

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فهرست مطالب

۵	بخش اول: فن بیان
۵	فصل اول: کلیات
۵	مقدمه
۵	تعریف فن بیان و سخنرانی
۶	ابعاد سخنرانی
۶	سخنرانی فرآیندارتباطی
۸	موضوع سخنرانی
۸	هدف سخنرانی
۹	نمونه هدف‌های خاص
۱۰	فصل دوم: ساختار سخنرانی
۱۰	مقدمه
۱۰	مقدمه سخنرانی
۱۱	متن سخنرانی
۱۳	موضوع اصلی
۱۳	نکته اصلی
۱۵	رابطه‌ها
۱۶	طرح آماده‌سازی
۱۸	چهار الگوی نطق
۲۱	تکنیک‌های ترغیب دیگران به پذیرش نطق
۲۲	ارائه سخنرانی
۲۲	شیوه‌های ایراد نطق
۲۲	وزن زبان سخنران
۲۳	ارتباط گوینده و شنونده
۲۴	نتیجه‌گیری سخنرانی
۲۵	بخش دوم: فن دفاع
۲۵	فصل سوم: برنامه ریزی دفاع
۲۵	مقدمه
۲۵	تعریف دفاع
۲۵	انواع دفاع
۲۶	روش علمی دفاع
۲۶	الف) تعریف موضوع
۲۶	ب) جمع‌آوری اطلاعات
۲۹	ج) طبقه‌بندی اطلاعات
۲۹	د) تجزیه و تحلیل اطلاعات
۲۹	ه) ارائه لایحه و دادخواست

بخش اول: فن بیان

فصل اول: کلیات

مقدمه

انسان، اغلب با دیگران، از طریق، «زبان» و «گفتار» رابطه برقرار می‌کند. کسانی که از نعمت نطق محرومند، یا با داشتن زبان، از نحوه صحیح ارتباط برقرار ساختن با دیگران ناتوانند، بخشی عظیم از مقاصد خود را نمی‌توانند به دیگران برسانند. هدف از دفاع، مجموعه‌ای از توضیحات و استدلالها و تعبیر و تفسیرها از مقدمه تا نتیجه، برای متقاعد ساختن قاضی است. یکی از لوازم تأثیرگذار دفاع در قاضی، وحدت و هماهنگی در نحوه بیان دفاع است. نماینده حقوقی مجبور است برای تفهیم دادرس، مقصود خود را از جهات و زوایای مختلف، با فصاحت و بلاغت در بیان و تشریح و تجزیه و تحلیل موضوعات برساند. این سلسله جهات، بایستی هم چون رشته محکم منطقی از استدلال‌های به هم متصل باشد و در تمام مدت دفاع، این هماهنگی و موزون بودن روال و ارتباط مطالب، حفظ شود؛ کاملاً مراقبت شود که دچار تناقض‌گویی نشویم؛ و جملات و کلمات باید بطور موزون و روان و صراحت تمام، مقصود را بیان کند و بین اندیشه نماینده و گفتارش هماهنگی و وحدت کامل برقرار بماند. در این بخش، ابتدا اصول علمی سخنرانی و فن بیان بطور عمومی مطرح و سپس به تبیین فن بیان در جلسه دادگاه می‌پردازیم:

تعریف فن بیان و سخنرانی

در فرهنگ وبستر فن بیان به سه معنی آمده است:

۱. هنر سخن گفتن و نوشتن موثر،

۲. مهارت استفاده موثر از سخن،

۳. ارتباط شفاهی.

فن بیان طبعاً اکتسابی است و با فراگرفتن روش و قواعد آن، هر کسی می‌تواند از راه تمرین، پیام خود را به دیگران منتقل کند. افراد با پرورش این توانایی قادر خواهند بود تا مطالب خود را به روشنی به شنونده برسانند و او را قانع سازند تا کاری انجام دهد یا بر او تأثیر گذارند یا در او تغییر ایجاد کنند.

در فرهنگ عمید فارسی، سخنران یعنی کسی که در انجمنی یا برای جمعی سخنرانی کند. سخنرانی، سخن گفتن برای مردم و نطق کردن را گویند.

سخنرانی یکی از شیوه‌های تبلیغ و ادای مقصود و رساندن پیام است. کسی که نتواند آموخته‌ها و اندوخته‌ها و اندیشه‌های خود را به صورت مطلوب، به دیگران منتقل کند، آن دانسته و اندوخته، بی‌ثمر می‌ماند. کلام، بر دیگران تأثیر می‌گذارد. اگر این سخنوری، از ویژگی‌های فنی و مهارت‌های لازم که در «فن خطابه» مطرح است، برخوردار باشد، تأثیر سخن را چند برابر می‌کند. هر کس بتواند سخن خویش را به طور مؤثر و نافذ، در دل و جان مخاطبان بیشتری بنشانند، موفق‌تر است. انسان می‌تواند هنگام نیاز، لباس، ظرف و وسایل دیگران را عاریه بگیرد، ولی توان حرف زدن و مهارت سخنوری را نمی‌توان از کسی عاریه گرفت.

در حدیث، از علی علیه السلام نقل است که: «احسنُ الکلام ما زانهُ حُسنُ النُّظامِ وَفَهیمَةُ الخاصِّ وَالعالمِ»؛ بهترین سخن آن است که نظام نیکو آن را آراسته باشد و خواص و عامه مردم آن را بفهمند.

بدین ترتیب اشکال بهره مندی از این فن، به دو صورت سخنرانی و مذاکره است.

ابعاد سخنرانی

سخنرانی را می‌توان از دو بعد تقسیم بندی کرد:

• از بعد موضوع

از حیث موضوع، سخنرانی بصورت متنوع و گوناگون ارائه می‌شود:

۱. سیاسی: مانند دفاع از حقوق ملتها، نطق‌های نمایندگان ملتها، وزراء، نمایندگان احزاب و غیره،
۲. قضائی: مانند تطبیق جرایم بر مواد قانونی، دفاع و کلاء از موکلان خویش برای احقاق حقوق آنان از طریق جمع‌آوری دلایل، جلب نظر قضات، داوران و هیات منصفه، با توسل به قدرت بیان و متانت استدلال جهت نیل به مقصود،
۳. علمی: مانند بیان حقایق علمی با توسل به استدلال، مشاهده و تجربه،
۴. تشریفاتی: مانند بزرگداشت شخص یا واقعه‌ای یا تعظیم شعائر و...
۵. دینی: مانند ارشاد شنوندگان و تهییج آنان از راه تکیه بر مبانی مذهبی و اعتقادی آنها،
۶. عمومی: که به سخنرانی‌های صنفی، حرفه‌ای و اداری تقسیم می‌شود.

• از بعد هدف

انواع نطق از حیث هدف، بصورت متنوع و گوناگون است:

۱. اطلاع‌رسانی: منظور نطق‌هایی است که از طریق آن در باره چیزی که دیگران نمی‌دانند، اطلاع‌رسانی می‌کنیم. این نطقها شامل موارد ذیل است (جدول ۱)

جدول انواع نطق از حیث اطلاع‌رسانی

ردیف	انواع نطق	موضوعات نطق
۱	پدیده‌ها	هرچیز قابل لمس، مشاهده و اثبات باشد مانند هسته کره زمین، ارتش ایران، چشم انسان
۲	درباره فرایندها	رشته‌ای از کارهای نظام مند که به نتیجه یا محصول مشخص منتهی می‌شود مانند: نحوه تولید خودرو بنز
۳	درباره رویدادها	هرچیزی که حادث می‌شود یا به عنوان یک حادثه تلقی می‌شود مانند: جنگ ایران و عراق، مصاحبه شغلی، بازیهای المپیک
۴	درباره مفاهیم	مفاهیم شامل اعتقادات، نظریات، عقاید، اصول و ... مانند: فلسفه اسلام، نظریه آشوب، اقتصاد کینزی و...

۲. نطق‌های توجیهی: منظور نطق‌هایی که از طریق آن سعی می‌کنیم افراد را برای انجام دادن کاری که شما احساس می‌کنیم درست است، ترغیب نماییم.

سخنرانی فرآیند ارتباطی

سخنرانی یک فعالیت ارتباطی است، ارتباط (Communication) از ریشه لاتین (Communis) به معنای اشتراک گرفته شده است.

این کلمه در زبان فارسی به صورت مصدر عربی باب افتعال به کار می‌رود که در لغت به معنی پیوند دادن و ربط دادن و به صورت اسم مصدر به معنای بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه کاربرد دارد.

ارتباط اصطلاحاً به معنی پیام رساندن، اثر گذراندن و دریافت پاسخ می‌باشد. ناگفته پیداست هر ارتباط دارای هفت جزء می‌باشد که بشرح ذیل است:

۱- گوینده: برقراری ارتباط با گوینده آغاز می‌شود-نقش گویندگی به اعتبار شخصی، آمادگی برای صحبت، حالت سخن گفتن بستگی دارد.

۲- پیام: چیزی که گوینده به شخص دیگر ابلاغ می‌کند که همان موضوع سخنرانی است.

۳- مجرا: چیزی است که بوسیله آن پیام ابلاغ می‌شود. (تلفن، وسایل ارتباط جمعی، بلندگو)

۴- شنونده: کسی که پیام ابلاغ شده را دریافت می‌کند. بدون شنونده هیچ رابطه‌ای برقرار نمی‌شود (موضوع سخنرانی باید با معلومات، تجارب، شغل و جنسیت مطابقت داشته باشد).

۵- بازخورد: شنوندگان شما پیامتان را بسادگی مثل گیرنده‌های انسانی جذب نمی‌کنند آنها از حوزه خود در جواب پیام می‌فرستند.

۶- مداخله: هر چیزی که باعث کند شدن یا ممانعت از برقراری ارتباط شود مداخله گویند. (موانعی که شنوندگان نتوانند صدای شما را بشنوند).

۷- موقعیت: زمان و مکانی که برقراری ارتباط در آن صورت می‌گیرد.

براساس تحقیقات بعمل آمده سخنرانی یکی از ترسهای بزرگ برخی افراد محسوب می‌گردد:

ردیف	بزرگترین ترس	درصد ذکر شده
۱	میهمانی با غریبه‌ها	۷۴
۲	ادای سخنرانی در بین جمع	۷۰
۳	پرسیدن سوالات شخصی در جمع	۶۵
۴	نخستین روز یک شغل جدید	۵۹
۵	صحبت با شخصیت‌های قدرتمند	۵۳
۶	مصاحبه شغلی	۴۶

همچنین در مطالعات دیگری در فهرست ترس‌های رایج جهان ترس از سخنرانی در برابر جمع دارای رتبه‌ای بالاتر از ترس از مرگ را به خود اختصاص داده است. این ترس در واقع سه منشأ دارد:

- ترس از شکست در مقابل رقبا در قالب ارائه سخنرانی ضعیف
- ترس از مخاطبان به لحاظ موقعیت اجتماعی، سیاسی، اقتصادی برابر و یا برتر
- ترس از موضوع^۱

۱- لوکاس، استفن ای. هنر سخنرانی مهارت‌های عملی: فن بیان، ترجمه حمزه ساده و عزیزاده بابا طاهر رشد، تهران، ۱۳۸۱.

موضوع سخنرانی

نخستین قدم در ایراد سخنرانی انتخاب یک موضوع یا عنوان است که معمولاً موضوع صحبت به وسیله موقعیت حاضران و معلومات آنان تنظیم می‌شود. سخنرانان خوب، روی شنونده متمرکز هستند. لازم نیست سخنران عقاید خود را برای دریافت یک عکس‌العمل خوشایند از جانب شنوندگان، بیهوده تلف کند. هم‌چنین نباید برای رسیدن به اهداف خویش از ابزارهای غیراخلاقی استفاده کنند. شما می‌توانید ضمن وفق دادن پیام خود با نیازهای جمع مخاطبان خاص، هم‌چنان با خود صادق باشید و قبل از سخنرانی باید به چند سوال پاسخ دهید:

۱. با چه کسی حرف می‌زنم؟
۲. می‌خواهم آنها چه بدانند، چه چیزی را باور کنند، یا چه نتیجه‌ای از سخنرانی من بگیرند؟
۳. مؤثرترین راه برای تهیه و ارائه نطق برای به انجام رساندن این هدف چیست؟

هدف سخنرانی

پس از انتخاب یک عنوان، سخنران باید هدف کلی نطق خود را به دو دسته کلی تقسیم کند:

۱. اطلاع‌رسانی: که هدف آن، انتقال اطلاعات در موضوعی به شنوندگان است؛
 ۲. متقاعد کردن: که هدف آن عبارت است از دفاع از یک موضوع، مانند مدافع یا طرفدار چیزی عمل کردن؛ به عبارت دیگر شما می‌خواهید نگرشها یا فعالیت‌های حضار را تغییر دهید یا از اساس، بنا کنید.
- تفاوت میان اطلاع‌رسانی و متقاعد ساختن، مانند حس تفاوت میان تشریح کردن و ترغیب کردن است.

• هدف خاص

پس از انتخاب موضوع و هدف کلی، باید برای نطق، هدفی خاص مشخص شود. هدف خاص باید روی یک زمینه از موضوع متمرکز شود. اینکه با ایراد نطق امید انجام چه کاری را دارید و به عبارت دیگر آنچه که امید دارید به انجام برسانید، هدف خاص است. باید سخنران قادر باشد هدف و منظور خاص خود را در قالب عبارتی واحد و صریح بیان کند:

- برای اطلاع‌رسانی حضار نسبت به...
- برای متقاعد ساختن حضار نسبت به ...

➤ نکاتی پیرامون تهیه هدف خاص

- ۱- هدف خاص را در قالب یک عبارت کامل بنویسد (روش مناسب: اطلاع دادن به شنوندگانم درباره انواع تقویم‌هایی که امروزه به کار می‌رود *** روش نامناسب: فقط کلمه تقویم)
- ۲- هدف خاص را در قالب یک عبارت بنویسیم نه سوال: (روش مناسب: اطلاع دادن به شنوندگانم درباره ریشه مراسم و اهمیت عید نوروز در ایران *** روش نامناسب: عید نوروز چیست؟)
- ۳- از زبان رمز و کنایه در عبارات هدف اجتناب کنید: (روش نامناسب: متقاعد کردن شنوندگانم نسبت به اینکه طرح دانشگاه برای کاهش تعداد پارکینگ دانشگاهی مخصوص دانشجویان یک اخاذی واقعی است *** روش مناسب: متقاعد کردن شنوندگانم برای عرض دادخواست در مقابل طرح دانشگاه در خصوص کاهش تعداد فضای پارکینگ دانشگاهی مخصوص دانشجویان)

۴- هدف خاص مبهم و کلی نباشد: (روش مناسب: اطلاع دادن به شنوندگانم در باب نقش بسیجیان در هشت سال جنگ ایران و عراق *** روش نامناسب: اطلاع دان به شنوندگانم درباره جنگ ایران)

نمونه هدف‌های خاص

۱. موضوع انقلاب اسلامی

- هدف کلی: اطلاع رسانی

- هدف خاص: اطلاع دادن به شنوندگانم در باره عوامل مهم در پیروزی انقلاب اسلامی.

۲- انرژی هسته‌ای

- هدف کلی: اطلاع رسانی

- هدف خاص: اطلاع دادن به شنوندگانم در باره مزایای انرژی هسته‌ای برای کشور.

فصل دوم: ساختار سخنرانی

مقدمه

سخنرانی نیازمند به طرح و محتواست؛ همان‌طور که در بنایی، نقشه و هدف ساختمان، مصالح ساختمانی و معمار لازم است. در یک خطابه نیز هدف از سخنرانی، نقشه کلی و طرح سخن، مواد اولیه و مطالب، ظریف‌کاری و هنرنمایی لازم است معین شود. هم‌چنان که در مدیریت یک مؤسسه یا هدایت یک عملیات یا هماهنگی یک مراسم، لازم است طرح و نقشه‌ای تنظیم و مرحله به مرحله، طبق آن نقشه عمل شود. مجموعه یک سخنرانی هم نیازمند چنین طرح‌ریزی و اجرای نقشه است، تا هدف سخنران در نهایت، تأمین شود.

ابتدا باید موضوع را مشخص و سپس درباره جزئیات و شاخه‌های آن اندیشید و تفکیک کرد. بعد مواد و مطالب لازم برای هر کدام را تهیه و آنگاه صورت نهایی مطالب را منظم و آماده ارائه کرد. برای سازماندهی نطق، تسلط بر سه قسمت اساسی نطق یعنی: مقدمه، متن، و نتیجه اهمیتی بسزا دارد که سعی می‌شود هر یک را به ترتیب. مختصر توضیح مختصر دهیم:

مقدمه سخنرانی

پس از آماده‌سازی متن قبل از حضور در مقابل مخاطبان، مقدمه را - که تأثیری شگرف بر ذهن شنوندگان دارد - آماده می‌کنیم. شروع ضعیف امکان دارد شنوندگان را آن قدر گیج کند که سخنران نتواند آنها را تحت پوشش بگیرد. تأثیرگذاری‌های اولیه و همین‌طور تأثیرگذاری‌های زمانی و انتهایی مهم هستند. به همین دلیل است که سخنرانی‌ها به مقدمه‌های قوی احتیاج دارد. در بیشتر موقعیت‌های سخنرانی باید چهار هدف را در مورد مقدمه خود مد نظر قرار دهید: جلب توجه و علاقه شنونده، معین کردن موضوع سخنرانی، اثبات اعتبار و حسن نیت، پیش‌آگهی دادن نسبت به متن سخنرانی.

۱. جلب توجه مخاطبان می‌تواند به روش‌های مختلف صورت گیرد: می‌توانید اهمیت موضوع خود را نشان دهید، به خصوص بر مبنایی که مربوط به شنونده می‌شود؛ می‌توانید از شنوندگان سوال یا کنجکاوی آنها را تحریک کنید؛ می‌توانید با نقل قول یا داستان شروع کنید. مطمئن شوید که موضوع سخنرانی خود را به وضوح در مقدمه بیان کرده‌اید و گرنه ممکن است شنوندگان سرگشته و گیج یا تعجب زده شوند که موضوع چیست.

۲. اثبات اعتبار یعنی اینکه به شنونده بگویید چرا و به چه دلیل، شایستگی و صلاحیت صحبت راجع به موضوع حاضر را دارید اگر دیدگاه شما غیر متداول است.

۳. اثبات حسن نیت می‌تواند ضرورت داشته باشد، اگر چه این کار در مورد سخنرانی‌های کلاسی اهمیتی کمتر از سخنرانی خارج از کلاس درس دارد.

۴. پیش‌آگهی دادن نسبت به متن سخنرانی، کمک می‌کند تا شنونده فعال‌تر گوش کند و رهنمون صریح به متن خطابه داشته باشد. بطور مثال: «بسیار خوشحالم که امروز در ارتباط با مسایل محیط زیست که بزرگ‌ترین دغدغه مردم تهران است با شما همراه هستم».

نمونه مقدمه سخنرانی:

• آیا اجازه می‌دهید یک فرد غریبه پرونده‌های پزشکی شما را بازرسی کند؛ سرمایه شخصی شما را جستجو نماید؛ به مکالمات شما گوش دهد یا به دیگر ابعاد حقوق خصوصی شما تجاوز کند؟

- حکومت‌ها و شرکتهای تجاری با بکارگیری تکنولوژی پیشرفته اطلاعاتی، به همه ابعاد حقوق خصوصی شما تجاوز می‌کنند.
 - تجاوز به حقوق شخصی، یکی از جدی‌ترین مسائلی است که (آمریکا) در عصر تکنولوژی پیشرفته الکترونیکی، با آن مواجهه است.
 - امروز در نظر دارم محدوده این مشکل را تشریح و شما را تشویق کنم با راه‌حلهایی که ارائه می‌کنم، همراه شوید و از آنها حمایت کنید.
- سخنران باید عوامل زیر را در آغاز سخنرانی مدنظر قرار دهد:

➤ جلب توجه و علاقه شنوندگان خود

تا زمانی که گوینده نتواند علاقه شنونده را جذب کند، مساعی او شکست خواهد خورد. جلب توجه اولیه حضار معمولاً آسان است؛ پس از اینکه شما معرفی شدید و به سوی میز سخنرانی قدم برداشتید، شنوندگان به طور عادی به شما توجه می‌کنند. قبل از ادای حتی یک کلمه، بدون اینکه کلمه‌ای بگویید مستقیماً به آنها نگاه کنید. در عرض چند ثانیه همه صحبت‌ها و بی‌نظمی فیزیکی متوقف می‌شود و شنوندگان متوجه آماده‌شدن شما برای سخنرانی خواهند شد. روش‌های جلب توجه شنوندگان عبارتند از:

۱. موضوع را به شنونده مربوط سازید؛
۲. اهمیت موضوع خود را به عبارت در آورید؛ شما پیش خودتان فکر می‌کنید موضوع سخنرانی شما مهم است؛ پس به حضار بگویید چرا آنها نیز باید این گونه فکر کنند. بطور مثال، شروع نطق مدیرکل پست آقای (الف) در باره آینده سرویس پستی این چنین است: «از شما متشکرم که به من این فرصت را دادید تا در باره سرویس پستی کشور با شما صحبت کنم.....»
۳. از شنونده سوال کنید؛ طرح پرسشی بلیغ راهی دیگر برای به فکرانداختن شنوندگان نسبت به سخنرانی شماست. مثال: «آیامی‌دانید چرا باید در انتخابات شرکت کنیم؟ برگزاری انتخابات در کشورها نماد چه نوع حکومتی است؟»
۴. کنجکاوی شنوندگان را تحریک کنید؛ یک راه حل جلب توجه به سوی ناطق، عبارت‌هایی است که کنجکاوی آنها را نسبت به موضوع نطق افزایش دهد. مثال: «این شایع‌ترین بیماری در..... است، لاعلاج اما قابل کنترل، این بیماری علائم خاصی ندارد و چیزی حدود..... نفر به این بیماری مبتلا هستند و هر ساله..... نفر به سبب ابتلاء به آن از دنیا می‌روند. راجع به کدام بیماری صحبت می‌کنم؟ سرطان نیست، ایدز نیست، بیماری قلبی نیست. من درمورد فشار خون بالا صحبت می‌کنم.»

➤ **آشکار ساختن موضوع نطق:** اطمینان حاصل کنید که موضوع نطق خویش را به وضوح بیان کرده‌اید، در غیر اینصورت شنوندگان گیج می‌شوند.

➤ **اثبات اعتبار:** اعتبار بیشتر در مورد صلاحیت برای صحبت کردن در مورد موضوع مشخص است و پذیرش شما به عنوان فردی شایسته از جانب شنوندگان.

متن سخنرانی

متن سخنرانی طولانی‌ترین و مهم‌ترین بخش است. نکات اصلی نطق خود را با دقت انتخاب کنید و با صراحت در قالب عبارت بیاورید و به نحوی راهبردی منظم و مرتب کنید.

نخستین قدم در آماده ساختن سخنرانی انتخاب یک موضوع است. اگر در انتخاب موضوع مشکل دارید، می‌توانید حداقل از سه روش استفاده کنید:

نخست، فهرستی اجمالی از سرگرمیها، علایق، مهارتها، تجارب، عقاید و امثال اینها تهیه کنید.

دوم، از روش طوفان مغزی استفاده کنید و روی یک صفحه کاغذ اولین موضوع هایی را که در قلمروهای مختلف به ذهنتان می‌رسد بنویسید.

سوم، اگر واقعاً گیر افتاده‌اید، به یک کتاب مرجع، نگاهی سریع بیندازید. پس از انتخاب موضوع باید در مورد هدف کلی نطق خود، کار کنید.

معمولاً هدف کلی برای اطلاع‌رسانی یا متقاعد ساختن خواهد بود. وقتی هدف کلی شما اطلاع‌رسانی است، مثل یک استاد عمل کنید. هدف شما انتقال واضح و روشن، دقیق و جذاب اطلاعات است.

هنگامی که هدف کلی شما متقاعد ساختن است، مثل یک نماینده حقوقی حقوقی مدافع عمل می‌کنید. به منظور قبولاندن، اقدام به ارائه اطلاعات می‌نمایید. هدفتان جذب شنوندگان به نظریه خویش است.

پس از درک موضوع و هدف کلی، باید در مورد هدفی خاص متمرکز شوید که بتوانید در قالب یک عبارت مصدری، آن را بیان کنید: مثال: «اطلاع دادن به شنوندگانم درباره انواع انتخابات». عبارت هدف خاص باید دارای مشخصات زیر باشد:

۱. یک جمله کامل مصدری باشد نه یک قطعه،

۲. در قالب یک عبارت خبری باشد نه یک سوال،

۳. از زبان مجازی احتراز کند،

۴. روی یک ایده واضح و مجزا متمرکز باشد،

۵. بسیار مبهم یا کلی نباشد.

علاوه بر اینها، هنگام تنظیم بیان هدف خاص خود، چند سوال را در ذهن داشته باشید:

آیا هدف من، از عهده تکلیف مقرر شده بر می‌آید؟

آیا می‌توانم در مهلت مقرر شده هدف خود را به انجام برسانم؟

آیا این هدف شنوندگانم مربوط می‌شود؟

آیا هدف برای شنوندگان من بیش از حد جزئی و ناچیز، یا بیش از حد فنی و تخصصی نیست؟

موضوع اصلی، هدف خاص شما را مورد موشکافی و دقت قرار می‌دهد. این عبارت، خلاصه شده‌ای است از آنچه که شما می‌خواهید در سخنرانی بگویید و معمولاً پس از انجام تحقیق و تصمیم‌گیری در مورد نکته‌های اصلی نطق در تفکر شما تبلور می‌یابد. همین طور که ملاحظه می‌کنید، موضوع اصلی معمولاً نکته‌های اصلی را خلاصه و به طور فشرده بیان می‌کند تا در متن نطق شرح و بسط یابند. برای تهیه متن سخنرانی از چارچوب ذیل استفاده نمود:

موضوع اصلی

موضوع اصلی، عبارتی مختصر است در باره چیزی که می‌خواهید بگوئید که گاهی فرضیه، جمله موضوعی یا فکر اصلی نامیده می‌شود. بعبارت دیگر، موضوع اصلی، هدف خاص شما را موشکافی می‌کند. معمولاً موضوع اصلی در قالب جمله‌ای ساده و خبری بیان می‌شود که هدف خاص را با عمقی بیشتر و بهتر بیان می‌کند. مثال:

موضوع: انرژی هسته‌ای

هدف کلی: اطلاع‌رسانی

هدف خاص: اطلاع دادن به شنوندگان در باره مزایای بومی شدن دانش هسته‌ای

موضوع اصلی: انواع مزایای بومی شدن انرژی هسته‌ای که عبارتند از: توسعه اقتصادی کشور، افزایش پرستیژ بین‌المللی و قدرت ملی کشور، و پیشرفت پزشکی و..... در کشور.

نکته اصلی

نکته‌های اصلی، طرح‌های کلی نطق شما هستند. باید آنها را با دقت انتخاب کنید و با صراحت در قالب عبارت بیاورید، مثال:

هدف خاص: اطلاع‌رسانی به شنوندگان در باره کاربردهای عمده هیپنوتیزم

موضوع اصلی: امروزه کاربردهای عمده هیپنوتیزم عبارتند از: کنترل درد در جراحی، کمک به افراد سیگاری و ارتقای

تحصیلی دانشجویان

نکات اصلی:

۱. هیپنوتیزم در جراحی به عنوان کمکی برای بیهوشی شیمیایی بکار می‌رود.

۲. هیپنوتیزم در ترک سیگار به افراد کمک می‌کند.

۳. هیپنوتیزم در مساعدت دانشجویان برای ارتقای عملکرد تحصیلی ایشان بکار می‌رود.

این سه نکته چارچوب متن سخنرانی را مشخص می‌کند.

• نکته‌های اصلی بعضی از اوقات آنها از هدف خاصتان روشن می‌شود. مثلاً هدف خاص شما این است: «اطلاع‌رسانی به شنوندگان درباره ریشه‌ها، وقایع و فلسفه المپیک‌های ویژه».

موضوع اصلی: المپیک‌های ویژه به افراد عقب‌مانده ذهنی فرصتی می‌دهد تا رقابت‌های ورزشی را تجربه کنند.

نکته‌های اصلی:

۱. المپیک‌های ویژه به منظور افزایش آمادگی جسمانی عقب‌مانده‌های ذهنی در سال ۱۹۶۸ بنا نهاده شد.

۲. المپیک‌های ویژه که هر ساله در سطح منطقه‌ای و هر چهار سال یک بار در سطح بین‌المللی برگزار می‌شود، دارای

رویدادهای ورزشی‌ای مشابه بازی‌های المپیک است.

شما حالا دو حوزه وسیع دارید که باید عقاید خود را پیرامون هر یک از آنها سازماندهی کنید.

• تعداد نکته‌های اصلی

در سخنرانی نکته‌های اصلی نباید از دو یا سه نکته تجاوز کند، زیرا شنوندگان در طبقه‌بندی آن با مشکل مواجه می‌شوند. اگر

نکته‌های اصلی هدف شما، بعد از فهرست کردن خیلی زیاد است، می‌توانید آنها را در چند دسته خلاصه کنید.

هدف خاص: اطلاع‌رسانی به شنوندگانم در باره موارد استثنایی لیزرها
موضوع اصلی: لیزرها قدرت نور را برای کارهای زیادی آماده می‌کنند.

نکته‌های اصلی:

۱. موج یاب‌های لیزری جاذبه زمین، به ستاره‌شناسان این امکان را می‌دهند که به اعماق فضا نگاه کنند.
۲. تولید کنندگان خودرو، از لیزرها برای مقاصد بسیاری از جمله در ساخت ماشین استفاده می‌کنند.
۳. لیزرها این امکان را به پزشکان می‌دهد که در مورد انواع خاص سرطان، تشخیص بموقع دهند.
۴. جراحان اعصاب، از لیزرها برای تبخیر غده‌های مغزی استفاده می‌کنند
۵. از لیزرها سالیانه در تولید بیلیونها کالای صنعتی استفاده می‌شود.
شما می‌توانید پنج نکته اصلی را در سه نکته، دسته‌بندی کنید:
 ۱. لیزرها کاربردهای مهمی در علوم دارند.
 ۲. لیزر به صورت جزو ضروری صنعت درآمده است.
 ۳. لیزر در علم طب انقلاب ایجاد کرده است.

• ترتیب راهبردی نکته‌های اصلی

- ۱- ترتیب زمانی هدف خاص: اطلاع‌رسانی به شنوندگانم در باره اینکه دیوار چین چگونه ساخته شده است.
موضوع اصلی: دیوار چین در سه مرحله عمده ساخته شد.

نکته‌های اصلی:

- کار ساخت دیوار چین در زمان سلسه کو در قرن چهارم قبل میلاد مسیح آغاز شد.
- قسمت‌های جدید دیوار در زمان سلسله‌های چین، هن، و سویی از سال ۲۲۱ قبل از میلاد تا ۶۱۸ پس از میلاد به آن اضافه شد.
- دیوار در زمان سلسله مینگ طی سال‌های ۱۶۴۴-۱۳۶۸ کامل شد.
- ۲- ترتیب حل مشکل: این نطق‌ها به دو بخش عمده تقسیم می‌شوند: بخش اول، وجود و جدیت مشکل را نشان می‌دهد. دومی، راه حلی عملی برای مشکل ارائه می‌دهد. برای مثال:
هدف خاص: متقاعد کردن شنوندگانم برای اینکه قانون باید سوءاستفاده‌های موسسه‌های خیریه نامشروع جمع‌آوری سرمایه را کنترل کند.
موضوع اصلی: جمع‌آوری سرمایه نامشروع برای موسسه‌های خیریه مشکلی جدی است که اقدام دولت و همین‌طور افراد را طلب می‌کند.

نکته‌های اصلی:

- جمع‌آوری سرمایه توسط موسسه‌های غیرقانونی به صورت مشکل ملی رایجی درآمده است.
- ۳- ترتیب موضوعی: وقتی اتخاذ می‌گردد که شما موضوع نطق را به چند موضوع فرعی تقسیم کنید که هرکدام از آنها نکته‌ای اصلی در نطق می‌شوند. در تقسیم‌بندی موضوعی، دلایل اعتقادی گوینده به نظری خاص است.

هدف خاص: متقاعد کردن شنوندگانم نسبت به اینکه ایران باید برنامه اکتشاف‌های فضایی خود را گسترش دهد. موضوع اصلی: ایران باید برنامه اکتشاف‌های فضایی خود را گسترش دهد، چون راه باز خواهد بود به منابع طبیعی حیاتی، توسعه معلومات علمی و فراتر از اینها جستجوی برای زندگی در خارج از فضای زمین.

نکته‌های اصلی:

- گسترش اکتشاف‌ها راهی را به سوی منابع طبیعی حیاتی که ذخیره آنها در زمین محدود است باز خواهد نمود.
- اکتشاف‌های فضایی معلومات علمی‌ای ایجاد می‌کند که برای زندگی بر روی کره زمین مفید است.
- اکتشاف‌های فضایی به دنبال جستجوی حیات خارج از فضای زمین خواهد بود.
ترتیب سببی: وقتی شما نطق خویش را به ترتیب سببی مرتب می‌کنید، دو نکته اصلی دارید: یکی در مورد علت واقعه و دیگری درباره تاثیرهای آن کار است. مثال:
هدف خاص: متقاعد کردن شنوندگانم برای اینکه استفاده روزافزون از هواپیماهای فرسوده توسط شرکت‌های هوایی، مشکلی جدی است.
موضوع اصلی: استفاده روزافزون از هواپیماهای فرسوده توسط شرکت‌های هوایی ایمنی سفر هوایی را تهدید می‌کند.

نکته‌های اصلی:

- شرکت‌های هوایی برای برآوردن تقاضای سفر هوایی هواپیماهای فرسوده را هرچه بیشتر و بیشتر به خدمت می‌گیرند.
- اگر این روش ادامه یابد، مشکلاتی جدی برای امنیت سفر هوایی ایجاد می‌کند.

رابط‌ها

منظور کلمه‌ها یا عبارت‌هایی که فکری را به فکر دیگر پیوند دهد و دال بر وجود ارتباط میان آنها باشد. رابط‌ها در متن نطق، مثل رگ‌ویی در بدن انسان هستند. نطق بدون وجود رابط‌ها، از هم گسیخته و ناموزون است.
چهار نوع رابط نطق عبارتند از: حلقه‌های ارتباطی، پیش‌آگهی دهندگان درونی، نکته‌های خلاصه درونی و عبارت‌های راهنما.

۱- حلقه‌های ارتباطی

منظور عبارت‌هایی هستند که دلالت بر تمام و کمال کردن یک فکر توسط سخنان و حرکت به سوی فکر بعدی دارند، بطور مثال: وقت زیادی صرف صحبت درباره مشکل کردیم حالا موقع بحث راجع به راه حل است.
افزایش هزینه صرف شده برای تعلیم و تربیت، فقط جزئی از راه حل است. بخش دیگر اطمینان از استفاده عاقلانه از آن است.

۲- پیش‌آگهی دهنده‌های درونی

در این حالت شنونده را به چیزی که گوینده می‌خواهد پس از این بگوید، راهنمایی می‌کنند اما از حلقه‌های ارتباطی مفصل‌تر است. مثال:

- در بحث راجع به اینکه در تحقیقات پزشکی زنان چگونه مورد بی‌توجهی واقع شده‌اند نخست به وسعت این مشکل، نظری می‌اندازیم و سپس به این می‌پردازیم که این مسئله چگونه به مراقبت بهداشتی زنان در ایران آسیب وارد کرده است.

- حالا که دیدیم مشکل گزارش‌های اعتباری ناقص چقدر جدی است (حلقه‌های ارتباطی) بیاید به چند راه حل نگاهی بیاندازیم (پیش‌آگهی‌دهنده‌های درونی) من روی سه راه حل متمرکز خواهم شد: ایجاد مقررات دولتی محدودتر از دایره اعتباری، مسئولیت مالی اشتباهات دایره اعتباری را به خودش نسبت دهیم، و راه آسان‌تری برای گزارش‌های اعتباری به افراد دهیم.

۳- نکته‌های خلاصه درونی

هنگامی که گوینده نکته اصلی و ویژه را تمام کرده است و بجای اینکه به سراغ نکته بعدی برود لحظه‌ای صبر می‌کند تا نکته‌های اخیر را خلاصه کند. بطور مثال:

اجازه دهید لحظه‌ای مکث کنیم و آنچه را تا به حال یافتیم مرور کنیم.

نخست دیدیم..... دوم دیدیم

(حلقه ارتباطی): حالا برای یافتن راه حل‌هایی برای این مشکل‌ها آماده هستیم.

۴- عبارت‌های راهنما

منظور عبارت‌های خلاصه هستند که نشان می‌دهند شما دقیقاً کجای نطق هستید که غالباً فقط اعداد هستند، بطور مثال گوینده به شنوندگان خود در پیگیری موارد مهم مشکل دامنه‌دار قحطی در آفریقا بیان می‌کند:

نخستین علت، این مشکل وسیع، رشد افسارگسیخته جمعیت است.

دومین علت، قحطی دایمی و تولید ناکافی محصولات کشاورزی است.

علت سوم، خشکسالی رجعت‌کننده در کشورهای مبتلا به است.

آخرین علت کمک‌کننده، برای وجود قحطی سوءمدیریت منابع غذایی در دسترس توسط ماموران اداری محلی است. (زیر

عبارات راهنما در مثال فوق خط کشیده شده است.)

طرح آماده‌سازی

منظور نگارش طرح آماده‌سازی جمع‌آوری مطالب را گویند.

در این مرحله شما تصمیم می‌گیرید چه چیزی در مقدمه بگوئید، چگونه نکته‌های اصلی را سازماندهی و از مطالب و مفاد

آن در متن سخنرانی حمایت کنید و اینکه در بخش نتیجه‌گیری چه چیزی بگوئید.

نمونه طرح آمادگی بشرح جدول ۲ است:

جدول ۲. نمونه طرح آمادگی

بسمه تعالی	
موضوع:	
هدف خاص:	
موضوع اصلی:	
یک. نکته اصلی	
الف. نکته فرعی ب. نکته فرعی	
۱- نکته فرعی تر ۲- نکته فرعی تر	
الف- نکته فرعی فرعی تر ب- نکته فرعی فرعی تر	
دو. نکته اصلی:	
الف. نکته فرعی ب. نکته فرعی	
۱-نکته فرعی تر ۲-نکته فرعی تر	
الف- نکته فرعی فرعی تر ب- نکته فرعی فرعی تر	

• طرح صحبت

هدف طرح صحبت این است که به شما کمک کند آنچه را که می‌خواهید به خاطر بسپارید. طرح‌ها برای نطق‌های موثر، ضروری هستند. شما به وسیله طراحی مطمئن می‌شوید که عقاید مربوط به هم، در کنار یکدیگر هستند. افکارتان از یک موضوع سراغ موضوع دیگر می‌رود و چهارچوب نطقتان به هم مرتبط و چسبیده است.

احتمالاً از دو نوع طرح برای نطق‌های خود استفاده می‌کنید: طرح آماده سازی و طرح صحبت مختصر.

طرح آماده‌سازی به شما در تهیه نطق خود کمک می‌کند. در این طرح، شما هدف خاص و موضوع اصلی خود را در قالب عبارت می‌آورید. مقدمه، متن و نتیجه‌گیری را عنوان می‌کنید و ارتباط مطالب خلاصه‌های درونی و پیش‌آگهی‌دهنده‌های درونی را تعیین می‌کنید.

شما باید نکته‌های اصلی، نکته‌های فرعی و نکته‌های فرعی فرعی تر را با الگوی منسجم نمادی و تورفتگی، مشخص سازید. معمولاً توصیه شده است که حداقل نکته‌های اصلی و نکته‌های فرعی در قالب جمله‌های کامل نوشته شود. استاد شما ممکن است همراه طرح آماده‌سازی، کتاب‌شناسی هم از شما بخواهد.

طرح صحبت از یادداشت‌های مختصری تشکیل شده است تا هنگام ادای نطق به شما کمک کند. این طرح باید برای فعال کردن حافظه شما شامل لغت‌ها یا عبارت‌های کلیدی و نقل قول‌ها و آمار ضروری باشد. در تهیه طرح صحبت، از همان چارچوب عینی به کار رفته در طرح آماده‌سازی استفاده کنید.

طرح صحبت را تا حد ممکن خلاصه تهیه کنید. مطمئن شوید که به سادگی خوانده شود، خوانا و روشن باشد. همچنین می‌توانید برای ایراد نطق از حالت‌ها کمک بگیرید؛ گاهی ملایم‌تر یا آهسته‌تر صحبت کنید؛ گاهی مکث کنید و امثال اینها.

چهار الگوی نطق

سخنران همواره در پی اقناع طرف مقابل است. «اقناع» فرایندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی یک سخنران حرفه‌ای، ذهنیت مخاطبان را غالباً جهت تغییر رفتار و اداره کردن آنها به عمل معینی، تحت تأثیر قرار می‌دهد. نطق‌های توجیهی در حول و حوش مسایل حقیقی و ارزشی جامعه ارائه می‌گردند و در آن سخنران، باید و نبایدها را تبیین می‌کند. در سخنرانی‌های سیاسی به دو حالت قابل تصور است: نخست کسب موافقت انفعالی، دوم ایجاد واکنش فوری از سوی مخاطبان باشد (لوکاس، ۱۳۸۱).

برای نطق‌های مذکور چهار الگو ویژه وجود دارد که برای نطق‌های سیاسی استفاده می‌شود که در جدول زیر آمده است:

جدول ۳. الگوی نطق‌های سیاسی

ردیف	الگو	شرح
۱	ترتیب مسئله - راه حل	در این روش سخنران با روشن ساختن تداوم و جدیت مسئله، ضرورت یک تغییر در سیاست را نشان می‌دهد و در دومین نکته اصلی، برنامه خود را تشریح می‌کند و عملی بودن آن را نشان می‌دهد.
۲	ترتیب مسئله - علت - حل	در این روش، سخنران باید اول شناسایی مشکل، بعد تحلیل علتها و بعد ارائه راه حلی برای مشکل مورد نظر را تبیین کند
۳	ترتیب مزایای مقایسه	در این روش مخاطبان شما در جلسه سخنرانی از قبل آگاهند که مشکلی وجود دارد. بنابراین سخنران به جای اثبات وجود مشکل، باید به تشریح علت و مزیت راه حل‌ها نسبت به راه حل دیگر افراد، پیشنهادی اختصاص دهد.
۴	تسلسل مونروئه	این الگو را آلن مونروئه - یکی از استادان معروف دانشگاه پوردو - توسعه داده است. در این روش، سخنران در صدد دستی‌بابی به واکنش فوری از جانب مخاطبان در پنج مرحله می‌باشد: ۱. توجه (با یک مقدمه جذاب اهمیت موضوع را با عبارتی تعجب برانگیز، طرح سوال و برانگیختن حس کنجکاوی آغاز سخن نماید). ۲- ضرورت (اساس ضرورت برای تغییر را در آنها ایجاد کنید) ۳. رضایت (با ارائه راه حل و جزئیات ذهن شنوندگان را روشن کنید) ۴. تجسم کردن (آنها را متوجه کنید که اگر برنامه شما را بپذیرند چه شرایطی برایشان پیش می‌آید) ۵. اقدام (با متقاعد شدن حضار سیاست شما سودمند است و شما مهیا می‌شوید تا آنها را به انجام کاری دعوت کنید. دقیقاً آنچه را که می‌خواهید شنوندگان انجام دهند گوشزد کنید).

➤ نمونه برای سخنرانی با الگوی «مشکل-علت - حل»:

برای یک تغییر، باید نطق خود را بر اساس ترتیب «مشکل - علت - حل» ارائه دهید. این کار، موجب ایراد نطق با سه نکته می‌شود که عبارتند از: نخست، شناسایی یک مشکل؛ دوم، تحلیل یک مشکل؛ و سوم، ارائه راه حلی برای مشکل مورد نظر. بطور مثال: هدف خاص: «توجه شنوندگان به اینکه در محوطه دانشکده ها و دانشگاه‌ها، برای کنترل جنایت باید اقداماتی جدی‌تر به کار گیرند»

موضوع اصلی: ارتکاب رفتارهای نابهنجار در محوطه مراکز آموزشی، مشکلی جدی است که لازم است مقامات امنیتی، مدیران دانشگاه و دانشجویان اقداماتی را برای مقابله آن به کار گیرند.

نکات اصلی:

۱. ارتکاب رفتارهای نابهنجار در محوطه‌های دانشگاهی مشکلی جدی است.
الف) مطالعات اخیر نشان می‌دهد که در زمینه سرقت، درگیری‌ها و ضرب و شتم فیزیکی در تمامی دانشگاه‌ها، گزارش‌هایی رسیده است.
ب) این مشکل جدی‌تر از آن است که در آمارها به آن اشاره شده است، چون بسیاری از درگیری‌های خشونت‌بار در محوطه‌های دانشگاهی به مقامات قضائی گزارش نمی‌شود.
۲. در زمینه افزایش سرقت و درگیری‌های خشونت‌بار در محوطه دانشگاهی، سه علت عمده و ویژه وجود دارد که عبارتند از:
الف) مقامات امنیتی دانشگاه اغلب غیرمتخصص بوده و کمتر آموزش دیده‌اند.
ب) مدیران دانشگاهی، اولییتی به برنامه‌های خاص برای جلوگیری از سرقت و خشونت در محوطه دانشگاه قائل نیستند.
ج) دانشجویان غالباً برای حفاظت خود و دارایی‌هایشان اقدامات پیش‌گیرانه کافی بعمل نمی‌آورند.
۳. راه حل‌های موثر برای حل مشکلات مذکور عبارتند از:
الف) دانشگاه‌ها باید بر کیفیت و آموزش مقامات امنیتی خود بیفزایند.
ب) مدیران دانشگاه‌ها باید برای جلوگیری از سرقت و رفتارهای خشونت‌بار برنامه‌های خاصی را پیش‌بینی کنند.
ج) دانشجویان برای حفاظت از اموالشان باید بیشتر احتیاط کنند.

➤ نمونه سخنرانی برای الگوی تسلسل موزونه:

هدف خاص: توجیه شنوندگان که در آمریکا (برای حمایت از حقوق خصوصی شهروندان در قبال تهاجمات وسایل الکترونیکی دریافت اطلاعات شخص باید وارد عمل شود).

موضوع اصلی: فاش شدن اسرار شخصی در جامعه ما که به وسایل پیشرفته الکترونیکی کسب اطلاعات مجهز است، به صورت مشکلی جدی درآمده است که نیاز به اقدامات قاطع برای جلوگیری از آن احساس می‌شود.

۱. توجه (مقدمه سخنرانی)

آیا اجازه می‌دهید یک فرد غریبه پرونده‌های پزشکی شما را بازرسی کند؛ سرمایه شخصی شما را جستجو نماید؛ به مکالمات شما گوش دهد یا به دیگر ابعاد حقوق خصوصی شما تجاوز کند؟

- حکومت‌ها و شرکت‌های تجاری با بکارگیری تکنولوژی پیشرفته اطلاعاتی، به همه ابعاد حقوق خصوصی شما تجاوز می‌کنند.
- تجاوز به حقوق شخصی، یکی از جدی‌ترین مسائلی است که در عصر تکنولوژی پیشرفته الکترونیکی با آن مواجهه هستند.
- امروز در نظر دارم محدوده این مشکل را تشریح و شما را تشویق کنم با راه‌حل‌هایی که ارائه می‌کنم، همراه شوید و از آنها حمایت کنید.

۲. ضرورت:

به کارگیری وسایل الکترونیکی دریافت، به وسیله حکومت‌ها و شرکت‌های تجاری برای حقوق خصوصی افراد تهدید می‌شود.
الف) ادارات دولتی و تجاری، حجمی عظیم از اطلاعات را در باره زندگی خصوصی اغلب شهروندان جمع‌آوری کرده‌اند.

ب) قوانین محدودی در حمایت از حقوق شهروندان (آمریکا) در قبال جمع‌آوری اطلاعات شخصی و سوءاستفاده از آن به وسیله ادارات و تجاری وجود دارد.

۳. رضایت:

این مشکل با تصویب قوانین مربوط به حقوق خصوصی تا حدی زیاد قابل حل است.
الف) این قوانین باید محدودیت‌هایی شدید نسبت به جمع‌آوری اطلاعات شخصی به وسیله ادارات دولتی اعمال کند.
ب) این قوانین باید هر شخصی را که از اطلاعات خصوصی برای اهداف و مقاصد غیر مجاز استفاده می‌کند، مشمول مجازات سنگین کند.

۴. عینیت بخشیدن (تجسم کردن):

قوانین مشابهی در دیگر کشورها اعمال شده است که در الف نیز کاربرد دارد.
الف) اجرای حقوق خصوصی نتایج مفید و موفق آنها را تقریباً در کلیه کشورهای اروپای غربی نشان داده است.
ب) اگر در کشور ما چنین قوانینی وجود داشت، شما می‌توانستید کنترل بیشتری بر روی پرونده پزشکی، پرونده‌های مالی و دیگر انواع اطلاعات شخصی داشته باشید.

۵. اقدام (نتیجه‌گیری)

۱. بنابراین مصرانه از شما می‌خواهم با امضای این عریضه، به تصویب قوانینی در حمایت از حقوق مردم کمک کنید. من تلاش می‌کنم تا این عریضه برای نمایندگان کشور فرستاده شود.
در همه نطق‌های رسمی، مسئله توجیه، یکی از پیچیده‌ترین و بحث‌انگیزترین مسائل است. وقتی می‌خواهید توجیه کنید، باید به عنوان یک طرفدار عمل کنید. هدف شما این است که برنامه‌ای را ارائه دهید؛ از اندیشه‌ای دفاع کنید؛ نظر مخالفی را رد کنید و آرزو داشته باشید که مردم مطابق نظر شما عمل کنند.
نحوه موفقیت شما در هر نطق توجیهی خاص، بستگی به این دارد که با چه ظرفیتی پیامتان را به ارزش‌ها، گرایش‌ها و اعتقادات شنوندگانتان مرتبط سازید.
شنوندگان دقیق، منفعل نمی‌نشینند و تحت تأثیر هر گفته‌ای قرار نمی‌گیرند. وقتی که به صحبتی گوش فرا می‌دهند، اعتبار سخنران، اعتقادات، گفتار، نحوه استدلال و احساسات وی را به دقت ارزیابی می‌کنند. شما باید درباره نطق خود به عنوان نوعی گفتگوی ذهنی با مخاطبانتان بیندیشید. شناخت مخاطبان مورد نظر، انتظار اعتراض‌های آنها نسبت به نظرات خاص شما و پاسخ‌گویی به این اعتراض‌ها در نطق شما اهمیتی اساسی دارد. شما نمی‌توانید نظر شنوندگان شکاک و بدبین را تغییر دهید، مگر اینکه به شک و بدبینی آنها مستقیماً با استدلال پاسخ دهید.
خطابه‌های توجیهی ممکن است به مسائلی درباره حقیقت، مسائل ارزشی یا سیاسی پردازند. به بعضی از مسائل درباره حقیقت می‌توان پاسخی قاطع داد ولی بعضی دیگر این گونه نیستند. چون این حقایق مبهم هستند یا اطلاعات کافی درباره آنها نداریم. وقتی که نطق توجیهی، درباره حقیقتی ارائه می‌دهید، نقش ما شبیه نماینده حقوقی در یک محاکمه دادگاه است و سعی شما بر این است تا شنوندگان نظر شما را درباره حقایق بپذیرند.

مسائل ارزشی به حقایق بی چون و چرا مربوط می‌شوند که در برگیرنده اعتقادات شخصی هستند که چه چیزی درست یا غلط، بد یا خوب، زشت یا زیبا، اخلاقی یا غیراخلاقی است. وقتی که درباره یک مسئله ارزشی صحبت می‌کنید، باید با ارائه الگوها و معیارهای ارزشی، عقاید خودتان را تلویحاً و نه مستقیم، به شنوندگان تفهیم کنید. وقتی که شما در مورد درست یا غلط بودن چیزی بحث می‌کنید و اصرار دارید که چیزی باید یا نباید انجام شود، به سوی مسئله‌ای سیاسی حرکت می‌کنید. وقتی که درباره یک مسئله سیاسی صحبت می‌کنید، هدف شما ممکن است رسیدن به یک موافقت انفعالی یا تحریک برای اقدامی فوری باشد. در هر صورت، با سه مسئله اساسی روبرو می‌شوید:

ضرورت، برنامه و زمان هر بخش از سخنان، به موضوع نطق و شنوندگان شما بستگی دارد. برای ایراد یک نطق درباره مسائل سیاسی، چند گزینه وجود دارد: اگر شما از تغییر وضع موجود جانبداری کنید، نکات اصلی‌تان بالطبع به ترتیب «مسئله- حل» یا «مسئله - علت - حل» مربوط می‌شود. اگر شنوندگان شما از قبل موافقتی که مشکلی وجود دارد، ممکن است از اصل مزایای مقایسه‌ای استفاده کنید. هر وقت که اقدام فوری را از شنوندگان انتظار دارید، باید یک الگوی سازماندهی شده ویژه‌ای مثل توالی خودانگیز موروئه را منظور کنید که هر پنج مرحله وی، بر مبنای توجیه روان‌شناسی قرار دارد.

تکنیک‌های ترغیب دیگران به پذیرش نطق

چه چیزی یک سخنران را موجه‌نشان می‌دهد؟ چرا شنوندگان دیدگاه یک سخنران را می‌پذیرند و دیدگاه سخنران دیگری را نمی‌پذیرند؟ چطور یک سخنران می‌تواند شنوندگان خود را برای دست زدن به یک اقدام حمایتی مخالف یا دادن رأی یا ندادن رأی برای یک کاندیدا تحریک کند.

صاحب‌نظران سعی کرده‌اند به این سوالات پاسخ دهند؟ با وجود بسیاری از پاسخ‌های موجود می‌گوییم که شنوندگان با یک یا بیش از چهار دلیل قانع و توجیه خواهند شد که عبارتند از:

۱. چون آنها آگاهند که این سخنران، از اعتبار بالایی برخوردار است.
۲. چون آنها مجذوب اطلاعات سخنران می‌شوند.
۳. چون آنها با استدلال سخنران، توجیه می‌شوند.
۴. چون احساسات آنها با عقاید و زبان ناطق، مرتبط است.

• استفاده از مدارک و شواهد

اغلب مردم بدبین و شکاک هستند. آنها درباره اظهارات کلی غیرمسئول، با سوءظن نگاه می‌کنند. آنها می‌خواهند که سخنرانان ادعایشان را موجه ارائه کنند. اگر در نظر دارید نزد شنوندگان موجه باشید، باید نظرات خود را با مدارک مطرح کنید. در این خصوص اگر در چهره و سؤالات شنوندگان، علائم تردید را مشاهده کردید، می‌توانید از آنها دعوت کنید پس از پایان سخنرانی مدارک را مشاهده کنند.

بدیهی است مدارک که در نطق خویش استفاده می‌کنید باید دارای ویژگی‌های زیر باشد:

۱. مدرک مشخصی باشد؛ اگر شما مدارک را به طور مشخص ارائه کنید، نطقتان موجه‌تر می‌شود.
۲. مدارک و شواهد جدید استفاده کنید؛ مدارک مورد استفاده شما برای شنوندگان جدید باشد.
۳. مدارک موثق باشند؛ اصولاً شنوندگان، نقل مدارک از منابع ذی‌صلاح و معتبر را از منابع غیرموثق و کم اعتبار موجه‌تر

می‌دانند.

• برانگیزنده عواطف

جاذبه‌های احساسی گاهی اوقات جاذبه‌های محرک نامیده می‌شود و به این دلیل طرح می‌شود تا شنوندگان را وادار به احساس اندوه، خشم، شادی، ترس، طرفداری و احترام کنند.

در فهرست زیر، بعضی از محرک‌های احساسی که غالباً توسط سخنرانان مطرح می‌شود عبارتند از:

- ترس؛ ناشی از استانداردهای نامطمئن هواپیما، معایب طبیعی.

- دلسوزی؛ برای اشخاص بیکار، زنان سالخورده.

- غرور و مباهات؛ به خاطر یک کشور، میراث فرهنگی و..

- خشم؛ در قبال اقدامات تروریستهای سیاسی.

- شرمساری؛ درباره کمک نکردن به افراد معلول، بی‌توجهی به کارکنان با حقوق زیر خط فقر.

- احترام؛ برای یک شخص معتبر، سنتها و شعایر مذهبی و..

ارائه سخنرانی

اثر یک سخنرانی به نحوه ارائه آن بستگی دارد. اگر شما چیزی برای گفتن نداشته باشید نمی‌توانید نطق خوبی ایراد کنید اما داشتن چیزی قابل گفتن کافی نیست، باید نحوه گفتن را نیز بدانید. البته سخنرانی یک هنر است نه علم. آنچه برای یک سخنران مناسب است، برای سخنران دیگر ممکن است این طور نباشد.

شیوه‌های ایراد نطق

چهار شیوه برای ایراد نطق عبارتند از: ۱. خواندن کلمه به کلمه از دست نوشته، ۲. از برخوانی از حافظه، ۳. نطق فی‌البداهه و ۴. نطق فی‌البداهه با آمادگی قبلی

البته ارتباط با شنوندگان به هنگام سخنرانی تأثیر فراوانی بر اثرگذاری سخنانتان بر آنها دارد. لازمه برقراری ارتباط مؤثر پنج چیز می‌باشد: ۱. وضع ظاهری، ۲. حالات چهره، ۳. حرکات بدنی، ۴. تنوع صدا، و ۵. اطلاعات ارائه شده. مطالعات نشان می‌دهد ۷۰ درصد ارتباط غیر کلامی به وسیله عوامل پنج‌گانه پیش‌گفته است. این پنج عنصر در تعیین درجه تأثیر مثبت و منفی شما بر مخاطبان نقش اصلی را ایفا می‌کند و فقط بخشی کوچک از تأثیری که می‌گذارد از محتویات سخنانتان نشأت می‌گیرد. (لوکاس، ۱۳۸۱)

هنگام ارائه سخنرانی، میان ناطق و شنوندگان، نوعی ارتباط متقابل و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری وجود دارد و این بستگی به شرایط جلسه، نوع سخن و محتوا، کیفیت سخنرانی، شرایط ظاهری و مانند اینها دارد. هر چه سخنران، قدرت تفهیم بیشتری داشته باشد، در جذب موفق‌تر است. هر چه شنونده، شیفته کلام گوینده و شخصیت او باشد، بهتر گوش می‌دهد. هر چه بهتر گوش دهد و شیفتگی و علاقه نشان دهد، ناطق، بیشتر سر حال و شور می‌آید. این گفته قدیمی است که نشاط و شور گوینده به اندازه فهم شنونده است. به فرموده علی علیه السلام: « لا تَتَكَلَّمَنَّ إِذَا لَمْ تَجِدْ لِلْكَلامِ مَوْعِياً » اگر زمینه و جایگاه برای سخن نیافتی سخن مگوی. .

وزن زبان سخنران

یک روش برای گویا ساختن نطقتان استفاده از وزن زبان است برای ایجاد وزن زبان از چهار سبک بشرح ذیل استفاده می‌شود:

الف) موازنه سازی

یعنی ترتیب مشابهی از یک جفت یا یکسری کلمات، عبارات یا جملات مرتبط به هم. مثال:
«انکار حقوق بشر در هر مکانی تهدید حقوق بشر در همه جا است. بی عدالتی در هر مکانی تهدید عدالت در همه جا است.»

ب) تکرار

در این روش سخنران یکسری از واژگان را در ابتدا و انتهای عبارات و جملات متوالی تکرار می کند. مثال:
○ ما مردمی هستیم در جستجوی آینده ای روشن. (بدون تکرار)
○ ما مردمی هستیم صلح جو. ما مردمی هستیم دارای تمدنی کهن. (دارای تکرار)

ج) هم صدایی

یعنی تکرار اصوات همخوان در آغاز کلمه های نزدیک یا پیوسته به هم. مثال:
«ما نباید از دموکراسی سیاست های پریشان کننده، انکار آمیز و نا امید کننده را بخواهیم.»

د) تناقض

یعنی کنار هم قرار دادن مفاهیم متضاد در ساختار موازی. مثال:
«نپرسید که کشورتان چه می تواند برای شما انجام دهد. پرسید شما چه می توانید برای کشورتان انجام دهید»

سرعت صدا

این مسئله به سرعت صحبت کردن سخنران بر می گردد. مردم برخی از کشورهای در هر دقیقه بین ۱۲۰ تا ۱۵۰ کلمه صحبت می کنند. اما برای نطق موثر سرعت یکنواخت وجود ندارد.

بهترین صحبت به چند چیز بستگی دارد:

۱. ترکیب حضار و ماهیت نطق
 ۲. سرعت بالا در ایجاد شادی و ترس-عصبانیت و تعجب کمک می کند و سرعت پایین برای ابراز تاسف مناسب است.
 ۳. برای تشریح اطلاعات پیچیده، سرعت پایین مناسب است
 ۴. وقتی شنوندگان در زمینه موضوعی اطلاعات داشته باشند، سرعت بالا مناسب است.
- معمولاً اگر آهسته صحبت نمایید، شنوندگان خسته می شوند و اگر با سرعت صحبت کنید از پیگیری نظراتان مایوس می شوند.

ارتباط گوینده و شنونده

- در یک جلسه سخنرانی، میان ناطق و مستمعان، نوعی ارتباط متقابل و تأثیر گذاری و تأثیر پذیری وجود دارد و این بستگی به شرایط جلسه، نوع سخن و محتوا، کیفیت سخنرانی، شرایط ظاهری و ... دارد.
- هر چه سخنران، قدرت تفهیم بیشتری داشته باشد، در جذب موفق تر است.
- هر چه سخنران، با نگاه به مستمعان جلسه را در تسخیر خود داشته باشد و توجه ها و نگاه ها را به خود جلب کند، این رابطه بهتر برقرار می شود. بعضی که هنگام سخن به خاطر شرم یا هر عامل دیگر به سقف و دیوار و بیرون از پنجره و ... نگاه می کنند نه به

چهره افراد، توجه مخاطبان را از دست می دهند.

- هر چه مستمع، شیفته کلام گوینده و شخصیت او باشد، بهتر گوش می دهد.

- هر چه بهتر گوش دهد و شیفتگی و علاقه نشان دهد، ناطق، بیشتر سر حال و شور می آید. گفته اند: « نشاطُ القائلِ علی قَدْرِ فَهْمِ

السَّامِعِ نشاط و شور گوینده به اندازه فهم شنونده است. به نحوی میان آن دو تأثیر متقابل وجود دارد.

- هر چه سخنران، شور و حال بیشتری داشته باشد، هنرمندانه تر سخن می گوید و شور می آفریند و شنوندگان را جذب می کند.

بر عکس ... سستی و بی حالی ناطق، به مستمعان هم سرایت می کند و گوش نکردن یا کم بودن یا کم فهم بودن شنوندگان،

خطیب را هم بی حوصله می کند و از شور می اندازد.

فهم سخن گر نکند مستمع قوت طبع از متکلم مجوی *** فُسْحَتِ مِیدَانِ ارَادَتِ بِیَارِ تا که زند مرد سخن گوی، گوی

نتیجه گیری سخنرانی

نتیجه گیری نطق به خصوص مهم است، چون تأثیرگذاری نهائی اغلب در ذهن شنوندگان باقی می ماند. نتیجه گیری دو هدف

عمده دارد: خبر دادن به شنونده که در حال اتمام نطق هستید و تقویت فهم یا تعهد و الزام نسبت به موضوع اصلیتان.