

## الفصل الخامس عشر

# نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية



الشكل 1.15 الأمر سهل كأنك تعد 1، 2، 3.

المصدر: نوربرت بوشولز، Dreamstime.com.

سرد القصص من الضروريات القديمة. ولكن القصة تحتاج إلى راوي قصص عظيم.

الممثل البريطاني: آلان ريكرمان

لقد علمنا أرسطو من خلال نموذج الإقناع القديم أنه من أجل إقناعنا يجب أن نكون أيضًا وسيلة اتصال فعالة حتى نتمكن من نقل رؤية واضحة و«هدف القائد». وتعتبر أحد أكثر الطرق فعالية للقيام بذلك هي استخدام رواية قصص مقنعة وجذابة لأن «الحقائق تحكي والقصص تبيع»، وكثيرًا ما يُكلف القادة بعملية «بيع» رؤيتهم وأنفسهم إلى فرقهم.

لقد تعلمنا عن رحلة البطل في الفصل الخاص برحلة دوروثي. سنقوم الآن بدراسة بعض عناصر بناء الرحلة هذه المكون من ثلاثة أجزاء (الشكل 1.15) من منظور قائم على علم الأعصاب فيما يتعلق بكيفية مواءمته مع شكل آخر فعال وقديم يسمى البناء الدرامي للمسرحية المكون من ثلاثة فصول. فإن هذا النهج عندما يقترن بالرسائل المستندة إلى علم الأعصاب، يوجد نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية (Neuron 3-Act Play™)، والتي أثبتت نجاحها عبر الآلاف من حالات القيادة لعشرات الشركات الكبيرة والصغيرة.

نحن نروي القصص منذ فجر الزمان. فعندما تُحكى القصص بشكل جيد، فإنها عادة ما تتبع بناء المسرحية المكون من ثلاثة فصول الذي غالبًا ما تستخدم في مسرحيات شكسبير، وشعر أرسطو، وأساطير إيسوب، والأفلام التي أخرجها ألفريد هيتشكوك. أجرى الدكتور بول زاك دراسة قام خلالها فريقه بمتابعة إفراز مادة الأوكسيتوسين الجزيئي. وكما نتذكر فإن هذه المادة الكيميائية تحفز مشاعر الحب. اكتشف الدكتور زاك أننا يمكن أن نثير استجابة المحبة - مثل تلك الممنوحة لأفراد الأسرة أو الحيوانات الأليفة - عندما نضع رسالتنا ضمن قصة منظمة بشكل صحيح. يعمل هذا بشكل أفضل عندما نروي القصة باستخدام النوع الصحيح من الإطار والنهج.

ينجح البشر على أسلوب رواية القصص. فهي تشرك دماغنا وتساعدنا على ربط الأفكار، وفهم أنفسنا والآخرين، وتعلم المفاهيم المعقدة. فإن الدروس المستفادة من خلال رواية القصص هي كبيرة لدرجة أنها لا تنسى وغالبًا ما تترك انطباعًا أعمق وتأثيرًا أكبر، وأطول أمدًا في أذهاننا. فهي تتحدث بشكل مباشر أكثر إلى أدمغتنا العاطفية والغريزية وعامل البقاء لديهم أعلى من العروض التقديمية القائمة على المنطق.

على سبيل المثال، عززت شركة نورديستروم بشكل كبير علامتها التجارية وسمعتها عن طريق القصة الشعبية عن العميل الذي أعاد إطار الثلج. تعامل ممثل خدمة العملاء في شركة

نوردستروم بمرح مع الموقف وجعل العميل يشعر بالسعادة على الرغم من أن نوردستروم لا تتبع الإطارات. عندما تسمع أدمغتنا مثل هذه القصة، فإننا نحصل على تحفيز إفراز مادة الدوبامين في دماغنا وكأنها هذا الإفراز يعني «أعجب بي» وكذلك تحفيز آخر لمادة أو كسيتوسين وكأنه «ثق بي»، وهو الذي يعزز رسالة العلامة التجارية الخاصة بشركة نوردستروم «نحن نقدر العملاء.»

يشرح علم الأعصاب لماذا تعتبر القصص أكثر جاذبية وأطول بقاء في أذهاننا من قراءة نسخة كتاب مدرسي بالأبيض والأسود أو مشاهدته على شريحة باور بوينت. اكتشف الباحثون في إسبانيا، أثناء إجراء دراسات في عام 2006، أن بعض الكلمات المعينة مثل «روز» أو «النعناع» كانت مفهومة من قبل منطقة معالجة اللغة في دماغنا، ولكن أيضاً نشطت الشبكات في مناطق الحاسة الشمية التي تقوم بعملية الشم.

شم أدمغتنا رائحة وردة عندما نقرأ وصفاً للرائحة العطرة الحلوة، ألا تصدقني؟ تخيل ثمرة الليمون الحامض العصيري الأصفر اللامع. والآن أنت تأكل لب ثمرة من الموالح ويتدفق العصير الحامض عبر حاسة التذوق الخاصة بك. ألا يسيل لعابك بعد؟ فإذا لم يحدث ذلك، ربما تكون قد تدربت في وكالة المخابرات المركزية لخداع اختبارات كشف الكذب.

فإن الكلمات غير المرتبطة بحواسنا، مثل كلمة «زر» أو «معطف»، لا تثير أي شيء. أنت تُثبتُ الزرَ الموجود في قميصك الآن. هل تشعر بأي شيء؟ لم أعتقد ذلك.

حيث أن كلمات الحركة لها أيضاً تأثير مثير للاهتمام على دماغنا. فعلى سبيل المثال، إذا كنا نقرأ فيلم جيد والمؤلف يصف مطاردة عالية السرعة، فإن بعض الكلمات سوف تؤدي إلى إثارة القشرة (المخية) الحركية لدينا - وهو الجزء الموجود في الدماغ الذي يتحكم في الحركة العضلية. استخدم الباحثون نظام التصوير بالرنين المغناطيسي لإظهار أنه عندما يقرأ الأشخاص كلمات مثل «يركل» أو «يختار» أو «يلعق» فإن مناطق الدماغ التي تتحكم في أقدامهم أو أصابعهم أو لسانهم تبدأ في الانتباه أو الاستشارة.

وقال جيفري زاكر، مدير مختبر الإدراك الديناميكي في جامعة واشنطن في سانتلويس (Dynamic Cognition Laboratory)، أن علماء الأعصاب وعلماء النفس يخلصون إلى أن القصص يمكن أن تخلق محاكاة عقلية للأحداث الموصوفة. أجرى الدكتور زاك وفريقه دراسة

في عام 2009 حيث استخدمت فحوصات التصوير بالرنين المغناطيسي من أجل تسجيل مناطق مختلفة من الدماغ وهي التي حُفزت عندما كان يقرأ المشاركون القصص القصيرة. كشفت هذه الدراسة أنه عندما ندمج في الأحداث الخيالية التي تحدث لشخصية القصة، فإننا نشعر ونتفاعل كما لو كانت هذه القصة حقيقية. وسواء كان هذا الأمر حقيقياً أو أننا نقرأ عنه في كتاب جيد، فإنه يؤدي إلى إثارة نفس المناطق في دماغنا.

تنشط رواية قصة جيدة المناطق الموجودة في الدماغ التي تسمح لنا أن نحول القصة إلى تجارب ومفاهيم خاصة بنا. وهذا ما يطلق عليه الاقتران العصبي. كما أن الخلايا العصبية المرآتية لدينا تساعدنا على الشعور بما يشعر بطل الرواية. وأخيراً، عندما نقوم أدمغتنا بعملية معالجة الحقائق التي تنقل إلينا، تنشط منطقتي باحة بروكا وفيرنيكه (Wernicke و Broca) في أدمغتنا، جنباً إلى جنب مع المناطق الحركية، والحسية، والقشرة الأمامية لدينا.

## بناء القصة

أثبت الدكتور بول زاك أنه عندما كنا نتعرض لقصة ذات بنية درامية، فإن دماغنا يضح نوعين من المواد الكيميائية العصبية: ألا وهما؛ مادة أوكسيتوسين - هو هرمون الحب وقرأنا عنه في وقت سابق وهو الذي يرتبط بالعواطف، والثقة، والترابط - وكذلك مادة الكورتيزول - وهو هرمون الإجهاد الذي يحسن قدرتنا على التركيز.

وعندما أجرى الدكتور زاك أحد التجارب، أشار إلى أنه عندما شاهد المشاركون قصة الأب والابن المثيرة عاطفياً، أصبح العديد منهم أكثر انفتاحاً للقيام بالتبرعات الخيرية.

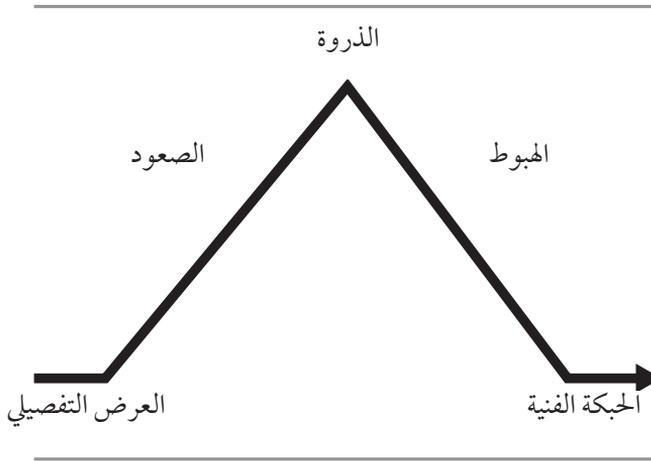
وقال زاك: «اكتشفنا أنه من أجل تحفيز رغبة الأشخاص في مساعدة الآخرين، يجب على القصة أولاً أن تحافظ على عنصر الاهتمام - وهو مصدر نادر في الدماغ - من خلال إثارة حالة الانتباه أثناء عملية سرد القصة. إذا استطاعت القصة خلق هذا النوع من الاهتمام، فمن المحتمل أن يشارك المشاهدون أو المستمعون المهتمين مشاعر الشخصيات الموجودة في القصة، وبعد الانتهاء من السرد، من المتوقع أنهم سيستمرون في محاكاة مشاعر وتصرفات تلك الشخصيات.

كما وجد الدكتور زاك أن بنية رواية القصص الفعالة التي من شأنها أن تثير إفراز هذه المواد الكيميائية العصبية يتمثل في هرم فريتاغ المجرب والحقيقي في (الشكل 2.15).

كان غوستاف فريتاغ روائياً ألمانياً في القرن التاسع عشر وهو الذي لاحظ عدة أنماط شائعة تختبأ في الحبكة الدرامية للقصص المكتوبة بشكل جيد قام بإنشاء رسم تخطيطي يصور بنية نموذجية واستخدم هراً من أجل رسم الحبكة الدرامية في القصة. قرر فريتاغ أنه من أجل استرعاء اهتمام القراء بشكل عاطفي في القصة، فإن القصص الجيدة بحاجة إلى أن تشمل هذه الجوانب؛ الحدث الصاعد، الذروة المقنعة، والحل المرضي.

إن الرسم التخطيطي للروائي غوستاف يشبه إلى حد كبير شكل البناء الدرامي الثلاثي للمسرحية الذي استخدمناه نحن البشر لسرد القصص منذ أن قام الإنسان البدائي بطعن حيوان اليبسون الأول وعاش من أجل أن يحكي عنه. استخدم شكسبير هذا الهيكل في العديد من الروايات بما في ذلك القصص الكوميدية والتاريخية والمأساوية.

كيف يمكن للقادة استخدام البناء الدرامي الثلاثي للمسرحية بغية التأثير وإلهام الآخرين لمتابعة الرؤية، وتبني هدف الشركة وغرضها، وإكمال المهام الصعبة عن طيب خاطر؟ كما تعلمنا من ضابط القوات البحرية السابق جيف جونز في فصل سابق، يمكننا أن نروي قصصاً مؤثرة ولا تنسى.



الشكل 2.15 القيادة

## الفصل الأول (الحدث الصاعد)

عندما أروي قصة من أجل إقناع شخص ما سواء كانوا مرؤوسين، أقران، متفوقين، أو جمهور كبير من المشاهدين، فإن هدي في الفصل الأول يتمثل في أن أجعلهم «محبونني» أو يُحب بطل الرواية بشكل عاطفي عن طريق زيادة مستوى مادة الدوبامين في دماغهم. هذا الناقل العصبي يجعلنا نشعر بالارتياح ويضع الأساس اللازم للثقة - وهو أمر ضروري في إقناع أي شخص.

وقال الدكتور غارسيا فريسكو: «تُخزن العواطف في مراكز الذاكرة الخاصة بك جنبًا إلى جنب مع الأحداث التي أثارت تلك المشاعر. كلما كثرت الأحداث العاطفية التي نمر بها في الحياة كلما ازدادت الذكريات التي نكونها. تتأثر قراراتنا لا شعوريًا بالأحداث المخزنة والعواطف التي تثيرها. تحب آدمغتنا أسلوب الأنماط. إذا كان لدينا ذكرى لحدث ما أثار استجابة سعيدة لدينا، فإننا كلما واجهنا حدثًا مماثلًا لهذا، فإن دماغنا سوف يرشدنا لا شعوريًا لاتخاذ قرار حتى يتمكن من التمتع بهذا الشعور السعيد مرة أخرى.»

نعرض في الفصل الأول مزيجًا من منهج حب اللودس العاطفي والمحب للعب، فضلًا عن منهج حب أغاب الذي يتسم بالسخاء. وفي «القصة» التي نرويها نبدأ بمشاركة جمهورنا في العالم العادي كما هو موضح في نموذج رحلة البطل.

يراعي الكتاب الكبار في الفصول القليلة الأولى من الكتاب جذب انتباه القارئ وربطه عاطفيًا مع بطل الرواية. قد تكون أنت هذا الشخص، أو عميل، أو موظف، أو صاحب مصلحة، أو شخصية خيالية وهو الذي يعمل على توضيح وجهة نظره. فإن اللفظ الفعال هنا هو كلمة عاطفية. لذا في هذا الفصل، نحن بحاجة إلى مناقشة الدماغ العاطفي بشكل رئيسي. إننا بحاجة إلى إثارة عواطف المرء وخلق «شخصية متعاطفة». غالبًا ما يستخدم الكتاب التقنية الترابطية للقيام بذلك. أو على سبيل المثال، يمكنك أن تُظهر بطل الرواية الخاص بك الذي يقدم حسن الخلق أو الحب إلى شخص ما، أو بقدر ما تكون لديك هذه المشاعر النبيلة تهبها للآخرين. يمكن أن يكون لديك من الصفات النبيلة أبسطها مثل مداعبة كلب أو مساعدة سيدة عجوز في أن تعبر الشارع.

يعد دماغنا العاطفي من الأنواع البصرية أكثر، لذلك نحن بحاجة إلى الامتناع عن استخدام الكثير من النسخ، والحقائق، والأرقام، والرسوم البيانية، وما إلى ذلك. وقال الدكتور

غارسيا فريسكو: «نحن مخلوقات بصرية جداً. وأننا نعالج المدخلات البصرية أسرع بكثير من أي شيء آخر، وبالتالي فإن الصورة البصرية يمكن أن تثير اتخاذ قراراً أسرع. يمكنك استخدام رواية القصص من أجل رسم صورة لذاكرة الحاضر في عقولهم والتي من المحتمل أن تؤدي إلى عودة ظهور ذاكرة ماثلة لديهم أو حتى إنشاء ذاكرة أخرى جديدة وممتعة.»

نحن بحاجة إلى وصف العالم العادي لبطل الرواية باستخدام التفاصيل الملونة والبصرية وإظهار أنهم إما سعداء أو محايدين، ولكنهم لم يحققوا هدف وغرض حياتهم بعد. ثم نقوم برفع الصوت بالحديث ونقول «هيا إلى العمل». وهذه حالة يصبح فيها بطل الرواية متحمساً للعمل. وعادة ما يفرض البطل الدعوة إلى العمل إلى أن يقنعه مرشد باتخاذ هذه الخطوة الأولى في الفصل الثاني.»

على سبيل المثال، من أجل مساعدة الفريق على تبني الهدف والغرض الذي يدفع شركة الأدوية لتحقيق النجاح، قد تستخدم قصة عن الأم التي كانت في عالم عادي سعيد حتى شخص ابنها جوني بالإصابة بمرض خطير. لقد أصبح المرض خصماً لها. تلقت الأم دعوة للعمل بسبب شيء قام به الخصم، لكنها مضطربة جداً لدرجة أنها لا تستطيع اتخاذ هذه الخطوة الأولى لاستكشاف خيارات العلاج. وأخيراً، يقنعه طبيب صديق لها للبدء في رحلة بطلها (Hero's Journey) من أجل العثور على علاج لابنها جوني الصغير.

يجب أن يتضمن الفصل الأول حوالي 25 بالمئة من قصتنا بأكملها.

## الفصل الثاني

ويعد هدفي في الفصل الأول هو أن أجعل جمهوري «يثق بي» أو في بطل الرواية عن طريق رفع مستوى مادة الأوكسيتوسين في أدمغتهم. تساعد مادة «الحب» الكيميائية هذه على بناء الثقة الغريزية ويمكن أن تقلل من مستويات إفراز مادتي النورإبينفرين والكورتيزول، والتي تنتجها أجسامنا عندما نتعرض لحالات مخيفة، خطيرة، مرهقة، أو مواقف غير موثوق بها. وبقدر ما يبدو هذا غريباً، يتمثل هدفنا في البداية في تخفيض إفراز مادتي النورإبينفرين والكورتيزول بشكل مؤقت، عن طريق رفع الاحساس بالمخاطر في قصتنا جنباً إلى جنب مع التوتر والقلق والخوف. كما اكتشف الدكتور زاك أن زيادة مستوى الكورتيزول أيضاً تحسن قدرتنا على التركيز.

ونستخدم في هذا الفصل مزيجًا من منهج حب إيروس الفضولي والعاطفي بالإضافة إلى منهج حب فيليا الذي يتسم بالشجاعة والإخلاص.

وقال الدكتور غارسيا فريسكو: «في الواقع تنتج قراراتك من تأثير الدماغ الزواحف: وتحتاج إلى الاتصال بالجزء الغريزي الأساسي من الدماغ قبل أن تحاول حتى عقلته شيء ما للناس.» «نريد جميعًا أن نؤمن بأننا نتخذ قرارات عقلانية ومدروسة جيدًا، ولكن الواقع يظهر أن جميع قراراتنا تبدأ كأنها قرارات عاطفية أو غريزية باستخدام الدماغ الزواحف أو العاطفي لدينا. ثم نتخذ الخطوة الثانية لتبرير هذه القرارات في دماغنا العقلاني. وهذا يعني أن عملية اتخاذ القرار الأساسي تعتمد في المقام الأول على غرائزنا وعواطفنا الأساسية».

ففي قصتنا الخيالية التي بين أيدينا، تتأثر الأم في البداية بشكل عاطفي بالطبيب المرشد لها، ولكن بعد ذلك يجب أن تواجه مجموعة من الصعوبات الغريزية بمفردها. يستخدم أفضل الكُتاب الوقت كعنصر للحبكة الدرامية من أجل تصعيد التوتر وزيادة المخاطر، حيث أن بساط الوقت ينسحب من تحت قدم البطلة لدينا ويجب عليها العثور على الماجوفين (عنصر التشويق) قبل فوات الأوان. ويعتبر الماجوفين في نموذج قصتنا هذه هو العلاج اللازم لجوني. تزداد حالة جوني المرضية سوءًا بسرعة ويجسر جوني الصغير المعركة. تستكشف الأم الخيارات بشكل جنوني إلا أن جهودها تجبب في كل مكان عن طريق هؤلاء الأشرار الآخرين. قد يكون هؤلاء الأشرار هم شركات للمنتجات الصحية الاحتمالية أو الأدوية غير المثبتة، وهذه الشركات هي التي تعد بتوفير العلاج ولكن بعد ذلك يسرقون المال ويختفون. ويعتبر عامل السرعة أمر بالغ الأهمية في هذا الفصل. يجب أن نستخدم أفعالاً توحى بالنشاط أكثر، وجمل وقرارات تكون أقصر، ونسرع من وتيرة العمل.

في نهاية الفصل الثاني، تُوجه بطلتنا أخيرًا في الاتجاه الصحيح عن طريق ممرضة سمعت عن معجزة طبية للشفاء. فقد أبلغ مندوب مبيعات من شركة الأدوية الخاصة بنا الممرضة عن العلاج. ومن خلال تحفيز هذه الممرضة للأم، تقرر الأم البحث عن شركتنا وقدرتها على توفير العلاج اللازم لهذا المرض.

فمن خلال تقديم لمحة أمل قرب نهاية هذا الفصل، يمكننا تقليل معدل الكورتيزول ورفع مستوى مادة أوكسيتوسين وبالتالي تزداد الثقة، والتي تقودنا إلى بداية الفصل الثالث.

يجب أن يتضمن الفصل الثاني حوالي 50 في المئة من مضمون قصتنا.

## الفصل الثالث

في الفصل الثالث، يكمن هدفي في أن أجعل جمهوري «يصدقني» أو يصدق بطل الرواية بأن أكون أكثر منطقية وموثوقة. سأقوم بذلك عن طريق رفع مستويات مادة السيروتونين وحمض جابا لعله من تأثير مهدئ على دماغنا، الذي يمكن أن يساعد في جعلنا أكثر تقبلاً للمعلومات المنطقية. ومن أجل تحقيق ذلك، سوف أستخدم مزيجاً من منهج حب ستورج الذي يتسم بالموثوقية وكذلك منهج حب براغما الذي يمكن الاعتماد عليه كما سأنقل المزيد من الحقائق والأرقام والخيارات. وقد أظهرت الدراسات أن التصور الإيجابي يمكن أن يزيد من مستويات مادة السيروتونين في الدماغ، وتعتبر أفضل طريقة للقيام بذلك عن طريق الاندماج في قصة جذابة.

في خضم قصتنا الخيالية هذه، تعلم الأم عن العلاج، وهي على استعداد للثقة بنا، ولكنها أصبحت متعبة ومشوشة جداً في الفصل الثاني لدرجة أنها ليست متأكدة من الخيار الذي يجب عليها القيام به. في غضون هذه الأحداث، يذكر الأطباء أن جوني ليس لديه سوى القليل من الوقت في الحياة.

في الواقع، لقد اكتشفوا للتو أن الوقت المتاح لنا الآن أقل مما كان يعتقد سابقاً. فإذا لم تجد الأم علاج في القريب العاجل فإن جوني سوف يموت.

تُجبر الأم على التفكير بعمق والعثور على قوة داخلية لم تكن تعرف أنها كانت تمتلكها من قبل. ويجب عليها الآن أن تبذل ما بوسعها وتفعل كل ما يلزم لإنقاذ ابنها. لذا قررت الأم المخاطرة والثقة في شركتنا من أجل توفير العلاج. ففي هذه المرحلة المتأخرة، لا توجد أي ضمانات ولكننا أفضل أمل منطقي بالنسبة لها. ففي مشهد ذروة الإثارة، كاد جوني الصغير ألا ينجو من المرض ولكن أنقذ في اللحظة الأخيرة على يد أطباء أكفاء والدواء الذي تقدمه شركتنا.

في هذا الفصل، نسعى جاهدين إلى توفير الشعور بالهدوء والاطمئنان عن طريق رفع مستويات مادة السيروتونين وحمض أغاب في دماغ مشاهدينا. على سبيل المثال، عندما نقرأ رواية بوليسية كبيرة، فإننا نشعر بالدهشة من الطريقة التي جمع بها بطل الرواية بشكل منطقي بين كل القرائن والحقائق ويلقي القبض على القاتل بشكل استنتاجي.

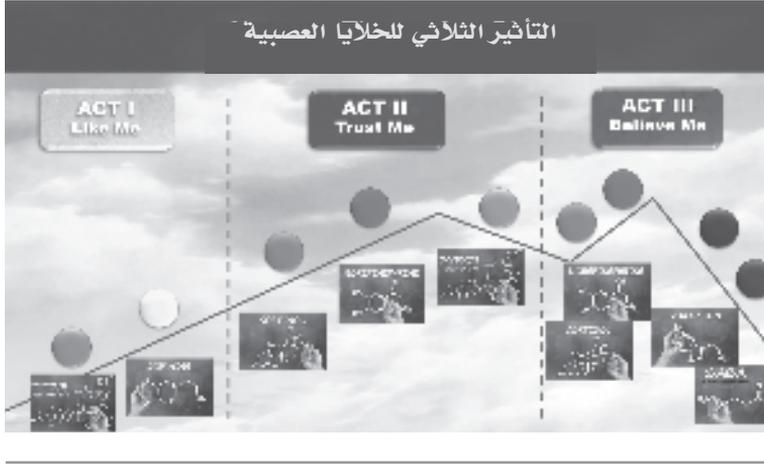
في قصتنا هذه تعود الأم إلى عالمها العادي مع جوني بجانبها، وتضطر إلى إحضار «الإكسبر السحري»، وهو الأدوية الخاصة بشركتنا، إلى جميع الأشخاص الذين يمكنهم هنا. تصبح الأم بعد ذلك الشخص الذي يقوم بالدعاية والمتحدث باسم الشركة، وتُنقذ الآلاف من الأرواح في الوقت المناسب. كيف حدث هذا؟ نظرًا لاعتقاد أحد مندوبي المبيعات أن منتجات شركتنا يمكنها وسوف تنقذ الأرواح. أصبحت متحمسة لإعلام أكبر عدد ممكن من الأطباء والمرضات، وأخبرت واحدة من هؤلاء المرضات بطل الرواية لدينا. وهكذا، أصبح جوني الصغير حي على قيد الحياة، ويتمتع بالسعادة والصحة الجيدة.

يجب أن يتضمن الفصل الثالث نسبة الـ 25 بالمئة المتبقية من قصتنا.

وتعتبر القصة أعلاه أحد الأمثلة على كيفية استخدام نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية (الشكل 3.15) لنقل رؤية المنظمة، وهدفها، وغرضها، وتكليف الموظفين بشكل عاطفي من أجل تبني «هدف القائد» عن طيب خاطر وأن يصبحوا دعاة مروجين لمنتجاتها أو خدماتها. في ورش العمل، وكنت أتعلم جدًا في الاستفادة من نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية واستخدام علم الأعصاب في القيادة والمبيعات، وتطبيقات التسويق. وفي حلقات العمل هذه، كنت أناقش أيضًا ثلاثة عناصر إضافية هامة.

## المبدأ الثلاثي

هناك سبب وراء قولنا «واحد، اثنان، ثلاثة»، «مكانك، استعداد، انطلق»، و«هيا نبدأ عند العدّ لثلاثة». تشتمل المسرحية الثلاثية على ثلاثة فصول لأن عقولنا تحبها بهذه الطريقة. بينما يتضمن محتوى بعض المسرحيات خمسة فصول، تكشف الملاحظة الأوثق أن هذين الفصلين الإضافيين هما في الواقع «أعمال فرعية» وأن هذه القصص لا تزال تحتوي على ثلاثة أجزاء رئيسية: المقدمة، والذروة، والنهاية.



الشكل 3.15 نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية

المصدر: الرسم من إعداد المؤلف. التقط الصور زيور، Dreamstime.com.

ف نجد أن الدماغ البشري يألف بشكل وراثي التفكير بطريقة النموذج الثلاثي. ولا نحب معالجة أكثر من ثلاثة أشياء في وقت واحد. ومن الواضح أن المسوقين الذين يقدمون للزبائن عشرات «المقترحات القيمة» في وقت واحد ليسوا على علم بهذا المبدأ الأساسي للطبيعة البشرية. ولذلك عندما يقدم القادة شيء ما للفرق أو أعضاء مجلس الإدارة، فمن الأفضل التركيز على ثلاث نقاط رئيسية فقط في كل مرة. ينبغي ألا تشمل كل شريحة باور بوينت أكثر من ثلاث نقاط نقطية. من الأفضل عندما تقوم بنقل معلومات مؤثرة عاطفياً وغريزياً، أن تستخدم صور فعالة عاطفياً وغريزياً وقليل من الكلمات أو بدون كلمات تماماً.

### مبدأ التناقضات Principle of Contrasts

يجب أن نستخدم التناقضات ضمن كل قصة وعرض نقدمه. يجب الدماغ البشري أن يرى صورة قبل التغيير وبعده، أي أنه يجذب رؤية أين يكون الشخص وإلى أي مكان يمكن لهذا المرء أن يصبح. نريد أن نتصور قوس الشخصية التي تأخذنا من عالمنا العادي غير العظيم إلى مستقبل

مشرق حيث نجد الإكسیر السحري وبالتالي نقوم بإحضاره إلى المنزل لمشاركته مع الآخرين.

عندما نروي قصة، فإن الأمر كله يتعلق بالتناقضات عندما نقوم بنقل الشخصيات من خلال رحلة البطل. من الأفضل في العروض التقليدية أن نستخدم الصور جنبًا إلى جنب مع إظهار موقف لحالة متوسطة أو سيئة على الجانب الأيسر من الصورة، بينما نضع على الجانب الأيمن صورة لحالة تتمتع بالسعادة القصوى. فلا أهمية هنا إلى استخدام الكلمات، لأن هذه الصور سوف تناشد الدماغ العاطفي.

(ألا تحب أن تكون هنا بدلاً من المكان الذي أنت فيه الآن؟) كما أنه يخاطب الدماغ الغريزي (هل تريد حقاً أن تخاطر بفقدان فرصة لكسب السعادة القصوى؟).

«تقدم طريقة المقارنة والتناقض للناس نقطة مرجعية. كما أنها تسمح للناس بمقارنة تجاربهم الشخصية. قال الدكتور غارسيا فريسكو: «كلما أظهرت المزيد من التناقضات، كلما أصبحت وجهة نظرك أكثر وضوحًا».

### مبدأ التصعيد Principle of Escalation

ففي إطار المسرحية الثلاثية الفصول، يجب أن تتصاعد الأحداث في كل قصة. ومن أجل تقدير هذا التصاعد، دعونا نفترض في قصتنا هذه أننا نستخدم مقياس التوتر الذي يبلغ مقياسه ما بين الأرقام 1-10 ويكون الرقم (10 هو المقياس الأعلى). يتراوح مقياس التوتر للبطلة في الفصل الأول في عالمنا العادي بين 1 أو 2. وثمة شيء ما يحدث يدفعها للخروج من منطقة الراحة الخاصة بها ويزداد التوتر حتى يصل إلى 3 أو 4. في الفصل الثاني، يتصاعد مستوى التوتر بسرعة ويصل إلى 7 أو 8 عن طريق زيادة المخاطر في المسرحية. وعندما نصل إلى ذروة القصة في الفصل الثالث، ينبغي أن نكون قد وصلنا إلى المستوى 10 من التوتر حيث يخوض بطل الرواية المعركة الحاسمة مع الخصم في هذا الفصل. يمكننا بعد ذلك تقليل حدة تصعيد التوتر مرة أخرى إلى أن يصل إلى 1 أو 2 بينما يسلم بطلنا الإكسیر السحري وأصبح كل شيء على ما يرام.

للمزيد من المعلومات عن نموذج التأثير الثلاثي للخلايا العصبية، قم بزيارة الموقع أدناه.