

هنرستانوری

مدرس: فرنوش امیر شاہے

w w w . y a l d a n e t w o r k . o r g



هنر سخنوری

فهرست مطالب

مقدمه

فصل اول: تاثیر در برخورد اول

فصل دوم: ارتباط غیرکلامی

۱- صدا

۲- تصویر و ارائه

۳- زبان بدن

الف- ارتباط چشمی

ب- حالت‌های چهره

ج- ژست‌ها و حرکات‌ها

فصل سوم: ارائه سخنرانی‌های برجسته

۱- شناسایی جامعه هدف و هدف‌گزینی

۲- آماده کردن سخنرانی

۳- ایراد سخنرانی و برقراری ارتباط با مخاطب



فصل چهارم: سخنرانی‌های انتخاباتی

فصل پنجم: مصاحبه با رسانه‌ها



مقدمه

ارتباط درست با مخاطبان پیام و تاثیرگذاری بر آنها، کلید اصلی جلب حمایت رای دهندگان است. برای درگیر کردن مخاطبان کافی نیست که فقط یک پیام با کیفیت و مطابق شناختی که از مخاطبان وجود دارد، تنظیم شود. بلکه به همان میزان اهمیت دارد که برای تشریح دیدگاه‌ها و بویژه مواجهه رودررو با مخاطبان، داوطلب انتخابات بتواند بر آنها اثر بگذارد.

تصور کنید در یک جلسه سخنرانی حضور دارید، یا روبروی یک خبرنگار نشسته‌اید و یا در جمع بزرگان شهر و روستا قرار است با آنان نشست‌های برگزار کنید. هر کدام از این فرصت‌ها و موقعیت‌ها، مهارت‌های متفاوتی را می‌طلبد ولی وجه اشتراک تمام این موقعیت‌ها تاثیرگذاری در وهله اول روبرو شدن و ملاقات است.

به خاطر داشته باشید آنچه که در یک جمع مطرح می‌کنید، دیگر قابل پس گرفتن نیست. شما با سخنان، رفتار و حرکاتتان می‌توانید یک موج مثبت ایجاد کنید و یا طوفانی خانه‌مان برانداز به‌پا کنید. پس سعی کنید رویکردی استراتژیک داشته باشید، با مهارت‌های ارتباطی آشنا باشید و نسبت به تقویت این مهارت‌ها برای تبدیل شدن به پیام‌رسانی قدرتمند و رقابت با سایر رقبای انتخاباتی، اقدام کنید.

اولین گام برای رسیدن به این اهداف آگاهی و آمادگی است. شما باید بدانید که برای یک ارتباط قدرتمند و اثرگذار چه پیش‌زمینه‌هایی نیاز دارید؛ چطور باید برای ارتباط با مخاطبان، خواه در قالب یک سخنرانی،



یا یک مصاحبه مطبوعاتی و حتی یک نشست درونی و غیر عمومی، آماده شوید تا از آنها برای خود یک برگ برنده بسازید.

مجموعه درس‌های پیش‌رو این مهارت‌ها و آگاهی‌ها را به شما آموزش می‌دهد و کمک می‌کند تا تبدیل به یک پیام‌رسان قدرتمند برای ایجاد ارتباط مستقیم و رسانه‌ای شوید.

درس‌هایی که در این بخش می‌آموزید از این قرار است:

۱- تاثیر در برخورد اول

۲- ارتباط غیرکلامی

۳- ارائه سخنرانی‌های برجسته

۴- سخنرانی‌های انتخاباتی

۵- مصاحبه با رسانه‌ها



تاثیر در برخورد اول

اولین لحظه برخورد شما با مخاطبان، نخستین و مهمترین قدم برای ادامه یا قطع یک ارتباط است. اولین برخورد باید اثرگذار باشد. اما این اثرگذاری فراتر از نحوه چینش پیام و بیان آن است. زبان بدن، ویژگی‌های ظاهری پوشش و آراستگی، ارتباط‌های چشمی، افت و خیز کلان، غافلگیری و مواردی از این دست در آن نقش دارند.

خودتان را به جای مخاطب بگذارید. آنها در وهله اول، به ارزیابی شما می‌پردازند. آنها می‌خواهند بدانند آیا در وجنات و حرکات شما، نماینده منتخبشان دیده می‌شود؟ آیا منافع آنها تامین می‌شود و می‌توانند به شما اعتماد کنند؟ خود شما هم اگر در جایگاه رای‌دهندگان باشید همین استدلال را خواهید داشت. پس باید محکم و قاطع باشید. اما این را بدانید که زمانتان کوتاه است. برای تاثیرگذاری در برخورد اول و برقرار کردن یک پل ارتباطی باید خیلی سریع اقدام کنید. در کمتر از یک دقیقه باید تاثیر در برخورد اول را به جا بگذارید.

موثرترین راهکار و دستورالعمل برای تاثیرگذاری در زمان کوتاه می‌تواند این موارد باشد:



۱) اعتماد به نفس داشته باشید. سعی کنید در هنگام رودررو شدن با مخاطب یا مخاطبان سرتان بالا و پشتتان صاف باشد. دست‌هایتان را آزاد و رها در کنار بدنتان قرار دهید، لازم نیست که آنها را در هم قفل کنید یا اینکه مثلا اگر پوشش چادر دارید، با یک دست آن را نگه دارید و یا دست‌هایتان را مخفی کنید. نوع مواجهه خانم فاطمه حسینی، منتخب مجلس از حوزه تهران و خانم زهرا سعیدی، منتخب مستقل مجلس از حوزه مبارکه، نمونه‌های خوبی بودند که با پوشش چادر، در محافل عمومی اعتماد به نفس خوبی از خود به نمایش گذاشتند. آنها با انتخاب روسری و مقنعه‌های بلند و مانتهای مناسب، جلوی چادر خود را باز گذاشتند و دست‌هایشان را آزاد کردند.



فاطمه حسینی



زهرا سعیدی، نماینده مستقل مبارکه در مجلس دهم در حال سخنرانی



۲) پوشش و ظاهر شما، پیام مهمی به افراد مقابل شما می‌دهد. به این موضوع توجه کنید که لباس هایتان ضمن آراستگی، متناسب با فضایی باشد که قرار است در آنجا حضور داشته باشید.

تصور کنید از شما خواسته شده به یک دبیرستان دخترانه بروید و برای آنها سخنرانی کنید. چه لباسی برای این مراسم انتخاب خواهید کرد؟ مثلاً به سر کردن یک روسری یا مقعنه رنگ روشن و شاد، انتخاب کیف و کفشی غیررسمی‌تر، حتی شاید داشتن یک آرایش ملایم و سبک، دختران جوان را به سوی شما جلب کند. اما بدون شک نمی‌توانید برای مادران همین دختران در مسجد محل چنین پوششی داشته باشید. اینجا می‌بایست رسمی‌تر و جدی‌تر و حتی شاید محافظه‌کارانه‌تر لباس هایتان را انتخاب کنید.

۳) علاقه‌مند به موضوع باشید. خود را مشتاق نشان دهید ولی از هیجان‌زدگی پرهیز کنید.

۴) تاثیر مثبت ارتباط چشمی با رای‌دهندگان و مخاطبان را نادیده نگیرید. نقطه شروع جلب اعتماد مخاطبان، همین ارتباط است. از قدیم گفته‌اند که صداقت و راستی افراد در چشم‌های آنها آشکار است. درست یا غلط این ضرب‌المثل، واقعیت این است که صداقت شما در وهله نخست نگاه شما ارزیابی می‌شود.

اگر در یک جمع سخنرانی می‌کنید سعی کنید نگاهتان را روی مخاطبان بچرخانید. سعی کنید با مکث به آنها چشم بدوزید. اگر از عینک استفاده می‌کنید، گاهی آن را از روی چشمانتان بردارید تا شنوندگان و بینندگان شما، نگاهتان را مستقیماً ببینند.



با این حال یک نکته بسیار مهم را در نظر داشته باشید. بسته به اینکه در چه جمعی حضور دارید و سخن می‌گویید، ارتباط چشمی معانی متفاوتی دارد. به عنوان نمونه اگر در جلسه‌ای با ائمه جمعه و روحانیون حوزه انتخابیه خود و یا یک جمع متشجع حضور دارید، این مهم است که به مخاطبانان چشم ندوزید و خیره نشوید. داشتن نگاهی گذرا که تنها نشان دهد به مباحث توجه دارید و مشتاق ادامه آن هستید، نشان از هوش شما خواهد داشت.

نمونه‌ای از سخنرانی زهر عرفان، کاندیدای نمایندگی مجلس در بوشهر در جمع گروهی از بانوان در مزار شهدا در [لینک زیر](#) ببینید.

۵) حالا نوبت آغاز سخن است. انتخاب کلمه‌ها و جمله‌های نخست ارتباط با مخاطبان اهمیت زیادی دارد. باید بدانید برای چه جمعی سخنرانی می‌کنید و جمله آغازین را متناسب با همان فضا انتخاب کنید. فراموش نکنید هدف شما تاثیرگذاری در برخورد اول است، پس باید بتوانید اولاً از مخاطبانان شناخت داشته باشید و توجه آنان را جلب کنید. مطالعه کنید که ارزش‌ها، باورها و سنت‌های آنها چیست. آنگاه باید بین پیام خودتان و این ارزش‌ها و اعتقادات پلی ایجاد کنید. باید مستمعان، شما را از خود بدانند. پس یک وجه اشتراک پیدا کنید. یک داستان مرتبط، یک تجربه همانند، دغدغه‌ای مشترک، حسی مشابه. به هر شکل نشان دهید که شما طرف مقابل را درک می‌کنید.



یکی از بهترین نمونه‌ها در این بحث، سخنرانی فخرالدین حجازی، نماینده مجلس که سخنوری توانا بود، در دهه شصت است. او در یکی از مراسمی که حضور داشت، سخنانش را چنین آغاز کرد: «الف ب پ». وقتی همه توجه‌ها به سمت او جلب شد و گوش‌ها برای شنیدن منظور او تیز شد، او گفت: «الفبای انقلاب...». حجازی با این دو جمله کوتاه و گیرا، ضربه اولیه را زد و با غافلگیری مخاطبانش تأثیرش را روی همه آن جمع گذاشت.

۶) مرحله بعدی این است که بعد از ایجاد پل ارتباطی وارد اصل سخنان‌تان شوید. در این بخش فارغ از محتوای اظهاراتتان که موضوع این بخش نیست، باید سعی کنید روند منطقی حرف‌هایتان را حفظ کنید. به گونه‌ای سخن بگویید که برای رای‌دهندگان و مخاطبان‌تان قابل درک باشد. مجبور نیستید که اصطلاحاً «لفظ قلم» حرف بزنید. انتخاب کلمه‌ها مهم است. شما پیامی دارید و می‌خواهید به مخاطبان‌تان منتقل کنید، پس منطقی باشید، از جمله‌های کوتاه و ساده استفاده کنید، احساساتی و هیجان‌زده حرف نزنید، شعار ندهید و واقع‌بین باشید و در نهایت پس از توجه به همه این موارد، مثبت باشید. سعی کنید برای آنکه مخاطبان‌تان را نگه دارید، پیام‌های مثبت و البته واقع‌گرایانه به آنها منتقل کنید. قرار است رای آنان را به دست آورید. بنابراین طبیعی و واقعی با آنان روبرو شوید.

نمونه‌ای از درگیر کردن مخاطبان را در [سخنرانی فاطمه حسینی](#) ببینید. سخنان سیده فاطمه حسینی جوانترین کاندیدای اصلاح طلب





ارتباط غیرکلامی



اکرم حضرتی عضو شورای اسلامی دوره چهارم، تبریز



ارتباط گر در ارائه پیامش به مخاطب، به دو مقوله متمایز تکیه می‌کند تا مخاطب را جذب کند. ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی. همانطور که از نام این دو مقوله نیز مشخص است، هر آنچه در قالب بیان می‌گنجد ارتباط کلامی است، ولی ارتباط غیرکلامی، حاوی عناصری است که با بیان و کلام خیلی در ارتباط مستقیم نیست.

در واقع برای تبدیل شدن به پیام دهنده‌ای قدرتمند، به چیزی بیش از یک پیام قوی، متن خوب برای سخنرانی، شعاری تاثیرگذار، اطلاعات کافی و امثال این موارد نیاز دارید. موضوع مهمی که می‌تواند همه این گزینه‌ها را تکمیل کند، استفاده از ارتباط‌های «غیرکلامی» برای تاثیرگذاری بیشتر بر مخاطب - و در اینجا رای دهندگان- است. چگونگی استفاده از صدا، بیان، تصویر و زبان بدن برای ارتباط با مخاطب و نشان دادن صداقت است. در یک کلام هر موضوعی که خارج از دایره کلمه‌ها و واژه‌ها به طرف مقابل منتقل می‌کنید، در حوزه ارتباط غیرکلامی قرار می‌گیرد.

گاهی ممکن است شما حامل پیامی بسیار قوی و مهم باشید، اما نحوه بیان آن پیام، طرز ایستادن، ژستی که آن لحظه گرفته‌اید، مناسب با فضایی که در آن قرار دارید، نباشد. به عنوان نمونه اینکه در جمع مردم یک روستا یا محله بایستید و برای آنها از برنامه‌هایتان برای رفع فقر صحبت کنید، در حالیکه که کیفی گران قیمت به دست دارید، با ماشینی مدل بالا به آن ناحیه آمده‌اید و لحنی تحقیرآمیز دارید، شک نکنید که بازنده‌اید. چرا که مخاطبانان شما را از خود نمی‌دانند و هرگز اعتمادشان را به دست نمی‌آورید.



بنابراین ملاحظه می‌کنید که برای رساندن پیامتان علاوه بر ابزارهای کلامی، به ابزارهای غیرکلامی نیز نیاز دارید؛ و برای هر کدام از آنها نیز گزینه‌های گوناگونی وجود دارد.

ابزارهای غیرکلامی در صورت استفاده صحیح و به جا، می‌توانند به کلمات ساده شما، آهنگ، وزن، حرکات موزون و سرزندگی اضافه کنند. اما این ابزارها چه هستند؟

الف) صدا

شاید موضوع این بخش به نظر عجیب برسد، ولی شک نکنید که اهمیت زیادی دارد. «صدا»، ابزار مهمی برای انتقال پیام شما به عنوان داوطلب نمایندگی است. آهنگ، تن و لحن صدای شما، معانی متفاوتی را منتقل می‌کند. آیا ترس دارید؟ متکی به خود هستید؟ از موضع قدرت حرف می‌زنید؟ شک دارید؟ راست می‌گویید؟ پرخاشگرید؟ بی‌تفاوتید؟ قابل اعتمادید؟ لحن‌تان چگونه است؟ خسته‌کننده‌اید یا جالب و جذاب؟ پاسخ همه این پرسش‌ها تنها با صدا و لحن شما به دست می‌آید. پس سعی کنید روی صدایتان کار کنید. بالا و پایین بردن، تند و کند کردن لحن و سرعت بیان و تغییر نوای کلامتان، توجه مخاطبان را جلب می‌کند. سخنران ماهر از تمام عناصر موجود در صدایش استفاده می‌کند.

اجازه بدهید مثالی برایتان بزنم. تصور کنید شما روبروی دوربین یک گزارشگر تلویزیون قرار گرفته‌اید و قرار است از برنامه‌هایی که برای حوزه انتخابیه خود دارید، سخن بگویید. چگونه سخن می‌گویید؟ بهترین انتخاب، صحبت کردن با صدا و لحن عادی مانند سخن گفتن با یک دوست و آشناست.



حالا به یک سالن سخنرانی رفته‌اید. چگونه از صدایتان استفاده می‌کنید؟ آیا غیر از این است که تلاش می‌کنید با صدای بلند سخن بگویید تا همه حاضران بتوانند بشنوند؟

شما می‌توانید متناسب با جمعی که قرار است برای آنها صحبت کنید، لحن، حجم صدا، سرعت سخن گفتن و نوای آن را به منظور تاثیرگذاری بر آنها تغییر دهید.

نکته‌های مهم در ارتباط کلامی

عناصر کلیدی در انتقال پیام به شکل کلامی، از سرعت، نوا، حجم و لحن صدا و مکث در میان کلمه‌ها و جمله‌ها تشکیل شده‌اند. برای مدیریت هر یک از این اجزا می‌توان از مکث هم استفاده کرد.

سرعت: منظور ما سرعت تندی و کندی بیان کلمات است. بی‌شک تند تند سخن گفتن باعث می‌شود که کلماتتان واضح نباشد. بیش از اندازه کند حرف زدن هم شما را کسل‌کننده نشان می‌دهد. بنابراین تلاش کنید شمرده سخن بگویید تا شنوندگان بتوانند بهتر و بیشتر حرف‌های شما را درک کنند.



نوا: مثل نت‌های موسیقی که هنگام نوازندگی زیر و بم دارند، صدا هم از چنین ویژگی برخوردار است. بسته به شرایطی که در آن قرار دارید، می‌توانید صدایتان را زیر یا بم کنید. وقتی از یک موقعیت غم‌انگیز سخن می‌گویید، می‌خواهید هیجان ایجاد کنید، امید به جمع بپاشید، صدایتان را زیر و بم کنید

حجم صدا: یعنی بلند یا یواش و آرام سخن گفتن. این مورد هم باز بستگی به موقعیتی دارد که در آن قرار گرفته‌اید. توجه کنید که حجم دادن به صدا با داد زدن فرق دارد. شما باید با تمرین حجم صدای خود را گسترش دهید. مثلاً از کسی بخواهید در انتهای اتاقی بایستد و به چند کلمه از سخنان شما گوش دهد و بررسی کند صدایتان رسا هست؟ بی‌شک تمرین‌های فن‌بیان و ورزش، حجم ریه‌های شما را افزایش می‌دهد و صدای شما را بلندتر می‌کند، بی‌آنکه فریاد بزنید.

لحن: این بخش از احساس درونی شما بیرون می‌آید. در شرایط خشم، شور و اشتیاق، انزجار، تاسف و مانند این موارد، لحن نیز تغییر می‌کند.

مکث: اگر در حال سخنرانی یا مصاحبه مهمی هستید و می‌خواهید جمله‌هایتان روی مخاطبان تأثیر زیادی بگذارد، بین صحبت‌هایتان مکث کنید. این کار به آنها فرصت می‌دهد تا فحوای پیام شما را درک کنند. در عین حال به شما کمک می‌کند تا افکارتان را جمع کنید و از تپق زدن و «من من کردن»



جلوگیری می‌کند.

وقتی مکث می‌کنید، می‌توانید ارتباط چشمی خود با مخاطبان را نیز حفظ کنید. البته باز هم این بستگی به شرایطی دارد که در آن قرار دارید. گاهی اوقات در حین مکث، می‌توانید نگاهتان را بین حاضران بچرخانید و گاهی بهتر این است که به حاضرین خیره نشوید تا تاثیرگذارتر شوید.

تمرین:

۱- برای تمرین، یک جمله مثل «چراغ‌ها را خاموش کن» را با صدای بلند بگویید و ضبط کنید. اولین بار این جمله را با صدایی خشمگین بیان کنید. بار دوم، از صدایی استفاده کنید که بی‌حوصلگی را نشان می‌دهد. بار سوم، این جمله را با صدایی بگویید که بار عاشقانه دارد. حالا به آنها گوش دهید. آیا تفاوت ناشی از لحن صدا را در انتقال پیام می‌شنوید و حس می‌کنید؟ برداشت خود را بنویسید:



۲- با استفاده از تلفن یا وسیله دیگری برای ضبط صدا، چند بار پیام کمپین خود را تکرار کرده و صدای خود را ضبط کنید. برای تمرین صدای خود را بلند و یواش کنید و با سرعت کمتری حرف بزنید. سعی کنید برای تأکید بر نکات یا کلمات مهم حجم و سرعت صحبت کردن خود را تغییر دهید. چه چیزی توجه شما را جلب می‌کند؟ نظر خود را بنویسید:

ب) تصویر و ارائه

وقتی از تصویر حرف می‌زنیم، منظور ما نوع شخصیتی است که از خود به نمایش می‌گذاریم. یعنی تاثیری که این نمایش روی مخاطبان می‌گذارد. مواردی مانند چگونگی راه رفتن، ایستادن، لباس پوشیدن،



رنگ آنها، حرکت دست و صورت به هنگام سخن گفتن و امثال این، همگی در قالب تصویری که ما از خودمان ارائه می‌دهیم، می‌گنجد.

اگر به خاطر داشته باشید پیشتر توضیح داده شد که اولین لحظه برخورد با مخاطبان، نخستین و مهم‌ترین قدم برای ادامه یا قطع یک ارتباط است. حذف تاثیرات منفی که در لحظه اول به جا می‌گذارید، به راحتی میسر نیست. مخاطبان به محض روبرو شدن با یک داوطلب نمایندگی، تصویری که از آنها می‌بینند را مورد واکاوی و قضاوت قرار می‌دهند. این اتفاق در لحظه می‌افتد. البته نباید از نظر دور داشت که در قضاوت آنان، پیشینه شغلی، میزان موفقیت شما، موقعیت اجتماعی، جایگاه ایل و قبیله، نظر بزرگان، ریش‌سفیدان و روحانیون حوزه رای، شخصیت شما و مواردی از این دست هم بی‌تاثیر نیستند.

با این حال سعی کنید با ارائه تصویری مثبت، فعال و قابل اعتماد، دیدگاه مخاطبان را به نفع خودتان تغییر دهید.

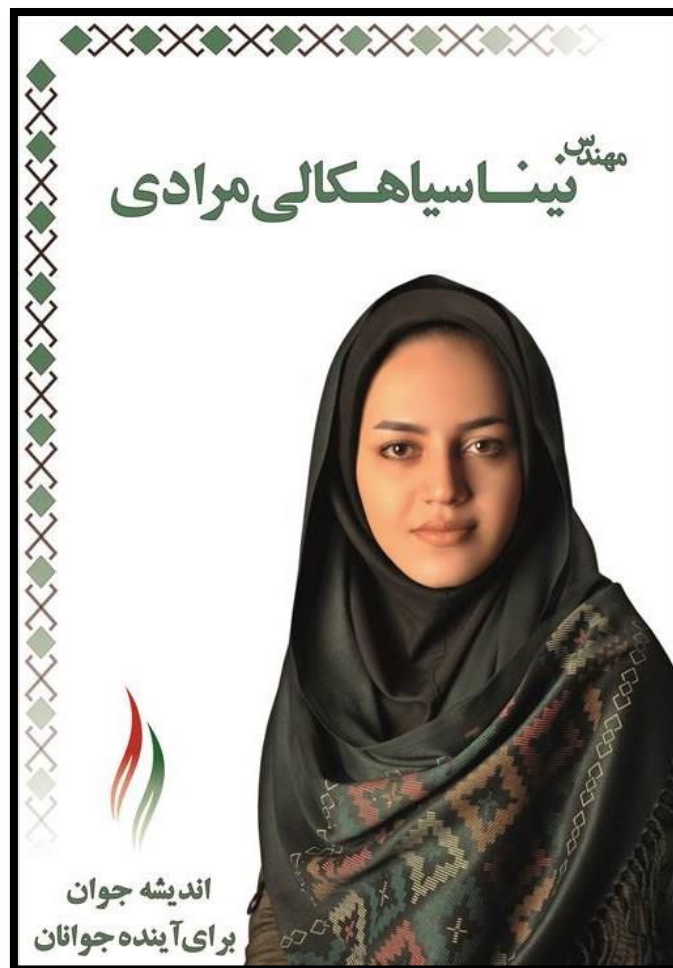
خوب یا بد داوطلبان و فعالان سیاسی زن بیش از مردان زیر ذره‌بین قضاوت مردم قرار دارند و ظاهر آنها بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد.

یکی از این موضوعات نیز نوع پوشش شماست. در این مورد دوست و دشمن، موافق و مخالف، غریبه و آشنا مشترک هستند و متأسفانه گریز از این مسائل و بویژه انتقادهای آنان به ظاهر و لباس شما ممکن نیست. حتی گاهی هزینه این برخوردها حذف شما از عرصه رقابت‌های انتخاباتی خواهد بود.

در تاریخ فعالیت های سیاسی زنان در جمهوری اسلامی، نمونه‌هایی بوده است که زنانی تنها به واسطه جنسیت و یا نحوه پوشش و حتی چهره خود از ورود به عرصه قدرت بازمانده اند.



«نینا سیاهکلی مرادی»، دانشجوی ۲۷ ساله معماری یکی از همین گروه بود. او در چهارمین دوره انتخابات شورای شهر قزوین، گوی رقابت را از بسیاری از نامداران سیاسی و فرهنگی قزوین ربود و توانست با نزدیک به ۱۰ هزار رای، اولین عضو علی‌البدل شورای شهر این شهر نام بگیرد. اما بعدتر به دلیل آنچه که «عدم رعایت موازین و شئون اسلامی» در پوسترهایی انتخاباتی‌اش اعلام شد، ردصلاحیت شد.



بنابراین در نظر داشته باشید در کشوری که شرع و قانون، بر نحوه لباس و رعایت حجاب کامل اسلامی تاکید دارد، و حتی این موضوع می تواند بهانه‌ای برای دعوای سیاسی به منظور حذف رقبا شود، شما باید با ظاهری هوشمندانه در مجامع حاضر شوید. نسبت به تصویری که از خود ارائه می‌دهید حساس بوده و آگاهی داشته باشید. باید لباسی بپوشید که با مخاطبان و مناسبتی که در آن حاضر می‌شوید، همخوانی داشته باشد. بین لباس راحت و بی‌پیرایش و ایجاد تصویری که منعکس‌کننده سبک رهبری شماست، تعادل ایجاد کنید.

بد نیست که اگر از میان یک قوم یا ایل، برای نمایندگی کاندیدا شده‌اید، از لباس‌های محلی ایل و قبیله خود برای تبلیغ و معرفی غافل نشوید. می‌توانید در برخی سخنرانی‌هایی که با مردم منطقه خود دارید، لباس‌هایی همسان و همشکل با آنها بپوشید. حتی زنانی بوده‌اند که در پوستره‌های انتخاباتی‌شان با لباس محلی و سنتی به تبلیغ خود پرداخته‌اند. مانند «خدیجه منصوری» که در انتخابات شورای شهر ارومیه در سال ۸۶، پوستره‌هایش با تصویر او در لباس کردی توزیع شد. خانم منصوری در آن انتخابات رای اول مردم را کسب کرد.





در مقابل این نکته را هم به خاطر داشته باشید که زیاده‌روی در این موضوع نتیجه معکوس می‌دهد. شما با مخاطبان دیگری هم مواجه هستید که در رقابت‌های انتخاباتی به رای آنها نیاز دارید و هیچ بعید نیست استفاده از لباس‌های سنتی برای مواجهه با سایر گروه‌های رای‌دهنده، شما را از یک برنده به بازنده تبدیل کند. بنابراین جانب اعتدال را نگه دارید.



بهترین استراتژی روش «پیش‌دستانه» است. یعنی پیش از آنکه هر نوع فعالیت انتخاباتی کنید، تصویری را که می‌خواهید از خود ارایه دهید، در ذهنتان مرور کنید و آنگاه برای محقق کردن چنین تصویری، لباس‌ها و سایر وسایلی که مورد نیاز است را آماده کنید.

تمرین:

در ذهنتان مرور کنید که می‌خواهید چه تصویری از خود به نمایش بگذارید. به جنبه‌های مختلف آن فکر کنید. حالا جلوی یک آینه بزرگ بایستید. خجالت نکشید. موقعیت‌های مختلف را تجسم کنید و پوشش مناسب برای هرکدام از این موقعیت‌های حرفه‌ای و سیاسی را به تن کنید. به جز این می‌توانید عکس‌هایی که در این لباس‌ها داشته‌اید را پیش‌روی خود قرار دهید و آنها را بازبینی کنید. آیا تصویری که از خود می‌بنید شبیه همان تصور و ایده‌ای است که می‌خواهید مخاطب دریافت کند؟ آیا نیاز به تغییر دارید؟ راضی نیستید؟

حالا فهرستی از مواردی را که می‌خواهید تغییر کنند، بنویسید.



لیستی نیز از مسائلی که قابل تغییر نیستند، فراهم کنید.

ج) زبان بدن

بدن ما پیش از آنکه سخن بگوییم، شروع به صحبت می‌کنند. به محض آنکه وارد یک جمع می‌شویم پیام‌هایی را به آنها منتقل می‌کنیم. ما با حرکات و ژست‌هایمان، طرز ایستادن، حرکت دست‌ها، حالت‌های چهره، نوع نگاهمان و امثال این موارد، به شکل ناخودآگاه مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و احساساتمان را انتقال می‌دهیم.



کتمان کردن ذهنیات کار راحتی نیست. وقتی می‌ترسید عکس‌العمل شما چیست؟ مثلاً خودتان را جمع می‌کنید. جمع و جورتر می‌نشینید یا می‌ایستید. حالا وقتی خشمگین می‌شوید چطور؟ ممکن است موفق شوید لحن صدایتان را کنترل کنید ولی با تغییر رنگ صورت خود چه می‌کنید؟

رهبران و سیاستمداران موفق همیشه اعتماد به نفس را در حرکت‌های بدن خویش نشان می‌دهند. دقت کنید. کسی که اعتماد به نفس دارد، راست می‌ایستند. قدم‌های محکم و مطمئن برمی‌دارد، اما هرگز این پیام را هم منتقل نمی‌کنند که افرادی خودشیفته‌اند. بلکه برعکس با حضور خود، یک احساس اقتدار، تسلط و قابل اعتماد ایجاد می‌کنند. فردی که باید به او احترام گذاشت و پیروی کرد.

بنابراین ملاحظه می‌کنید که چقدر زبان بدن می‌تواند در پیامی که قصد دارید منتقل کنید، تاثیر بگذارد. در یک ارتباط سیاسی و فعالیت انتخاباتی، بین پیام و زبان بدن باید یک مطابقت معنادار وجود داشته باشد. اگر به چیزی که می‌گویید باور نداشته باشید، یا حتی اگر مطمئن نباشید، بدن شما آنچه را که در ذهنتان می‌گذرد، افشا می‌کند. حالات و حرکات شما چنان ناهماهنگ و غیرطبیعی خواهد بود که تنها اگر هنرپیشه‌ای زبردست باشید، مخاطبان‌تان آنچه می‌گویید را باور می‌کنند! مشخص است که شما می‌خواهید فعالیت سیاسی کنید و قصد ندارید هنرپیشه باشید. شک نکنید که اگر پیام‌تان قوی باشد، اما زبان بدن شما ضعیف، و یا اینکه حس عدم اطمینان را منتقل کند، موفق نخواهید شد اعتماد مخاطبان‌تان را جلب کنید.



نکته‌های مهم از زبان بدن در هنگام سخنرانی

۱) قبل از اینکه به سمت محل مصاحبه یا سخنرانی، حرکت کنید، اول در آینه به خود نگاهی بیندازید. مرتب هستید؟ پوششی که انتخاب کرده‌اید مناسب فضایی که قرار است لحظاتی بعد در آن حاضر شوید، هست؟ موازین اسلامی و قانونی و همینطور عرف و سنت حوزه انتخابی خود را کامل و با دقت در نظر گرفته‌اید؟

همینجا یک نکته دیگر را نیز در مقابل آینه تمرین کنید. اگر استرس و اضطراب دارید، تا جلوی آینه ایستاده‌اید، سعی کنید تمرین اعتماد به نفس کنید و چنین ویژگی را نشان دهید. در بخش‌های بعدی در این رابطه بیشتر صحبت خواهیم کرد.

۲) حالا در سالن کنفرانس یا سخنرانی هستید. وقتی نام شما را برای رفتن به روی صحن صدا زدند، با قامت راست و ایستاده، گام‌های محکم و مطمئن، چهره‌ای مصمم و در عین حال با طمانینه و بدون حالت هول‌شدگی به سمت سکو حرکت کنید. خوب است که پیش از سخن گفتن مکثی کنید و برای ایجاد یک احساس مثبت و مناسب، به مخاطبان یا دوربین نگاه کنید و آنگاه شروع کنید.



۳) در طول برنامه، شرایطی برای خودتان فراهم کنید که در عین حالی که راحت هستید، اما بی‌قید هم به نظر نیایید. در اینجا باز هم باید تاکید شود که راست بایستید. خمیده نباشید و یا روی یک پا تکیه ندهید. می‌توانید برای راحتی بیشتر کمی مثلا ۱۵ سانتیمتر، پاهایتان را از هم باز کنید.

۴) با سر بالا به مخاطبانتان نگاه کنید. دست‌هایتان را آزادانه در دو طرف بدن رها کنید و پاهایتان را محکم کنید و راست بایستید. این حالت‌ها به شما قدرت می‌دهد و حس اعتماد را به رای‌دهندگان شما منتقل می‌کند. اما اگر قوز کنید، به جلو و عقب حرکت کنید و یا کج بایستید، نشان‌دهنده اضطراب شماست و تصویری منفی از شما به نمایش می‌گذارد.

۵) شما به عنوان یک زن باید قدرت خود را نشان دهید. بنابراین سرتان را بالا بگیرید. اینقدر که چانه‌تان موازی با جایگاه سخنرانی باشد. این وضعیت احساس احاطه و کنترل را منتقل می‌کند. برعکس، پایین نگه داشتن چانه، حس کم‌رویی و خجالت ایجاد می‌کند.

۶) حالا می‌رسیم به دست‌ها. آنها باید آزاد باشند ولی زیاد حرکتشان ندهید. برای این منظور شاید بهتر باشید جایی برای آنها در نظر بگیرید. به عنوان نمونه دست‌هایتان را به آرامی روی جایگاه قرار دهید. اینگونه می‌توانید برخی مواقع برای ژست‌های مناسب با فضا و محتوای سخنانتان، از آنها استفاده کنید.



اما به این نکته توجه کنید که از مشت کردن دست‌ها یا چسباندن آنها به جایگاه سخنرانی در کل زمان سخنرانی پرهیز کنید.

این لینک قسمتی از اجرای «مینو خالقی» منتخب مردم اصفهان در انتخابات مجلس دهم است که البته پس از رای مردم توسط شورای نگهبان ردصلاحیت شد. به حرکت‌های او هنگامی که به روی صحنه می‌رود توجه کنید.

همانطور که پیشتر توضیح داده شد، وقتی از زبان بدن می‌گوییم، طیف متنوعی از ژست‌ها، حرکات، حالت‌های بدن و چهره و نیز ارتباط‌های چشمی سخن می‌گوییم که می‌توانند پیام‌های گوناگونی را منتقل کنند.

ارتباط چشمی



یکی از مهمترین مولفه‌های برقراری ارتباط، از طریق چشم است. نوع نگاه اشخاص، پیام‌های متفاوتی دارند. نگاه شماتت‌بار مادران در کودکی، هنگامی که خطایی کرده بودید را به خاطر دارید؟ در ادبیات فارسی نیز شعرها و داستان‌های فراوانی از نگاه افراد سروده و نوشته شده است. منشا همه این آثار، پیامی است که از چشم‌ها منتقل می‌شود. زیرا برای ارزیابی صداقت افراد می‌توان به صورت و چشم‌های افراد نگاه کرد و پی به نیت آنان برد. بنابراین تاثیر مثبت ارتباط چشمی با رای‌دهندگان و مخاطبان را نادیده نگیرید. در نقطه شروع جلب اعتماد مخاطبان، اگر احساس اعتماد به سخنران وجود نداشته باشد، به آنچه که او می‌گوید، توجه نخواهد شد. حالا کسی که تاکنون با شما مواجه نشده است، چگونه می‌تواند به شما اعتماد کند؟ نقطه شروع این احساس همان ارتباط چشمی است.

نکاتی که در ارتباط چشمی در سخنرانی باید رعایت شود

اگر در یک جمع سخنرانی می‌کنید سعی کنید نگاهتان را روی مخاطبان بگردانید. جلو، عقب و اطراف را نگاه کنید. سعی کنید با مکث به آنها چشم بدوزید. اگر از عینک استفاده می‌کنید، گاهی آن را از روی چشمانتان بردارید تا شنوندگان و بینندگان شما، نگاهتان را مستقیماً ببینند. گاهی شاید چند دقیقه مکث هم موثر باشد.



با این حال همانطور که پیشتر توضیح داده شد، باز هم یک نکته بسیار مهم را در از نظر دور نکنید. ارتباط چشمی، نسخه‌ای همیشگی نیست و بسته به اینکه در چه جمعی حضور دارید و سخن می‌گویید، ارتباط چشمی معانی متفاوتی دارد. مثال جلسه با روحانی محل را به خاطر دارید؟ (اگر در جلسه‌ای با ائمه جمعه و روحانیون حوزه انتخابیه خود و یا یک جمع متشجع حضور دارید، این مهم است که به مخاطبانان چشم ندوزید و خیره نشوید. داشتن نگاهی گذرا که تنها نشان دهد به مباحث توجه دارید و مشتاق ادامه آن هستید، نشان از هوش شما خواهد داشت.)





پروانه مافی، نماینده تهران در مجلس دهم





پروانه مافی، نماینده تهران در مجلس دهم

حالت‌های چهره



این فقط چشم‌ها و نگاه ما نیستند که می‌توانند نظر مخاطبان را جذب یا دفع کند. بلکه حالت‌های صورت ما نیز اهمیت کمتری از نگاهمان ندارند. همه ما عادت‌هایی داریم که در طول سالهای عمرمان هنگام سخن گفتن تکرار و تکرار کرده و حالا دائمی شده است. هنگام صحبت در جمعی اخم می‌کنیم؟ ابرو بالا می‌اندازیم؟ چشم‌هایمان را تنگ یا گشاد می‌کنیم؟ گوشه لب‌ها را بالا می‌آوریم؟ خیلی راحت لب‌خند می‌زنیم؟ لب می‌گزیم؟ و مواردی مانند این. تمام این حالت‌ها دست شما را رو می‌کند و پیام دیگری غیر از آنچه که قصد دارید به رای‌دهندگان بدهید، به آنها منتقل می‌کند. بنابراین تلاش کنید که در مرحله اول این حالت‌ها و عادت‌ها را در خودتان شناسایی کنید و سپس آنها را با تغییر و یا استفاده به جا و مناسب، در خدمت هدف خودتان در بیاورید.

نکات مربوط به حرکت‌های چهره در سخنرانی

چطور؟ خیلی ساده. باز هم باید مدتی را مقابل آینه صرف کنید. بدون شرمندگی مقابل آینه شروع به سخنرانی کنید. همه آنچه که قرار است به مخاطبان‌تان بگویید با همان حس و حال، به آینه بگویید. حالا به حالت‌های چهره خود توجه کنید. چگونه هستید؟ مصنوعی و ساختگی به نظر می‌آید یا صمیمی و قابل اعتماد؟ واضح است که باید با خود صادق باشید. چون کلید ورود شما به عرصه قدرت، جلب نظر



کسانی است که باید شما را انتخاب کنند. اگر راضی نیستید، تمرین کنید. سعی کنید خوش رویی و لبخند زدن به جا، سپس جدی بودن را تمرین کنید. به خود بگویید چگونه می‌توانم قدرت رهبری خود را به نمایش بگذارم، اما در کنارش زنی موقر و موردپسند عرف جامعه به نظر بیایم. به نکات مهم سخنرانی خود فکر کنید و حالت‌های چهره خود را هنگام به زبان آوردن آنها، انتخاب کنید.

ژست‌ها و حرکات‌ها

به جز چهره و چشم‌ها، حرکات‌ها و عادت‌های بدن ما بویژه دو دست نیز در انتقال پیام اهمیت زیادی دارند. چرا که به مخاطبان در پردازش و درک حرف‌های شما کمک می‌کنند. اگر کلمه‌هایی که به کار می‌برید، با ژست‌های شما همخوانی نداشته باشد، ذهن شنونده دچار سردرگمی می‌شود. این موضوع باورپذیری پیام شما را کم خواهد کرد و در نتیجه گرایش مخاطبان به شما کاهش می‌یابد.

بعنوان نمونه فرض کنید می‌خواهید مردم را متوجه نقش آنها در آلوده شدن آب آشامیدنی منطقه کنید و از این سخنان بخواهید به جایگاه آموزش در برنامه‌های خود به عنوان نماینده برسید. وقتی مشغول سخن گفتن از اشتباهات مخاطبان در آلوده کردن آب هستید، نباید لحن و حرکات‌های بدن و چهره شما، تهدید کننده و شماتت‌بار باشد. به طور حتم، تکان دادن انگشت اشاره به سمت حاضرین یا مشت کردن دست‌ها، همه آنچه که برای نشان دادن اهمیت آموزش در چگونگی استفاده از منابع آب، رشته‌اید، پنبه خواهد کرد.



نکات مربوط به استفاده از ژست‌ها در سخنرانی

۱) برای اینکه از هر سوء تفاهمی جلوگیری کنید، کمتر از حرکت‌ها و ژست‌ها استفاده کنید. برخی عادت دارند هنگام سخن گفتن، دست هایشان را زیاد تکان دهند، اصطلاحاً با دستانشان صحبت می‌کنند. از این کار پرهیز کنید. چون باعث حواس‌پرتی مخاطب می‌شود. حرکت‌های شما باید آرام و طبیعی و منطبق بر جمله‌های شما باشد. بنابراین سعی کنید تا جایی که می‌توانید از رفتار ساختگی و مصنوعی دوری کنید.

۲) هر چقدر که داشتن حرکت زیاد در بدن و چهره، نتیجه معکوس دارد، استفاده از ژست‌های به جا در لحظه‌های کلیدی، سهم زیادی در جا انداختن پیام شما دارد. بنابراین ژست‌های مهم خود را برای این لحظه‌های کلیدی نگه دارید و پیام‌های خود را با حرکت‌های هدفمند، تقویت کنید.

۳) نمی‌توان همه حرکت‌ها را کنترل کرد و تغییر داد. گاهی برخی ژست‌ها خودجوش هستند و در تفکر و احساس فرد ریشه دارند. این گروه از حرکت‌های کنترل نشده اتفاقاً موثر هستند و به مخاطبان در ایجاد ارتباط با گفته‌های سخنران کمک می‌کند.

۴) سعی کنید حرکت‌ها و ژست‌های شما تکراری نباشند. به آنها تنوع بدهید. تکرار چند باره یک حرکت، مخاطبان را دچار پرتی حواس می‌کند و توجه آنها را از سخنان شما به حرکت‌های شما جلب می‌کند.



۵ (از حرکت‌های پرخاشگرانه پرهیز کنید. دست‌هایتان را به جلو نگه دارید و سعی کنید که از ژست‌های آرام استفاده کنید. با این حال این یک موضوع قطعی نیست. بسته به نوع پیام و سخنان شما، ممکن است گاهی ایجاد یک هیجان ناگهانی، مانند یک بار مشت کوبیدن کوتاه روی میز سخنرانی یا زدن یک ضربه روی آن، برای جلب نظر حاضران تاثیرگذار باشد. اما افراط و اصرار در این کار، نتیجه بخش نخواهد بود.

۶ (تمام موارد پیش گفته را باز هم می‌توانید مقابل آینه تمرین و ژست‌های مختلف را برای تشریح گفته‌هایتان انتخاب کنید.

نمونه‌ای از سخنرانی هاجر چنارانی، نماینده منتخب مجلس دهم در نیشابور در حال سخنرانی را در [این لینک](#) ببینید.

تمرین:

۱- به نظر شما، برداشت احتمالی مخاطب از ارتباط چشمی چه خواهد بود؟



۲- خم شدن آرام به سمت مخاطبان چه معنایی دارد؟

۳- سخنرانی که هیچ تغییری در حالت‌های چهره اش ایجاد نمی‌شود، چه پیامی را منتقل می‌کند؟

۴- حرکت‌های زیاد دستان در حین سخنرانی، چه احساسی را منتقل می‌کند؟

۵- دست گذاشتن روی دهان چه چیزی را نشان می‌دهد؟





ایراد سخنرانی‌های بزرگ

تمام آنچه که تا کنون آموختید، پیش‌زمینه‌هایی برای ارائه سخنرانی بود. حالا وقت آن است که به متن سخنرانی و چگونه ایراد آن برسیم. شما می‌خواهید پیامی که مدت‌ها روی محتوای آن کار کرده‌اید، به مخاطبان منتقل کنید و بر آنها تاثیر بگذارید. کیفیت ارائه سخنرانی شما باید به گونه‌ای باشد که به دل مستمعان بنشیند و آنها از میان نامزدهای دیگر، شما را برای نمایندگی انتخاب کنند. پس باید دلچسب سخنرانی کنید.

برای رسیدن به این هدف چند موضوع را در نظر داشته باشید. اول اینکه باید بدانید قرار است برای چه کسانی سخن بگویید و جامعه هدف شما چه کسانی هستند، دومین مولفه این است که روی متن سخنرانی خود کار کنید و آن را متناسب با مخاطبان بنویسید. مرحله بعد، تمرین سخنرانی است تا بتوانید به نحو مطلوب آنچه در ذهن دارید، ارائه دهید. و در آخر راهکاری پیدا کنید تا بتوانید با مخاطبان در محل رابطه برقرار کنید. مجموعه این چهار مورد، می‌تواند از شما سخنوری متبحر و موفق بسازد.

شناسایی جامعه هدف و هدف‌گزینی



۱) همانطور که پیشتر گفته شد، شما باید مخاطب خود را بشناسید تا بتوانید پیامی مناسب آنها بسازید و با شناخت بهتر، سنجیده‌تر صحبت کنید. قرار است برای دانشجویان رشته مهندسی سخنرانی کنید؟ قصد دارید به اداره ثبت اسناد بروید و در جمع مدیران و کارمندان آن سخن بگویید؟ می‌خواهید به خانه خانواده چند نفر از شهدای شهر سر بزنید؟ مهمان یک همایش سراسری با حضور مسئولان و مقامات رسمی هستید؟ همه این نمونه‌ها، متن و محتوایی متفاوت از دیگری می‌خواهد. باید میزان آگاهی و علاقه مخاطب به موضوع را در نظر بگیرید و بر اساس آن متن خود را آماده کنید.

۲) در مرحله بعد به این فکر کنید که کدامیک از رأی‌دهندگان هدف کمپین شما، در میان مخاطبان حضور یا نماینده دارند؟ آیا کسی در جلسه حضور خواهد داشت که کمپین به دنبال جلب حمایتش باشد؟ آیا رسانه‌ها در این رویداد حضور دارند؟

۳) برای سخنرانی خود «هدف» مشخص کنید. از این سخنرانی به چه چیز می‌خواهید برسید؟ قصد دارید مخاطب را متقاعد کنید؟ آیا می‌خواهید اطلاعاتی درباره موضوعی جدید ارائه دهید؟ قرار است آنها برای انجام اقدامی خاص بسیج شوند؟ این اهداف نیز هر کدام سخنانی منحصر به خود دارند.

۴) وقتی به این پرسش‌ها جواب دادید، سعی کنید کمی از قالب فردی خارج شوید و نگاه جمعی‌تری داشته باشید. برای این منظور نیاز دارید تا با برنامه یا دستور کار مراسم آشنایی پیدا کنید. ببینید که شما تنها



سخنران جلسه هستید؟ سخنرانان به چه ترتیب سخنرانی خواهند کرد؟ بنا بر آن است که شما اولین سخنران باشید یا آخرین آنان؟ چقدر برای سخن گفتن زمان دارید؟ برنامه فقط ایراد سخنرانی خواهد بود یا قرار است جلسه پرسش و پاسخ برگزار شود؟ چه کسی اداره‌کننده و مجری جلسه است و چه کسی در پایان برنامه صحبت خواهد کرد؟ خودتان را جای مخاطبان بگذارید و حدس بزنید چه سوال‌هایی ممکن است از شما پرسیده شود. تلاش کنید جواب‌های احتمالی این پرسش‌ها را آماده کنید.

۵) در سخنرانی‌های عمومی، یکی از راهکارها برای ارائه سخنرانی موفق و تاثیرگذار این است که موضوعی را انتخاب کنید که نسبت به آن آگاهی، اشراف و علاقه دارید. علاقه شما به موضوع در زمان سخنرانی خود را نشان خواهد داد. مهمترین قاعده در سخنرانی عمومی آشنایی با موضوع و راحتی در صحبت کردن درباره آن موضوع است. با این حال هر اتفاق غیرقابل پیش‌بینی در یک جمع عمومی نیز ممکن است. پس خودتان را برای هر پرسش، موضوع و یا مواجهه پیش‌بینی نشده آماده کنید و سعی کنید غافلگیر نشوید.

۶) برای روز سخنرانی برنامه‌ریزی کنید. پیش از آن به اندازه کافی استراحت کنید. آرامش داشته باشید و سعی کنید فردی از اعضای کمپین یا خانواده یا نزدیکان خود را برای کمک همراه ببرید. همانطور که در درس‌های قبلی گفته شد به ظاهر و پوشش خود فکر کنید و با رعایت تمام آنچه که در درس‌های قبل آموختید، برای لباس خود برنامه‌ریزی کنید. ظاهر شما زیر ذره‌بین موافقان و مخالفان خواهد بود. بنابراین



پوششی مناسب فضای سخنرانی که از شما تصویری با اعتماد به نفس و قابل اتکا نشان دهد، انتخاب کنید. اگر این تصمیم‌گیری را از قبل انجام دهید، در روز انجام سخنرانی، اضطراب کمتری خواهید داشت.

۷) اگر این امکان را داشتید، سعی کنید قبل از سخنرانی سری به محل آن بزنید. اتاق و تجهیزات را واریسی کنید تا با محیط آشنا شوید. مطمئن شوید که امکانات فنی آنجا مجهز و سالم است، تا در میانه سخن گفتن با از کار افتادن و خراب شدن یکی از تجهیزات فنی غافلگیر نشوید و سخنرانی شما مختل نشود و تحت تاثیر این مشکل قرار نگیرد.

آماده کردن سخنرانی

۱) وقتی شروع به صحبت می‌کنید، تنها نزدیک به یک دقیقه وقت دارید که نظر مخاطبان را به سمت خود جلب کنید و در آنها احساس اعتماد و باورپذیری بوجود بیاورید. پس زمان را با جمله‌هایی مثل عنوان کردن دستور جلسه، تشکر از برگزار کنندگان مراسم و سایرین، من من کردن و موارد اینچنینی از دست ندهید. شما نیاز دارید که هنر خود را همان ابتدا نشان دهید. برای این کار نیاز دارید ابتدا پیام اصلی خود را تعریف کنید. می‌خواهید مخاطبان چه چیزی از سخنرانی شما را به خاطر داشته باشند؟



در اینجا خوب است که با نمونه ای نامناسب از آغازی غیرموفق آشنا شوید. خانم شهین دخت مولاوردی، معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، آغاز سخنرانی اش بسیار کشدار و کلیشه‌ای است و سپس با روخوانی از روی متن سخنرانی، اظهاراتش را ادامه می‌دهد. این ویدو را در [اینجا](#) ببینید.

۲) یک کاغذ آماده کنید و روی آن تمام اطلاعاتی را که می‌خواهید به مخاطب منتقل کنید در حداکثر ۳۰ جمله بنویسید. به ساختار آن توجه نکنید و هر چه را که در ذهن دارید، بنویسید. حالا دوباره متن خود را بخوانید و نکات مورد نظر خود را در سه یا چهار مورد اصلی و کلیدی خلاصه کنید و فقط آنها را شرح دهید. تصور کنید که بناست در سالن والیبال منطقه برای مردم از ضرورت حفظ بهداشت آب، معضل خشکسالی و برنامه‌ای که شما در صورت نمایندگی، برای رفع این مشکل‌ها دارید، سخن بگویید. ابتدا همه آنچه را که می‌خواهید به مخاطبان بگویید بنویسید، بعد از تمام اطلاعات و پیامتان چند سرفصل کلیدی استخراج کنید و تنها همان‌ها را شرح دهید.

۳) وقتی سرفصل‌ها را آماده کردید، به ساختار سخنرانی می‌رسید. هر سخنرانی از یک مقدمه، متن اصلی و جمع‌بندی تشکیل شده است. مقدمه و جمع‌بندی از جهاتی نسبت به متن سخنرانی مهم‌ترند. زیرا بیشترین



تأثیر گذاری و ارتباط با رای دهندگان، در همین دو بخش اتفاق می افتد. (این بخش را در ادامه بیشتر می شکافیم.)

۴) برای تشریح هر نکته ای که مطرح می کنید، دست کم یک مثال در نظر بگیرید که تصویری روشن در ذهن مخاطبان ایجاد کند. مثلاً برای پیش کشیدن آلودگی آب می توانید توجه ها را به بدن های بی جان ماهی های رودخانه شهر، بیماری اپیدمی چند ماه قبل در منطقه یا رنگ و مزه آب، جلب کنید. فراموش نکنید که خود را از مستمعان بدانید و سعی کنید داستان ها و تجربه های مشترکی را مثل احساس مشترک آلودگی نقل کنید. از قدرت آمار غافل نشوید ولی زیاده روی هم نکنید که مخاطبان سردرگم نشوند. به عنوان نمونه آماری کلی که دفتر پایش فراگیر آلودگی محیط زیست از میزان آلودگی آب و خطرات آن برای اهالی اعلام کرده است را مطرح کنید، اما لازم نیست وارد جزئیات بیشتر شوید.

باز هم اجازه بدهید شما را با یک نمونه ناموفق از ارائه آمار آشنا کنم که در نهایت سخنران و حاضران همگی دچار سردرگمی و اشتباه شدند. این ویدئو را ببینید.



۵) از اینکه متن سخنرانی را بطور کامل بنویسید، پرهیز کنید. شما باید تنها نکات اصلی را تیتروار یادداشت کنید تا هر بار که به برگ خود چشم می‌اندازید، تنها جنبه یادآوری داشته باشد. اگر بخواهید از روی یک متن اصطلاحاً روخوانی کنید، به اعتماد به نفس خویش و القای حس احاطه و رهبری‌تان به حاضران، ضربه زده‌اید. این کار باعث می‌شود تمرکز خود را از دست بدهید و دچار اضطراب و نگرانی شوید. همچنین به مخاطبان این تصویر را ارائه می‌دهد که شما چندان اشراف و اطلاعاتی نسبت به موضوعی که مطرح می‌کنید، ندارید. بنابراین سعی کنید تنها چند «سرفصل کلی» از محورهای اصلی سخنرانی آماده کنید. و البته با اطلاعات کامل و تمرین از قبل در جلسه سخنرانی حاضر شوید تا هیچ چیز اعتماد به نفس و احاطه شما را تحت تاثیر قرار ندهد.

۶) دقیق باشید. بر اساس حدس و گمان و شنیده‌ها و اخبار درگوشی صحبت نکنید. از کلمه‌های اختصاری استفاده نکنید. شما قرار است رای‌هندگاران را مجاب کنید که فردی قابل اعتماد و صادق هستید. بنابراین باید این پیام را نیز با قدرت منتقل کنید. نباید برای اثبات خود، به نفی دیگر نامزدهای انتخابات روی بیاورید. این کار از هوش سیاسی به دور است و تاثیری منفی بر آرای شما خواهد داشت. مثبت، واضح، ساده و با جمله‌های کوتاه سخن بگویید.

سخنرانی پروانه سلحشوری، منتخب مجلس در تهران را [ببینید](#). او پرشور و با قدرت حاضران را تحت



تأثیر قرار می‌دهد و از «بختیاری بودن» خویش استفاده مثبت کرده است.

تمرین و آمادگی

۱) بیشتر افراد ترجیح می‌دهند دندانیشان را بکشند ولی مقابل یک جمع سخنرانی نکنند. ترس از مواجه شدن با جمع، ناموفق بودن در انتقال پیام و مواردی از این دست، سخنرانی عمومی را مشکل می‌کند. برای غلبه بر این ترس‌ها و رفع این مشکلات، قبل از ایراد سخنرانی، تمرین کنید. می‌توانید مقابل آینه بایستید و سخنرانی کنید. چندین بار این کار را تکرار کنید تا با ایرادهای خود آشنا شوید و بتوانید آنها را رفع کنید. راهکار دیگر و البته موثرتر این است که از یک نفر بخواهید به سخنان شما گوش دهد. از او بخواهید درباره کیفیت سخنرانی شما نظر بدهد و ایرادهای شما را اصلاح کند.

۲) یکی از مسائلی که نباید از نظر دور کنید، موضوع زمان است. مدت سخنرانی شما مشخص و تعیین شده است. بنابراین باید هر آنچه را که می‌خواهید به عنوان ارتباطگر موفق به مخاطبان منتقل کنید، خلاصه و دقیق در بازه زمانی تعریف شده، بگنجانید. حتما پیش از انجام سخنرانی از برنامه مراسم و زمان در نظر گرفته شده برای شما، مطلع و مطمئن شوید. خوب است که یک ساعت نیز هنگام ایراد سخنرانی همراه داشته باشید تا بتوانید وقت خود را نگه دارید و بیشتر و کمتر سخن نگویید.



۳) برای یادآوری و تاکید بیشتر، می‌توانید نکات مفید و موثر بر کیفیت سخنرانی را در بالای متن یادداشت و با حروف بزرگ بنویسید تا توجه‌تان به آنها جلب و در حین سخن گفتن رعایت کنید. مثلا مواردی مثل «حفظ آرامش»، «راست ایستادن»، «حرکت دستان»، «لحن و صدا» و هر نکته‌ای که فکر می‌کنید توجه به آن به نفع شما خواهد بود. واضح است که همه این موارد را می‌بایست قبل از ایراد سخنرانی مورد توجه قرار داده و تمرین کرده باشید.

۴) اگر امکان و فرصت داشتید، زودتر به مکان سخنرانی بروید تا بتوانید یا برخی از مخاطبان صحبت و فرصت آشنایی را فراهم کنید. علاوه بر اینکه هر چقدر بیشتر از آنها بدانید، توانایی بیشتری برای ارتباط با مخاطبان در طول سخنرانی خواهید داشت.

۵) خوب است که با برگزارکنندگان و مجری مراسم نیز آشنا شوید و از برنامه کلی، زمانی که برای شما در نظر گرفته شده است، مکان سخنرانی و سایر مهمانان آگاه شوید. همچنین اگر قرار است مصاحبه تلویزیونی داشته باشید، حتما با مصاحبه‌کننده از قبل صحبت کنید و محورهای برنامه را مشخص و هماهنگ نمایید.



۶) مهمترین عامل برای ارائه سخنرانی موفق، حفظ آرامش است. اگر اضطراب دارید، می‌توانید قبل از شروع سخنرانی از روشهای آرامسازی استفاده کنید. اگر جایی هست که بتوانید تنها باشید، بالا و پایین بپرید یا پاهایتان را محکم بر زمین بکوبید. این تمرین شما را آرام کرده و تنش را کاهش می‌دهد، دست‌هایتان را تکان دهید، مشت کنید و باز کنید. با این کار لرزش دست‌هایتان کمتر می‌شود. اگر لرزش دستتان شدید است، در هنگام سخنرانی دست‌هایتان را آرام روی جایگاه سخنران بگذارید. زبانتان را بیرون بیاورید، چشمان و دهان خود را تا جایی که می‌توانید باز کنید، و صورتتان را جمع و باز کنید. این کار ماهیچه‌های صورت را آرام می‌کند. نفس عمیق بکشید و برای گرم کردن صدایتان زمزمه کنید. حالا با آمادگی کامل و اعتماد به نفس به محل سخنرانی بروید. یک نکته را به خاطر داشته باشید. فنون سخنرانی با مطالعه به دست نمی‌آید. بنابراین باید آن را انجام دهید و از اشتباهاتتان درس بگیرید تا سخنوری توانا شوید.

۷) وقتی به زمان ایراد سخنرانی یا مصاحبه تلویزیونی نزدیک شدید، تلفن همراه خود را خاموش کنید، هرگز آدامس نجوید، چیزی نخورید و نیاشامید. کیف و سایر وسایل خود را به همراهتان یا یکی از اعضای کمپین بدهید. نگاهی به پوشش و لباس خود بیندازید و یک لیوان آب هم کنار دست خود داشته باشید. لازم به یادآوری نیست که چای، قهوه، شیر، نوشابه یا دوغ ننوشید.



۸) قبل از شروع مراسم و یا مصاحبه، از امکانات فنی مطمئن شوید. هر چند این وظیفه شما نیست، ولی نتیجه آن بر کار شما تاثیر خواهد گذاشت. مطمئن شوید که ارتفاع میکروفن برای قد شما مناسب است. اندازه آن را تنظیم کنید. اگر اندازه جایگاه سخنرانی بیش از اندازه بلند است، ناچارید روی سطح ثابتی بایستید. اما بهتر این است که حاضران چنین صحنه‌ای را نبینند. چرا که ممکن است روی قدرت رهبری شما تاثیر بگذارد و یا رقبای سیاسی از آن برای تخریب شما استفاده کنند.

نمونه این ماجرا در انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۴ برای محمود احمدی‌نژاد پیش آمد. او پس از ثبت نام در ساختمان وزارت کشور، به جایگاه سخنرانی رفت تا با خبرنگاران حاضر در ستاد انتخابات وزارت کشور درباره برنامه‌هایش سخن بگوید، اما چون جایگاه برای قد او بلند بود، به روی دو زیرپایی که روی هم قرار گرفته بود ایستاد. صبح فردا، تمام رسانه‌های نوشتاری رقیب او با چاپ عکس‌ها و نوشتن مقاله‌های گوناگون، این موضوع را دستمایه‌ای برای آنکه «احمدی‌نژاد در اندازه ریاست جمهوری ایران نیست»، قرار دادند.

ایراد سخنرانی و برقراری ارتباط با مخاطب

۱) همه تلاش شما درگیر کردن مخاطبان با پیام و جلب حمایت آنها برای رای دادن به شخص شماست. برای رسیدن به این هدف نیاز دارید با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید. باید آنها با شما احساس نزدیکی کنند و به تعبیری «خودی» بدانند تا اعتماد کنند. بنابراین در ابتدای سخنرانی، یک وجه اشتراک پیدا کنید. مثلاً



داستانی مشترک تعریف کنید. می‌توانید کمی از طنز مایه بگیرید و با بذله‌گویی و لطیفه شروع کنید. یا قضیه‌ای شخصی را بازگو کنید. یک مشکل و درد مشترک را مطرح کنید. شاید این نمونه آموزنده‌ای باشد: «همه ما که اینجا نشسته‌ایم؛ عزیزی را در جاده‌های روستا از دست داده‌ایم. این درد مشترک همه ما است. در عین حال خواست مشترک ما نیز درمان همین درد است. من عزیزترین فرد زندگی ام را از دست دادم و نمی‌خواهم که شما هم چنین تجربه‌ای داشته باشید. همه می‌خواهیم جاده روستایمان بازسازی شود تا دیگر کسی را از ما نگیرد و داغی را به دل‌مان نماند.»

به این نکته توجه کنید که «من»ها را در سخنرانی خود «شما» یا «ما» کنید. این کار سخنرانی را روی مخاطب متمرکز و گوش آنها را شنواتر می‌کند.

۲) تمام انرژی خود را روی مقدمه نگذارید. شما برای آنچه که می‌خواهید برای مخاطبان‌تان تشریح کنید نیز نیاز به خلاقیت دارید.

۳) سخنرانی یکسان و یکنواخت شنوندگان را بی‌علاقه می‌کند، بنابراین باید با ترفندهایی آنها را بر سر ذوق بیاورید. درست مانند زمانی که در خیابانی پر درخت قدم می‌زنید. همه چیز عادی است تا وقتی که درختی شکسته و تغییر رنگ داده، توجه را جلب کند. این صحنه همان اتفاق غیرمعمول و خارج از عرف است. شما هم با روش‌هایی می‌توانید مستمعان را غافلگیر کنید. ولی دقت کنید که آن شیوه‌ها جایگاه شما را خدشه‌دار نکند.



گاهی اوقات این هدف با بالا و پایین آوردن صدا، میسر می‌شود، گاهی راه رفتن به روی سن، یا اشاره به سمت حاضران و شریک کردن آنها در سخنرانی. شیوه دیگر طرح پرسش‌هایی است که البته شما منتظر جواب آن نیستید و فقط می‌خواهید ذهن مخاطبان را درگیر کنید. همه این راهکارها، قدمی مخاطبان را به شما نزدیک می‌کند. به خاطر دارید که محمود احمدی‌نژاد در سفرهای استانی‌اش از مردم می‌پرسید «از ساعت چند اینجا هستید؟ شش؟ هفت؟ هشت؟» او می‌خواست با این پرسش مخاطبان را بر سر ذوق بیاورد و گرنه واقعیت این است که جواب آنها برای او هدف نبود.

۴) موضوع دیگر حس درک شدن است. اگر مخاطبین حس کنند که درک نمی‌شوند، اعتمادی بوجود نمی‌آید، پس خیلی مهم است که به گونه‌ای صحبت شود که آنها احساس کنند شرایطشان درک می‌شود، متوجه دغدغه‌هایشان هستید و در رابطه با آنها و برای آنها و با شناخت از آنها صحبت می‌کنید.

بر این اساس خوب است که بر اساس مشکلات و راحل‌ها صحبت کنید. گریز از مسئله به سمت راحل و برعکس گاه باعث برجستگی موضوع برای مخاطب می‌شود. این کار در مخاطبان دغدغه ایجاد کرده و به آنها امید می‌دهد.

موضوع را فوری جلوه دهید. هر ارتباطی که هدفش انگیزش رفتاری باشد باید فوراً افراد را به سمت اقدام مناسب حرکت دهد. حس فوریت را می‌توان از طریق تحریک احساسات منفی یا مثبت ایجاد کرد. افراد به خشم، ترس، یا امید، و باور به امکان تغییر مثبت، واکنش نشان می‌دهند.



۵) در پایان «درخواست برای اقدام» را مطرح کنید. در هنگام درخواست از افراد برای اقدام عملی، مانند رأی دادن یا داوطلب شدن، درخواستی ساده را مطرح کنید تا مخاطبان بدانند عملشان تأثیرگذار خواهد بود.

۶) اگر کارها آن طور که انتظار دارید پیش نرفت چکاری می‌کنید؟ اگر یک واکنش خلاف آنچه می‌خواستید پیش آمد چه عکس‌العملی نشان می‌دهید؟ خودتان را نبازید و تحقیر نکنید. همین که بدانیم اگر حتی نیمی از مخاطبان به صحبت‌های ما توجه می‌کنند، یعنی برنده هستیم. هر نوع مشکلی که در این راه برای شما بوجود آمد و موفق به جلب نظر و ارتباط با حضار نشدید، هرگز اعتماد به نفس خود را از دست ندهید. تمام سخنرانان حرفه‌ای و مجرب از دل همین نابسامانی‌ها خود را بالا کشیده‌اند. در واقع از دل همین مشکلات چیزهایی پیدا کرده‌اند که موفقیت آن‌ها را تضمین کرده است. هر چه بیشتر سخنرانی کنید، تجربه بیشتری کسب می‌کنید و مشکلات را به راحتی تعدیل می‌کنید. حتی سخنرانانی که بهترین آمادگی را دارند گاهی در عبور از آخرین مانع یا مسأله با شکست مواجه می‌شوند؛ چون ممکن است با انجام کار کوچکی، تأثیری را که می‌توانند روی حضار داشته باشند، کاهش دهند. مثبت باشید و خود را سرزنش نکنید.



سخنرانی انتخاباتی

منظور از سخنرانی انتخاباتی، سخنرانی اصلی نامزد انتخابات است. محتوا و نحوه ارائه آن بسته به شرایط و نیز نوع مخاطبان تغییر پیدا می‌کند و همیشه یک قانون کلی و همیشگی ندارد.

ساختار و کیفیت یک سخنرانی انتخاباتی چنین است که شما را به رأی‌دهندگان معرفی می‌کند، دلیل نامزد شدن و برنامه شما را در صورت انتخاب شدن نشان می‌دهد، ماهیت شما را به مخاطبان معرفی می‌کند و هدف نهایی آن نیز اقناع و جلب نظر مخاطبان برای رای دادن به شما است.

در یک کلام شما می‌خواهید پیام خود را به مخاطبان منتقل کنید. بنابراین مهم است که همه آنچه را در درس‌های پیشین آموخته‌اید، به کار بگیرید. این موضوع را در نظر داشته باشید که سخنرانی عمومی، میدان عملی بروز و نماد عینی تمام برنامه‌ریزی‌های انتخاباتی شما و همکاران احتمالی و اعضای کمپین شما خواهد بود. بنابراین گوی و میدان دست شماست.

تنظیم سخنرانی انتخاباتی، مانند دیگر روش‌های ارتباطی، باید مبتنی بر پیام کمپین باشد. مبتنی بر شعاری که در نظر گرفته‌اید و برنامه‌هایی که تدوین کرده‌اید. ببینید که جامعه هدف شما چه کسانی هستند. حامیان شما و کمپینتان؟ مخالفانتان؟ افرادی که هنوز به نتیجه نرسیده‌اند و به «آرای خاکستری» تعبیر می‌شوند؟ زنان؟ اعضای ایل و قبیله؟ مسئولان حکومتی؟ برای هر کدام از این گروه‌ها باید به زبان متفاوتی سخن بگویید. بطوری که برای مخاطبان قابل فهم و درک باشد. اما روح کلی و هدف نهایی شما نباید تغییر



کند. به تعبیر دیگر، از هر لحن و بیانی که استفاده می‌کنید، محتوای سخنرانی باید بازتاب دهنده واقعی شما و کاندیداتوری شما باشد.

بهتر این است که به متن و موضوع سخنرانی اشراف داشته باشید تا بتوانید با قدرت سخن بگویید و با اتفاق‌ها و پرسش‌های پیش‌بینی نشده، غافلگیر نشوید.

یک سخنرانی به هم پیوسته از اجزایی تشکیل شده است که مثل دانه‌های زنجیر به هم متصلند و در صورت رعایت آن روندی منطقی و ساده به صحبت‌ها می‌دهد. این دانه‌ها از قرار زیر هستند:

مقدمه	کوتاه و مختصر خود را معرفی کنید. پستی که برای آن داوطلب شده‌اید را عنوان و دلایل نامزدی خود را بیان کنید.
برقراری ارتباط	یکی از راه‌های طلایی پیش‌گفته برای نزدیکی به مخاطبان و ایجاد حس مشترک را به‌کار برید. آنها باید احساس کنند که دغدغه‌های مشترکی دارید.
طرح مسئله	علت نامزدی خود را مطرح کنید. داوطلب حل چه مشکلی هستید؟ این مسئله چه تاثیری روی مخاطبان دارد؟ دلیل اهمیت آن چیست؟
چشم‌انداز	راهکار شما برای رفع این مشکل چیست؟ اگر آن معضل رفع شود، چه



	تغییری در حوزه انتخابی شما ایجاد خواهد کرد؟ اثر مثبت آن چه خواهد بود؟
درخواست برای اقدام	از مخاطبان بخواهید که با رای به شما، در حل مشکلی که مطرح کردید مشارکت کنند و تغییر ایجاد کنند.
جمع‌بندی	دوباره به مقدمه گریز بزنید. شنوندگان همه سخنان شما را به یاد ندارند. بنابراین دوباره خیلی کوتاه علت نامزدی خود را تشریح کنید و از مخاطبان بخواهید که با رای به شما در ایجاد تفاوت مشارکت کنند. با جمله‌ای مثبت و صمیمی سخنرانی را تمام کنید

تمرین:

با استفاده از قواعدی که یاد گرفتید، یک سخنرانی انتخاباتی دو تا سه دقیقه‌ای بنویسید. می‌توانید این متن را بری خود بعنوان نامزد انتخابات شورای شهر و روستا، و یا بعنوان عضو یک کمپین، برای کاندیدایی که حمایت می‌کنید، بنویسید.





مصاحبه رسانه‌ای

حتی روسای جمهور و مقام‌های بلندپایه هم بعد از سال‌ها تجربه، از مواجه شدن با رسانه‌ها واهمه دارند. چرا که درگفت و گو با اهالی رسانه، کنترل شرایط مشکل است و هر پرسش و عکس‌العمل غافلگیرکننده‌ای ممکن است اتفاق بیفتد. اما از آن طرف، مصاحبه می‌تواند مهمترین و موثرترین ابزار برای ارتباط با مخاطبان و انتقال پیام باشد. بویژه اگر سابقه سیاسی چندانی ندارید و برای عموم مردم شناخته شده نیستید، رسانه‌ها می‌توانند پلی برای معرفی شما باشند و با کمترین هزینه‌ای، پیام کمپین شما را در سطحی وسیع منتقل کنند.

بنابراین هرگز چنین فرصتی را از دست ندهید. اگر با آمادگی کامل در مقابل مصاحبه‌کننده قرار بگیرید، برگ برنده با شما خواهد بود.

۱) وقتی مقابل مصاحبه‌کننده می‌نشینید، باز هم قاعده تاثیرگذاری در برخورد اول حاکم است. یعنی شما باید تصویری از یک نامزد کاردان و قابل اعتماد با قدرت پیشبرد اهدافش از خود به نمایش بگذارید. این مهم در پوشش، حرکات و ژست‌ها، ارتباط‌های چشمی، صدای شما و مواردی از این دست نمود دارند. بنابراین همه تمرین‌هایی که در درس‌های پیشین یادگرفتید، پیش از انجام مصاحبه داشته باشید و روی تمام حرکات و رفتارتان فکر کنید.

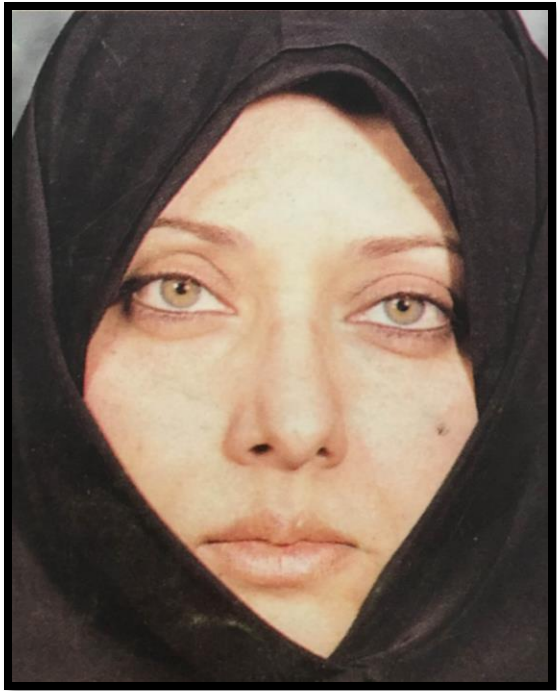


۲) سعی کنید که خود را به جای خبرنگار بگذارید و پیش بینی کنید او چه سوالهایی خواهد پرسید. اگر سوگیری‌های احتمالی و رسانه‌ای که برای آن کار می‌کند را بشناسید، درک بهتری از فضای گفت و گوی رسانه‌ای خواهید داشت. می‌توانید حتی از دیگران کمک بگیرید و از آنها بپرسید اگر خبرنگار بودند چه سوال‌هایی از شما می‌پرسیدند. اینگونه لیستی از پرسش‌های متنوع احتمالی دارید که اگر با آنها مواجه شوید، غافلگیر و یا حتی عصبانی نخواهید شد. توجه کنید که سوال‌ها را با خود به محل مصاحبه نبرید. هدف از نوشتن آنها فقط تمرین و آمادگی بیشتر است.

یک نمونه خوب در این حوزه گفت‌وگوی مجله زنان با «ناهید شید» داوطلب نمایندگی مجلس در دوره پنجم بود. آن روزها شایعه بود که رای وی به واسطه زیبایی چهره اش بوده است. این سوالی بود که مصاحبه‌کننده هم از او پرسید و خانم شید در جواب پاسخ زیرکانه‌ای داد: «یک انسان معتقد در رویارویی با خلقت نیک خداوند، قنبرک الله احسن الخالقین (بزرگ و پر برکت است خدایی که بهترین خلق‌کنندگان است) می‌گوید.»

او البته بلافاصله توضیح داد که مردم به افکار و شعارهای او رای داده‌اند، شعارهایی چون بیمه زنان خانهدار.





ناهید شید

۳) سعی کنید پیش از انجام مصاحبه، از قالب برنامه مطلع شوید. آیا مهمانان دیگری هم حضور دارند؟ زمان در نظر گرفته شده برای شما چقدر است؟ ترتیب حضور افراد چگونه است؟ در صورت تلویزیونی یا رادیویی بودن مصاحبه، گفت و گو زنده است یا از پیش ضبط شده؟ زمان پخش آن چه موقع خواهد بود؟ شما امکان اصلاح و بازبینی آن را خواهید داشت؟



۴) تلاش کنید که پاسخ های کوتاه بدهید و تنها به نکات کلیدی اشاره کنید. اگر از برنامه شما برای زنان منطقه پرسیدند، قرار نیست تاریخچه نقض حقوق بانوان را بازگو کنید، یک اشاره کوتاه به جایگاه فعلی زنان و کارهایی که شما می خواهید در صورت نمایندگی برای بهبود شرایط آنها پیاده کنید، کافی است.

۵) این نکته را به خاطر داشته باشید که هدف از انجام مصاحبه، معرفی شخص شما و همینطور پیام انتخاباتی شماست. پس باید در تمام زمان انجام گفت و گو بر پیامی که می خواهید منتقل کنید، تکیه نمایید. باید مصاحبه را به نفع خود کنترل کنید. رسانه ها تمام آنچه که می بینند یا می شنوند منتقل می کنند، بنابراین اگر شما خارج از دایره پیامتان در اختیار آنها قرار ندهید، آنچه که اتفاق می افتد، تکرار پیام خواهد بود. تلاش کنید که در جریان برقراری ارتباط، نظم و انضباط را در سخن گفتن رعایت کنید.

۶) برای تاثیرگذاری در مصاحبه، باید کنترل آن را به دست خود بگیرید. می توانید با گفتن برخی کلمه های کلیدی، توجه را به نکاتی که می خواهید جلب کنید. مثلا می توانید از جمله هایی مانند «نکته مهم این است که...»، «باید توجه داشته باشیم که...»، «تاکید می کنم که...»، در لابه لای سخنانتان استفاده کنید و توجه مصاحبه کننده را به سمت گفته های کلیدی خود جلب نمایید.

۷) گاهی اوقات در طول مصاحبه، حرف هایی پیش می آید که شما را از هدف اصلی دور می کند. ممکن است مصاحبه کننده پرسش هایی بپرسد که خیلی ارتباطی با پیام اصلی شما نداشته باشد. در این صورت



راهکار این است که از شیوه «پیوندسازی» استفاده کنید. یعنی محترمانه و مثبت پاسخ کوتاهی به خبرنگار بدهید و آنگاه سریع موضوع را به سمت گفته‌های خودتان برگردانید.

بعنوان نمونه تصور کنید یکی از برنامه‌های شما مدرسه سازی در منطقه است. خبرنگار از شما می‌پرسد که برای بودجه آموزش و پرورش منطقه چه راهکاری دارید؟ شما می‌دانید که تدوین بودجه با مجلس شورای اسلامی و خارج از حیطه اختیار شماست. در عین حال مهم است که حتما پاسخ بدهید. چه خواهید گفت؟ می‌توانید از جمله‌های ربطی استفاده کنید. مانند «کمبود بودجه اداره آموزش و پرورش مسئله مهمی است، اما هیچ زمانی توسعه مدارس منطقه تنها محدود به کمبود بودجه نبوده است و از طریق نهادها و دستگاه‌های دیگری تامین شده است. کاری که اگر من انتخاب شوم، برای جلب نظر این دستگاه‌ها اقدام می‌کنم.»

مجموعه‌ای از این جمله‌ها در ذهن داشته باشید. همچون «شاید بهتر باشد از زاویه دیگری به این مسئله نگاه کنیم...»، «ممنون به این نکته اشاره کردید که مشکل اصلی...»، «اما به این نکته توجه کنید که...» و جمله‌های دیگری که در واقع راه فرار شما از پرسش‌های بی‌ارتباط و در عین حال حفظ احترام مصاحبه‌کننده و مخاطبان است.

۸) هیچ‌گاه از عبارت «نظری ندارم» استفاده نکنید. چنین پاسخی تسلط و آگاهی شما را زیر سوال می‌برد یا این تصور را ایجاد می‌کند که از پاسخگویی طفره می‌روید و ریگی به کفش دارید. شما قرار است صادق باشید. پس مثلا اگر جواب قابل قبولی در آستین ندارید، فقط بگویید نمی‌توانید به این پرسش جواب دهید و



علت را هم توضیح دهید. همچنین اگر در موقعیتی قرار گرفتید که سوالی نامربوط و حاشیه‌ای از شما پرسیده شد، متعجب نشوید. شما برای هر چیزی باید آماده باشید. حتی ممکن است در مصاحبه‌های مطبوعاتی که خبرنگاران پرشماری حضور دارند، با پرسش‌های چالش‌برانگیز و گاه برخوردی هم‌روبرو شوید. سعی کنید از همه این موقعیت‌ها به نفع خود استفاده کنید.

۹) به زبان مخاطبان مسئله را که در نظر دارید، بازگو کنید. آنها باید احساس کنند کسی از خودشان در حال مطرح کردن موضوعی مشترک است. باید به ارزش‌ها، باورها، عرف و مذهب مشترک اشاره کنید. این موضوع مهمی است. در منطقه‌ای که بافت جمعیت، سنی مذهب و یا متشکل از ایل و قبیله‌های مختلف ایرانی است، نمی‌توانید این مسائل را نادیده بگیرید. شما باید برای طرح موضوع‌هایی که خواسته‌های جامعه هدف‌تان است، زبانی متناسب با مخاطبان‌تان و مکانی مناسب برای طرح آن پیدا کنید.

۱۰) می‌توانید با تصویرسازی، تشبیه و داستان، سخنان خود را ساده‌سازی کنید. هم‌زمان سعی کنید جذاب و گیرا سخن بگویید و در کلامتان انرژی و اشتیاق داشته باشید. استفاده از این شیوه‌ها، گفته‌های شما را در ذهن مخاطب ماندگارتر می‌کند. در مقابل، از بکار بردن کلمه‌های پیچیده و اصطلاحات تخصصی پرهیز کنید. شما در حال انجام مصاحبه مطبوعاتی هستید و هر کسی می‌تواند بیننده، شنونده یا خواننده آن باشد. پس باید به صورتی سخن بگویید که به سادگی قابل درک باشد و نیاز به رمزگشایی نداشته باشد.



۱۱) گفت و گو با یک رسانه، فرصتی درخشان برای ارتباط با مخاطبان است. بنابراین می‌توان با استفاده از واژه‌هایی از زبان آنها، همراهی و همدلی ایجاد کرد. بعنوان نمونه جمله‌هایی همچون «مردم به من می‌گویند...»، «هیچ کس نباید...»، «به‌نظر شما نباید به این سمت حرکت کرد که...» می‌توانند در ایجاد پل ارتباطی موثر باشند.

۱۲) هیچ‌گاه حرفی را که نمی‌خواهید برای عموم مردم بیان کنید، به خبرنگار و مصاحبه‌کننده نگویید. حتی اگر بخشی از گفت‌وگو خارج از فضای رسمی است و قرار است ثبت نشود، باز هم باید بدانید که هیچ چیزی بیشتر از آنچه که باید به خبرنگاران نگویید. اتفاقاً این بخش غیررسمی سخنانتان، خوراک رسانه هاست. شما که نمی‌خواهید تمام زحماتتان برای ورود به عرصه قدرت با یک جواب نامربوط یا عکس‌العمل حساب نشده به باد برود. پس هوشیار باشید.

۱۳) همیشه در پایان گفت‌وگوی خود، انگشت روی مطالبی بگذارید که پیام شما و کمپین را به مخاطبان منتقل کند. درست مانند جمع‌بندی یک سخنرانی، در اینجا هم باید بتوانید مخاطبان را مجاب کنید که با انتخاب شما زمینه‌ساز یک تغییر شوند.

۱۴) انجام مصاحبه به معنای پایان کار نیست. حالا باید پیگیری‌های بعدی را انجام دهید. خبرنگار گفت‌وگو را تنظیم کرده‌است؟ برای تصحیح آن نیاز به کمک شما دارد؟ ایده‌هایی برای انتشار بهتر آن و یا



مصاحبه‌های بعدی پیشنهاد بدهید. وقتی مصاحبه پخش یا منتشر شد حتماً آن را ببینید، یا بشنوید و یا بخوانید. از دقیق بودن آن مطمئن شوید. اگر ایراد یا مشکلی بود حتماً با رسانه مزبور تماس بگیرید و با رعایت احترام از آنها بخواهید موضوع را حل کنند. البته بهتر است یکی از نزدیکان یا اعضای کمپین شما پیگیر این امور باشد. همچنین عملکرد خودتان را هم بررسی کنید. نقاط قدرت و ضعف خود را بشناسید و سعی کنید برای گفتوگوهای بعدی ایرادهای‌تان را رفع و توانایی‌هایتان را تقویت کنید.

تمرین:

۱- تصور کنید قرار است با خبرنگار یکی از نشریات محلی مصاحبه کنید. این خبرنگار اخبار انتخابات را پوشش می‌دهد، مقاله‌ها و گزارش‌هایی راجع به افرادی که برای اولین بار در انتخابات نامزد شده‌اند، می‌نویسد. حالا شما خود را به جای او بگذارید و پنج سوال احتمالی که ممکن است در طول مصاحبه از شما پرسیده شود، طرح کنید.

۲- حالا پاسخ‌هایی که مبتنی بر پیام اصلی شماست را بنویسید. تلاش کنید خلاق باشید.





www.yaldanetwork.com

www.facebook.com/yaldanetwork

www.aparat.com/yaldanetwork

telegram.me/yaldanetwork

© 2016 Yalda Network

تمامی حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شبکه یلدا است.