



تربیت زیبایی شناختی و هنری

مدیران هنرمند، مدیران زیباییین  
بخش هفتم

# قلم مو و دوربین به دستان سخنورا!

● دکتر مرتضی مجدفر

کلیدواژه‌ها: تربیت زیبایی شناختی، تربیت عملی، تربیت هنری، هنرهای تجسمی، سینما، سخنوری

در سلسله مطالب «مدیران زیباییین، مدیران هنرمند» نکته‌هایی از نگاه زیبایی شناختی و هنری مدیران مدرسه‌ها مطرح می‌شود که می‌توانند زمینه‌های اجرایی شدن ساحت زیبایی شناختی و هنری فراگیرندگان و کارکنان را از طریق تأکیدیاتی که در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش شده است، فراهم آورند. در شماره‌های قبل به مبانی و اصول تربیت زیبایی شناختی و قدری به تربیت عملی زیبایی شناختی دانش‌آموزان توسط مدیر و مجموعه تربیتی آموزشی توسط هنرها پرداخته شد. در این شماره نکاتی عملی در سه حوزه هنر مطرح شده‌اند.

۱۵۹ مدیران هنرمند زیباییین استفاده از خط و خطاطی در بخش‌های نستعلیق، شکسته، نسخ و ثلث را به‌عنوان هنری ایرانی اسلامی در رأس برنامه‌های خود دارند. شناسایی و تربیت افرادی از سه گروه مخاطبان اصلی در این حوزه و استفاده از هنر این افراد در کاربست خط و خطاطی در فعالیت‌های مدرسه، می‌تواند علاوه بر پرورش حس زیبایی شناختی و هنری در میان افراد، یاریگر فعالیت‌های فرهنگی تربیتی هم باشد. اگر اطلاعات، دیوارنوشت‌ها، تابلوها، عنوان‌های سر در کلاس‌ها

## تربیت هنری از طریق هنرهای تجسمی

۱۵۸ مدیران هنرمند و زیباییین برای پرورش حس هنری و زیبایی شناختی گروه مخاطبان مدرسه (دانش‌آموزان، معلمان و اولیا) از امکانات گسترده هنرهای تجسمی با طیف گسترده‌ای از رشته‌ها و شاخه‌های گوناگون استفاده می‌کنند. در خورجین هنرهای تجسمی برای هر کدام از سه گروه مخاطبان، بسته به استعدادها و تفاوت‌های فردی آنان، حتماً دستمایه‌ای برای تربیت هنری یافت می‌شود.

و سایر مکان‌های مدرسه به جای برگه‌های زمخت چاپ شده از رایانه، با یکی از خطوط زیبا پدید آمده باشد، چه معرک‌های برپا می‌شود!

۱۶۵ مدیران هنرمند زیبایی‌باز از هنرمندی دانش‌آموزان و حتی اولیا و معلمان در زمینه عکاسی از رویدادها و برنامه‌های آموزشی فرهنگی مدرسه به‌خوبی استفاده می‌کنند. درست است که با توسعه تلفن‌های همراه، همه مردم «عکاس» شده‌اند، ولی شناسایی افرادی که دوربین حرفه‌ای دارند و ایجاد موقعیت برای آن‌ها که به‌عنوان عکاس حرفه‌ای شناخته شوند، هم می‌تواند حس زیبایی‌شناختی همین افراد را بارور کند، هم بازرانی توانا برای مستندسازی فعالیت‌های مدرسه تربیت می‌شوند.

۱۶۱ مدیران هنرمند از جشنواره‌های عکاسی گوناگونی که در ایران و حتی خارج از ایران با موضوعات متفاوت برگزار می‌شوند، آگاه هستند و سعی می‌کنند دانش‌آموزان عکاس و هنرمند مدرسه را برای شرکت در این جشنواره‌ها ترغیب کنند. برخی از این جشنواره‌ها برای گروه سنی مشخصی برگزار نمی‌شوند و همه می‌توانند در آن‌ها شرکت کنند، ولی برخی دیگر گروه سنی دارند. برای مثال، جشنواره عکس رشد که بیش از یک دهه قدمت دارد، به‌غیر از بخش «عکاسان حرفه‌ای» و «عکاسان فرهنگی»، بخش ویژه دانش‌آموزی هم دارد و حتی همه‌ساله علاوه بر دو موضوع «آزاد» و «آموزش و پرورش»، موضوعاتی نیز برای عکاسی معرفی می‌شوند. جشنواره‌ها از هر نوع که باشند، در تربیت هنری دانش‌آموزان و ایجاد محیط انگیزشی مثبت در مدرسه مؤثرند.

۱۶۲ مدیران هنرمند زیبایی‌باز علاوه بر آنکه به معلمان هنر خود توصیه می‌کنند به نقاشی، گرافیک و نگارگری (مینیاتور) توجه ویژه‌ای داشته باشند، افراد با استعداد در این زمینه‌ها را هم شناسایی و از هنر آنان در برنامه‌های مدرسه استفاده می‌کنند. چه اشکالی دارد دیوارهای حیاط و راهرو در اختیار بچه‌ها، اولیا یا معلمان نقاش قرار گیرند تا تصویرهای زیبا و هدفمند هنری آنان را به نمایش بگذارند! یا چرا نباید جزوه‌ها و دعوت‌نامه‌های مدرسه با بهره‌گیری از هنر گرافیک، حس بصری خوبی به مخاطبان‌شان القا کنند! یا اینکه چرا به جای صرف چندین و چند صدهزار تومان هزینه، برای برنامه‌های فرهنگی تربیتی برنوشته (بئر) سفارش دهیم و از هنر نقاشی روی پارچه یا بوم یکی از دانش‌آموزان، اولیا و معلمان استفاده نکنیم.

۱۶۳ مدیران هنرمند زیبایی‌باز، بسته به محل استقرار جغرافیایی و فرهنگی مدرسه خود، کارگاه‌های دائمی هنرهای ایرانی تشکیل می‌دهند. در این کارگاه‌ها می‌توان یک یا چند رشته را هم به‌مثابه کارآفرینی، هم با نگاه تربیت هنری و هم با زاویه دید توجه به داشته‌های فرهنگی محلی برپا کرد و هرچند مدت یک‌بار نسبت به جایگزینی آن‌ها با دیگر هنرها اقدام کرد. در این کارگاه‌ها می‌توان برای قالی‌بافی، جاجیم‌بافی، کاشی‌کاری، سفالگری، موزاییک‌کاری با کاشی، قلم‌زنی، خاتم‌کاری، معرق‌کاری، منبت‌کاری، پته‌دوزی، مله‌کاری، میناکاری روی فلز، نمدمالی و... موقعیت عرضه و بروز فراهم کرد. نگوید نمی‌شود، یک جای کوچک پیدا کنید و با دو سه نفر و یک رشته شروع کنید.

۱۶۴ مدیران هنرمند زیبایی‌باز، حتی اگر مدیر هنرستان

هنری هم نباشند، دغدغه هنر دارند و سعی می‌کنند نسبت به تشکیل کارگاه‌های هنری یا اختصاص بخش قابل توجهی از فعالیت‌های فوق‌برنامه به هنر اقدام کنند. مدیری در ساعت‌های بعد از اتمام کار مدرسه، در مدرسه کارگاه نقاشی کوچکی دایر کرده بود. وقتی در این کارگاه چشم می‌گرداندی، دانش‌آموزانی را می‌دیدی که در یکی از زیرشاخه‌های نقاشی در حال خلاقیت‌ورزی است: رنگ و روغن، گواش، مداد رنگی، آبرنگ، طراحی با زغال، طراحی با مداد، طراحی با قلم فلزی، گچ‌نگ (پاستل) و طراحی آب مرکب. شرکت در این کارگاه داوطلبانه بود و وسایل مورد استفاده را صرفاً بچه‌ها تأمین می‌کردند. بچه‌ها یا برای دل خود کار می‌کردند یا از مدیر و معلمان سفارش می‌گرفتند و جالب اینکه مدرسه در منطقه‌ای محروم بود و از لحاظ بودجه و جا وضعیت چندان مرفهی نداشت.

۱۶۵ مدیران هنرمند زیبایی‌باز اگرچه می‌دانند توجه به هنر مجسمه‌سازی کار سختی است و شاید علاقه‌مندان قابل توجهی نداشته باشد، ولی باز این بخش از هنرهای تجسمی را فراموش نمی‌کنند. آن‌ها از بین سه نوع مجسمه‌سازی سنگی، خمیری و کاغذی، بیشتر به دو مورد آخر توجه می‌کنند. از آثار بچه‌ها هم می‌توان برای تزئین فضاهای مدرسه بهره برد و هم می‌توان آن‌ها را به فروش گذاشت. به احتمال زیاد، تخم‌مرغ‌های سنگی بزرگ تزئین شده را در سال‌های گذشته، به‌ویژه ایام عید نوروز، در این‌ور و آن‌ور شهرها مشاهده کرده‌اید. این تخم‌مرغ‌ها کار دانشجویان هنر دانشگاه‌های تهران بود. کافی است کار را به دانش‌آموزان بسپارید و معجزه برپاشد در مدرسه را نظاره‌گر باشید.

۱۶۶ مدیران زیبایی‌باز هنرمند چون از قابلیت‌های گسترده هنرهای تجسمی در تربیت هنری و زیبایی‌شناختی دانش‌آموزان آگاهی دارند، اگر به دلایل متعدد از جمله فضا و بودجه امکان تحقق نکات نه‌گانه قبلی را نداشتند، همه اتفاقات هنری مدرسه را در زیرمجموعه‌ای به نام «پرورش خلاقیت» سامان می‌دهند. این زیرمجموعه هم می‌تواند یک فضای مشخص کالبدی باشد و هم نوعی برتری و سلطه (هژمونی) که با رهبری مدیر و تیم مدیریتی مدرسه، پرورش خلاقیت را از طریق رویکرد توجه ویژه به هنرهای تجسمی پیش ببرد.

۱۶۷ مدیران زیبایی‌باز هنرمند از برگزاری مسابقه‌های گوناگون در حوزه هنرهای تجسمی دریغ نمی‌کنند، ولی چون دانش‌آموزان، اولیا و معلمان استعدادها و علاقه‌های متفاوتی دارند، سعی می‌کنند در همه شاخه‌های هنرهای تجسمی یا لاقلاً در مهم‌ترین آن‌ها برگزاری مسابقه‌های غیررقابتی انگیزشی را مدنظر قرار دهند.

## تربیت هنری از طریق هنر سینما و انواع رسانه‌هایش (مدیوم‌ها)

۱۶۸ مدیران هنرمند با هنر سینما در حد اجمال آشنا هستند. فیلم‌های سینمایی روز ایران و جهان را می‌شناسند. از فیلم‌های کلاسیک و تاریخی سینمای ایران و جهان خبر دارند. فیلم‌های مطرح تاریخ سینما را دیده‌اند و دلایل و دوره‌های زمانی ساخت این فیلم‌ها را می‌دانند. آن‌ها حتی درباره فیلم‌هایی که با علاقه‌هایشان سازگار نیستند، ولی مورد علاقه دانش‌آموزان و

معروف و محبوب می‌شوند. برخی از این آثار ویژگی‌هایی دارند که می‌توان آن‌ها را با ترجمه یا زیرنویس در شبکه‌های نمایش خانگی و برنامه‌ها نمایش داد، ولی برخی دیگر به دلایل فرهنگی و اقتضائات بومی، مورد تأیید معلمان و مربیان مدارس نیست. مدیران زیبایی این فیلم‌های سینمایی و مجموعه‌های تلویزیونی (به‌ویژه انواع موردپسند مخاطبان مدرسه‌ای) را شناسایی می‌کنند و از آن مطلع‌اند و در مورد آن‌ها با بچه‌ها به گفت‌وگو می‌نشینند. برای مثال، مجموعه تلویزیونی کره‌ای «بازی مرکب»، که بین گروهی از نوجوانان و بزرگسالان محبوبیت دارد، از مجموعه‌هایی است که شامل این موضوع می‌شود.

یکی از رسانه‌های گسترده فیلم، فیلم‌های کوتاه و بلند علمی است که بسیاری از آن‌ها ارتباط مستقیمی با درس‌ها و برنامه‌های درسی دارند. مدیران هنرمند زیبایی به اهمیت جایگاه این فیلم‌ها واقف‌اند و برای تربیت توأمان علمی و هنری دانش‌آموزان به معلمان خود توصیه می‌کنند از این نوع فیلم‌ها در تدریسشان بهره ببرند.

مدیران هنرشناس از قابلیت‌های فیلم‌های کوتاه داستانی که زمان چندان زیادی هم برای پخش در کلاس‌های درس لازم ندارند، آگاهی دارند و به همکاران خود توصیه می‌کنند حتماً از این فیلم‌ها در تدریس و نیز مباحث تربیتی استفاده کنند. با مروری در گنجینه جشنواره فیلم‌های آموزشی رشد، بستر داخلی آپارات، وبگاه تیان و مواردی از این دست می‌توان به بایگانی (آرشیو) غنی و گسترده‌ای از این فیلم‌ها دست پیدا کرد.

یکی دیگر از رسانه‌های بسیار جذاب فیلم، فیلم مستند است. این فیلم‌ها غالباً مناسب درس‌های علوم اجتماعی، تاریخ، جغرافیا و مباحث فرهنگی هستند. مدیران هنرمند این نوع فیلم‌ها را رصد و شناسایی و به معلمان خود معرفی می‌کنند تا به فراخور تدریس خود از آن‌ها بهره ببرند. دیدن یک بخش از کتاب تاریخ یا یک مفهوم جغرافیایی و زندگی‌عشایری یک ایل در قالب یک فیلم مستند، شور و حال هنری زایدالوصفی در کلاس درس برپا می‌کند.

مدیران هنرمند زیبایی جشنواره‌های فیلم، به‌ویژه فیلم‌های کوتاه و مستند، را رصد می‌کنند و آثار نمایش داده‌شده و برگزیده این جشنواره‌ها را به دانش‌آموزان، معلمان و اولیا معرفی می‌کنند.

ممکن است بگوییم، با این همه درخواست و وظیفه‌ای که فقط در حوزه تربیت هنری از نکته یکم تا صدوشتادویکم به مدیران محول کردید، آن‌ها در زیر آواری از سفارش‌ها دفن خواهند شد. بدیهی است وقتی چنین درخواست‌هایی را مطرح می‌کنیم، نگاهمان به مدیریت، از نوع رهبری گونه آن است، یعنی مدیر با هدایت و رهبری خود، کارها را به فرد دیگری که شایسته و واجد شرایط است، بسپارد و از او کار طلب کند.

توجه معلمان و اولیا هستند، آشنایی دارند.

مدیران زیبایی‌بین در حین صحبت‌هایشان حتماً به فیلم‌هایی که نکات قابل‌تأملی در خود نهفته دارند، اشاره می‌کنند و از قابلیت‌های سینما در تربیت بهره می‌برند. اگر این اشاره، به‌ویژه به فیلم‌های موردعلاقه دانش‌آموزان باشد، علاوه بر آگاه‌نشان‌دادن مدیران، آن‌ها را محبوب بچه‌ها هم می‌کند.

مدیران هنرمند شرایطی فراهم می‌آورند که سینما رفتن یا نمایش فیلم‌های مطرح در مدرسه، جزو برنامه‌های همیشگی آموزشگاه باشد. آن‌ها در انتخاب فیلم‌ها از نظرات همکاران و اولیا هم بهره می‌برند.

تماشای گروهی فیلم در خارج از مدرسه در محل سینما یا در سالن اجتماعات آموزشگاه، موجی از همدلی را در کنار تربیت زیبایی‌شناختی دانش‌آموزان فراهم می‌کند.

مدیران هنرمند زیبایی به‌طور مرتب جلسات دوره‌ای نمایش، نقد و گفت‌وگو درباره فیلم‌های دیده‌شده در سینما و نمایش داده‌شده در سالن اجتماعات را با دانش‌آموزان برگزار می‌کنند. هرچه این نشست‌ها در گروه‌های کم‌جمعیت‌تر برگزار شوند، بهتر است. این کار هم در تربیت هنری بچه‌ها و هم در تقویت تفکر انتقادی آن‌ها مؤثر است.

مدیران هنرمند زیبایی، ضمن هماهنگی با مربیان و معاونان، از آن‌ها می‌خواهند در برنامه‌های آغازین مدرسه فیلم‌های سینمایی در حال پخش را که مناسب دانش‌آموزان هستند، معرفی کنند. دلیل اینکه خیلی از فیلم‌های سینمایی به موفقیت قابل‌توجهی نائل نمی‌شوند، ناشناخته‌ماندن آن‌هاست (این شرایط در مورد مجموعه‌های تلویزیونی هم صادق است). اگر ما به دانش‌آموزان فیلم خوب معرفی نکنیم، آن‌ها از راه‌های دیگری به فیلم‌های غیرخوب دسترسی پیدا خواهند کرد.

مدیران هنرمند زیبایی می‌دانند که سینما به غیر

از رسانه فیلم، رسانه‌های دیگری هم دارد که به‌شدت موردعلاقه بچه‌ها هستند. از آن جمله می‌توان به مجموعه‌های تلویزیونی (سریال‌ها) در شبکه رسمی

سیمای، شبکه خانگی و برنامه‌های پخش فیلم و

سریال اشاره کرد.

امروزه تعداد این قبیل مجموعه‌ها و

فیلم‌ها آن‌قدر زیاد شده است که اگر

اطلاعات درستی در موردشان

به دانش‌آموزان داده نشود،

آن‌ها به بیراهه خواهند

رفت. این موضوع در مورد

پدران و مادران و تعدادی

از معلمان هم صادق است.

اگر برنامه‌های فاخرنمایشی

سیمای، شبکه‌های خانگی

و بسترهای دیگر را به اولیا

معرفی نکنیم، بدیهی است

سراغ فیلم‌ها و مجموعه‌های

نمایشی بی‌سروته داخلی و

خارجی بروند.

بعضی وقت‌ها فیلم‌های سینمایی

یا مجموعه‌هایی در خارج از کشور



۱۷۹ مدیران هنرمند زیباییشناسی جشنواره‌هایی را که در حوزه فیلم‌های کوتاه، به‌ویژه فیلم‌های کوتاه ۵، ۶، ۹ و ۱۲۰ ثانیه‌ای برگزار می‌شوند و غالباً نیز به‌صورت ویدئویی یا با استفاده از قابلیت‌های تلفن‌های همراه هستند، شناسایی می‌کنند و ضمن نصب فراخوان این جشنواره‌ها در تابلوی اعلانات مدرسه و اطلاع‌رسانی از طریق برنامه‌های آغازین و فعالیت‌های فوق‌برنامه، تریبی اتخاذ می‌کنند که دانش‌آموزان علاقه‌مند در این جشنواره‌ها شرکت کنند.

### تریب هنری از طریق زیباییشناسی سخن و سخنوری

۱۸۰ مدیران هنرمند و زیباییشناسان در مقام کسانی که ارتباط آن‌ها با مخاطبان غالباً از طریق سخنرانی صورت می‌گیرد، می‌دانند که سخنرانی عالی‌ترین نوع ارتباط کلامی انسانی است که داشتن مهارت لازم در آن یکی از ضروری‌ترین ویژگی‌های مدیران امروز است. از این‌رو حساسیت خاصی روی نوع سخنوری خود دارند. آن‌ها وقتی در مقابل دانش‌آموزان، معلمان و اولیا قرار می‌گیرند و قصد گفت‌وگو یا ایراد سخن دارند، در استخدام واژه‌ها دقت خاصی به خرج می‌دهند. اجازه نمی‌دهند هر کلمه‌ای به متن سخنان آن‌ها راه یابد. از واژگان سخیف و حتی پرکاربرد در میان مردم و زبان محاوره بهره نمی‌گیرند و سعی می‌کنند زبان گفتاری آنان از لحاظ فصاحت زبانی به الگوی زیبایی‌شناختی پاکیزه‌ای تبدیل شود.

۱۸۱ بسیاری از مخاطبان سخنرانی‌های مدیران مدرسه‌ها غالباً گله‌مندند که آن‌ها هنگام سخنرانی به‌اصطلاح مسیر خود را گم می‌کنند و سر‌نخ کلام را از دست می‌دهند. در چنین حالتی، این قبیل سخنرانان نمی‌توانند سخنان خود را جمع‌بندی کنند. آن‌ها به‌طور مرتب از جاده اصلی منحرف می‌شوند و در خیابان‌ها و کوچه‌های فرعی سیر می‌کنند و ارتباطشان با مسیر اصلی سخنرانی قطع می‌شود. مدیران زیباییشناسی هنرمند برای رفع این مشکل همانند معلمان که با طرح درس از پیش تعیین‌شده در کلاس درس حاضر می‌شوند، برای خود طرح سخنرانی می‌نویسند. آن‌ها برای این منظور ابتدا باید مضمون یا موضوع اصلی یا به‌اصطلاح یک‌خطی سخنرانی خود را مشخص کنند، به‌طوری‌که اگر در پایان سخنرانی از حضار پرسش شود مضمون اصلی سخنرانی چه بود، درصد بالایی به همان مضمون یا واژگانی مشابه با آن اشاره کنند. اقدام بعدی، موضوعیت‌بخشیدن به مضمون است. یعنی چگونه مضمون خود را در قالب مثال، تصویر، قصه و داستان و حکایت، تجربه و خاطره به مخاطب منتقل کنیم. لذا یادداشت تمامی موضوعاتی که نسبت به مضمون در ذهن دارند، مفید است.

۱۸۲ مدیران هنرمند می‌دانند اگر مخاطبان‌شان بفهمند آن‌ها در حین سخنرانی استرس دارند، نخواهند توانست تأثیر چندانی بر شنوندگان داشته باشند. ترس و فشار روانی در سخنرانی در دو مقطع زمانی رخ می‌دهد. اول در ابتدای سخنرانی و دوم در وسط سخنرانی. ترس و فشار ابتدای سخنرانی به تطابق‌ناپذیری با محیط مربوط است و ترس و فشار روانی وسط سخنرانی به تسلط‌نداشتن بر محتوا مربوط می‌شود.

ترس و فشار روانی سخنرانی از بین‌رفتنی نیست، ولی می‌توان آن را مدیریت کرد تا مخاطب متوجه این موضوع

نشود. این اتفاق در چند دقیقه اول روی می‌دهد و با لرزش صدا، بند آمدن نفس و فراموش کردن مطالب، واژگان و عبارات‌ها نمود پیدا می‌کند.

۱۸۳ مدیران هنرمند روی فن بیان خود تمرین می‌کنند. فن بیان ضعیف یکی از مهم‌ترین مشکلات رایج در سخنرانی‌هاست که تمامی تلاش‌های یک سخنران را به باد می‌دهد. محتوای سخنرانی حتماً باید قبل از ارائه شکل گرفته باشد. زمانی که سخنران پشت میز خطابه قرار می‌گیرد، تنها با فن بیان سر و کار دارد که فن چگونه گفتن است. فن بیان ضعیف جذابیت سخنرانی را از بین می‌برد، مخاطب را کسل می‌کند و بدین ترتیب ارتباط سخنران با مخاطب از دست می‌رود. واژگان کم و نامناسب شامل مکث‌ها و سکوت‌های بی‌مورد و طولانی، صداهای موهومی که از دهان سخنران خارج می‌شوند و نداشتن موسیقی کلام هنگام سخنرانی، از نشانه‌های فن بیان ضعیف هستند.

۱۸۴ مدیران هنرمند زیباییشناسی می‌دانند که مهم‌ترین قسمت سخنرانی شروع و ورودیه آن است. داشتن مهارت آغازین (تعریف یک قصه، یک شوخی ساده، مزاح با بخشی از سخنرانی فرد قبلی، بخش یک فیلم، طرح یک معما، گفتن یک لطیفه، خواندن یک بیت شعر یا یک آیه و حدیث که همگی باید با متن سخنرانی در ارتباط باشند)، از ابزارهای آغاز سخنرانی تأثیرگذار هستند. در صنایع ادبی، این مهارت را «شگرف آغازی» یا «براعت استهلال» می‌نامند.

۱۸۵ مدیران هنرمند زیباییشناسی برای آنکه بر مخاطبان خود اثر زیبایی‌شناختی و مفهومی بگذارند، در حین سخنرانی، رعایت اصول زبان بدن را هم مدنظر دارند. نوع مواجهه با مخاطب در حالتی که ایستاده سخن می‌گوییم، با حالتی که پشت میز نشسته‌ایم، متفاوت است. قوز کردن در پشت میز خطابه یا نشستن در انتهای صندلی یا لم‌دادن از حالاتی نیستند که سخنان سخنران را زیبا و تأثیرگذار کنند.

۱۸۶ مدیران هنرمند از سخنرانی‌های خود فیلم یا نسخه صوتی تهیه می‌کنند و در فرصتی مناسب، آن را می‌بینند و می‌شنوند. این کار به ما امکان می‌دهد عیب‌های سخنرانی خودمان را ببینیم، بشنویم، بشناسیم و برطرف کنیم. اشتباهات زبان بدن، استخدام واژگان نامناسب، دوباره‌گویی و تکرار، تیک حرکتی (برای مثال باز و بسته کردن دکمه پیراهن یا ور رفتن با کاغذهای متن سخنرانی) و تیک گفتاری (برای مثال به کار بردن ۶۳ بار کلمه «در واقع» در یک سخنرانی ۲۰ دقیقه‌ای) و مواردی از این دست، می‌توانند با مشاهده و شنیدن صدای سخنرانی‌هایمان برطرف شوند.

۱۸۷ مدیران زیباییشناسی هنرمند برای آنکه سخنرانی‌های اثربخشی داشته باشند، یک‌بار در منزل سخنرانی خود را مقابل آینه انجام می‌دهند و نسخه‌ای صوتی یا تصویری از آن تهیه می‌کنند. با شنیدن و مشاهده این فیلم و صوت می‌توان ورزیده‌تر سخنرانی کرد؛ به‌ویژه سخنرانی در موضوعاتی که حساسیت‌برانگیزند و احتمال ایراد گرفتن از سوی مخاطبان زیاد است.

۱۸۸ مدیران زیباییشناسی هنرمند برای تریب حس زیبایی‌شناسی بچه‌ها، در کنار همه اقداماتی که در بندهای گذشته شرح داده شد، برگزاری کلاس یا کارگاه‌های فن بیان و دکلمه را برای دانش‌آموزان، همکاران و اولیا مدنظر قرار می‌دهند.

### منابع

۱. مجدفر، مرتضی (۱۴۰۱). افسانه‌ها در کلاس درس (مجموعه‌ای سه‌بخشی برای توسعه سواد خواندن در میان نوآموزان دوره ابتدایی). پیشگامان پژوهش‌مدار، چاپ سوم، تهران.
۲. فروزانفر، محمدحسین (۱۳۸۴). سخن و سخنوران. خوارزمی، تهران.
۳. ابراهیمی، نادر (۱۳۹۶). براعت استهلال یا خوش‌آغازی در ادبیات داستانی و گفتار. روزبهان، تهران.
4. Barron, Ann E. and Gary W. Orwig. *New Technologies for Education: A Beginner's Guide*. Englewood, CA: Libraries Unlimited, 2017.
5. Carroll, Jim and Rick Broadhead, with Don Cassel. *The Canadian Internet Directory and Research Guide*. Toronto, ON: Stoddart, 2020.