

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بحث روش اجراء سخنرانی انگیزشی توسط
حجت الاسلام و المسلمین دهقانی ارائه گردیده
است و با هدف توانمندسازی صاحبان ذهن
فعال و زبان گویا برای اجرای اثربخش
سخنرانی، در ۶ قسمت تنظیم شده است.

◀ درس روش اجراء سخنرانی انگیزشی

چرا انگیزه سازی مهم است؟

جذب و افزایش مخاطب: انگیزه سازی پیش از سخنرانی، تعداد شرکت کنندگان را افزایش می دهد.

جلب توجه اولیه: در ابتدای سخنرانی، مخاطب را از همان لحظه اول با سخنران همراه می کند و حواس پرتی را کاهش می دهد.

حفظ همراهی: در طول سخنرانی (میانی)، با بالا بردن آستانه تحمل مخاطب، توجه او را حفظ می کند.

پیگیری و تداوم: انگیزه سازی پایانی، مخاطب را به پیگیری جلسات آتی یا شرکت در برنامه های دیگر سخنران ترغیب می کند.

انواع انگیزه سازی

1. **قبل از سخنرانی:** برای افزایش حضور مخاطب (مانند تبلیغات موثر).
2. **ابتدایی:** برای جلب توجه اولیه و همراه کردن مخاطب. مدل‌های آن شامل:
 - ابهام: شروع با مسئله‌ای مبهم.
 - بهانه‌گویی: ایجاد بهانه‌ای مرتبط.
 - سوال: پرسیدن سوالی در ذهن مخاطب.
 - تعریف: تعریف جذاب از موضوع.
 - اعجاب: آغاز با مسئله‌ای عجیب یا غافلگیرکننده.
3. **میانی:** برای حفظ تمرکز و رفع خستگی در طول سخنرانی.
4. **پایانی:** برای ترغیب مخاطب به پیگیری یا حضور مجدد.

نمونه‌هایی از انگیزه سازی

قرآن کریم: استفاده از حروف مقطعه (مانند "الف لام میم") برای جلب توجه و ایجاد سکوت، یا قسم‌های متعدد ("والشمس و ضحاها...") قبل از بیان مطالب مهم.

روانشناسی: درخواست کمک با مبلغی مشخص (مثلاً "۴۷ هزار تومان") که بسیار مؤثرتر از درخواست کلی است، زیرا توجه را جلب می‌کند.

تعریف انگیزه سازی:

روش‌هایی که باعث همراهی و افزایش رغبت مخاطب به سخنرانی می‌شود.

اهمیت و روش ابهام در انگیزه سازی سخنرانی

انگیزه سازی ابتدایی در سخنرانی، با هدف جلب توجه اولیه مخاطب، اهمیت بسزایی دارد. این مرحله، که معمولاً در ۵ تا ۱۰ دقیقه اول سخنرانی کارایی دارد، مخاطب را برای دریافت محتوا آماده می‌کند؛ درست مانند شخم زدن زمین پیش از بذریاشی. بدون آن، سخنان، هرچند ارزشمند، ممکن است بی‌اثر بمانند.



روش ابهام

یکی از روش‌های موثر انگیزه سازی ابتدایی، روش ابهام است.

- **تعریف:** مخفی نگه داشتن موضوع اصلی سخنرانی و پیشبرد ابهام‌آمیز بحث برای تحریک حس کنجکاوی مخاطب.

* ویژگی‌ها:

1. پنهان نگه داشتن موضوع: مخاطب تا مدتی نمی‌داند سخنرانی درباره چیست.
2. لحن ابهام‌آمیز: شیوه بیان نیز باید حس کنجکاوی را برانگیزد.
3. تحریک کنجکاوی: محتوا باید قابلیت جذب و کنجکاوی کردن مخاطب را داشته باشد.

* مثال‌ها:

* داستان مرد و همسر-ش: شروع با داستانی که در ابتدا به مشکل شنوایی همسر اشاره دارد، اما در نهایت مشخص می‌شود مشکل از خود گوینده است. این ابهام مخاطب را کنجکاو می‌کند تا بداند ارتباط این داستان با موضوع اصلی (قضاوت خود پیش از دیگران) چیست.

* کاخ ورسای: آغاز سخنرانی با توصیف عظمت و شکوه کاخ ورسای و سپس اشاره به نبود سرویس بهداشتی در آن، برای رساندن این پیام که "اگر دین نباشد، انسان حتی ممکن است عقلش به داشتن یک دستشویی هم قد ندهد." این روش، موضوع تکراری "چرا دین داشته باشیم؟" را جذاب می‌کند.

* شرایط استفاده از روش ابهام:

* ابهام به معنای استفاده از کلمات یا جملات بی‌معنی نیست؛ بلکه مخاطب باید جملات را بفهمد، اما ارتباط آنها با موضوع اصلی را نداند.

* میزان ابهام باید متناسب با هوشمندی مخاطب باشد.

* باید از "اشرف مواد" (جذاب‌ترین و مرتبط‌ترین مطالب) برای مخاطب هدف استفاده شود.

این روش، به‌ویژه برای مخاطبان هوشمند، جذابیت بالایی دارد و می‌تواند موضوعات تکراری را نیز دلنشین سازد.

انگیزه سازی در سخنرانی: روش سوال

در ادامه بحث انگیزه سازی ابتدایی در سخنرانی، این جلسه به بررسی روش سوال می‌پردازد. این روش نه تنها در ۵-۱۰ دقیقه ابتدایی سخنرانی، بلکه می‌تواند تا انتها مخاطب را همراهی کند.

روش سوال چیست؟

روش سوال با طرح سوالات مرتبط با موضوع اصلی، از حس کنجکاوی مخاطب بهره می‌برد تا او را از ابتدا تا انتهای سخنرانی همراه کند. صرف مطرح کردن یک سوال جذاب، مخاطب را مشتاق می‌کند تا پاسخ را بداند.

شرایط و نکات مهم:

- * **کنجکاوی برانگیز بودن:** سوال باید برای مخاطب جذاب و ناشناخته باشد. اگر سوال برایش جالب نباشد یا نیاز او را برطرف نکند، همراهی او از بین می‌رود.
- * **فراگیر بودن:** سوال باید بتواند حس کنجکاوی را در تمام مخاطبان برانگیزد.
- * **کاربردی بودن:** پاسخ سوال باید برای مخاطب مفید و قابل استفاده باشد.
- * **پاسخ داده شدن:** سوالات مطرح شده نباید بی‌پاسخ بمانند؛ در غیر این صورت، ذهن مخاطب درگیر سوال باقی می‌ماند و از موضوع اصلی دور می‌شود.
- * **سادگی در اجرا:** با استخراج نیازهای مخاطب و تبدیل آن‌ها به سوال می‌توان از این روش بهره برد.

نمونه‌ها و کاربردها

* **در روایات و سیره نبوی:** پیامبر اکرم (ص) با تکان دادن شاخه‌های درخت و پرسش "می‌دانید این برگ‌هایی که می‌ریزد شبیه چیست؟" و سپس توضیح اینکه این برگ‌ریزان شبیه ریختن گناهان مومنان هنگام دست دادن است، توجه مخاطب را جلب می‌کردند. ایشان می‌توانستند مستقیم بگویند، اما با سوال، ذهن مخاطب را درگیر می‌کردند.

* **در قرآن کریم:** آیاتی مانند "الَمْ تَرَ كَيْفَ فَعَلَ رَبُّكَ بِأَصْحَابِ الْفِيلِ؟" (آیا ندیدی پروردگارت با اصحاب فیل چه کرد؟) یا "هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ؟" (آیا شما را به تجارتی راهنمایی کنم که شما را از عذاب دردناک نجات دهد؟) نمونه‌هایی از شروع با سوال برای ایجاد کنجکاوی هستند.

* **در روانشناسی:** روانشناسان نیز طرح پرسش‌های سنجیده را روشی موثر برای رشد کنجکاوی در انسان‌ها دانسته‌اند.

مثال کاربردی (سخنرانی بی طرف درباره فلسطین):

* سخنران می‌تواند با ترکیب روش ابهام و سوال آغاز کند: "می‌دانید آن جمله معروف بر سر در سازمان ملل چیست؟" پس از انتظار برای پاسخ مخاطبان (معمولا "بنی آدم اعضای یکدیگرند" از سعدی)، سخنران تصحیح می‌کند که این یک تصور غلط است و چنین چیزی بر سر در سازمان ملل وجود ندارد (تنها فرشی اهدایی از ایران حاوی این شعر است).

* سپس با این مقدمه (که هم سوال و هم ابهام دارد و اطلاعات جدیدی به مخاطب می‌دهد)، به موضوع اصلی فلسطین وصل می‌شود: "چه این شعر بر سر در باشد چه نباشد، مهم مفهوم انسانی آن است که می‌خواهم آن را بستری برای اتفاقات غیرانسانی غزه قرار دهم." این روش، موضوع سنگین فلسطین را جذاب و قابل پیگیری می‌سازد.

نتیجه‌گیری

روش سوال، با محوریت تحریک کنجکاوی، ابزاری قدرتمند برای جلب و حفظ توجه مخاطب است. ترکیب این روش با ابهام، می‌تواند قدرت انگیزه سازی را دوچندان کرده و سخنرانی شما را بسیار جذاب‌تر و موثرتر کند.

انگیزه سازی ابتدایی: روش "تعریف" (بیان ارزشمندی)

هدف اصلی **انگیزه سازی ابتدایی** در سخنرانی، جلب کامل توجه مخاطب از همان ابتداست تا از حواس پرتی یا عدم همراهی او جلوگیری شود. این بخش به **روش "تعریف"** می پردازد که نه به معنای تعریف لغوی، بلکه بیان ارزشمندی خاص **یک مطلب، موضوع، یا خود مخاطب** است تا او را به شنیدن مشتاق کند.

انواع "تعریف"

1. تعریف از مطلب (محتوا):

هدف: نشان دادن ارزش، قوت، اصالت، نایابی یا تلاش انجام شده برای آماده سازی یک محتوا یا داستان.

مثال: نقل خاطره ای ناب و کمتر شنیده شده از آیت الله بهجت (رضوان الله تعالی علیه) درباره مشاهده ملائکه در حرم حضرت معصومه (س)، که از یک خادم حرم شنیده شده است. سخنران با تأکید بر خاص بودن منبع و خود داستان، جذابیت مطلب را افزایش می دهد.

2. تعریف از موضوع:

هدف: بیان اهمیت و ضرورت شنیدن موضوع سخنرانی و مزایای آن برای زندگی مخاطب.

مثال: تأکید بر اینکه موضوع مطرح شده آنقدر حیاتی است که حل نشدن آن می‌تواند عواقب ناگواری داشته باشد و توجه به آن می‌تواند خطرات فکری و اعتقادی (مانند شبهات فضای مجازی) را از بین ببرد. این شیوه، موضوع را برای شنونده بسیار مهم جلوه می‌دهد.

3. تعریف از مخاطب:

هدف: ارج نهادن به مخاطب، برجسته کردن توانایی‌ها و جایگاه ویژه او برای ایجاد حس شایستگی و مسئولیت‌پذیری.

مثال: خطاب قرار دادن دانشجویان به عنوان "افسران جنگ نرم" توسط مقام معظم رهبری، و تأکید بر اینکه فرمانده (امام زمان و نایب ایشان) از آنان انتظار تحول‌آفرینی در جامعه و حتی دنیا را دارد. این تعریف، حس غرور و انگیزه بالایی در مخاطب ایجاد می‌کند.

شرایط استفاده موثر از روش "تعریف"

• پرهیز از کلیشه: از عبارات تکراری و بی‌اثر که جذابیت خود را از دست داده‌اند، اجتناب کنید.

• شایستگی واقعی: آنچه از آن تعریف می‌شود، باید واقعاً شایسته تعریف و دارای ارزش حقیقی باشد.

• پرهیز از خودستایی و منت: سخنران نباید به گونه‌ای تعریف کند که به خودستایی تعبیر شود یا حس منت‌گذاری بر سر مخاطب را ایجاد کند (مثلاً با بیان اغراق‌آمیز درباره زحمات خود).

• پرهیز از انحصارگرایی: نباید این حس را القا کرد که این مطلب یا فهم آن تنها در انحصار سخنران است و در جای دیگری یافت نمی‌شود.

با رعایت این نکات، روش "تعریف" می‌تواند ابزاری قدرتمند برای جلب و حفظ توجه مخاطب از همان ابتدای سخنرانی باشد و زمینه را برای تأثیرگذاری بیشتر محتوا فراهم کند.

انگیزه سازی میانی در سخنرانی

پس از جلب توجه اولیه مخاطب در ابتدای سخنرانی، حفظ این همراهی و جلوگیری از خستگی او در طول مدت سخنرانی (۴۵ دقیقه تا یک ساعت) از اهمیت بالایی برخوردار است. انگیزه سازی میانی به همین منظور طراحی شده و شامل روش‌هایی کوتاه (چند ثانیه تا یک دقیقه) است که مخاطب را دوباره فعال و آماده شنیدن می‌کند؛ مانند خارج کردن کامپیوتر از حالت خواب.



روش‌های انگیزه سازی میانی

1. ابراز احساسات:

*** تعریف:** بیان تجربیات یا حالات شخصی سخنران برای جلب توجه و ایجاد نشاط در مخاطب.

*** انواع:**

*** حالات شخصی:** بیان ترس، نگرانی، امید یا شوق خود سخنران (مانند "انی اخاف علیکم عذاب یوم عظیم" از حضرت نوح یا بیان تپش قلب هنگام تلاوت آیه‌ای امیدبخش).

*** نظر شخصی:** بیان نظر یا احساس یک شخصیت مهم و تاثیرگذار (مانند ناراحتی پیامبر از جوان بیکار: "سقط من عینی").

*** کاربرد شخصی:** بیان تجربه شخصی سخنران از عمل به یک توصیه (مانند: "این کار را انجام دادم و در زندگی‌ام تحول ایجاد شد").

*** هدف:** ایجاد سرحالی و انگیزه مضاعف در مخاطب.



2. تقسیم:

*** تعریف:** ارائه یک دسته‌بندی یا تقسیم‌بندی در میانه سخنرانی برای برانگیختن حس کنجکاوی و شوق مخاطب.

مثال‌ها:

*** امام رضا (ع):** "نگاه کردن به سه چیز عبادت است: صورت والدین، قرآن، دریا." این تقسیم‌بندی کنجکاوی مخاطب را برای شنیدن هر سه مورد برمی‌انگیزد.

*** امام علی (ع):** "مردم سه دسته‌اند: عالم ربانی، متعلم در مسیر نجات، و هرج و مرج طلب (حجر رهاء)." این تقسیم‌بندی مخاطب را به فکر فرو می‌برد که در کدام دسته قرار دارد و او را فعال نگه می‌دارد.

*** هدف:** ایجاد کنجکاوی و نشاط ذهنی در مخاطب از طریق دسته‌بندی اطلاعات.

این روش‌ها، با ایجاد نشاط و درگیری ذهنی، به سخنران کمک می‌کنند تا مخاطب را با شور و انگیزه تا پایان سخنرانی همراه نگه دارد و مطالب بهتر در جان و دل او بنشینند.



انگیزه سازی پایانی و پیش از سخنرانی

در ادامه مباحث انگیزه سازی، این جلسه به دو بخش مهم می‌پردازد: انگیزه سازی پایانی (برای تداوم حضور مخاطب پس از سخنرانی) و انگیزه سازی قبل از سخنرانی (برای افزایش مشارکت اولیه).

انگیزه سازی پایانی

هدف از انگیزه سازی پایانی، جلوگیری از "رها کردن" مخاطب در پایان جلسه و تشویق او به حضور در جلسات بعدی (در سخنرانی‌های زنجیره‌ای) یا به پیگیری موضوع در سخنرانی‌های تک‌جلسه‌ای است. این روش شبیه ترفندهای سریال‌ها و فیلم‌هاست که با نمایش بخش‌هایی از قسمت آینده، مخاطب را مشتاق ادامه داستان نگه می‌دارند.



روش‌ها:

1. **وعده دادن:** ناتمام گذاشتن یک بحث مهم یا راهکار کاربردی و وعده ادامه آن در جلسه بعد. این کار کنجکاوی مخاطب را برانگیخته و او را ترغیب به حضور مجدد می‌کند (مثلاً: "راهکار دوم، که بسیار کاربردی‌تر است، ان‌شاءالله فردا مطرح خواهد شد").
2. **طرح سوال با وعده پاسخ:** پرسیدن سوالی جذاب در انتهای سخنرانی و موکول کردن پاسخ آن به جلسه بعد. مخاطب برای دانستن جواب، مجبور به بازگشت می‌شود (مثلاً: "آیا حدیث علقه را شنیده‌اید؟ جواب آن بماند برای جلسه بعد").
3. **بیان اجمالی با وعده تفصیل:** ارائه خلاصه‌ای از یک موضوع جذاب در پایان جلسه و وعده ارائه جزئیات کامل آن در آینده.

نکات مهم:

* **پرهیز از سوالات شبهه‌آفرین:** هرگز سوالی را مطرح نکنید که اگر بی‌جواب بماند، برای مخاطب شبهه یا تردید ایجاد کند. سوالات باید کنجکاوی برانگیز باشند، نه مخرب.

* **پرهیز از طرح موضوعات حساس:** از مطرح کردن گوشه‌هایی از بحث که ممکن است مخاطب را دچار مشکل یا ناراحتی کند (مانند مسائل جنسی برای دانش‌آموزان) خودداری شود.
انگیزه سازی قبل از سخنرانی

این بخش به راهکارهایی می‌پردازد که پیش از آغاز هر سخنرانی، برای افزایش تعداد مخاطبان و ترغیب آنها به حضور، می‌توان انجام داد. این کار حتی تا یک ماه قبل از رویداد نیز قابل برنامه‌ریزی است.

* روش‌ها:

1. انتخاب عنوان جذاب: انتخاب یک عنوان گیرا و کنجکاوی‌برانگیز برای سخنرانی (مانند "راز ناز" برای بحث مهدویت یا "بی‌طرف" برای موضوع فلسطین) که در پوسترها و تبلیغات استفاده شود.
 2. اعلام ریزموضوعات: ارائه فهرست مباحث و ریزموضوعاتی که در جلسات مختلف مطرح خواهند شد، تا مخاطب بر اساس نیاز خود برنامه‌ریزی کند.
 3. پرسشنامه و مسابقه: برگزاری مسابقات با پرسشنامه مرتبط و ارائه جوایز، که افراد بیشتری را برای حضور پای منبر جذب می‌کند.
 4. پخش کلیپ‌های تبلیغاتی: استفاده از کلیپ‌های کوتاه از سخنرانی‌های قبلی سخنران برای تبلیغ و نشان دادن کیفیت ارائه، که می‌تواند مخاطبان جدیدی را جذب کند.
- با به‌کارگیری این روش‌ها، می‌توان حضور مخاطبان را از ۵۰ نفر به ۱۰۰ نفر یا حتی بیشتر افزایش داد، چرا که هدف اصلی، شنیده شدن پیام‌های ارزشمند (مانند احادیث و آیات قرآن) توسط تعداد بیشتری از افراد است.



آنچه رهبر انقلاب در گام دوم انقلاب مطرح می کنند ، این است که نیروهای مومن و حزب اللهی باید در میدان حضور پیدا کنند و به صورت سازماندهی شده ، در قالب گروه های کوچک فعالیت کنند.

راه های ارتباطی با ما

Harekat.net
Madreseh_bayenat

- سایت ما :
- کانال مدرسه گفتمانی بینات در ایتا :

