

خلاصہ درس

هنر سخنوری

مدرس: فرنوش امیر شاہی

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



مقدمه

ارتباط درست با مخاطبان پیام و تأثیرگذاری بر آنها، کلید اصلی جلب حمایت رأی‌دهندگان 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.

آنچه که در یک جمع مطرح می‌کنید، دیگر قابل پس گرفتن نیست. 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.

تأثیر 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. برای تأثیرگذاری در برخورد اول و برقرار کردن یک پل ارتباطی باید خیلی سریع اقدام کنید. در کمتر از یک دقیقه باید تأثیر در برخورد اول را به جا بگذارید.

مؤثرترین راهکار و دستورالعمل برای تأثیرگذاری 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 مثلاً اگر پوشش چادر دارید، با یک دست آن را نگه دارید و یا دست‌هایتان را مخفی کنید.

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

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

۴. **تأثیر مثبت ارتباط چشمی با رأی‌دهندگان و مخاطبان را نادیده نگیرید:** نقطه شروع جلب اعتماد مخاطبان، همین ارتباط است.

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 تأثیرگذاری در برخورد اول است. 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.

۶. مرحله بعدی این است که بعد از ایجاد پل ارتباطی وارد اصل سخنان تان 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 رأی‌دهندگان و مخاطبانتان قابل درک باشد. مجبور نیستید که اصطلاحاً «لفظ قلم» حرف بزنید.

ارتباط غیرکلامی

ارتباط‌گر در ارائه پیامش به مخاطب، به دو مقوله متمایز تکیه می‌کند تا مخاطب را جذب کند. ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی. ارتباط غیرکلامی، حاوی عناصری است که با بیان و کلام خیلی در ارتباط مستقیم نیست. در واقع برای تبدیل شدن به پیام‌دهنده‌ای قدرتمند، به چیزی بیش از یک پیام قوی، متن خوب برای سخنرانی، شعاری تأثیرگذار، اطلاعات کافی و امثال این موارد نیاز دارید. موضوع مهمی که می‌تواند همه این گزینه‌ها را تکمیل کند، استفاده از ارتباط‌های «غیرکلامی» برای تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب - و در اینجا رأی‌دهندگان- 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. 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

«صدا»، ابزار مهمی برای انتقال پیام شما به عنوان داوطلب نمایندگی است. آهنگ، تن و لحن صدای شما، معانی متفاوتی را منتقل می‌کند. سعی کنید روی صدایتان کار کنید. با بالا و پایین بردن، تند و کند کردن لحن و سرعت بیان و تغییر نوای کلامتان، توجه مخاطبان را جلب می‌کنید. شما می‌توانید متناسب با جمعی که قرار است برای آنها صحبت کنید، لحن، حجم صدا، سرعت سخن گفتن و نوای آن را به منظور تأثیرگذاری بر آنها تغییر دهید.

ب: تصویر و ارائه

وقتی از تصویر حرف می‌زنیم، منظور ما نوع شخصیتی است که از خود به نمایش می‌گذاریم. یعنی تأثیری 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، می‌گنجند.



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 دو ست 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. بنابراین در نظر داشته باشید در کشوری که شرع و قانون، بر نحوه لباس و رعایت حجاب کامل اسلامی تأکید دارد، و حتی این موضوع می‌تواند 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. 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.

ج: زبان بدن

بدن ما پیش از آنکه سخن بگوییم، شروع به صحبت می‌کند. 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. رهبران و سیاستمداران موفق همیشه اعتماد به نفس را در حرکات‌های بدن خویش نشان می‌دهند. دقت کنید. کسی که اعتماد به نفس دارد، راست می‌ایستد. قدم‌های محکم و مطمئن برمی‌دارد، اما هرگز این پیام را هم منتقل نمی‌کند که افرادی خودشیفته‌اند. بلکه برعکس با حضور خود، یک احساس اقتدار، تسلط و قابل اعتماد ایجاد می‌کند. فردی که باید به او احترام گذاشت و پیروی کرد. 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.

ارتباط چشمی

یکی از مهمترین مؤلفه‌های برقراری ارتباط، از طریق چشم است. نوع نگاه اشخاص، پیام‌های متفاوتی دارند. برای ارزیابی صداقت افراد می‌توان به صورت و چشم‌های افراد نگاه کرد و پی به نیت آنان برد. بنابراین تأثیر مثبت ارتباط چشمی با رأی‌دهندگان 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.

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 جمع اخم می‌کنیم؟ ابرو بالا می‌اندازیم؟ چشم‌هایمان را تنگ یا گشاد می‌کنیم؟ گوشه لب‌مان 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



رأی‌دهندگان 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 دریاورید.

ژست‌ها و حرکت‌ها

به جز چهره و چشم‌ها، حرکت‌ها 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.

ارائه سخنرانی‌های بزرگ

شما می‌خواهید پیامی که مدت‌ها روی محتوای آن کار کرده‌اید، به مخاطبانانتان منتقل کنید و بر آنها تأثیر 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 مؤلفه این است که روی متن سخنرانی خود کار کنید و آن را متناسب با مخاطبانانتان 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 مخاطبانانتان در محل رابطه برقرار کنید.

شناسایی جامعه هدف و هدف گزینی

۱. 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؟ 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 شما 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؟ 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؟ 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 تأثیرگذار 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.

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. 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.

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.

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 برگزارکنندگان مراسم و سایرین، من‌م‌کردن 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.

۲. یک کاغذ آماده‌کنید 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.

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 تأثیرگذاری و ارتباط با رأی‌دهندگان، در همین دو بخش اتفاق می‌افتد.

۴. برای تشریح هر نکته‌ای که مطرح می‌کنید، دست‌کم یک مثال در نظر بگیرید که تصویری روشن در ذهن مخاطبان ایجاد کند. مثلاً برای پیش کشیدن آلودگی آب می‌توانید توجه‌ها را به بدن‌های بی‌جان ماهی‌های 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 داستان‌ها و تجربه‌های مشترکی را مثل احساس مشترک آلودگی نقل کنید. از قدرت آمار غافل نشوید ولی زیاده‌روی هم نکنید که مخاطبان سردرگم نشوند.

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 برگه 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.

۶. دقیق باشید. بر اساس حدس و گمان و شنیده‌ها و اخبار درگوشی صحبت نکنید. از کلمه‌های اختصاری استفاده نکنید. مثبت، واضح، ساده، و با جمله‌های کوتاه سخن بگویید.

تمرین و آمادگی

۱. 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. راهکار دیگر و البته مؤثرتر 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 هرآنچه را که می‌خواهید به عنوان ارتباط‌گر موفق به مخاطبان منتقل کنید، خلاصه و دقیق در بازه زمانی تعریف شده، بگنجانید. حتماً پیش از انجام سخنرانی از برنامه مراسم و زمان در نظر گرفته شده برای شما، مطلع و مطمئن شوید.

۳. برای یادآوری و تأکید بیشتر، می‌توانید نکات مفید و مؤثر 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. مثلاً 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 با 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، حتماً 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.

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. 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 تأثیر خواهد گذاشت.

ایراد سخنرانی و برقراری ارتباط با مخاطب

۱. همه تلاش شما درگیرکردن مخاطبان با پیام و جلب حمایت آنها برای رأی‌دادن به شخص شماست. 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. 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 مخاطبان تان 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.

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.

۵. در پایان «درخواست برای اقدام» را مطرح کنید. در هنگام درخواست از افراد برای اقدام عملی، مانند رأی‌دادن 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 چکار می‌کنید؟ 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. هر چه بیشتر سخنرانی کنید، تجربه بیشتری کسب می‌کنید و مشکلات را به راحتی تعدیل می‌کنید.



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 رأی دادن به شما است. در یک کلام شما می‌خواهید پیام خود را به مخاطبان منتقل کنید. 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. 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	مخاطبان باید احساس کنند که دغدغه‌های مشترکی دارید.
طرح مسئله	علت نامزدی خود را مطرح کنید. داوطلب حل چه مشکلی هستید؟ این مسئله چه تأثیری 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 رأی به شما، در حل مشکلی که مطرح کردید مشارکت کنند.
جمع‌بندی	دوباره به مقدمه گریز بزنید. دوباره خیلی کوتاه علت نامزدی خود را تشریح کنید و از مخاطبان بخواهید که با رأی به شما در ایجاد تفاوت مشارکت کنند. با جمله‌ای مثبت و صمیمی سخنرانی را تمام کنید.

مصاحبه رسانه‌ای

مصاحبه می‌تواند مهمترین و مؤثرترین 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 هزینه، پیام کمپین شما را در سطحی وسیع منتقل کنند.



۱. وقتی مقابل مصاحبه‌کننده می‌نشینید، باز هم قاعده تأثیرگذاری 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.
۲. سعی کنید که خود را به جای خبرنگار بگذارید و پیش‌بینی 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.
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 پاسخ‌های 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 می‌خواهید 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 می‌خواهید منتقل کنید، تکیه نمایید. باید مصاحبه را به نفع خود کنترل کنید.
۶. برای تأثیرگذاری در مصاحبه، باید کنترل آن را به دست خود بگیرید. می‌توانید با گفتن برخی کلمه‌های کلیدی، توجه را به نکاتی که می‌خواهید جلب کنید. مثلاً می‌توانید از جمله‌هایی مانند «نکته مهم این است که...»، «باید توجه داشته باشیم که...»، «تأکید می‌کنم که...»، در لابه‌لای سخنانتان استفاده کنید و توجه مصاحبه‌کننده را به سمت گفته‌های کلیدی خود جلب نمایید.
۷. گاهی اوقات در طول مصاحبه، حرف‌هایی پیش می‌آید که شما را از هدف اصلی دور می‌کند. ممکن است مصاحبه‌کننده پرسش‌هایی 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.
- مجموعه‌ای از این جمله‌ها در ذهن داشته باشید. همچون «شاید بهتر باشد از زاویه دیگری به این مسئله نگاه کنیم...»، «ممنون که 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.



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 کلماتان انرژی و اشتیاق داشته باشید. استفاده از این شیوه‌ها، گفته‌های شما را در ذهن مخاطب ماندگارتر می‌کند. در مقابل، از بکاربردن کلمه‌های پیچیده و اصطلاحات تخصصی پرهیز کنید.

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. به عنوان نمونه جمله‌هایی همچون «مردم به من می‌گویند...»، «هیچ‌کس نباید...»، «به نظر شما نباید به این سمت حرکت کرد که...» می‌توانند در ایجاد پل ارتباطی مؤثر 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 نگوید. اتفاقاً این بخش غیررسمی سخنان‌تان، خوراک رسانه‌هاست. 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 می‌شوند.

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 دهید. وقتی مصاحبه پخش یا منتشر شد حتماً آن را ببینید، یا بشنوید و یا بخوانید.





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.