



## تقديم

فى أوقات الركود أو الأزمات الاقتصادية تصبح الحاجة إلى إلهام وتحفيز القوى العاملة بصفة خاصة والجماهير بصفة عامة أكثر أهمية. توصيل الاستراتيجية على مستوى المنظمة أو على المستوى الوطنى أو القومى بوضوح، ورؤية المستقبل فى ضوء إيجابى، ومكافآت الإنجاز وإلهام الخاصة والعامة تصبح أكثر من أنها ضرورة عن ذى قبل.

يتطلب هذا فى المقام الأول عمليات التقديم الجماهيرى التى تتسم بالكفاءة، وأيضاً متحدثين جماهيريين يوصفون بالمهارة. ولكن الوقوف أمام الجمهور ومخاطبته ليست عملية سهلة. فى دراسة لترتيب أنواع المخاوف المرضية (الفوبيا) التى يتعرض لها الناس ويعانون منها بشدة جاءت عملية الخوف من التحدث إلى الجماهير فى المرتبة الأولى قبل الخوف من الموت، والأماكن المرتفعة وركوب الطائرة. لذلك، نتناول فى هذا الكتاب الإجابة على الأسئلة التالية: ما هو التقديم الجماهيرى؟، من هو المتحدث الجماهيرى؟ ما هى مخاوف التحدث إلى الجماهير؟ وأخيراً ما هى الحلول المقترحة؟

### ما هو التقديم الجماهيرى؟

التقديم الجماهيرى عبارة عن عرض أفكارك ومشاعرك بطريقة ذات معنى ودلالة. غالباً، المفهوم الخاطئ أن الأفراد الذين يعملون فى حقول المبيعات أو التسويق أو وسائل الإعلام الجماهيرى هم فقط الذين يحتاجون إلى تعلم التقديم الجماهيرى. ومع ذلك، فالحقيقة أن كل الأشخاص من كل مناحى الحياة عليهم أن يتحدثوا إلى الجمهور فى وقت ما، أو فى آخر. الطفل الذى يسمع نشيداً وطنياً

فى طابور الصباح فى المدرسة، أو المواطنون الذين يعبرون عن آرائهم حول أية موضوعات وطنية، أو رئيس مجلس الإدارة فى إحدى الشركات الذى يخاطب الموظفين، وأيضاً رئيس الجمهورية الذى يتحدث إلى الشعب فى مناسبات عامة؛ كل هذه أشكال مختلفة للتقديم الجماهيري.

### ما هو المتحدث الجماهيري؟

إنه متحدث مهنى متمرس فى حقل تخصصه، وقد قدم الكثير من الأحاديث إلى الجماهير. يمكن أن يكون المتحدث المهنى متحدثاً أساسياً، متحدثاً خبيراً، متحدث جلسة عامة، متحدث غذاء عمل، متحدثاً تحفيزياً، أو متحدثاً ملهماً. ونمطياً فإن المتحدث المهني، هو متحدث طول الوقت. فى التقديم الجماهيري، كما هو الحال فى كل أشكال الاتصال، توجد خمسة عناصر محورية: ”من يقول ماذا... إلى... من.. مستخدماً أى وسيلة، مع أى تأثيرات؟“

يأتى التأثير غالباً من المتحدث التحفيزى والمتحدث الملهم. توجد تشابهات بين المتحدثين التحفيزيين والمتحدثين الملهمين، ولكنهم ليسوا بالضرورة متبادلين. أحد الاختلافات الدقيقة أن المتحدثين الملهمين غالباً يوصل كل منهم رسالة دافئة ومشجعة، أحياناً تقوم على قصة للتغلب على عقبات كبيرة. على الجانب الآخر، المتحدثون التحفيزيون، قد تأتى أحاديثهم أكثر عمومية بطبيعتها مع الرغبة فى تحريك جمهور المستمعين إلى اتخاذ الإجراءات المطلوبة.

### ما هى مخاوف المتحدث إلى الجماهير؟

- تتضمن أعراض الخوف من التحدث إلى الجماهير ما يلي:
  - التوتر الكثيف قبل، أو ببساطة عند تفكير الشخص فى أن عليه مهمة الاتصال اللفظى مع أى مجموعة؛
  - تفادى الأحداث التى تركز انتباه المجموعة على أفراد فى الحضور؛
  - الإجهاد البدني، الغثيان، أحاسيس الذعر فى مثل هذه الظروف.
- تتضمن هذه الأعراض أيضاً حدة السمع، زيادة معدل ضربات القلب، زيادة

ضغط الدم، اتساع إنسان العين، زيادة ارتشاح العرق، تيبس عضلات الرقبة وأعلى الكتف، وجفاف الفم.

تصل نسبة المتحدثين إلى الجمهور الذين يعانون من عرض أو أكثر من هذه الأعراض إلى 95 فى المائة. تتال هذه الأعراض من فعالية المتحدث الجماهيرى بدرجة ما أو بأخرى.

## ما هى الحلول المقترحة؟

الهدف من الحلول المقترحة هو نفس الهدف من هذا الكتاب والذى يتمثل بصفة عامة فى المساعدة على تعديل مسار مخاوف التحدث إلى الجماهير من الاتجاهات السلبية إلى الاتجاهات الإيجابية.

وتتوالى فصول الكتاب فى تدعيم عملية التقديم الجماهيرى كما يعرضها تنظيم الكتاب.

## تنظيم الكتاب



الفصل الأول: الخوف المرضى (الفوبيا) من التحدث إلى الجمهور - يساعد القارئ على الفهم العميق لأسباب مخاوفه ويقترح له العلاج. تأتي الفصول من الثانى إلى الرابع لتلقى الأضواء ساطعة على الجمهور بصفته هو صاحب القول الفصل الذى يحدد مدى جودة التقديم الجماهيرى، ومن أجله أيضاً جاء المتحدثون لمخاطبته.

الفصل الثانى: يزود المتحدث بعدد 25 مهارة تدعم مجابته للجمهور وتزيد من ثقته بنفسه، ويتخطى بها الخطايا السبع المميتة التى حدّر منها الفصل الثالث. وحيث أن الجمهور هو العميل المتميز والأولى بالرعاية يؤكد الفصل الرابع على توفير الخدمات الممتازة لكى يشعر الجمهور بالرضا عن التقديم وعن المتحدث، ثم ينتقل تركيز الفصول من الخامس إلى الثامن إلى المتحدث. يضع له الفصل الخامس خريطة طريق إلى الأحاديث. ويعطيه الفصل السادس

مفتاح سر اختيار الموضوعات الناجحة وخاصة إذا لم يكن لديه وقت للاستعداد المتأني؛ وذلك في حالة الحديث المرتجل، كما جاء في الفصل السابع. ومن أجل الاستحواذ على أحاسيس الجمهور وإبهاره، يزود الفصل الثامن المتحدث بأحدث تكنولوجيايات التقديم: The PowerPoint.

الفصل التاسع؛ يقدم أمثلة من الأحاديث الجيدة ويختار موضوعات من الحديث التثقيفي.

الفصل العاشر؛ يتناول بالتحليل أحد أحاديث القادة أو الزعماء كما يطلق عليهم في عالمنا العربي - حديث تنصيب الرئيس الأمريكى باراك أوباما - لى نوفر لعميل هذا الكتاب الأولى بالرعاية - القارئ - الدروس المستفادة من مثل هذه الأحاديث القوية فى كتابتها.

أما الفصل الأخير، الحادى عشر - فقد تضمن 33 مصطلحاً فى مجال التقديم الجماهيري.

يثرى بها القارئ المهنى ترسانته.

## المؤلف

