



## یخ شکنی در شروع کلاس درس و جلسات



### قصه یا داستان

یکی از ساده ترین و موثرترین تکنیک‌ها برای شروع سخنرانی استفاده از داستان گوئی است. داستان‌ها همیشه در خاطره‌ها می‌مانند. شما می‌توانید پیام و افکار خود را با داستانی ادغام کنید تا مخاطبین راحتتر مطالب را درک کنند. نکته بسیار مهم این است که این داستان باید دارای چند ویژگی باشد: خنده‌دار باشد (یا حداقل لبخندی بر لب مخاطب بنشانند)، مرتبط باشد، حس کلاس را خوب کند و البته درست تعریف شود.

گاهی ذکر خاطره‌ای کوتاه از دوران دانشجویی، سربازی، تحصیل در خارج از کشور، نگارش پایان‌نامه، ورزش و غیره، می‌تواند در تغییر نگرش فراگیران و افزایش ارتباط آنان با استاد، بسیار موثر بوده و تنش‌های ذهنی و ناخواسته اعضای کلاس را تا حد زیادی کاهش دهد. با توجه به شرایط موجود، می‌توان به فراگیران نیز اجازه داد تجارب و خاطرات خود را از دوران تحصیل، (برای اعضای کلاس تعریف کنند)

### طنز و شوخی

یکی دیگر از روش‌های بسیار کاربردی در یخ‌شکنی، استفاده از طنز است. با یک شوخی خوب در مورد خودتان می‌توانید مخاطبین را بخندانید. برای شروع سخنرانی، نباید با مخاطبان خود شوخی نکنید. کمتر مخاطبی پیدا می‌شود که دوست داشته باشد در همان دقایق اولیه جلسه با وی شوخی بشود، به خصوص زمانی که جنبه انتقادی به خود گیرد. بنابراین بهترین کار آن است که شوخی درباره خودتان باشد. البته انتظار نداشته باشید مخاطبین، قهقهه بزنند. لبخند هم کافی است. باید مراقب بود که این شوخی از حد نگذرد و یا توهین به خودتان تلقی نشود. محتوای شوخی و طنز باید بر اساس شناخت دقیق از مخاطب صورت پذیرد.

در بسیاری از دوره‌های آموزشی، مدرسان در ابتدای کلاس با فضایی سرد، بی‌روح و تا حدی توأم با مقاومت روبرو می‌شوند. این هنر یک سخنران است که بتواند بر این شرایط فائق آید. یک فرد غیرحرفه‌ای در اولین اقدام خود درس یا سخنرانی خود را آغاز می‌کند، در صورتی که یک مدرس حرفه‌ای با ابزار آموزشی موثر، کاربردی و جذاب، فضای ابتدای کلاس را به شیوه‌ای مثبت کنترل کرده و ذهن فراگیران را برای دریافت نکات و محتوای یادگیری آماده می‌سازد. از آنجا که این تکنیک‌ها می‌تواند تا حد زیادی یخ جمع را بشکند و سنگینی حضور مخاطبان را به یک حضور پرشور تبدیل کند، به این تکنیک‌ها نام یخ شکن داده‌اند که برای تعامل با مخاطبان و شکستن یخ ایشان طراحی شده است.

### معرفی استاندارد



یک نوع معرفی استاندارد وجود دارد که اغلب در بسیاری از رویدادها استفاده می‌شود. اگر نمی‌خواهید وقت زیادی را

برای یخ شکنی از دست بدهید، این نوع معرفی، بهترین راه برای یخ شکنی است. مثلاً از دانشجویان بخواهید خودشان را معرفی کنند، دلیل انتخاب رشته خود را بیان کنند و ...

### لبخند



شاید بتوان گفت بهترین یخ شکن «لبخند» است. یک لبخند واقعی، نه لبخندی که مصنوعی باشد. برایان تریسی (یکی از مشهورترین سخنرانان دنیا) به این نکته مهم اشاره می‌کند که لبخند و ارتباط چشمی برای یک سخنران می‌تواند معجزه کند. دلیل کارنگی نیز به عنوان سخنرانی سرشناس معتقد است که لبخند شاد و صادقانه قادر است نگرش مخاطب نسبت به شما را به کلی تغییر دهد و از خنثی به مثبت تبدیل کند.



که در شرکت کننده‌ها این حس را ایجاد می‌کند که بدون توجه به سطح علمی، همه ما انسان‌هایی شبیه هم هستیم



### تکمیل یک کار ساده

می‌توانید از مخاطبین بخواهید که «به کنار دستیشان دست بدهند»، «به همدیگر لبخند بزنند» و یا «شرکت کنندگان ردیف جلو به عقب نگاه کرده و به فرد پشت سر خود سلام کنند. سپس پشت سری‌ها همین کار را با ردیف بعدی تکرار کنند. دانشجویان ردیف آخر هم می‌توانند به کنار دستی خود سلام کنند».



### سوال‌های سرگرم کننده

تکنیک یخ شکنی دیگری که بسیار مورد استقبال سخنرانان قرار می‌گیرد، استفاده از تکنیک سوال پرسیدن است. این روش، سخنرانی را تبدیل به گفتگو می‌کند و در نتیجه توجه مخاطبان را جلب می‌کند. سوال پرسیدن، باعث پل زدن بین شما و مخاطبان شده و این حس را در آنها ایجاد می‌کند که آنها قرار نیست تنها به عنوان یک شنونده رفتار کنند، بلکه باید در طول سخنرانی، با سخنران مشارکت داشته باشند. قبل از استفاده از این تکنیک چند نکته را در نظر بگیرید:

۱. سوالی را طرح نمایید که مطمئن هستید برای پاسخ دادن، اکثر افراد حاضر در کلاس یا سخنرانی، دست خود را بالا می‌برند.  
۲. سوال مثبت باشد نه منفی. مثلاً: «چه کسی می‌خواهد زندگی متنوعی داشته باشد؟» سوالات منفی باعث ایجاد حالت ناخوشایند در مخاطبان می‌شود.

۳. با سوال، مخاطب را تحقیر نکند. مثلاً سوال‌های تخصصی که موجب شود مخاطبان فکر کنند شما می‌خواهید اطلاعاتتان را به رخ آنها بکشید، از آنها نپرسید.

Kavanagh, M. Clark-Murphy, M. Wood, L. (2011). The First Class: Using Icebreakers to Facilitate Transition in a Tertiary Environment. Asian Social Science. Vol. 7, No. 4; Pp: 84-92



صاحب امتیاز: دانشگاه علوم پزشکی بیرجند  
مدیر مسئول: آقای دکتر سید محمد موسوی میرزائی  
سر دبیر: آقای دکتر سید علی حسینی  
مدیر اجرایی: واحد کتاب و مجله (EDC)  
نویسنده این شماره: خانم دکتر خیرالنسار مضانزاده

یکی از دلایل رشد روزافزون شبکه‌های مجازی این است که ما به شدت تمایل داریم که «به روز» باشیم. دوست داریم همیشه در هر موردی (حتی اگر در آن زمینه تخصص هم نداریم) اطلاعات تازه‌ای داشته باشیم. هنگامی که در محل سخنرانی قرار گرفتید، می‌توانید خبر یا رویداد تازه‌ای را بازگو کنید. مثلاً: «امروز یک مقاله جالب در خصوص ... خواندم». یا «امروز وقتی داشتیم به اینجا می‌آمدم یک اتفاق جالب برام رخ داد...» و غیره.

این تکنیک، روشی مناسب برای درگیر ساختن مخاطب است. این که خبر مربوط به شخص شماست یا اشخاص دیگر، چندان مهم نیست. آنچه بیشتر اهمیت دارد این است که خبر، جدید، جالب و یا کمی عجیب و غریب باشد

### معرفی کنار دستی‌ها



شما می‌توانید از مخاطبان بخواهید تا هر فرد خودش را معرفی کند. اما برای اینکه فضا کمی جذابتر شود از همه بخواهید تا به مدت ۵ دقیقه با کنار دستی خود صحبت کنند (۵ دقیقه نفر اول و ۵ دقیقه نفر دوم). بعد از گذشت این ۶۱ دقیقه، معرفی افراد آغاز می‌شود. هر کسی، فرد کنار دستی خود را با ویژگی‌های شغلی و شخصی مهمی که دارد، معرفی کرده و نظرش را درباره او می‌گوید.



### دو صحیح و یک غلط

شرکت کننده‌ها بعد از معرفی خود، سه جمله در مورد خودشان می‌گویند که یکی از آنها به عمد نادرست است. سپس بقیه افراد باید حدس بزنند که کدام جمله نادرست بوده است.

### چیزی که دیگران در مورد شما نمی‌دانند

	Known to self	Not known to self
Known to others	<b>Open</b> Information about you that both you & others know.	<b>Blind Spot</b> Information about you that you don't know but others do know.
Not known to others	<b>Hidden</b> Information about you that you know but others don't know.	<b>Unknown</b> Information about you that neither you nor others know.

تک تک شرکت کننده‌ها، واقعیتی از زندگی خودشان را بیان می‌کنند که دیگران از آن بی‌خبر هستند. مهم نیست این مطلب کوچک که دیگران از آن بی‌اطلاع می‌باشند، چیست؟ آنچه اهمیت دارد این است