استخراج شده و چندین مزیت دارد، اولاً به منظم شدن صحبت شما کمک می‌کند ثانیاً کار سخنران را نیز بسیار ساده می‌کند، همچنین مخاطبان می‌توانند مطالب را به خوبی دنبال کنند و در نهایت سخنرانی نیز بسیار قدرتمند خواهد بود. در ادامه قصد داریم ABC-C را به صورت کامل برای شما شرح دهیم. در این فرمول، هر کدام از حروف بیانگر یک عبارت یا کلمه هستند:

A: Attention Grabbing جلب توجه

به عنوان اولین گام در سخنرانی باید بتوانیم توجه مخاطبان را جلب کنیم و اصلاً دلیلی داشته باشیم که چرا باید مخاطب به ما توجه بکند. هر سخنرانی باید با این پدیده کنار بیاید که اگر تا ۳۰ ثانیه اول نظر مخاطبان را به خود جلب نکنند، در ادامه، کار واقعاً سختی را پیش رو خواهد داشت زیرا کمتر کسی حاضر خواهد بود به صحبت او گوش کند یا به عبارتی دیگر:

خشت اول گر نهد معمار کج، تا ثریا می‌رود معمار کج! اینجا دیگر دیوار کج نمی‌رود بلکه معمار (که همان سخنران است) کج می‌رود.

شروع یک سخنرانی از دو جهت اهمیت بسیار زیادی دارد:

اول این که برای مخاطبان بسیار مهم و تعیین کننده است و دوم برای شخص سخنران، شروع یکی از دشوارترین قسمت‌های سخنرانی است و بنابراین باید نحوه شروع سخنرانی خود را به صورت بسیار دقیق و کامل

طراحی و مهندسی کنیم تا بتوانیم نتیجه فوق‌العاده‌ای بگیریم. در ادامه چند پیشنهاد بسیار ارزشمند برای شروع سخنرانی خواهیم داشت:

داستان

همانطور که بارها در این کتاب به اهمیت داستان در سخنرانی اشاره کردم – البته بارها از داستان در این کتاب استفاده کردم – اگر بتوانیم با یک داستان جذاب صحبت‌مان را آغاز کنیم و البته به خوبی داستان را تعریف کنیم، می‌توانیم مطمئن باشیم که اغلب مخاطبان به تمام صحبت ما گوش خواهند داد.

باز هم تأکید می‌کنم که داستان باید کاملاً مرتبط با موضوع باشد و سخنران نیز به خوبی نقش اجرا کند.

در یک کنفرانس ملی که در مورد برندسازی بود و قرار بود که من در مورد ضرورت وجود مهارت فن بیان در مدیران صحبت کنم، صحبتی که پیش از شروع برنامه با مخاطبان داشتم متوجه شدم که اکثر مدیران حاضر در جمع، نگرانی و ترس زیادی از سخنرانی دارند و به همین دلیل شروع سخنرانی خود را با داستان اولین سخنرانی زندگیم آغاز کردم (البته این داستان به صورت کامل در بخش مقدمه کتاب بیان شده است):

(بدون هیچ مقدمه و سلام و چیز دیگری یک راست اینچنین شروع کردم)

چندین سال پیش بود که برای اولین بار می‌خواستم جلوی جمع صحبت کنم، مدیر مدرسه از من خواسته بود که به اندازه نصف کاغذ A4 مطلبی در مورد اردوی هفته آینده بنویسم و جلوی سایر همکلاسی‌ها و هم مدرسه‌ای‌هایم بخوانم. من اصلاً فرد گوشه‌گیر یا کم حرفی نبودم و اتفاقاً همه معلم‌ها از دستم شاکی بودند (دو مرتبه در دوران راهنمایی از مدرسه اخراج شدم!)

اما انگار صحبت کردن جلوی مخاطبان و سخنرانی کردن حال و هوای دیگری داشت! دهانم خشک شده بود، قلبم بسیار تند می‌زد، طوری که صدای قلبم را می‌شنیدم، نفسم گرفته بود و دستانم عرق کرده بود....

ای کاش شما در هنگام ارائه این داستان به جای من روی صحنه بودید و می‌دیدید که داستان‌ها چقدر قدرتمند هستند و چطور مخاطبان را سرجایشان می‌خکوب می‌کنند. در آن لحظه تمام مخاطبان کمی به جلو خم

شده بودند و چشمانشان تماماً به من دوخته شده بود و می‌خواستند ببینند که در انتها چه اتفاقی افتاده است....

پیشنهاد می‌کنم حتماً مهارت‌های داستان‌گویی خود را تقویت کنید و در صورتی که امکان داشت صحبت خود را با یک داستان مرتبط و بسیار جذاب آغاز کنید.

شکاف بزرگ

یکی از فرصت‌های فوق‌العاده دیگر برای سخنرانان زمانی است که بین موقعیت فعلی و موقعیت مطلوب مخاطبان یک شکاف بزرگ وجود دارد و سخنران می‌تواند با اشاره به این شکاف و این که چطور می‌توان این شکاف را پر کرد؟ توجه مخاطبان را به صورت کامل به خود جلب کند.

برای نمونه در سمیناری که برای ارائه دهندگان خدمات بیمه بود، سخنرانی که در این زمینه نیز بسیار تبحر داشت، صحبت خود را اینطور شروع کرد که:

مطمئن هستم که شما عزیزان از میزان فروش خود راضی نیستید و می‌خواهید به فروشی چند برابر دست پیدا کنید (بیان شکاف) مطمئناً درآمد شما به اندازه هزینه‌هایتان است و چیز زیادی برایتان باقی نمی‌ماند (تأکید بر اطلاع کافی از شرایط مخاطبان) و من و شما امروز اینجا هستیم که به صورت اصولی و صحیح، فروش خود را چندبرابر کنیم (بیان روش پر کردن شکاف)

در چنین شرایطی خود را جای مخاطب بگذارید و ببینید که آیا دلیلی وجود دارد که به شما گوش نکند؟ شما راهی را به او خواهید گفت که شکاف بزرگی که میان او و نقطه مطلوب اوست را پر می‌کند و این برای مخاطب فوق‌العاده است است!

نقل قول

نقل قول‌ها و بیان جملات از بزرگان می‌تواند بسیار ارزشمند باشد. در حقیقت شما زمانی که یک نقل قول از بزرگی را نقل می‌کنید به اعتبار و صحت صحبت خود می‌افزایید و به گفته «زندگی پاوش»، نویسنده کتاب آخرین سخنرانی -

که توصیه می‌کنم حتماً آخرین سخنرانی زندگی او را ببینید - اهمیت و کاربرد نقل قول را بیان می‌کند:

«اگر اندیشه‌های خود را عرضه کنید، معمولاً آن را فراموش می‌کنند؛ اگر اندیشه‌ای را از زبان شخص دیگری بیان کنید، خود بینانه به نظر نمی‌رسد و قابل پذیرش‌تر می‌شود.»

مثلاً در یک سخنرانی که در مورد مهارت‌های بداهه گویی و سخنرانی بداهه است، این نقل قول از مارک توآین می‌تواند بسیار الهام بخش باشد:

«من برای آماده کردن یک سخنرانی بداهه، حداقل ۲ هفته وقت نیاز دارم!»

این جمله از مارک توآین می‌تواند به کلی مسیر صحبت را تغییر دهد و این حس را به مخاطب القا کند که او نیز اعتقاد دارد که باید برای سخنرانی بداهه خود را آماده کنیم.

خوشبختانه امروزه برای یافتن نقل قول‌ها نیاز نیست که کار خاصی انجام دهیم و با جست و جویی ساده در اینترنت می‌توان به نقل قول‌های بی‌شماری دست یافت. اما پیشنهاد بسیار خوبی که به شما دارم این است که همیشه نقل قول‌ها و صحبت‌های ارزشمندی که احساس می‌کنید ممکن است در صحبت شما مورد استفاده قرار بگیرد را یادداشت کنید و در دفترچه‌ای داشته باشید و مطمئن باشید که روزی از آنها استفاده خواهید کرد.

قول یا تضمین

من به شما قول می‌دهم که اگر به مدت ۴۰ روز، روزانه ۱۵ دقیقه وقت بگذارید و مطالب ارائه شده در این کارگاه را به کار ببندید، می‌توانید تمام نقاط ضعف خود را به نقاط فرصت یا قوت تبدیل کنید!

این تضمینی است که من همیشه در ابتدای کارگاهی به نام «آچار فرانسه برای سخنرانان» به مخاطبانم می‌دهم. اگر شما به مخاطبان خود وعده یا تضمینی بدهید، شک نکنید که مخاطبان شما به صحبت‌های شما

بیشتر توجه خواهند کرد. البته این موضوع سه شرط دارد:

۱. قول باورپذیر باشد و بیش از حد رویایی و غیر قابل باور نباشد.
۲. به قول خود واقعاً عمل کنید و از اعتماد مخاطبان سو استفاده نکنید.
۳. موضوعی که قول می‌دهید باید برای مخاطب مفید و جذاب باشد.

بیان مشکل و راه حل

یکی دیگر از ترندهای شروع سخنرانی، استفاده از روش بیان مشکل و راه حل پیشنهادی است. این روش که شباهت زیادی با روش بیان شکاف دارد، به این صورت است که شما مشکلی متداول در میان مخاطبان خود را می‌یابید و راه حل پیشنهادی خود برای حل این مشکل را بیان می‌کنید.

برای مثال اگر مشکل اصلی مخاطبان شما، نافرمانی فرزندان باشد می‌توانید با استفاده از بیان مشکل و راه حلی که خود از آن بهره جستید و نتایجی که به دست آورده‌اید استفاده کنید. (البته دنبال این روش نگردید! چون برای نافرمانی فرزندان روشی وجود ندارد!)

آمار دور از انتظار

فرض کنید که قرار است برای مخاطبان خود از اهمیت فروش اینترنتی بگویید. کافیست که آماری مستند ارائه کنید. مثلاً این که طبق آمار مخابرات در سال ۹۲ در ایران ۴۰ میلیون نفر از اینترنت استفاده می‌کنند! و این که یک فروشگاه اینترنتی بسیار موفق روزانه بیش از ۲۰۰۰ سفارش اینترنتی دارد که متوسط هزینه آن ۶۰۰ هزار تومان است!

چنین آماری باعث می‌شود که مخاطبان کاملاً درگیر صحبت شما بشوند و احساس کنند که صحبت شما می‌تواند به آنها کمک کند تا آنها نیز چنین فروشی داشته باشند.

مثال دیگری که برای بیان آمار در ابتدای سخنرانی می‌تواند برای شما جالب باشد، مثالی است که من برای سخنرانی یک پزشک آماده کردم. در یکی از جلسات مشاوره، پزشکی به من مراجعه کرد و اعلام داشت که یک سخنرانی در مورد ترک سیگار برای والدین دارد و می‌خواهد که تمام

مخاطبان خود را مجذوب سخنرانی‌اش بکند.

پیشنهادی که به او داشتیم این بود که بر اساس آماری که در جامعه وجود دارد، تخمین بزند که چند نفر در سالن سیگاری هستند و سپس آن را بیان کند. نتیجه کار چیزی شبیه به این شد:

«دوستان عزیز سلام. طبق آمار وزارت بهداشت، ۱۵ میلیون نفر در ایران سیگار مصرف می‌کنند یعنی در جمع ۱۰۰ نفری ما در این سالن، حداقل باید ۲۰ نفر سیگاری باشند، البته مطمئناً این عدد بیشتر است زیرا این همایش مربوط به ترک سیگار است. ۲۰ نفر برای این سالن کفایت که تمام محیط را پر از دود بکنند و چقدر ناخوشایند است اگر که یکی از این ۲۰ نفر فرزند ما باشد...»

شما نیز می‌توانید با استفاده از آمارهایی مناسب مخاطبان خود را مجذوب صحبت خود کنید.

شروع‌های ممنوع

در بالا با روش‌هایی بسیار مناسب برای شروع سخنرانی آشنا شدید و در این قسمت قصد دارم شروع‌های ممنوعه در سخنرانی را به شما بگویم:

۱. **معرفی خود را طولانی نکنید:** برخی از سخنرانان سالن سخنرانی را با دفترچه خاطرات خود اشتباه می‌گیرند و بیش از اندازه از خود تعریف می‌کنند. حتی اگر فرد بسیار مهمی باشید، باز هم اگر معرفی شما طولانی باشد، مخاطبان به شما توجه نخواهند کرد.

۲. **از شرکتتان بیش از حد تعریف نکنید:** از دیگران اشتباهات رایج در شروع سخنرانی، معرفی شرکت یا مؤسسه است. فرض کنید برای شروع فردی بگوید: سلام من محمد پیام بهرام پور هستم، از مؤسسه آموزش سخنرانی و فن بیان. شرکت ما در سال ۱۳۸۹ تأسیس شد و سعی کردیم با بهره‌گیری از بهترین متدها و روش‌های آموزشی و بهره‌گیری از برترین اساتید زمینه سخنرانی و فن بیان خدماتی در خور و شایسته مخاطبان ارائه کنیم. همچنین مؤسسه ما در جشنواره کسب و کارهای

همین صحبت کافیت که مخاطبان احساس کنند دیگر نیازی به گوش دادن به صحبت‌های شما نیست.

۳. عذرخواهی‌های همیشگی را کنار بگذارید: برخی از سخنرانان

عادت کرده‌اند که وقتی سخنرانی خود را آغاز می‌کنند حداقل ۱۰ درصد از صحبت‌هایشان را با معذرت‌خواهی و پوزش طلبی‌های تکراری و همیشگی آغاز کنند. این کار بدترین شیوه ممکن برای خسته کردن مخاطب است. لطفاً تعارفات و عذرخواهی‌های بیهوده را کنار بگذارید.

۴. مقدمه طولانی و بدیهی نگویید: مطمئناً شرکت کنندگان در کلاس

آموزش سخنرانی - که هم وقت و هم پول هزینه کرده‌اند - هیچ نیازی به بیان مقدمه و ضرورت و اهمیت بحث سخنران ندارند. مخاطبان خود را با مقدمه‌های تکراری بدیهی خسته نکنید. و سعی کنید مطالبی مفید، مختصر و غیر بدیهی بیان کنید.

B: Body: بدنه

در بالا مهارت‌هایی را گفتیم که چطور سخنرانی را با قدرت و بسیار موفق آغاز کنیم و در ادامه قصد دارم در مورد بدنه سخنرانی با شما صحبت کنم. بدنه سخنرانی در حقیقت مسیری است که شما می‌پیمایید تا مخاطبان را به هدف سخنرانی برسانید. در حقیقت ما در فرمول ABC-C با حرف A توجه مخاطبان را جلب کردیم تا B یا همان بدنه سخنرانی را ارائه کنیم.

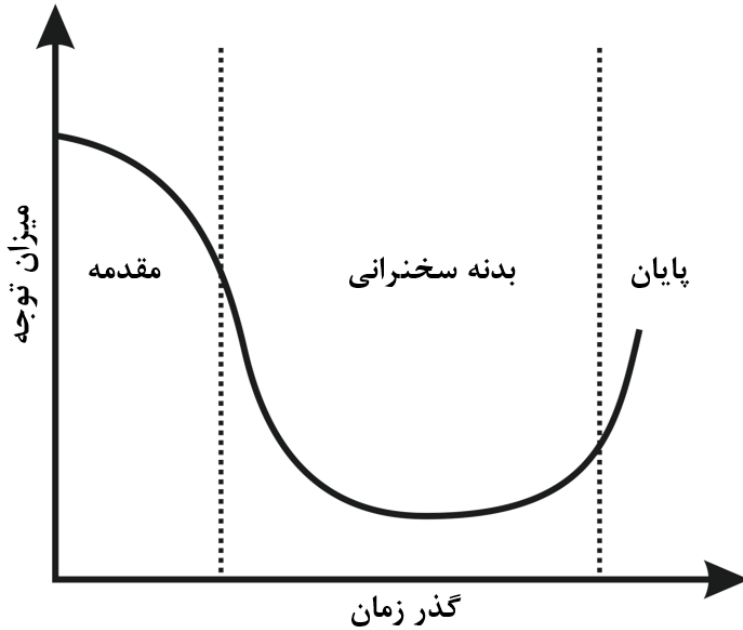
بدنه سخنرانی باید دارای ویژگی‌هایی باشد که هم برای مخاطبان جذاب باشد و هم مفید.

جذابیت در متن سخنرانی

پیشنهاد می‌کنم به نمودار زیر که نمودار جلب توجه مخاطبان است، دقت کنید. این نمودار برای حالات متداول در سخنرانی است و ما قصد داریم نمودار جدیدی برای سخنرانی خود به وجود آوریم.

همانطور که مشاهده می‌کنید میزان توجه مخاطبان در ابتدای سخنرانی بیشترین مقدار است و پس از گذشت زمان کوتاهی - درست وقتی وارد

صحبت اصلی می‌شویم - توجه مخاطبان به کمترین میزان ممکن می‌رسد و سپس درست جایی که مشخص می‌شود صحبت سخنران می‌خواهد به پایان برسد، توجه مخاطبان مجدداً به سخنران جلب خواهد شد.



البته همانطور که اشاره کردیم، این نمودار حالت متداول را نشان می‌دهد و ما باید به گونه‌ای سخنرانی کنیم که نمودار ما شکل دیگری به خود بگیرد. در حقیقت باید با ایجاد قلاب‌هایی از سقوط کردن این نمودار جلوگیری کنیم. بنابراین لازم است که فرمول کلی جلب توجه را به شما بگوییم.

بدون شک در همه کتاب‌های آموزش سخنرانی فصل یا بخشی وجود دارد که به روش‌هایی برای جلب توجه مخاطب می‌پردازند و فهرستی از نکات مهم که باعث جلب توجه مخاطب می‌شوند را بیان می‌کنند و در هر کتاب هم این فهرست متفاوت است.

به همین جهت لازم دیدم که یک دیدگاه کلی ایجاد کنم و با ارائه یک فرمول و قاعده کلی مخاطبان را از سردرگمی خارج کنم. از همین رو فرمول کلی جلب توجه را به این صورت ارائه کردم. در این فرمول باید کاری کنیم

که ارزش محتوای ما از زحمت مغز برای دریافت مطلب (هزینه توجه، هزینه وقت، هزینه مصرف انرژی و...) بیشتر باشد:

ارزش محتوا < زحمت مغز برای دریافت مطالب

این فرمول به شما می‌گوید که هرچقدر محتوای شما ارزشمندتر باشد توجه مخاطبان بیشتر است و یا هرچقدر برای فهمیدن و گوش دادن مغز مخاطب باید زحمت کمتری بکشد، بازهم توجه بیشتر است. اجازه دهید این موضوع را با چند مثال برای شما شرح دهم:

۱. زمانی که زحمت کم است و محتوا کم ارزش است.

در چنین شرایطی چون محتوا بسیار ساده و با کمترین میزان زحمت مغز به مخاطب می‌رسد توجه بسیار زیاد است. مثلاً اجرای کم‌دی یکی از مثال‌های بسیار خوب در این زمینه است. اگر دقت کنید می‌بینید که پردازش بسیار کمی برای مشاهده یک برنامه کم‌دی لازم است و البته با خنده، مغز نیز استراحت خواهد کرد، بنابراین همه می‌دانند که محتوای کم‌دی نمی‌تواند بسیار ارزشمند باشد اما علاقه و تمایل زیادی به کم‌دی وجود دارد.

۲. زمانی که زحمت کم است و محتوا با ارزش است.

این می‌شود حالت ایده‌آل برای هر سخنران! یعنی کمترین زحمت از مغز مخاطبان را بخواهد و ارزشمندترین مطالب را نیز ارائه کند. فرض کنید با مهارت‌های لحن، داستان، طنز، دسته‌بندی صحیح محتوا و... زحمت مغز مخاطب را کم کنید و محتوای با ارزش و متناسب با مخاطب را نیز ارائه کنید. در این صورت همه چیز واقعا عالی پیش خواهد رفت.

۳. زمانی که زحمت زیاد است و محتوا کم ارزش است.

این حالت، وحشتناک‌ترین حالت است و معمولاً در کلاس‌های اجباری همچون مدرسه و دانشگاه و یا سخنرانی مدیران برای کارمندان مشاهده می‌شود زیرا اگر اجباری در کار نبود، هیچ‌کسی حاضر نخواهد شد که در چنین سخنرانی حضور پیدا کند. در این حالت مخاطبان مطالبی را دریافت می‌کنند که ارزش

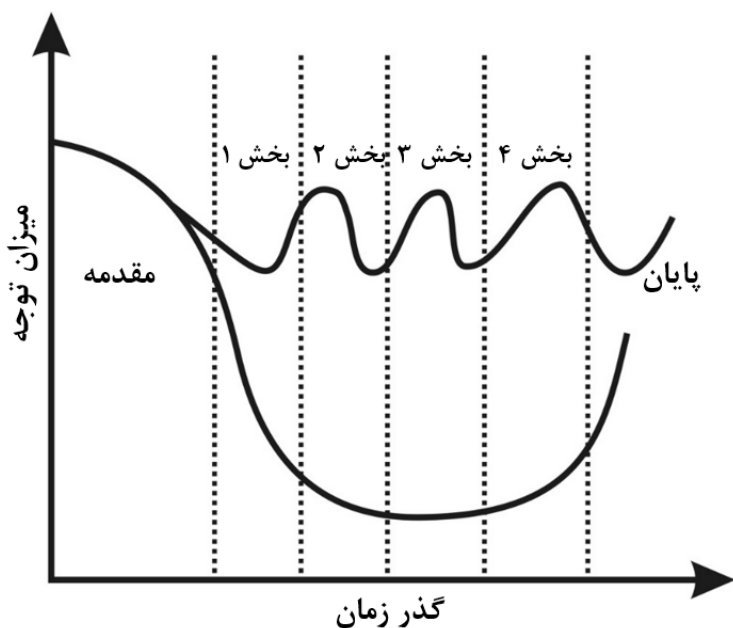
چندانی ندارد و البته برای دریافت همین مطالب نیز باید توجه و تمرکز زیادی داشته باشند تا دقیقاً مطالب را دریافت کنند.

۴. زمانی که زحمت زیاد است و محتوا ارزشمند است

در آخرین حالت نیز به جایگاهی می‌رسیم که هرچند محتوا ارزشمند است اما برای دریافت آن باید زحمت زیادی متقبل شد، مثلاً استادی که سن بسیار زیادی دارد و بسیار خسته کننده و کند صحبت می‌کند اما مطالب بسیار ارزشمندی را ارائه می‌کند در این دسته قرار می‌گیرد.

حال با دیدگاهی که کسب کرده‌اید اکنون می‌توانیم با اشاره به عواملی که محتوا را ارزشمند می‌کنند و عواملی که زحمت ذهن را کاهش می‌دهند آشنا شویم و بدانیم که چطور در صحبت خود آنها را به کار ببریم.

لطفاً یک بار دیگر نمودار جلب توجه را به خاطر بیاورید و فرض کنید ما بتوانیم با روشی نمودار را به شکل زیر تغییر دهیم:



در این نمودار هرجایی که احساس شد توجه مخاطبان کم شده، ما با

جرقه‌هایی توجه مخاطبان را به خود جلب می‌کنیم کاری می‌کنیم که با استراحت‌هایی کوچک به مغز مخاطبانمان آنها را به صحبت اصلی معطوف کنیم. این استراحت‌ها به شرح زیر هستند. شما باید بررسی کنید و ببینید که بسته به نوع و محتوای سخنرانی شما کدامیک از آنها می‌تواند به جلب توجه مخاطبان شما کمک کند:

پرسش

اگر بخواهم اصلی‌ترین دلیلی که در گفت و گوهای دو نفره باعث می‌شود تا فردی به صحبت دیگری بی‌توجه نکند را بیان کنم، بدون شک احتمال این که هر لحظه فرد مقابل سؤال بپرسد را مطرح خواهم کرد. در گفت و گوهای دونفره چون احتمال وجود پرسش زیاد است توجه تماما به شخص مقابل معطوف است و به همین دلیل کمترین میزان بی‌توجهی شکل می‌گیرد.

حال اگر سخنران گاهی پرسش‌هایی را از مخاطبان انجام دهد، می‌تواند توجه آنها را دست آورد. البته توجه کنید که کار این بخش بازخواست و پرسش و پاسخ نیست! سطح سخنرانی را تا حد کلاس‌های ابتدایی نزول ندهید! اگر سؤالی از فردی بپرسید که نتواند پاسخ بدهد مطمئن باشید که آبروی او را برده‌اید و البته زمینه‌ای برای شکست خود فراهم کرده‌اید.

پیشنهاد می‌شود سؤالی را مطرح کنید و از مخاطبانی که داوطلب هستند پرسش را انجام دهید تا نتیجه بسیار خوبی به دست آورید. یا اگر از فردی سوالی را پرسیدید و متوجه شدید که پاسخ را نمی‌دانست، فوراً از او بگذرید و از فرد دیگری نظرش را بپرسید تا آن شخص حس بدی به دست نیاورد.

کار گروهی

از دیگر هنرهایی که یک سخنران فقط در صورت تسلط کامل می‌تواند از آن بهره‌برد، انجام کار گروهی است. اگر احساس می‌کنید که هنوز به اندازه کافی اعتماد به نفس و توان مدیریت جلسه را ندارید پیشنهاد می‌کنم سراغ کار گروهی نروید زیرا ممکن است به کلی جو جلسه را از دست شما خارج کند.

اما اگر بتوانید کار گروهی را به صورت اصولی و درست اجرا کنید نتیجه بسیار خوبی خواهید گرفت. به تکاپو واداشتن مخاطبان با یکدیگر و ارائه یک

خروجی و رقابت با سایر گروه‌ها می‌توان جان تازه‌ای به سخنرانی شما بدمد. نکته‌ای که در کارگاه گروهی باید به آن توجه کنید این است که شما باید به مدیریت زمان توجه کنید زیرا معمولاً کار گروهی بیشتر از آنچه تصور می‌کنیم به طول می‌انجامد.

عوض کردن موضوع

متخصصان امور آموزشی همیشه پیشنهاد می‌کنند که مطالب خود را به اجزا و بخش‌های کوچکی تقسیم کنیم تا مخاطب بتواند لقمه‌های کوچک آموزشی ما را دریافت کند و از آنها بهره کافی را ببرد.

بنابراین اگر لقمه‌ای (مبحثی) از صحبت‌های شما را متوجه نشد، می‌تواند امیدوار باشد که لقمه بعدی در راه است اما اگر مطالب بیش از حد به هم پیوسته و یک تکه باشند اگر مخاطب جایی از صحبت را به هر دلیل از دست بدهد، دیگر امیدی به ارتباط با سخنران نخواهد داشت.

بسیار خوب است که صحبت خود را بخش بخش کنید و هنگامی که موضوع را عوض می‌کنید و سراغ بخش جدید می‌روید، به مخاطب بگویید که می‌خواهید سراغ موضوع بعدی بروید تا او بتواند خود را با مطالب همسو کند.

تغییر لحن

همانطور که در فصل دوم اشاره کردیم، تغییر لحن می‌تواند تأثیر مهمی در جلب توجه مخاطبان داشته باشد و اگر ما لحن مناسب و صحیحی داشته باشیم، می‌توانیم کاری کنیم که مغز مخاطبان ما کمترین میزان زحمت را متحمل شوند و توجه آنها بیشتر شود.

اگر یکنواخت صحبت می‌کنید، بهترین تمرین این است که سعی کنید صدای خود را ضبط کنید و به آن گوش کنید و سپس ببینید که چه جاهایی می‌توانید از مکث، تأکید، لحن پرسشی و ... استفاده کنید و سعی کنید که در فایل‌های صوتی بعدی آنها را رعایت کنید.

این تمرین را آنقدر انجام دهید که از فایل صوتی خود رضایت کافی را داشته باشید. (امیدوارم این تمرین را دست کم نگرفته باشید)

تبدیل موضوع دشوار به آسان

گاهی اوقات مطالبی که در مورد آن صحبت می‌کنید بسیار دشوار است (زحمت زیادی از مغز مخاطبان می‌خواهد) و این هنر سخنران است که با خلاقیتی فوق‌العاده، مطالب دشوار را بسیار ساده و البته علمی ارائه کند. برای مثال در چندین سال گذشته که به تدریس المپیاد نجوم و ستاره‌شناسی می‌پرداختم، برای ساده‌سازی هندسه و مثلثات کروی (که واقعاً برای دانش‌آموزان اول و دوم دبیرستان دشوار بودند) از هندوانه استفاده می‌کردم و تمام مفاهیم علمی را به صورت کاملاً ملموس در مقابل مخاطبان انجام می‌دادم و در انتها نیز مخاطبان مباحث علمی را تناول می‌کردند...

در حقیقت من با ساده‌سازی یک مبحث، دشوارترین مبحث را به ساده‌ترین و شیرین‌ترین مبحث برای مخاطبان خود تبدیل می‌کردم.

مثال روشن

یکی دیگر از جرقه‌هایی که می‌تواند توجه مخاطبان شما را به خود جلب کند، مثال‌هایی روشن و واضح و کاربردی است. اگر دقت کنید در اکثر قسمت‌های کتاب از مثال‌هایی استفاده کردم که موضوع را برای شما بیشتر واضح و مشخص کند.

اگر مثال‌هایی مناسب برای موضوع سخنرانی خود پیدا کنید، مطالب را بسیار حرفه‌ای‌تر، آسان‌تر و البته مؤثرتر ارائه خواهید کرد.

آلبرت انیشتین می‌گوید:

«اگر می‌خواهید ببینید که موضوعی علمی را فهمیده/ید یا خیر باید بتوانید آن را به مادر بزرگ خود آموزش دهید!»

و مطمئناً بهترین راه برای آموزش یک موضوع علمی به مادر بزرگ، استفاده از مثال‌های بسیار واضح و روشن است. (در این مثال اگر مادر بزرگ شما استاد دانشگاه است، می‌توانید فرد دیگری با سن بالا و سواد کم را در نظر بگیرید!)

اتفاقات غیر منتظره

هر زمانی که احساس کرده‌اید توجه مخاطبان رو به افول است می‌توانید با ارائه کاری غیر منتظره توجه مخاطبان را به خود جلب کنید. هر کاری که در ضوابط و اصول سخنرانی بگنجد اما خیلی هم متداول نباشد.

برای مثال در یکی از سخنرانی‌هایم که در مورد اصول ساخت پاورپوینت اصولی بود، از تصویر یک خرس قطبی بسیار خنده‌دار استفاده کردم که روی زمین دراز کشیده بود و انگار خوابش می‌آمد! در چنین شرایطی همه مخاطبان از این تصویر غیرمنتظره به وجد آمده بودند و من به آنها گفتم که اگر پاورپوینت‌های اصولی و مناسبی داشته باشیم حتی می‌توانیم این خرس قطبی را از خواب بیدار کنیم!

همین رویداد کافیسست تا مخاطبانی که خوابشان برده را بیدار کنیم.

قابل لمس ساختن یک موضوع

از دیگر مهارت‌های جلب توجه مخاطبان این است که موضوع را برای آنها کاملاً عینی و ملموس ارائه کنیم. مثلاً استیو جابز در یکی از سخنرانی‌های خود که برای معرفی محصول جدیدش بود، گفت که تلفن‌های جدید ما بدنه تمام استیل دارند و تا زمانی که آن را در دست نگیرید نمی‌توانید آن را درک کنید و سپس در ابتدای هر ردیف صندلی در سالن سخنرانی افرادی ایستاده بودند که این گوشی را به دست مخاطبان ارائه می‌کردند و با همین کار بسیار ساده موضوع قابل لمس شده بود. آیا احتمال می‌دهید که حتی یک نفر در این بین به صحبت‌های او بی‌توجه باشد؟

نمونه دیگری که می‌خواهم برای شما مثال بزنم، یکی از شرکت‌کنندگان در کلاس‌های سخنرانی بود. ایشان در زمینه اریگامی (هنر تا زدن کاغذ و ساخت اشکال زیبا) متخصص بودند. پیشنهاد من این بود برای سخنرانی کوتاه خود که جنبه معرفی اریگامی داشت از یک پدیده ملموس بهره ببرند و حین صحبت خود که مشغول معرفی اریگامی و بیان تاریخچه هستند، یک درنا (پرنده کاغذی بسیار زیبا) نیز بسازند. در ابتدای صحبت یک کاغذ در دست او بود و پس از پایان صحبت یک پرنده کاغذی مسحور کننده! و این برای مخاطبان واقعاً فوق‌العاده بود.

به حرف وادار کردن اعداد و ارقام!

یکی از اشتباهات نابخشدنی سخنرانان این است که در سخنرانی خود از اعداد و ارقام خشک و بی‌روح و کاملاً خام استفاده کنند. فرض کنید یک سخنران صحبت خود را اینگونه آغاز کند:

کشور ژاپن با جمعیت ۱۲۸ میلیون نفر و مساحت ۳۸۷۰۰۰ کیلومترمربع، سومین کشور از نظر تولید خالص داخلی با ۵ و نیم تریلیون دلار در سال ۲۰۱۰ می‌باشد!

اکنون به اوضاع مخاطبان این سخنرانی فکر کنید! شنیدن اعداد و ارقامی به این بزرگی و خام و تحلیل نشده آنها را به مرز ناامیدی می‌کشاند و باعث می‌شود که دیگر به صحبت سخنران گوش نکنند. حال فرض کنید سخنران با مهارت خود اعداد و ارقام را به حرف زدن وا دارد و از ارائه آنها به صورت خام خودداری کند.

مثلاً با مقایسه جمعیت آن با جمعیت ایران و چند کشور دیگر، و بیان این که چندمین کشور پرجمعیت دنیا است، دید صحیحی به مخاطبان ارائه کند. همین کار را می‌توان با تولید ناخالص داخلی و مساحت این کشور انجام داد و این اعداد و ارقام خشک و خالی را جان تازه‌ای داد.

این موضوع در مباحث ستاره‌شناسی به دلیل وجود اعداد و ارقام نجومی کاربرد بسیاری دارد. مثلاً به جای این که بگوییم فاصله زمین تا ماه ۳۸۰ هزار کیلومتر است می‌توانیم بگوییم که اگر جاده‌ای فرضی از زمین تا ماه وجود داشت و ما با سرعت ۱۲۰ کیلومتر در ساعت حرکت می‌کردیم و هیچ توقفی نداشتیم حدود ۴ ماه و نیم در راه می‌بودیم! شاید برای تمرین بد نباشد که فاصله زمین تا خورشید یعنی ۱۵۰ میلیون کیلومتر را شما به موضوعی ملموس تبدیل کنید...

سایر ابزارهای مفید در جلب توجه

خوشبختانه ابزارهایی که یک سخنران می‌تواند برای افزودن جذابیت به سخنرانی خود داشته باشد، بسیار زیاد هستند و ما نیز در کتاب به مطالب بسیاری همچون داستان، نقل قول، آمار و ... اشاره کردیم و در ادامه هنر شماست که بتوانید بهترین نتیجه را از این ابزارها بگیرید.

به استراحت مخاطبان اهمیت دهید

حتی اگر تمام مطالب شما بسیار جذاب و حرفه‌ای طراحی شده باشد، باید قبول کنید که هیچ مخاطبی بیش از ۹۰ دقیقه نمی‌تواند در جایش میخکوب باقی بماند و صحبت شما را تحمل کند.

اشتباهی که من در اوایل دوران تدریس ستاره شناسی می‌کردم این بود که چون کلاس بسیار شاداب و جذاب بود، ساعت استراحت را حذف می‌کردم و احساس می‌کردم که از زمان استراحت نیز بهترین بهره را می‌برم اما اکنون می‌بینم که این کار من خود بزرگترین مانع برای یادگیری مخاطبانم بود.

پیشنهادی که من به شخصه دارم و از آن نتیجه بسیار خوبی گرفته‌ام این است که زمان‌های سخنرانی را به بازه‌های ۷۵ دقیقه‌ای تقسیم می‌کنم و بعد ۱۵ دقیقه استراحت ارائه می‌کنم. در این صورت نه مخاطبان خسته می‌شوند و نه وقت زیادی برای استراحت در نظر گرفته می‌شود.

حالات فیزیکی و روحی مخاطبان را در نظر بگیرید

همانطور که احتمالاً اطلاع دارید مخاطبان شما انسان هستند و انسان‌ها حالات روحی و جسمی متفاوتی دارند! مثلاً اگر شما بهترین سخنران دنیا هم باشید، باز هم جلب توجه کسی که دل درد شدیدی دارد برای شما بسیار سخت خواهد بود. همچنین اگر گرسنگی و تشنگی شدیدی وجود داشته باشد شک نکنید که بخشی از توجه مخاطبان خود را از دست خواهید داد.

بنابراین تا حد ممکن سعی کنید با اوضاع و حالات فیزیکی و روحی مخاطبان آشنا باشید و مراعات حال آنها را بکنید.

استفاده از طنز

یکی از موضوعات مورد علاقه من در سخنرانی، طنزپردازی و آوردن خنده بر لب مخاطبان است. حقیقت این است که اگر خیلی اهل شوخی نیستید و استعداد و علاقه زیادی در طنزپردازی ندارید خواندن این قسمت به شما هیچ کمکی نخواهد کرد (البته اگر استعداد ندارید اما علاقه دارید، موضوع کاملاً فرق می‌کند)

اساساً تشریح طنز کار صحیحی نیست و درست مثل این است که یک قورباغه را تشریح کنیم تا بفهمیم درون آن چه خبر است! اما به هر حال اینجا تشریح را انجام می‌دهیم و امیدوارم که مورد توجه شما قرار بگیرد:

تعریف کلاسیک طنز؛ یافتن عدم تناسب نکات متناسب و بازگو کردن آن است. (چه تعریف بی‌مزه‌ای!) در این تعاریف کلاسیک گفته می‌شود که اگر فقط حال و هوای جمع عوض شود و یا لبخندی - هرچند کوچک - بر لب مخاطبان شکل بگیرد، طنزپردازی انجام شده است!

البته باید بگویم که من به چنین تعاریفی اعتقاد چندانی ندارم و به اعتقاد من طنز صحیح در سخنرانی طنزی است که سخنرانان با هنرمندی تمام و بدون ناراحت کردن کسی، صدای بلند خندیدن همه مخاطبان را بشنود! شاید بگویید چه تعریف سختگیرانه‌ای اما حقیقت این است که اگر شما فقط لبخند به لب مخاطب بیاورید به احتمال زیاد خیلی بامزه نخواهید بود.

همین الان باید بگویم که طنز یک چاقوی دو لبه است که می‌تواند سخنرانی شما فوق‌العاده عالی یا فوق‌العاده بد کند و این شرایط و مهارت شماست که تعیین می‌کند کدام لبه چاقو برش را انجام دهد. برای مثال من در دوران تحصیلی خود شوخی‌های بسیاری انجام می‌دادم که معمولاً با توبیخ همراه بودند! اما در سخنرانی‌هایی که دارم شاید همان شوخی‌ها با تشویق و حمایت بسیار زیاد مخاطبان همراه شود. جنس شوخی‌ها فرق چندانی نکرده است و گاهی اوقات واقعاً مشترک بودند و این فقط شرایط بود که مناسب یا نامناسب بودن آنها را تعیین کرد.

در طنز باید چند ویژگی حتماً رعایت شود:

۱. مخاطب شناسی به صورت کامل صورت بگیرد. در جمعی ممکن است یک موضوع بسیار خنده دار باشد و در جمعی دیگر موضوعی کاملاً بی‌مزه
۲. پیش از طنز باید جمع را آماده کنید. مثلاً لبخند روی لب سخنران و یا نیمچه خنده‌ای که روی لب سخنران است می‌تواند مخاطبان را آماده کند که باید منتظر یک موضوع خنده دار باشند.
۳. تا حد ممکن طنز ارتباط زیادی با موضوع و هدف سخنرانی داشته باشد.
۴. حتماً طنز را باید تست کرده باشید و ببینید که آیا طنز به درستی اجرا

می‌شود یا خیر!

حقیقت این است که ترجیح می‌دهم بیش از حد این قورباغه را تشریح نکنم و در فرصتی مناسب‌تر و ترجیحاً به صورت فیلم یا صوت به این موضوع بپردازم....

Conclusion: جمع بندی

در فرمول ABC-C تا کنون A به معنی جلب توجه اولیه بود و B بدنه سخنرانی و در ادامه قصد دارم C یا همان جمع‌بندی را برای شما شرح دهم.

پس از این که بدنه صحبت به پایان رسید شما باید در فرصت کمی حداکثر به میزان ۵ تا ۱۰ درصد زمان سخنرانی به جمع بندی بپردازید و در زمان جمع‌بندی باید نکات بسیار مهم و نتیجه‌گیری را انجام دهید.

اگر بخواهم جمع‌بندی را خیلی ساده تعریف کنم، بیان آن چیزی است که شما به عنوان ارائه دهنده می‌خواهید مخاطبان در ذهن خود داشته باشند. دقت کنید که جمع‌بندی لب کلام است و قرار است کوتاه و مختصر باشد و کاربردی جز یادآوری ندارد. بسیاری از سخنرانان جمع‌بندی بسیار طولانی دارند و این باعث خسته کردن مخاطبان می‌شود.

همچنین باید دقت کنید که اگر در زمان جمع بندی نکته جدیدی به ذهن‌تان رسید تا حد ممکن از آن استفاده نکنید زیرا ترتیب کار شما را برهم خواهد زد.

یکی از شگفتی‌هایی که برخی از سخنرانان در هنگام جمع‌بندی خود رقم می‌زنند این است که در زمان جمع‌بندی و نتیجه‌گیری، نتیجه‌ای می‌گیرند که اصلاً هیچ ارتباطی با موضوع صحبت آنها نداشته است و مثلاً از اهمیت تهیه نسخه پشتیبان اطلاعات شرکت صحبت می‌کنند و برای جمع‌بندی به این موضوع می‌رسند که برای رشد و موفقیت یادگیری مورد نیاز است!

امیدوارم که سخنرانی شما دوست عزیز هیچگاه با چنین عجایبی عجين نباشد.

C: Clear Call To Action : دعوت به انجام کار واضح

اکنون فقط یک گام دیگر باقی مانده که در فرمول ABC-C استاد شویم! و آن هم دعوت به انجام کار به صورت بسیار واضح است. یکی از قدرتمندترین روش‌های پایان سخنرانی دعوت به انجام کار واضح است و اکثر سخنرانان حرفه‌ای صحبت خود را با یک درخواست یا پیشنهاد بسیار واضح به پایان می‌رسانند.

دعوت به انجام کار چند فایده بسیار واضح دارد:

۱. یک پایان مشخص در سخنرانی شما خواهد بود.
۲. مخاطبان را به وجد خواهد آورد
۳. اگر به خوبی انجام شود مخاطبان آن دعوت را می‌پذیرند و انجام خواهند داد.

اکنون که با فرمول ABC-C به صورت کامل آشنا شده‌اید قصد دارم با بیان مثالی مناسب آن را تشریح کنم.

اگر خاطرتان باشد به پزشکی اشاره کردم که برای طراحی سخنرانی خود به من مراجعه کرده بود، اکنون قصد دارم تمام ارائه این پزشک را در قالب ABC-C برای شما بیان کنم:

۱. در ابتدا با بیان آمارهایی عجیب و باورنکردنی نظر مخاطبان را به خود جلب کرد.
۲. در بدنه سخنرانی با پرسش‌ها، داستان‌ها و روش‌های غیر معمول توجه مخاطبان را به خود حفظ کرد.
۳. برای جمع بندی بیان کرد که میزان مصرف سیگار رشد زیادی دارد و اگر آن را مدیریت نکنیم نتیجه مطلوبی نخواهیم گرفت.
۴. و در پایان یک دعوت به انجام کار بسیار قدرتمند داشت. به مخاطبان گفت: دوستان عزیز، در انتها از شما می‌خواهم اگر اکنون پاکت سیگاری در جیب خود دارید، این فرصت را مغتنم شمرده و همین الان از جای خود برخیزید و با سیگار خود وداع کنید و آن را در سطل زباله‌ای که در انتهای سالن قرار گرفته بیاندازید...

فصل هشتم: اجرای سخنرانی

اکنون نوبت به زمانی رسیده که شما باید سخنرانی خود را ارائه کنید. شما تمرینات خود را انجام داده‌اید و قصد دارید زحمات خود را ظرف مدت چند دقیقه یا چند ساعت به مخاطبان نمایش دهید. نکاتی - هرچند کوچک - وجود دارد که می‌تواند کمک زیادی به مؤثرتر و قدرتمند شدن سخنرانی شما بکند.

حالا نوبت به این رسید که نتیجه تمام تلاشمان را نشان دهیم!
درست مثل یک مسابقه فوتبال که حاصل هفته‌ها تمرین در ۹۰ دقیقه مشخص می‌شود.

ایجاد ارتباط خوب با مخاطب

خیلی مهم است که به عنوان یک سخنران، بتوانید ارتباطی خوب و انسانی با مخاطبان خود بگیرید. قطعاً شما ترجیح می‌دهید برای کسانی صحبت کنید که کمی با آنها ارتباط داشته‌اید و آنها نیز به شما نظر مساعدی دارند. بنابراین خوب است که با چند ترفند ساده، ارتباط خوبی با مخاطبان خود بگیرید.

یخ شکنی

در برخی از جمع‌ها، جو سنگینی بر جلسه حاکم است و سخنران وظیفه دارد که جو سخنرانی را کمی تلطیف کند. در یکی از سخنرانی‌های من، سخنران قبلی با مخاطبان ارتباط گرفته بود که جو بسیار سنگین شده بود و برخی از آنها رنجیده خاطر شده بودند و از همین رو من باید حال و هوای سالن را به کلی تغییر می‌دادم. سخنران قبلی در مورد «هنر نه گفتن» صحبت کرده بود و وقتی نوبت من شد، فقط صدای من آمد و هیچ کسی من را ندید - من پشت سر همه ایستاده بودم - و با این لطیفه صحبت‌م را شروع کردم:

«فردی به منزل دوستش می‌رود و بعد نیم ساعت می‌خواست

بلند شود و برود، دوستش می‌گوید: آقا کجا؟ بابا حالا ظهر هست بشین و نهار بخور بعد برو. نهار را با هم می‌خورند، بعد بلند می‌شود که برود، دوستش می‌گوید که: با معده پر کجا می‌روی؟ یک چرت بزنی و بعد برو! پس از چرت بلند می‌شود برود که دوستش می‌گوید بشین یک دست شطرنج بازی کنیم و بعد برو و بازی آنقدر طول می‌کشد که شب می‌شود وقتی می‌خواهد بلند شود برود دوستش می‌گوید، امکان ندارد بگذارم شام نخورده بروی و شام را هم می‌خورند و ... خلاصه شب هم در خانه آنها می‌ماند ... صبح که بلند می‌شود و شال و کلاه می‌کند که برود، دوستش می‌گوید حالا که ماندی بیا یک صبحانه باهم بخوریم که دوستش می‌گوید: نه دیگه، قربون تو.. خانوم بچه‌ها تو ماشین منتظرن!»

همین جمله کافی بود که به کلی حال و هوای سالن عوض شود و مخاطبان ارتباط بسیار خوبی برقرار کنند. البته لزوماً قرار نیست که یخ شکنی با لطیفه یا خنداندن مخاطبان همراه باشد و کافیست که از یک خاطره هنگام آمدن صحبت کنید و یا چند سؤال بپرسید. فقط کافیست ارتباطی خوب با مخاطبان خود بگیرید.

سنگر نگیرد!

اصطلاحی که من برای برخی از سخنرانان به کار می‌برم، سنگر گرفتن هنگام سخنرانی است. سخنرانانی که برای صحبت کردن خود پشت تریبون قرار می‌گیرند بخش عمده‌ای از بدن خود را از دید مخاطب پنهان می‌کنند و یک حائل بسیار جدی بین خود و مخاطبان ایجاد می‌کنند. (البته غیر از موارد خاص یا سیاسی)

سنگر گرفتن سخنران پشت تریبون، شاید در ابتدا امری خوشایند برای سخنران باشد زیرا تا حد زیادی می‌تواند استرس خود را پشت آن مخفی کند اما در بلند مدت اثرات بسیار بدی برای مخاطبان دارد.

از شما خواهش می‌کنم که ۳۰ ثانیه به نقطه زیر نگاه کنید:



مطمئنم که اگر واقعاً ۳۰ ثانیه به آن نگاه کرده باشید، چشمان شما خسته شده‌اند. حال ببینید که مخاطبان بی‌گناه چرا باید ۴۰ دقیقه به سر سخنران که از پشت تریبون پیدا شده نگاه کنند...

بهترین کار در حین سخنرانی این است که اندکی در صحنه راه بروید و ثابت نمانید. این که جا به جایی چقدر باشد و چطور جا به جا شوید کاملاً بسته به شرایط سالن دارد و شما می‌توانید در زمان تمرین بهترین حالت برای راه رفتن در روی صحنه را پیدا کنید.

بازخورد از مخاطبان

در برقراری ارتباطات انسانی خوب با مخاطبان، گرفتن بازخورد از مخاطبان بسیار ضروری است که در گذشته به صورت کامل در این رابطه صحبت کردیم. تنها در تکمیل مطالب گفته شده باید بگویم که شاید در ابتدای کار گرفتن بازخورد از مخاطبان کار ساده‌ای نباشد اما به مرور زمان شما به مهارت‌های کافی در بازخورد گرفتن خواهید رسید و به صورت ناخودآگاه این کار را انجام خواهید داد.

پیشنهاد می‌کنم برای شروع، با پرسیدن چند سؤال از مخاطبان اولین بازخوردها را بگیرید. مثلاً این سؤال که چند نفر از شما با موضوع آشنایی دارید؟ با نگاه کردن به جمعیت، دستانی که بالا می‌روند و حالات چهره سایرین می‌توانید دید خوبی نسبت به موضوع به دست آورید.

گرفتن تشویق از مخاطبان

از دیگر نکات بسیار مهم که بیشتر شبیه به فوت کوزه‌گری است، گرفتن تشویق از مخاطب است. حتی اگر صحبت خوبی ارائه کنید، بازهم لازم است که مخاطب را برای پایان صحبت خود هدایت کنید که به خوبی تشویق را

انجام دهد.

به اعتقاد من برایان تریسی این کار را به خوبی انجام می‌دهد. او در کتاب صحبت کن تا موفق شوی خود می‌گویی:

هنگامی که آخرین کلمات را بیان می‌کنید، باید برای همه مشخص باشد که سخنانتان را به پایان رسانده‌اید. نباید هیچ ابهام یا سردرگمی در اذهان باقی بماند. افراد حاضر در جلسه باید بدانند که کلام شما به پایان رسیده است.

بسیاری از سخنرانان تنها می‌گذارند سخنانشان به پایان برسد. آنها چیزی شبیه به این جمله می‌گویند:

«خب، صحبت من تمام شد، متشکرم»

این ایده مناسبی نیست؛ این روش پایانی قدرتمند و حاکی از اطمینان نیست و بنابراین از باورپذیری و نفوذ شما می‌کاهد.

هنگامی که سخنانتان را به پایان رسانده‌اید خود را موظف کنید کاملاً آرام بایستید، چهره دوستانه‌ای را در بین حاضرین انتخاب کنید و مستقیماً به آن شخص بنگرید. چنانچه مناسب است، صمیمانه به آن شخص لبخند بزنید و با این کار نشان دهید که سخنانتان به پایان رسیده است. در مقابل وسوسه ورق زدن برگه‌ها، ور رفتن با لباس‌ها یا میکروفن، عقب و جلو رفتن یا انجام هر کاری دیگری مقاومت کنید و برای چند لحظه بی‌حرکت بایستید.

هنگامی که سخنانتان را به پایان می‌رسانید، حاضرین در جلسه مایلند شما را تشویق کنند. آنچه به آن نیاز دارند، علامتی است که به وضوح نشان دهد اکنون زمان کف زدن فرا رسیده است. بهترین کار این است که وقتی اولین نفر شروع به تشویق کرد به او نگاه کنید و به نشانه احترام کمی خم شوید و از او تشکر کنید، مطمئن باشید سایرین نیز به زودی به او خواهند پیوست....

فصل نهم: پس از اجرا

امیدوارم که اجرای بسیار خوبی را پشت سر گذاشته باشید و آنقدر انرژی داشته باشید که اصل کار را تازه شروع کنید! مطمئن هستم که این آخرین سخنرانی شما نبود و نخواهد بود و قطعاً صحبت‌های بسیار مهمتری در پیش خواهید داشت. بنابراین فرقی نمی‌کند که این صحبت را خوب ارائه کردید یا بد به هر حال باید آن را به خوبی بررسی کنید و ببینید که چطور می‌توانید از آن برای بهتر شدن سخنرانی‌های آینده خود بهره ببرید.

علی‌الظاهر کار تمام شد! اما اعتقاد دارم که کار برای ما تازه آغاز شده است. مطمئنم اگر مسیر موفقیت را پیش بگیرید، بارها و بارها سخنرانی خواهید داشت.

چه بخواهید و چه نخواهید ۹۰ درصد اوقات پس از سخنرانی، یک افسردگی به سراغ سخنران خواهد آمد که چقدر سخنرانی من بد بود و اصلاً از خودم راضی نیستم....

بنابراین بهتر است از این افسردگی مقطعی بهترین استفاده را ببریم و سخنرانی خود را نقد کنیم و کاری کنیم که نسب به سخنرانی قبلی خود رشد بیشتری داشته باشیم.

منابع نقد

همانطور که اشاره کردم، این که پس از سخنرانی خود را نقد کنیم بسیار مهم است و منابعی که می‌توانیم از آنها استفاده کنیم، تا نقد مفیدی داشته باشیم، منابع بسیاری هستند که در ادامه به چند مورد از آنها اشاره خواهیم کرد:

خودمان

به اعتقاد من اولین و بهترین گزینه برای نقد خودمان هستیم. احتمالاً برای شما هم پیش آمده که پس از سخنرانی با خود بگویید

«ای وای... کاش این کار را هم می‌کردم و یا ای کاش این حرف را نمی‌زدم.»

پیشنهاد می‌کنم این جملات را به صورت پرسشی برای خود مطرح کنید و پاسخ آن را بیابید به این صورت که:

«چه کار کنم که فراموش نکنم این کار را در سخنرانی بعدی انجام دهم و چطور می‌توانم در سخنرانی بعدی، مشابه این حرف را نزنم...»

ضبط صدا و فیلم

همیشه در سخنرانی‌هایم یک دستگاه ضبط صوت به همراه دارم و سخنرانی خود را ضبط می‌کنم (حتی اگر فیلم برداری بسیار کامل و مجهز باشد) زیرا موقع برگشتن به خانه دوست دارم حتماً سخنرانی خود را گوش کنم و ببینم که چه اشتباهات و اشکالاتی داشتم و چطور می‌توانم آن را جبران کنم.

پیشنهاد می‌کنم شما نیز از فیلم‌های سخنرانی خود و فایل‌های صوتی ضبط شده بهره ببرید و ببینید که چه اشکالاتی دارید و چطور می‌توانید این اشکالات را رفع کنید.

سعی کنید خود را با دید منتقدانه و البته منصفانه ببینید و به صورت سرسری از موارد مهم عبور نکنید.

مخاطبان و نظرسنجی

گاهی اوقات پیش می‌آید که هرچه به نقد سخنرانی خود بپردازیم از جایگاهی فراتر نخواهیم رفت و تمام نظرات خود را در سخنرانیمان پیاده خواهیم کرد. در این بین می‌توان از نظرات مخاطبان استفاده کرد.

گاهی اوقات مخاطبان آنچنان دقیق و حساب شده شما را نقد می‌کنند که می‌توانید بهترین سرمشق‌ها را از آنها بگیرید (هرچند گاهی اوقات نقدهای آنها وارد نیست)

بنابراین پیشنهاد می‌کنم حتماً تدبیری برای بحث نظرسنجی سخنرانی خود بیاندیشید و از نظرات مخاطبان مطلع شوید.

سخنرانان مرده

در پایان ضمن این که از شما تشکر می‌کنم بابت وقتی که صرف کرده‌اید تا این کتاب را بخوانید، به شما تبریک می‌گویم که برای یادگیری از وقت و هزینه خود سرمایه‌گذاری کرده‌اید و این نشانه خوبی است مبنی بر این که شما قصد دارید رشد کنید.

سخنرانان بسیاری را دیده‌ام که به اصطلاح حرفه‌ای هستند اما وقتی فیلم سخنرانی ۱۰ سال قبل آنها را مشاهده می‌کنم احساس می‌کنم که مهارت‌های سخنرانی او در این ۱۰ سال کوچکترین تغییری نکرده است و به همین دلیل از نظر من این فرد یک سخنران مرده است زیرا هیچ پویایی و رشدی نداشته است.

فرقی نمی‌کند که کجا ایستاده‌اید مهم این است که همیشه رو به جلو در حرکت باشید...

پیروز و موفق باشید و به امید دیدار

محمد پیام بهرام پور

تقدیر و تشکر

همیشه عادت دارم در نوشته‌هایم از دوستانی که در نگارش اثراتم به من کمک کرده‌اند در انتهای اثر تشکر کنم تا خوانندگان پس از مطالعه کامل آن اثر از اهمیت نقش آنها مطلع شوند. لذا جا دارد تقدیر کنم از:

اعضای محترم وبسایت آموزش سخنرانی و فن بیان

هرچقدر که برای تهیه نام کتاب فکر کردم، نکته خاصی به ذهنم نرسید و سپس در ایمیلی از ۲۷ هزار عضو سایت آموزش سخنرانی درخواست کردم که نام‌های پیشنهادی خود را اعلام کنند که از بین بیش از ۲۰۰۰ پیشنهاد سه دوست عزیز و گرامی، به صورت همزمان نام کتاب را «جعبه ابزار سخنرانی» پیشنهاد دادند که از این بزرگواران کمال تشکر را دارم:

محمد گیوه‌کی، محمدمهدی باقری و محمد ناصری کریموند

همچنین از آقای هوشنگ فنائیان نیز متشکرم که نکات مفیدی در باب محتوای کتاب به بنده یادآوری کردند

نادیا پوروقار

همسر عزیزم که در تمام مراحل این کتاب همراهم بود و البته غلط‌های تایپی و دستوری من را تصحیح کرد. مطمئنم اگر او با عشق و علاقه این تصحیحات را انجام نمی‌داد نه ناشر حاضر به چاپ آن جملات بی معنی می‌شد و نه شما تا اینجا کتاب را می‌خواندید!

خانم سیمین بندرومی

مدیر مسئول انتشارات سپید که در سریع‌ترین زمان ممکن درخواست نامعقول من مبنی بر چاپ سریع و یک ماهه این کتاب را علی‌رغم تمام مشغله‌هایشان پذیرفتند، پیگیری‌های لازم برای انتشار کتاب را انجام دادند و به آراستگی و زیبایی هرچه تمام‌تر، این اثر را به طبع رساندند.

خانم داین ویندیگ

مربی سخنرانی از ایالات متحده امریکا، همکار و دوست ارجمندم که نظارتی کلی بر این نوشته داشتند و مقدمه‌ای نیز بر این کتاب نوشته‌اند.

امید آقایی

دوست عزیزم، که با دقت وصف ناشدنی بخشی از تحقیقات این کتاب را از منابع معتبر استخراج کرد و به اغنای مطالب این اثر افزود.

محمد حافظی نژاد

دوست عزیز و همکاری قدیمی‌ام که با ایده‌هایش کمک شایانی به پیشرفت این اثر کرد.

کیارش کاظمی

همکار مهربانم که تا توانست مشغله‌های کاری و فکری من را کم کرد تا بتوانم با خیالی آسوده‌تر این کتاب را بنویسم و اگر لطف او نبود شاید نوشتن این کتاب سالها به طول می‌انجامید.

برای تهیه نسخه کامل این
کتاب می‌توانید اینجا کلیک

کنید و یا به وبسایت

نویسنده مراجعه کنید:

www.bahrampoor.com

۴۴۶۰۹۶۱۳