

چگونه هوشمندانه و سنجیده حرف بزنیم

نویسنده: دن کو

تاریخ انتشار در ۱۵ X: ژانویه ۲۰۲۶

ترجمه کامل فارسی

عنوان اصلی

How to articulate yourself intelligently

وقتی جوان‌تر بودم، همیشه مجذوب کسانی می‌شدم که هوشمندانه حرف می‌زدند؛ آدم‌هایی مثل آلن واتس، جردن پیترسون و دانیل اشماختنبرگر، یا هرکس دیگری که می‌توانست ایده‌های عمیق را جذاب توضیح دهد. بیشتر وقت‌ها حرفشان را نمی‌فهمیدم (یا خیلی کم‌سن بودم یا آن‌ها همه‌چیز را بیش‌ازحد پیچیده می‌کردند)، اما چون بیانشان هوشمندانه و سنجیده به نظر می‌رسید، باز هم گوش می‌دادم و برایشان احترام قائل بودم. مسئله این بود که هیچ‌وقت فکر نمی‌کردم خودم هم بتوانم چنین کاری کنم. نمی‌گویم حالا خوش‌بیان‌ترین آدم دنیا هستم؛ نیستم. فقط آن زمان باور نداشتم ذهنم ظرفیت چنین کاری را داشته باشد. در مدرسه دانش‌آموز باهوشی بودم، اما خوب امتحان‌دادن با کنار هم چیدن افکار منسجم درباره مسئله‌های بزرگ و انتقال آن‌ها به دیگران زمین تا آسمان فرق دارد. آموزش دیده بودم که مطالب یک کتاب کامل را حفظ کنم تا همان لحظه از بر تحویل بدهم. اکنون بیش از یک دهه گذشته است و بی‌آنکه آگاهانه دنبال خوش‌بیان‌شدن باشم، کارم به‌عنوان نویسنده و، به قول خودم، یک خرده‌سلبریتی اینترنتی این است که ایده‌ها را سودمند و اثرگذار بیان کنم. طی شش سال گذشته میلیون‌ها نفر انتخاب کرده‌اند افکارم را روی صفحه بخوانند. بااین‌حال آدم نسبتاً معمولی‌ای هستم؛ سرگرم‌کننده نیستم، خیلی بامزه هم نیستم و نوشته‌هایم را انقلابی نمی‌دانم. این را می‌گویم تا شاید کسانی شبیه خودم که کمی درون‌گراترند دلگرم شوند. شاید خالق تازه‌کاری هستید که می‌خواهید متمایز شوید؛ شاید بنیان‌گذاری هستید که برای نرم‌افزارتان کاربران بیشتری می‌خواهد؛ شاید قرار است در پادکستی حاضر شوید و نمی‌خواهید هنگام حرف‌زدن زبانتان بند بیاید؛ شاید می‌خواهید در جلسه شرکت یا تماس فروش حضوری مقتدر داشته باشید؛ یا فقط می‌خواهید آدم جالب‌تری باشید. سه روش را از سطح مبتدی تا پیشرفته کنار هم گذاشته‌ام که خودم هنگام نوشتن و صحبت‌کردن به کار می‌برم. اما پیش از آن، چیز مهم‌تری لازم است: باید آلبوم درونی بهترین ایده‌هایمان را بسازیم.

آلبوم درونی بهترین ایده‌ها

اگر می‌خواهید خود را هوشمندانه بیان کنید، به مجموعه‌ای از ۸ تا ۱۰ ایده از بزرگترین ایده‌های خود نیاز دارید که تقریباً به هر موضوعی مرتبط باشد. سپس، وقتی زمان نوشتن یا صحبت کردن در هر موقعیتی فرا می‌رسد، نقطه شروعی دارید که قبلاً صدها بار به آن فکر کرده اید.

من به پادکست‌های بزرگ بیشتری دعوت شده‌ام. اما اینها بسیار بسیار متفاوت از آن‌هایی هستند که در زمان شروع کارم دعوت شده بودم. چیزهای زیادی در خط است. این پادکست‌های بزرگ ده‌ها هزار دلار (اگر نه بیشتر) به کیفیت تولید خود می‌ریزند. اعصاب خردکن است و از آنجایی که صدها هزار نفر ممکن است به پادکست گوش دهند، احساس می‌کنم که مسئول ارائه هرچه بیشتر ارزشی هستم که می‌توانم. من هنوز بهترین مهمان پادکست نیستم. وقتی به آن‌ها گوش می‌دهم، همیشه به خودم لگد می‌زنم که چطور می‌توانستم چیز بهتری بگویم. و این منجر به مشکل می‌شود. من ۲ کتاب نوشته‌ام هزاران پست اجتماعی صدها خبرنامه و ویدیوی یوتیوب. برای من واضح است که کدام ایده‌ها ارزشمندتر هستند. واضح است که کدام ایده‌ها بیشترین بازدیدها را دارند یا منجر به دریافت بیشترین DM در مورد اینکه چگونه این "زندگی آن‌ها را تغییر داد" است. واضح است که من واقعاً فقط ۸-۱۰ ایده بزرگ دارم که نشان دهنده برند من و ارزشی است که می‌توانم ارائه دهم. من ساعت‌های بی شماری را صرف اصلاح این ایده‌ها کرده‌ام. اینها ایده‌هایی هستند که مردم می‌خواهند بشنوند. اینها ایده‌هایی هستند که شنوندگان جدید را با شخصیت من آشنا می‌کنند. اما این بزرگترین مانع ذهنی من است... نمی‌خواهم اینطور به نظر برسم که دارم خودم را تکرار می‌کنم. بنابراین وقتی در یک پادکست قرار می‌گیرم، یا از من خواسته می‌شود در مقابل جمعیت صحبت کنم، از گفتن چیزهایی که قبلاً به خوبی گفته‌ام اجتناب می‌کنم. ذهنم خالی می‌شود و باید چیزی را به زور

بیرون بیاورم تا از مکث طولانی مدت جلوگیری کنم. من می‌خواهم به نحوی به این ایده حیرت‌انگیز برسم، در حالی که می‌دانم ایده‌ها اینطور عمل نمی‌کنند. ایده‌ها برای کالبدشکافی و کاوش به زمان نیاز دارند. جردن پترسون در دوران اوج خود به خاطر فن بیانش معروف بود. او گیرا بود. چرا؟ به بدنه کار او نگاه کنید و این واضح است. اگر مجموعه‌ای از کار در مورد موضوعاتی که می‌خواهید خودتان بیان کنید ندارید، ممکن است بخواهید انتظارات خود را نسبت به کاری که در پیش دارید افزایش دهید. حالا چرا به نوازنده مورد علاقه خود گوش می‌دهید؟ چون صدا یا سبک خاصی دارند که شما از آن لذت می‌برید. بیشتر موسیقی آن‌ها با تغییرات جزئی اینجا و آنجا یکسان است. شما می‌توانید چند ثانیه از آهنگ آن‌ها را گوش کنید و بدانید که دقیقا کدام هنرمند آن را اجرا می‌کند. اگر یک هنرمند EDM بلافاصله تصمیم بگیرد که به موسیقی کانتری روی بیاورد، اولین آهنگ آن‌ها وحشتناک خواهد بود، همانطور که اغلب تکرارهای اولیه هستند، و بیشتر مخاطبان آن‌ها آن را دوست ندارند. همین امر در مورد خالق، نویسنده، سخنران یا فقط فردی که می‌خواهد بتواند خود را بیان کند، صدق می‌کند.

شما می‌توانید این "ایده‌های بزرگ" را به عنوان توییت در نظر بگیرید. در نوشته‌ام، چند موضوع دارم که اغلب در مورد آن‌ها صحبت می‌کنم: کسب‌وکارهای تک نفره، فلسفه عملی، نحوه تسلط بر ذهن، طراحی سبک زندگی، و غیره. برای هر یک از این موضوعات، چند پست کوتاه نوشته‌ام که به شدت ضربه خورده‌اند. وقتی به آن فکر می‌کنم، بهترین سخنرانان در یک پادکست کسانی هستند که مستقیما به سؤالی که میزبان می‌پرسد پاسخ نمی‌دهند. آن‌ها نمی‌گویند، "اووم، خوب، سوال خوبی است، من قبلا در مورد آن موضوع صحبت کرده‌ام و پاسخ اینجاست." در عوض، آن‌ها بهترین ایده خود را در مورد آن موضوع با اطمینان بیان می‌کنند، سپس آن را با نکات حمایتی گسترش می‌دهند. این نه تنها شنونده را درگیر می‌کند، و باعث می‌شود که پادکست بهتر عمل کند و افراد بیشتری بخواهند که شما در پادکست‌هایشان بیایید (که باعث موفقیت بیشتر برای شما می‌شود)، بلکه لحظه‌ای قابل برداشت است. اگر ایده شما قبلا ویروسی شده است (یا به هر معیار دیگری مانند جذب کاربران، مشتریان، سرمایه‌گذاران، استعدادها و غیره بیشتر دست یافته است)، احتمالا زمانی که آن‌ها کلیپ شما را ارسال می‌کنند، این کار را انجام خواهد داد. اگر یک میزبان پادکست از او بپرسد: "بزرگترین مهارتی که می‌توانید در دنیای امروز بیاموزید چیست؟" هرمرزی فقط می‌توانست بگوید «فروش» یا «پیشنهاد ایجاد»، اما او می‌داند که سطوحی برای این کار وجود دارد، بنابراین احتمالا با دومین توییت ویروسی‌اش پاسخ می‌دهد: «بزرگ‌ترین مهارتی که می‌توانید توسعه دهید، توانایی ماندن در خلق و خوی عالی در غیاب چیزهایی است که می‌توانید در آن روحیه خوبی داشته باشید.» نه تنها چیزی است که مخاطب انتظارش را ندارد، به این معنی که بدیع است، بلکه هرمرزی و مجری را برای گفتگوی جالبی آماده می‌کند که مردم می‌خواهند به آن گوش دهند. و در حال حاضر ۱۰۵ هزار لایک دارد، بنابراین وقتی کلیپ شود، همین تصمیم ساده هرمرزی برای بیان آن ایده خاص، به‌طور تصاعدی نتایج بیشتری نسبت به زمانی که او بخواهد چیزی جدید بگوید، به دنبال خواهد داشت. منطقی است، اما چگونه از مبتدی تا پیشرفته این را تمرین کنیم؟

سه روش برای بیان هوشمندانه افکار

اگر نمی‌دانید چه چیزی یاد بگیرید، شروع به نوشتن کنید. نه به این دلیل که نوشتن میانبری است که نمی‌توانید به دنبال آن نباشید، بلکه به این دلیل که نوشتن به شما می‌آموزد که چگونه فکر کنید، چگونه یاد بگیرید و چگونه به مردم انگیزه دهید که به کاری که انجام می‌دهید اهمیت دهند.

من خودم را نویسنده می‌دانم، زیرا این یک برچسب مناسب است، اما در واقع خودم را نویسنده نمی‌دانم. من به گرامر اهمیت نمی‌دهم. برایم مهم نیست که چقدر باهوش به نظر می‌رسم (بیشتر اوقات). برایم مهم نیست که جملاتم ادامه داشته باشد و بهترین خواننده نشود. با این حال، به نظر می‌رسد که آن چیزها برای دستیابی به میلیون‌ها خواننده مهم نبوده است. اینترنت آنچه را که برای کسانی که ایده‌های عالی دارند به شدت تغییر داده است. در طول سفرم به عنوان یک «نویسنده»، متوجه شده‌ام که نوشتن بسیار بیشتر از به هم ریختن جملات است. اگر فکر یک پازل بود، نوشتن به معنای کنار هم قرار دادن قطعات است. بنابراین، اگر می‌خواهید اهل بیان باشید، احتمالا باید شروع به نوشتن کنید. یعنی باید عمدا شروع به نوشتن کنید، زیرا قبلا هر روز می‌نوписید. به خانواده و دوستان خود پیامک می‌دهید. به مشتریان احتمالی، مشتریان و همکاران خود ایمیل می‌زنید. و بسته به کار خود، می‌توانید طرح کلی پروژه، بازخورد، پیشنهادات و موارد دیگر را بنویسید. اگر واقعا به آن فکر کنید، پایه و اساس رسانه (یعنی چگونه شما یا کارفرمایان کارتان را در مقابل مردم دریافت می‌کنید و آن‌ها را متقاعد می‌کنید که به کار شما اهمیت دهند تا بتوانید زنده بمانید و حقوق بگیرید) نوشتن است. رسانه، در حال حاضر، چیزی است که همه برای آن می‌جنگند. اگر می‌خواهید در هر سرمایه‌گذاری موفق شوید، باید به جایی بروید که توجه شماست و باید تکه پای خود را بردارید. در حال حاضر، توجه به رسانه‌های اجتماعی، یوتیوب، پادکست‌ها و تبلیغاتی مانند تبلیغات فیس بوک است. همه اینها مستلزم این است که شما را متقاعد کننده در قالب فیلمنامه‌های ویدئویی، پست‌ها، کپی رایتینگ فروش، زیرنویس پست‌ها و هر جای دیگری که شخصی در حال خواندن یک پست نوشته شده یا متن گفتاری است، بیان کنید، که تقریبا همه چیز است. به این ترتیب شما بیان ایده‌های خود را تمرین می‌کنید. شما زمانی را برای نوشتن در مورد موضوعاتی که می‌خواهید با آن‌ها بیان کنید اختصاص می‌دهید. به عنوان یک امتیاز، با ارسال ایده‌های خود به صورت عمومی (به معنای واقعی کلمه یک مرحله اضافی ۱۰ ثانیه ای)، بازخورد مستقیم در قالب تعامل دریافت می‌کنید که کدامیک بیشترین تأثیر را دارند. ایجاد مخاطب نیز ضرری ندارد. توزیع رایگان برای کار، محصول یا خدمات شما عالی است. با این اوصاف، چگونه عملا تمرین فن بیان را در قالب نوشتن شروع می‌کنید؟ در اینجا ۳ چارچوب وجود دارد. اینها به تنهایی به شما کمک می‌کنند تا از همه کسانی که بدون برنامه شروع می‌کنند عبور کنید.

سطح مبتدی: داستانک

ذهن یک موتور داستان است. انسان‌ها نمی‌توانند به داستانی توجه نکنند، به خصوص اگر کوتاه و تاثیرگذار باشد. هنگامی که یاد گرفتید چگونه این کار را به خوبی انجام دهید، می‌توانید به طور موثر مغز یک نفر را برای علاقه مند شدن به موضوعی که در مورد آن صحبت می‌کنید، کوتاه کنید. اساس یک داستان دگرگونی است. لازم نیست این تغییر در مورد یک شخص خاص باشد، مانند یک رمان. یک تحول می‌تواند به سادگی معرفی یک مشکل و ارائه راه حل باشد. اگر بخواهیم آن را کمی تأثیرگذارتر کنیم، در اینجا نحوه ساختار آنچه می‌خواهید بگویید آمده است:

- مشکل - یک مشکل مرتبط که قبلا مشاهده یا تجربه کرده اید را بیان کنید. این ایده را پایه‌گذاری می‌کند و مردم را در مورد راه حل کنجکاو می‌کند (داستان سرایی به طور خلاصه).
- تقویت - نشان دهید که چگونه آن مشکل در صورت حل نشدن به یک نتیجه منفی منجر می‌شود. این هم میل به راه حل را افزایش می‌دهد و هم باعث می‌شود که راه حل بسیار ارزشمندتر تلقی شود.

• • راه حل - راه حل مسئله را بیان کنید. در یک پاراگراف کوتاه، این می‌تواند یک جمله یا یک لیست کوتاه باشد. در یک خبرنامه، مقاله یا فیلمنامه طولانی، این می‌تواند همه نکات کلیدی با توضیحات آن‌ها باشد. مشکل و تقویت باعث قلاب می‌شود.

اگر بخواهیم می‌توانیم این را پیچیده‌تر کنیم، اما این فقط یک راه مبتدی برای شروع است. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد این، سعی کنید در حین پیمایش روی X آن را ببینید. وقتی آن را دیدید، نمی‌توانید آن را از بین ببرید. اگر اصلاً کپی رایتینگ یا بازاریابی خوانده اید، قبلاً این را دیده اید. این بسیار ساده است، اما در عین حال بسیار قدرتمند به روان‌شناسی انسان ضربه می‌زند، اگر شخصی که طرف گیرنده واقعاً مشکل را داشته باشد و خواهان راه حل باشد. پس از ۶ سال از انجام این کار، زمانی که به راهی برای بیان سریع یک فکر نیاز دارم، هنوز هم مورد علاقه من است. من یک ایده دارم و بلافاصله به مشکلی مرتبط با آن فکر می‌کنم. اکنون، البته، با این فرض است که شما از قبل ایده‌ای برای نوشتن دارید. اگر این کار را نمی‌کنید، باید آن‌ها را شکار کنید. شما باید کتاب‌های قدیمی را بخوانید، از سوراخ‌های خرگوش در مورد موضوعی پایین بروید، به یک پادکست جدید گوش دهید، یا فقط با افکار خود بنشینید و آن‌ها را دنبال کنید تا به یک بینش قانع‌کننده برسید. وقتی ایده‌ای را «شکار» می‌کنید، فقط اجازه نمی‌دهید اطلاعات از یک گوش خارج شود و از گوش دیگر خارج شود. شما مشتاقانه به ایده‌ای گوش می‌دهید که دوست داشتید می‌نوشتید. سپس آن را یادداشت می‌کنید تا از دست ندهید. سپس با استفاده از این چارچوب‌ها آن را با کلمات خود بیان می‌کنید تا شکل جدیدی به خود بگیرد.

سطح متوسط: اصل هرم

اصل هرم یک چارچوب ارتباطی است که ایده‌ها را به شیوه‌ای سلسله مراتبی و منطقی ساختار می‌دهد تا اطلاعات را دلپذیرتر و متقاعدکننده‌تر کند. خیلی ساده است.

• • با ایده اصلی شروع کنید (نتیجه گیری یا توصیه کلیدی)

• • آن را با آرگومان‌های کلیدی پشتیبانی کنید (معمولاً ۳-۵ نکته کلیدی)

• • ارائه شواهد دقیق (داده‌ها، مثال‌ها، تجزیه و تحلیل)

برخلاف اکثر محتوای امروزی که منتظر پاسخ شما تا پایان ویدیو هستند، این رویکرد پاسخ اول را دارد. این با مثال قبلی ما در مورد هرمزی در پادکست کاملاً کار می‌کند. اگر پاسخ او به "بزرگترین مهارت برای یادگیری چیست؟" این بود: "بزرگترین مهارتی که می‌توانید ایجاد کنید، توانایی ماندن در خلق و خوی عالی در غیاب چیزهایی است که باید در مورد آن‌ها روحیه عالی داشته باشید." این می‌تواند به عنوان پاسخ در بالای هرم عمل کند. سپس، او می‌تواند آن را با استدلال‌های کلیدی که چرا این بزرگترین مهارت برای یادگیری است، پشتیبانی کند. تنها کاری که باید انجام دهید این است که ۳-۵ بار «چرا» را بپرسید و استدلال محکمی ارائه دهید. پس از آن، او می‌تواند مثال‌هایی از زندگی خود، داده‌هایی در مورد خلق و خوی عالی یا حکایت‌هایی از مشتریان ارائه دهد. بنابراین، این یک راه عالی برای گسترش نکات کلیدی در یک خبرنامه، موضوع یا ویدیوی YouTube است. همچنین می‌توانید از آن برای شروع یک جلسه یا مکالمه با یک یادداشت جالب استفاده کنید. و البته، می‌توان از آن به عنوان راهی برای پاسخ به سوالات در پادکست استفاده کرد. با یک ایده عالی شروع کنید، درباره آن بحث کنید، سپس با داده‌ها از آن حمایت کنید. اکنون، اگر برای ادامه نوشتن یا صحبت کردن مشکل دارید، این چارچوب بعدی به این امر کمک خواهد کرد.

سطح پیشرفته: ترکیب میان رشته‌ای

این مورد مورد علاقه من است زیرا علایق متعددی دارم. برای من سخت است که به یک موضوع یا جایگاه خاص پایبند باشم. من عاشق مطالعه روان‌شناسی، فلسفه، تجارت، طراحی، فناوری، سلامت و در واقع هر چیزی هستم که ابزاری برای زندگی بهتر به من بدهد. اینگونه است که من تمایل دارم بیشتر نوشته‌هایم را ساختار دهم، خارج از آن‌هایی که روی یک موضوع منحصر به فرد متمرکز شده‌ام (مانند این). اینجا است:

• • مشکل و تقویت - مقدمه شما باید یک مشکل مرتبط را بیان کند و نشان دهد که اگر آن مشکل حل نشود چه اتفاقی می‌افتد.

• • فرآیند یا راه‌حل منحصر به فرد - فهرستی از ایده‌ها یا مراحل را ارائه دهید که به بهترین نحو مشکلی را که در ابتدا معرفی کردید حل می‌کند و تحول را مستحکم می‌کند. اینها باید از تفکر خود شما به جای تجویز شخص دیگری ناشی شود.

در عمل، عنوان قطعه خود را خواهید داشت (یا بدون عنوان اگر مست هستید و با یک مرد بی‌خانمان گفتگوی عمیق عجیبی دارید)، مقدمه‌ای با مشکل، بخشی که مفهومی از رشته یا علاقه دیگری را آموزش می‌دهد، سپس راهی منحصر به فرد برای حل مسئله در قالب بخش‌های متعددی که هر نکته کلیدی را توصیف می‌کند. مشکل اینجا است که منجر به چیزی بسیار طولانی مانند خبرنامه، فصل کتاب، ویدیوی یوتیوب یا حتی یک پادکست انفرادی می‌شود. اگر تازه شروع کرده‌اید، به یک صفحه خالی خیره خواهید شد زیرا نمی‌دانید چگونه هر بخش را پر کنید. خوشبختانه، نوشتن مانند لگو با ایده است و ایده‌ها به اشکال قابل پیش‌بینی می‌آیند. اگر آن فرم‌ها را درک می‌کنید، می‌توانید ذهن خود را به سمت طوفان فکری راهنمایی کنید که بعداً چه چیزی بنویسید. در اینجا چند مورد آسان وجود دارد:

• • نقطه درد - اگر ندانم چگونه نوشتن یا صحبت کردن را شروع کنم، با یک نقطه درد مرتبط شروع می‌کنم و ایده‌ها از آنجا شروع به سرازیر شدن می‌کنند.

• • مثال - هنگامی که شروع کردید، می‌توانید یک مثال را در هر جایی قرار دهید. این دلیل می‌شود که شما می‌گویید.

• • داستان شخصی - به زمانی در زندگی خود فکر کنید که به چیزی که در مورد آن می‌نویسید مربوط می‌شود. این می‌تواند به هر جایی برسد.

• • آمار - در مورد آماری صادقانه تحقیق کنید که به نظر شما اعتبار بیشتری می‌بخشد.

• • استعاره - یک ایده پیچیده را طوری توضیح دهید که انگار دارید با یک کودک صحبت می‌کنید. آلن واتس در این مورد باورنکردنی است.

• • چارچوب مجدد - به افراد دیدگاه متفاوتی در مورد موضوعی که قبلاً در مورد آن بحث کردید، بدهید.

• • چه، چگونه، یا چرا - وقتی همه چیز شکست می‌خورد، به سادگی بپرسید چه چیزی، چگونه، یا چرا؟ اندیشیدن سوال است.

اینها "لگوها" هستند که بیشتر طرح‌های من را تشکیل می‌دهند. من تمایل دارم همه آن‌ها را در ذهنم بچرخانم. هنگامی که به آن دست پیدا کردید، به طبیعت دوم تبدیل می‌شود و روند تفکر شما شروع به تغییر می‌کند. امیدوارم برای شروع کار به اندازه کافی مفید بوده باشد. - دن من هفته ای ۱ تا ۲ بار چنین نامه هایی را ارسال می‌کنم. اگر ترجیح می‌دهید آن را در صندوق ورودی خود دریافت کنید تا مجبور نباشید برای نشان دادن آن به شما به الگوریتم اعتماد کنید،

[اینجا ببینید](#)

. شما همچنین می‌توانید کتاب من، نامه‌های دیگر و غیره را رایگان بخوانید.

[منع مقاله](#)

<https://x.com/thedankoe/article/2011827303962329458>