

فن العرض والتقديم

تقنية "عقلة الأصبع"
تجعلك المتحدث الأفضل

English Edition Copyrights

The Presentation Coach
Capstone Publishing Ltd. (A Wiley company),
The Atrium, southern Gate, Chichester,
West Sussex, PO19 9SQ,
United Kingdom

حقوق الطبعة الإنجليزية



حقوق الطبعة العربية

عنوان الكتاب: فن العرض والتقديم

تأليف: جراهام جافيز

ترجمة: زكريا القاضي

الطبعة الأولى

سنة النشر: 2019

الناشر: المجموعة العربية للتدريب والنشر

8 شارع أحمد فخري - مدينة نصر -

القاهرة - مصر



تليفون: (00202) 23490242

فاكس: (00202) 23490419

الموقع الإلكتروني www.arabgroup.net.eg

E-mail: info@arabgroup.net.eg

E-mail: elarabgroup@yahoo.com

حقوق النشر:

جميع الحقوق محفوظة للمجموعة العربية للتدريب والنشر ولا يجوز نشر أي جزء من هذا الكتاب أو اختزان مادته بطريقة الاسترجاع أو نقله على أي نحو أو بأية طريقة سواء كانت إلكترونية أو ميكانيكية أو خلاف ذلك إلا بموافقة الناشر على هذا كتابة ومقدما.

فن العرض والتقديم/ تأليف: جراهام

دافيز؛ ترجمة: زكريا القاضي،

القاهرة: المجموعة العربية للتدريب

والنشر، 2019 - ط1

319 ص: 24x17 سم.

التقييم الدولي: 9-139-722-977-978

1 - المسرح - نقد

أ. القاضي، زكريا (مترجم)

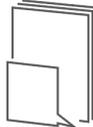
بد العنوان

ديوي: 015,792

رقم الإيداع: 2019/15643

تنويه هام:

إن مادة هذا الكتاب والأفكار المطروحة به تعبر فقط عن رأي المؤلف - ولا تعبر بالضرورة عن رأي الناشر الذي لا يتحمل أي مسئولية قانونية فيما يخص محتوى الكتاب أو عدم وفائه باحتياجات القارئ أو أي نتائج مترتبة على قراءة أو استخدام هذا الكتاب.



منحة الترجمة

Translation Grant

صندوق منحة الشارقة للترجمة
Sharjah Translation Grant Fund

فن العرض والتقديم

تقنية عقلة الإصبع

تجعلك المتحدث الأفضل

تأليف

جراهام دافيز

ترجمة

زكريا القاضي

الناشر

المجموعة العربية للتدريب والنشر



2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المحتويات

لماذا يتحتم إصدار كتاب آخر عن فن العرض والتقديم 13

19 الفصل الأول: الأساسيات

طريقة عقلة الإصبع .. لماذا التجريدية ؟ 21

التحدى 22

منهجية الكتاب 24

الشروط (القيود) التي ينبغي اعتبارها 32

النتيجة 35

39 الفصل الثاني: اعرف جمهورك

الأساسيات البحتة 41

حلل جمهورك 43

أسلوب قناة الإعداد الخطي 45

الأسئلة 50

تحديد مواضعك 53

خطوات العمل 55

57 الفصل الثالث: كتابة الخطاب

جمهور اليوم الحديث 58

59	كتابة الخطاب المركز
61	سمات الخطاب المركز
61	إقامة العرض التقديمي على الخطاب المركز
66	أسئلة ابتكار الخطاب المركز
68	اختبار الخطاب
69	القيود الزمنية
71	القابلية لتبني المفهوم
73	تشوش
73	أداة الإنصات
74	خطوات كتابة الخطاب

75 الفصل الرابع: الأصل الصلب للمحتوى

79	مرشح الخطاب المركز
80	مرشح الحقائق
84	المرشح المضاد
86	ملخص استخدام المرشحات
87	من الترشيح إلى تكوين المجموعات
88	تكوين المجموعات
89	البحث عن الأخطاء الفادحة
90	خطوات عملية

93 الفصل الخامس: اكتبها .. اقرأها .. حررها

94	اكتبها
96	مميزات الكتابة

97	النص المرجعي
98	اقرأ من أجل المعنى
98	تعديل من أجل التأثير
100	البنية
102	السينور أم هوليوود؟
107	الخطوات العملية:

109 الفصل السادس: الكلمات الأولى الشهيرة

109	البداية
110	وظيفة الطفرة (أو الصقل)
112	البدايات الرائعة تلهم أسئلة عديدة
113	لا تختلق الأعذار
113	لا تبدأ العرض بطرح الأسئلة
114	من البدايات التي تنضح بالابتدال
118	النهاية
120	استمرار عمليات الصقل (طوال الوقت)
120	قائمة بالأشياء الواجب تفاديها

123 الفصل السابع: استخلاص النقاط الأساسية

124	لماذا لا يجب أن تعتمد على الذاكرة فقط؟
126	الملاحظات
128	طريقة إعداد الملاحظات
130	وهذه النتيجة مرغوبة للغاية لسببين
134	نصوص ورقية

136..... جهاز عرض الكلمات

140..... الفضول وحب الإستطلاع

141 الفصل الثامن: اعرض... إذا لم يكن لك بُد

142..... الأسطورة

144..... الواقع

145..... الاستخدام العملي

146..... توجهك الفكري بشأن شرائح العرض

147..... وصايا منهجية " عقله الأصعب " في استخدام شرائح العرض

152..... إذا لم يكن لك بد...

154..... استخدمها ولكن دون إفراط

165 الفصل التاسع: تحكم في نفسك

165..... التحكم في الأعصاب

168..... تقنيات خاصة

178..... تحكم في جسدك

181 الفصل العاشر: التحكم في اليوم

181..... الأجواء (البيئة التي حولك)

190..... تسلسل التسليم

192..... الإجابة عن الأسئلة

193..... الكثير من الأسئلة المعدة لتسأل نفسك

195 الفصل الحادي عشر: التحكم في الأسئلة والإجابات

- 195..... إرشادات التوصل
- 198..... صيغة (FIR) (المواجهة والتمثيل والإيجاز)
- 200..... صيغة (SSS): قلها ودعها واختمها
- 202..... صيغة التوقف والصقل (PS)

205 الفصل الثاني عشر: أظهر ابتسامتك

- 211..... الإشارة الموضوعية العامة
- 212..... الإشارة الموضوعية المحلية
- 213..... الإهانة
- 214..... الاقتباسات
- 214..... الاختيار الحريص

225 الفصل الثالث عشر: تكيف مع عرض "ما بعد العشاء"

- 228..... بعض الأسئلة لطحها
- 230..... كتابة ذاك الشيء البغيض
- 234..... حان الوقت لخطابه المركز
- 238..... جمع المادة
- 239..... المنقذين

243 الفصل الرابع عشر: هل يتحتم عليك أن تقبل هذه الدعوة؟

- 246..... الطول (المدى)
- 247..... شرائح العرض

247.....	مشكلة الأشياء التي يتم تناولتها للجمهور
249.....	تقديمك
250.....	الموسيقى
250.....	ماذا يعنى بـ « الفاصل »؟

253 الفصل الخامس عشر: مواقف أعمال تجارية مثيرة للتحدي

254.....	تقديم متحدث آخر
258.....	التقديم جلوسًا
259.....	ترتيب أنماط الجلوس
260.....	عروض الفريق
264.....	إجابة الأسئلة... مرة أخرى!
271.....	مناقشات محددة (يمكن التحكم بها)
278.....	متطلب الدقيقة الأخيرة
281.....	العرض أمام مجلس الإدارة

285 الفصل السادس عشر: مواقف شخصية مثيرة للتحدي

286.....	الأحاديث التي تلقى في حفلات الزفاف
289.....	اختيار الحكاية/ النادرة
299.....	تشكيل البداية
299.....	القائمة المصغرة
305.....	الشكوى
307.....	الدروس الرئيسية
307.....	الحصول على تصنيف

311 موجز تقنية « الخط الأنبوبي
312 المصطلحات الرئيسة المتعلقة بتقنية "عقلة الإصبع المجردة"
314 نبذة عن المؤلف
315 شكر وتنويه
317 من أهم مصطلحات الكتاب

لما نأ يتحتهم إصار كتاب أفر

عن فن العرض والتقديم

طوال العشرين سنة الماضية، ظللت أمزج بين أدوار المتحدث المحترف ومستشار العرض وتدريب الناس على كيفية إيصال الرسالة المنطوقة لديهم إلى جمهورهم، أداءً ومضموناً.

لقد أجريت أول حديث لي - أمام جمهور مستمعين - وأنا في الثالثة عشرة من عمري، ولم أكن وقتها متألقاً فيما يخص غرض الحديث أو هيبة الظهور أمام جمهور؛ لأنني كنت بالفعل أؤدي ذلك في مسابقات متعلقة بالتحدث بالإنجليزية أمام جمهور منذ أن كان عمري عشر سنوات.. وعلى أية حال، فإن هذه المسابقات كانت تتضمن: تعلم الشعر، الاستشهاد بعبارات من الإنجيل أو بمشاهد من مسرحيات. ولم أكن مضطراً إلى ابتداء لغتي أو مفرداتي الخاصة بي. وفجأة، عند اضطراري لأن أكون مطالباً باستخدام لغتي وكل ما يصدر من فمي من مفردات، بدأت وقتها، اشعر بالخوف.. لم يتباني خوف من التحدث في حد ذاته، ولكن لدي خوف من الإعداد لهذا التحدث.

لقد أقنعتني تلك الخبرة الطفولية بمدى الحاجة إلى عملية الإبداع، التي يمكن أن

تعتمد على توليد مادة مؤثرة وذات نتيجة؛ إنني لا أود أن ينتابك ذلك الشعور بالغرق؛ الذي ينجم عنه تقلصات مؤلمة في المعدة، والذي ينتابك حالما تجلس في مواجهة ورقة فارغة أو شاشة حاسوب خالية، وسؤال يعصف بتفكيرك، مؤداه: « كل ما في الأمر أني لا أعرف من أين أبدأ ».

فيما بعد، وفي مرحلة الجامعة، وكعضو مستمع، في قسم الاجتماع بجامعة كامبردج، استمعت إلى بعض الأحاديث الرائعة من نوعية متباينة للغاية من المتحدثين العظام، تتراوح من "إنوك بوويل" إلى "باري همفريز". وحتى على الرغم من إدراكي بأنني كنت غالباً أستمع إلى الصفوة المتألقة من المتحدثين، إلا أنه كان أمراً عادياً أن اكتشف أنه من الصعب عليّ أن أتذكر ما كانوا يقولونه في اليوم التالي لاستماعي إليهم - أو حتى لعدة دقائق محدودة من انتهاء حديثهم - وكان المستمعون الآخرون يخبرونني بأنهم عانوا من المشكلة نفسها.

لذا، فإنني حاولت - كطريقة لتحسين خبرتي الاستماعية - أن أخص وأبلور أجمل وأهم ما كان المتحدثون الضيوف يقولونه... عندما أستمع إليهم، وبتلك الطريقة، استطعت أن أتذكر وأقف على «النقاط الأعظم تأثيراً» في حوارى مع الآخرين.. وفي نهاية الأمر، استطعت بالفعل تحديد «النقاط الأكثر روعة» في أى حديث يتم أمامى.

وسرعان ما أدركت أن كَبَسَلة (يقصد المؤلف وضع نقاط الحديث/ الخطبة في كبسولات مركزة بما فيها من مضامين - المترجم) الحديث/ الخطبة أو مضمونها في عبارات محكمة نافذة، يؤتى ثماره المرجوة: «إعداد» كآلية تماثل في أهميتها ودورها آلية الاستماع، وبدأت تدريجياً في إدراج ذلك المفهوم ضمن (الأحاديث/الخطب) التي أكتبها لنفسى وللآخرين .

وفي وقت لاحق، لإنهاء دراستى في كامبردج، كنت أقوم بإلقاء حديثين أو ثلاثة أحاديث أسبوعياً، وأقدم النصيحة لأناس آخرين عديدين فيما يتعلق بالأحاديث التي

يلقونها والأنشطة المرتبطة بها، ولأننى كذلك كنت أمارس العمل «مهام» فقد كنت أقوم بأداء أحاديث أدبية يومية، كمرافعات، في المحكمة. ومهما يكن من أمر، كنت أدقق فيما كان يتحتم عليّ أن أقوله، دون أن أعرف - حقيقة - الوسيلة أو الأسلوب الأكثر فعالية وتأثيرًا للقيام بذلك.

في عام 1994م، تلاقيت و"دان بوند"، وأسسنا معًا المكتب الاستشارى لفن تقديم الأحاديث / الخطب الحية (أى المباشرة والتي تحدث لحظتها أمام جمهور، ودون تسجيل - المترجم)، لقد كانت خلفية "دان" في تقديم الأحاديث / الخطب تتعلق بعمليات إدارة التقديم المسرحى (أى خطبة / حديث على خشبة مسرح) وإدارة المؤتمرات.. وهي بشكل ما أو آخر - مختلفة عن الاتجاه أو المدخل الذى دلفت منه إلى لعبة العرض .

لقد ظللنا نعمل معًا سنوات عديدة من الاستشارية والتدريب على العرض، إلا أننا كنا نعلم أن مانقدمه من نصائح، لم يكن ليتعدى صقل شكل العرض وتلميحه، أكثر من كونه قاصدًا محور العرض ذاته ومضمونه؛ لذا، قمنا بتنفيذ وعمل مجموعة ضخمة من الأبحاث المتعلقة بتقنيات العرض، والتي كانت سائدة وذات ذبوع وانتشار في ذلك الوقت .

لقد كنا نشعر بالأمرين المتناقضين معًا: (التشجيع والإحباط)، من الحقيقة، والتي كان مؤداها: أننا لم نتلق - بالفعل - نصيحة، يعتد بها، من جهة أى مؤلف. وكان الاستثناء متمثلًا في الجزء الأول من كتاب، ألفه "ساندى لينفر" بعنوان «تحدث واحصل على نتائج» عام 1991م؛ لقد أظهرت فهمًا عميقًا للجمهور، كجزء أساسى، من التحدث إليهم ليتقبلوا رسالة المتحدث، وهذا بالفعل يكون حسًا مدرّكًا لدينا؛ لأنه كان اتجاهاً محوريًا في تدريبنا الذى نقوم به للآخرين .

لقد أعطت المؤلفة اصطلاحًا لما أسميته ب «قبول الجمهور (المستمعين) لرسالة المتحدث»، اطلقت عليه «النقطة x» بيننا نحن نفضل الطريقة التي تستخدم تلك النقطة،

بشكل أو بآخر؛ لذا أطلقنا على تلك النقطة مصطلح « النتيجة »، إلا أن إشارتها إلي وجود «خريطة ما» ووجود «رحلة ما» للجمهور، حسب معالم هذه الخريطة، قد توافقت - إلي حد بعيد - مع تجربتنا وخبرتنا الذاتية .

وعلى أية حال، فإن مفهومها عن «الرسالة» لم يكن محكمًا بدرجة كافية.. لقد شعرنا بأن هناك حاجة لأن يكون المفهوم أكثر دقة وتماسكًا فيما يتصل بالمحور الأساسي لعملية الإعداد للعرض، كما أن منهجها للكلمات الافتتاحية للعرض لم يلق قبولاً لدينا؛ حيث كان يشجعك على نحت الأقوال المتعارضة، أو التي لا تخطى بقبول عام واتفاق حول مضمونها، وأنها تفضل بدلاً من ذلك أن تخبر من تتحدث إليهم بشيء هم يعرفونه - أو يتفوقون عليه - بالفعل.

وعندما تناول كتابها مسألة البدء في العرض، لم نكن مرتاحين إلى تأكيدها لأهمية تمرينات التنفس والصوت؛ لأننا كنا نعلم أن هناك عددًا محدودًا من العملاء، ممن لديهم الوقت أو الانتباه الكافي للقيام بذلك - على أرض الواقع - عند تحديثهم بالفعل.

ولكن كيف يمكننا التأكد من أن الجمهور لا يقف - أبدًا - على بُعد خطوة واحدة من الممر، أو الطريق الحاسم المفضي إلى التنوير؟ لا يوجد دليل واحد من منظومة الأدلة التي في السوق، يمكنها أن تقدم الحقيقة أو القول الفصل في هذا العدد. ومن الناحية الموضوعية، فالأمر بسيط للغاية، إذ تعد العملية الخطية لإعداد العرض أقوى الوسائل المستخدمة للتأكد من موقع الجمهور بالنسبة للحظة التنوير.. إن كل شيء جربته في "كامبردج"، وفي الأحاديث التي قمت بها بنفسى، وفي مجال التدريب على العرض، قد أوصلني إلي تلك النقطة التي علمتني أن إيجاد أو إبداع محتوى (لحديث/ خطبة) يجب أن يتم من خلال مدخل يتسم بالأسلوب التنظيمي الأكثر أبعادًا وانتشارًا .

وفي هذا الكتاب.. سوف أبين لك تلك الطريقة المحكمة التي ابتدعتها أنا ودان، وقمنا بتنميتها طوال خمسة عشر عامًا، ويمكن لهذه الطريقة المحكمة أن تساعد أي

شخص على إعداد العرض وتقديمه.. لقد كان مدخلنا المتميز يتضمن « استخدام الشكل الخطى الأنبوبي في العرض »، والذي يجبرك على تبني مدخل إبداع أو تكوين العرض في خط مباشر، كما أنها تساعدك في إبداع العبارات التي يمكن تذكرها أو تكرارها، فيما أطلق عليه «عبارة حاكمة» والتي من خلالها يتم التحكم في كتابة المحتوى.. سوف نوضح لك الكيفية التي يتم بها استخدام مرشحات خاصة لتحويل المحتوى المسودة إلى محتوى نهائي (صالح للعرض).. لقد انتصرنا للعبارات التي تتم صياغتها ذات النعمة الحادة (الملفئة للاهتمام)، والتي تسمى عبارات «قف واستمع»، تلك العبارات التي تستأثر بالاهتمام خلال فقرات العرض، من بدايته إلى نهايته.

وكل هذا يمتزج مع بعضه البعض، مدعماً بإمكانات "الباور بوينت"، ومضافة إليها كل المقترحات العملية البناءة من قبل النخبة الأولى المتميزة لمجموعة المتحدثين المحترفين العالمية لمجموعة (وارين إيفانز)، ومتنوعة بنصائح إحصائية ذات قيمة عالية فيما يتصل بقوة العرض والمحافظة على روح الدعاية.

لقد قمنا بتأسيس وترسيخ ذلك النمط الخطى الأنبوبي في العرض، خلال الوقت الذي أمضيناه في تدريب مجموعات من شركات مختلفة والآف الأفراد.. ومن بين عملائنا مؤسسات: آى بى إم، فورد، ومجموعة KPMG، والبنك الألماني، وتيسكو، وفودافون، بالإضافة إلى عديد من السياسيين، وأصحاب الاحتفالات الخاصة والرياضيين الأولمبيين، وكانت النتيجة متمثلة في عملية، نطلق عليها طريقة «عقلة الإصبع» المجردة، والتي أثبتت جدواها لدى عديد من الناس، في عديد من المواقف، كما يمكنها بالتأكيد أن تكون ذات جدوى بالنسبة لك. يجدر التنويه إلى أن تسمية «عقلة الإصبع» إشارة واضحة إلى اعتماد هذه الطريقة على جزئيات بسيطة يسهل استيعابها، ولكنها سابقة بشكل سريع مكثف، بما يضمن أن استيعابها جزءاً فجزءاً يضمن فهم الطريقة بالكامل.... المترجم.

الفصل الأول

الأساسيات

أنت غالبًا تعرض أكثر مما تفكر؛ إذ إن الأمر لن يستلزم أن يتضمن وقوفك في مواجهة جمهور من الجالسين، وعلى الرغم من أن القاعدة العامة في الأعمال التجارية هي أن السيناريو الفعال هو الذي يحدث أكثر إثارة ممكنة لأكثر عدد ممكن من الناس ولأطول وقت ممكن، وفي الحقيقة، في المكان الذي تعمل به، أو أي نطاق يتجاوزه، فإنك - في كل وقت - تحاول تغيير وجهة نظر شخص ما باستخدام كلمات منطوقة .

يعتبر العرض نشاطًا يوميًا، فتلك العروض التي تؤدي غرضها جيدًا، هي التي تصعد إلى قمة أدائها المهني، إن العرض يماثل نشاطًا مهمًا لا يجب أن يترك القيام به للمصادفة. في عام 2010م، كانت الانتخابات العامة البريطانية، صاحبة أداء العرض الفائق والأبرز - بشكل غير متوقع - عن طريق بنك خليجي، في تلك الحوارات التلفزيونية التي أجراها الديمقراطيون الأحرار من "أويفيون" إلى مقر الحكومة، كما كانت أيضًا بالنسبة له ثاني أكثر مهمة فاعلة ومهمة في البلاد.. إن التقنيات الواردة في هذا الكتاب يمكنها أن تجعل التواصل الشخصي المتميز حقيقة يقينية بدلاً من كونها «يانصيب» (مصادفة) سواء أكنت رئيسًا للوزراء أم مديرًا للإنتاج، أم واعظًا، أم معلمًا في مدرسة ابتدائية.

إن هذا الكتاب يتعامل مع نوعية متغيرة، واسعة النطاق، من سيناريوهات العرض، فهي قد تحدث بانتظام بالنسبة لبعض الناس، وبالنسبة للآخرين، فإن الدعوة إلى التحدث يمكن أن تحدث لأي منا بشكل غير متوقع، وهي تتطلب قدرًا ضخمًا من الفكر، وقدرًا هائلًا من العناية في الإعداد، منها على سبيل المثال عندما يطلب منك أن تلقي كلمة مديح.. (يحدث هذا لدى الغربيين، عندما يحضر أحدهم جنازة ما - المترجم)، وعلى أية حال، فإن لدى شكًا أنك سوف تقرأ هذا الكتاب، لمجرد أنك ترغب في تحسين أدائك في المواقف التي تحتاج منك عرضًا أو حديثًا، وهي مواقف لا يزيد فيها عدد من تواجههم أو تتحدث إليهم عن خمسة أشخاص!! وفيما يلي من تتابع فصول الكتاب، سوف تجد أن الفصول الست الأولى تركز على هذا السيناريو؛ أي سنبدأ عبر بقية هذا الفصل والفصول الخمسة التالية في توضيح ما يسمي بـ «العرض الرسمي»، وبمجرد ما أن تتقن هذا النمط من السيناريو، فإنه بإمكانك إتقان أي من المواقف الأخرى، التي يتم تناولها في الفصول الأخرى.

ولكى نساعدك على أن تحقق النجاح فإن طريقة «المجرد» التجريدية سوف تستخدم النمط الأنثوي من الإعداد؛ حيث يمكنك السير عبره بأقصى درجة ممكنة من السرعة وأقل حد ممكن من القلق.

إن منهجية «خطوة.. خطوة» التي يتبناها الكتاب، والتي يتم فيها تجريب واختبار كل خطوة واردة منها، سوف تسمح لك بالتوصل إلى نتائج تجعلك فخورًا بنفسك، في كل مرة تقوم فيها بالعرض.. حقًا، ليس من المحتمل أنك ستتفوق على الآخرين دائمًا، ولكنك ستجد نفسك دائمًا في نقاش، وستواجهه دائمًا كذلك كل تحدٍّ معرفي، يمكن أن يواجهه متحدث عارض، إلا أن هذه الطريقة التجريدية سوف تمنحك أفضل فرصة متاحة للنجاح.

طريقة عقلية الإصبع .. لماذا التجريدية؟

إنني استخدم هذا المصطلح لأنك بحاجة إلى أن تقاتل بشكل منسق متواصل؛ من أجل الحصول على ميزة الاستثارة باهتمام جمهور المستمعين؛ إنك لا تقاتل ضد الذين يجلسون في مواجهتك، يستمعون إليك.. ولكنك تقاتل ضد كل الحقائق والأرقام الأخرى التي لديهم في عقولهم، في أية لحظة، ولمدة دقائق محدودة، فإنها معلوماتك واتجاهك، هما اللذان يجب أن يحظيا بالارتقاء والانتصار.

إن «عقلية الإصبع» المقاتل يستخدم سلسلة واسعة النطاق من التقنيات الصدمية غير الاصطلاحية (أى التي لا يتفق على اصطلاحها - المترجم)؛ بهدف الحصول على النتائج التي يحتاجها، دون أن يكون متقيداً بمجموعة مقيدة من القواعد، وبالأسلوب نفسه، فإن العارض بطريقة «عقلية الإصبع» التجريدية ليس مقيداً باستخدام نمط أو أسلوب «ماركيز كوينز بارى» من حيث «الموت بالطلقة المميته». (لا يقصد المؤلف أن يصل العارض أو المتحدث إلى هدفه من عرضه أو حديثه بالتركيز على الهدف الرئيسى من العرض أو الحديث دون اعتبار لأى آثار جانبية تنجم عن ذلك - المترجم).

إن هذا يفسر سبب كون الجوانب أو الأبعاد المحورية للتدريب، الذى أقوم به، تتضمن - على وجه الدقة - اتجاهًا موجَّهًا؛ حيث إن المنهج الصارم اللامتناهات المتبع يتضمن مطالبتك بأن تمضى قدمًا عبر «النمط الأنبوبى للإعداد»، في كل مرة، تود أن تتحدث فيها.

إن الخاصية الرئيسة المتميزة للنمط الأنبوبى، تكمن في أنها تفرض نمطها ونظامها عليك دون أن تعوق إبداعك في النقاط التي يستدعى فيها الوضع أن تكون مبدعاً.. قد لا تكون المنهجية المستخدمة ضمانة كلية (يتعين على أن أترك بعضاً من المسؤولية على كاهلك!)، ولكنها بالتأكيد سوف تصل إلى العقد المطلوب من العملية؛ بما يجعلك عارضاً حقيقياً.

التحدى:

قد يكون لديك توجس أو رهبة في تقديم عرض ما، ولكن ضع في اعتبارك دائماً أن جمهور المستمعين لديهم ذلك التوجس، وتلك الرهبة من الاستماع إلى المتحدثين، وربما أكثر؛ إذ يخشون بداية أن يضيع عليهم الوقت سدى (بلا فائدة)، كما أنهم يقلقون أن يكونوا بصدد الاستماع لمحتوى (مادة) يكونوا قد سمعوها مرات عديدة من قبل، وأكثر من أى شيء آخره، فإنهم يشعرون بالقلق من أن يصيبهم الملل والضجر؛ مما سوف يستمعون إليه.

إذًا، لماذا يحدث الضجر من العرض؟ ولم لا يتم إرسال المعلومات التي يتضمنها العرض عن طريق البريد الإلكتروني (بدلاً من الحضور والاستماع والمشقة - المترجم)؟ لا بد أن يكمن الاختلاف - في الإجابة عن السؤال السابق - فيك أنت، العارض، إذ يجب عليك أن تقدم الإجابة كاملة عن السؤال السابق.

فقد يتلقى المدبرون التنفيذيون - غالباً - ما يزيد عن مائة رسالة إلكترونية على بريدهم، في اليوم الواحد، فإن المعلومات الظاهرة على شاشة ما لا يمكن أن تكون على القدر نفسه من الجاذبية والإثارة التي يحققها العرض لكل من: العارض والمستمعين على السواء. إن العرض اتصال واقعي حقيقي، تملؤه الحياة بما لها من أنفاس ولحم ودم، كيان حتى متكامل.. إنه عنصر بشرى يحدث الفارق، ولا شيء سوى العارض - بشخصه وكيانه - يستطيع أن يقدم المعلومات مشفوعة بالإلهام والتأثير المطلوب لها.. إن الكلمات مجرد ذخيرة، أنت وحدك يمكنك تحويلها إلى سلاح في يدك.

ولكن هناك عروضاً عديدة، يكون معظمها طويلاً للغاية، في حين أن نطاق الاهتمام البشرى لم يكن أبداً قصيراً (إشارة من المؤلف إلى أنه كذلك ليس طويلاً للغاية - المترجم). إننى أو من بشدة بأن ثمة عروضاً محدودة، كان ينبغي أن تكون ذات نطاق زمني لا يتجاوز عشرين دقيقة، مهما كان تميز أو أداء العارض الرفيع المستوى.. وفي الحقيقة، فإن بعضاً من

أكثر العروض والأحاديث التجارية ذيوغاً وانتشاراً، في العالم، تزداع عبر ألياف ضوئية؛ في مؤتمرات TED، فيديو كونفرانس (انظر موقع) www.ted.com؛ حيث يتم في الموقع تجميع مجموعات من قادة الفكر العالمي، في العالم الافتراضي (على شبكة الإنترنت)؛ بهدف التشارك في الأفكار والاختراعات والتفسيرات.. ويكمن السبب الرئيسي في أن العروض شديدة الجاذبية وآسرة للغاية، في أنها - بشكل صارم - تعزز وتدعم الحد الزمني للعرض بشماني عشرة دقيقة.

إن المعرفة والفكر (التأمل) هما وسيلتان غير فعاليتين، إلا إذا امتلكت القدرة على التواصل.. وهناك - بالتأكيد - وسائل اتصالية أكثر قدرة، مقارنة بعددها فيما قبل، وهي تتراوح، بدءاً من إمكانات برامج (باور بوينت) حتى أقلام التمييز والمعلقات، ومهما يكن من أمر، ستظل أنت (العارض / المتحدث) أحسن هذه الوسائل على الإطلاق.

والمشكلة الرئيسة التي ستواجهها الآن، هي قلة الوقت المتاح؛ سواء أكان الوقت المحدد للإعداد أم المحدد لتقديم العرض.

إن العرض لا يتعلق بخلق أو إيجاد علاقة دائمة دوام الحياة ذاتها؛ لذا عليك أن تتعامل معه كـ «أمر» أو «مسألة» أو «شأن»، قصير إلى حد ما، ولكنه غير قابل للنسيان.. ويجب أن يتضمن إلقاء الضوء على أمر ما بصورة عظيمة التأثير، شريطة أن تنتهي من ذلك بسرعة، لتحديث التأثير المطلوب .

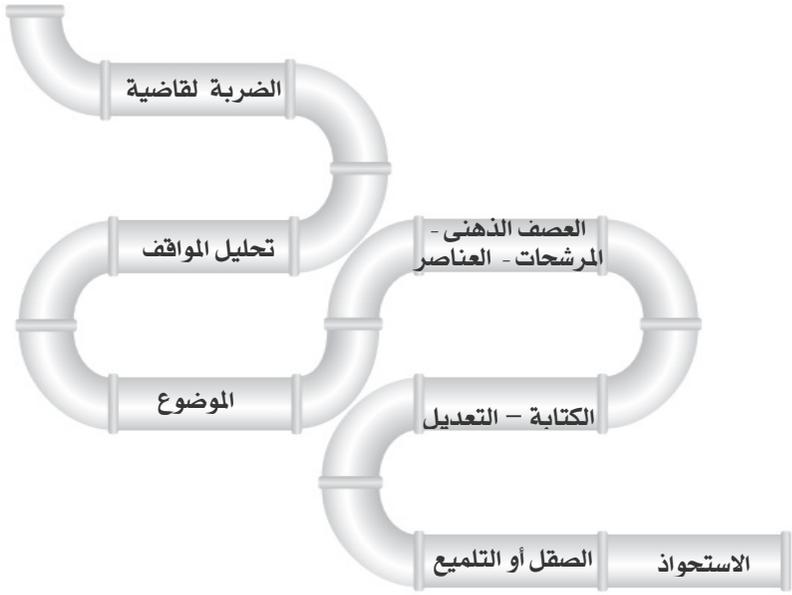
إن المصلي (يقصد المؤلف المستمع إليك كما لو كان يستمع إلى واعظ في دار عبادة - المترجم) في جمهور القرن الحادي والعشرين يتمثل في القول التالي: « دعنا نسمع شيئاً ما جديداً، يجعل الاستماع أمراً يستحق ما نبذله فيه من جهد.. من فضلك لاتجعلني أتبرم باستماعي إليك»، بينما عقيدة العارض في القرن الحادي والعشرين يجب أن تكون: « قل ماتريد... ودعّم ما تقوله (بالبراهين والأسانيد).. وبشّربه بقوة».. وسوف يوضح لك هذا الكتاب كيف تحدث كل خطوة من الخطوات الثلاثة السابقة.

منهجية الكتاب:

إنني أستطيع أن أوفر لك منهجية إعداد العرض حسب طريقة «عقلة الإصبع» التجريدية بسرعة شديدة للغاية، وهي تعتمد على الاقتناع بأن كل جزئية من التواصل المنطوق يجب أن تكون «جملة مركزة» هي المحور المؤسس لها .. والمقصود بـ «جملة مركزة» هي ما الذى يمكنك أن تقوله لجمهور ما مثعطى، إذا لم يكن متبقياً لك من وقت العرض أو الحديث سوى عشر ثوانٍ.. إن تلك الجملة هي الجوهرة المتلألئة التي تأمل معها أنها سوف تذهل المستمعين، وتقنعهم بأن يفكروا ملياً، أن يفعلوا ما تريد أن يفعلوه.

إنها «النمط الأنوبى الخماسى الخطوات من الإعداد»، وقد ذكرت من قبل أنه يتعين عليك أن تتبنى ذلك النموذج بمنتهى الحماس والشغف داخل ذاتك:

- 1- أعرف جمهورك (من خلال بحث متأن شامل).
- 2- قرر الجهة التي ترغب في أخذهم إليها (أى تتوصل إلى فهم كامل لما يريدون بالفعل أن يستمعوا إليه).
- 3- كوّن «جملة مركزة»، والتي سوف تنقل جمهورك إلى المسار الذى اخترت لهم أن يسيروا فيه.
- 4- دَعِّم «جملة مركزة» التي كونتها، أى قدّم الدليل على القضية التي تستعرضها وتجادل فيها مع المستمعين إليك.
- 5- انتق البداية والخاتمة، وذلك ما يجعل الكلمات التي ستبدأ بها، والتي ستختتم بها عرضك قادرة على جذب وجدان وعقول المستمعين إليك بعد مغادرتك لغرفة الحديث / العرض.
- 6- في بداية كل فصل من الفصول الستة التالية، سوف تجد تتابعا لرؤوس الموضوعات التي ستقوم عليها الأجزاء المفصلة (المبينة) للمسار الأنوبى، بما يجعلك دائماً ذا فكرة واضحة دقيقة عن موقعك في أى فقرة أو مرحلة من العملية.



إنني واثق من أنك تطمح إلى اكتشاف دلالة «نتيجة التعجل / الاندفاع» بشكل غير متقن، ولكنني سوف أرجئ ذلك إلى الفصل التالي.. أنت في الغالب، أقل إثارة لمنظور «تحليل الجمهور» لأنه لا يبدو مفهوماً على أنه يمكن أن يكون بالأحرى أو على وجه الدقة «تحليلاً». ولكن ذلك لا يتعين بالضرورة أن يضم أوراق عمل أو برنامج محمل على الكمبيوتر. بالنسبة للجماهير الأكبر عددًا في المؤتمرات، قد يكون لديك - على الأحرى - معلومات كثيرة للغاية، متاحة من قبل المنظم عن كل إشارة فردية، كما أنه لا يمكنك أن تأمل أن تلبى رغبات وطلبات كل عضو مشارك في الجمهور.

ولكن عندما تتحدث إلى ثلاثة أشخاص حول مائدة، فإن توافر المعلومات الشخصية سيكون أمرًا مرغوبًا للغاية بالنسبة لك.. حتى بالنسبة لجمهور الحاضرين في حفلات الزفاف أو الجناز، يمكن أن يكون قد تم تحليلها بصورة فاعلة مؤثرة؛ ولذلك فإن حديثك يتضمن أكثر المواد إثارة وجاذبية في حياة كل من العريس أو العروسة.

تذكر أن - بالنسبة للجمهور - يعد المناخ السائد واحداً من المعوقات الرئيسة في الاستماع والفهم.. إنت تحتاج أن تقاوم بثبات وباستمرار تلك النزعة العقلية السالبة، إلا أنه يمكنك أن تركز الدفعة الأولى المؤثرة في هذا الصدد، عندما تتغلب على تلك الرغبة الجارفة بأن تخبر كل شخص كل شىء.

إن الجمهور المستمع إليك لن يهتم فقط إلا بالجزء-الذى قدمته من حديثك-ويستشعر أنه يمكن أن يغير حياتهم ويجعلها أكثر سهولة؛ لذا فإن التحرير الدقيق للحديث والخطبة يعد أساساً حتمياً.. إن هذا الجمهور سيكون ممنوناً للوقت الذى أمضيته تُراجع ماتقوله، وتستبعد منه الحواشى، أو الزيادات التى لاتفيد ولايحتاجون إلى سماعها.. وإذا أردت أن تتحدث لمدة دقيقة، فأنت تحتاج إلى ساعة لتقوم بتحرير ماتقوله في هذه الطريقة.. إن تحليل الجمهور ودوره في تقرير - بالضبط - موقع الجمهور لأمر، يجب أن يؤخذ في الاعتبار من جهة وسوف يناقش بالتفصيل في الفصل الثانى.

إن العرض الذى يتضمن كل شىء، لا يحقق عادة أى شىء

«إن كبسلة» محتوى العرض في جملة مناسبة محكمة وأسرة، سوف يزيد - بصورة درامية.. من الإتاحة الرئيسة للحديث، أي إن تلك الإتاحة سوف تسمح للجمهور بأن يتذكر - فيما بعد - ما الذى أردته لهم أن

يتذكروه، فكل شىء في العرض، يجب أن تكون له صلة خلقية بـ «جملة مركزة»؛ فإذا كانت جزئية من محتوى الحديث لا تدعم العرض، فمن المحتم عندئذ أن يتم اختصار تلك الجزئية.. وتتضمن «جملة مركزة» جانبين متمثلين في: الدعم والإرشاد وآلياتها التى يمكن أن تأخذ الجمهور التى تحتاج أنت - كعارض - أن يكونوا فيها أو يذهبوا إليها، كما أنها أيضاً منحة قيمة للغاية، تود أن تمنحها لجمهورك قبل انصرافهم، بعد انتهاء العرض.. وسوف تعالج الكيفية المتعلقة بإبداع تلك بالتفصيل في الفصل الثالث.

وعلى الرغم من أن «جملة مركزة» عامل حاسم للغاية، فإنها نادراً ما تسعى إلى إثبات خصائصها.. ومن ثم، فإنها لازالت بحاجة إلى دعم هذه الخصائص، ولكن لمجرد أنك قد

قلت شيئاً خاصاً، فإن ذلك لا يعنى أن الجمهور سوف يتذكر ذلك الشيء، ولا يجب أن يكون العرض تتابعاً لمجموعة قوائم للتذكر، مثل مجموعة الجوائز التي تم تقديمها في مباراة استعراضية، فإذا تذكر الجمهور ثلاثة أحداث رئيسة، فذلك يدعم الرسالة التي استمر عرضها أو تقديمها 20 دقيقة، وتكون عندئذ قد أديت - بالفعل - عملاً طيباً للغاية.. وإذا قررت - بصورة مطلقة - أن تضمّن سبع عشرة نقطة مفتاحية (أساسية)، فعندئذ ستكون لديك مشكلة: قد يتوقف الجمهور عن الاستماع إليك، قبل أن تتوقف أنت عن التحدث إليهم.. أنت منوط بالقيام بما يلزم من تحرير وصياغة، بما يضمن لك إحداث تأثير، وسوف تجد توجيهاً وإرشاداً كافيين، فيما يتعلق بالنية الخاصة بالمحتوى والتحرير في الفصلين الرابع والخامس.

هناك أوقات عديدة، سمعت فيها أحد العملاء، ينطق تلك الجملة التي تمس شغاف القلب عن التأثير "لقد قررت - بالفعل - الذهاب، ولكنني لم أعرف بعد كيف يمكنني أن أبدأ".. تخيل أن عرضاً ما يتماثل مع أكثر الأمور التي تتعلق بها شغفاً، ومن ثم، فإن اللحظة التي تبدأ فيها حديثك / عرضك يجب أن تكون لحظة لا تنسى..

إنني أثق في أنك لن تهدر أى وقت في القيام بمحاولات سارة مثل ما يرد في هذا السياق: « إنه بالفعل أمر يسبب لى سعادة بالغة أن ألتقى شخصاً ما جذاباً مثلك، كما أنني أطمح إلى فرصة، أعرفك فيها بصورة أفضل، ولكن قبل أن نبدأ، دعنى أريك تلك الخريطة التنظيمية، بما يجعلك قادراً على أن ترى أين يمكنني أن أجعل الأمور متناسبة داخل عائلة دافيز»، أو تكون فعلت ذلك حقاً، ولازلت تجد أن شبكة الإنترنت مكاناً أكثر تسامحاً لطرح وتقديم الرومانسية.. لأحد لديه وقت لمحاولات سارة رقيقة .

أما عن الكيفية التي تتشكل منها البداية والكيفية المتعلقة بإنهاء موجز عرضك في مواجهة الجمهور المستمع إليك، فقد وصفت بشكل آخاذ في الفصل السادس، وقد تم وصف الإعداد للعرض، حسب النمط الأنبوبى، في الفصول السبعة الأولى، ذلك الوصف الذى يعد مصدرًا هائلاً من الراحة التي ستعتم بها في هذا الكتاب.

إنني أحثك على أن تدلف إلى استخدام عادة كيف تستخدم ذلك الارتياح في تقرير ما يتعين عليك قوله في كل موقف يحتاج إلى حديث.. إنه لأمر حيوى أن تستوعب المفاهيم الواردة في « النمط الخطى الأنبوى المتعلق بالإعداد»، بما يجعلك في نهاية الفصول من 2 إلى 5 قادرًا على العثور على قائمة بـ « خطوات تنفيذية (إجرائية)»، والتي تلخص كيفية استخدام هذه النمط الأنبوى في الإعداد؛ لكى تكون المحتوى الرئيسى الخاص بك.

عندما تتعلم كيفية القيادة، فإن تتابع الخطوات المشكلة لهذه الكيفية، سيكون أمرًا محرجًا في البداية، ولكنه الآن يتحول إلى أمر تتذكره فقط، ويمكنك القيام به بصورة تلقائية.. غالبًا ما تتم بصورة لاواعية آلية بحتة، وبالطريقة نفسها، فإن المواقف والمناسبات الأولى المحددة التي سرت فيها عبر المراحل المختلفة للنمط الأنبوى، ربما كنت تستشعر فيها قدرًا من الحرج، ولكن الطريقة التي سيتحول بها أداؤك ليكون أكثر سلاسة، وأكثر تمكنًا وإتقانًا في كل مرة، ستجعلك في نهاية الأمر، تؤديها بشكل تلقائي آلى من خلال تتابع، حفظت خطواته جيدًا، ويمكنك القيام به بسلاسة كلما احتجت ذلك.

تتعامل الفصول: الثامن والتاسع والعاشر مع كل من: التكنولوجيا رفيعة المستوى، وأدوات التكنولوجيا البسيطة المستوى التي يمكن أن تستخدم في تحميل وتخزين المحتوى الفائق الجمال الذى تم توليفه، ثمة عدد محدود للغاية من الناس من لديهم الطاقة أو المهبة أو القدرة على أن يصبحوا ممثلين. وفي محاولة تعلم المحتوى كما لو كان سكريبت (النص المكتوب) مسرحية ما، فإنها تعد مسألة غير واقعية، كما أنها تعد مسألة مرعبة كذلك، ولأن الأمر يظل ضروريًا من حيث الاحتفاظ بكلماتك على مسار صوتى مسجل بطريقة ما أو بأخرى. ويناقش الفصل السابع مزايا ووسائل الملاحظات وتدوينها والشرائط الورقية للنصوص المكتوبة (الإسكربتات) ووسائل دعم المواد التي يتم تصورها أو إذاعتها.

بينما يطالبك الفصل الثامن أن تقوم بعمل إزاحة زلزالية في التفكير (يقصد المؤلف القدرة على زلزلة ثوابت تفكيرك ومحاولة تجميعها في شكل جديد مرة أخرى - المترجم).

إننى أريدك أن تتقبل تلك الجزئية من الهرطقة الجماعية (الحديث بلا اتجاه معين أو هدف) : « إنه من الممكن - وغالبًا ما يكون أمرًا مرغوبًا فيه بدرجة كبيرة - أن نقوم بعرض تجارى رسمى آسر، دون استخدام برنامج الباور بوينت ». لقد صرّحت بهذه الجملة مرات عديدة لمجالس إدارة شركات « فورتشن 500..»، وهي غالبًا ما تلقى توافقًا مع الحملقة الناهلة الغاصبة التي طفت على وجوه رجال الفاتيكان، عندما أخبرهم أحد الأشبيليين الأوائل (أى خادمو الكتبة) أن الأرض كروية.

إن الفكرة القائلة بأن (العرض / التقديم) يجب صياغته بعناية فائقة، وبشكل مؤثر للغاية.. فكرة صائبة، وتبدو مخالفة لمعظم الممارسات العملية التي تحدث في هذا الصدد، وبصورة تقليدية (على سبيل المثال، مما كان يعمل به طوال السنوات الخمس الماضية)، فإنه عندما كان يطلب من مدير تنفيذى أن يؤدى عرضًا، فإن رد فعله الأول، هو أن يصل إلى اللاب توب الخاص، ويقوم بتشغيل برنامج « باور بوينت » للاستفادة من إمكاناته في إعداد العرض الذى طُلب منه القيام به. ومن ثم، يصبح العرض تابعًا ذا تسلسل رقمى معين من الشرائح والخرائط البيانية المعرفية، ومزيج مدمج من القصصات والأعداد والأشكال، ويشعر بأنه ليست هناك حاجة لإعداد ما سيقوله بالفعل؛ لأنه يعتقد أنه سيكون مسترشدًا - بطريقة ساحرة - بما هو على الشاشة بالفعل.. إنه يستطيع التحدث إلى الشرائح، كما لو كان د. دولتيل الرقمى.

إن الغرض من الفصل الثامن هو إعطاؤك منهجية عملية فائقة، وأن يبين لك كيفية تكييف تلك المنهجية للحصول على النتيجة التي تحتاجها؛ حتى عند استخدامك لبرنامج «باور بوينت» .

ويتأسس الفصلان التاسع والعاشر على وجهة النظر، القائلة بأنك تؤدى في عرضك لمجموعة مهارات، يجب أن تكون متقنة بمستوى تحريرك نفسه.. ليست هناك وجهة نظر محددة في إنفاق ملايين الدولارات على تطوير الحالة الفنية التقنية المستخدمة، إذا كانت

النية مقصورة على استخدامها لمرة واحدة فقط، ومن وجهة نظري، فإنني اختلف - إجمالاً - مع وجهة النظر التي عبر عنها "جيري وايزمان" في كتابه «العرض من أجل الفوز» (2003): «عندما تكون القصة سليمة (صائبة)، فإن القيام بها نفسه يميل إلى التأثير في المكان الذي يتم فيه القيام بها بشكل ساحر للغاية».

إن هذا اتجاه خطر للغاية، حيث يعتمد على مخاطر إهدار كل العمل الصعب الذي تم القيام به داخل محتوى رائع، وكم من أوقات عديدة، رأينا فيها محتوى ممتازاً، يتم أداءه بشكل سيء للغاية، ومن ثم يفقد معظم قيمته.. إن الإعداد وتنفيذ الأداء يجب ألا يتم رؤيتهما كنظم مختلفة (عن المحتوى ذاته)؛ إذ إنها مترابطان ببعضهما البعض كعنصرى تدوير الأداء والريح الناجم عن هذا التدوير، فالفصل التاسع يدور حول التحكم في أعصابك وضمان توصيل قيامك بالمهارات اللازمة لضمان وصول العرض إلى الجمهور؛ إذ إن الأعصاب يمكن أن تكون شيئاً جيداً.. استجابة طبيعية مفعمة بالحياة يمكنها صقل حواس جمهورك، ولكن بالنسبة لبعض الناس، فإنها عائق مروع للأداء المؤثر.. إن كل عارض عليه أن يبحث عن وسيلة للتحكم في أعصابه؛ إذ إنها بالأحرى أفضل بكثير من أن يفقدها، كما يمكن لأعصابك أن تكون قناة موجهة؛ لأن تجبرك على إعداد نفسك - بصورة جيدة - وأن تركز على الاحتياجات الحقيقية لجمهورك، فالإثارة السلبية يمكن أن تصبح - رغم ذلك - خطوة استباقية إيجابية.

هذا الفصل (التاسع) يوضح لك أيضاً كيفية تعظيم الحد الأقصى لسيطرتك على جسدك وصوتك، بالأسلوب الذى يسرّع أو يعجّل بتحويل نمط أدائك إلى عرض سريع محكم.. إننى سوف أشجعك على أن يكون لديك اتجاه «عقلة الإصبع» الأساسى فى التنفيذ والتوصيل، والذى يعنى دائماً الوصول إلى النقطة التى ترغب فى الوصول إليها بأكثر شكل مباشر يمكنك القيام به.

ويوضح الفصلان العاشر والحادى عشر الكيفية التى تطوّر بها مهارات التوصيل

لديك للإيفاء باحتياجات اليوم ذاته، كما أن الفصلين يتناولان التحكم والسيطرة على البيئة التي يتوقع أن يحدث فيها التوصيل.. وهذا يتضمن معرفة ما الذى نبحث عنه، ومعرفة الذى تطالب به، ومعرفة ما الذى تصمم عليه، وسوف أوضح لك كيفية عمل أو تكوين علاقة بين العارض والجمهور ووسيلة العرض والشاشة والميكروفون، لكي تكون مؤثرة إلى أقصى درجة ممكنة.

إن الوجل (الخوف غير العادى - المترجم) الذى يكمن في عقول (عارضين/ متحدثين) كثيرين هو فكرة الإضطرار إلى الإجابة عن أسئلة في مواجهة جمهور ما.. كما أن الرعب المسيطر هو مجرد أن يكون لديك تبرير لعدم قيامك أو امتلاكك المزج الصحيح (الصائب) فيما بين الاتجاه الاستراتيجى والممارسة التكتيكية، وهو ماتنتظر مناقشته في الفصل الحادى عشر، دون استعراض وحيد للتصنيع أو التشغيل المفتقد تمامًا إلى القدرات والمهارات في الولايات المتحدة الأمريكية.

إن الجمهور المبتسم هو جمهور قادر على التلقى والاستقبال، وعلى أية حال، فإن إبداع الضحك/ إيجاد الضحك هو علم صحيح، يتطلب استخدام صيغة محكمة.. إذ إن إبداع الضحك عندما يستخدم بصورة غير صحيحة، فإن الدعاية لها آثار كارثية.. وسوف يسمح لك الفصل الثانى عشر، بأن تستعرض برشاقة كيفية التجوال في نطاق هذه التقنية (استخدام الضحك بصورة غير صحيحة - المترجم) المضادة لنطاق التواصل الشخصى الناجح.

بينما يتبع لق الفصل الثالث عشر بالإجراء أو الأداء ذى التأثير الأعلى في محفل (العرض/ التقديم)، فيعد حديث ما بعد العشاء، الذى يمكن أن يكون الأسلوب أو الوسيلة الأكثر شهية (استمتاعًا)، والوسيلة الأمثل لإنهاء مراسم وجبة ما، كما أنه يمكن أن يكون أيضًا درس الخصوصى الأكثر إمتاعًا.. وفيما يتعلق بالحلب المكثف للقصص المتعلقة بما حققته من إنجازات وانتصارات سابقة، وكذلك ما حدث لى معه إخفاقات سابقة، فإن هذا

الفصل يحدد الكيفية التي يتم بها جعل كل من التجربة والخبرة أمرًا ممتعًا لكل حاضر في الحدث (العارض وجمهور المستمعين)، وسواء تم طلب ذلك منك أم تطوعت بالقيام به أو استدعت الأمور منك أن تتحدث، فيجب عليك - في كل الأحوال - أن تكون متأكدًا من أن الشيء الأكثر ملاءمة ومناسبة، هو الشيء الذى تقوم بعرضه، بينما يحتوى الفصل الرابع عشر على المعيار، الذى من خلاله يستحسن بك أن تتخذ القرار المناسب.. يمكن أن يكون الاختيار الصحيح؛ إذا لم يمكنك تحديد البدائل الأكثر فاعلية وتأثيرًا.

الشروط (القيود) التي ينبغى اعتبارها:

لقد تسيدت الكلمة المنطوقة حياتى العملية، ولكننى كنت على وعى كافٍ بالحدود التي تضعها أو تفرضها تلك الكلمة المنطوقة.. إن العرض يمكن أن يكون تنويريًا، ومقنعًا، ومسليةً، ولكنه لا يمكن أن يكون أبدًا مستوفياً لجميع أبعاد الموضوع الذى يعرض كافة.. إن العرض حين يتضمن تفاصيل مجهدة أو مرهقة في متابعتها، فإنه يصبح محاضرة لجمهور منك مجهد.. إن المحاضرة مصممة لكى تلبى احتياجات مجموعة دراسية من البشر؛ حتى بالنسبة لأدق التفاصيل التي ربما تحدث الفارق فيما بين اجتياز امتحان ما والرسوب فيه؛ لذا فإن الجمهور الأكاديمى يبذل أقصى جهده لتسجيل كل كلمة -تقريبًا - يقولها المحاضر.. وعلى أية حال، فإننى أضمن أنه ليس هناك فردًا واحدًا من الجمهور الحاضر في كل تاريخ الأحاديث العامة، قد قام بتدوين ملاحظة ما، مطلقًا، استمع إليها في عرض ما أو تقديم ما .

ما الفرق بين المقدم والمعارض حسب نموذج « عقلة الإصبع » التجريدى المحاضر؟

عبر حوالى ثلاثمائة حدث في العام الواحد، استطاعت التكنولوجيا تشجيع وتمديد نطاق الاهتمام الميكروسكوبى المكثف، في القرن الحادى والعشرين، فإذا كنت مثلاً، تشاهد التلفزيون، فأنت تعرف أنه بإمكانك - لحظيًا - أن تذهب إلى قناة أخرى، إذا أصابك الملل من مشاهدة قناة أخرى؛ حتى إذا كنت تشاهد شيئًا ما على جهاز الـ DVD

فإن إصبعك سيظل متجولاً بين الإعادة أو التسريع، إذا لم تكن القصة المشاهدة شيقة أو مملة الأحداث وبطيئة، وعندما تقوم بذلك عبر شبكة الإنترنت، فلو استغرق موقع ما عشر ثوانٍ للتحميل، فإنك في الغالب ستذهب إلى موقع آخر.. إن الجماهير المندمجة، مع بعضها البعض، غالباً ما تكون - بدرجة مماثلة - غير صبورة.

إن العارضين حسب نموذج «عقلة الإصبع» يجب عليهم البحث؛ حتى يجدوا مزيجاً غير مسبوق من الدقة والوضوح والتأثير.. أو بمعنى آخر، أن تكون عروضهم ضحية لنمط النزعة العقلية للقرن الحادى والعشرين «ضغطة واحدة - وأكون - خارج ما تعرضه علي».

العرض.. هو أى اتصال لفظى، مصمم ليغير وجهة نظر شخص ما.. إن الكلمة الجوهرية هي «التغيير»، كما أن كل العروض المؤثرة تتضمن عنصراً من التحدى للوضع الحالى القائم.. إن العرض لا يجب - مطلقاً - أن يتكون من تتابع من الكلمات التي تتصرف باعتبارها مجرد مفكرة (مذكّرة) لما يعرفه الجمهور بالفعل: إن المفكرات ليست آسرة على الإطلاق.. إن التعريف السابق يستخدم كلمة «شخص ما» بدلاً من «جمهور»؛ لأن ثمة سيناريوهات عرضية شائعة عديدة، تتضمن التحدث إلى شخص واحد فقط (مثل: المكالمات التليفونية)، ومن أجل أن يكون العرض ذا قيمة، وخبرة ثرية لكل من العارض والجمهور، يجب أن يكون هناك سبب قاهر جارف لأن تقال تلك الكلمات من أجله.. إذا أردت فقط أن تذكر شخصاً ما، فلاتقم بعرض من أجل ذلك، وارسل له رسالة إلكترونية بدلاً عن ذلك.

في هذا الكتاب، ورغم أننا نتعامل مع كلمة «حديث» و «عرض» وهما مترادفتان، ورغم أننا نقبل أن هاتين الكلمتين، تستخدمان - أحياناً - لوصف سيناريوهات مختلفة على نطاق واسع من الاختلاف.. ستمم مخاطبة "دافيد كامرون" رئيس الوزراء البريطانى، لأعضاء حزب المحافظين، في مؤشر، من خلال عرض.. ومدير مالى يقوم بتقديم مبادراته الدامية إلى تقليل التكاليف للمدير التنفيذى، من خلال عرض ما.

وفي الحقيقة، فإن هذين الموقفين على طرفي نقيض من الكوانتم التواصلي نفسه.. إن هناك تقنيات عديدة، تتساوى أهميتها وضرورتها لكلا السيناريوهين السابقين، وعليك أن تقرر أى التقنيات ستحتاج إليها، لجمهورك في ذلك الوقت، لن ترى "دافيد كامرون"، مطلقاً، يستخدم الـ «باور بوينت» (ك: أحجية أو دليل) وكذلك لن يفعل المدير المالى، وهو يقوم بمبادراته المالية، للمدير التنفيذي، أثناء قيامه بالعرض الذى يؤديه، أو أن يكون مسبقاً بنظام تهيئة مماثل لما يفعله "ويليام هاجيو" .

ولكن كلمة «عرض» لها بالفعل تضمين (تطبيق) خاص لدى مستمعين عديدين: فهي بالنسبة لهم، تتضمن أن المتحدث بصدد تقديم شىء ما للجمهور؛ لكى ينظر إليه.. إننى أتقبل إن تلك حقيقة إجمالية، رغم اعتمادي في فترة أسبق على برنامج «الباور بوينت». ولكن مهما اتضح من الأمر، فإن هذا البرنامج والإمكانات يجب أن تستخدم بحرفية وإبداع يتضمنان عناية واهتماماً بضرورة أن يتضاءل تأثيرهما على العرض إلى أدنى درجة ممكنة (يقصد المؤلف أن يكون التأثير الأكبر في ذلك للعارض - المترجم).

وفيا يلى بعض المطالب النمطية اللازمة للعروض في سياق الأعمال التجارية:

- أود أنك تحصل على فريق متميز، يتجاوز في أدائه الهدف المطلوب منه.
- هل يمكنك أن تصل بنا إلى معدل سرعة أداء تفوق طموحات مشروعك.
- أخبرنا أكثر عن شركتك.
- هل يمكنك أن تقدم منتجنا من خلال منظور شيق، يحقق دافعية له.
- من فضلك، أعطنا نتائج بحثك.

هناك عدد لا يحصى من السيناريوهات الأخرى التي تتضمن العرض / التقديم، ومنها:

- الشكوى من مستوى الخدمة.
- الإجابة عن الأسئلة الملحة.
- كونك جزءاً من مادة (محتوى) للمناقشة.

- اللقاءات الحوارية الإعلامية.
- أداءات الفريق غير المرضية.
- توصيل (إعداد): مديح - رثاء - تأبين.
- تقديم متحدث آخر.
- مؤتمرات عبر الألياف الخلوية (فيديو كونفرانس).
- أحاديث حفلات الزواج.

وكل أنماط التقديم هذه لازال يحسن بها أن تتضمن استخدامًا اختياريًا لنموذج «عقلة الإصبع» التجريبي، والتي سنتعامل معها في الفصلين: الخامس عشر، والسادس عشر.

النتيجة:

كل موقف عرض فردي يتضمن ناقلاً للمعلومات، ويمكن أن يختلف الجمهور في الحجم من فرد إلى 1000 فرد، كما يمكن أن تختلف بيئات العرض من غرف مجالس الإدارة إلى قاعات فسيحة، ولكن المبدأ الأساسي نفسه لازال يطبق: العرض يجب أن يخصص لتغيير وجهة نظر جمهور ما، ومثاليًا، أن نصل بهم إلى القيام بإجراء ما؛ كنتيجة لهذا التغيير.

إن المعلومات في حد ذاتها، نادرا ما تكون كافية، وإذا حدث أي تغيير، فمن المتوقع أن يحدث في الأفكار والاعتناع والتحمس لها والاتجاه المعبر عنها.

إذا تم عرض المعلومات، فيجب إخبار الجمهور بما عليه أن يفعل بها، وسيكون من الأسهل طرح المعلومات على ذهن المتلقي، مادامت تتضمن ذلك المحتوى من التأثير العقلي الدائم: "لقد أخبرتهم بكل شيء تقريبًا.. لقد استغرق الأمر ثلاثة ساعات تقريبًا، ولكنني قمت بأداء واجبي كاملاً".

ولكى تضع تلك المكونات في نصابها الصحيح بصورة ملائمة، فإن عليك أن تضع

في اعتبارك كيف يشعر جمهورك، وكيف يبحث عن إعادة وضع مشاعرهم بالنسبة للمحتوى الذي استمعوا إليه.. إن المعلومات المعلقة على خطاف من المشاعر سوف تحسّن بشكل مميز عملية استعادتها، وسوف يتذكر الجمهور الأسلوب الذي جعلهم يشعرون بها، لمدة طويلة، قد ينسون فيها الحقائق التي أعطيت لهم، مترافقة مع هذه المعلومات.

وعلى خلاف الغالبية العظمى من كتب العرض، فإن هذا الكتاب - الذى بين أيديكم - سوف يستعرض لكم عملية إعداد محكمة متكيفة مركزة على الجمهور.. كذلك سوف يستعرض لكم كيفية تنفيذ (توصيل) المادة التي تم إبداعها من خلال تلك العملية.. إنها تلك العملية التي يمكن استخدامها، حتى عندما يكون الوقت متاحًا بصورة محدودة للغاية.. إن العروض ليس شأنها شأن روما القديمة: إنها يمكن أن تبنى في يوم واحد، أو ساعة واحدة أو حتى في خمس دقائق.. إذا أحسن تنظيم الوقت المستخدم.

سوف أوضح لك مدى أهمية أن تختار الكلمات الصحيحة، من مدة طويلة قبل النطق بها أمام الجمهور.. إن الشرائح المبهرة لن تجعل عرضك مميزًا، وإنما يمكن للكلمات المبهرة أن تجعله كذلك، لأن ثمة عارضين محدودين للغاية يتضايقون أو يضجرون تفكيرهم الزائد فيما يتصل بكلماتهم، قبل أن يقوموا بالفعل بتقديمها.. سوف تكتشف أن حبالك الصوتية يمكن أن تعمل بشكل جيد، دون أن تصاحبها طرقات فأرة الكمبيوتر.

وبصورة متماثلة، فإننى أيضًا لا أحب فكرة «حكى» قصة ما، فهذا ما اعتاد أن يفعله كل من "آرثر أندرسن"، والإخوة "إيزون" و"ليمان" وهومابرع فيه «بيل كليتون».. إن الكلمة لها نفحة أو هبة غير عمدية (مقصودة) من التنميق وعدم الدقة.. لذا أتمنى ألا يعتقد أحد من جمهور الحاضرين المستمعين إليك أنك تحكى لهم قصة.

ليست هناك قصة خيالية أو أدبية واحدة في هذا الكتاب.. إننى أعطيك فقط ماتحتاج إليه ولا كلمة أكثر/أزيد من هذا.. ليست هناك نفحات أو مسامرة أو ابتذال، بل هناك عادات عديدة تتصل بالعروض، تكون أكثر مناسبة وملائمة، وقد أصبحت مقبولة رغم

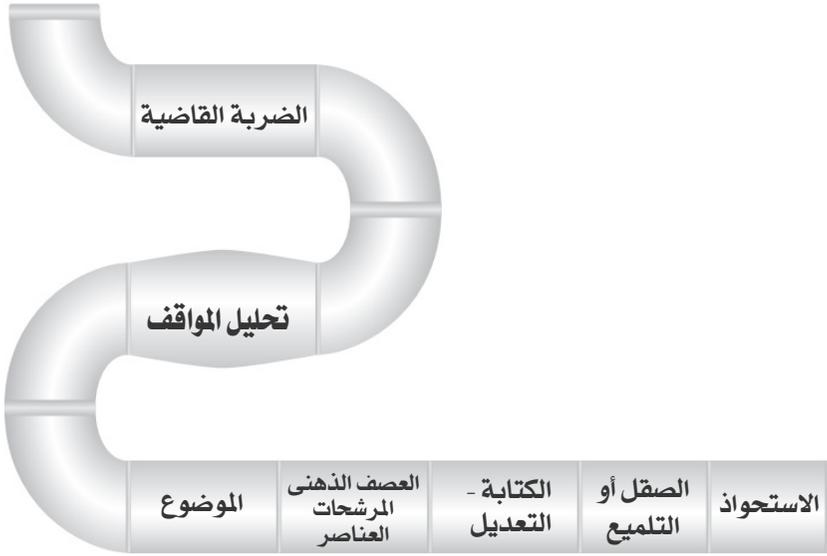
ماتتضمنه من مغالطات، وللأسف، فإن هذه العادات نفسها يتم تشجيعها من قبل كتب أخرى عديدة، تتناول الموضوع نفسه.. اطرح تلك الكتب جانباً الآن، حسناً.. ليس كل هذه الكتب جميعاً.. سوف أشير إلى أقلية محدودة منها، وهي تلك الكتب التي تتضمن تقنيات يعتمد عليها، وذات مصداقية.. ولكنني لن أتردد في الهجوم على التابوهات المحشوة بالترهات والتفاهة.. إذا أردت أن تقتني كتاباً - بكل تواضع - مختلفاً ومتميزاً، ومتفوقاً على كل أقرانه من الكتب التي تنافسه، فإنك عندئذ تهدر نقودك بلا طائل.

إن هذا المدخل لدى جاك لأمر مهم مطلقاً؛ إذ يقول: «إن ثمة حقائق محدودة للغاية، يمكنها أن تتفوق للأبد على المقاومة التي تبديها أفكار راسخة، نجمت عن سوء أو مبالغة في التقدير»... أشعياً برلين

إن هناك مدربين للعرض والتقديم عديدين، سوف يكرهون هذا الكتاب.. وقليل منهم سوف يقع في غرام هذا الكتاب.. أتمنى أن تفعل ذلك أيضاً..

الفصل الثاني

اعرف جمهورك



يمكن اقتراح عنوان آخر أكثر شمولية لهذا الفصل وهو « اعرف جمهورك... » وإلى أين أنت ذاهب بهم ». وما ذاك إلا حقيقة أن جميع العروض التقديمية قائمة على القيادة، فالعرض التقديمي المؤثر يقود الجمهور من حيث بدأوا إلى حيث تريد أنت لهم أن ينتهوا، ويجب عليك ألا تسعى لإجراء محادثة لطيفة ؛ بل يجب أن تكون مقنعا، قويا، حازما في تركيزك على الهدف الذي سوف تنقلهم إليه كلماتك.

وتذكر دائماً أن فرصة العرض التقديمي هي امتياز هائل، وأن جمهور المشاهدين قد استثمروا ثروتهم التي لا تعوض: ألا وهي وقتهم. كما أنهم قبلوا بأن تكون أنت الشخص الوحيد الذي يتحدث في المكان، ولسوف يسحبون هذا القبول وبسرعة حالما شعروا بأن وقتهم مهدور؛ مما يعني أنه يتعين عليك، طوال الوقت، أن تكافح للحفاظ على تركيزهم، وفي الوقت نفسه تتأكد أن الوقت الذي تقضيه مائلاً أمامهم هو لهم.

ومن المؤكد أنك لا تبحث عن القواسم المشتركة، "الأقل شيوعاً" .. إنها عبارة تشير إلى أنك سوف تأتي بتعليقات رثة ورديفة، بينما ما يجب أن تتوصل إليه حقاً هو القواسم المشتركة الأكثر شيوعاً، فهي العوامل المؤثرة الأجدر والأكثر تعقيداً التي يمكنك الاعتماد عليها في الاستمرار في الفوز بغالبية جمهور المشاهدين، وهي المعلومات التي تتيح لك أن تجعل حديثك المستند إليها حديث راقٍ عالي الجودة ملائم لا تشوبه الزيادة أو النقص.

ولتحرز أفضل النتائج يجب أن تكون شديد الأنانية فيما يخص النتائج التي ترغب في إحرازها، ولكن لتعلم أن الأنانية الأكثر فاعلية هي تلك التي تمتزج مع رهافة الاستشعار: وأعني استشعار حاجات جمهور المشاهدين، ويتعين عليك ألا تكون مدفوعاً بجمهور المشاهدين: لما ينطوي عليه هذا الاندفاع من خسارة قدر كبير من التحكم، وإنما يتوجب عليك استخدام تحكّمك وسيطرتك لينصب تركيزك على جمهور المشاهدين.

قادتني خبراتي التي اكتسبتها من العمل مع العشرات من شركات مجموعة "فوتسي 100" على مدى الـ 15 عاماً الأخيرة إلى إدراك الحاجة الماسة إلى مزيد من التركيز على جمهور المشاهدين؛ فنادرًا ما يكون هناك اتحاد بين ما يريد مقدم العرض أن يقول وما يحتاج الجمهور إلى سماعه.. يحدث ذلك فقط عندما يكون الجمهور على يقين من أن تركيز مقدم العرض منصب على ما يحتاجه الجمهور، وأنهم سوف يتمكنون من التركيز على ما يحتاجه مقدم العرض.

لتحظ بشيء من الإدراك للأمور التي يجب على مقدم العرض أن يستشعرها، إليك

- قائمة بـ 10 أشياء لن تسمعها، من أحد من جمهور المشاهدين:
- كان يجب أن يكون العرض التقديمي أطول من ذلك.
 - الرسالة التي يرغب في توصيلها كان فهمها فائق السهولة.
 - العرض يحتاج إلى إضافة 10 شرائح أخرى.
 - لماذا لا يضيفون بضع كلمات أخرى لكل شريحة عرض؟.
 - لكم أتحرق إلى مزيد من الأرقام والإحصائيات!.
 - أعتقد أنه يتوجب عليهم إعداد القليل من العروض الإضافية لعرضها في المؤتمر.
 - يبدو أنه أعد جيداً.
 - حماسه شتت ذهني للغاية.
 - إنه يستحق كل وقتي.
 - لقد جعل الموضوع ممتعاً للغاية.
 - إنها لكافية لتشعر أي شخص بالانهايار..

لذا.. عندما تجلس أمام شاشة الكمبيوتر الفارغة، وأنت تشعر أنك مشط العزيمة تجاه المهمة التي بين يديك، تُرى أين ستجد المحفزات اللازمة للعرض؟

لا يوجد ولو مورد واحد للحدث بقوة، ولكن المادة الخام الرئيسة هي: من أين يبدأ طريق العرض التقديمي، وإلى أين ينتهي.. قد يبدو لك ذلك إجراءً مباشراً جداً؛ ولكن بلاشك لن يتجشم أحد بناء عرض تقديمي، دون أن يكون متأكداً مما يريد الجمهور أن يحصل عليه، أليس كذلك؟ يحزنني أن تكون الإجابة على هذا السؤال هي: بلى هناك من قد يفعلها!

الأساسيات البحتة:

قبل القيام بأي شيء اسأل نفسك سؤالاً بسيطاً.. لماذا أصنع هذا العرض التقديمي؟، ويتعين أن تكون الإجابة: لأني أريد تحقيق أقصى استفادة يمكن تحقيقها بالتواصل وجهاً

لوجه.. عندما يترسخ لديك أن العرض التقديمي هو الإجراء السليم الذي يجب اتخاذه، فالسؤال الثاني والأكثر أهمية هو: « ما الذي أسعى إلى تحقيقه؟ ».

كل عرض تقديمي يجب أن يكون مصممًا لتحقيق شيء محدد.. يجب عليك أن تحدد وبدقة هذا الشيء.. وفي مراحل مبكرة للغاية من عملية الإعداد، إذا لم تكن تعلم من البداية إلى أين أنت ذاهب، فلن يعرف جمهورك من المشاهدين ما الذي تحقق لهم في النهاية، فغالبية كتب العروض التقديمية تخبرك أن هناك عدة أنواع من العروض التقديمية، في الواقع هناك نوع واحد.. كل عرض تقديمي يجب أن يكون قاطعًا، ويجب أن يكون كل من المضمون وطريقة التوصيل على نفس القدر من الإقناع، لأن المهراء المعروض ببراعة يظل هراء.

الضربة القاضية؟

الخطوة الأولى نحو إنشاء مضمون قاطع تتضمن تحديدًا فائق الدقة لما ترغب في تحقيقه.. لنعد الآن إلى مزاعمي الجوهري بشأن ما يتعين عليك، طوال الوقت، من أن تكافح للحفاظ على تركيز جمهور المشاهدين.. النتيجة المثالية في أي صورة من صور المنافسة، هي الفوز الكامل والفوري، بينما يرقد خصمك على الأرض، ولم يبق لديه شيء من المقاومة.. عليك أن تقرر ما الذي قد يصوغ مثل هذا النصر الساحق في سياق العروض التقديمية.. بعبارة أخرى، ما النتيجة الساحقة التي تستهدفها؟

النتيجة الساحقة.. هي، في العالم المثالي، ما ترغب في إحرازه لدى جمهور المشاهدين المستهدف.. إنني أقترح وبشدة أن تجازف وترتجل عند تقرير نتيجتك الساحقة المثالية مستخدمًا غريزتك فقط، لا تدع طموحك في العرض التقديمي يخنقك بالواقع الخالي من الحماس.... حتى هذه المرحلة.

إليك مجموعة من الأهداف العملية التي ربما تسعى إليها:

- أريد أن أحثهم على استيعاب جميع البيانات المهمة، ثم التصرف بناء عليها.

- أريد أن أحملهم على استثمار كامل لمبلغ معاش التقاعد معنا.
- أريد إقناعهم بتبني كافة جوانب خطتي لتخفيض النفقات.
- أريد إقناعهم بمضاعفة مكافأتي.
- أريد أن أحثهم جميعاً على الشعور بالحماس.

ولا تتوقف متطلبات الإقناع عند العروض التقديمية الخاصة بالأعمال، فهناك نفس المتطلبات في عدة سياقات أخرى:

- أريد حثهم على ذكر المتوفى بحماس بدموعهم وضحكاتهم.
- أريد حملهم جميعاً على أن يصوتوا لي.
- أريد حثهم أن يتبرعوا بالمال لمؤسستي الخيرية.
- أريد حملهم على حصر تركيزهم على هذا الجانب من العهد الجديد.
- أريد حملهم جميعاً على أن يضحكوا.

العروض التقديمية في خطابات ما بعد العشاء ربما هي العروض الوحيدة التي تكون نتيجتها الساحة المستهدفة هي إضحاك الجمهور، حيث إن مقياس نجاح وفشل هذا النوع من الخطب في مجمله هو كمية وشدة الضحكات، بينما في الأنواع الأخرى من العروض التقديمية فالضحك أمر بالكاد يساعدك على إحراز النتيجة المستهدفة، وفي بعض الأحيان سيكون حجر عثرة في طريقك.. وسوف نتحدث عن قوة وخطورة الدعابة في الفصل الثاني عشر.

حل جمهورك:

مباريات الملاكمة التي تنتهي بالضربة القاضية قليلة نسبياً، وأغلب الجولات تستغرق الوقت بالكامل ويفوز أحد المتنافسين بمجموع النقاط، وبالرغم من أن الفائز كان يجب أن ينتصر بلكمة واحدة، ولكن سيظل الفوز بعد 15 جولة نصر مرضٍ للغاية. بعين الناظر المتشكك، تفحص قائمة أهداف العرض التقديمي المعدة مسبقاً.. سوف

ترى أن بعض هذه الأهداف المثالية لن يتحقق، مهما كنت مقنعا، مجازفتك وارتجالك في تقرير النتيجة الساحقة والمبني على الغريزة فقط، لا بد وأنه الآن بحاجة إلى المعالجة وفق تحليل جمهور المشاهدين.

إقناع جمهور المشاهدين سيكون أكثر سهولة إذا كنت تعلم على وجه التحديد الوضع الذهني والمجازي لجمهورك عندما يتعرضون لحديثك لأول مرة.. لن تتمكن من الإجابة عن السؤال التالي ما لم تكن قد اجتمعت لديك المعلومات اللازمة حول جمهور المشاهدين: هل النتيجة الساحقة التي اخترتها قابلة للتحقيق بالنظر لجمهور المشاهدين في هذا التوقيت؟

إذا كنت ترغب في الالتزام بمسار عمل معين، يجب أن تعرف ما إذا كان هناك أي شخص لديه المستوى المطلوب من السلطة ضمن جمهور المشاهدين.. يجب أن تعلم ما إذا كانوا ملتزمين فعليا بمشاريع مماثلة، لتلك التي يمكنها ابتلاع الموارد التي قد يحتاجها مشروعك، كما يجب أن تعرف ما إذا كانت الخدمات اللوجستية ممكنة الآن، أو خلال ستة أشهر، فربما كان عرضك التقديمي مبكراً جداً (أو متأخراً جداً)، وبعد إجراء الحسابات المناسبة، ربما تدرك أن الإجابة عن هذا السؤال مؤلمة: النتيجة المنشودة غير قابلة للتحقيق. وفي هذه الحالة سيتعين عليك القيام بأمر ربما أكثر إيلاماً: سيتوجب عليك القبول بأنك لن تتمكن من إحراز النتيجة الساحقة المثالية التي قررتها.

إذا كان جلياً لجمهور المشاهدين منذ البداية أن النتيجة التي تسعى لتحقيقها، ببساطة، غير قابلة للتحقيق، فربما ستصل إلى نهاية العرض التقديمي وأنت أبعد ما يكون عما تريد، ومن المحتمل أن ينال الأمر من مصداقيتك على المدى الطويل.. وإذا فشلت فسوف تفشل على رؤوس الأشهاد.

عندما ألعب الجولف، أعرف مسبقاً أنني لن أتمكن من التعويل على المضرب الأساسي لأطلق الكرة بحيث تعبر عائقاً مائياً لمسافة 250 ياردة من نقطة الإطلاق، لذا وبدلاً من ذلك، فإنني ألقأ إلى المضرب الخماسي الجانبي، وأتعمد ضرب الكرة لتستقر قبل العائق

المائي بمسافة قصيرة للغاية، فيتحول ما أردته من نتائج إلى واقع، ويتحسن متوسط عدد ضرباتي البالغ 28. وبالطريقة ذاتها، يمكن للنتيجة الساحقة التي ستحددها أن تكون: « أريدكم أن يوافقوا على مشروعى الاستشاري ثلاثي المراحل ».

وبعد أن توصلت إلى أقصى ما يمكن الوصول إليه بشأن جمهورك من المشاهدين، ربما عليك اختزال رغبتك، واستهداف أمر أقل إبهامًا: « أريد منهم الموافقة الفورية على المرحلة الأولى من مشروعى، والنظر في المرحلتين التاليتين خلال ثلاثة أشهر .. » إذا كان هدفك فوزًا قابلاً للتحقيق، فلن تفقد كرات الجولف خاصتك في بركة الماء.

أسلوب قناة الإعداد الخطى:

تتباين مناسبات العروض التقديمية على نحو هائل، مما يعني أن عليك أن تكون مرثًا في مقدار الدقة التي تطبق بها الإجراءات، ففي بعض الأحيان ستستخدم كل مرحلة بالكامل، وفي أحيان أخرى ستستخدم مفاهيم منفصلة فقط، ولكن يجب عليك دائمًا استخدام بعض منها على الأقل.

أحيانًا ستكون هناك فعاليات داخلية يتوجب عليك فيها تنفيذ عروض تقديمية، وأوقات يطلب منك فيها طرف خارجي تنفيذ عروض تقديمية، ومناسبات ترغب أنت فيها تنفيذ عروض تقديمية.. وسواء كنت أنت من قرر أن تكون المتحدث، أو كانت المهمة فرضت عليك، فلا عذر لك يعفيك من التقصير في التخطيط والتحليل - هذا ما لم تكن سعيدًا بالمقامرة على الفشل.. لقد شهدت نقصًا فادحًا في التحضير في العديد من المناسبات المؤلمة، تلك العروض الضعيفة ربما كانت مفيدة أو حتى مسلية، ولكن لا يزال لدي الشعور الذي خلفته بأن مقدم العرض لم يكن يدرى حقًا إلى أين يريد الوصول.

استخدام أسلوب قناة الإعداد لاتباع الإجراءات التي نوقشت في هذا الفصل والفصول الخمس التالية يقلص مخاطرة أن تضل طريقك، أو فقدان جمهورك أثناء تقديم العرض.. إن أسلوب قناة الإعداد سوف يدعمك للتوصل إلى نتيجة بسيطة وخطية

(وبالتالي من اليسير تتبعها)، وفي ذات الوقت سوف تمرر لك بعض الأفكار المعقدة والإبداعية أثناء عملك عليها.

تحديد المواضيع:

في مسعاك لتصبح فاعلاً كمقدم عروض وقائد، يجب عليك أن تكون متشبثاً بتخطيطك للمسار الذهني، الذي ستتحرك خلاله مع جمهور المشاهدين، ولتفعل هذا ستحتاج للتأكد من موضعك الحالي، كما لو كنت ستضع علامة مكتوب عليها « أنت هنا » على خريطة عامة، وهذه هي النقطة الأولى في قناة الإعداد الأنبوية. ولتنفيذ هذا يجب أن تحدد أفكار جمهور المشاهدين ومشاعرهم تجاه موضوع العرض التقديمي، مما سيمكنك من تحديد ما يسمى موضع انطلاق الجمهور.

موضع الانطلاق هو أفكار جمهور المشاهدين، وما يعرفونه أو يشعرون به حيال موضوع عرضك التقديمي.. ربما سيكون الأمر أكثر دقة إذا قلنا إن موضع الانطلاق هو تخمينك المستند إلى أفضل الحسابات حول ما يظنه جمهور المشاهدين بشكل مبدئي أو يعرفونه أو يشعرون به، ولا مهرب لك من إعمال عنصر الموضوعية عند إجراء حساباتك.

بعد أن توصلت إلى موضع الانطلاق، فحينها فقط، ستمكن من الوقوف بدقة على ماتريد أن تقوله لكل هؤلاء الذين يحدقون إليك باهتمام.. في الغالبية العظمى من المناسبات تكون النتيجة الساحقة أمراً بعيد المنال، ومع هذا، يظل الفوز الذي ترغب في إنجازه (إذا كان أقل جساماً) في متناول يدك، ويُطلق على هذه الحالة الذهنية المستهدفة عند جمهور المشاهدين والتي يمكن تحقيقها عملياً "موضع الانتهاء".

موضع الانتهاء هو ما تريد لجمهور المشاهدين أن يعتقدوه، أو يعرفوه، أو يشعروا به بنهاية العرض التقديمي، مع الأخذ في الحسبان الواقع العملي الكامل للموقف.. لا يمكنك أن تقرر أين يجب أن يكون موضع الانتهاء إلا بعد جمعك المعلومات اللازمة بشأن الجمهور الذي ستقدم أمامهم العرض.

جمع المعلومات المتعلقة بالعرض التقديمي:

يجب أن ترى هذا الإجراء باعتباره جزءًا جوهريًا من العملية، فلا وجود للطرق المختصرة، عليك جمع واستخلاص المعلومات، من نفسك، أو من المؤسسة، أو من جمهورك من المشاهدين، فبالرغم من كل شيء فالقائد المؤثر بحق هو الذي يفهم نفسه، ويفهم الأشخاص الذين يحاول أن يقودهم.. يجدر بك أن تعرف كل شيء عن نفسك، وعن الأشخاص الذين طلبوا أن تقدم أمامهم العرض.. ولتعلم أن المورد الأولي والرئيس للمعلومات حول تلك المجموعة من جمهور المشاهدين هو الأشخاص الذين طلبوا منك عمل العرض التقديمي.

اعرف نفسك:

اطرح على نفسك السؤال الأصعب .. « لماذا أصنع هذا العرض التقديمي؟ ».

بالنسبة للعديد من الأشخاص غالبًا ما تكون الإجابة: « لأنهم أخبروني أنني يجب عليّ ذلك ».

عادة ما يتم إسقاط مهمة العروض التقديمية على رأس الموظف التنفيذي الذي لن يخامر الشك، بعد جولة مضمينة من تلقف المهمة في أرجاء المؤسسة. فإذا ما هبطت القنبلة الموقوتة بين ذراعيك، تأكد من استخدامك لوسائط التواصل الصحيحة، بالطريقة الصحيحة، مع الشخص الصحيح في التوقيت الصحيح.. ونادرًا ما تكون الوثائق المكتوبة ورسائل البريد الإلكتروني، التي تستخدم في عزلة، مُقنَّعة مثل العروض الحية، ومع ذلك فتقديم العروض لأعداد صغيرة من الحاضرين مسألة باهظة التكاليف.. ففي عرضك التقديمي التالي أدر بصرك في الحاضرين، واحسب قيمة إجمالي ساعات الحاضرين، ولا تنس الوقت الذي استغرقوه للوصول، ضع هذا الرقم في اعتباراتك بينما تقرر مدة العرض التقديمي.

ترى ماذا بشأن مؤتمرات الفيديو؟ توصيل المعلومة عبر شاشة أكثر صعوبة من

توصيلها، بينما جمهور المشاهدين معك في نفس الغرفة، حيث تقديم عرض عبر بث الفيديو الحي، وتقديم العرض وجهاً لوجه أمران يستلزمان مهارات مختلفة تمام الاختلاف، فأفضل طريقة لتبادل الأفكار والمعلومات عندما يجري التبادل بين أفراد يتواجدون في نفس الغرفة، ويجب التفكير في مؤتمرات الفيديو باعتبارها الملاذ الأخير.

الأسئلة التي عليك طرحها على من يطلب منك تقديم عرض:

إليك الأسئلة العشرة الوقائية الأساسية، التي ستطرحها على العميل / المضيف /

المنظم عند التحدث في مؤتمر أو إلى جمهور خارج مؤسستك:

- 1- كم يبلغ عدد الحضور؟
- 2- ما الفئة العمرية للحضور؟
- 3- ما نسبة الرجال مقابل النساء في الحضور؟
- 4- ما جنسيات / أعراق الحضور؟
- 5- ما مستويات تعليمهم / مؤهلاتهم؟
- 6- ما المسميات الوظيفية للحاضرين؟
- 7- ما المؤسسات التي أرسلت ممثلين عنها؟
- 8- من المتحدث الذي سيسبقك؟
- 9- من المتحدث الذي سيليك؟
- 10- من الذي سيقدمك؟

عند التعامل مع جمهور داخلي أو عميل تعرفه جيداً، فإن معظم المعلومات الأساسية عن الجمهور (الأسئلة من 1: 7) ستكون متاحة بسهولة، ولكن عليك أن تحذر من الرضا عن النفس، لأن مقدم العرض الذي يعرف المعلومات الرئيسة عن جمهور المشاهدين بشكل مسبق قد يعتقد خطأً أنه يعرف كل شيء، أما (الأسئلة من 8: 10) متعلقة بجميع مناسبات التحدث، وبعد أن حصلت على الوقائع الأساسية، خطوتك التالية هي النفاذ

إلى عقول جمهور المشاهدين، كما يقول ستيفن كوفي: «ليكن أول سعيك أن تفهم، ثم أن تفهم».

في بداية هذا الفصل، استعرضنا ما لا يفكر فيه الجمهور النموذجي، وهي أمور مثل الوقت والمضمون وطريقة التوصيل، ومع ذلك، يمكنني أن أؤكد لك أن كل فرد من جمهور المشاهدين يفكر في مزيج مما يلي...

- أرجوك أخبرني أمرًا لا أعرفه بالفعل.
- رجاء لا تهدر وقتي.
- أتمنى أن تمنحني شيئًا يجعل حياتي أسهل.

القليل من الجمهور هم من سيستمرون بشعور السجين بين أسوار إمكانات الـ الباوربوينت.. تذكر أن الجمهور كيان أناني بطبيعته، يجب عليك أن تعاملهم كما قد تعامل كشخص أقام عشاء عمل، ولن يشعر بالسعادة ما لم تتحدث عنه.. إليك موقف جمهور المشاهدين الأساسي والأكثر انتشارًا عالميًا: «لقد نلت كفايتي من التفكير في احتياجاتي، في رأيك ما هي احتياجاتي؟».. إن نجاح عرضك التقديمي يتوقف على مقدار التوافق بين ماترغب في الحديث عنه، وما يريد الجمهور أن يسمعه منك.

العرض التقديمي الناجح هو عملية متواصلة من الإجابة عن الأسئلة التي تدور بأذهان جمهور المشاهدين، ولكن وبالرغم من كل ذلك يجب عليك أن يكون الجمهور محور تركيزك، وألا تسمح لنفسك بأن تكون أداة يهيم عليها الجمهور، فبالرغم من كل شيء.. لديك جدول أعمالك الخاص، إذ ترغب في أن تجيب عن أسئلتهم الملحة جنبًا إلى جنب مع بلوغ أهدافك، ولتحقق هذا، عليك تخطيط الرحلة التي تريد اصطحاب جمهور المشاهدين فيها، مستندًا إلى بداية واضحة ونهاية أكثر وضوحًا.

لا يتفق الجميع حول ضرورة القيام بذلك قبل العرض التقديمي، والغريب أن بعض الكتب توصي قارئها بالاحتفاظ بجزء كبير من البحث الخاص به؛ حتى يبدأ

العرض التقديمي ؛ بل ويقترحون البدء من خلال طرح الأسئلة على الجمهور، واستخدام إجاباتهم في بنية العرض التقديمي طوال فترة العرض.

إنني اختلف بشدة مع هذا المنهج، فالوقت أصبح متأخرًا جدًا لتقوم ببحثك في لحظة بدئك تقديم العرض، سوف يشعر جمهور المشاهدين على الفور أنك لم ترغب في أن ترزع نفسك بالإعداد الملائم: وأنهم لم يكونوا على قدر من الأهمية بما يكفي لتعد نفسك.

بعد كل الاعتبارات، إذا كان الأمر لا يستحق الإعداد المسبق، فإنه لا يستحق إنصات الجمهور، والإعداد في الفترة الحرجة السابقة للعرض تصرف كارثي وينم عن فظاظة والبعد عن التهذيب.

يجب عليك ألا تسمح لنفسك بأن تكون أداة يهيمن عليها الجمهور، إلا أن القليل من الإفراط في التفكير في الجمهور أمر صحي تمامًا، فلا بأس بالإفراط في الإعداد، ولا بأس بالإفراط في التدريب، لكن حذار أن تفرط في البحث لمعرفة أكثر من المطلوب عن جمهور المشاهدين.

التفاعل ليس بديلاً
للمضمون المعد بشكل
ملائم.

أسئلة عليك طرحها على جمهور المشاهدين، وهي تمس المشاعر كما تمس الحقائق، وهذه الأسئلة وضعت لتساعد على الحصول على إجابة السؤال الحيوي العام:

ما الذي يجب أن أعطيه لهم لأحقق ما أريد من العرض التقديمي؟.

أو.. أين الحريق الذي يمكن للعرض التقديمي إطفائه (أو تأجيله)؟

الأسئلة:

- ما الذي يثير اهتمامك بشأن هذا الموضوع؟
- ماذا كان رد فعلك تجاه الموضوع في العروض التقديمية السابقة؟
- ما الذي تعلمه مسبقًا بشأن موضوع العرض التقديمي؟

• ما الذي يجب عليك معرفته بشأن هذا الموضوع؟

• هل مشاعرك تجاه حضور هذا العرض التقديمي سلبية أم إيجابية أم حيادية؟

يجب عليك طرح هذه الأسئلة حتى وإن كان الجمهور داخلياً (من نفس شركتك)، فكونك تلتقيهم كل يوم لا يعني أنك تعلم تلقائياً موقفهم من عرض تقديمي مستقبلي مهم. يتوقف مقدار جودة التواصل - أي تواصل - على مدى فهمك للأشخاص الذين تحاول التواصل معهم، اتصل بهم أو اذهب لزيارتهم أو كخيار أخير، راسلهم عبر البريد الإلكتروني. سوف يفاجئون ويشعرون بالإطراء لما تبذله من جهود ليكون حديثك في العرض التقديمي ملائماً خصيصاً لهم.

مع جمهور أكبر، قد تضطر لأن تحيد عن طريقك للحصول على أرقام الهواتف وعناوين البريد الإلكتروني لنسبة كبيرة من جمهورك، ولست أطلبك بالمستحيل: إذا كان الجمهور 500 شخص، فإن نسبة « كبيرة » تعني 10 أشخاص، وإذا كان الجمهور 5 أشخاص، يجب أن تحاول الاتصال بهم جميعاً.

عند إجرائك الاتصالات، وجه لهم الخمسة أسئلة الرئيسة المذكورة أعلاه، وسوف تتيح لك الإجابات أن تعد مضموناً مقنعاً، نظراً لارتباطها بهذه المجموعة تحديداً من جمهور المشاهدين.. حاول الحصول على المعلومات من محادثة فعلية، بدلاً من مطالبتهم

**الدقة في الإعداد أفضل
من الإعداد على عجل**

بمجرد ملء نموذج عبر الإنترنت، فإن المعلومات التي ستحصل عليها أكثر فائدة وقيمة من أي شيء تحصل عليه من شخص يضغط أزراراً على لوحة المفاتيح.

ومع ذلك، إذا كنت تعد كلمة رئيسة لجمهور كبير، ربما تظل تشعر أنك تفضل إجراء بعض الاتصالات الوجيزة عبر الإنترنت على الأقل مع أكبر عدد ممكن من جمهور المشاهدين، ومن الممكن أن يوافق منظم الحدث على العمل كقناة معلومات من الجمهور إليك، بل وربما قد يوافق على إرسال استبيان موجز لكل عضو محتمل من الجمهور،

وأنصحك باللجوء إلى الموقع الإلكتروني www.surveymonkey.com كمورد للنماذج المرتبطة بهذا السياق.

جميع الأسئلة سألها الذكر أسئلة مهمة، ولكنها ليست بنفس أهمية السؤال التالي، إذا لم تكن لديك سوى فرصة وحيدة لتسأل أحد الحاضرين سؤالاً واحداً، يجب أن يكون السؤال: ما الأمر الذي يمكن أن أخبرك به من خلال العرض التقديمي، وهو أمر لا تعرفه بالفعل وتحتاج إليه؟، ولن يرفض الإجابة عن هذا السؤال سوى موظف بغضب مغرور، وبالرغم من كل شيء، فإنه في مصلحته القصوى التأكد من أن وقته لن يضيع.

إننا ندرك أن العديد من الأشخاص المهمين (أو الأشخاص الذين يعتقدون أنهم مهمون) غالباً ما يكون من الصعب جداً التحدث إليهم عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني، ولكن ربما ستكون قادراً على الوصول إليهم من خلال المساعد الشخصي، وأفضل مساعد شخصي هو غير المتحفظ لما يتعلق بما يجب ويكره رئيسه، فإذا كان الرئيس التنفيذي لديه نفور تجاه عرض تقديمي مدته 45 دقيقة ويتكون من 50 شريحة عرض، فسوف يخبرك، أو أتمنى ذلك. حتى المساعد الشخصي الأكثر حرصاً قد يتيح لك خمس دقائق لتجري مكالمة هاتفية مع رئيسه، بمجرد أن توضح أن هذه المكالمة يمكن أن توفر نصف ساعة من وقته خلال العرض نفسه.

معرفة جمهور المشاهدين أنك بذلت قصارى جهدك لاكتشاف احتياجاتهم، سوف تمنحك دفعة نفسية هائلة، عندما يحين أخيراً تقديم العرض التقديمي، وكن واثقاً من أنك لن تفشل بسبب عدم معرفتك... لكنك ربما ستفشل بسبب الغطرسة والغباء وعدم التدريب... ولكن ليس بسبب عدم معرفتك، فهناك ميزة جانبية تحصل عليها من كل الجهود التي تبذلها للوصول إلى معرفة جمهورك: إنه يعزز مكانتك في أعين الجمهور قبل بدءك العرض التقديمي، على الأرجح سيخبر كل شخص تتحدث معه عضوين آخرين على الأقل من الجمهور المستقبلي عن المحادثة التي أجريتها معه، وسوف تحظى سريعاً

بسمعة كشخص يهتم باحتياجاتهم، وإذا استشعرت نسبة جيدة من الجمهور أنك تهتم بالفعل بما يريدون، فسيكونون أكثر تعاطفًا مع ما تريد؛ حتى قبل أن تبدأ تقديم العرض أمامهم.

في بعض المواقف، قد تشعر بأن تحليل الجمهور كان ناجحًا إلى حد كبير، فقد اكتشفت أن العديد من أعضاء الجمهور لديهم مخاوف مختلفة على نطاق واسع، وعندها سيكون من الصعب للغاية تحديد موضع الانطلاق، الذي يمثل انعكاسًا دقيقًا لوجهات نظرهم مجتمعة، وفي هذه الظروف، عليك أن تبحث عن القواسم المشتركة الأكثر شيوعًا، وهي العناصر الأكثر تمييزًا وتعقيدًا والتي يتفق غالبية جمهور المشاهدين على أنها الأكثر أهمية.

لقد استخدمت عامدًا كلمة «الأغلبية»، لأنه من غير المحتمل أن يكون هناك الكثير مما سيوافق عليه الجميع بالإجماع، وبالتالي ليس هناك عرض تقديمي يمكنه إرضاء الجمهور كافة في نفس الوقت، وهناك قلة قليلة من الدول تلبى فيها الخطابات الرئيسة هذه الموافقة الشاملة، حتى أنه ليس من الحكمة أن تكون أول من يجلس في نهاية نوبة من التصفيق الحاد تحت تهديد السلاح.

تحديد مواضعك:

المعلومات التي توصلت إليها حديثًا سوف تكون خط البداية في الكتابة، وتمنحك المعلومات الواردة من تحليل جمهورك موضع البدء: حيث يكون الجمهور في بداية العرض التقديمي، وتشمل هذه المعلومات ما يعرفونه، وما يعتقدونه ويشعرون به حيال موضوع العرض، قبل أن تحظى بفرصة التأثير فيهم، ويجب أن يشمل هذا شعورهم الداخلي، وكذلك معرفتهم الواقعية.

ينبغي أن تكون قادرًا على صياغة موضع الانطلاق في عبارات، مثل: « قبل بدء العرض التقديمي، سيعرف الجمهور معلومات أساسية عني وعن شركتي.. إنهم بالتأكيد مهتمون بمنتجي، ولكنهم لا يعرفون النتائج التي حققناها مع عملائنا مؤخرًا ».

ألزم نفسك بصياغة موضع الانطلاق كتابة، فسوف يجبرك ذلك على توضيح أين يقفون بالضبط، وخلال العرض التقديمي، سيكون هدفك أن تقود جمهور المشاهدين من موضع الانطلاق إلى موضع الوصول، موضع الوصول هو الحالة الذهنية التي تريد لهم أن يصلوا إليها بنهاية العرض، بعد النظر بعين الاعتبار إلى جميع الظروف، وأكرر، يجب أن تكون قادرًا على تعريف موضع الوصول في جملة: « في نهاية العرض التقديمي، أريد أن يكون الجمهور منبهًا ببرنامجنا بحيث يرغبون في معرفة ما إذا كان متوافقًا مع برامجهم الحالية أم لا».

يجب أن يكون موضع الوصول فكرة محددة، إذ يجب أن تعرف تحديدًا إلى أين أنت ذاهب بالجمهور قبل محاولة الانتقال بهم هناك.. لن ترغب أبدًا في أن يكون ما يدور بأذهان الجمهور هو فكرة، « هذا أمر مثير للاهتمام للغاية، ولكن أنا لا أدري حقًا إلام يهدف من كل ذلك».

بمجرد أن تقرر ما هو موضع الوصول، افحصه بالإجابة عن الأسئلة التالية:

- هل أنت متأكد أن القفزة الذهنية المستهدفة بين موضع الانطلاق وموضع الوصول ليست أكبر من اللازم؟
- هل أنت متأكد أن الجمهور في وضع يمكنه من اتخاذ الإجراء الذي تقترحه؟
- هل أنت متأكد من أن هذه هي المناسبة الصحيحة لتقديم هذه المعلومات؟
- هل أنت متأكد من أنك لا تطلب منهم استيعاب قدر كبير من المعلومات في الوقت المتاح؟ ولا تنس، العقل لا يمكنه أن يتقبل ما لا يتحملة الجسم.

أنا أدرك أن العدد الهائل من الأسئلة التي أقترح عليك أن تسألها قد ينحيك عن عملية تحليل الجمهور برمتها، وأدرك أيضا أنك غالبًا لن يكون لديك الوقت لتطرحها جميعًا، ولذا أقدم لك خطوات العمل أدناه، والتي تشمل فقط الأسئلة التي لا غنى لك عن أن تعرف إجاباتها.. إنها تتضمن كافة الأمور التي قد تنشأ إذا سألت جميع الأسئلة

الأخرى والمنتشرة في جميع أنحاء الفصل، استخدمها باعتبارها التحليل السريع والمكتوي عندما لا تملك الوقت الكافي للتحليل البطيء المباشر.

إذا كنت تستخدم النهج الوارد في هذا الفصل، فلا بد وأنك قطعت شوطاً طويلاً نحو كسر الأغلال المفروضة من قبل شاشة الكمبيوتر الفارغة أمامك، مما يجعل من المرجح أنك ستحظى بالتأثير القوي الذي تريد.. وإذا انتقل الجمهور من موضع الانطلاق إلى موضع الوصول المطلوب في الوقت الذي انتهت فيه من الحديث، فهذا يعني أن العرض التقديمي قد حقق النجاح، وفي الفصل التالي تتعرف إلى الآلية التي يمكنك استخدامها لحملهم على القيام بذلك بالضبط.

خطوات العمل:

- 1- سل نفسك عما تريد إقناع جمهورك به.
- 2- قرر ما هي النتيجة الساحقة التي تستهدفها.
- 3- باستخدام الأسئلة التالية كحد أدنى، أجر بحثاً حول جمهور المشاهدين:
 - من جمهورك؟
 - حدد الأفراد وفئات الأفراد الحاضرين.
 - لماذا هم معاً في تلك الغرفة؟
 - تأكد من أنك تعرف ما إذا كانوا هناك في المقام الأول للاستماع لك أم لسبب آخر تماماً.
 - ما الذي يرغبون في أن يسمعه؟
 - ربما لم يقرروا بعد، ولكن إذا كانوا قد قرروا، يجب أن تبذل جهداً لمعرفة ما هو.
 - ما الذي يحتاجون إلى سماعه؟
 - قد يكون ما يحتاجونه مختلفاً تماماً عما يريدون، وباعتبارك مقدم العرض، تحمل على عاتقك مسؤولية أن تقرر نيابة عنهم.

• ما الذي يجب أن نخبرهم به أثناء العرض والذي يمنحك أفضل فرصة للحصول

على ما تريد أنت من تقديم العرض التقديمي؟

4- بالطبع هذا غاية ما تشده، لا أحد يستطيع تحقيق ذلك في كل مرة يقدم عرضًا

تقديمًا، ولكن هذا هو الشيء الذي يجب أن تكافح من أجله في كل مرة.

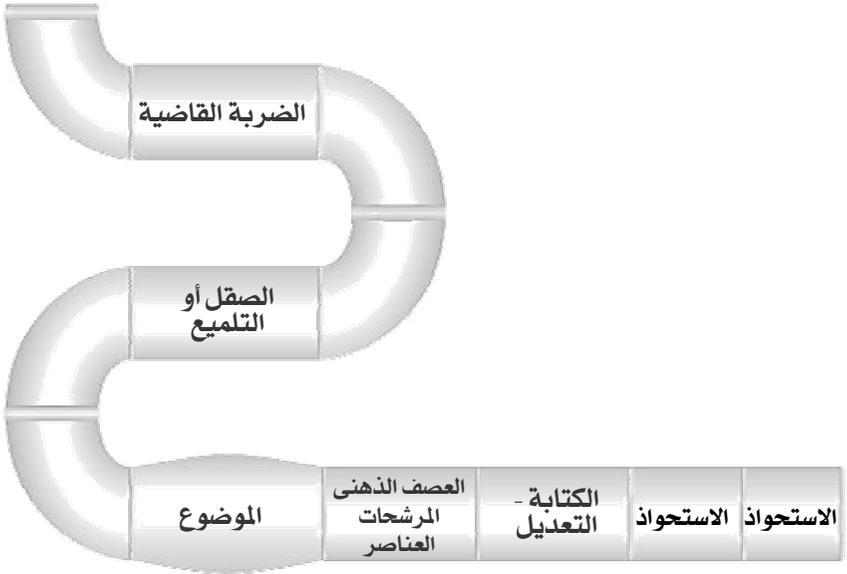
5- باستخدام إجابات الأسئلة أعلاه، اكتب أفضل تقدير لموضع الانطلاق لجمهور

المشاهدين، ولتقرر ما إذا كانت النتيجة الساحقة التي حددتها تحتاج إلى أن تحتزلها إلى

موضع وصول أكثر قابلية للتحقيق أم لا.

الفصل الثالث

كتابة الخطاب



حديثنا في هذا الفصل حول آلية الدفع بجمهور المشاهدين إلى حيث ترغب في الانتقال بهم، ويجب أن تؤدي الآلية ما هو أكثر من ذلك: يجب أن تتضمن أيضًا الكلمات التي تريد للجمهور أن يتذكرها وترسخ في أذهانهم بعد مغادرتك المبنى ولأمد طويل، وهذا هو السبب في أنها يجب ألا تكون مجرد «رسالة».

التراسل ليس بالسلاح القوي في سياق العروض التقديمية، لأنه شديد الغموض ويعبر عن مفهوم غير محدد. ولكي يكون سلاحًا فعالاً، يجب أن يهدف إلى تغليف أهم الكلمات في العرض بعناية وتوجيهها بدقة، عندئذ فقط يمكن أن يكون وسيلة فعالة تدفع جمهورك لاستيعاب، وتقدير ما تقول لهم والتصرف وفقه.

جمهور اليوم الحديث:

لقد فاضت علينا المعلومات بأكثر بكثير مما كنا نملكه قبل عشر سنوات أو حتى خمس سنوات، إلا أن قدرتنا على استيعابها لم تزد في الوقت نفسه، نحن نحاول ترشيح ما نحن حقاً بحاجة، ولكن عملية الترشيح عمل شاق، إلا أن الوكالات الإعلانية في الواقع تحسن الاستفادة من هذا القيد، فتراهم يعملون بجهد لتصوير جوهر أنشطتهم في قليل من الكلمات الحادة:

« سي إن إن: أخبار حقيقة بسرعة حقيقية ».

« فيدرال إكسبريس: تنقل إليك العالم فور وقوع الحدث ».

« كوك إليكتريك: كل ما يلزم لراحة الكائنات الحية ».

هذه الكلمات بمثابة صورة فوتوغرافية من الشركة أو المنتج المقصود، إنها بالكاد مجرد تذوق - مثيرة للاهتمام في حد ذاتها، ولكنها تترك لديك الرغبة في المزيد، وتعتبر هذه الكلمات مثلاً يسمى بـ "الخطاب الشامل"، وهو سلسلة من الكلمات التي تجسد بسرعة وبشكل مقنع جوهر ما تريد أن يتذكروه، ويجب أن يكون الخطاب الشامل قصيراً، وسريعاً، ولا ينسى.. إلا أنك لست بحاجة إلى ميزانية شركة ستاكي & ستاكي الإعلانية لتنتج هذا الخطاب، فقد قرأت هذا الخطاب على واجهة متجر أطعمة صغير في مانشستر: «سندوتشات تشرشل - ليكن وقت غدائك أسعد أوقاتك».. جميع هذه الأمثلة تتقاسم سمة قوية، فقد أنتجت لتعرض أمام العالم كله بدلاً من أن تعرض أمام مجموعة محددة من الناس.

إذاً الخطاب الشامل مصمم عادة ليُقرأ، بدلا من أن يقال، ولم يصنع بتفاصيل محددة أو على نحو خاص، وإنما صنع لجذب انتباه أكبر عدد ممكن من الناس، ولكن فقط لبضع لحظات، ولم يصنع ليحث الناس على التفكير بإمعان في تلك الشركة بعينها أو منتج بعينه، ويهدف لأن يكون ذا أثر سطحي، والمقصود منه أن يكون بمثابة ضوء غامر لا أن يكون كضوء كشاف اليد.

استُخدم الخطاب الشامل كثيرا جدا في عالم العروض التقديمية السياسية البريطانية، في عام 1979، عندما أقام حزب المحافظين حملته للانتخابات العامة على أساس الخطاب الشامل التالي بإيعاز من شركة ستاكي & ستاكي: «العمال لا يعملون»:

وبذكاء استخدمت صورة لطابور الإعانات الممتد في الأفق لتعزيز الخطاب الشامل اللفظي، وكان ذلك تطبيقاً عملياً ناجحاً على الإقناع الجماهيري السطحي.

في الانتخابات العامة لعام 2010، استخدم المحافظين خطابين شاملين مختلفين:

صوت للتغيير.. ونحن جميعا شركاء..

هذان الخطابان لم يكن لهما نفس بلاغة وهاء الخطاب الشامل لـ 1979، وأنا على يقين من أن الضعف الغامض الكامن بها كان أحد العوامل الرئيسة في أن المحافظين لم يتحقق لهم الغالبية العامة، ومع كل، فإن بناء العرض التقديمي الحي المصحوب بخطاب يجب أن يضم ما هو أكثر بكثير من ذلك، فيجب أن يحفز الجمهور على أن ينظر إلى موضوع ما نظرة أكثر عمقا، الطريقة الوحيدة للقيام بذلك هي شحذ التلخيص خصيصاً لكل فرد من جمهور المشاهدين، وحينها يتحول إلى ما أدعوه بالخطاب المركز.

كتابة الخطاب المركز:

الخطاب المركز هو سلسلة من الكلمات التي تجسد بسرعة وبشكل مقنع جوهر العرض التقديمي، بطريقة تتشكل خصيصاً لتلبية احتياجات جمهور محدد في وقت محدد،

والخطاب المركز يمثل أهمية نجاح العرض التقديمي ككل، فهو العامل المحفز في العملية المنسقة بعناية لنقل جمهور المشاهدين من موضع الانطلاق إلى موضع الوصول الذي يستهدفه مقدم العرض ذى اليدين الخاليتين من الأدوات، وكلا المفهومين (موضع الوصول) و(الخطاب المركز) مرتبطان للغاية، فأحدهما معني بنقل الجمهور إلى الآخر، وأيسر الطرق لإدراك الرابط بينهما هو التفكير فيهما، باعتبارهما متصلين بالكلمات: سيتم إقناع الجمهور بتبني وجهة نظر معينة.. عند الوصول إلى موضع الوصول الذي تستهدفه بناء على المعلومات والمفاهيم التي ألقيتها ضمن الخطاب المركز.

الخطاب المركز هو.. جوهر عملية الترشيح، الماسة التي تمثل قلب المحور الصلب في العرض التقديمي، إنه الكلمات التي ستقرر إلقاءها إذا كانت المهلة المتاحة 10 ثوان فقط لتلقي خطابك، إنه ما تريد لجمهور المشاهدين أن يتذكروه أكثر من أي شيء آخر.. في واقع الأمر، إذا تذكر جمهورك أي شيء آخر بخلاف الخطاب المركز، فسوف تكون قد حققت أكثر بكثير من الغالبية العظمى من مقدمي العروض.

الخطاب المركز المكتوب ببراعة.. هو ما يمكنه حقيقة أن يقي العرض التقديمي من أن يصبح باهتاً مبهماً، وأن يكون مصدر ضوء مشتت الإضاءة، ويجوله إلى شعاع ليزر قادر على الاختراق.

الخطاب المركز.. أمر حيوي بشكل خاص عندما يتم نشر الأفكار لتتخلل منظمة ما، ولا شك أنك لا تريد لتلك الأفكار أن تصير واهنة، وما سيحول دون وقوع ذلك هو كتابة خطاب مركز قصير وقريب الصلة ويصعب نسيانه، وينبغي أن تكون الفوائد متضمنة في الخطاب المركز... لذا ضع ضمن حساباتك النتيجة التي تستهدفها إذا كان لك أن تتحي جانباً بأحد جمهور المشاهدين وتساءله: «هل يمكنك أن تخبرني بسرعة أهم شيء كان مقدم العرض يحاول الوصول إليه؟»، الإجابة التي ترغب في سماعها من هذا الشخص هي بالضبط اللبنة لبناء خطابك المركز.

سمات الخطاب المركز:

- 1- مكتوب خصيصاً لواحد فقط من جمهور المشاهدين.
- 2- يترك انطباعاً بالأهمية الفائقة لدى هذا الشخص.
- 3- يحث جمهور المشاهدين على التفكير.
- 4- أن يكون جملة واحدة طويلة.
- 5- أن يكون بسيطاً بما يكفي ليكون سهل التذكر.
- 6- يحتوي في حد ذاته على التبرير الخاص به.

ياله من تحد أن تجمع كل هذه السمات في جملة واحدة، وهذا هو السبب في أن كتابة الخطاب المركز هو الجزء الذي يستغرق وقتاً أطول من إعداد المحتوى، إلا أن الوقت المستغرق يستحق: إذا لم يكن لديك خطاب مركز واضح لا ينسى، فلن تقدم عرضاً واضحاً لا ينسى.

إقامة العرض التقديمي على الخطاب المركز:

لنفترض أنك مدير مبيعات لشركة تقوم بتصنيع أدوات الجولف، وعليك أن تخاطب نوعين من مختلفين من الجمهور، الجمهور الأول هو مجموعة من مالكي متاجر أدوات الجولف الذين بالطبع يريدون كسب المال من بيع الأدوات لعملائهم، الجمهور الثاني هو مجموعة من لاعبي الجولف الفعليين أي إنهم المستخدمون النهائيون للأدوات في ملاعب الجولف، إن كلا العرضين التقديميين لهما موضع انطلاق مماثل وموضع الوصول المستهدف.

موضع الانطلاق: قبل بداية العرض، والجمهور يعرف القليل جداً عن المنتج بخلاف الشائعات الإيجابية الغامضة، ولكنهم حريصون على معرفة المزيد.

موضع الوصول: سوف يشعر الجمهور أن "ليزر فورث" هي مجموعة المضارب التي تلبي احتياجاتهم.

ولكن.. كل مجموعة لها اهتمامات مختلفة، مما يعني أننا بحاجة إلى كتابة خطاب مركز مختلف لكل جمهور.

الخطاب المركز الموجه للمالكي متاجر أدوات الجولف.. "أندية الجولف" "ليزر فورث" هي المضارب التي تبحث عنها، لأنها رقيقة المستوى في الصحافة، مما يجعل من السهل للغاية إجراء مبيعات مع هامش ربح مرتفع.

الخطاب المركز الموجه لمجموعة لاعبي الجولف... "أندية الجولف" "ليزر فورث"، هي المضارب التي تبحث عنها، فهي تطلق الكرة في خط مستقيم لأبعد مسافة ممكنة، وبسرعة أقل.

هذه الخطابات المركزة تفوق في قصرها الخطابات الشاملة التي أوردتها أعلاه، وهذا نتيجة حتمية للاستهداف الدقيق، ونادرًا ما يجتمع فيها الرونق والدقة معًا، ولكن كلا من الخطابين المركزين يفيان بالمعايير الستة، وكلاهما كُتِبَ خصيصًا للمساعدة في تلبية احتياجات جمهور معين، وتنشأ مسائل مختلفة عن كل خطاب مركز.

الخطاب المركز الأول: موجه للمالكي متاجر أدوات الجولف.. وضع بحيث يتناسب مع نوع المخاوف التي قد تكون لديهم:

الشكل العام:

- ما الاعلانات التي تُعرض للشركة المصنعة؟
- ما خططهم للإذاعة والتلفزيون؟
- هل يضعون خططًا لأي مناسبات خاصة؟
- من يستخدمون من المهنيين لتأييد المنتج؟
- هل يمكن أن يكون بيع هذا المنتج مربحًا بالنسبة لي؟

سهل البيع:

- ما مبيعات العام الماضي؟

- ما كم المبيعات من المتاجر التي تشبه متجري؟
- ما الخصم الذي سأحصل عليه؟
- ما العروض الخاصة التي ستكون متاحة؟

الخطاب المركز الثاني: موجه للاعبين الجولف، يعالج أموراً متعلقة بممارسي اللعبة:

أبعد مسافة ممكنة:

- بعيدة إلى أي مدى؟
- أبعد من مضربي الحالي؟
- هل يمكن لمن هم في نفس مستواي استخدامها بفاعلية؟
- من يدعم القول بأنها جيدة جداً؟
- ما السر وراء قدرة المضرب على ذلك؟

في خط مستقيم:

- ما الاختبارات التي أجريت؟
- هل ينطبق ذلك حتى على من هم في مستوى مهارتي؟
- هل يمكنني أن أرى مثلاً عملياً؟

سعر منافس جداً:

- كم السعر؟
- ما مقياس السعر بالنسبة للمنافسة؟
- هل يستحق المنتج هذا السعر؟

يجب أن توفر العروض التقديمية إجابات هذه الأسئلة، وبهذا فإن الخطاب المركز هو النقطة المحورية في عملية الإعداد، فيجب أن يستمد كل شيء من الخطاب المركز.

عليك استخدام الخطاب المركز لفرض الانضباط على نفسك، يجب أن يصبح الأساس الذي أقيمت عليه العرض التقديمي الخاص بك.

أثناء إعداد العرض التقديمي الخاص بك، سوف تنظر في العديد من مكونات شرائح العرض التي يمكن أو ربما لا ينتهي بك المطاف مستخدماً إياها في العرض النهائي، والتي قد تشمل الإحصاءات، والحقائق، والاقبسات، والحكايات، والنكات وأشياء أخرى كثيرة، كل شيء في العرض التقديمي يجب أن يكون مرده إلى الخطاب المركز، كلما انتقلت إلى قطعة جديدة من المضمون المحتمل، اسأل نفسك: هل سيساعد هذا في إقناع جمهور المشاهدين بالقيمة في الخطاب المركز؟.. فإذا لم تكن لتساعد، عليك الاستغناء عنها، وسوف نعرض بالتفصيل في الفصل القادم... وجوب استخدام الخطاب المركز لقيادة عملية الكتابة.

تأمل الخطاب المركز الذي ابتكره "دان بوند" شريك في شركة "الأحاديث/ العروض المباشرة الدولية" (شركة متخصصة في استشارات العروض التقديمية وتدريب المتحدثين من موظفي الإدارة العليا ومقرها المملكة المتحدة - المترجم) من أجل الرئيس التنفيذي لإحدى شركات الاتصالات متعددة الجنسيات ليلقيه على موظفيه في القطاع الأوروبي:

لتوسع في أوروبا.. يتعين علينا أن نقنع عملاءنا أننا قادرون على تلبية احتياجاتهم طوال 24 ساعة يومياً.

لقد استخدم «نقنع» بدلاً من «نؤكد»، لأنه كان من الجلي له ولفريقه من المديرين أنهم بحاجة لحملة كبيرة من الإقناع، كما أنه من الممكن كتابة خطاب مركز يعزز منتجاً ما، بالإضافة إلى عرض رؤية ما.. وفي المثال التالي ستأمل مديرًا للتسويق بإحدى شركات التأمين الدولية، تأكد أن جمهوره من موظفي الشركة مدركين لأبعد وأصغر تداعيات القيام بوظائفهم على الوجه الأكمل:

إننا نحمل في أعناقنا واجب تشجيع عملائنا على شراء منتجات الحماية وتحذيرهم من مجرد تجاهل الأمر.

أحد عملائنا رئيسة هيئة إدارة التمويل في بلده، احتاج في خطابه بمناسبة حفل العشاء السنوي للهيئة إلى خطاب مركز، والذي لا يجسد فقط الوضع الطارئ للصناعة، وإنما يكون أيضا بسيطاً بما يكفي ليتذكره الحاضرون (بعد شرب زجاجة من النبيذ) وينقلوه إلى زملائهم في اليوم التالي، وهذا ما قاله:

«على الرغم من الإصلاحات التي لا تحظى بشعبية، إذا أردنا زيادة حصتنا في السوق، يجب علينا مساعدة الحكومة لتنفيذ حملة تسويقية دولية كبيرة.

هذا الخطاب المركز كان صريحاً دون أن يكون مسيئاً لأي من السياسيين الحاضرين، ولا تنس، إذا كنت تسعى للإهانة، فيمكنني أيضاً أن أفعل ذلك، ويجب في الخطاب المركز المستخدم في المرافعات في قاعات المحاكم ألا يكون غامضاً، فبالرغم من كل شيء يجب أن يفهمه القضاة وهيئات المحلفين، وقد استخدمت الخطاب التالي وحقق نجاحاً:

ما كان لموكلي أن يرتكب هذه الجريمة، لأنه وكما هو جلي يملك من العقل والمنطق ما يكفي.

إن كتابة الخطاب المركز الفعال بلا شك جهد مضمن، لا يقل صعوبة عن تمرير ثمرات البطيخ بين شخصين بعيدين عن بعضهما، ونادراً ما ستسفر محاولتك الأولى عن الخطاب الذي ستستخدمه في العرض التقديمي النهائي، ويجب أن تنال كل كلمة توردها في الخطاب المركز اهتماماً بالغاً؛ لأن هذا الخطاب هو تركتك المبهرة التي ستركها لجمهور المشاهدين، فعامله باعتباره الماسة الثمينة التي تريد له أن يكونها.

أنفهم أنني قد أتهم بالمبالغة في تمجيد الماسوشية (الاستمتاع بتعذيب الذات - المترجم) في التحضير، حسناً يمكن أن أقدم بعض ما يبعث الراحة: عندما تصل أخيراً إلى الخطاب المركز الذي تصبو إليه، سوف تعرف على الفور، إنه كالحب من النظرة الأولى.. وهناك أمر آخر.. معظم مشتري المنازل المحتملين يعرفون أنهم وجدوا المكان المناسب في اللحظة التي يعبرون فيها عتبة الباب، نفس التأثير سوف يحدث لك بمجرد أن تصل إلى

الخطاب المركز السليم.

تتباين العملية الذهنية المطلوبة للتوصل إلى الخطاب المركز من شخص لآخر، فبعض من أعرفهم يعيشون حياتهم بطريقة مقتضبة تتسم بالثقة، لدرجة أن استخدام الخطاب المركز يبلور الطريقة التي يتواصلون بها بالفعل، بينما على أقصى نقيض، فهناك أولئك الأشخاص الذين جبلوا على الإطناب والإسهاب، فترى محاولاتهم لكتابة الخطاب المركز، وكأنها كتبها تولستوي (ليو تولستوي أديب روسيا العظيم).

أيا كانت نقطة انطلاق تفكيرك، فالأفضل عادة أن تحاول الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الهيكلية التي تتمتع بفكر قديم الطراز، والحداسية والانتقاء العشوائي، وتتضمن العملية أن تسأل نفسك، وربما من تثق به من زملائك سلسلة من:

أسئلة ابتكار الخطاب المركز:

- 1- ما الأمر الأكثر إثارة بشأن المعلومات التي أريد نقلها؟
- 2- هل من شيء يخاطب عقول كل من رؤوس وحواس هذا الجمهور؟
- 3- هل هو أمر جديد بالنسبة لهم؟
- 4- إذا استوعبوا هذا الامر وآمنوا به، هل سيؤدي بهم هذا إلى تجاوز البحث وراء الأسباب نحو موضع الوصول المستهدف؟
- 5- هل يمكن صياغته في جملة واحدة؟
- 6- هل ستكون في قمة الإحباط إذا لم يستوعبوا ويقبلوا ويتصرفوا وفقاً لخطابك؟
- 7- هل أنت واثق أنه سيكون كافياً لجعلهم راغبين في تناقله مع الآخرين؟

هناك تشبيه آخر أكثر صعوبة من شأنه أن يساعدك على إحكام فهم مفهوم الخطاب المركز.. فكر في نفسك كطيار مقاتل، وفي الخطاب المركز كصاروخ موجه، عليك تحديد الهدف (تحليل الجمهور/ موضع الانطلاق)، الخطوة التالية أن تقرر على وجه الدقة ما الأثر الذي تريد أن يتركه هجومك (موضع الوصول)، يليها اختيارك السلاح الصحيح

(كتابة الخطاب المركز)، ولكن لايمكنك إطلاق سلاحك ما لم يكن مستقرًا على الهدف.. ويجب أن تشعر بأن الخطاب المركز مستقر ومركز، وسوف يصيب جمهور المشاهدين بدقة في تلك النقطة التي يتمركز بها أذهانهم وحدهم.

الآن.. وقد صرنا في أجواء قتالية، يجب أن نذكر أن على السياسيين أن يزيدوا من استخدام الخطاب المركز. في نوفمبر 2002، تحدث "إيان دنكان سميث"، الذي كان آنذاك زعيم حزب المحافظين البريطانيين.. في حفل العشاء السنوي الذي أقامه معهد المديرين البريطاني في جروسفينور هاوس.. كان يريد شن هجومًا ضارياً على وزير المالية البريطاني، وهو تصرف من شأنه أن يمس وترا لى الجمهور الحاضر أمامه ممن ينصب تركيزهم على الأعمال التجارية، الخطاب المركز التالي كان بمثابة منصة الأسلحة التي أعدت له:

« إذا استمر غوردون براون في إثقال شرايين البلاد بـكولسترول من الضرائب والاقتراض، فإننا إذاً في طريقنا إلى انسداد الشريان التاجي الاقتصادي ».

وبالرغم من أنني لم ألاحظ بعد بفرصة لأترك أثراً على خطابات "باراك أوباما"، إلا أنه يبدو وأنه يستخدم نسخته الخاصة من الخطابات المركزة، خطاب فوزه في نوفمبر 2008 أعاد الحياة إلى ما يحتمل أنه قد أصبح أكثر شعار سياسي اقتبس في هذه الألفية وحتى الآن: إنه الشعار المتشابك إلى حد ما « نعم نحن نستطيع » (Yes We Can).

إنني أتعمد استخدام المصطلح «الشعار» ولا أستخدم المصطلح «الخطاب المركز» نظراً لطبيعته البسيطة، ويمكن القول إنه كان في الواقع خطاباً شاملاً، لأنه كان يهدف إلى مناشدة البلد كله بدلاً من مجرد المليون شخص، أو أياً كان عدد الحاضرين أمامه، لقد كانت عبارة حاول أوباما أن يجعل الجمهور يردده خلفه... وهو مسعى لم ينجح فيه إلا جزئياً، ومن غير المرجح أن يشتعل النداء والاستجابة من هذا النوع في أي مكان خارج الكنيسة التبشيرية.. المشكلة الأخرى، وبصرف النظر عن بساطتها، كُمنّت في السهولة التي قد تجعل منه مدعاة للسخرية... مما حدا بالكوميديين الجمهوريين طرح السؤال:

هل يمكنه أن يأتي بخطة رعاية صحية بأسعار مقبولة؟ لا، لا يمكنه.

ومما يبعث على مزيد من الانزعاج أن العبارة تلقفتها شخصية في المسرحية الهزلية Glee، التي بدأت حملة لعودة العقوبة البدنية للمدرسة بعبارة (Yes We Cane) وتعني «نعم نحن نستطيع».

من ناحية أخرى، اتخذ أوباما نهجًا مختلفًا تمامًا في خطاب التنصيب، حيث كان خطابه أقرب إلى رجل الدولة كثير الإحتراف، تماشياً مع الأحداث والمشاكل التي تواجهها بلاده، أما العبارة التي هي أكثر قرباً إلى الخطاب المركز، فقد كانت:

« لقد حان الوقت للنهوض عن الأرض، ونفض الغبار عن أنفسنا والاضطلاع بمهمة مساعدة وطننا للنهوض من جديد ».

لن يردد أحد هذه العبارة لمدة عشر سنوات تالية، إنها لا تحمل بساطة (أو ربما تبسيط) وصول الشعار « نعم نحن نستطيع»، أكرر، لأن الجمهور في جميع أنحاء العالم كان كبيراً جداً، كان يمكن القول بأنه خطاب شامل، لكنه وبلا شك كان بمثابة تجسيد فاعل لما أراد أن يتذكره جمهوره، ويتصرف وفقاً له في تلك اللحظة تحديداً، ولهذا نجح باعتباره خطاباً مركزاً، والأهم من ذلك أن غالبية المعلقين في وسائل الإعلام اختاروا هذه العبارة كعبارة تجسد موقفه الناضج تجاه المهمة الضخمة القابعة بانتظاره.

اختبار الخطاب:

ليس عليك الاعتماد على حدسك الداخلي، ويمكنك التأكد مما إذا كنت قد أصبت الخطاب المركز الصحيح أم لا، بالنظر إلى ما إذا كان يجيب عما يلي من أسئلة اختبار الخطاب المركز، بعضها تعتمد تكرر المفاهيم التي ذكرت في أسئلة كتابة الخطاب:

- هل يمكن تذكر الخطاب المركز بسهولة؟
- هل يعالج القضية المثارة؟
- هل يتسم بالجرأة الكافية لاستقطاب الجمهور؟

- هل سيراه الجمهور باعتباره شيئاً ثميناً جداً، بحيث يخبرون الآخرين به؟
- إذا تذكر الجمهور الخطاب المركز، وتصرف وفقاً له، فهل سيكون هذا نتيجة جيدة بما فيه الكفاية بالنسبة لك؟

كل سؤال يحتاج إلى الإجابة بـ «نعم» مدوية، ولن تحظى بالعرض التقديمي المقنع ما لم تُصَبِّب الخطاب المركز الصحيح.

القيود الزمنية:

عندما أقدم مفهوم الخطاب المركز لأول مرة للعملاء، عادة ما يصارعونه، ثم في نهاية المطاف يتبنونه بمجرد النجاح في كتابته بضع مرات، ولكنهم غالباً ما يتحدوني بهذه الشروط: «غالبية عروضي يجب أن تكون أطول من 30 دقيقة، بسبب القدر الهائل من المعلومات التي يجب أن أعرضها، فهل أنت واثق أن خطاباً مركزاً واحداً لا يمكنه أن يتضمن هذا القدر من البيانات؟».

دائماً يغمرني السرور عندما يتم مواجهتي بهذا الرأي، لأنه يعني أن العميل قد بذل الكثير من الجهد في استيعاب آلية عمل المفهوم، كما يعني أيضاً أن العميل قد استوعب القيود.. لا يمكن أن توجد صيغة رياضية دقيقة، ولكنني أعتقد اعتقاداً راسخاً أن خطاباً مركزاً واحداً لا يمكن أن يستمر أكثر من 20 دقيقة من العرض الحي، إذا كنت متأكداً أن العرض سوف يمتد لما هو أطول من ذلك، يجب عليك أن تفكر ما إذا كان ينبغي عمل أكثر من عرض فرعي واحد، باستخدام أكثر من خطاب مركز واحد، وهذا سيساعد على أن يكون العرض العام أكثر سهولة في إدارته بالنسبة لك وأكثر ثباتاً في ذاكرة الجمهور.

قد تكون عملية الفصل هذه مباشرة أو تحدياً حقيقياً، وهذا بحسب الموضوع الذي يتم تغطيته.. قد يتم تقسيم عرض تقديمي حول ثلاث مناطق جغرافية مختلفة إلى ثلاثة عروض فرعية، مع خطابات مركزية مختلفة تتعلق بكل منطقة:

- القسم الشمالي يكافح بشدة، لدرجة أننا قد نضطر إلى استبدال فريق الإدارة بأكمله.

- قسم المنطقة الوسطى يتعافى بشكل معقول في سوق صعبة، لذلك ينبغي تشجيعهم على مواصلة جهودهم.
 - القسم الجنوبي يقوم بعمل جيد جداً، بحيث ينبغي لنا أن ندرس ما إذا كان أي من أساليبه يمكن نقلها إلى الأقسام الأخرى على المدى الطويل.
- عرض تقديمي يصف الممارسات الحالية لمؤسستك قبل المضي في تقديم توصية بكيفية تغيير هذه الممارسات يمكن تقسيمه إلى قسمين، قد يكون الخطاب المركز للعرض الأول:
- مصنع بارنسلي يستخدم عملية رائعة كانت موضع حسد صناعة الخبز لمدة 100 سنة.
- الخطاب المركز للعرض الثاني يركز على المستقبل بدلا من الماضي:
- الطريق الوحيد لزيادة مستويات الإنتاج لدينا والحفاظ على الجودة هو تقسيم العملية بين ثلاثة مصانع مختلفة.
- ويمكن أن يتحول خطاب سياسي مدته ساعة إلى عدة خطابات مركزة، فمثلا "ديفيد كامرون" حالياً ليس مستخدماً لمنهجية القبضة العارية، ولكن مفاهيم مشابهة الخطابات المركزة يتم نشرها في جميع خطابه، وكان الخطاب الرئيس الذي ألقاه في مؤتمر حزب المحافظين لعام 2009 أكثر تميزاً بسبب لغته أكثر منه بسبب محتواه، لكن كان هناك خطاب مركز بأسلوب كامرون الخاص والذي أضاع قطعة مركزية من الخطاب:
- «الحزب المحافظ هو الحزب الوحيد الذي يمكنه مكافحة الفقر بشكل فعال في هذا البلد».
- وقد حث على التحفيز الفوري والدائم، وكان محور تقارير وسائل الإعلام في ذلك اليوم الذي يليه، انظر في أسئلة اختبار الخطاب المركز، لترى بوضوح كيف استوفى كامرون المعايير التي حددتها، بلا شك كان الإرث لبراعته لا ينسى، لقد تصدى لقضية حيوية وأثار أسئلة صعبة (كيف يمكننا القيام بذلك؟).. بـكُل تأكيد كان يريد أن يكون جمهور المشاهدين متحمساً بجدول أعمال للحزب الجمهوري جديد كلياً، لذلك ربما قاد الجمهور مسافة كبيرة نحو موضع الوصول الذي يريد.

لكن عندما نصل إلى سؤال الاختبار الأخير.. «إذا تذكر الجمهور الخطاب المركز وتصرف وفقاً له، فهل سيكون هذا نتيجة جيدة بما فيه الكفاية بالنسبة لك؟»، يمكننا أن نرى أن الخطاب المركز ناجح جزئياً فقط، فقد كانت هناك العديد من القضايا الأخرى في الخطاب، والتي أراد كامرون أيضاً للجمهور أن يتبناها ويتصرفوا وفقاً لها، ومع ذلك، فإن هذا الخطاب المركز تحديداً ناجح بشكل جيد للغاية، طالما ينظر إليه باعتباره خطاباً مركز فقط، وتحديداً لذلك القسم الفرعي من الخطاب.

تمايز الأقسام:

بالطبع ليس عليك خوض كل تلك الجهود المضنية الخاصة بتحليل الجمهور قبل كتابة الخطاب المركز لكل قسم فرعي من أقسام العرض التقديمي الطويل، وسيظل الجمهور عاملاً ثابتاً، ولكن يجب احتساب موضع الوصول لكل قسم، فمثلاً: في نهاية (العرض الفرعي 1)، أريد من الجمهور أن يوافق على أننا بحاجة إلى توظيف المزيد من الموظفين في مكتب بريستول، وفي نهاية (العرض الفرعي 2)، أريد للجمهور أن يشعر بأن فريق المبيعات في مكتب برمنجهام قد قام بعمل رائع، وينبغي منحهم مكافأة إضافية، وهكذا.. هناك حاجة إلى خطابين مركزين منفصلين لتوجيه الجمهور إلى موضعي الوصول المختلفين.

القابلية لتبني المفهوم:

الخطابات المركزة تنجح في نطاق متنوع واسع من المواقف.. عندما كنت أعد تأيين جنازة والدتي، كان موضع الوصول المستهدف أن يتذكرها الجمهور بالدموع والبسمات، فوضعت الخطاب المركز التالي قريباً جداً بعد البداية:

«أنا على يقين من انها كانت تريد منا أن نتذكرها باعتبارها أسكتلندية فخورة، وأكثر من ذلك، باعتبارها أمّاً فخورة ومحبة».

وكانت هذه الكلمات أيضاً هي ما منحني الانضباط خلال عملية الكتابة في خضم

الاضطراب العاطفي الذي لا مفر منه، لقد ساعدتني هذه الكلمات على التركيز على القصص، حيث كنت أعرف عن بداية حياتها في جلاسجو، وكذلك عندما أصبحت زوجة، ووالدة، وصديقة والمعجبة الأولى بي.

ركز هذا الكتاب في الغالبية العظمى من موضوعاته على التواصل وجها لوجه، ولكن يمكن استخدام الخطاب المركز في المكالمات الهاتفية، فعلى سبيل المثال، في الموقف الذي تتصل فيه للشكوى من سوء الخدمة، فإنه يمكنه أن يحدد جدول أعمال المكالمة ويعطي إشارة قوية إلى ما كنت ترغب في تحقيقه.

كان لي تجربة سيئة للغاية مع خدمة السفر المرتبطة بشركة بطاقات إئتمان رائدة، تحدثت إلى أحد مستشاريهم وطلبت منها أن تجد لي فندقًا بجانب البحر الميت، وتبادلنا رسائل البريد الإلكتروني على مدار اليومين التاليين، حيث اقترحت فندقًا في إيلات وكان عليّ أن أشير إلى أنه كان بجانب البحر الأحمر، وكان اقتراحها التالي فندقًا في تركيا، مما حدا بي أن أذكرها أنه بجوار البحر الأسود، وكلما طالت مراسلاتنا، اتضح أكثر أنها لا تملك حتى الفهم الأساسي للجغرافيا، فأصابني الإحباط، إلا أنني لم أكن لأتغاضى عن هكذا أمر، وصلت في نهاية المطاف إلى أحد مديري الإدارة العليا، وبعد المجاملات الأولية، قلت الخطاب المركز التالي:

«بالنظر إلى الرسوم السنوية الباهظة التي أسددها لكم، أتوقع خدمة ذات مستوى أعلى بكثير مما تلقيت على مدى الـ 48 ساعة الماضية.... لذلك دعوني أرى ما يمكنكم القيام به لتعويضي».

وهكذا عرف المدير بالضبط ما الموقف وما أردت الحصول عليه، وبعد خمس دقائق، عرض علي، وتكرمت وقبلت، 200 جنيه أسترليني تخفيض من الرسوم السنوية، كان الإرث الذي تركته لجمهوري المكون من شخص واحد بلا شك ذا قيمة بالنسبة له؛ فقد أظهر له كيف يمكنه الحفاظ على العميل الذي أعطاه 20 عامًا من التعامل.

تشوش:

أحد التحديات التي أواجهها على نحو متكرر مع عملائي هي كالتالي: «في بعض الأحيان ألا يعد الخطاب المركز مجرد بيان موضع الوصول الذي أستهده؟».

أتفق مع هذا فربما كان كذلك... إذا كان خطاب مركز لا يمكن أن يوصف بأنه جيد جداً، وأحد الأمثلة الصارخة على وجهة النظر تلك قد يكون هذا المثال:

« بالتأكيد، إذا كنت أريد أن أقنعهم بأننا بحاجة إلى توظيف المزيد من الموظفين في بريستول، فإنه يجب أن يكون الخطاب المركز « نحن بحاجة إلى توظيف المزيد من الموظفين في بريستول » فقط.

إجابتي عن ذلك هي أن الخطاب المركز من الضروري أن يكون النكهة واللون اللذين يقودان جمهور المشاهدين نحو موضع الوصول، بدلاً من أن يكون مجرد إعلان جاف عن موضع الوصول. لذا فإن الخطاب المركز الذي يمكنه أن يقوم بتلك المهمة على نحو أفضل في هذا الموقف قد يكون كالتالي:

« إذا لم نتخذ إجراء حيال الضغط الذي يزرع تحته فريق العمل في بريستول، فسنواجه خطر أن يرحل عنا أفضل موظفينا لتنهال أعمالنا في قطاع الشركة الغربي ».

أقترح أن تكون الكلمات الواردة في الخطاب المركز أعلاه تحمل الأثر المقنع الصحيح، بدلاً من أن تكون بياناً آلياً بموضع الوصول المستهدف، فإذا وجدت أن الخطاب المركز الذي كتبته بالكاد، بيان بموضع الوصول المستهدف فهذا يعني أنك لم تعمل عليه بالقدر الكافي.

أداة الإنصات:

سبق أن ذكرت أنني بدأت في استخدام التجسيد الفوري كوسيلة لتقدير الخطابات بدلاً من كتابتها، وأقترح أنه يمكنك أيضاً استخدام المفهوم كوسيلة تجعل تجربتك الخاصة

كأحد الجماهير أكثر فائدة ومتعة.. إن الغالبية العظمى من المتحدثين الذين تسمعهم لن يكونوا على دراية بفكرة الخطاب المركز، ولكن لا يزال بإمكانك استخدام المفهوم كعدسة الاستماع، التي يمكنك من خلالها تفحص ما يقولونه، كل ما عليك هو أن تسأل نفسك: إذا كنت أن من يلقي الخطاب، فما الخطاب المركز الذي سأحاول تركه لدى الجمهور؟

سوف تجد أن قدرتك على القيام بذلك ستكون متناسبة بشكل مباشر مع نوعية الخطاب الذي تستمع إليه، فكلما كان الخطاب أفضل، كان من الأسهل بالنسبة لك تغليف وتمرير المعلومات الأساسية إلى أشخاص آخرين.. من ناحية أخرى، تكون بعض الخطابات مشوشة للغاية، متعرجة ومطولة للمدى الذي يستحيل معه حتى للخطاب المركز الذي يلتهب حماساً تصوير شيء جدير بالاهتمام، وفي كل مرة تستخدم مفهوم الخطاب المركز كأداة الإنصات، فإن هذا سيعزز قدرتك وميلك لاستخدامه كأداة تحضير.

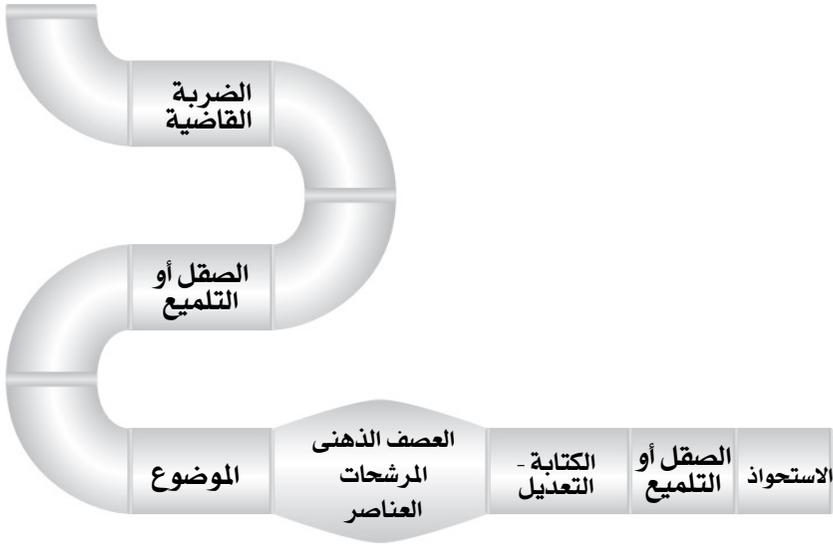
إذا كانت الإجابة عن السؤال 5 من خطوات العمل أدناه هي «نعم»، فأنت على استعداد للانتقال إلى المرحلة التالية: استخدام الخطاب المركز كمحرك لدفع بقية عملية إنشاء العرض التقديمي.

خطوات كتابة الخطاب:

- 1- اكتب في جملة واحدة ما تريد لجمهور المشاهدين أن يتذكروه أكثر من أي شيء آخر.
- 2- تأكد من أنك تكتب شيئاً ينطوي على فائدة كبيرة للمستمعين.
- 3- تأكد من أن البيان يقنع بحزم الجمهور لاعتماد موضع الوصول المستهدف.
- 4- عليك بشحذ الصياغة بحيث تكون غير قابلة للنسيان وموجزة قدر الإمكان.
- 5- بعد أن نفذت الخطوات الأربع السابقة، انظر بتركيز وهدوء في المنتج النهائي واسأل نفسك، «إذا كان الشيء الوحيد الذي ذكره الجمهور هو هذا الخطاب المركز، فهل تعد هذه نتيجة جيدة بما فيه الكفاية؟».

الفصل الرابع

الأصل الصلب للمحتوى



الخطاب المركز هو الأساس الذي ستقيم عليه محتوى عرضك التقديمي، وفي نهاية المطاف كل ما ستقوله أمام الجمهور يجب دراسته للتأكد من أنه سيقنعهم بقبول الخطاب المركز والتصرف وفقاً له، وهذا يجب حرفياً ألا يغيب عن ناظريك أبداً، فمن المحتمل أن يؤدي دور الجوهرة التي تضيء العرض: الكنز الأكثر قيمة الذي تكشف عنه كلماتك، كما يمكن للخطاب المركز أن يكون الهدية التي تريد لجمهورك العودة بها للمنزل.

أحضر ورقة قياس A4، قم بتدويرها جانباً وارسم شكلاً بيضاوياً في منتصف الصفحة، اكتب خطابك المركز في وسط الشكل البيضاوي، ثم ارسم بعض الأرجل حول الجسم، بحيث يبدو وكأنه حيوان " أم 44 " سمين للغاية، سوف تحتاج لاستخدام هذا الكائن الغريب باعتباره أداة عصف ذهني، يجب أن يبدو إلى حد ما شبيهاً بالمثل في ملخص أسلوب قناة الإعداد الأنثوي الوارد في نهاية الكتاب.

الآن... أبدأ إجراءات العصف الذهني حول الخطاب المركز، فكر في كل المعلومات الممكنة مهما كانت صغيرة والتي قد تستخدمها لتدعم الخطاب المركز، وقد يشمل ذلك الحقائق والإحصاءات والنسب المثوية والحكايات وتجارب العملاء والشهادات والنكات والبيانات الصريحة للرأي الشخصي... وغيرها الكثير؛ إذ يفضل لهذه الفكرة في هذه المرحلة أن تكون شاملة على أن تكون حصرية.

لا تعارض تدفق الأفكار بمحاولتك تنفيذ أي منها. اعتصر ذهنك في أي وكل شيء قد يمكن استخدامه كمحتوى للعرض التقديمي. وكلما تفتق ذهنك عن أي محتوى جديد، دوّنه في ملخص، أو كمجرد عنوان، في نهاية أحد سيقان المخلوق، وربما تستنفد كل سيقان المخلوق، لا ضير من إضافة المزيد.

وبالتالي يبقى الخطاب المركز باستمرار قريباً من مركز رؤيتك، وفي الوقت نفسه، فإن هذه الطريقة (باستخدام السيقان كمواضع لتدوين المعلومات المحتملة) تجبرك على تنفيذ عملية العصف الذهني بطريقة غير هرمية. إذا كانت البنود مكتوبة كقائمة تقليدية من أعلى إلى أسفل، فلا مفر من أن المعلومات المحتملة الأقرب إلى أعلى القائمة ستلقى معاملة تفضيلية، عند تدوين المعلومات حول السيقان سوف تحظى جميعها بنفس الوضع البصري، وهذا يعني أن الأشياء التي فكرت فيها في وقت متأخر نسبياً في عملية العصف الذهني لديها فرصة عادلة للنظر فيها على النحو الملائم بدلاً من اعتبارها تلقائياً أقل أهمية.

أوصي بشدة أن تقوم بتنفيذ هذا التمرين على الورق، بدلاً من ربطه إلى الشاشة المنمقة، ويجب أن تشعر بحرية الكتابة بسرعة دون التفكير في قواعد اللغة، أو الأخطاء الإملائية أو الأناقة، القلم والورقة سوف يجبران أفكارك.

دعونا نستعير من الفصل السابق مثال العرض التقديمي الخاص بـ " شركة ليزرفورث " الموجه للاعبين الجولف، إليك الخطاب المركز لتذكره:

« إنها المضارب الأنسب لك، فهي تطلق الكرة لأبعد مسافة ممكنة، وفي خط مستقيم وبسرعة منافس جداً ».

إن أنا طبقت العصف الذهني لوضع المعلومات المحتملة باستخدام ذاك الخطاب المركز بمثابة محفز فإليك ما قد أتوصل إليه..

هذه العناوين هي جميع الاحتمالات المبدئية المعقولة لإدراجها في العرض النهائي.



ينبغي النظر إلى العصف الذهني باعتباره عملية محدودة، وأعني بذلك أن عليكم تخصيص فترة زمنية محددة لاكتهاها، بعد انقضاء تلك الفترة الزمنية، يجب أن تكون صارماً مع نفسك: اتخذ القرار الواعي بأنه لن يتم النظر في أي معلومات جديدة للاستنتاج بعد تلك النقطة.... إلا إذا واجهت وميض إلهام استثنائياً.

إذا كان لديك ساعة من الزمن للقيام بكل الإعداد، أقترح عليك أن تقضي ما لا يزيد عن 15 دقيقة في العصف الذهني، هذا هو الوقت الذي استغرقته لعمل المثال أعلاه، ومع ذلك، فلن أقترح عليك تخصيص الوقت على أساس نسبة ثابتة، فربما كنت تمتلك عقلاً من النوع الذي يعمل بشكل أفضل من خلال مهاجمة المشكلة في عدة جلسات في أيام منفصلة، كما أن كثيراً من الناس يفضلون القيام بالعصف الذهني في جلسة واحدة كبرى مطولة.

من ناحية أخرى، شاركت في العصف الذهني لخطاب "مايكل هوارد" في مؤتمر حزب المحافظين البريطاني عام 2004، هذا الجزء من عملية الإعداد استغرق ثلاثة أشهر!

في العصف الذهني أعلاه لنموذج شركة "ليزفورت"، هناك معلومات أكثر بكثير مما يمكن إدراجه في العرض النهائي، بحيث يشعر الجمهور بفيضان يجتاحه، بدلاً من أن يشعر بأنه يتلقى المعلومات، بل إن القدر الهائل من المعلومات في الواقع سيعوق طريق إقناعهم بالسفر إلى موضع الوصول الذي تريده، وهذا يعني أن مهمتك التالية هي تقليص المعلومات إلى الحد الذي يمكن التحكم فيها، وستفعل ذلك باستخدام المرشحات واختبار الصدمة العاطفية.

هناك ثلاث مرشحات يمكنك استخدامها:

- الخطاب المركز.
- مرشح الحقائق.
- المرشح المضاد.

يستخدم كل مرشح بطريقة مختلفة قليلاً.

مرشح الخطاب المركز:

بطبيعة الحال، يجب ألا يكون هناك أي شيء مدون على سيقان المخلوق لا يدعم الخطاب المركز، ولكن من المحتمل أنك قد توصلت إلى عدد قليل من الأشياء التي هي مجرد حقائق مثيرة للاهتمام المتعلقة بالخطاب المركز، على سبيل المثال، مجموعة الملابس الجديدة المتعلقة بمضارب الجولف "ليزفورث" قد تكون جذابة جداً ومثيرة للاهتمام العامة، ولكن الإشارة إلى ذلك في العرض الفعلي لا تدعم بشكل كبير جوهر الخطاب المركز.



لذلك... دعونا ننظر إلى سيقان هذا الكائن لاستبعاد العناوين ذات العلاقة الثانوية مع ما تريد للجمهور أن يستقبله، فالعناوين الوحيدة التي ينبغي أن تبقى هي تلك التي تعزز عميقاً الحجة التي تعرضها. في الشكل التالي أبرزت بالخط العريض تلك العناوين التي لاتعبر خلال مرشح الخطاب المركز..

وإليك المنطق وراء كل رفض:

- سوف يكون الجمهور مهتمًا فقط بالتصميم المقدم له، لا بالتصاميم المرفوضة.
 - أشعر أن التاريخ المجيد للشركة لن يكون عاملاً مؤثراً فيما إذا كان النطاق الحالي يلبي احتياجاتهم.
 - كل من الألوان المتاحة للمضرب ومجموعة الملابس الجديدة المتعلقة بمضارب الجولف بلا شك لا علاقة لها بفعالية المنتج في ضرب الكرة.
- ومن ثم ننخفض العناوين الأصلية الـ 17 إلى 13.
- الآن أصبحت على استعداد للانتقال إلى مرشح الحقائق.



مرشح الحقائق:

يتضمن هذا المرشح استخدام ثلاث عبارات رئيسية:

- من الجيد أن تعرف.
- يجب عليك أن تعرف.
- لا غنى عن أن تعرف.

كل عبارة هي وصف ممكن لكل قطعة من المعلومات المنفردة التي لا تزال في نهاية سيقان المخلوق.

المعلومات التي تدرج تحت (من الجيد أن تعرف) سيكون من السهل التعرف عليها، على الرغم من أنها عبرت من مرشح الخطاب المركز بنجاح، إلا أنه من الواضح أن ما تحاول تحقيقه هو شيء ليس حيويًا من أجل إحداث التأثير الكلي، إنه تلك الأشياء الرقيقة التي من شأنها أن تكون لطيفة حقًا لتضمها لخطابك، إذا كان متاحًا لك قضاء كل الوقت في العالم أمام جمهور يتمتع بفترة اهتمام غير محدودة.

وإليك المنطق وراء كل رفض (مميز بخط عريض):

- لا ترتبط المنتجات السابقة باهتمامات الجمهور اللحظية، مثل: كيف يمكن تحسين مباريات الجولف بشكل شبه تلقائي عن طريق شراء المنتجات المتاحة الآن.
- نفس الأمر بالنسبة للمنتجات المخطط لها مستقبلاً.

ومن ثم تنخفض العناوين بعد التعديل من 13 إلى 11.



الآن.. أصبحت على استعداد للانتقال إلى اختبار «يجب عليك أن تعرف»، وكثيرا ما تُسبق كلمة «يجب عليك» بكلمة «ربما»، كما في 'ربما يجب عليك إبلاغ الجمهور ببعض من تفاصيل عملية البحث الضالعة في صناعة المضرب. « وفي رأيي أن هذه التفاصيل بعيدة جدا، حتى بالنسبة لجمهور من لاعبي الجولف الحريصين.. أشعر أيضًا أن استكشاف الاختلافات في المسافات التي تحققت مع مختلف أنواع وخامات كرات الجولف لن يكون شيئاً يساعد على إبقاء الجمهور متنبهاً. إنهم لاعبو جولف، وليسوا مجموعة من المهوسين بمشاهدة الجولف.

أشعر أيضا أن أداء المضرب في مختلف التضاريس والظروف المناخية قد يكون فقط من الاهتمامات الثانوية، لذلك فهذا العنوان لا يخدم الهدف المرغوب.



هذا أصعب قرار سيكون عليك أن تتخذه بينما تطبق مرشح الحقائق. هناك خط حدودي دقيق جداً بين ما ينبغي استبعاده وما ينبغي عليه (راجع الكلمات المميزة بالخط العريض)، كما أن عليك في بعض الأحيان إفساح المجال لإضافة ما يندرج تحت "يجب عليك أن تعرف" .. فقط بمرور الزمن سوف يتحصل لديك البراعة في تطبيق هذا المبحث العقلي بعد عدة عروض تقديمية.

يجب الآن أن تتفرغ للمعلومات التي تندرج تحت 'لا غنى عن أن تعرف'!

بمجرد استبعاد كافة ما يندرج تحت "من الجيد أن تعرف" والغالبية العظمى مما يندرج تحت "يجب عليك أن تعرف"، فقد تبقى لديك العناصر الغير قابلة للتفاوض: الأشياء التي تريد حقاً للجمهور أن يغادر وهو يتذكرها... وربما يخبرون الآخرين عنها، وإليك قائمة بالعناوين الباقية لدينا (بالخط العريض):



الآن صرت مستعداً للنظر في الجزء الأكثر حساسية من ترشيح المحتوى: ألا وهو المرشح - المضاد.

المرشح المضاد:

بوصفك مقدم عروض ناجحاً، يجب أن تطمح إلى سبر أغوار عواطف الجمهور.

هذا قد يعني استعادة المعلومات التي استبعدتها في عملية الترشيح أعلاه؛ لأن كلماتك ستحظى بصدى أكبر لدى الجمهور إذا كانوا يؤدون لعبة تهديدات وانتصارات جمهور المشاهدين، فلا يمكن لمرشح الحقائق تلبية كامل هذا الجانب لدى الجمهور: الحدس والبحوث فقط يمكنهما تحقيق هذا الجانب.

لذا... وبينما هذه المعلومات قائمة نصب عينيك، أعد النظر إلى كل العناوين الموجودة في الشكل الأصلي للكائن الناتج عن العصف الذهني، حتى العناوين التي لم تبق بعد تطبيق المرشحين الأولين.

ما الذي يثير مخاوفهم؟

عليك مراعاة ما إذا كان أي من هذه العناوين قد يساعد الجمهور على مكافحة أي تهديدات قد تكون لديهم... الأشياء التي تخيفهم في هذا السياق.

بالعودة إلى المثال المستخدم أعلاه، لنفترض أن جميع لاعبي الجولف الذين أتحدث إليهم تقريباً أعضاء في نادي الجولف، الذي يفخر بمجموعة واسعة من التحديات في كل ثقبه الـ 18، وهو بالطبع مضمار مميز جداً؛ إذ يمزج بين خصائص المناطق الساحلية، والحدائق والطوبوغرافيا الجبلية، ولذلك يواجه لاعبي الجولف العديد من التحديات المتباينة.. ولهذا السبب، أجد أن الأشياء التي ستثير قلق جمهوري بالتأكيد، هي كيف سيكون أداء المضرب في ظروف متباينة... انظر إلى العناوين الأصلية المدرجة سابقاً، والعنوان الذي يبرز لك الآن باعتباره شيئاً ضرورياً لنجاح العرض هو عنوان حول أداء

المضرب في مختلف الظروف المناخية والتضاريس (استبعد سابقا في مرحلة « يجب عليك أن تعرف »).

لذلك... يعني تطبيق المرشح المضاد أن هذا العنوان نجا من كومة مخلفات المحتوى، وربما أيضًا ينجح في الوصول إلى العرض النهائي.

لمزيد من التوضيح، أقترح الآن أن نلتف لحظة بعيدًا عن ملعب الجولف إلى سيناريو أكثر ارتباطًا بالشركات، لنفترض أنك تقترح على زملائك أن تشارك شركتك في مشروع تجاري في روما، « لوائح الإفلاس الإيطالية » هي أحد العناوين التي لم تنج من المرشحين الأولين، ولكن حينها تتذكر أن الشركة كانت تشارك في مشروع في إيطاليا منذ عدة سنوات، وفيه تراجع شركاؤها عن ذلك المشروع، ولكنهم خسروا مبلغًا كبيرًا من المال، بالتأكيد سينال منهم الخوف من تكرار نفس الأداء، لذلك.. فإن وصفك للتقلبات الفضاضة للقانون الإيطالي يجعلك تشق الطريق بصعوبة نحو الخليط بالرغم من كل شيء.

موجات جيدة؟

علينا أن ننظر الآن إلى جميع العناوين، ونرى ما إذا كان أي منها يتعلق بشيء نجح مع هذا الجمهور، قبل أن يمكن اعتباره انتصارًا. على سبيل المثال ربما كان منتج سابق لهذه الشركة (كما هو مذكور في أحد العناوين المستبعدة)، إذا كان لهذا النوع القديم من المنتج سمعة بكونه مفيدًا للغاية في مختلف ظروف الجولف، فإن الإشارة إليه خلال العرض قد تساعد الجمهور على الشعور مرة أخرى بانتصار عاطفي، ويمكن بعد ذلك نقل هذا الشعور الإيجابي إلى المنتج الحالي، وبالتالي دعم الخطاب المركز والمساعدة على دفع الجمهور إلى موضع الوصول المستهدف.

ومع ذلك، فأنا أعلم أن المنتج القديم كان بالكاد كافيًا، وبالتأكيد لم يكن لديك سمعة انتصار... وبالتالي فإن المرشح المضاد لا ينقذ هذا العنوان فيبقى ضمن كومة المخلفات.

لكن اسمح لي أن أضرب لك مثلاً إيجابياً، وهذه المرة سيكون في سياق سياسي، لنفترض أنك مرشح يعد خطاباً ليلقيه على جمهور من المؤيدين في بلدة معينة في مرحلة البناء للانتخابات العامة، وباستخدام مرشح الحقائق والخطاب المركز، قد تُقرر أن العناوين التي تريد التركيز عليها هي خفض العجز والحد من النفقات والقضاء على الفقر، العنوان «العناية بالقوات» لم تتحقق له شروط النجاة، ومع ذلك، فإنك تنظر في العناوين التي وضعتها مرة أخرى من خلال المرشح المضاد للتهديدات والانتصارات، مما يذكرك أن الفوج المحلي في المدينة عاد للتو إلى الوطن بعد انتشار مرهق، ولكن ناجح في الخارج، وهكذا صار من المهم، بل ومن الضروري، أن تقر بأن هذا يعد انتصاراً إذا كنت ترغب في إقناع الجمهور بأنك وحزبك تفهمان احتياجاتهما بالفعل.

ملخص استخدام المرشحات:

ينبغي ألا يجتمع المرشح المضاد مع القسوة الثنائية لمرشح الحقائق، وعلى الرغم من أننا نؤمن بلا شك أن الاهتمام باحتياجات الجمهور يجب أن يبرز في شتى تفاصيل العرض التقديمي، لكن ينبغي النظر إلى إشارات التهديدات والانتصارات باعتبارها قيمة، ولكنها ليست حيوية، مجرد زيادات إضافية، وإذا كانت ترزح تحت ضغط زمني فائق، فيجب عليك قضاء وقتاً قصيراً نسبياً في مراعاة الجوانب المشاعرية لموضوع العرض.

طبق الخطاب المركز ومرشح الحقائق بقسوة وعنف... عليك النظر إلى المرشح المضاد باعتباره إضافة مرغوباً فيها... إذا كان لديك الوقت.

لقد وصفت عملية الترشيح كما لو أنها خطية: مرشح الخطاب المركز، ثم مرشح الحقائق، ثم المرشح المضاد، بالرغم من أن الواقع يشير إلى احتمالية أن تحتاج إلى استخدام المرشحات بشكل متسلسل، إلا أن عليك الرجوع إليها أكثر من مرة للتأكد من أنك قد طبقتها بما فيه الكفاية.

من الترشيح إلى تكوين المجموعات:

يحتوي نموذج العصف الذهني الأصلي أعلاه على 18 ساقاً، ولكل منها عنوان يصف المحتوى المحتمل الذي يفكر مقدم العرض تضمينه في العرض.. قد يكون لديك أيضاً 18 نقطة تريد تضمينها، وربما كانت كلها مهمة، ولكن فرصة استيعاب 18 نقطة والعمل وفقاً لها فرصة ضئيلة للغاية، وكتجربة، جرب أن تبدأ العرض التقديمي بهذه الكلمات:

« لدي 18 موضوعاً أرغب في الحديث عنها اليوم... ».

من المرجح أن يكون التعبير الأكثر شيوعاً والذي ستشاهده بعد ذلك على وجوه الجمهور إما الغضب أو اليأس، تأكد من أنك أوصدت الأبواب.

إذا كان عدد 18 عنواناً عدداً كبيراً، فما العدد المناسب؟ يجتمل أن يكون العدد المناسب ثلاثة، فليسبب ما يشعر العقل البشري بالارتياح تجاه المجموعات المكونة من ثلاث مفردات. ويبدو أن القوائم المكونة من ثلاثة بنود سهلة التذكر، حتى عندما تكون الكلمات في القائمة ليست مذهلة جداً في حد ذاتها: «أصدقاء، رومان، ريفيون».. «فيني، فيدي، فيسي» (إنها ناجحة باللاتينية أيضاً).. «دماء وعرق ودموع».

ما قاله تشرشل في الواقع هو « الدم والعرق والكفاح والدموع »، ولكن معظم الناس قد نسوا الكفاح لأن قائمة من ثلاثة أسهل في التذكر.

أقبل بأن الثلاثة قد تبدو وكأنها عدد صغير جداً من العناوين في عرض تقديمي مهم، ولكن أعد التفكير مرة أخرى في آخر خطاب كبير سمعته أو عرض تقديمي حضرته، هل يمكنك أن تتذكر أكثر من ثلاثة عناوين منه؟ هل يمكنك حتى تذكر ثلاثة؟ أو أي شيء يشير من بعيد إلى خطاب مركز؟

إذا تمكنت من أن تجعل جمهورك القادم يتذكر الخطاب المركز وثلاثة عناوين تدعمه، ستكون قد حققت أكثر مما حققه 99٪ من مقدمي العروض الآخرين.

مع ذلك، قد يكون الأمر، أنه على الرغم من الاستخدام الأكثر قوة للمرشحات، إلا أنك لا يمكنك خفض العناوين إلى ثلاثة، حسناً، أعترف على مضض أنه ربما يمكنك الخروج بما لا يقل عن خمسة عناوين، ولا تزال لديك فرصة استيعاب الجمهور لهم، وإذا كانت كتاباتك قليلة للغاية، يجب عليك النظر إلى العدد خمسة باعتباره الحد الأقصى المطلق، لأن سعة ذاكرة الجمهور تتزامن مع عدد أصابع يد الإنسان.

تكوين المجموعات:

إذا كان لديك مسبقاً 17 نقطة بحاجة إلى عرض (كان الله في عون الجمهور)، فإن عليك بذل قصارى جهدك لتكوين مجموعة لهم، إليك قائمة بتسعة عناوين بقيت لديك بعد تطبيق المرشحات الثلاثة المذكورة أعلاه:

- المشاهير الذين يدعمونه
- المبادئ العلمية القائم عليها التصميم
- المعادن المختارة للمضرب
- كيف تم اختباره
- المسافات في الظروف المختلفة
- الدعم من غير المشاهير
- مقارنة مع نتائج منتجات الآخرين
- أسعار المنافسين
- الضمان

الآن.. لننظر ما إذا كان باستطاعتنا تقسيمها إلى ثلاث مجموعات:

- المبادئ العلمية القائم عليها التصميم.
- المعادن المختارة للمضرب.
- كيف تم اختباره.

- المسافات في الظروف المختلفة.
- مقارنة مع نتائج منتجات الآخرين.
- أسعار المنافسين.
- الضمان.
- الدعم من غير المشاهير.
- المشاهير الذين يدعمونه.

ويمكن بعد ذلك تجميع هذه المجموعات الثلاث تحت العناوين الثلاثة الرئيسة

التالية:

1- التكنولوجيا.

2- الأداء.

3- الإشادات.

لا تحب الجماهير الاضطرار إلى العمل بجد، وتكوين المجموعات ثم التجميع تحت العناوين الرئيسة يجعل حياتهم أسهل قليلاً- على الأقل مدة العرض التقديمي، ولأنه يساعدك على توضيح وتذكر المحتوى الأساسي للعرض التقديمي، فسوف يجعلان حياتك أنت أيضًا أسهل.

البحث عن الأخطاء الفادحة:

الخطأ الفادح جزء من المعلومات التي تبدو أنها تساعدك على إنتاج الرسالة المركزة، ولكن بعد مزيد من التفكير، وعادة بمساعدة الزملاء الموثوق بهم، يصبح من الواضح أنها قد يكون لها تأثير معاكس، هذا هو نوع السيناريو، حيث تعرض على شخص ما قائمة العناوين المحتملة ويقول: «ماذا؟! هل أنت أبله؟ إذا أثرت هذا الموضوع فلا فرصة لك في إقناعهم!».

كانت إحدى الشركات العميلة لديّ تخطط مؤخرًا لعرض تقديمي، يهدف تحفيز

فريق العمل ودفعه نحو تحقيق نجاح أكبر، لقد نفذوا وبعناية المرشحات جميعاً، أحد العناوين التي استبقوها كان « مشروع دنفر ». واعتزموا قضاء قدر كبير من الوقت في التحدث، يتناولون الدروس التي يمكن استخلاصها من المشروع، والشيء المؤسف هو أن هذا المشروع الخاص كان كارثة بكل المقاييس، خسر خلاله العديد من الناس قدرًا كبيرًا من المصدقية، وكان الجانب الإيجابي للدروس المستفادة أكبر بكثير من الجانب السلبي المتحفز لاستخراج جثة الشركات وتشريحها أمام جمهور، كان قد سئمه تمامًا، مجرد الضغط لاستخراج أكبر فائدة ممكنة من هذه الاستعارة، أدى إلى أن رائحة الوهن دفعت وبلا شك جمهورهم بعيدًا عن موضع الوصول المستهدف.

وما أن أشرت إلى هذا الخطأ الفادح المحتمل، حتى قرروا التراجع عن "مشروع دنفر" والتخلص منه بما يستحق، لذلك، إذا توافر لديك الوقت والزلاء، اطلب منهم النظر في القائمة النهائية للمحتوى للتأكد من أنك لا تنفق الكثير من الوقت في صناعة التفاصيل، التي من شأنها أن تضر الغرض من عرضك التقديمي.

المصطلح الذي استخدمه للتعبير عن العناوين الرئيسية التي صنعناها أعلاه هو "العناصر الأساسية"، لأنها هي المفتاح لإطلاق القيمة الحقيقية للخطاب المركز، إنها تلك العناصر الأساسية التي تصبح الأصل الرئيس للمحتوى الذي سمي هذا الفصل باسمه. بعد أن طبقت التسلسل الملخص في خطوات العمل التالية، حان الوقت لكتابة المحتوى الذي سيصبح اللحم على عظام العناصر الأساسية.

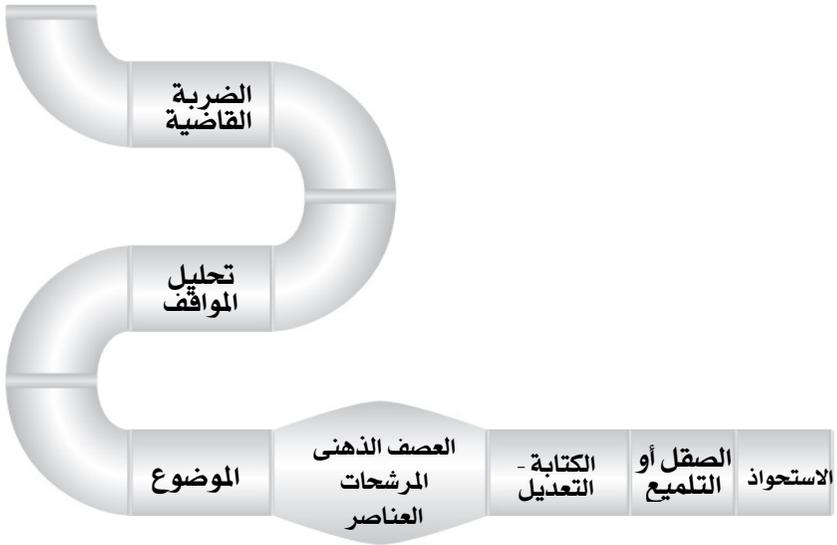
خطوات عملية

- 1- اكتب خطابك المصغر في وسط. الشكل البيضاوي
- 2- اعتمد العصف الذهني للحصول على العناوين التي يمكن استنباطها من الخطاب المركز.

- 3- طبق مرشحات الخطاب المركز بحيث لا تستبقي إلا العناوين التي تعزز هذا الخطاب بعمق.
- 4- طبق مرشح الحقائق لاستبقاء العناوين التي تندرج تحت (لا غنى عن أن تعرف) فقط.
- 5- طبق المرشح المضاد لتضمين التهديدات والانتصارات.
- 6- قسم العناوين في مجموعات لتصبح هي العناصر الأساسية.
- 7- ابحث عن الأخطاء الفادحة.

الفصل الخامس

اكتبها.. اقرأها.. حررها



عندما تنجو من حرارة الابتكار (الإبداع) النابعة من العملية المذكورة في الفصل الثالث، ستكون قد تمكنت من تشكيل الفكرة الرئيسة، وستكون هناك في الغالب ما بين ثلاثة إلى خمسة عناصر رئيسة تؤيد ذلك.

وفي هذه المرحلة، ستكون العناصر الأساسية أكثر من مجرد ملاحظات مبدئية. سيتطلب الأمر منك القيام بالكثير من الجهد؛ حتى تشعر أن المحتوى الذي ستحدث عنه قد تم تحضيره، كما يجب أن يكون.

سوف تناقش أهمية افتتاح وختام الكلام في الفصل القادم.. أما الآن، فقد حان الوقت لنضع شكلاً مفيداً ومرصياً لهيئة العرض الذي يتم تقديمه.. ويجب أن تبذل جهداً للتوسع في تناول ما لديك من أفكار.

اكتبها:

يقوم عملائي في الغالب بتقديم التبرير التالي كسبب لعدم قيامهم بالأمر بشكل صحيح:

"كل ما أحججه للتحضير هو بعض الملاحظات المبدئية.. أنا لا أحتاج لكتابة العرض التقديمي، لأنني واثق من أنني سأجد الكلمات المناسبة عندما أقف أمام الجمهور".
أعلم أن معظم مقدمي العروض لا يقومون بكتابة عروضهم بشكل مفصل، ومع ذلك، تذكر أن: ما لا يستحق أن تكتبه، لا يستحق أن تستمع إليه..

سوف تقوم بالتفكير وتكوين المادة التي ستقوم بعرضها بشكل أفضل، في غرفة هادئة مع قلم وورقة (أحياناً)، وجهاز كمبيوتر، أما وجود الجمهور فإنه يعيق الفكر الإبداعي؛ فكل مقدم يعتقد أنه سيظهر أفضل ما عنده أثناء وجود أشخاص تحدد النظر به، وأنه في الواقع سيكون أفضل إذا قام بالأمر بمفرده.. إنهم فقط يكرهون المجهود المبذول أمام قطعة من الورق، فالمستوى النسبي لنجاح إبداع وإلقاء المادة في الوقت نفسه قد جعلهم كسالى.

لا يستمتع أحد بكتابة كلمات العرض، وأنا مؤكداً لا أستمتع بذلك، فبينما يكون الأمر مشابهاً للاستمتاع به كالاستمتاع بمعالجة القولون، فإن له تأثيراً يماثل في إفادته تأثير الدواء المسهل، فعندما تقوم بإزالة الأفكار غير الواضحة.. فإنك بالتالي ستضطر إلى أن تزيل كل الكلمات والجمل التي لاتعنى بالعرض، وهذا لن يتم إلا عندما تراها على الورق أو على الشاشة؛ لتقوم بتحديد الكلمات المناسبة.. فعندما يمكنك قراءتها وإعادة قراءتها، يمكنك أن تدخل كلمة هنا وتحذف جملة من هناك، كما يمكنك أن تتجادل وتقلق

وتتعذب.. إن هذا المجهود هو الذى سيجعل كلماتك جاهزة للمعركة.

هذا لا يعنى أننى أقترح استخدام النظام نفسه الذى كنت تستخدمه في الجامعة عند كتابة المقالات.. ففي تلك الأثناء، كنت تفكر من زاوية القواعد النحوية، وبناء الجمل الصحيحة، ووضع الأفعال في الأزمنة المناسبة، وعلامات الترقيم - هذا إن كنت على الأقل قد ذهبت إلى مدرسة لاثقة نسيًا.

وفي الغالب، فإنك قد قمت - من قبل - بكتابة مقالات في صمت، لأنك كنت تكتبها لشخص سيقوم بقراءتها في صمت أيضًا. ولكن عندما تقوم بكتابة كلمات العرض التقديمي، يجب أن تقولها بصوت عالٍ.. وبعد ذلك تقوم بكتابتها، وبهذه الطريقة سوف تكون لديك فكرة عن مدى فاعلية الكلام، حتى قبل أن تكتبه.. وبطريقة ما ستكون هذه الكلمات كالمولود الجديد، الذى يحظى بطفولة مؤقتة على الشاشة أو على الورق، ثم يصل إلى مرحلة النضج في النهاية، عندما يخرج من فمك مرة أخرى.

وهذا التسلسل في الوصول بالكلمة لمرحلة الاكتمال لن يكون سلسًا، ففي بعض الأوقات ستجد نفسك تفكر: "تمهل لحظة... هذا لا يبدو صحيحًا وبالآخرى لن يكون مناسبًا.. لقد وضعت بعض الأشياء ليست لها علاقة بالموضوع... وتركت جزءًا مهمًا!"

إنها ليست فكرة سلبية وإنما فكرة بناءة.. فهذا يشجعك لتفعل شيئًا حيال الموقف. إذا كانت هذه الأفكار تخطر على بالك، قبل القيام بالعرض بدقائق قليلة، فلا بأس في ذلك.

تحذير: إن خطرت على بالك هذه الأفكار أثناء العرض، فقد تأخر الوقت والتعديلات التى ستقوم بها.. وحينها لن تكون بجودة التعديلات نفسها، التى تضعها في الحسبان من البداية؛ لذلك.. لا تتكاسل ولا تكتف بالملاحظات الصغيرة. اكتب كل شىء.

أعلم أن ما قمت باقتراحه سوف يواجه عديدًا من التحدى والمقاومة؛ ففكرة كتابة العرض التقديمي ليست فكرة معروفة، وإليك رد الفعل الذى أسمعته طوال الوقت من عملائي الجدد:

"لا يمكنني القيام بهذا.. إنك لا تعرف كم أنا مشغول، ليس لدي وقت لأضيعه في كتابة العرض حرفياً، فأنا بالكاد لدي وقت لأقوم بتجميع شرائح العرض معاً".
من الطبيعي أن يشعروا بالضغط في الوقت، ولكن من الخطأ أن يظنوا أن العرض المتكامل مجرد مضيعة للوقت.

مميزات الكتابة:

- 1- التفكير بطريقة أكثر فاعلية.. عندما تكون أمام الشاشة أو الورقة، أكثر من أن تكون أمام الجمهور؛ لأن الطاقة المبعثة من الموقف في حد ذاتها ستعمل على تحفيز أذنانك، ولكنها لن تقوم بتحضير إبداعك؛ فمعظم الناس يصلون لأفضل ما لديهم في جو هادئ قبل القيام بالعرض.
 - 2- عرض الأفكار الخاطئة على الورقة أو الشاشة.. فقد تظن أن الأفكار التي أعدتها واضحة ومقنعة تماماً، ولكن يمكن أن يكون هذا همماً؛ فمن الصعب أن تراها بموضوعية، قبل أن تقوم بكتابتها.
 - 3- الابتعاد عن التعقيد.. التعقيد يقتل التواصل مما قد يُربك الجمهور، وبالتالي قد يجعل استيعابهم وموافقته على الموضوع المطروح أمراً صعباً.. ولكي تكون فعالاً، فيجب أن يكون العرض المقدم بسيطاً وفي خط مستقيم؛ فلا يمكنك أن تعرف مدى بساطة ووضوح النص، إلا إذا رأيته مكتوباً.
- لم تقتنع بعد؟ يجب أن تصدقني.. الكتابة ليست شيئاً إضافياً.. واصل القراءة عندما تقوم بكتابة العرض، يمكنك بعدها أن تقرر وتختار الطريقة المثلى لتوصل بها المضمون.. هل تحتاج نصاً كاملاً، تضع به إشارات تلميحية؟.. هل تستخدم الملاحظات المختصرة كوسيلة مساعدة؟ سواء كنت ستختار هذا أو ذاك، فإن النتيجة النهائية ستكون أفضل بكثير، إذا اجتهدت في القيام بكتابة نص كامل.

عندما تقوم بذلك ستجد أنك:

- تجبر نفسك أن تقرر الترتيب الأفضل لعرض المادة.
- تحدد أين يكون التكرار ضرورياً، وأين يكون ضاراً.
- تزيل العبارات المبتذلة والمصطلحات غير اللائقة.
- تتفقد محتوى الموضوع الرئيسى.
- تتمكن من تشكيل التسلسل العام وتحسين نبرة الإلقاء.

الجيد في الأمر، أننى لا أريدك أن تثور ضد طريقة عقله الإصبع المجردة في خوض الأمر لمجرد أنك تحشى معاناة كتابة كل كلمة تود أن تقولها.

إن كنت تحاول أن تكتب كل شيء، فيجب أن تقوم بكتابة نص، ولكن النص هو شيء ينبغى الالتزام به كما هو.. مثل الممثل (الفنان) الذي يقوم بإلقاء النص الذى يأخذه من كاتب المسرحية لكن القيام بعرض تقديمى لا يعد تمثيلاً، ولكنه يعد أداءً لدور تكون فيه نفسك، أكثر من أن تدعي أنك شخص آخر ابتكره شخص ما، وعندما تكون نفسك.. فإنك لن تستطيع ببساطة أن تلتزم بكلمات، كُتبت على، جهاز الكمبيوتر، لأنك حينها لن تبدو طبيعياً.. لذلك فبدلاً من أن تكتب نصاً حرفياً، أدعوك أن تجعله نصاً مرجعياً.

النص المرجعى:

هو نسخة من الخطاب، تحتوى على كل العبارات الأساسية التى ستقوم باستخدامها في يوم العرض، والتى ستحتوى على 70٪ من كلمات الخطاب الكامل؛ مما يتيح لك أن تكتب كل الأمور المهمة على الشاشة أو الورق، دون أن تكون مقيداً بكلمات لا تستطيع الفرار منها مهما فعلت.

إن كنت اعتدت استخدام الورقة والقلم في الأمر حتى هذه المرحلة، فقد حان الوقت لتنتقل إلى جهاز الكمبيوتر.

اقرأ النص المرجعي بتمعن
مرتين لكي تتأكد من
وضوح معناه

التكنولوجيا تُسهل ألم الضغط للحصول على أفضل الكلمات، فحتى أجهزة الكمبيوتر المحمول الأكثر بدائية تستطيع أن تقوم بتشغيل برنامج للتعرف إلى الصوت؛ مما يتيح لك القدرة على التحدث أمام الشاشة. وبعد القليل

من التدريب، ستعرف كيف تسرع من تفكيرك بشكل كبير، فأنا أكن الكثير من الإعجاب لهؤلاء الذين تعلموا الكتابة من بداية حياتهم العملية أو الدراسية. أما عن الذين تعثروا في إجادة الكتابة على لوحة المفاتيح.. فإنهم سيجدون برامج التعرف الصوتي مفيدة للغاية.

اقرأ من أجل المعنى:

أعلم أن احتمالات اتباعك للخطوة القادمة تعتبر ضئيلة جداً، وسيكون من السهل تخطيها والذهاب للصفحة القادمة، ولكني سأقولها على أي حال.

أعلم أنك تظن أن هذا الأمر مملاً، وأنت لا تمتلك وقتاً كافياً من يومك لذلك، ولكن من فضلك جرّب الأمر من أجلي، ستندهش للحجم الهائل من الثروة التي كنت واثقاً أنها مقنعة وعبقريّة عندما كتبتها للمرة الأولى.

الآن... سأقوم بإزعاجك أكثر، فبعد أن قمت بإقناعك أن تبذل مجهوداً في التوسع وقراءة العناصر الأساسية، أحثك على تقليل عدد الكلمات عن طريق القيام بعرض التعديل.

تعديل من أجل التأثير:

يعتبر مفتاح الحذف أقوى سلاح على جهاز الكمبيوتر الخاص بك؛ فهو يسمح لك بإزالة الكلمات غير المرغوب فيها دون الإحساس بالقذارة البغيضة الذي يشكلها التشطيب على الورق؛ فقد أصبح القص واللصق متعة مطلقة، عندما تدرك أن بعض كلماتك الرائعة تقع ببساطة في المكان الخاطيء، كما أن مقاومة الرغبة في الإفصاح عن كل شيء تتطلب شجاعة وتركيزاً؛ فبعض المقدمين يبدو وكأنهم قد تناولوا مصل الحقيقة؛

مما يجبرهم أن يصرحوا بكل شيء، وكأن الاعتراف سينهي خطورة العذاب.. ولكن هذا مع الأسف يؤدي إلى تعذيب الجمهور في المقابل.

ومن المثير للسخرية، أنه على الرغم من أن الكثير من الناس يكتبون نصًا لخطابهم، إلا أن كل هذا المجهود يضيع عبثًا؛ لأنهم لا يقولونها بصوت مسموع، قبل العرض نفسه. وهذا غالبًا ما يسبب تلك اللحظات المحرجة التي يشاهدك فيها الجمهور، وأنت تعاني في محاولة إيصال المعلومات.. وأنا لا أعلم أيها أسوأ، أن تكون مكان المقدم أم الجمهور الذي يشعر بالملل.

كل الظواهر التالية التي قد تحدث بالعروض، لا تعد ممتعة أبدًا:

- الجمل التي قد تصبح فقرات أو صفحات دون توقف، أو حتى علامات ترقيم.
- الأسئلة المتضاربة، والتي تبدو غير منطقية عند سماعها، مثل: ماذا نعني بمفهوم القيادة؟
- عبارات الحشو التي قد تمتلئ بها الورقة، ولكن تبدو ضعيفة حين تقدم:

"لا أعلم إن كنت قد رأيت..."

"هل هناك أهمية لرؤيتهم للأمر؟ وحتى إن كانوا شاهدوه، فما الذي سيختلف؟"

"أظن أنك ستوافق على..."

"هل أنت على يقين أن جميعهم سيوافقون؟"

"يعد هدفًا قريبًا من قلوبنا جميعًا."

"فعلًا هناك هدف جيد ليس قريبًا من قلوبنا؟".

- المفاهيم المعقدة.. والتي قد تكون مقبولة للقارئ، حين يعيد قراءتها، ولكن من المستحيل أن تفهمها في بيئة العرض عند سماعها مرة واحدة:
"تطوير اذلرغبة لفهم وإصلاح الأشياء نحو القدرة على تعرف عطل كهربائي متقطع وإصلاحه باستخدام أحدث المعدات والوثائق ومرافق الدعم".
- الكلمات الخادعة أو سلسلة الكلمات التي يكون من الصعب توصيلها تحت الضغط.

- العبارات العامة التي تبدو مبتذلة، عندما تدخل في سياق العمل والإدارة؛ لدرجة أنها تصبح مثيرة للضحك.. "وهذا الأمر سيسرّع نبضات قلبك..."
- العبارات المبتذلة السيئة التي تعرض ثقافة الشركات، ولا تستخدم عن عمد إلا أثناء لعبة البينجو.. ولكن عندما تسوء الأحوال، يضطر الضعفاء لاستخدام الابتذال:
 - "الشيء الثابت الوحيد هو التغير".
 - الترجمة: إن لم تقم بوظيفتك على أكمل وجه، ستطرد من العمل.
 - "إنه وضع سيكون مكسباً للجميع."
 - وهي عبارة في غاية الابتذال.
 - "إنها ليست مشكلة ولكنها فرصة"
 - نتائجنا كارثية وأحاول بشكل يائس أن أبدو إيجابياً.
 - "نحن نركز هنا على مطالب العميل وتحركنا قوى السوق."
 - طلب منا أحد الخبراء الاستشاريين ادعاء هذا.
 - "ليس هناك ما يعتبر شيئاً سهلاً".
 - نحتاج المزيد من الخبراء الاستشاريين.
 - "مستقبل الشركة بين أيديكم".
 - لأننا لن نتحمل نفقات موظفين آخرين.

البنية:

عندما نقرأ وثيقة، يكون لدينا خيار الرجوع وإعادة قراءة الجزء الذي نود أن نتأكد من فهمه جيداً.. لكن الجمهور لا يتمتع بهذا الخيار.. فإن اضطر الجمهور أن يبذل مجهوداً ليتابع مسار العرض المقدم له، فهذا يؤدي إلى هدم طاقتهم الجماعية، وهي الطاقة التي تريدهم أن يستخدموها لاستيعاب فكرتك الرئيسة.. إن الجمهور ينفر عند اضطراره للاجتهاد، فاجعل الأمر ميسراً لهم واستخدم بنية واضحة وبسيطة ومباشرة.

يجب أن تكون البنية بسيطة بما يكفي لكي تكون:

(أ) سهلة للفهم.

(ب) سهلة للتذكر.

(ج) يسهل إبلاغها لشخص آخر.

يجب أن يشعر الجمهور بأنه لدى المقدم سلطة يارسها أثناء مناقشة الموضوع، وفي الطريقة التي يتواصل بها.. المقدم الفعال يكون بطبيعة الحال قائداً فعالاً، ولكن هناك فرقاً بسيطاً يفصل بين القيادة والاستعلاء، فتذكر أن الجمهور يحتاج أن يخوض الرحلة معك، فلا تجعل هذه الرحلة كجولة ساحرة غامضة.. فأنت لن تريد أن يستمع إليك أحد، ويُفكر في قرارة نفسه:

"أعتقد أن هناك أفكاراً جيدة هنا، ولكني لا أعلم ما الذي يحاول هذا المقدم الوصول إليه".

وفي المقابل، فلا يجب أن تفصح عن الكثير في وقت قصير للغاية:

"لقد أخبرنا أنه سيناقش المبيعات في مدينة "بريستول" والتسويق في "برمنجهام" والمصروفات في "شيفيلد".. ولذلك لن أزعج نفسي بالاستماع إلى ما سيقوله عن بريستول وبرمنجهام؛ لأنني مهتم بشيفيلد فقط".

إن مثال شيفيلد الموضح - فيما سبق - يعتبر المثال التوضيحي الأفضل لمخاطر نظرية "أخبرهم" القديمة والمبتذلة، والتي تكون على النحو التالي:

أخبرهم عن الذي ستقوله لهم... أخبرهم... أخبرهم عن الذي قلته لهم.

والتي تعنى في الحقيقة:

أخبرهم أنك ستكون متعالياً... كن متعالياً... ثم أخبرهم ماذا تعنى حقاً كلمة

التعالي.

تعمل نظرية "أخبرهم" بشكل جيد مع معلمى الروضة، ولكنها في الحقيقة تبدو مملة وبلا طعم وقديمة لأي شخص آخر، أما البنية الجيدة.. فإنها بالطبع تُعطى مستمعى العرض التقديمى فكرة قوية عن كيفية الوصول إلى خط النهاية، ولكن في الوقت نفسه لا يجب أن تكون متوقعة.. يستخدم مقدم أسلوب "أخبرهم" القديم الصيغة التالية لعرض موضوع المصروفات:

"صباح الخير، أيها السيدات والسادة. يشرفنى وقد أتيتحت لى الفرصة لـ..."

(كثير من الابتذال الذى يدعو للملل).

"... اليوم سنناقش موضوع المبيعات في بريستول والتسويق في برمنجهام قبل أن نناقش موضوع المصروفات في شيفيلد سريعاً. ولكن قبل كل شىء، لتكلم قليلاً عن الخلفية المعلوماتية".

من الواضح أن هذا العرض سيكون في غاية الملل؛ حيث يعلم الجمهور بلاشك كيف سيجرى العرض، ويعلمون أيضاً أنهم سيشعرون بالملل.

أما طريقة «عقلة الإصبع المجردة» فستبدأ بشىء أكثر حدة وتشويقاً (مثل: سنكتشف هذا في الفصل القادم)؛ فلا تجبر الجمهور على استنتاج طريقتك، اجعلها واضحة بما يكفى ليشعروا بالراحة داخل مضمون الموضوع. امنحهم القيادة، وسيتبعونك في طريقتك أثناء العرض.

السينور أم هوليوود؟

هذا ما حدث في قصة هاملت:

شعر هاملت بالحزن عند موت أبيه وزواج والدته من الحاكم، الذى يظن هاملت أنه قتل أبيه... يفكر هاملت ماذا عليه أن يفعل... قرر أن يدعى الجنون وترك حبيبته (أوفيليا - المترجم) التى قتلت نفسها فيما بعد... بعد ذلك، قام هاملت بقتل شخص آخر (على

سبيل الخطأ)، ثم قتل ابن ذلك الشخص، وقتل زوج والدته الجديد، وبعدها قتل نفسه.
وتمكنت شركة شكسبير الكاملة من سرد القصة في 12 كلمة:
انظر... شبح! ... أكون أو لا أكون... وما تبقى هو الصمت.
حسناً، ربما النسخة الأصلية ذات الأربع ساعات أفضل قليلاً.

العرض الجيد، حسب تقنية
عقلة الإصبع المجردة يقع في
منطقة ما بين ويليام
شيكسبير وجيمس بوند.

معظم الناس في القرن الواحد والعشرين يعرفون شيئاً عن القصة، قبل أن يذهبوا لحضور عرضاً لهاملت، ولكن لم يكن الأمر كذلك في عصر شكسبير، فعلى الرغم من تصاعد الإشاعات حول القصة.. إلا أن الجمهور كان يذهب إلى المسرح جاهلاً بكيفية تدفق الأحداث، وكأنهم يشاهدونها لأول مرة تحدث أمام أعينهم.

لكن حتى الجمهور الأكثر المتعلم والمثقف لن يستطيع استيعاب كل الموضوعات المعقدة الممزوجة بالنص.. ولهذا كُتبت مليارات الكلمات حول هذه المسرحية، خلال الثلاثمائة عام الماضية، فلا يمكن لأى جمهور فهمها من المرة الأولى أبداً.
وعليه... تعتبر دراما شيكسبير مثلاً شيقاً لعرض تقديمى في مجال الأعمال التجارية.

هذا ما سيحدث في فليم جيمس بوند القادم:

جيمس يعمل لصالح المخابرات البريطانية.

الشرير يريد أن يقوم بشىء سيئ للغاية.

يقيم جيمس بعض العلاقات العابرة ثم يقتل الشرير.

وكل جمهور السينما يعلم أن هذا ما سيحدث، قبل أن يغادروا حتى منازلهم.. وفي الوقت نفسه يعلمون أنهم لا يزالون يذهبون إلى السينما لمشاهدته.

وسيعجبون بالانفجارات والقتل والمؤثرات البصرية والعلاقات الجنسية العابرة أيضاً؛ فيذهبوا للاستماع بالتجربة، دون قلق حول عدم قدرتهم على استيعاب الموضوعات المعقدة؛ لأنها غير موجودة على الإطلاق.. لقد كتب القليل من رسائل الدكتوراه حول قصة فليم جولد فينجر (الإصبع الذهبي) وتمكن الجمهور من فهمها من المرة الأولى؛ لأن لم يكن بها شيء يصعب استيعابه.

فلا يكفي أن تكون التجربة ممتعة فحسب، بل ينبغي أن تمتلك فكرة جديدة، يتم الاهتمام بتدعيمها بمضمون قوى، يسهل استيعابه عند سماعه لأول مرة، ولا يستحسن وجود شيء مخفي بداخل بنية معقدة، إن بساطة العميل 007 (جيميس بوند) تعد أفضل من تعقيدات هاملت.

تقوم بعض الكتب التي تناقش فن مهارة العرض بتحليل عدة هياكل ممكنة، يمكن استخدامها في العروض، وهذه ليست طريقة شيقة في العرض، وإنما طريقة جامعية مملة. تخيل أنني قد ظهرت أمامك بطريقة سحرية الآن، ارتدى ملابس مدير العرض، وقد جئت لأعلن عن التالي:

هناك نوع واحد فقط لبنية العرض.. إنها طريقة «عقلة الإصبع المجردة»:

الصقل الأولى

الفكرة الرئيسة

العنصر الأول

العنصر الثاني

العنصر الثالث

المزيد من العناصر إذا لزم الأمر

تكرار الفكرة الرئيسة

الموجز الممكن

الصقل الأخير

ما أقصده بمصطلحي الصقل الأولى والصقل الأخير سيتم شرحه في الفصل القادم، ويمكنك استخدام هذه الطريقة في كل عرض تقوم به؛ فهي بسيطة وقابلة للتكيف واضحة، كما أنها سهلة الفهم والشرح لشخص آخر.

وباختصار... قلها ودعمها و اصمت بعد ذلك:

ترتيب العناصر:

أحياناً.. ينبغي عليك ترتيب العناصر ترتيباً يتناسب وتسلسل أحداث القصة التي ترويها، مثل الماضي والحاضر والمستقبل.. ولكن هذا قد يجعل الأمر يبدو بلا طعم وسهلاً في التنبؤ... دعونا نقل إن هناك ثلاثة عناصر رئيسة في العرض، هي:

- الخلفية التاريخية للمشكلة.
- التحديات الحالية.
- الحل.

وكما يبدو، فإن الترتيب الصحيح للعناصر ينبغي أن يكون كما موضح - فيما سبق - بالضبط.. ومع ذلك قد يتغاضى، عددًا لا حصر له من الناس عن سماع هذه الكلمات «وقبل أن أخبركم عن الوضع الحالي وكيف يتغاضى الأمر، دعوني أخبركم قليلاً عن الخلفية التاريخية»، وأتمنى أن تكون وقتها قد قمت بعملية فرز وتنقية، قبل أن تقرر ما إذا كانت الخلفية التاريخية أمرًا لا بد من معرفته، فحتى وإن كانت ضرورية كما تظن، فإنها ليست الجزء الذي يتشوق الجمهور لسماعه في العرض... لذلك أقترح عليك - بشدة - أن تقوم بإعادة ترتيب العناصر وتحديد تقسيم المادة على العناصر الرئيسة لكي يعكس تسلسل العناصر رغبات الجمهور بشكل أكثر دقة:

- ملخص محكم لحل المشكلة.
- الخلفية التاريخية.
- التحدي الحالي.
- تفاصيل الحل.

وبهذا الترتيب نصل إلى مكسب مزدوج؛ حيث تعطى الجمهور بعضًا من الرضا الفوري.. وفي الوقت نفسه تشجعهم على تقرب المزيد.

هل هناك أية أسئلة؟.. هل ينبغي أن تكون الفكرة الرئيسة في العرض قريبة من البداية؟

في الأغلبية العظمى من العروض - بالفعل - يكون الجمهور أكثر تجاوبًا في البداية.. فإذا قمت بعرض الفكرة الرئيسة في أسرع وقت ممكن، فستكون قد قلت أهم ما في العرض، حتى وإن اضطررت لإنهائه مبكرًا لأي سببٍ كان.

ضع في اعتبارك دائمًا أن جمهور القرن الحادي والعشرين هو جمهور غير صبور؛ فعلى مدى سنوات خبرتي بأكملها، لم أر مقدمًا يعرض فكرته الرئيسة مبكرًا أبدًا وإنما رأيت الكثيرين يعرضونها بعد فوات الأوان، وعلى الرغم من ذلك - خاصة في العروض الطويلة - ينبغي أن تقوم بتذكير الجمهور بالفكرة الرئيسة بالتقرب من نهاية العرض، وتجنب تكرار الكلام نفسه إن أمكن هذا.

فمثلًا، تذكر الفكرة الرئيسة في عرض شركة "الليزر فورث".

"ومجال نوادى الليزر هو المجال المناسب لك؛ لأنه يتيح لك أن تصل إلى ما تريده وتتجه للقيمة بأسعار منافسة".

ترديد الفكرة بدلاً من تكرارها حرفياً سيكون أمراً أفضل.

والصدي الأخير لهذه الفكرة يمكن أن يصبح:

"أنا على يقين من أن النجاح المحسوم بدقة، الذي سيعود عليك من هذه النوادى، سيبرر الثمن الذى ستدفعه".

واحدة من التحديات الشائعة التى قد أسمعها:

" إن كان من المحتمل أن يكونوا ضدى، أليس هناك مخاطرة في عرض الفكرة الرئيسة على الفور، وأنا بالكاد قد بدأت؟"

نعم، ولكنك أحياناً ينبغي أن تتكيف مع احتياجات الجمهور العدائي.. لنقل إن تحليلك المفضل للجمهور قد كشف لك أنهم لن يكونوا متعاطفين على الإطلاق مع فكرتك.. لذلك يستحسن أن تعرض عليهم الحجج المؤيدة لفكرتك قبل عرض الفكرة نفسها، فهناك فرصة معقولة لأنهم سيكونون أقل معارضة عند طرح فكرتك وتفسيرها قبل الكشف عنها مباشرة.

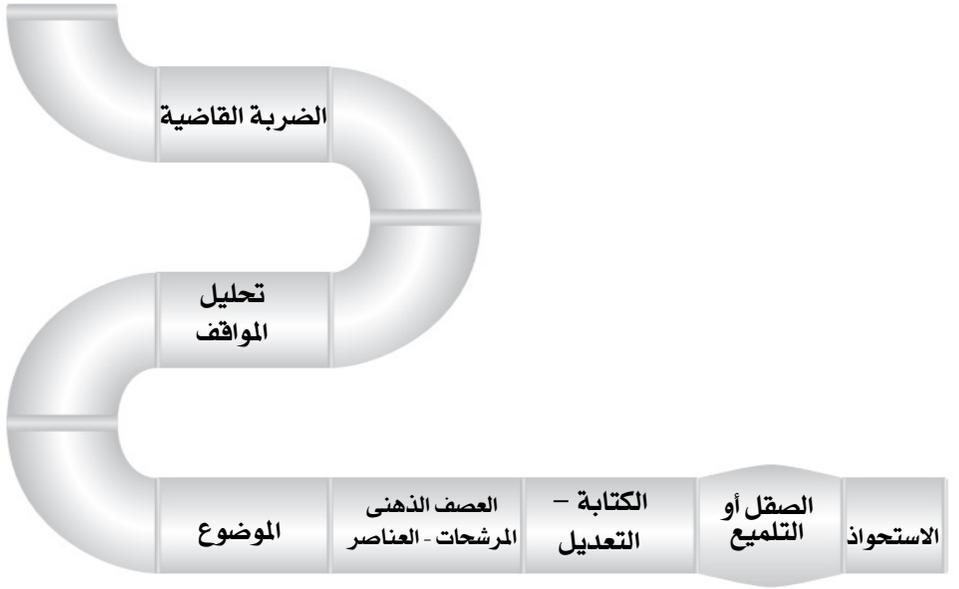
إذا أتبع النصيحة المقدمة في الخطوات العملية الواردة فيما يلي، ستكون قد قمت بإعداد نص مرجعي يتكون من ثلاثة أرباع الكلمات، التي ستقوم باستخدامها بالفعل في يوم العرض، وفي الفصل القادم، سوف تعرف أكثر عن الكلمات التي تبدأ وتُنتهى بها العرض وكيفية اختيارها.

الخطوات العملية:

- خذ كل عنصر رئيسي على حد، وحدد الكلمات التي تريد استخدامها في العرض النهائي، والتي تخدم هذا العنصر، يفضل أن تتحدث مباشرة إلى جهاز الكمبيوتر الخاص بك.
- تذكر أنه عليك تسجيل حوالي 75٪ من الكلمات التي ستستخدمها، فتأكد أنك قمت بكتابة العبارات المهمة بالحرف.
- التعديل لحذف: (الجملة الطويلة - عبارات الحشو - الكلمات المعقدة - العبارات التي لا تقال - اللغة العامية المتبدلة - العبارات المتبدلة).
- خذ في اعتبارك الترتيب الأكثر جاذبية للعناصر الرئيسية، وليس من الضروري أن يكون ترتيباً زمنياً.
- ضع العناصر مع بعضها باستخدام تقنية «عقلة الإصبع الجردة».

الفصل السادس

الكلمات الأولى الشهيرة



تعتبر الجملتان الأولى والأخيرة هما أهم جملتين في أى عرض.

البداية:

يحدد الجمهور من الثواني الأولى ما إذا كان العرض الذى ستقدمه يستحق أن يستمعوا إليه أم لا، ولهذا السبب فعليك أن تدخل في صلب الموضوع مباشرة.

سيكون الجمهور أكثر تجاوبًا في البداية، ولذا يجب أن تستغل هذا الأمر لصالحك... قل شيئًا يلفت انتباههم لدرجة إخراجهم عما هو مألوف بالنسبة لهم، ولكن ينبغي أن يكون مذهلاً بما يكفي؛ لجعلهم يقررون أن ينصتوا إليك؛ مما يدفعهم للتفكير هكذا:

"انظر، هذا المقدم لا يقوم بإضاعة الوقت، يجب أن أستمع وإلا قد يفوتني شيء".

ومن المحتمل أن يعارضوا كلماتك الأولى، ولكن هذه المخاطرة يجب أن تتحملها وتستعد لها.. وفي الحقيقة، فإذا بدأت العرض بطريقة مبتدلة فهذا أكثر خطورة؛ لأنهم قد ضجروا من الابتذال الذي شاهدوه عدة مرات سابقة.. الجملة الأولى ينبغي أن تكون قوية بما يكفي كصدام يتقاطع مع نمط تفكيرهم الهادئ، فإنه كلما استخدمت هذه الأداة في بداية كل مناورة، فإنه يمكنك أن تطلق عليها الضربة الأولى، وستجدني أقوم بالتبديل بين كلمة «طفرة» و «صقل أولى» (وفي الحقيقة الصقل الأخيرة أيضًا) طوال بقية الكتاب.

وظيفة الطفرة (أو الصقل):

يجب أن تكون الطفرة حادة بما يكفي لتشغل ذهن الجمهور دون أن تزعجهم، وهذه بعض الأمثلة:

الجمهور: ممولين مختلفين لأعمال خيرية.

المقدم: مدير مؤسسة خيرية.

80٪ من موارد العالم يقوم باستخدامها 20٪ فقط من السكان، وهناك الكثير بما يكفي.. ولكن المشكلة في التوزيع غير العادل، ونحن المنظمة الخيرية الوحيدة القادرة على تغيير ذلك.

الجمهور: مستثمرون بالمدن.

المقدم: الرئيس التنفيذي في شركة للاتصالات.

نصف ساكني العالم لم يقوموا بالاتصال أو استقبال مكالمات هاتفية، وما زالت الاتصالات السلكية واللاسلكية في المرحلة الأولى من النمو على الصعيد العالمي، والآن

بعد رفع الضوابط التنظيمية الأوروبية، أتيح لشركتنا إمكانية المشاركة في السوق العالمية بمبلغ ٢٥٪ مليار دولار".

ويمكن أن تجد بها كلمات أكثر:

الجمهور: المستشارون المليون المستقلون ببريطانيا تدفعهم مصادر الربح فقط، ويظهر عليهم الاستخفاف والعناد وعدم الاهتمام.
المقدم: مدير تسويق في شركة تأمين على الحياة.

"شركات السيارات تهذى دائماً حول قيمة الزجاج الآمن والوسادات الهوائية.. إن ممولى شركات تأمين المنازل ينصحون بأجهزة الإنذار والأقفال والأجهزة الحساسة للضوء، ولدى الصيدليات حلول مناسبة للجميع بألوان ونكهات مختلفة.. إننى أتحدث عن الحماية.

كل هذه الأمثلة، قطعت الطريق، وقالت ما يود الجمهور سماعه مباشرة، لقد بدأ العرض في التعليق على الفور، دون الحاجة للاستعداد في ممر الطائرات، ومحاوله جمع السرعة الكافية، فأنت بالفعل الآن في الهواء ويجب أن تخلق كالمقاتل "هاوكد هاريد" في طائرتة النفاثة، فتقفز من الأرض للسماء مباشرة إن الكلمات الأولى يجب أن تماثل في شدتها الإقلاع العمودى للطائرة.

لا يجب أن يبقى أحد في حالة ترقب لفترة طويلة؛ لأنها سرعان ماتصبح كلماتك الأولى مملة وستقوم بفتح الباب للمعلومات التي تود إيصالها للجمهور.. هذه الطفرة (الصقل).. ستجعل وجهة نظرك واضحة على الفور:

الجمهور: مستشارون وصحفيون ورجال أعمال محليون.

المقدم: عضو في جمعية لندن الكبرى.

"عوادم السيارات ستقتل وسط لندن، وإن لم يتم فرض ضريبة على الازدحام في كينستبجتون وتشيلسى وفولهام، ستموت كل الأشجار على طريق m25".

البدايات الرائعة تلهم أسئلة عديدة..

فمثلاً، سيولد المثال السابق، الكثير من الأسئلة في ذهن الحضور:

- ماذا يقصد بالقتل؟
 - أين تقع وسط لندن؟
 - هل يتحدث عن شركات السيارات؟
 - من أين يأتي بالأبحاث التي تدعم مايقول؟
- وستجيب بقية العرض عن كل هذه الأسئلة.

لاينبغي أن تدع الحضور في راحة.

الجمهور المسترخى لم يكن بالضرورة متنبهاً؛ ولذلك تخل عن المجاملات المبتذلة، فهم يتوقعون ذلك، فإذا كنت تريد أن تترك أثراً إيجابياً، تجاهلهم وأدخل في صلب الموضوع.. لم أسمع مطلقاً عن مقدم تم انتقاده لهذا السبب من قبل؛ فالجمهور لم يأت للاستماع لمحادثات شيقة وسارة، فأنت لا تحتاج إلى أن تقول « صباح الخير »، فإذا كان الحضور صغيراً، فالاحتمال الأكبر أنك قد قلتها لكل شخص على حدى عند دخولهم الغرفة.. وإذا كان الحضور كبيراً، فمن المؤكد أن الشخص الذى قام بتقديمك قد قالها. وفي الحقيقة، فإن أى مقدم يقوم بتقديم حدث كبير يُحتمل أن يقوله؛ ولذلك فمن الأفضل أن تكون متميزاً ولا تضيع وقت الجمهور في هذه الأمور.

تذكر أن كل فرد في الجمهور سيسمع كلمات، مثل: مرحبا وكيف حالك؟ أو أشياء مختلفة أخرى على الأقل ١٠٠ مرة في اليوم العادى؛ فهذه العبارات ليست إلا مجرد تشويش، ولن تجعل مهارات التواصل لديك أفضل.. والمقدم القوى لايسمح لأى نوع من التشويش بالتأثير عليه. وفي الحقيقة، فإن هذه العبارات ليست إلا كلمات تطمئن المقدم، ولا تعني شيئاً للجمهور.

لن تلتفت انتباههم بوضع جدول أعمال وخطط:

تعد جداول الأعمال من الأشياء المملة التي قد تقوم بها في تدبير المنزل وليس هنا، فإذا كان جمهورك لا يعرف سبب مجيئك؛ فإن هذا يدل على وجود خطأ جوهرى: المنظم لم يقيم بوظيفته على أكمل وجه، وعليه، فتخصيص بعض الوقت لتخبرهم متى تنهى حديثك يعتبر مضيعة للوقت، فالإشارة إلى الوقت ستجعل الحضور يركزون على وقتهم الذى سيمضونه بدلاً مما ستقدمه لهم من محتوى، وإذا قلت في البداية متى ستنتهى حديثك تحديداً، ستشعر وكأنه لا ينبغي أن تكمل لثانية واحدة بعد ذلك.. المهم في النهاية، هو المدة التي يشعر بها الحضور بعرضك وليس المدة التي حددتها أنت.

لا تخلق الأعذار:

إن العبارات مثل «لم أكن على علم بهذا العرض إلا بالأمس»، أو «لا أحب التقديم» أو «لم أحضر شرائح العرض الصحيحة معي»،... تبدو في الحقيقة مثيرة للشفقة، فإذا أردت أن تخلق أعذاراً تبرر تقصيرك، فللجمهور أعذار أيضاً لعدم اهتمامهم؛ فالمقدم الذى يبدأ عرضه بهذه الطريقة، سيجد الجمهور يستخف به، حتى وإن بدأت بتقديم اعتذار.. فهذا لن يجعلك أكثر مصداقية؛ لأن الجمهور لا يريد أن يعرف ما الذى لا تستطيع فعله، وإنما يود أن يعرف ما الذى تستطيع القيام به.. فهم لا يهتمون لماذا تأخرت أو بأية مشاكل أخرى تدور في حياتك - فهم لديهم مشاكل كافية تخصهم، وما يريدونه حقاً هو أن تقدم عرضاً، يقوم على الأقل بحل بعض هذه المشاكل على الفور.

لا تبدأ العرض بطرح الأسئلة:

تعد الأسئلة خطيرة، لسببين:

1- هناك احتمال أن يجيب عنها أحد أفراد الحضور.

2- هناك احتمال ألا يجيب أحد على الإطلاق.

لنفترض أنك طرحت سؤالاً وتمنيت أن تجد إجابة واضحة من أحد أفراد الجمهور..

فإذا أجاب أحدهم بالإجابة الواضحة المتوقعة من الجميع، حينها ستصبح هذه بداية متوقعة ومملة للغاية. أما إذا أجاب أحدهم إجابة لم تكن تتوقعها، حينها ستفقد السيطرة على الموقف والعرض بأكمله.. ولذلك لا ينبغي أن يهدروا طاقتهم في الإجابة عن بعض الأسئلة المبتذلة، وإنما ينبغي أن تركز طاقتهم كلها في الاستماع إليك، وأنت تقدم كل الأجوبة.. إن إجبار الحضور على المشاركة يكون بمثابة الأمل الأخير للممثلين الكوميديين الذين قد أوشكوا على الفشل؛ نتيجة افتقارهم لمحتوى على الجودة والتدريب المحترف على الأداء؛ فالتفاعل مع الجمهور لا يعد بديلاً عن هبوط مستوى جودة المحتوى.

ومن الحجج القوية المقدمة ضد طرح الأسئلة: إنه يجب التأكد من أن السؤال له علاقة وصلة وثيقة بالجمهور بنسبة 100٪، وإلا ستلاحظ أن اهتمامهم بدأ يقل، ويفكرون بقراءة أنفسهم: « ما علاقة هذا بي؟ » « ألا يعرف؟ » « كنت أعتقد أن الجمهور هو من يفترض أنه سوف يطرح الأسئلة! »

إن المقدم القوي - الذي يتبع تقنية « عقلة الإصبع المجردة » يقوم بطرح الأسئلة، قبل عدة ساعات أو أيام تسبق بدء العرض، عندما يكون في مرحلة التحضير.. أما في العرض نفسه.. فلا ينبغي أن يطرح الأسئلة، وإنما ينبغي أن يقدم الحلول.

طرح الأسئلة يعد بداية مبتذلة ومستهلكة، لا يقوم بها إلا بائعو فرشاة الألوان، في شتى أنحاء العالم: «صباح الخير ياسيدى، ألم تتمن من قبل أن تحظى بالمزيد من الأموال والوقت والأصدقاء؟ كنت أعتقد ذلك، حسناً، إذا قمت بشراء فرشتين مشبعتين بالشمع، ستتحقق كل أحلامك ».

من البدايات التي تنضح بالابتذال:

« مرحباً وكيف حالكم في هذا الصباح؟ ».

عندما يقول المقدم هذه الكلمات، سيجد ردود أفعال فاترة من الجمهور، توضح عدم

اهتمامهم بالمقدم وبالمادة المقدمة أيضًا، لذلك.. فمن الأفضل أن تطمئن على صحة الجميع في وقت الاستراحة، أثناء تناول القهوة، أما عندما تكون على وشك تقديم العرض، فمن الأفضل أن تدخل في صلب الموضوع، الذي قمت بتحضيره، ويفضل أيضًا أن تستبعد استقدام الأسئلة البلاغية، ولا تتوقع أن تجد عنها إجابة؛ فهي قديمة وتعبر عن الغرور والغطرسة. لقد كانت الأسئلة البلاغية مشهورة في اليونان القديمة، مثلها كمثل التعذيب.

لاتدع الحضور يلمسون بعضهم البعض:

إن هذا الأسلوب يتبعه ويعشقه الكثير من المتحدثين الأمريكيين المحترفين.. أما في بريطانيا، فإن الرغبة في لمس شخص غريب تمامًا، تعتبر دليلًا على الضعف أو النية الإجرامية.. فعندما يفضل الجمهور أن يستمع لبعضه البعض، أكثر من أن يستمع لك، فإنني أقترح عليك أن تعود إلى منزلك.

لاتبدأ العرض بسرد قائمة من الأعمال المنزلية:

سرد تفاصيل جدول اليوم، في هذه المناسبات الكبيرة، لا يعد من مهامك أنت، وإنما من مهام المضيف الذي يقدمك للجمهور.. أنت ليس لديك وقت لذلك.. وهذه الأشياء تعد مجرد ضوضاء في الخلفية، تعمل على تشويشك وتعترض الطريق نحو الفكرة الأساسية في العرض.

حاول أن تفاجئهم:

ينبغي أن تكون البداية قوية بما يكفي لتصدم الجمهور وتفاجئه، كما يجب أن يتلقى ضربة تحترق نطاق تفكيرهم المبرمج، حينها سترى البسمة تُرسم على وجوههم:

الجمهور: قسم الاتصالات في شركة آسيوية لصناعة السيارات.

المقدم: رئيس العلاقات في القسم الأوروبي.

"الجمال الجليدية لا تشكل مشكلة في هذه المنطقة من المحيط الأطلنطي" .. هذا ما قاله

رئيس قسم الاتصالات في السفينة تايانك، وهذه هي مخاطر المعلومات القديمة التي لم يتم تحديثها".

معظم رجال السياسة يمكنهم استخدام الفكاهة بنجاح في خطاباتهم، وهذا ما قدمه إيان دنكان سميث، عندما كان يتحدث في العشاء السنوي في مركز المديرين..

« أيها السيدات والسادة، اليوم هو يوم هائل بالنسبة لي، فقد أقرت نتائج آخر الاستطلاعات التي قدمها موري وجالوب بأنني أصبحت أشهر القادة التقليديين بعد وليام هاج.»

استصغار الذات يعد وسيلة تستخدم بحذر في إنشاء ضربة تحدث طفرة (صقلاً) في العرض، فعندما قلت هذه الجملة، كانت هناك وقفة قصيرة كلها شعور باللذة، قبل أن يدرك الجمهور أن مقاله إيان بالفعل صحيحاً.

إن الضربة الأولى قد يكون لها جانب عاطفي، فقد كان لدى خطاب في حفل عشاء خيرى والمتحدثة التي كانت تسبقني.. كانت مديرة تنفيذية في مستشفى، تهتم بعلاج المرضى المعاقين.. وعندما سمعت كلماتها الأولى، أعتقدت أنها ستكون مبتذلة، ولكنني سعدت بأني كنت مخطئاً تماماً:

« سيدى رئيس الجمعية، شكراً جزيلاً على حسن ضيافتك.. وبما أننا في يوم القديس جورج، فأنا متأكدة من أن الجميع قد استمتع بتناول طبق اللحم البقرى المشوى.. ولكن هل كنت ستستمتع به إن لم تكن قادراً على تحريك ذراعيك، والإمساك بأى شىء في يديك وكأن شخصاً آخر، هو من يقطع لك الطعام إلى شرائح صغيرة ويضعها في فمك...» إننا نساعد الأشخاص الذين يعانون من هذه المشكلات كل يوم.. فقد أدهشتنا أنا وبقية الحضور جميعاً.

إن استخدام بعض الجمل القصيرة الحادة يعد من الضربات المؤثرة للغاية، فإذا كنت أعلم أنني من الوارد أن أتعرض لكثير من النقد، حينها، ساستخدم جملة قد تعطى انطباعاً بأنها ستكون مبتذلة، ولكن يتضح أنها ليست كذلك!

«سيدى رئيس الجمعية، لقد كنت محظوظة بما يكفى لتتم دعوتي لحفلات عشاء

هائلة في الأشهر القليلة الماضية، ولكن يمكنني أن أقول إن حفل اليوم بكل تأكيد هو الأحدث.»

سواء كانت الضربات ساخرة أم في غاية الجدية، فإن الضربة القوية يجب أن تكون فعالة لدرجة تجعلها تحترق كل الحواجز بينك وبين الجمهور.

قبل بضع سنوات، كنت أتمتع بمصداقية أكبر في نقابة المحامين الجنائيين أكثر من الآن.. كنت أدافع عن موكل في تهمة سرقة، في محكمة التاج الملكي بإنجلترا.. كان موكل عمالاً في موقع البناء، وأتهم بسرقة بعض قطع الخشب من الموقع، وعندما أقول «بعض القطع» فأنا أقصد حمولات لعدة شاحنات وكانت أقواله، أنه كان يقوم بما طلبه رئيس العمال. ورئيس العمال (الذي أقر بأنه مذنب) كان يقوم بالأمر منذ عدة شهور.. قال موكل إنه لم تكن لديه أى فكرة بما كان يخطط له رئيس العمال، ولم يدرك أن ما كانا يفعلانه كان غشاً وسرقة، فقد كان ينفذ الأوامر فحسب.

اشتهر هذا الدفاع في محاكمات نورنبرج منذ عدة سنوات. أشتهر ولكنه كان غير فعال، وحسب كونى محامى الدفاع، كان الشيء الوحيد الذى أفادني، هو أن موكل كان في الحقيقة غيباً للغاية، وقررت أن استغل هذا الأمر في كسب القضية، لم أقم باستدعاء وإستجواب الشهود، بل إن الشاهد الوحيد الذى استدعيته كان المتهم نفسه؛ حتى يرى الحضور (هيئة المحلفين) معدل ذكائه بأنفسهم.. وكلما كان محامى الادعاء أقسى في استجوابه للمتهم، كان أفضل بالنسبة لى (الطيبة والتعاطف التي تعتبر شروطاً مسبقة في نقابة المحامين الجنائيين) .. كان من الضروري أن تكون مرافعتى الختامية لهيئة المحلفين مؤثرة من البداية، ولذلك كانت هذه كلمات الأولى:

« أعضاء هيئة المحلفين الكرام، هلا نظرتم للمتهم »:

بليغاً ومفكراً ومستبصراً - ثلاثة كلمات لا يستطيع أن يتهجها، حتى أن غبائه يتعدى ثقل كل ألواح الخشب في هذا الموقع.»

كانت هذه مقدمة دفاعي، والتي أقوم فيها بإهانة موكل لمدة ٢٠ دقيقة متواصلة - إنه تخصصي.. وبكل تأكيد أعتقدت هيئة المحلفين أنني شخص متعجرف ومغرور وعدواني - شيء غريب بالنسبة لمحامٍ، أعلم ذلك ولكن هذا كان من وقع الصدمة.. لقد أبعدهم عن افتراضهم بأن المتهم مذنب، وبدأت هذا بأول ٣٠ كلمة من مرافعتي.

لم تتم إدانته وتم الإفراج عنه.. وهو الآن يعمل في إحدى مواقع البناء.

النهاية..

سيتحول الأمر إلى مأساة، إذا دمرت كل هذا العمل الشاق والتركيز الذي وضعته في تحضير العرض، بوضع نهاية ضعيفة تُحزّب كل شيء.. إن النهاية السيئة تصرف الانتباه عن كل ما حدث قبلها، انتبه ولا تنس أبداً أن الجملتين الأخريتين هما الشيء الذي سيتذكره الجمهور؛ ولذلك أجعلها ذوا قيمة تستحق التذكر.

حاول أن تفكر في العرض وكأنه عصا خشبية، تحتاج أن تكون حادة من الناحيتين، وإذا أردت أن تطعن بها أي عدو قادم، فيجب أن تكون الناحية الأخرى حادة بما يكفي؛ حتى تظل صلبة ولا تنكسر، عندما تصطدم بالأرض، وعليه، فيجب أن تتأكد أن قوة وبراعة ضربتك الأولى (صقلك الأول) وموضوعك الأساسي يماثلان في جودتهما قوة ضربتك الأخيرة (صقلك الأخير).

إن بعض أفضل النهايات الأكثر فاعلية تتكون من ملخص للعرض وضربة أخيرة (صقل نهائي) فهما يشبهان اللكيمات المتتالية.

الموجز:

وكما كان يقول تشرشل (رئيس وزراء بريطانيا في الحرب العالمية الثانية ويعود إليه فضل كبير في هزيمة هتلر وقتها- المترجم)، الخلاصة أو الموجز لا تعد النهاية.. ولكنها بداية النهاية؛ ولذلك ينبغي أن تأتي قبل كلماتك الأخيرة، ويجب أن تحتوى على قائمة

بالعناصر الأساسية التي قمت بشرحها في الجزء الرئيسي من العرض.. ومن الضروري أن تقاوم الرغبة في تفسير كل عنصر؛ فهذا سيجعل الحضور يشعرون، وكأنك تعيد العرض بالكامل مرة أخرى، وسيشتت انتباههم في الوقت الذي تحتاجه.

لقد صممت هذه القائمة المختصرة لتنال إعجاب الجانب المنطقي من تفكير الحضور، وعليه سيتم استيعابها بالفص الأيسر للمخ، فينبغي أن تصمم بشكل واضح وصريح لتنال إعجابهم.

الضربة الأخيرة (الصقل الأخير):

ينبغي أن تكون الضربة الأخيرة حادة ومقنعة تمامًا كنظيرتها في الصقل الأولى فالكلمات الأولى والأخيرة في العرض هي الكلمات التي يتذكرها الجمهور.. وعليه، فمن واجبك أن تجعلها تستحق أن يتذكرها.

إن الضربة الأخيرة قد تكون صادمة كالضربة الأولى، وهذا لأنه ينبغي أن يتم بها استكمال أفكار الحضور، وليس طرح أفكار جديدة.. فلا يجب أن تكون النهاية صادمة؛ فيتم طرح المزيد من الأسئلة التي لن تجد فرصة لإجابتها، ويحتمل أن يكون للضربة الأخيرة جانب عاطفي، فربما ستحتوي على دعوة إلى اتخاذ إجراءات- شىء تريد من الحضور القيام به؛ كنتيجة لما قدمته لهم في العرض.

لنفترض أنني مدير على وشك أن يُنهي العرض الذي يقدمه لمجلس الإدارة، وكنت أحثهم على دعم حل معين قد اقترحتة لحل مشكلات قسم تكنولوجيا المعلومات.. وعليه فقد تضمنت ضربتي الأخيرة ثلاثة عناصر رئيسة وتلخيصها، ثم دعوة لاتخاذ إجراءات تتضمن تلميحا للترامى بهذا المشروع:

«أود أن نشترى هذا النظام لأنه سيوفر لنا الكثير من المدخرات، وسيجعل حياة مدرائنا أسهل.. والأهم في الأمر أنه سيكون له تأثير إيجابي على علاقتنا بالعملاء».. «فإذا كنت لاتريد أن تتم عملية الشراء الآن؛ فهذا يعنى أننا سنبقى عالقين في القرن التاسع

عشر، نشاهد منافسينا ينتقلون للقرن الواحد والعشرين».

إنها فرصتك الأخيرة لتترك انطباعًا كقائد فعال، فيجب أن تحارب النزعة الطبيعية التي قد تجعلك تُنهى العرض متدمرًا؛ فالنهايات التالية (الضعيفة) تبدو وكأنها اللحظات الأخيرة لرجل يحتضر:

«حسنًا، أظن أنني قد قمت بتغطية النقاط الأساسية، هل هناك أية أسئلة؟».. «لقد نفذ الوقت مني، وأتمنى أن أكون قدمت لكم ماتريدونه وشكرًا لحسن استماعكم».

هذه ليست كلمات شخص يريد أن يكون ملهمًا للحضور، وإنما يكون شخصًا غير مهتم على الإطلاق.. إن إنهاء العرض بوضع ملخص وضربة أخيرة ملهمة يعد- بالتأكيد - أمرًا في غاية التنظيم والترتيب.. وقد يعطى الملخص انطباعًا بأن المقدم مصطنع ومفتعل.. فإذا كان العرض الذي قدمته قصيرًا جدًا.. فأنت لا تحتاج لملخص له؛ إذ حينها ستكون عناصر الموضوع الرئيسة مازالت حاضرة في ذهن الجمهور، وسيؤدي أى تكرار إلى إزعاج الجمهور وإبعادهم عن نقطة النهاية المرغوب الوصول إليها.

استمرار عمليات الصقل (طوال الوقت):

إن القيام بعمليات صقل مستمرة طوال فترة العرض له دور مهم؛ أكثر من مجرد جهاز لتبدأ العرض وتنتهيه به. فكما ذكرت من قبل، في الفصل الثالث، أن العروض الطويلة يفضل تقسيمها إلى عدة عروض منفصلة، من خلال فكرة رئيسة لكل منها. ويحتاج كل واحد من هذه العروض إلى ضربة قاضية في بدايته ونهايته.. ونتيجة لذلك، فعمليات الصقل التي توجد في الجزء الرئيسي من العرض، ستشكل سلسلة من الصدمات (المفاجآت) للجمهور.. وهذا يضاعف فرصتك في لفت انتباههم طوال وقت العرض.

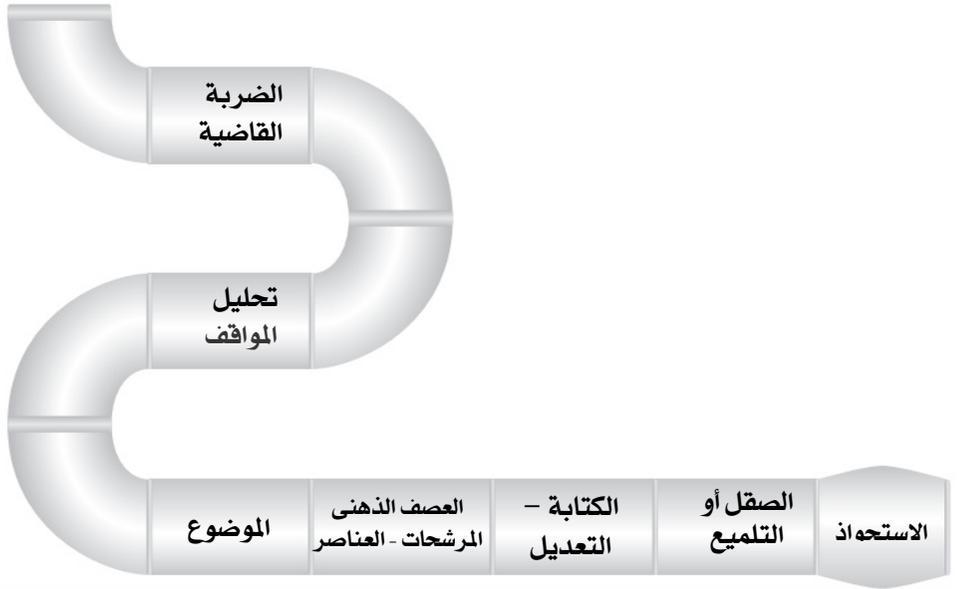
قائمة بالأشياء الواجب تفاديها:

هذه قائمة استبدادية بأشياء لا يجب أن تقوم بها في نهاية العرض:

- 1- لا تتوقف فجأة في نهاية جملة، لم تكن مصممة لتصبح الجملة الأخيرة في العرض، وترك الجمهور مشوقاً ليعرف تكملتها.
 - 2- لاتعتذر عندما تدرك أنك أغفلت شيئاً في الجزء الأساسى من العرض؛ لأنك ستكون الوحيد الذى لاحظ ذلك، وإنهاء العرض بإعتذار سيكون الأضعف على الإطلاق.
 - 3- لاتنه العرض بطرح أسئلة، فهذا سيفقدك السيطرة، في الوقت الذى يُفضل أن يكون مستوى التحكم لديك في أعلاه.. وعلى أى حال، فمهمتك هى الإجابة عن كل الأسئلة التي تطرح أثناء فترة العرض.
 - 4- لا تقدم ملخصاً شاملاً ومفسراً؛ فتجد نفسك تعيد العرض بأكمله في النهاية.
 - 5- لاتقل «شكراً» فتوجيه الشكر يعطى انطباعاً بالخضوع؛ فهو شكل آخر من أشكال الاعتذار، فكلمة « شكراً » هى كلمة يستخدمها كسول، لا يستطيع التفكير في شىء آخر يقوله.
- ستصادف مواقف عديدة في عملك كمقدم عروض، لن تجد فيها وقتاً لتكتب كل كلمة ستقولها في العرض مسبقاً. ولكن حتى إذا كانت لديك ١٠ دقائق فقط لتستعد، خصص منها دقيقة واحدة، لتكتب جملتك الأولى (ضربتك الأولى)، وجملتك الأخيرة (ضربتك الأخيرة)؛ فهذه أفضل طريقة، تقول بها كلماتك الأخيرة، بدلاً من كلمات بلاجدوى وبلا أهمية لكلمات خالدة يتذكرها جميع الحضور.

الفصل السابع

استخلاص النقاط الأساسية



إذا كنت تريد أن تقدم عرضًا بشكل أكثر فاعلية، فإن تحضير نص مرجعي لا يكفي.. يجب أن تكتب العرض في شكل يسهل الوصول إليه تحت الضغط، وأن تجد طريقة تضمن لك أنك لن تجد نفسك مضطرًا إلى أن تكافح؛ لتعرف ماذا ستقول في الوقت الذي تقاوم فيه لتجذب انتباه الجمهور.. وقد تحتاج في ذلك بعض الأوراق والبطاقات أو جهاز عرض الكلمات، وقد يتضمن العرض منصة، أو تكتفى بطاولة فقط.. فأياً كانت الأدوات

أو التقنيات التي ستختارها، فينبغي عليك أن تجتهد لتفى الكلمات أتم حقها، كما يجب أن ينبع بداخلك شعور بحجم المسألة إن لم تستطيع قول الكلمات كما ينبغي.

لماذا لا يجب أن تعتمد على الذاكرة فقط؟

كاد ديفيد كامرون عام 2005 أن يغير قواعد مخاطبة الجمهور، فمهما كنت قويا فأنا على يقين تام من أنك لا تتذكر حتى جملة واحدة من خطابه في مؤتمر حزب المحافظين البريطانيين في شهر أكتوبر من هذا العام، ولكنك قد تتذكر أنه لم يستخدم أى مذكرات، وكان واقفاً في منتصف المسرح، بعيداً عن المنصة ولم يُبعد عينه عن الجمهور أبداً.

أما خصمه ديفيد ديفيس، فقد قام بإلقاء خطبه من نص مطبوع متروكاً أمامه على المنصة، وكان متردداً وغير ملم بالموضوع، وكان التواصل البصرى مع الجمهور متقطعاً، رغم أن معظم المعلقين الدارسين قد قالوا إن محتوى ما كان يعرضه كان أكثر موثوقية مما عرضه كامرون، ولكن الجمهور لم يهتم بذلك، فقد كان كامرون محاضراً مقنعاً، وكان ديفيس مجرد قارئ؛ أى كان أداءً مذهلاً مقابل أداء ضعيف.. هكذا انتهت المنافسة على القيادة.. وقد تغيرت صورة العروض السياسية بشكل جذرى، بعد هذين الخطابين؛ فأصبحت الملاحظات في السياسة البريطانية ولمدة ثلاث سنوات للجناء فقط.

إن مقدمى قطاع الأعمال يجب أن يتعلموا من هذا، فإذا كان لديك 20 شخصاً من موظفى الدعم لمساعدتك في كتابة المحتوى.. وإذا كان لديك ستة أشهر لكتابته.. وإذا كان بإمكانك تخصيص أسبوعين من وقتك؛ لتكرس كل هذا الوقت للتعلم والتدريب عليه، فدعك من استخدام النصوص المكتوبة أو الملاحظات، وإذا كنت تريده واقعيًا، فلا يمكنك أن تعتمد على الذاكرة فقط، فإنك بذلك تخاطر بنسيان شىء جوهري.

وهناك شىء مخيف حول فكرة الجمهور، الذى تجده يحدق النظر بك، فيبدو وكأنه يصيب الأجزاء المختصة في المخ بشلل.. ففكر أيضا في شعور الجمهور، فنظرة المقدم الذى أدرك فجأة أنه لا يستطيع أن يتذكر ما سيقول، تعد من أفظع المشاهد، التي نتجنب النظر

إليها؛ ذلك لأنه إذا لم يعجبنا المقدم بصفة شخصية، سرعان ما سنتنقل معاناته إلينا وسنشعر بها، ومن المساوئ الأخرى للاعتماد على الذاكرة بمفردها، هو أنك ستبدو كأنك ترتجل، ولكن وجود بعض الملاحظات أمامك يوضح أنك قمت بتحضير شيء لهذا الجمهور، بدلاً من ارتجال أشياء تختلقها حسب طبيعة الموقف.

ولذلك... فإنك تحتاج لنظام تذكير يُعتمد عليه، والثلاثة أنظمة التي أوصيك بالنظر فيها، هي: الملاحظات على الكروت (البطاقات) والنص الكامل على الورق، أو على شاشة العرض؛ فكتابة النص كاملاً تضمن لك أنه لن يفوتك شيء، ولكنها قد تجعل الأمر يبدو متكلفاً ومصطنعاً.. ومن المثير للسخرية أن ديفيد كاميرون يعاني الآن من هذه المشكلة، فقد أدرك أنه حتى مع وجود شخص بذاكرته المدهشة، فإنه لن يستطيع تذكر مادة مدة عرضها 70 دقيقة؛ خاصة وإن كان تم تحضيرها وتعديلها خلال الأربع وعشرين ساعة الماضية؛ ففي الوقت بين يناير عام 2007 حتى مارس 2010، قام كاميرون بتقديم كل خطابه المهمة من نصوص كاملة مكتوبة، تم وضعها أمامه على المنصة.

ديف المتحدث الحر عن الحزب الجمهوري، والذي عاش يعيش المغامرة والخطر، كان قد هجر الحزب، ولكنه عاد للذاكرة لعدم استخدامه الملاحظات مرة أخرى، في خطابه عام 2010 في مؤتمر الربيع لحزب المحافظين، ولكن من الواضح أن هذا القرار كان بهدف أن يبدو كقائد مذهل بقدر الإمكان.

وخلال فترة الحملة الانتخابية، أظهر كاميرون أنه يتمتع بذاكرة مذهلة تحت الضغط، وقد ظهر هذا خصيصاً في خطابه الرائع في دونينج عندما دخله للمرة الأولى، كرئيس للوزراء، وفي غضون أربع دقائق فقط، تمكن من تقديم كلمات رنانة، تكشف عن معتقداته الشخصية، وتعتبر تجسيداً أيضاً لفلسفة وشخصية جون كينيدي... كل هذا دون أي ملاحظات أمامه.. من فضلك، تذكر أن ديفيد كاميرون، هو على الأغلب أفضل متحدث سياسي في العالم.. (وبخلاف أسلوب أوباما وإدمانه لجهاز عرض الكلمات في التقديم)،

فهو مذهل، ولكنه لا يعتبر نموذجًا واقعيًا يقتدى به.

أنصحك أن تتبع نظام التحدث تحت ضغط، دون ملاحظات في المرة القادمة، التي ترشح فيها لمنصب رئيس الوزراء.

وبالمناسبة، فأنا أتقبل فكرة أن زملائي المتخصصين يمكنهم أن يتحدثوا لساعات، دون أن يكونوا في عجلة من أمرهم، ولكن تذكر أنهم عادة ما يقدمون قطعة تم إعدادها ولم تتغير منذ أشهر (أو حتى سنوات)، وفي هذه الحالة، يصبح النص المكتوب حرفيًا هو الأختيار الأمثل، وهذا يتضمن أيضًا :

- احتفالات الجوائز ذات الجدول الزمني المحدود.
- اجتماعات المساهمين التي يجب فيها توخي الحذر وصحة الكلمات.
- العروض الكبيرة التي تقدم أمام جمهور حاشد.

فكل هذه الحالات - ستضمن في الأغلب - فريق إنتاج، والإشارات ستوفرها نظم الدعم السمعي والبصري، التي يجب أن تكون دقيقة للغاية، فلا ينبغي على المقدم أن يخرج عن النص.

حتى إذا كنت مديرًا تنفيذيًا في شركة عالمية (وأتمنى أن تكون كذلك)، فلن تحتاج أن تستخدم نصًا كاملاً مكتوبًا، إلا في بعض المناسبات القليلة.. تعد الملاحظات المختصرة أفضل وسيلة، تستخدمها في الأغلبية العظمى من عروض إدارة الأعمال، ولكنني سأعطيك بعض النصائح عن كيفية استخدام النصوص الكاملة، سواء من الورق أو من جهاز عرض الكلمات، لاحقًا في هذا الفصل .

الملاحظات:

ستعطيك الملاحظات التي تم وضعها بعناية صديقك المفضل فرصة لتركز على ماستقوله، بدلًا من أن تستنفذ طاقتك الذهنية، وأنت تحاول يائسًا أن تتذكر ما تحتاج إلى قوله؛ ولذلك أنصحك باستخدام الكروت أو البطاقات المفهرسة، وقد وجدت أن الحجم

المثالي للبطاقة هو 10سم × 15سم، فهو مقاس صغير بما يكفي لتحملها بسهولة، وكبير بما يكفي ليحمل كمًّا كبيرًا من المعلومات.

الطريقة الوحيدة لتقدم عرضًا بشكل صحيح، هي أن تتدرب عليه باستمرار، فقدرتك على تقديم عرض بفاعلية تتعلق بمدى إلمامك بكم المعلومات الموجودة على البطاقات مثل إلمامك بالنص المرجعي ككل. ولذلك، يجب أن ترتب بطاقتك، قبل بدء التدريب، ويجب أن تكون الملاحظات متقنة ومدروسة؛ لكي تعتمد عليها تحت الضغط.

الملاحظات المصممة بدقة تضمن وضوح هيكل ومحتوى العرض في كل الأوقات؛ فهي تستبعد فكرة أن يصبح عقلك فارغًا فجأة: فأحيانًا قد يخشى الجمهور حدوث هذا بقدر ما تخشاه أنت، وهناك فائدة أخرى، ولكنها قد لا تبدو واضحة، فعندما أقوم بتدريب لمقدمي العروض في الشركات ذوى الخبرة، فإننى أحيانًا أواجه بعض المقاومة، عندما أطرح موضوع الملاحظات؛ إذ يبدو أن بعض الأشخاص يعتبرون الملاحظات دليلًا على قلة جودة العرض أو مروءة العارض.

لقد قضيت سنوات في هذا المجال، وأنا على دراية كاملة بكل ما يخص إدارة الأموال والمحاسبة، وأعرف الكثير عن مجالى، ولا أحتاج ملاحظات لتذكرنى بما سأقول .

المشكلة أن المتحدث قد يكون بالفعل على دراية بالكثير من الأشياء، ولكننا أكدنا أهمية التعديل؛ فالتعديل هو ما يوقف المقدم من تحويل العرض إلى شىء يلقى فيه كل ما في عقله من معلومات حول الموضوع: إن المحتوى هو مجرد طرح المعلومات التي يحتاج الحضور معرفتها فقط .

وقد ينجر المقدم قيمة التعديل، إن لم يكن لديه شىء يربطه بالنص المرجعي، يسهل الوصول إليه، مثل: الملاحظات، أما إذا اعتمدت على الذاكرة فقط، فمن المحتمل أن تضيف جزءًا، قد قمت بعزفه قصدًا في المرحلة الأخيرة من التحضير، وحينها ستفقد تأثير التعديل على النص .

طريقة إعداد الملاحظات:

- استخدم مدخل التثبيت (البدء / الختام) والجملة (القائمة) المركزة التي تبدو عبقرية غير مسبوقه، وتشعر أنها كذلك.
 - اقرأ النص المرجعي (الأساسي).
 - قسّمه إلى أجزاء يمكن فهمها؛ حيث تعكس التغيرات المحتملة وللموضوع.
 - أعد قراءة كل جزء على حدة، ثم قم بالتركيز على الكلمات المميزة بما يكفي؛ لتذكرك بجملة أو بمجموعة جمل.
 - اكتب هذه الكلمات بخط يديك على بطاقة.
 - والأّن حاول أن تتذكر الفقرة، وتقولها باستخدام البطاقة.
 - وبينما تكمل تدريبك، قم بحذف الكلمات إلى أن تتمكن من تذكر المادة مستخدمًا أقل عدد من الكلمات قدر المستطاع، ثم راجع النص المرجعي لمراعاة الدقة.
- وهذا مثال على ملاحظات أنشئت من نص كامل :
- بيع منتجات الوقاية يعد بمثابة انتصار المنطق على التمني.
- شركات السيارات دائّمًا ما تهذى وتتحدث عن قيمة زجاج الأمان والوسادات الهوائية.
- لدى الصيدليات حلول تناسب الجميع بمختلف الألوان والنكهات والأنواع..
- إننى هنا أحدثكم عن الحماية" ..
- وربما ينتهى الأمر على البطاقة على النحو التالى:

إنتصار - هذيان شركات السيارات - وسادات - الأمان -
أجهزة إستشعار - الصيدلايات - الألوان

يعد إعداد بطاقات الملاحظات مسألة شخصية للغاية؛ فالكلمات التي اختارها لتوضع على البطاقة، هي الكلمات التي أو من بأنها ستذكرني بكلمات الفقرة في النص المرجعي؛ فهذه الكلمات قد لا تنجح معك، وقد تحتاج كلمات أكثر... أو أقل .

ففي المرة الأولى التي ستقوم فيها بهذا الأمر، ستجد أنك تحتاج عددًا كبيرًا من الكلمات لتذكر جزءًا صغيرًا من النص المرجعي، فلا تدع هذا الأمر يصيبك بالإحباط، فهي مهارة تتطور بعد فترة من الزمن.

لذلك، من الأفضل أن تقوم بوضعها بنفسك الآن، بدلًا من أن تحاول تعلم الأمر في عجلة قبل العرض. وأفضل طريقة للقيام بذلك، هي أن تختار فقرة بشكل عشوائي (ستجد أنك تلخص الفقرة على البطاقة، كما بالأعلى، واستخدم البطاقة لتذكرك بالنص الأساسي).

حاول أن تقرأ ما كتبت بقدر ما تستطيع من الدقة.

جرب الأمر مع كلمات وترتيبات مختلفة، وستجد نفسك، بعد قليل من الوقت، قادرًا على تقديم أكثر من ٨٠٪ من النص الأصلي باستخدام كلمة واحدة فقط لتذكرك بعدة جمل.

فقد جعلت هذا التمرين بالأعلى من أصعب ما يمكن... عندما طلبت منك أن تقوم باختصار ونقل كلمات صممها في الأصل شخص آخر.. سيكون الأمر أسهل كثيرًا، عندما تكون أنت مؤلف هذه الكلمات .

عندما تجرب الأمر للمرة الأولى على المحتوى الخاص بك، لا تستقر على مجموعة الملاحظات الأولى التي تقوم بتأليفها، ولكن ينبغي أن تفترض أن ملاحظاتك الأولى لن تكون بالضرورة الملاحظات الختامية التي تستخدمها في النهاية؛ ستجد ملاحظاتك الأخيرة، عندما تكون على دراية أكثر بالموضوع الذي ستقدمه. وإذا تدربت لعدة مرات، ستجد نفسك تقلل عدد الكلمات على البطاقة تدريجيًا، وتقلل أيضًا عدد البطاقات.

وهذه النتيجة مرغوبة للغاية لسببين:

- 1- كلما قل عدد الملاحظات، قل عدد المرات التي تنظر فيها للأسفل، وزاد التواصل البصرى مع جمهورك.
- 2- كلما قل عدد الملاحظات، زادت قدرتك على التحكم بها في يديك، فأنت لا تريد أن تحمل مجموعة كبيرة من البطاقات، كما لو كنت متلهفًا للذهاب إلى لاس فيجاس للعب البوكر ..

فعندما يكون عدد البطاقات قليلاً، فهذا يعنى أنك لن تفقد وضعك وتركيزك تحت الضغط، سواء كانت الأوراق في يديك أو على الطاولة أو المنصة .

الإمام الكامل:

وفي النهاية، ستشعر بالراحة مع المجموعة الأخيرة من البطاقات، التي ستعتمد عليها أمام الجمهور، كما ينبغي أن تضع في اعتبارك إضافة بعض التوجيهات لنفسك على البطاقة، مثل: اتجه إلى منتصف المسرح، أو تمهل قليلاً.. العلامات النجمية على البطاقة يمكنها أن تنبهك إلى متى ستقوم بتغيير شريحة العرض.

يجب أن تكون المجموعة الأخيرة من البطاقات :

- مرتبة ومنظمة دون شطب.
- مستخدماً بها حروفاً كبيرة (فقد يذهلك كم سيبدو خطك غير مألوفاً عندما تجد الناس يحدقون النظر بك).
- مرقمة بوضوح، تحسباً لاحتمال سقوطها.
- مستخدماً بها كلمات مفردة واحدة، مع بعض العبارات، إذا لزم الأمر.
- متباعدة بصورة كافية.

فإذا توافرت في البطاقات كل السمات التي ذكرت، ستكون حينها أقرب حلفائك في معركتك للحفاظ على جذب انتباه جمهورك؛ إذ ينبغي أن تتدرب لكي تصبح على دراية كاملة بها؛ حتى تتمكن من تحيلها بعين عقلك، دون أن تنظر إليهم، وسوف يؤكد لك هذا أنك في كل مرة ستلقى نظرة خاطفة عليهم في ذلك اليوم، ستشعر بالاطمئنان لتعرفك إليهم، وهذا سيكون مفتاحًا يبني دعائم الثقة بالنسبة لك .

استخدام البطاقات تحت الضغط:

يمكنك أن تضع البطاقات على الطاولة أو المنصة التي أمامك، أو أن تحملها على ارتفاع متوسط في يد واحدة؛ إذ ينبغي أن تشعر بالراحة معها، سواء كان هناك شيء أمامك، أو لم يكن هناك غير الجمهور، ولا شيء يفصل بينكما.

تجنب حمل البطاقات بيدك الاثنتين، لأنك ستبدو حينها مثل القس الذي يحاول أن يضع منبره الخاص. وهدفك العام لا ينبغي أن يكون جعل الأمر مثاليًا، وإنما جعله مفهومًا، وهذا لا يعني أنك لن تكلف نفسك عناء تحديد الكلمات، التي ستضعها في النص مسبقًا، ولكنه يعني أنك غير مقيد بهذه الكلمات.

أما الإيقاع الذي يجب أن تعتاده، فهو كالتالي :

- الاستيعاب
- الارتفاع
- التحدث

وهذا يعني أنه ينبغي أن تكون قادرًا على النظر إلى البطاقة، واستيعاب الكلمة أو الكلمات، التي ستذكرك بجملة أو جملتين، ثم ترفع عينك للأعلى، وتنظر للجمهور وحينها تستطيع أن تتحدث.. وهذا التسلسل سيحتاج أن تعتاده... لذلك تدرب عليه جيدًا.

فحين يأتي وقت الكتابة.. فرغم أنني متحدث محترف لمدة 22 عامًا، إلا أنني أفتخر بأن أقول إنني استخدم البطاقات في كل مرة، أقوم فيها بتقديم عرضي، وهذا ينطبق على خطاب كتبه للتو، أو آخر كتبه (مع إضافة بعض التعديلات) عدة مرات من قبل.

فقد قدمت خطابي الرئيسي (المعركة الكلامية) لجمهور الشركات في أنحاء العالم كافة، وهو عادة ما يستمر لمدة ساعة، ورغم معرفتي الشاملة بالمادة التي أقدمها، إلا أن بطاقتي تعد بمثابة رכיعة ذهنية قوية بالنسبة لي، فهي تسمح لي بالتكيف مع كيفية تفاعل الجمهور مع ما أقدمه. ويمكنني أن أرتجل مع محتوى مادة جديدة، ترد على تعليقات الجمهور، مهما طالت هذا الارتجال، وأعلم أنني أستطيع أن أعود إلى مساري المخطط له مسبقًا، بمجرد النظر إلى بطاقتي، التي عادة ما أضعها أمامي على المنصة أو على الطاولة، والتي يسهل الوصول إليها عندما أكون على المسرح.

وقد اضطررت للتعامل مع مجموعة متنوعة من المقاطعات لحبل أفكارى، منها: أجهزة إنذار الحريق، توقف عمل الميكروفونات، تحطم الأجهزة من خلفي وفقد الحضور وعيهم (ليس دائمًا كرد فعل على جودة المحتوى الذي أقدمه)، ومهما كانت المقاطعات غير المتوقعة طويلة ومكثفة، وبصرف النظر عما اضطررت إلى قوله وقتها للتعامل معها، لطالما استطعت أن ألقى نظرة على بطاقتي، وأتذكر أين توقفت بالظبط في العرض، وأعود للمسار بسرعة.

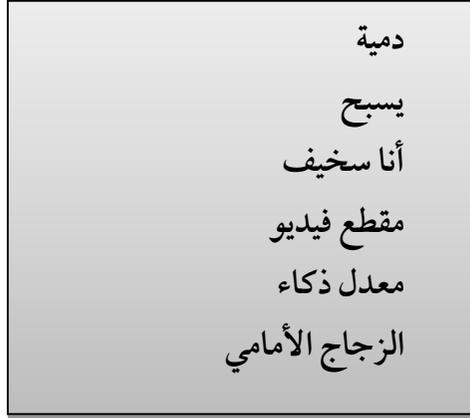
وقد أثبتت هذه القدرة جدواها أمام الجمهور الصاحب، بعد حفلات العشاء. ومن هذا المنطلق قررت أن أضع بطاقة ملاحظاتي أمامي دائمًا على الطاولة، وغالبًا لا يلاحظ الجمهور وجودها.

إن البطاقة تسمح لي بالرد الحازم المؤكد.. أكثر ردود الأفعال حدة من الجمهور: المقاطعة... ومنذ عدة سنوات، كان لي شرف التحدث في حفل عشاء الرياضيين بليفربول، وكان هناك جمهور كبير يتكون من 300 شخص، يرتدون الزي الرسمي للنادي وقد كونوا

رأيًا مبدئيًا عنى عندما قال مضيف الحفل في مقدمته: (ولذلك رحبوا معي بضيفنا) المتحدث .. محامي المرافعات القادم من لندن..)، وكنت قد قلت حوالى ثلاث كلمات فقط من خطابي، حتى قال أحد أفراد الجمهور الحاضر، الممثل الكوميدي ستان بوردمان: « أنت، أيها الفقير المسكين!»، وسبب هذا انفجارًا من الضحك بين الجمهور، ولكن لحسن الحظ، فقد أتيت مستعدًا للمعركة، ولذلك ابتسمت وقلت: "آسف يا ستان، فأنا عندما أقدم عرضًا من عروض التكلم من البطن، أحضر معي دميتي الخاصة بي". وكان هذا التصنيف وقتها حارًا، فقد أسعدتهم رؤية الرجل الجنوبي الرقيق، الذى لا يخشى المواجهة .

ولكن هذه كانت المناوشات الافتتاحية فقط، فستان الذى لا يهزم بهذه السهولة؛ فقد عاد بتعليقٍ آخر، وحصل على نوبة ضحك كبيرة، وحينها قلت: من الواضح أن ستان لم يتعلم السباحة أبدًا، فهو لا يستطيع إبقاء فمه مغلقًا لفترة كافية.. فراح الجمهور يصرخ طالبًا المزيد الآن؛ ولهذا فقد قرر شخص آخر المحاولة، وهو السياسى سيء السمعة، ديريك هاتون، ولكن مقاطعته لم تحظ باستجابة رائعة، كما توقع؛ ولذلك تمكنت من أن أقول: « ديريك، أنت لاتفهم الأمر جيدًا... الهدف من المقاطعة هو أن تجعلنى أبدو سخيفًا ».. واستمرت هذه المعركة لمعرفة من يتمتع بحس فكاهى أفضل لمدة ١٠ دقائق، وفي النهاية قال ستان: « حسنًا»، لا باس يا جراهام، لقد فزت!"، ثم رفع هو وديريك بعد ذلك مناديلهم فوق رؤوسهم كإشارة على الاستسلام، وحصلت على تصنيف من الجمهور بحفاوة بالغة، على الرغم من أننى بالكاد قد بدأت خُطبتى.

يمكننى أن أكشف الآن أنه كان لدى ميزة غير عادلة قليلاً، فبالإضافة للبطاقة، التى كانت ملاحظات مرتبطة بخطابى، كانت لديّ أيضًا بطاقة أمامى، بها 30 ردًا على المقاطعات، مأخوذة من قاعدة بيانات للنكات؛ ففي كل مرة، كان يقول فيها ديريك أو ستان شيئًا، كل ما كان عليّ فعله هو أن ألقى نظرة على البطاقة؛ لأتذكر ردًا يبدو تلقائيًا بدرجة غير طبيعية.. كان الجانب الأيسر من البطاقة كان يبدو كالتالى :



فإن كنت تريد أن تعلم معنى آخر خمسة كلمات وإلام تشير، حاول مقاطعتي المرة القادمة، إذا كنت واحدًا من جمهوري.

نصوص ورقية:

ينبغي أن تختار استخدام نص كامل مكتوب، كوسيلة للتقديم، فقط في حالة ما إذا كان أمرًا لامفر منه.. فمثلاً، قد تكون رجلاً سياسياً أو مديراً تنفيذياً، وقام شخص آخر بكتابة الخطاب لك، ولم تحظ بوقت كافٍ لنصبح ملماً بالموضوع بدرجة كافية؛ حتى تقوم بتلخيصه إلى ملاحظات على البطاقات، ولا يوجد جهاز لعرض الكلمات.

وما أريده منك هو ألا تسمح بحدوث هذا. فمن الخطورة أن تستخدم كلمات لم تقم بتأليفها أو كتابتها، حتى وإن كنت واحدًا من القلائل، الذين يستخدمون كاتب الخطاب طوال الوقت؛ إذ يجب أن تشترك في عملية الكتابة بقدر ما يسمح لك جدول مواعيدك المزدهم؛ فمهما كان ما كتبته قليلاً أم كثيراً، فإن هناك أشياء معينة يجب أن تتحكم بها.

1- اجعل النص قابلاً للتنفيذ :

يجب أن يتم طباعة النص، مع ترك فراغ مزدوج، بين كل سطرين، ليس أصغر من 14 نقطة، ويجب أن تبدأ كل جملة جديدة في سطر جديد، وأن تكتب الكلمات التي تحتاج تأكيدها بخط عريض، معظم المقدمين يجدون أن خط Arial من أسهل خطوط الطباعة؛ لأن يقرأ، وأنت تواجه ضغطاً ما.

2- الإمام بالنص:

اقرأ الكلمات بعناية ثلاثة مرات على الأقل، ورددّها لنفسك، وتأكد من أنه لا توجد بها مفاجآت أو كلمات، لا يمكنك نطقها، من الكلمات التي يمكن أن تتسرب من شبكة التعديلات.. حتى وإن كنت قد كتبت كل كلمة بنفسك.

3- تأكد من وجود منصة:

لن تتمكن من استخدام نص ورقي، إذا كان عليك أن تحمله في يديك طوال فترة التقديم؛ فالمتحدث الذي يحمل في يديه حزمة من الأوراق يبدو كشخص هاوٍ غير متقن لعمله؛ إذ إن الأيدي التي تهتز من التوتر تلقى رد فعل غير مرحب به، ومبالغ فيه.. ومن ثم، فإن تحريك ورقة -مثلاً- حتى نهاية العرض يعد عملية صعبة التنفيذ، وأن تتم بسرعة وراحة، وهناك جمهور يشاهدك، وسوف تنقذك المنصة من كل هذا الرعب.

4- تعود المنصة:

ضع النص في حزمة من الأوراق المرتبة، ثم قم بطي الجانب العلوي الأيسر للحزمة بأكملها، وبهذه الطريقة، سيكون من السهل أخذ كل ورقة بمفردها، أثناء فترة التقديم، أما إذا كانت المنصة كبيرة بما يكفي، فيمكنك أن تضع الورقة الأولى من النص على اليسار، وتضع حافتي النص على اليمين، وهذا يسمح لك باستخدام أول ورقتين من النص، دون أن تُحرك أى أوراق أثناء التحدث.. وأثناء التدريب، درّب نفسك على أخذ الورقة

«المستخدمة»، ووضعها على الجانب الأيمن من المنصة، ثم نقلها بسرعة إلى الجانب الأيسر، فقط أخرج الورقة، دون أن تضطر إلى قلبها.

5- مراعاة قاعدة 80/20:

لا ينبغي أن تسمح لأدائك في الخطاب أن يصبح مجرد تمرين على القراءة؛ ففي كل مرة تنظر فيها للنص، يجب أن تكون درجة إلمامك بالكلمات كبيرة؛ لتجعل كل نظرة مجرد تذكير بالكلمات التي تعرفها مسبقًا. انظر إلى النص بنسبة ٢٠٪ من الوقت وتنظر ٨٠٪ إلى الجمهور، ويجب أن تهدف لزيادة التواصل البصري مع الجمهور مع التدريبات المتتالية على ذلك.

6- امتص وأفرز:

قد يكون العنوان بغيضًا، ولكنه يضمن لك أنك لن تنسى الطريقة التالية، ألا وهي طريقة لتقليل الوقت الذي تقضيه ناظرًا للأسفل لملاحظاتك؛ فبصفة أساسية ستحتاج أن تفرق بين أنشطة القراءة والاستماع لكل جملة على الورق وينبغي أن تلقى نظرة على الكلمات (تمتصها) ثم تنظر للجمهور قبل أن تقولها (تفرزها) وأثناء التدريب، اطلب من زميل موثوق فيه أن يدل برأيه ويقدم ملاحظاته على مدى فعالية امتصاصك وإفرازك.

جهاز عرض الكلمات:

هذه الأنظمة تكون مناسبة للعاملين بالتلفزيون؛ حيث إن عليهم تقديم حجم ضخم من النصوص، تحت ضغط كبير، وفي فترة زمنية محسوبة بدقة، وهي أيضًا تعد الملاذ الوحيد للسياسيين؛ خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان رونالد ريكان أول من استخدمها بشكل سليم؛ فقد كان رائعًا لدرجة انه حتى عندما قامت وسائل الإعلام بتسليط الضوء على مايقوم به، شعر جمهوره أن كلماته كانت نابعة من داخله، وليس من شاشة العرض.

وربما تتعرض لموقف ما، ويكون الخطاب قد كُتِبَ للتو، ومن الضروري ألا تخطئ في شيء، وإذا كانت الشركة كبيرة ومهمة بما يكفي، ولديها ميزانية كافية، سيكون جهاز عرض الكلمات من أكثر وسائل التواصل راحة.

إعداد النص:

إن الأمر ليس كاللقاء النص الذي أعدته في جهاز العرض؛ لذا يجب أن تكون الكلمات متباعدة وبارزة؛ حتى يكون من السهل قرائتها تحت الضغط. ومن الأفضل أن يقوم الشخص الذي سيشغل لك جهاز العرض، في هذا اليوم، بتلك المهمة، وسيساعدك أيضًا في اختبار الخط المناسب لك. يجب أن تبدأ كل جملة جديدة في سطر جديد، والكلمات التي يتطلب التركيز عليها بخط عريض، ويُوضع تحتها خط، كما يمكنك أيضًا أن تضيف بعض التوجيهات (كما في ألعاب الفيديو)، التي تُوضع بين أقواس (حروف كبيرة).

قبل أن تبدأ في التدريب على هذه المعدات، ينبغي أن:

- تقرأ النص على الورق عدة مرات.
- تحدد أين تريد الوقفات والفواصل.
- تحدد الكلمات التي تراها صعبة في النطق.
- تصبح ملئًا بالنص ومتحكمًا به، ولا توجد به كلمات غريبة عنك.

استخدام المعدات لتقديم المحتوى:

هناك ثلاثة أنواع رئيسة من أجهزة عرض الكلمات: الشاشة الزجاجية وشاشة البلازما والشاشات الأرضية، وكل منها يشمل عنصرًا بشريًا أيضًا.. وعلاقتك مع مشغل جهاز العرض. ينبغي أن تعتاد عامل السرعة التي تحتاجها لتقديم العرض، وتحتاج أيضًا أن تثق به، وهذا يعني انه عليك أن تتدرب معه، ففي هذا النوع من التكنولوجيا، يزداد معدل راحتك وتعودك عليها مع توالي التدريب على الأداء..

والكثير من المتحدثين يستطيعون الوصول إلى مستوى عالٍ من المهارة بسرعة بالغة،

وفي الحقيقة، فإنه من السهل تعود استخدام أجهزة العرض، لدرجة أنها أصبحت تشكل عادة لدى بعض المتقدمين؛ فتأكد من أنك تستخدمها فقط لأنك تريد ذلك، وليس لأنه يجب عليك ذلك.

الشاشة الزجاجية:

هذا هو النوع المتوافر بكثرة: إذ يتم وضع لوحين من الزجاج بزواوية معينة على عصي معدنية، ذات أطوال قابلة للتعديل؛ لتعكس كلمات النص، التي يتم بثها على الشاشة بالأسفل .. يتم وضع الشاشتين أمام المتحدث، بعيدتين عن بعضهما بحوالي ٦ أقدام، وهذا يسمح لك بالنظر أيضًا إلى اليمين وللشمال، وبالتالي تحافظ على التواصل البصري، والتتابع الحوارى للنص، ولكن تذكر أن أجهزة العرض ينبغي أن تُستخدم كنوع من أجهزة العرض، وليس مجرد جهاز للقراءة؛ ولذلك، فإن استخدامه لا يجب أن يكون عبارة عن تحديق في الكلمات، وإلقاء نظرة على الجمهور من حين إلى آخر.

إن الاستعمال الجيد للتقديم والأجهزة المساعدة يتركز في أن يقوم المتحدث بالنظر إلى النص بنسبة 20٪ من الوقت، وإلى الجمهور بنسبة 80٪ من الوقت، كما يجب أن تجعل نمط تفكيرك أنك لا تقرأ فحسب، وإنما تذكر نفسك كذلك بالكلمات التي تعلمها بالفعل.

عندما تتدرب على استخدام الشاشات للمرة الأولى، يجب أن تكون مرحًا قليلًا، وحاول أيضًا أن تقضى وقتًا، بقدر ما تستطيع، تردد الكلمات التي تحتاج أن تتذكرها، وأنت تنظر مباشرة للجمهور في الفراغ ما بين الشاشتين.. تعود التوقف؛ لكي يصبح شيئًا مفيدًا لك..

لقد انتقل باراك أوباما باستخدام جهاز العرض ذي الشاشة المقسمة إلى آفاق جديدة؛ فبدلاً من أن تكون المسافة بينها ٨ أقدام، يتم وضع الشاشات على بعد 16 قدمًا على الأقل، حتى لا يشعر كل من الجمهور الحى وجمهور التلفزيون بوجودهما.

لقد كان أوباما بارعًا في قراءة مجموعة كبيرة من الكلمات من إحدى الشاشات، وتقديمها للجمهور، وكأنها نابعة من قلبه وليس من مجرد آلة؛ فهو لا يقرأ وإنما ينظر فقط بعينيه وعلى الرغم من ذلك، فهو يعد موضوع دراسة أجهزة العرض وبراعتها؛ فقد أصبح رائعًا في استخدامها؛ حتى اعتمد عليها فقط، فعندما يكون مضطرًا إلى أن يلقي خطابًا من نص ورقي، سواء باستخدام ملاحظات أو دونها، يصبح أقل إبهامًا بشكل ملحوظ.

شاشات البلازما:

توجد هذه الأجهزة على الحائط خلف الجمهور، وبالطبع هذا يحدد حجم الجمهور وصالة العرض التي يمكن استخدام هذه الشاشات بها. انتبه إلى ذلك؛ لأن عدد الجمهور لا يجب أن يكون صغيرًا (فمثلاً ليس أقل من ١٠٠ تقريبًا)؛ لأن البعض سيكون له رغبة ملحة في النظر للوراء وقراءة كلماتك؛ قبل أن تقرأها أنت!

الميزة الأساسية الناتجة من استخدامها، هو أنك لن تضطر إلى أن تقف وراء المنصة؛ إذ لا يوجد هناك حاجز ما، بينك وبين الجمهور، ولديك الحرية الكاملة للتحرك على المسرح كيفما تريد.. ولكن استخدامها يتطلب تدريبًا، إلا أن الأمر يستحق؛ لأنك ستشعر بدرجة عالية جدًا من التواصل البصري؛ فالراحة والحرية التي ستشعر بها من شاشات البلازما منعشة كالترحلق على الجليد بكل حرية.

الشاشات الأرضية:

تُوضع في مقدمة المسرح أو في الأرض، وفي الغالب، تكون هناك ثلاثة: اليسرى واليمنى وفي المنتصف؛ إذ إنها خيارات موثوق بها؛ إذا كان المسرح مرتفعًا نسبيًا، وإلا سيكون هناك خطر في نظرك للأسفل كثيرًا، وسيقتضى الجمهور معظم الوقت ينظرون إلى جبهتك، وإذا كنت أنا المتحدث فسيجعلني توهج الضوء على وشك الإصابة بالعمى، ولكنها أقل في التكلفة من شاشات البلازما، ويمكن أن تكون مناسبة، أمام جمهور يتكون من 100 فرد أو أقل.. والأكثر ذلك، أنه عندما تستخدم النوعين الآخرين من أجهزة

العرض، فلن تستطيع استخدام الشاشات الأرضية كجهاز للقراءة: الامتصاص والإفراز طبيعة ثانوية لديك.

الفضول وحب الإستطلاع:

لقد اقتربت من نهاية الفصل، وينبغي أن أذكر لك أن أكثر أنظمة التذكير في التقديم شيوعاً، هي تلك التي لا يجب أن تستخدمها.. والفضول هو المصطلح الذي أطلقته على التدريب الشائع على التقديم، الذي تقوم فيه بالنظر المستمر للخلف والقراءة من الشاشة التي توجد خلفك، وستقوم باستخدام شرائح العرض كملاحظات لنفسك، بدلاً من أن تكون للجمهور، وهذه ستكون تجربة مرهقة للجمهور، فهم سينظرون إلى خليط من شرائح العرض وعظمتي كتفك.

لاتقم بذلك، إلا إذا كنت لاتمانع أن تكون مملاً.

وفي الفصل القادم، سناقش هذه القضية بمزيد من الاستفاضة والحرية.

الفصل الثامن

اعرض ... إذا لم يكن لك بد

« لا يكن سؤالك هو: ما الذي يمكن أن تمنحه لك شرائح العرض.. »

بل سؤالك: ما الذي يمكن أن تقدمه شرائح العرض لجمهورك »

هذا ما كان يقوله جون كينيدي إذا انتقل من العمل بالسياسة إلى العمل في التدريب على العروض التقديمية، فأنت كمقدم عروض أفضل وسائل الإيضاح البصرية، ويجب عليك أن تتجنب أي أداة قد تعوق جهادك الفاعل للفوز بانتباه الجمهور، فينبغي أن تكون أنت الوسيط الرئيسي، سواء كنت تتحدث إلى شخص واحد أو 1000 شخص.

في ميدان المنافسة بين الشركات من المعتاد والمتبع توجيه الكثير من الطاقات إلى صناعة شرائح العرض أكثر من الموجهة لابتكار حديث مقنع، والجهود المبذولة لحفظ البيانات على ذاكرة الحاسب الشخصي أكثر من المبذولة لحفظها في أذهان الجمهور، مما ينتج عنه قدر لا بأس به من الأرقام والحقائق التي تفتقر للدقة، بينما شرائح العرض، تتجاوز عبر الشاشة بسرعة كافية لتصيب الحاضرين بالصرع.. وعليه تعد المؤثرات البصرية اعتذاراً ضمنياً عن عدم انتقاء الكلمات الملائمة التي يجب إلقاؤها لكي يتحقق الهدف من العرض.

المشكلة لا تكمن في العدد الإجمالي لشرائح العرض، فهناك رغبة محمومة في تكديس شرائح العرض حتى الانفجار بنصوص مطولة قد تظن أنها جادت بها قريحة صانع نظارات سادي.. القيمة الحقيقية للمحتوى دفنت أسفل تلال من الرموز النقطية.

الأسطورة:

إليك الأسطورة العظيمة للعروض التقديمية في الشركات:

«الشرائح هي العرض التقديمي والكلمات موضوعة هناك لمجرد أن تدعم شرائح العرض».

بالرغم مما بذلت من قصارى جهدي في التدخل المستقل، يستمر المتحدثون في قطاع الأعمال وبشكل عشوائي في إطلاق العنان لسلح العرض الشامل الأكثر تدميراً: ألا وهو برنامج الباوربوينت.. استخدم الكلمة « باوربوينت » للتعبير عن كل ما ينتجه برنامج الباوربوينت، على نفس منوال الكلمة « أسبرين » التي عادة ما تستخدم للتعبير عن كافة أشكال أقراص المسكنات... وهو العلاج الذي غالباً ما يسعى إليه أولئك الذين يعانون من جرعة زائدة من مشاهدة العروض المكدسة بالشرائح.. برنامج الباوربوينت هو السبب الأكبر والأوحد وراء العروض التقديمية المملة في القرن الحادي والعشرين، فهو يحضك على بناء سلسلة من الشرائح، وهو ما لا يمثل دعماً للعرض التقديمي ولو بقدر ضئيل إنه هو العرض التقديمي.

يجب اتباع التعليمات التالية عند الإعداد والتحضير:

« شغل أداة المحتوى التلقائي، وأوقف تشغيل عقلك ».

صمم برنامج الباوربوينت كأداة لتحسين تقديم العروض التقديمية، إلا أنه صار الأداة الأكثر شيوعاً لتطوير المحتوى.. في الواقع، ويعتبر وجود موسوعة مفرطة التعقيد من الشرائح في نظر العديد من الشركات دليلاً على التحضير، وعضاً عن التفكير في النتيجة الضرورية وما الذي يحتاج مقدم العرض ليقوله لتحقيق تلك النتيجة، وتمتد قوة

برنامج الباوربوينت لتصل إلى جذور بناء شريحة العرض في نفس الوقت الذي ننسى فيه أمراً حيويًا:

برنامج الباوربوينت ليس هو العرض التقديمي، ما تقوله أنت في الحقيقة هو العرض التقديمي، برنامج الباوربوينت يجب أن يتواجد فقط باعتباره دعمًا.

يعد الحماس لهذا الموضوع بدلاً من التكنولوجيا عنصراً حيوياً لكل مقدم عروض، يعتمد منهجية "عقلة الإصبع" .. المتحدث الحماسي وحده يمكنه أن يجعل جماهيره متحمسين، وهذه هي الآلية التي من خلالها تحقق العروض التقديمية الغرض المرجو من ورائها.

وتذكر أن الحماس يمكن أن يختنق بمزيج من الإطناب والإفراط في العناصر البصرية: العروض التقديمية الممتدة بإفراط والمكدسة بالتفاصيل... والتي تحوي عددًا كبيرًا من شرائح العرض. وتلك الشرائح وضعت في بث لا ينتهي، تحميها أقوال على شاكلة: « بالطبع لا أقرأ شرائح العرض - إنها فقط تذكرني بالنقاط التي يجب أن أذكرها ». (الترجمة: « لم أزعج نفسي بكتابة نص أو ملاحظات، وأنا في أمس الحاجة إلى شرائح العرض لتهينني فكرة ضبابية عما سأقوله لاحقًا »).

إذا كنت بحاجة إلى الملاحظات، اكتبها على بطاقات، وكما ذكرنا في الفصل السابع، فالبطاقات لن تتعطل أو تدخل في سبات أو تنفد بطارياتها.

برنامج الباوربوينت يمكن النظر إليه باعتباره دواء يمكن اللجوء إليه في أضييق الحدود إذا اضطرت له أصلاً، وإذا أسيء استخدامه، فله أعراض جانبية بغیضة، منها الكسل والإطناب وادعاء المعرفة، يشير الواقع إلى أن هوس برنامج الباوربوينت في بريطانيا وأمريكا أدى إلى أنه لم يعد مجرد برنامج... لقد أصبح صنماً، وانتقاده تجديف، وإليك الموقف السائد:

« ولكننا مضطرون لاستخدام برنامج الباوربوينت، فإن لم نستخدمه، لن يحملنا أحد

على محمل الجدد، وبالرغم من كل شيء فإننا دائماً ما استخدمناه واستخدمه منافسوننا، سحراً، الجميع ينتظر منا أن نستخدمه، لطالما كان الأمر كذلك».

حتى أن الدليل الإرشادي الوارد مع برنامج الباوربوينت يقول «لبناء العروض التقديمية، أكتب وصمم شرائح العرض». وهذا يرسخ أسطورة أن برنامج الباوربوينت هو العرض التقديمي. لقد صار مقدم العروض كمبيوتر محمولاً ذا حنجرة.

استخدم برنامج
الباوربوينت كسلاح
وليس كخلفية

لم أعرف يوماً شخصاً يخرج من مؤتمر ويقول: «عجباً، يا له من مؤتمر عظيم، ولكنه كان ليصبح أفضل لو أن مقدمي العروض استخدموا برنامج الباوربوينت أكثر.. وحققة استطيع أن اتذكر جميع الشرائح الـ 43 من عرض المدير المالي، وعندما أعود إلى غرفتي سأراجع هذا الكتيب الذي يحتوي على 171 شريحة أخرى تم استخدامها خلال اليوم... لأنني ليس لدي حياة ولا أصدقاء».

الواقع:

إذا كنت قد تمكنت من قطع هذا الشوط دون رمي الكتاب بعيداً جراء الاشمئزاز، إذاً هناك فرصة أن عقلك منفتح بما فيه الكفاية للنظر في موقف أكثر قتالية.. في الواقع الكلمات التي تقولها في العرض أكثر أهمية من تلك التي يقرأها الجمهور. أنت لست مقدم العرض فحسب، أنت أيضاً قائد.

لوفاء بالمهمتين معاً في آن واحد، ينبغي عليك الحفاظ على زمام الأمور بإبقاء تركيز الجمهور منصب عليك وعلى ما تقول، فيجب أن يبقى ذلك محور اهتمامهم.

أيّ من المؤثرات البصرية التي قد تستخدمها يجب ألا تنال أبعد من اهتمامهم الثانوي، فإذا نالت المؤثرات البصرية غالبية انتباههم، فهنيئاً لك تنحيك عن مركز كقائد، كما أنك سوف تتنازل أيضاً عن فرصتك في تواصل حقيقي معهم، والسبب أنك اخترت أن تكون تابعاً خاضعاً لشرائح العرض.

تقوم منهجية "عقلة الأصبع" في تقديم العروض على تناقل الأفكار والمعلومات فيما بين الأفراد. ولا يمكن لهذا التناقل بين البشريين أن يحدث إلا إذا كنت أنت (مقدم العرض) المركز الحقيقي للاهتمام.

يجب عليك أيضا أن تكون حذرا من الأثر التخديري السمعي - بصري، إذ يمكن أن يكون للتدفق المستمر للشرائح أثر تخديري فائق على الجمهور، خاصة بعد استراحة الغداء مباشرة أو في وقت متأخر من بعد الظهر. الشاشة الخفاقة يمكنها أن تبعث على النوم. هناك أثر آخر لا يقل عنه خطورة وهو الأثر الذي تتركه عليك أنت، مقدم العرض، حتى وإن كنت بطيعتك مؤدياً حازم وديناميكياً، فسوف تجد أن هذا الجانب من شخصيتك أصابته بلاذة بفعل حركة شرائح العرض خلفك.

الاستخدام العملي:

الآن وقد استنشقت ضجيجي، حان الوقت لأفاجئك بواحد من معتقداتي المحورية: "برنامج الباوربوينت رائع... فقط إذا استخدم في أضيق الحدود" .. سبق وصرحت بأن برنامج الباوربوينت سلاح عرض، إلا أنه سلاح متخصص، يجب ألا يستخدم تلقائياً في كل المواقف.. هذا يؤول بنا أخيراً إلى موقف منهجية "عقلة الأصبع" تجاه شرائح العرض.

يجب عليك أن تستخدم أقل عدد ممكن من شرائح العرض التي تتكامل مع هدفك المتمثل في أن تبلغ بجمهورك موضع الوصول، دون أن ينال ذلك من مركزك المهيمن على العرض التقديمي.. بعبارة أخرى:

لتحقيق أقصى أثر: " استخدم أدني كمية من شرائح العرض "

فليس السؤال: " هل أنت حقا بحاجة لشرائح العرض؟ " .

وإنما السؤال: " هل يحتاج جمهورك إلى شرائح العرض؟ " .

لا شك أنك نلت ما يكفيك من عوييل، ولكن اطمئن فهناك بعض المناسبات النادرة التي سيتفضل فيها ديكتاتور العروض التقديمية القابع بين جنبي بالسماح لك باستخدام القليل من شرائح العرض، لذا فقد حان الوقت لأمنحك إطار عمل ذهني لتستخدم تلك الشرائح ضمن نطاقه.

توجهك الفكري بشأن شرائح العرض:

إذا كنت تتبع نصائحي حتى هذه المرحلة، فإذا لا بد وأنت دونت نصًا به لبنة الخطاب المركز، والعناصر الأساسية، والعمليات الصقل الأولى والختامي. لا بد وأنت تستشعر الثقة بأن العرض التقديمي يتضمن اتحادًا ملائمًا بين أهدافك كمقدم العرض وما يحتاج الجمهور إلى سماعه، ولكنك تتشكك بأن هناك شيئًا ما مفقودًا... أو ربما أنت متأكد من هذا، وهناك مجموعة محددة من المفاهيم والمعلومات تشعر بأنها ستكون أكثر سهولة بالتعبير عنها بصريًا، ربما كنت محققًا في هذا أيضًا.

هذه الشكوك تحتاج إلى تمحيص، يمكنك اللجوء إلى استخدام مسودة الخطاب في «التدرب على إلقاء الخطاب» أمام نفسك، وتسليط الضوء على كل النقاط التي تشعر تجاهها بأن المؤثرات البصرية ضرورة حتمية ليتمكن الجمهور من استيعاب ما تقول.

إنني لأشعر بالأسى لأنني نسيت تعداد المرات التي استدعيت فيها في اللحظة الأخيرة لتوجيه مقدمي عروض ممن يمارسون عادة عمل كل ما هو على النقيض مما أقول، فهم يعانون من هوس استخدام قدر هائل من مجموعات شرائح العرض، ويدركون بعد فوات الأوان أن الجمهور ربما يفضل الاستماع إلى بضع كلمات تصاحب شرائح العرض.

أجد نفسي عندها مضطرًا لأن أطلب العملاء بنذ المؤثرات البصرية؛ ليمكنوا بدلاً من أن يتبعوا معي أسلوب قناة الإعداد (الأنبوي الشكل)، وكثيرًا ما يكون ذلك البنذ صادمًا، بالرغم من إدراكهم أنهم قد حوصروا في علاقة ضارة تربطهم ببرنامج العروض.

ولما كانت الألواح الحجرية (كحجر رشيد ولوح نارمر/ المترجم) واحدة من أقدم

وسائل الإيضاح البصرية باهظة الثمن في عصرنا الحالي، فأنا لذي فقط خمس وصايا بشأن استخدام شرائح العرض إذا لم يكن لك من استخدامها بد:

وصايا منهجية " عقلة الأصبع " في استخدام شرائح العرض:

- 1- استخدمها فقط إذا كان لها بالغ الأثر على كلمات خطابك.
 - 2- استخدم فقط شرائح العرض التي يمكن استيعابها على الفور.
 - 3- الأولوية لاستخدام الصور والرسومات بدلا من النصوص كل مرة.
 - 4- ابتعد عن الرموز النقطية (فيما عدا شريحة الملخصات وليس في ملاحظات المتحدث).
 - 5- تجنب عمليات السرد (فهي مخصصة للورق وليس للشاشات).
- والآن لنفحص كل جزء من قداس برنامج الباوربوينت.

1- الأثر التوكيدي:

مهما بلغت فصاحة الكلمات التي انتقيتها، هناك بعض الأمور التي يتعين عليك إظهارها، وكما هو الحال من حيث قدرة الكلمات الملائمة بشكل استثنائي على تحريك الجمهور، وكذلك الاختيارات الصحيحة من الصور لديها قدرة مماثلة.

فصورة جرو غاية في الظرف يحمل وجهه تعبيرات تفيض حزناً سوف تكون أكثر استيعاباً وأسرع نفاذاً إلى الذاكرة من خلال عين الجمهور من مجرد وصفها بالكلمات، ونموذج المنتج الجديد ستكون مشاهدته أفضل من وصفه، وبعض المعلومات الصادرة عن إحصائية سيكون لها أثر أكبر بعرضها ضمن تنسيق المؤثرات البصرية، بدلاً من عرضها منفردة في صورة لفظية.

يجب أن تتبنى موقف أن عبء إثبات الجدارة يقع على شرائح العرض، فيجب على كل شريحة من شرائح العرض أن تكافح منفردة لتجد طريقها ضمن العرض التقديمي. بحيث تكون الشرائح صاحبة الأثر الأكبر هي وحدها التي تتمكن من الوصول إلى العرض.

المهارة الرئيسة هنا هي اختيار عدد قليل من شرائح العرض ذات التأثير الفريد؛ مما يضمن أن الجمهور سوف يستمتع بكل واحدة منها ويقدرها، أما إذا أفرطت في استخدام شرائح العرض فسوف تشتت الجمهور بدلاً من إثارة انتباههم.

ولا يعني نجاح شريحة عرض في الوصول إلى العرض التقديمي أنها حصلت على الحق التلقائي في البقاء ضمن العرض، ولا تسأل كم عدد الشرائح التي يجب عليك استخدامها، ولكن اسأل نفسك كم عدد الشرائح التي يمكنك الاستغناء عنها.

- «هل تعرض هذه الشريحة أمراً لا يمكنني الاستعاضة الكاملة عنه بالكلمات وحدها؟».
- «هل تضيف هذه الشريحة شيئاً ما لم تشمله الشرائح السابقة؟».
- «هل تحدث هذه الشريحة أثراً عندما تظهر للمرة الأولى؟».

فإذا كانت إجاباتك عن الأسئلة السابقة بالكامل هي نعم، إذاً هذه الشريحة تمثل مرشحاً جيداً للتضمينها.

صارت غالبية أدوات التحكم عن بعد في الشرائح الآن توفر اختيار الانتقال إلى شاشة فارغة أو سوداء، وهو ابتكار رائع لأنه يعني أنك قادر على أن ضمان أن جمهورك لا بديل أمامه عن النظر إليك مباشرة، و عوضاً عن تلك الشاشة الفارغة أو السوداء - أو بالإضافة إليها- يمكنك استخدام شيء مثل شريحة عرض تحمل شعاراً والتي لن تتطلب أي شيء أكثر، من مجرد لمحة عابرة من الجمهور، بينما أنت تواصل تعزيز العلامة التجارية.

2- الاستيعاب الفوري:

عندما يصير استخدامي لشريحة عرض ضرورة ملحة، فإنني أتبع نصيحة الزميل المجل وارين إيفانز (مستخدم برنامج الباوربوينت المعترف بنفسه بقوة الصناعة) ونصيحته أن كافة المؤثرات البصرية بحاجة لأن تكون ما يسميه بـ «تأمل - استوعب»، وتعني أن جمهور المشاهدين يجب أن يكونوا قادرين على أن يرنوا إلى شريحة العرض فيتحقق لهم الاستيعاب الفوري لما ينظرون إليه.

الصور والرسومات المتقنة والأشكال البيانية تمتلك هذه الخاصية، وشريحة العرض

الصورة لها قوة ألف كلمة،
ولكن هذا لا يعني أن شريحة
العرض تحمل ألف كلمة

الوحيدة التي تمتلك هذه الخاصية هي الشريحة التي لن تحتوي على أكثر من خمس سطور نصية، في كل سطر ما لا يزيد على ثلاث كلمات، فإذا استخدمت ما زاد على ثلاث كلمات فسوف يضطر الجمهور إلى مقارنتها بالعقل الواعي.. اجعلها في وضوح لافتات الطرق السريعة وسهولة قراءتها:

برلين
319 ميلاً

ستراسبورج
42 ميلاً

باريس
3 أميال

لتكون بنفس الكيفية التي لا يحتاج معها السائق إلى إبعاد ناظريه عن الطريق لفترة أطول من اللازم لقراءة لافتات الطريق، بحيث لا يضطر الجمهور إلى تنحية أبصارهم عنك لأطول من الضرورة القصوى.

تجنب استخدام المقطعات النصية الطويلة، والجداول ذات الأرقام الضخمة والأشكال البيانية المزدحمة التي يتم إلغاؤها في شرائح العرض بلا حساب.

3- الصور والرسومات تهزم النصوص:

بعض مفاهيم سوق الأعمال، وخاصة المالية منها، يمكن فهمها باقتناع وانتقالها على الفور إذا وضعت ضمن رسوم بيانية دائرية أو عمودية، أو مخطط انسيابي، أو تخطيط دائري أو كل شيء من هذا القبيل. إذا كانت نفس المعلومات مكتوبة في صورة نص، سيصبح العرض التقديمي مسابقة عامة للقراءة، يكون فيها مقدم العرض آخر من ينتهي من القراءة، ويجب أن يكون عدد الكلمات الذي يحمله أي شكل بياني يتوافق مع ضرورة أن يكون سهل الشرح بالنسبة لك.

4- الرموز النقطية تستخدم فقط في الملخصات

فهي لن تزيد أبداً من الحماسة في العرض التقديمي.

الرموز النقطية تبعث على الضجر.

دعونا نواجه الأمر: أنا أعلم عنك أسوأ أسرارك، فأنت تستخدم الشرائح التي تحتوي على الرموز النقطية كرسالة تذكير، أليس كذلك؟ حسناً، توقف عن ذلك من الآن. لا تعرض ملاحظاتك للجمهور، احتفظ بهم لنفسك على بعض البطاقات ذات القدرة العالية على التكيف، والتي تتميز بأنها صعبة الاختراق وذات تكنولوجيا غير متقدمة.

ومع ذلك، فشرائح العرض تمثل طريقة فعالة في الاتحاد لترسم أفكارك ومعلوماتك، وربما كانت ملخصاً داخلياً يسمح لفكرة واحدة رئيسية في عرضك التقديمي بأن تكون متكاملة مغلقة، بل قد يمكنها القيام بدور ملخص نهاية العرض التقديمي بحيث تغلف الهدف من العرض التقديمي بالكامل قبل الوصول إلى خط النهاية.

يجب أن يكون النص الوارد في الرموز النقطية مختصراً ومقتضباً إلى أقصى درجة... بحيث يحتوي على الكلمات المفتاحية فحسب أو كلمة واحدة فقط من الفكرة التي تعرضها، عليك أن تتعد تماماً وكلياً عن استخدام الجمل الكاملة.

استخدام الشريحة كملخص يعد بمثابة أداة يرحب بها الجمهور، الذي انتظر طيلة فترة العرض الطويل بما يكفي ليدفع ضريبة المرور إلى ذاكرتهم، ضع عنواناً رئيسياً وأضف تحته رمزاً نقطياً أو رمزين يجمعان العناصر الرئيسة لعرضك التقديمي..

خمس وصايا

1. الأثر البالغ.
2. الاستيعاب الفوري.
3. كل مرة.
4. للملخصات وليس للملاحظات.
5. للورق وليس للشاشات.

والآن سأكون محبباً أكثر قليلاً: لا تضع أكثر من خمسة رموز نقطية في شريحة عرض واحدة، ولا تضع في كل رمز أكثر من ثلاث كلمات.. على سبيل المثال أعد النظر إلى وصاياي حول منهجية

"عقلة الأصبع" في استخدام شرائح العرض، هذه هي شريحة العرض الملخصة التي يمكنك استخدامها لتُجمل الوصايا فيها.

إن طبيعتها ذات الغموض الطفيف أمر مقصود، فلا

ينبغي لتلك الرموز النقطية أن تكون منطقية بمفردها، وإنما تدب فيها المنطقية عندما تبثها أنت بالكلمات الصادرة بصوتك، وهو ما يؤكد أن كلمات خطابك هي عنصر التواصل الأكثر أهمية. شرائح العرض لا تقود جمهور المشاهدين، وإنما أنت من يقودهم.

قصة 2009

- 1- المشاكل الألمانية
- 2- الحلول الفرنسية
- 3- النجاح الدنماركي
- 4- الخطط البريطانية
- 5- التطور العام

5- عمليات السرد مخصصة للمستندات الورقية:

عندما تستشعر وجود قدر هائل من المعلومات ذات العلاقة بموضوع العرض، والتي لن تتمكن من تضمينها جميعاً في خطابك الذي ستلقيه أثناء العرض التقديمي، يتوجب عليك تقرير ما إذا كان يجب عليك أن توفر للجمهور ورقة دعم سردية، ويجب أن تكون الورقة سردية، أي إنها تتكون من جمل وعبارات ملتزمة بالقواعد اللغوية تمام الالتزام (غير عصرية بحيث يتمكن من فهمها أي شخص ترك التعليم الثانوي بعد 1990) أي أنها ورقة تريد لجمهورك أن يقرأها بالكامل، لا أن يلقوا عليها النظرات السريعة كلما سنحت الفرصة.

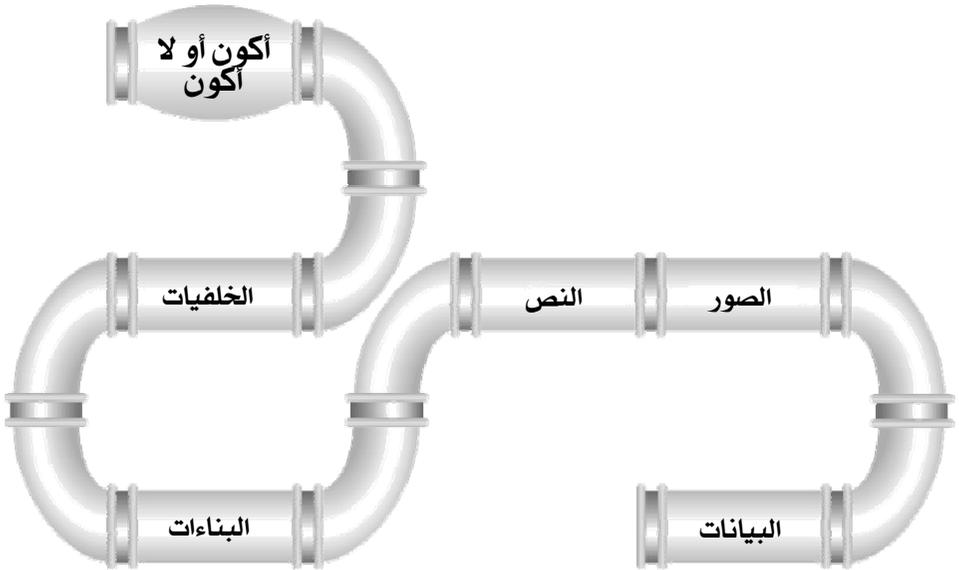
إذا لم تكن ملتزماً تماماً وكلياً بالقواعد الداخلية لشركتك أو الصناعة التي تعمل بها، فأنا أنصحك بل وأحثك على توزيع هذه الورقة بعد انتهاء العرض وقبيل مغادرتك، بدلاً من توزيعها قبل أو مع بداية العرض التقديمي، فإذا قرأها أحد الحضور من جمهور المشاهدين قبل العرض بأيام أو ساعات أو حتى دقائق، فسوف تواجه خطورة أنهم اتخذوا قرارهم بالفعل في الأمر موضوع عرضك التقديمي.. الأصل أنك تخاطر بالأ يكون التفاعل البشري - العنصر الحي في عرضك التقديمي - هو القوة المقنعة المهيمنة، وهذه الورقة من المحتمل أن تصبح معول الهدم الذي سيدمر العرض التقديمي من قبل حتى أن تبدأ.

أحثك أيضًا على ألا توزع عليهم ورقة بمجرد أن تبدأ الحديث، لأنه لا مناص من أن الكلمات المكتوبة ستنافس صوتك في الفوز بانتباه الجمهور، الذين لن يمكنهم التركيز على كليهما، على ما يقرؤونه وعليك في الوقت ذاته.

إذا لم يكن لك بد...

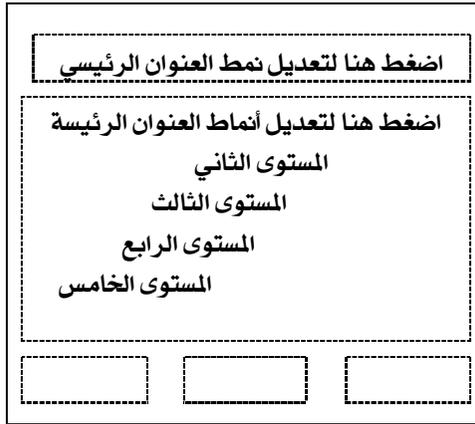
أعلم أنك ستظل تحت تأثير إغراء بناء شرائح العرض النصية (في غير شرائح الملخصات)، بالرغم من أنني قد حرمت عليك استخدامها، الصفحات التالية سوف تبين لك آلية تصميم شرائح نصية إذا كنت تتحرق رغبة في استخدامها. (للحصول على المزيد من التفاصيل، فإن أفضل مصدرين هما www.thinkoutsidetheslide.com، والكتاب الذي ألفه ديفيد بارادي، يمكنك شراؤه من خلال الموقع). لذا صاحبني رجاء خلال قناة إعداد أخرى أنبوية الشكل (أعدّها مشكورًا وارين إيفانز).

قناة برنامج الباوربوينت:

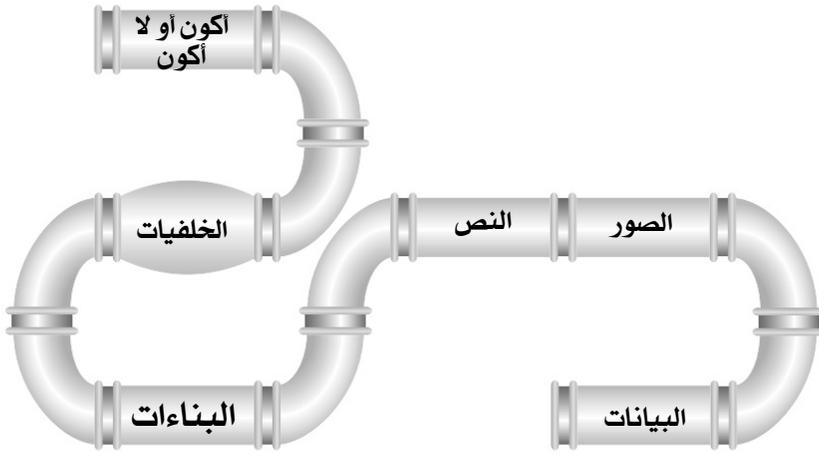


لن أعيد العمل على هذه المرحلة، أمل أن تكون مررت بالكثير من آلام الإنشاء وتكوين الملامح، قبل أن تقرر أخيراً استخدام شرائح العرض.. الآن حان الوقت كي أعرض لك آلية بناء شرائح العرض.

إحدى الطرق لضمان أن عرضك التقديمي سيكون قائماً ومتجهماً، هو أن تسند المهمة إلى مساعد شخصي تخرج للتو من دورة تدريبية في استخدام برنامج عروض تقديمية بدائي، سوف تظهر شريحة العرض خاصتك مشابهة لكل الشرائح: مزدحمة ومكدسة تتعاقب في ملل قاتل.. هذه شريحة افتراضية أساسية من أحد تطبيقات وبرامج العروض التقديمية.. إنها مزدحمة ومكدسة حتى قبل إضافة أي شيء إلى تكوينها.



عندما تبدأ تشغيل برنامج الباوربوينت يجب عليك إزالة كافة الإضافات الافتراضية الموجودة في الشريحة الأصلية.. هذه واحدة من الأساسيات التي يجب عليك إتقانها؛ لتضمن أن المؤثرات البصرية لن تسبب لك ضرراً أكثر مما تجلب لك من منفعة.



الخلفيات:

كل البرامج ستيح لك عرض الشرائح الرئيسة، وهذا هو الجزء من البرنامج الذي تحدد فيه الخلفية التي ستظهر في جميع شرائح العرض..

استخدمها ولكن دون إفراط

قاوم إغراءات (والمكونات الافتراضية) إضافة شعارك، ومعلومات الشركة، وعنوان العرض التقديمي، والتاريخ والوقت... إلخ، إلى كل شريحة من شرائح العرض، فهي مضجرة وتسبب الازدحام.

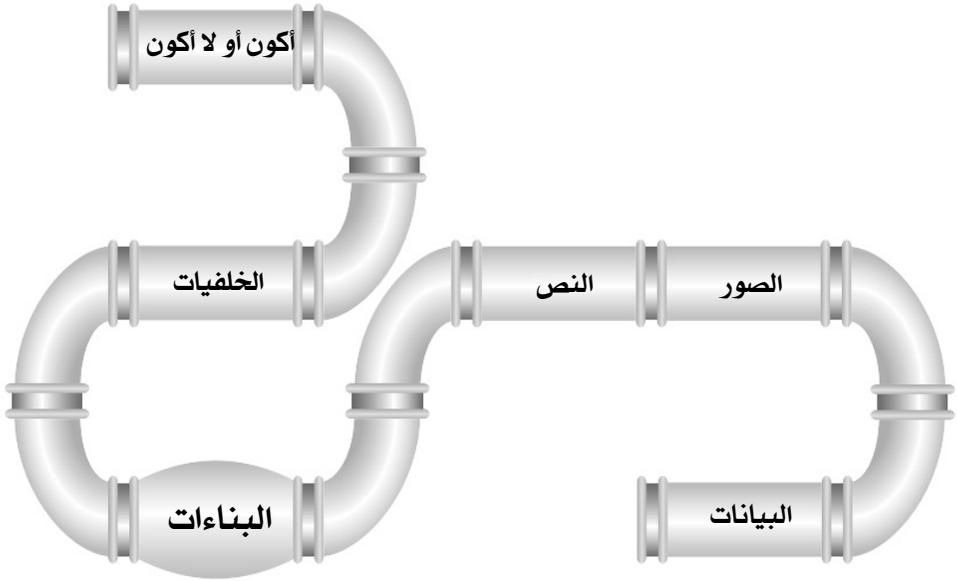
وعلى نفس المنوال، تجد أن الرسومات الجميلة والتسليمات ذات الدوامات (المتعددة) وتعدد الالوان وتدرجها، والطبقات ذات التصميمات الفنية ليست فقط غير ضرورية، ولكنها عادة ما تكون ذات نتائج عكسية، وينبغي للخلفيات التي تختارها أن تكون ذات تباين قوي.. الألوان المتدرجة تضيف القليل من الإثارة، أكثر مما إذا كانت ذات لون واحد.. اللون الأزرق يمثل اختيارًا آمنًا، ولكن الأخضر كارثي.. يمكنك إضافة رسمة واحدة، كما أن إضافة شعار أو شريط في أحد الأركان أو أي من المؤثرات البصرية

في برنامج الباوربوينت،
مجرد أن تكون قادرًا على
فعل شيء ما لا يعني أنه
يتوجب عليك فعله.

الأخرى سيكسر الخلفية المصمتة، ويتم ذلك من خلال
أوامر الإدراج أو اللصق، فيمكنك ممارستها مثلها كمثل أي
تطبيق آخر تستخدمه.

الآن.. صرت جاهزًا لإضافة شيء من النصوص، أو

الصور، أو الأشكال البيانية التي فازت في سباق إقناعك بقدرتها على تحسين عرضك
التقديمي.



البناء:

قد يبدو الحديث عن البناءات عند هذه النقطة من قناة الإعدادات الأنبوبية الشكل
لبرنامج الباوربوينت أمرًا يتعارض مع الحدس إلى حد ما، فبعد كل شيء، ألا يمكن أن
يكون تحريك الشرائح الخاصة بك شيئًا تفعله بعد إنشاء الشرائح؟.. ولكن من الضروري

ألا تتوقف عن التفكير حول كيف يمكن لشرائحك أن تحقق تمام التكامل مع ما تقول.

الابتعاد أولاً عن الغرابة، فأنت لست ستيفن سيلبرج، وهذا ليس عرضاً للمؤثرات السينمائية، في أي برنامج يمكنك أن تطبق على النص والرسومات مؤثرات التكبير والتقريب، والطيران، والدوران، وكل تلك الأشياء التي قد تبدو «رائعة». إنها حقاً رائعة ولكنها تشتت الانتباه.. السبب وراء استخدام البناء هو ببساطة للتأكد من أن جمهورك يبقى معك، وبالتالي تتجنب أن يقرؤوا النقطة الخامسة المضجرة المملة، بينما أنت لاتزال تتحدث عن النقطة الأولى، كما أنك تحتاجها لتجعل العناصر المعروضة على الشاشة تتلاشى بعد أن تنتهي منها، تاركة الخلفية فقط، بحيث يبقى تركيز الجمهور موجهاً إليك.

أثناء تقديمك العرض، يمكنك تحفيز الجمهور لنقل انتباههم للشاشة بأن تستدير لمواجهة الشاشة للحظة، وبالرغم من أن المؤثرات البصرية سوف تحظى بالاستيعاب الفوري، يجب عليك أن تفكر في تعبير « الفوري » باعتباره يعني ثانيتين، وتجنب عرض شيء ما على الشاشة والاستمرار في التحدث بينما يستوعبونه.. وهذا للأسباب التالية:

- أنهم قادرون على أحد أمرين، إما استيعاب المعروض على الشاشة أو الإنصات لك، لا أن يفعلوا الأمرين في نفس الوقت.
- محاولة القيام بالأمرين معاً على مستوى اللاوعي يثير غضبهم.

والنتيجة النهائية أنهم لم يستوعبوا المادة المعروضة على الشاشة، ولم يستمعوا إلى ما قلته، وأصبحوا غاضبين منك أيضاً، وهذه الضربة الثلاثية هي جزء من أسباب فشل العروض ببرنامج الباوربوينت.

اعتمد تنسيقان فقط للبناء على أن يكون:

سريعاً: عندما يحين الوقت ليرى الجمهور هذا العنصر، دعهم يرونه على الفور، فما من أحد يرغب في مشاهدة الكلمات، وهي تظهر حرفاً بعد حرف، أو صوراً تتكون على الشاشة، وكأنها أحجية تظهر أجزاءها واحدة تلو الأخرى.

إنشاء النص:

افتح صندوقاً نصياً، وضع به أولى نصوصك، (على أن يتكون من كلمتين أو ثلاثة).

الخطوة التالية اختيار الخط. الخطوط (Arial; Helvetica) أسهل في القراءة عبر

الشاشة أكثر من الخطوط (serif (Courier; Times Roman).

لا ينبغي أبدا لأي خط في أي شريحة عرض تقديمي أن يكون أقل من 36، وأن يكون

عريضاً.. تجاوز الخيارات الخاصة بصناديق الظلال، وتعبئة الخلفية بالألوان، وخطوط

التباين... إلخ، وتجاهل خيارات «ART» أو الرسم الفني للكلمات.. الآن اختر اللون،

واختر لوناً يصنع تبايناً مع لون الخلفية.. الأصفر مع لون داكن يمثل اختياراً موفقاً،

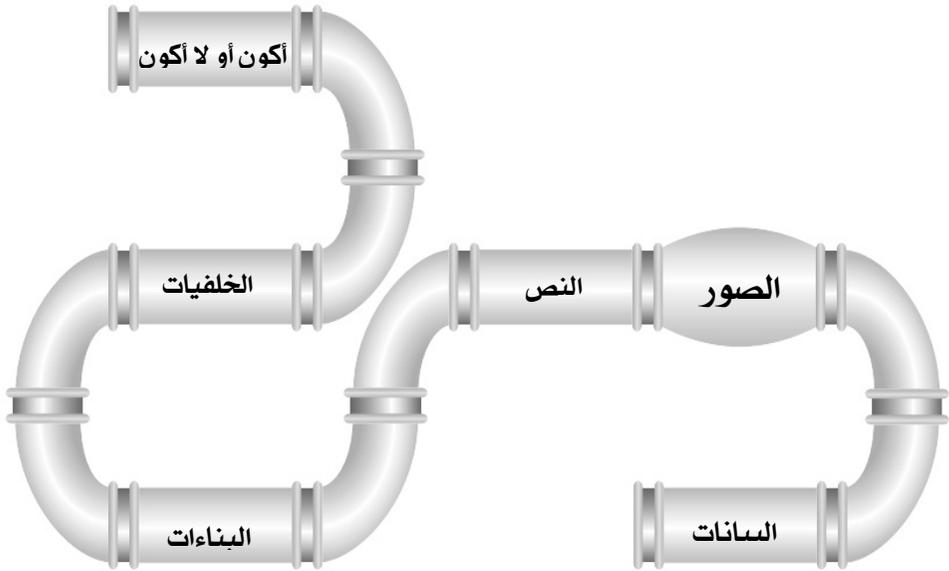
وكذلك الأبيض مع لون خلفية داكن، ولكن يظل الأحمر صعب القراءة.

تذكر دائماً أن الألوان الغنية والعرض الحشن الذي تقدمه شاشة حاسوبك لن تتكرر،

عندما تعرض الصورة على شاشة مساحتها أضعاف مساحة شاشتك. السبب في أن

العديد من مقدمي العروض ممن يفترض بهم أنهم يعلمون الكثير يؤول بهم الحال إلى

إنشاء شرائح عرض لا يمكن قراءتها.



إنها تبدو جيدة عند استعراضها على شاشة المساعد الشخصي، ويراها المساعد الشخصي لا أبداً معروضة على شاشة قاعة العرض.. الآن قم بتحريكه كما وصفنا سابقاً، ثم حدد موضعه حيث تريد له أن يكون، والآن صرت مستعداً للنسخ واللصق، كما أوضحت سابقاً.

الصور:

فيما سبق تحدثنا عن تحريك الصور، إنني أستخدم كلمة «صور» للإشارة إلى أي رسومات قد تستخدمها.

في العصر الحديث هناك قدر وفير من المواقع لتحصل على صور رائعة ومجانية من على الإنترنت.

احذر استخدام أي صور أو رسومات دون الالتزام باتفاقية الاستخدام التي يضعها مالك الصورة، فالصور مواد فكرية، لذا فإن نسخها ولصقها دون تصريح يعد سرقة، وهو ما ينطبق تحديداً على الرسوم الكرتونية بالذات.

احصل على الصور في صيغة jpeg ، لأنها تستهلك مساحة تخزينية أقل، كما أنها أسهل في التعامل بالنسبة لبرامج العروض التقديمية.

حجم الصورة؟

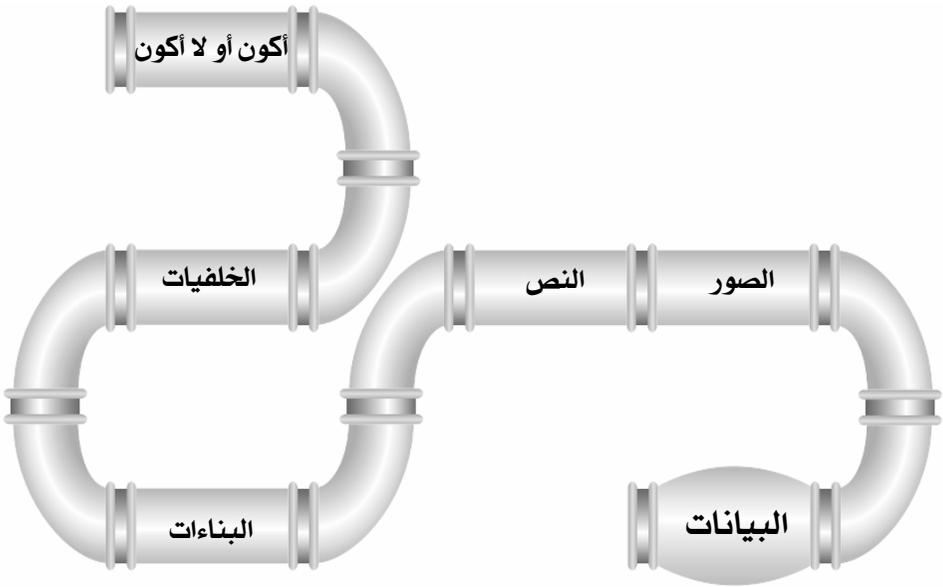
إليك ثلاث أفكار رئيسية:

1- اجعلها كبيرة قدر الإمكان، ولكن دون أن تنال من رسومات الحدود (ستسبب تشتتاً كبيراً) ودون أن تغير على الثلث السفلي من الشاشة.

2- اجعلها كبيرة قدر الإمكان مع الإبقاء على دقة الصورة في مستوى مقبول. لأنك إن قمت بتمديدتها أكثر من اللازم ستبدأ في التلف، وستظهر بمظهر أكثر سوءاً على شاشة العرض من مظهرها على شاشة حاسوبك.

3- اعرض الجزء الذي تريده فقط، تعلم استخدام وظيفة القص؛ لتتمكن من قص جوانب الصورة والابقاء على القلب فقط، الذي سيحدث أثرًا لدى جمهور المشاهدين.

إذا كانت الصورة فقط من أجل جزء صغير من الشاشة، تظل الصورة الأكبر أفضل، فلا أحد يمكنه الاستيعاب الفوري لشيء يناضل من أجل أن يخمن فقط ما الذي ينظر إليه.



البيانات:

إذا كنت متأكدًا أن مقارنة إحصائية أو رسمًا بيانيًا لخط توجهات، أو أي شكل آخر لمعلومات صريحة سيكون له أثر جوهري أكبر، إذا عرض ضمن مؤثرات بصرية، حينها يصبح الأمر يستحق دقائق إضافية قليلة للقيام بالأمر على النحو الصحيح.

ولا يعني القيام بالأمر على النحو الصحيح تجاهل أي من مبادئ الخاصة بمنهجية "عقلة الإصبع". معتمداً على بنك معلوماتك، اطرح على نفسك الأسئلة التالية:

ما أقل قدر من المعلومات يحتاجه جمهورك ليصلوا إلى موضع الوصول الذي تريده؟

كيف تصنع المؤثرات البصرية لهذه المعلومات، بحيث تلتزم بوصايا الاستيعاب

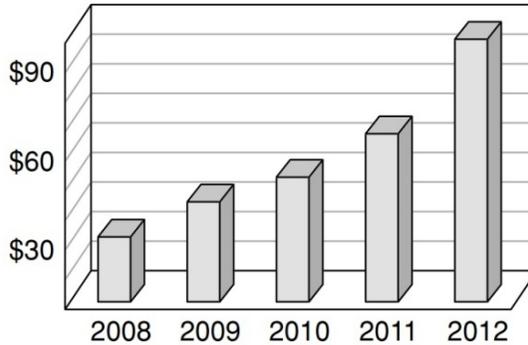
الفوري؟

مقدمو العروض الذين لا يسألون أنفسهم هذه الأسئلة، بكل أسف يعرضون على

جمهورهم شرائح العرض من مثل هذه:

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Budget Statement	Projected at Dec 1	Approved Budget 115 Jul	Actual 121 Jul	Budget 109 Jul	Projected at Dec 1	Approved Budget 112 Jul	Actual 119 Jul	Budget 130 Jul
REVENUE								
Full Registration	£49,313.00	£40,250.00	£36,329.00	£36,806.00	£49,313.00	£36,329.00	£30,880.00	£30,880.00
Support Team	£4,885.00	£1,800.00	£1,848.00	£1,806.00	£4,885.00	£1,800.00	£1,880.00	£1,880.00
One Day Only	£2,480.00	£3,090.00	£3,408.00	£1,406.00	£2,480.00	£3,090.00	£3,480.00	£1,480.00
Meals	£910.00	£590.00	£888.00	£375.00	£910.00	£590.00	£888.00	£375.00
Sponsorship	£2,580.00	£5,000.00	£4,900.00	£8,306.00	£2,580.00	£5,000.00	£4,900.00	£8,000.00
Resource Table	£1,290.00	£1,290.00	£918.00	£1,906.00	£1,290.00	£1,290.00	£918.00	£1,000.00
Total Revenue	£61,188.00	£51,756.00	£47,367.00	£49,315.00	£61,188.00	£47,367.00	£41,325.00	£41,325.00
EXPENSES								
Promotion	£3,515.00	£5,000.00	£5,138.00	£5,708.00	£3,515.00	£5,000.00	£5,138.00	£5,780.00
Manpower	£1,885.00	£790.00	£1,903.00	£708.00	£1,885.00	£790.00	£1,903.00	£790.00
Speaker Liaison	£580.00	£374.00	£1,628.00	£374.00	£580.00	£374.00	£1,628.00	£374.00
Resource Table	£480.00	£890.00	£810.00	£806.00	£480.00	£890.00	£810.00	£880.00
Convention Chair	£1,235.00	£450.00	£518.00	£458.00	£1,235.00	£450.00	£518.00	£450.00
Sponsorship	£0.00	£590.00	£184.00	£508.00	£0.00	£590.00	£184.00	£500.00
Audio Visual	£560.00	£7,000.00	£1,565.00	£1,358.00	£560.00	£7,000.00	£1,565.00	£1,035.00
Facilities	£7,280.00	£2,590.00	£1,921.00	£2,326.00	£7,280.00	£2,590.00	£1,921.00	£2,020.00
Contingency	£5,000.00	£290.00	£1,155.00	£3,506.00	£5,000.00	£290.00	£1,155.00	£3,500.00
Total Meals (see below)	£25,248.00	£18,000.00	£14,875.00	£12,848.00	£25,248.00	£14,875.00	£12,848.00	£12,848.00
Total Expenses	£46,788.00	£35,825.00	£28,847.00	£28,228.00	£46,788.00	£28,847.00	£28,228.00	£28,228.00

في الوقت الذي يكون فيه الاختيار التالي متاحًا:



تذكر أن كافة رسومات البيانات الجيدة صممت بناء على هدف، ولم تنسخ وتلصق دون نظر، وكل ما سيعرض على شريحة العرض يجب أن يكون موضوعًا يدويًا ليقدم الدعم المثالي للخطاب الذي تلقيه، واتباع النصائح الواردة هنا.. وتعلم فقط ما هو ضروري للتنفيذ، يعني أن باستطاعتك إنجاز الأمر بسرعة.

أهمية الدقة في التعامل مع شرائح العرض لا تقل أهمية عن الدقة في انتقاء كلمات خطابك.

إذا تبينت واستخدمت المبادئ الواردة في هذا الفصل، ستحظى بعلاقة غاية في البساطة مع شرائح عرضك التقديمي .. ستحظى بعلاقة السيد وخداميه، وستبقى المتحكم بتلك العلاقة طوال الخط.

الآن .. حان الوقت لغلغ حاسوبك النقال والتفكير في ما الذي تريد التحكم به أيضًا.

الفصل التاسع

تحكم في نفسك

لكى تكون مقدم عروض قويًا، فهذا لا يُجتم عليك أن تكون جريئًا ولا تعرف الخوف أبدًا، ولكن يجتم عليك أن تتعلم كيف تتحكم في الخوف الناتج عن تقديمك للعرض. ويظهر الخوف عادة من المواقف التى قد تخشى التعرض فيها لنوع من الأذى الناتج عن تقديمك للعرض. وفيما يخص السيطرة اللازمة على الموقف، يناقش هذا الفصل التحكم والسيطرة بنوعيهما: الداخلية (الحالة الذهنية) والخارجية (مظهرك ونبرة صوتك)؛ إذ ينبغي أن تفعل كل ما يمكنك فعله للتحكم في الاثنين.

التحكم في الأعصاب:

إذا كنت تعاني من توتر الأعصاب، فهذا سيجعلك تقدم بشكل سيء، سترتعش وتجل وتتعرق، وستشعر أيضًا بالدوار وتنسى النص.. سينظر إليك الجمهور بنظرة تنطوى على خليط من الشفقة والاستحقار، سيكرهونك لأنك جعلتهم يشعرون بشعور أسوأ مما تشعر به، ولن يتواجد أحد حينها ليقوم بنقلك بسرعة صاروخية لمركبة الاتحاد الفضائى لتختفي من أمامهم. وسيتذكر كل فرد من هذا الجمهور ذلك اليوم عن ظهر قلب « اليوم الذى مُت فيه ».

يتمتع الكثير من الناس
بالإرادة اللازمة للفوز، ولكن
القليل منهم من يتمتع بإرادة
التحضير له.. أحد الحكماء
الأمريكيين

الآن.. توقف وقم بإعادة التشغيل، فكل ما ذكر
- في السطور السابقة - قد حدث بالفعل لمقدمين
ذوى خبرة.. ولكن يمكنك أن تتجنبها كلها لأنك
ستكون مستعداً نفسياً للمعركة.

هناك أسباب وجيهة للخوف من التحدث على
الملأ، ويتعرف عليها الجمهور بسرعة شديدة، وهي:

- عدم الاستعداد.
- الملل.
- الاستعلاء.
- قراءة شرائح العرض.
- إضاعة الوقت.

تعتبر إضاعة الوقت من كبرى جرائم الشركات في القرن الواحد والعشرين، فإذا
شعر الجمهور بأن هذا يحدث معهم، ستجدهم يردون بحركات جسدية.. الأذرع
ستنتوى.. وسيظنّون بأعينهم لأسفل الطاولة أو لأعلى نحو السقف، في إيحاء واضحة
برؤوسهم، ثم يبدؤون بالدخول في محادثات جانبية، ويرسلون الرسائل النصية أيضاً على
حواسيبهم.

ستشعر باستيائهم وينبغي عليك أن تخشاه وتتجنب التسبب فيه.. لا تحاول أبداً أن
تهزم هذا الخوف، ولكن حاول استغلاله.. استغله لتجبر نفسك على التحضير جيداً؛
فالسبب الأكبر، في تقديم عرض سيئ هو الفشل في تحضيره جيداً.. فسواء كان المقدم
مستعداً أم غير مستعد، فلا بد أن يكون واضحاً للجمهور، الذي سيشعر بالامتنان ليس
فقط من أجل العرض نفسه، ولكن أيضاً من أجل الجهود المبذولة في التحضير؛ فقد
جاملتهم ووضحت لهم كم يستحقون الجهود الذى بذلته.

تخيل الموقف المعاكس للحظة، تحضير قليل: لا يوجد تحليل للجمهور ولا فكرة مركزة ولا تعديل دقيق.. وكأنك فقط وقفت وبدأت تتحدث، وهذا كل ما في الأمر.

سيشعرون بكل هذا على الفور..

يبدو واثقًا من نفسه، يبدو ملئمًا بالموضوع الذي يتحدث عنه، ولكن ما الهدف الحقيقي وراء عرضه هذا؟ ما الشيء المهم الذي يريدنا أن نتذكره؟ لماذا لا يدرك أن معظم ما يقوله ليس له صلة بالموضوع؟ تمهل... إنه يرتجل... لم يقم بتحضير كلمة واحدة مما يقول... لم يراجع نفسه على الإطلاق... وهذا يوضح مدى أهميتنا وأهمية وقتنا من وجهة نظره!

يمكنك أن تفلت من الأمر أحيانًا.. ولكن لن تفلت منه دائمًا، ستبدو وكأنك شخص كسول.. وسيكرهونك لهذا السبب، فإن كنت لا تحشى كره الجمهور لك، فإني أرجوك أن تلقي بهذا الكتاب بعيدًا الآن.. استخدم الخوف كما يستخدم الراعي العصا الصاعقة للماشية أثناء العرض.

والسلاح الأكبر في مستودع أسلحتك لمحاربة توتر الأعصاب هو طريقة «عقلة الإصبع المجردة» التي قمت باستخدامها لإنشاء الفكرة الرئيسة ثم أنشأت نصًا جمعيًا يلي حاجات الجمهور ويأخذهم إلى حيث تريد.. ينبغي أن تكون واثقًا من نفسك تمامًا مثل الشيف الذي قام بإعداد وجبة رائعة، وعلى وشك أن يُحضرها للطاولة ويقدمها للضيوف.

ولكن تخيل أنك قضيت عدة أيام تحضر ما كنت تظنه نصًا جيدًا، وتعلم أنك قمت بكل ما يمكنك من التحضير والتدريب.. ولكن مع الأسف، ما زلت تشعر بالغيثان، فقد كان ميعاد يوم العرض، ولا تريد أن تأكل، ولا تريد أن تنظر إلى أحد ولا حتى أن تتكلم مع أحد، وتشعر بتوعك في معدتك، وكتفاك منطبتان وأمعاؤك لا تتحمل الموقف.. هذه الأعراض يمكنها أن تهزم مهاراتك بالعرض، ولا يمكنك أن تتخلص منها بشكل كامل، ولكن يمكنك أن تحاربها، بالقدر المعقول.

تقنيات خاصة:

كن فخورًا بالعرض الذى قمت بتحضيره.. سيمنحك هذا القاعدة الأولى لبناء أداء واثق، دون توتر أعصاب، أكثر من أى شىء آخر، قد يعارضك الجمهور في بعض الأجزاء الملحوظة في العرض الذى قمت بتحضيره، ولكن حتى الجمهور الأكثر عدائية، سيحترم المجهود الذى بذلته في العرض.

التدريب والممارسة:

إذا كنت قد قمت بوضع كل مجهودك في العرض كما نصحتك، فستكون قد قمت بإنشاء نص مرجعى رائع وبعض الملاحظات الواضحة السلسة؛ ولذلك لا يجب أن تضع كل هذا المجهود الشاق بتجربة المادة التى ستعرضها أمام الجمهور للمرة الأولى، وأنت في حاجة لإقناعه بها.

قد تعلمت كثيرًا من مقدمى المؤتمرات ذوى العقلية الاستعراضية الذين اعتادوا النظام الصارم للتدريب؛ لذا يجب أن تلتفت لإصرارهم في جعل التدريب على العرض مائلًا لما سيحدث في يوم العرض الفعلى.

أشير إلى هذا التدريب باسم البرنامج المكثف للتهيئة لظروف المعركة.

وهذا شىء ينبغى عليك بناؤه بدلًا من أن تفرضه على نفسك كالصدمة؛ تأكد أنك ملم بالنص المرجعى والتقنية التى اخترتها للتقديم (ورق، كروت، مدعيات أخرى).

قف وردد هذه الكلمات عدة مرات... في بادئ الأمر بمفردك، ثم بعد ذلك أمام أحد الزملاء الموثوق بهم، أو حتى أمام مدرب على التقديم.. إن استطعت تحمل نفقاته، استمع إلى التعليقات التى ستحصل عليها، ولكن كن حذرًا من تغيير الكثير من مضمون العرض، فهذا التدريب الخاص يهدف تحسين الأداء بشكل مركز، وليس إعادة كتابة المادة.. الخطوة المقبلة، يفضل أن تتقدم إلى مرحلة اندلاع التوتر والحدة؛ فإن كان العرض مهمًا بما يكفي، فيجب أن يكون التدريب تحت الظروف نفسها التى ستعرض لها في يوم

العرض، وأى شيء غير ذلك، لن يكون تدريباً حقيقياً.

يجب أن يبدأ كل تدريب قبل أن نتحدث، وينبغي عدم تواجد أى أحاديث جانبية أو خروج عن موضع العرض.. إذا قمت بأى خطأ أثناء التدريب، فلا تتوقف وأكمل العرض دون أسف، إلا إذا كنت مضطراً للتوقف حقاً.. وفي هذه الحالة، يجب أن تعود للبداية، ولذلك قم بإعداد بيئة التدريب المحيطة بك، وبالأسلوب الذى ستتبعه ليكون أقرب ما يكون من العرض الحقيقي؛ حتى تكون قد تعرضت للتحديات نفسها، التى يُحتمل التعرض لها في يوم العرض وهذا يتضمن أيضاً التوتر الذى قد تشعر به في ذلك اليوم، وكلما زاد تدريب قل شعورك بالتوتر..).

إعادة التوجيه:

تشابه أعراض التوتر تماماً مع الأعراض التى شعرت بها، قبل ذهابك إلى موعدك الغرامى الأول (جفاف الفم والخجل والإعياء)، والفرق أن هذا الموعد كان شيئاً تتطلع إليه.. أما هذا العرض فهو عادة لا يحدث لكافة البشر.. فمثلاً لاعبو الجولف المحترفين يتعرضون لهذا التوتر، عندما يتوجهون لنقطة التسديد الأولى، ويتعرض له الممثلون أيضاً أثناء انتظارهم خلف الستار في الكواليس.

يقوم هرمون الأدرينالين بتحفيزنا ودعمنا، فقد كان المادة الكيميائية التى استخدمها أجدادنا للتحفيز، كلما شعروا أنهم في خطر، أما في القرن الواحد والعشرين، يمنحنا الأدرينالين جرعة من السعادة، عندما نحاول التغلب على الأزمات.

ولكننا لسنا عبيداً للأدرينالين، فلا ينبغي أن يكون مسبباً للقلق، ولكن من الأفضل أن تستغله في منحك السعادة للتقدم، وهذا هو المفتاح.

تحويل القلق إلى ترقب:

ياله من شيء مبتذل، شيء سهل قوله في كتاب، ولكن حاول أن تجربه وتخليه.

ستقوم بتغيير المخاوف المهمة إلى أشياء يمكنك التحكم بها عن طريق تحليلها بدقة.. قم بعمل قائمة بالأشياء التي تسبب لك القلق، واجعل هذه القائمة وافية، ووضح أكثر تحت كل عنوان التفاصيل اللازمة.. عندها ستجد أنك كلما كتبت عن مخاوف محددة قل تأثيرها.

انقباض المعدة:

- رغم قيامك بالتحضير وإعادة التوجيه، ستزال تشعر ببعض التوعك في معدتك.. هناك أعراض جسدية مؤقتة مثل انقباض المعدة، وإليك الحل:
- اجلس في وضع مستقيم باعتدال.
 - ضع أصابع يديك على معدتك.
 - فكر بالعضلات التي توجد تحت أصابعك.
 - وأثناء التنفس، حاول أن تشد عضلات معدتك التي تستخدمها عندما تقوم بتمارين المعدة (إن استطعت تذكر هذا).. قم بهذا الأمر بقوة كافية لجعلك تميل للأمام قليلاً.
 - توقف عند هذا الوضع لمدة ثلاث أو أربع ثوانٍ.
 - استرخ.
 - قم بإعادة التمرين 5 مرات.

سيقل الشعور بالتوعك في معدتك تدريجيًا؛ فالأمر يرتبط تقريبًا بزيادة جريان الدم وتنشيطه في هذه المنطقة.. لا يهمنى حقًا كيف يحدث الأمر، ولكنى أعلم أنه ينجح في تقليل التوعك.. إن العمل على التخلص من انقباض المعدة يحتاج مجهودًا شاقًا، فإن لم يكن هناك شيء آخر، فهذا بالتأكيد سيقلل إحساسك بالحزن.

التركيز على الكلمة الأولى:

قبل بداية السباق، يفكر الرياضيون في شيء واحد فقط؛ الخطوة الأولى، ويصفون ذهنبهم من كل شيء آخر، وهذا لأنهم يعلمون أن بعد دقائق معدودة، ينبغي عليهم التركيز على هذا الحدث بنسبة 100٪.

وعلى المنوال نفسه، هذا يحدث قبل أن تقوم بالتقديم؛ إذ يجب أن تقوم بعزل كل الأفكار التي ليس لها صلة بالأمر، وتركز كل طاقتك على تكرار الجملة الأولى من العرض.. ولا أقصد بصوت عالٍ (فهذا سيجعلك تبدو كداستن هوفمان في فيلم رجل المطر).. تعتبر الكلمات الأولى خطواتك الأولى، فإذا قمت بهذا الجزء بشكل صحيح، فهذا سيضمن نجاح العرض.

استخدم الخمس تقنيات المذكورة - فيما سبق - بالترتيب في كل مرة تقوم فيها بعرض، بعضها سينجح معك والبعض الآخر لن ينجح.. ولكن كلما تدربت بشكل أكثر احترافية أصبح التوتر لا يشكل مشكلة بالنسبة لك، وسيأتي يوم تتطلع فيه لكل فرصة لتقديم عرض.. ستشعر بالمتعة والإثارة بأنك على وشك القيام بشيء بشكل بارع، شيء يتجنب الجميع القيام به.

التحكم في صوتك:

يعتبر صوتك سلاحك في العرض الذي تستخدمه بفاعلية يومياً، ولذلك لن أطلب منك أن تعبت به، لأنني أشعر أن تمارين التنفس والتحكم بالصوت مجرد مضيعة للوقت؛ فهي أشياء مملة، ولن تعتاد أبداً التعامل معها.. كل ما أريدك أن تفعله في هذا القسم من الكتاب، هو أن تكون مدرّكاً لصوتك وكيفية تغييره للتكيف على التقديم تحت ضغوط.

النظرة التقليدية:

تنصحك معظم كتب تقديم العروض بأن تتحدث بطريقة تسمى بالنبرة الخطابية، التي تتيح لك أن تكون على طبيعتك ولكن هذا لا يكفي، حتى وإن كان معقولاً.

أنفق بالتأكيد مع فكرة عدم التمثيل أثناء التقديم، كما أن جمهور القرن الواحد والعشرين يستطيع التعرف على الشخصية المزيفة في لمح البصر؛ ولذلك يجب أن تتأكد أنك لا تفصل بين الشخص الذي دخل الغرفة، والشخص الذي يقدم العرض.

الشغف و الحماس يعبران
عن معنى متناقض لا
توصله لنا الحدة.

إليك بعرض التعليقات التي قد تصيبك بالرعب:

"أتعلم؟ لقد كنت شخصًا مختلفًا تمامًا عندما كنت

تقدم العرض، لم أتعرف عليك بسهولة!"

هناك ميل مفهوم نحو التصرف بطريقة معاكسة لطبيعتك؛ لأن تقديم العرض الرسمي يبدو كنشاط غير طبيعي، بالمقارنة بالمحادثة العادية.. والسبب في ذلك أن في المحادثات العادية، من الطبيعي أن يكون لكل شخص الحق في التحدث، أما في العرض فهذا يكون من حقلك أنت فقط، وبالطبع، ستكون هناك بعض المواقف القصيرة التي يتحدث فيها الجمهور ويرد عليك، ولكن في الغالب يدخل الشخص بمفرده أو كمجموعة في اتفاق ضمنى أنهم سيقون هادئين، وينظرون إليك لفترة من الزمن، بينما تقوم أنت بالتحدث.. وكان الأمر ينحصر عليك فقط.

إن فعلت هذا الأمر سيعتبرك الناس مملًا، ولكن في تقديم العروض يجب أن تستمتع بكل فرصة تتاح لك للسيطرة؛ فالتقديم الفعال يعتبر مطلقًا من اتجاه واحد فقط؛ فهو يشجع الفكر ولكن لا يشجع الحوار، وعلى المقدم أن يجعل الجمهور بحاجة للاستماع للمزيد منه، وليسوا بحاجة لقول شيء بأنفسهم.

ولهذا فالنبرة الخطابية لا تكفي؛ فالمقدم القوى لا يشارك فقط في الحوار، وإنما يكون مدهشًا بدرجة أكبر من ذلك ويجب أن يشعر الجمهور، وكأنه مجبر على الاستماع إليك نتيجة روعة وحدة مضمون ما تعرضه، وطريقتك في العرض أيضًا.

قد فكرت مطولًا في اختيار كلمة حدة في الفقرة السابقة، وتجنب استخدام كلمة "شغف" عمدًا؛ فهي تستحضر صور أوجه حمراء وآيادي منقبضة، تطرق على الطاومات، وكلمة الحماس كانت من ضمن الكلمات المرشحة أيضًا. وبالرغم من أنها تبدو رائعة بالنسبة لمدير مبيعات، يحاول حشد القوات للعمل، لكنها تبدو غريبة لمدير الشؤون المالية الذي يشرح الحاجة للاستغناء عن 300 من الموظفين.

من الصعب وصف التقديم الحاد على الورق، ولكن أنت تعلم ماذا أقصد عندما تسمعه وصف "الحدة" شيء يتواصل معه الجمهور على مستوى فكري ووجداني، وهذه المعادلة تعكس ما أريد قوله:

الفكر + العواطف... يؤديان إلى حدة سليمة تؤدي إلى جمهور متفاعل.

الحدة هي المكون الذي يجعل الجمهور يجلس ويستمع، وكأن ليس لديه خيار آخر، ويجعلهم يشعرون أنه من الواحة أن يقوم أحد بمقاطعتك، ويشعرون أن المقدم يعلم أنه يستحق أن يستمعوا إليه.

تحديد مستوى الحدة:

هناك وسيلة لتخيل المستوى الأمثل من الحدة، تخيل أنك ضيف على حفلة عشاء يحضرها 12 شخصًا. سيكون هذا سهلاً، الآن تخيل أنك مستثمر مصرفي، لن يكون هذا سهلاً، ولكن اصبر معي قليلاً.

لقد قضيت عشرين عامًا تقدم المشورة للشركات وتنظم الشؤون المالية لها، تساعدهم في تخطي كل أنواع الصعوبات، وأنت فخور بما قدمته لتشجيع الأعمال في بريطانيا، وجعل الدولة أكثر ازدهارًا... والآن جاء وقت التحدي..

شعرت مقدمة الحفل برغبة في المراوغة والخبث قليلاً، وأشارت إلى الرجل الجالس بجوارها، وقالت: كان جون يجبرني حالاً أنه يعتقد أن مستثمرى البنوك ما هم إلا طفيليات يُدفع لهم الكثير، بينما هم سيؤدون بمستقبل الدولة إلى القاع، هل لديك أى تعليق؟".

بالطبع هي تقول هذا والابتسامة على وجهها، وهناك بعض الضحكات الخافتة.. ولكن دون شك، أنت الآن أمام تحدٍ رسمي.

الجميع ينظرون إليك الآن، وينتظرون ردك بتشوق.. وهذا المستوى من الحدة هو

نفسه الذى ستشعر به في الغالبية العظمى من المواقف التى قد تقابلها عند تقديم العروض وحينها ستتمنى أن تبدو:

حازماً وليس غاضباً.. متشجعاً ولست متعصباً.. متقبلاً التحدى وليست فظاً.

كيف يبدو الأمر؟

سنوضح الآن السمات المميزة للحدة، التى قد تتعرض لها على طعام العشاء:

ينبغي أن يكون صوتك أعلى مما يكون عليه في المحادثة العادية..

هذا لا يعنى الصراخ، ولا يعنى أيضاً أن تتحدث بصوت عالٍ لدرجة تجعل الجالسين

أمامك مباشرة ينزعجون من صوتك، فأنت تسعى لتحقيق التواصل دون ترهيب..

وهذا يعنى مستوى مناسباً من الارتفاع في الصوت، وعليه، يجب أن يكون صوتك

أعلى من المحادثة العادية بنسبة 5%. وإذا كان الجمهور أكثر من 20 شخصاً، ستحتاج أن

تجعل صوتك أعلى بنسبة 10%. أما إذا كان جمهورك أكثر من 50% شخصاً، فأنت ما زلت

مطالباً بالتأكد من وجود تليفون. وإذا تم تكبير صوتك إلكترونياً.. حاول ألا يزيد ذلك

عن نسبة 109% من الصوت الأصلي.

الميكروفون لن يوفر لك الحدة، وإنما سيقوم فقط بتحسين الحدة التى أنشأتها لنفسك.

إلقاء محدد وقوى:

في المحادثات العابرة الهادئة، نضع الكلمات معاً ونتحدث ولا نهتم كيف تبدو؛ لأن

المحادثة عملية تسير في اتجاهين؛ ولذلك يمكن توضيح أى سوء على الفور.. أما أن

يستمتع شخص إلى عرض تقديم، فهذا أمر قد يستغرق دقائق (أو ساعات)، قبل أن يتم

توضيح أى شىء فيها.. لذلك يجب أن تراعى اختيار الكلمات بشكل أكبر، خاصة في

المجموعات التى تتكون من 20 شخصاً أو أكثر.. لا أريدك أن تبدو كمعلم متعجرف

لفنون الخطابة؛ إذ يمكنك إلقاء النص بشكل رائع، دون أن تجعل الجمهور ينفر منك.

تواصل بصري مفهوم:

لا يعتبر التواصل البصري شيئاً جيداً على الدوام، فمن الممكن أن يكون مرعباً وله أثر عكسي ضار؛ فهو إما أن يُعرب عن الانجذاب الحاد أو الكراهية الحادة. ولكن إن استخدمته بحرص، فسيكون العنصر الذي يجعل حدثك واضحة لمعظم الناس معظم الوقت.

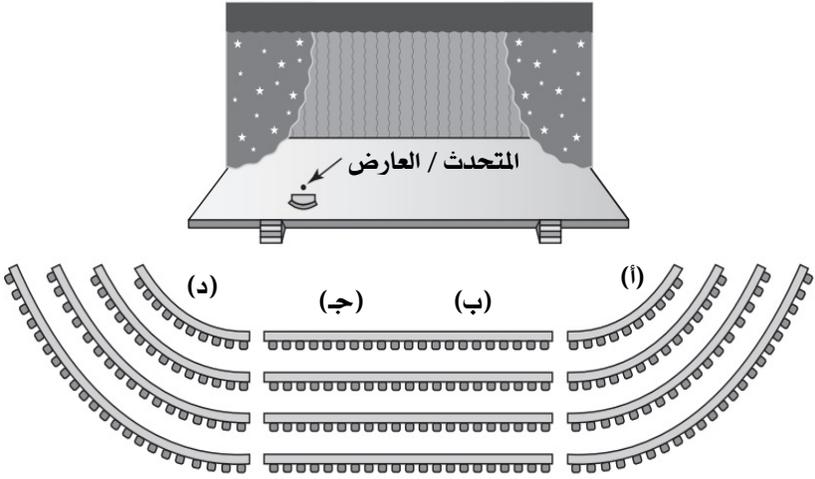
إذا كنت تتحدث مع مجموعة صغيرة من الناس (أقل من 20 شخصاً) دون التواصل بصري، ستبدو وكأنك شخص متعجرف ومراوغ ومرتبك للغاية.. فبعض المقدمين يبدو كأنهم يريدون أن ينظروا إلى أى شىء بعيد عن أعين الجمهور.

تعتبر النظرة المطولة هي أفضل تواصل بصري فعال، وهي لا تستمر لأكثر من ثلاث ثوانٍ.. فهذه المدة تكفى للشخص الذى تنظر إليه؛ لكى يشعر بالتواصل وليست مدة طويلة لدرجة تشعرهم بالإزعاج أيضاً.

وهذه الطريقة سيشعرون بأنك قمت بتواصل شخصي مع كل شخص بصفة فردية، حتى وإن كانوا يجلسون كمجموعة.. ولكن كلاً منهم يفضل أن يعامل بصفة فردية وليس جزءاً من الجمهور.

إنها رغبة متأصلة في أفراد الجمهور، حتى وإن كانوا جزءاً من مجموعة مكونة من 50 شخصاً أو 500 شخص، فكيف ستمكن من أن تقوم بتواصل بصري مع عدد كبير كهذا؟

هذه هي الاجابة: - لا تحاول.. ولا ينبغي أن يكون هدفك هو التواصل البصري فقط، وإنما يجب أن يكون وهم التواصل البصري.. تخيل أنك تقف على مسرح صغير، تتحدث خلف منصة، توجد في جانب من جوانب المسرح، لأن هذا المشهد الافتراضى هو ما يحدث في تقديم العروض بالشركات.



يوجد حوالي 200 شخص أمامك، تخيل الجمهور منقسمًا إلى أربع مناطق أو فئات (أ) و (ب) و (ج) و (د)، وهنا يبدأ التوهم، فإذا نظر المقدم لشخص في المنطقة (أ)، سيعتقد حوالي 10 أشخاص من الجالسين في هذه المنطقة أنه ينظر إليهم جميعًا، ولكن الوهم يتجاوز ذلك، فيعتقد كل شخص في المنطقة (أ) أن المقدم ينظر إليهم، على الرغم من معرفتهم بأن هذا غير حقيقي.. كما لو أن موجة سارة من التواصل انتشرت بين الجمهور من نظرة واحدة فقط.. يعلم كل فرد من أفراد الجمهور أنه لا يمكن معاملته بشكل فردي، ولكنهم مازالوا يقدرون المجهود الذي تبذله لتضعهم في نطاق التواصل.

حتى الآن، قمنا بمناقشة ما فعلناه في المنطقة (أ)، ويجب تكرار الأمر في المناطق الثلاث الأخرى أيضًا، فبعد أن تنظر إلى شخص في المنطقة (أ) انتظر لثلاث ثوانٍ، وانظر إلى شخص آخر في المنطقة (د) ثم (ب)... وهكذا.. اجعل اختيارك للمنطقة يتم بشكل عشوائي، فإذا اخترت باستمرار الترتيب أ - ب - ج - د - ح - ت - أ - ب - ج - د.. حينها ستبدو كجهاز آلي، يؤدي لعبة «السعي والإجادة».. حاول أيضًا أن تنظر إلى

الأشخاص الجالسين في الأمام، وفي المنتصف وفي الخلف، انتشر بنظراتك إلى كل الجمهور، وحينها سيشعرون بأنك تتواصل معهم بشكل إنساني.

الوتيرة العالية:

التحدث ببطء وبشكل مقصود لن يكون مقنعاً على الإطلاق، فنقص السرعة يقتل التواصل؛ فالإنسان لديه القدرة على الاستماع والاستيعاب بسرعة تفوق خمسة أضعاف قدرتنا على التحدث.. ولذلك فالمتحدث البطيء لا يشجع الجمهور على التفاعل والتحدث. وعدم التفاعل يمنح المستمعين فرصة للتفكير في أشياء أخرى، غير العرض الذي تقدمه.. ومع نهاية كل جملة تقولها، سيشعرون وكأنهم يريدون أن ينهوا معها حياتهم من الملل.

لا داعي للذعر، لن تتحول لمدفع رشاش متحدث؛ إذ ينبغي عليك أن تحافظ على وتيرة عامة، تكون أسرع قليلاً من المحادثة العادية، ويجب أن تكون سريعاً بما يكفي لجعلك أنت وجمهورك على بتلك السرعة، فإن شعروا بسرعتك، ستتواصل أفكارهم معها.

لاحظ أننا نقول وتيرة عامة، هناك بعض المقدمين مندفعين كالإعصار (أغلبيتهم أمريكيون)، لديهم قدرة على التحدث بوضوح وبصورة رائعة وسرعة مهولة، تصل إلى 400 كلمة في الدقيقة، فالنسبة لهم.. فإن أسلوب « الهجوم بلا توقف » هي الأسلوب الفعال في الإقناع، ولكنه مخيف قليلاً.

من الأفضل أن يقوم معظم المقدمين باستخدام سرعات متنوعة في مختلف مراحل العرض، وستظهر الوتيرة المطلوبة عندما تقوم بالتأكيد على بعض النقاط الأساسية، أو عندما تتعامل مع أعداد مركبة، أو حتى عندما تقدم معلومات بها مضمون عاطفي (فائض العمالة أو أبناء الوفاة)، فحينها سيكون من الأفضل أن تبطئ سرعتك أكثر، أما في الأجزاء الخاصة بالفكاهة والتحضير، فيجب أن تكون سريعاً في عرضها. وعموماً، حافظ

على سرعتك ولا تنس التنوع.. فلا تكن شخصًا حواريًا فقط، استغل الأدرينالين الذى يظهر في هذه المواقف؛ ليحفرك ويجعلك ذلك الضيف المفعم بالحوية على طعام العشاء، والذى كان رده مقنعًا لدرجة جعلته مُرحبًا به في أى مطعم أو غرفة اجتماعات، أو حتى صالة الرقص.

تحكم في جسدك:

دعك من موضوع لغة الجسد، فكما قلت من قبل فإنه موضوع مبالغ فيه، فالكلمات التى تقولها والطريقة التى تخرج بها كلماتك من فمك أهم بكثير من أى شىء آخر، قد يفعله جسدك في هذه اللحظة.. ففي النهاية، فإن التاريخ لم يتذكر لغة جسد لينكولن أو تشرشل أو كينيدي.. ولكننا نتذكر ما كانوا يقولونه.

وهناك أسطورة مهرايان الذى كان يتغذى على هوسه بلغة الجسد « كان ألبرت مهرايان أستاذًا جامعيًا في جامعة كاليفورنيا بلوس أنجلوس، وكان يجري سلسلة من الدراسات، عام 1960، حول الأهمية النسبة للعلامة بين الكلمات المنطوقة والتواصل وجهًا لوجه، وكانت نتائج أبحاثه كالتالى:

- حوالى 7٪ فقط من التأثير العام على التواصل الشفهى يأتى من الكلمات الملفوظة التى تقولها.
- ولكن كالعادة.. لم يكن مصدر دقيق، فقد تم تحريف أبحاث مهرايان التى استمرت لمدة 30 عامًا.

لن أزعجك بتفاصيل الاختيارات التى قام بها، ولكن ما يجب أن تعلمه هو أن المتسابقين أتيح لهم استخدام كلمة واحدة فقط، في كل مرة، مع الاختلاف الوحيد المسموح به، وهو تغيير نبرة الصوت في نطق هذه الكلمة. وفي الحقيقة، فقد أوضح مهرايان أن نسبة 7٪ تنطبق على المواقف، التى يتحدث فيها الشخص عن مشاعره، ولكنه لم يقل أبدًا إن العوامل غير اللفظية (مثل: لغة الجسد) تعتبر أهم مما نقوله.

لذلك، دعك من الإيحاءات، فالجمهور لا يهتم بها، ولا ينبغي أن تهتم بها أنت أيضًا. سيفكر الجمهور بما تقوله أكثر من حركة يديك وأنت تتحدث..

≈ ربما مازلت تفكر في الأمر..

≈ ولكن ماذا عليّ أن أفعل بيدي؟

≈ الوقت الوحيد الذى يعد مناسبًا لتفكر في يديك، هو قبل أن تبدأ في التحدث..

تعلم من الرياضيين.. فقبل بداية السباق، يتخذ العداءون وضعية استعداد محدودة، ويقوم لا عبو التنس قبل التسديد بالشىء نفسه، ولذلك يجب أن يتخذ المتحدث وضعية استعداد أيضًا قبل التحدث، وهذا ما عليك فعله

عندما تصل إلى مكان تقديم العرض، ضع يديك بشكل طليق على جانبيك للحظة من الوقت، ويجب أن تقف مستعدًا، ثم قم بثنى مرفقيك؛ حتى تلمس يديك بعضهما في مستوى الخصر، ولكن تحدث بشكل طبيعى أثناء تحدثك.. أو ربما لن يتحركا.

في الحقيقة، فالأمر لا يهم، يجب أن تركز بكل طاقتك الذهنية على أحبالك الصوتية، وليس على يديك.. (انتبه).. تجنب بعض الوضعيات إن كنت لا تود أن تبدو سخيًا. وضعية قائد الجناح: اجعل يديك متشابكتين بشدة خلف ظهرك على أن تميل للأمام. "اسمعونى الآن يا شباب، توقفوا عن استخدام هذه الوضعية، تجنبها، إلا إذا كنت تمتلك شاربًا ضخمًا، فحينها ستبدو شخصًا مهيبًا على أى حال".

ضع يديك الاثنتين داخل جيوب بنطالك:

فتبدو وكأنك طفل معاقب، حُكم عليه بوضع يديه في جيوب بنطاله، وأى تحرك بهذا الوضعية سيكون أمرًا يدعو للتشتت والإزعاج.

إحدى وضعية إبريق الشاي:

ضع يديك على خصرك، وحينها ستبدو كجراهام نورتون كثيرًا.

وضعية إبريق الشاي المزدوج:

ضع يديك الاثنتين على خصرك، وستبدو وقتها كفلاش جوردون.
وضعية الأيدي المنعقدة:

سيكون هذا مفيداً إذا كنت تحاول إخفاء شيء بداخلك أو تخفى ربطة عنقك إن كنت تحمل بعض الأوراق؛ فيمكنك حمل الأوراق بإحدى اليدين " إلا إذا كنت تشعر براحة أكثر عندما تضعها على الطاولة أو المنصة التي أمامك" .. بعض المقدمين يشعرون بالراحة تلقائياً عندما يمسكون الورقة بيد واحدة؛ فهذا يجعلهم يشعرون بالراحة في اليد الأخرى.. جرّب الأمر.

لن تتذكر المقدم القوي بحركاته وإيماءته، فعندما تنسى أمر يديك، سينسى الجمهور أمرهما أيضاً. وكذلك فإن تمكنت من أن تتحكم في نفسك، فإنك تتيح لنفسك الفرصة للتحكم في ردود أفعال جمهورك.

والآن.. حان الوقت لتعرف قدر التحكم الذى ستحصل عليه، عندما تصل إلى حلبة المصارعة الوحشية: الغرفة التى ستقدم فيها العرض للأشخاص الذين تود إقناعهم.

الفصل العاشر

التحكم في اليوم

رغم كل ما تبذله من الأبحاث، وإعداد المحتوى و الممارسة، إلا أنه مازال لديك قدر كبير من الانتظار غير المرغوب فيه، في مكان العرض نفسه، فهذا الفصل يدور حول كيفية إحضار التقنيات المشروحة في الفصل السابق إلى أرض الواقع، وإضافة إلى ذلك كيفية التحكم في كل الأجواء أثناء تحدثك.

الأجواء (البيئة التي حولك):

كي تتحكم في الأجواء.. يجب عليك أن تصبح مدير مسرحك، ورغم أن جزءاً أساسياً من محتوى هذا الفصل متعلق بالتشاور أو إعداد البرامج، إلا أن قوانين إدارة المسرح تطبق على جميع العروض. إن السيطرة شيء يجب أن تمتلكه في جميع النواحي المتعلقة بما سيحدث قبل وخلال وبعد انتهاء العرض مباشرةً، وهناك قائمة لا نهاية لها بخصوص احتمالات ارتكاب خطأ ما، قد يؤدي إلى حدوث كارثة نتيجة للارتباك أو التشتت.

ما مدى السيطرة التي يمكن أن تكون لديك؟

يجب أن تسيطر بقدر تحملك ألا تبدو وكأنك تعاني أماً في المؤخرة.. إن ادارة المسرح تتضمن بعض الأشياء، مثل: تحديد موقع الشاشات والمنصات ونموذج الجمهور.. وإضافة إلى ذلك، تتضمن بعض عناصر الإنتاج (التوقيت، الاستفادة من المساحة، والدخول والخروج من منطقة العرض).. ولا يهم نمط العرض الذى تشارك فيه؛ إذ إن إدارة المسرح تبدأ فعلياً قبل أن تصعد أمام الجمهور.. لقد تعلمت هذا فيما بعد، في نطاق الحياة العملية، حين كانت معظم المقابلات يصبح فكاھية بعد خطب العشاء.

في العرض المباشر، فإن أفضل طريقة لضمان فكاھية الحديث، هي أن تتأكد من أن الجمهور على مقربة منك ومن بعضهم البعض كى يتمكنوا من رؤيتك وسماحك بوضوح، وذلك يساعد أيضاً في حالة أنك ستبدأ حديثك، قبل أن يغمر الكحول أجسادهم ويجعلهم يتحولون من متلقين إلى متتمرين.. لذا، فلكى تكون على يقين أن عملاءك قد حصلوا على النتيجة التى ينتظرونها، فلا بد أن أتأكد من حصولى على ما أريد. وهذا غالباً ما يتطلب أن اكون قوياً إلى درجة الفطرية.. أنا دائماً مصر على أنه:

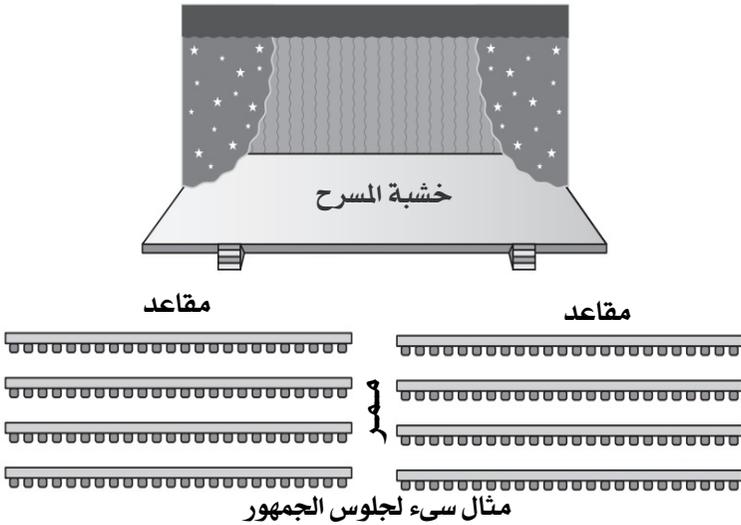
- لا يهم مدى سعة الغرفة؛ إذ يجب أن يكون توزيع الطاوات قريباً من بعضه؛ بما يسمح فقط للنادل أن يؤدى مهام وظيفته.
- مسموح لى أن أتحقق من وضعية الميكروفونات، قبل دخول أى شخص إلى الغرفة.
- ستؤخذ طلبات ما بعد العشاء مثل المشروبات خلال العرض.
- هناك قسط من الراحة يعلن مع تقديم القهوة.
- كل طاقم العاملين سيقوم بمغادرة الغرفة قبل تقديمى.
- شخص ما سيستخدم المقدمة المتفق عليها لتقديمى.

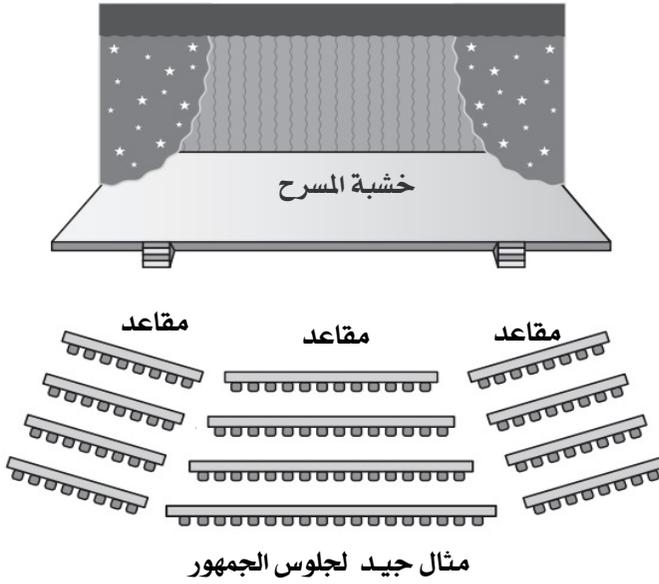
إن هذه العوامل لا تعطيك الشهرة المطلوبة أمام المنظم، لكنها دائماً ما تعطيك إياها أمام الجمهور؛ فجمهورك سوف يقيم عرضك على أساس أن كل شيء متعلق به.. في حالة عدم القدرة على سماعك أو رؤيتك، أو أن تظهر عليك حالة من الارتباك أو تتعثر

قدماءك، وأنت على المسرح، فسوف ينخفض تأثيرك على الجمهور، وستصاب بخيبة أمل شديدة؛ لذلك يجب عليك أن تكثر من التدريبات لتفادي حدوث مثل تلك الأخطاء الشنيعة. إحضار الجمهور حيث تريد بالضبط..

يجب عليك أن تتأكد من جلوس الجمهور على نحو صحيح، باستثناء الاستخدامات الثابتة التي تبقيك مكتوف الأيدي (مثال: عندما تزور إحدى غرف مجلس إدارة شركة ما)، في كثير من هذه الغرف، تبقى شاشة العرض في نهاية منتصف الجدار؛ لضمان كسب تركيز المشاهد في قاعة المؤتمرات، ويحرص المنظمون على وجود أنظمة جلوس غريبة الشكل؛ فأنا عادةً، ما أرى أن طراز الطاولات الدائرية يتناسب مع المؤتمرات، حيث يتمكن شخصان فقط، من ثمانية أشخاص على الطاولة، من أن يشاهدا شاشة العرض دون أن يلتفتا للخلف.

ويجب أن تكون مقاعد الجمهور دائرية؛ كي ينصب تركيزهم نحو المسرح، ويفضل دائماً عدم وضع ممر رئيسي بالقرب من المقاعد؛ لأن لديه تأثيراً، يبدو وكأنك عزلت أفضل مقاعد في المنزل.





لتحقيق الجو المسرحي المطلوب، يجب أن تمتلئ جميع المقاعد بالجمهور، ويترك عدد معين من الكراسي للمتأخرين.. يلزم هذا فريق من العمل بعضهم ينتظرون أمام الباب والبعض الآخر الذي تمرن على إدخال الجماهير سوف يقف أمام صالة العرض؛ كي يتم إجلال الجمهور بشكل صحيح، فالهدف الرئيسي هو إبقاء جمهورك في الوضع المطلوب، و أن تتأكد من أنه لا يوجد فرد جالس بجانب مقعد خالٍ.

اسمح بوجود الأنوار:

يجب إبراز المقدمين أكثر من الجمهور والشاشات، إذ إن الشاشات تحتاج إلى إظلام والعكس صحيح بالنسبة إلى المقدمين؛ لذلك كلما كان العرض صغيرًا كان كل ما يجب تغطيته أصعب، ورغم ندرة الإضاءة في الأماكن الصغيرة لتقديم المقدمين، فإنه مع الأسف يتم إطفاء هذه الأنوار لإنارة الشاشات.

لقد رأيت عددًا كبيرًا من العروض للشركات، حيث كانت أقوى إضاءة على المقدم،

الميكروفونات المحملة
باليد ربما تجعلك تشعر
انك ممثل هزلي أو مغنى.

كانت إضاءة المنصة.. لذلك تجنب انخفاض الصوت،
و كأنك تروى قصة مخيفة. ما دام مقدم العرض مضاء بشكل
جيد، فإسقاط القليل من الأضواء على الجمهور يخلق نوعاً
من الألفة لدى الجمهور ونوعاً من التواصل عند المقدم. ولكن إضاءة الجمهور أكثر مما
ينبغي تفقداهم التركيز، ولكي يجعلوا تركيز الإضاءة عليك بدلاً من الشاشات، يجب إيجاد
المكان الأفضل مع الرجال الفنانين.. إنه دورك كمقدم أن تجد أفضل إضاءة للثبات عليها.
التأكد من إمكانية سماعك:

الشيء الوحيد الذى ينبغى عليك معرفته عن الميكروفونات، هو أين يوجد زر
الإطفاء والتشغيل. ولكن لا تلمسه إلا حين يتوجب عليك الأمر، من الأفضل تركه
للمتخصص، ويجب أن تصل إلى مكان العرض مبكراً كي يتم فحص الميكروفون قبل مجئ
الجمهور، وتستغرق من الوقت حوالى ثلاث أو أربع دقائق؛ فالألفة تولد الثقة.. وفي حالة
استخدامك للميكروفونات الإذاعية، تأكد من عدم وجود صدى صوت في كل الأماكن
التي تتواجد فيها خلال تقديمك للعرض.

نصيحتى في الفصل التاسع عن التكلم بصوت أعلى من المحادثات العادية، حتى في
استخدامك للميكروفون، إنه أنت وليس لميكروفون من يشغل حفل العشاء الذى قمت
بشرحه سابقاً.

الميكروفونات الملتصقة اتجاهية بشكل كبير لأنه في حين استدارة رئيسك يميناً أو
يساراً لن يتم التقاط صوتك، مع ذلك ليس هناك داع أن تنحنى إلى الأمام في اتجاه
الميكروفون؛ (لأن هناك رجلاً جالساً على أسطوانة الصوت، مهمته أن يتأكد من أن
صوتك يصل في حين وقوفك باستقامة).. ويصعب عليك قراءة الورق أو الملاحظات،
وأيضاً تحتاج قدرًا محدودًا من انضباط الذراع لأن هذا النوع من الميكروفونات اتجاهية
بقوة، وهذا يعنى أن عليك أن تتأكد من أن الكوع الذى تحمل عليه الميكروفون مغلق..

وبالتالى، فإن وضعية الميكروفون ليس لها صلة مع الفم، وفي حالة عدم إغلاق المرفق سوف تجد نفسك في حالة الدوران أن صوتك لن يتم التقاطه، وهذا مخيف بعض الشيء، لكن يمكنك تحطى هذه المشكلة إذا أكثر من التدريبات.

الميكروفونات الواقفة تسمح لك باستخدام كلتا اليدين، والتعامل مع الورق. وعليك أن تتأكد من اعتدال مستوى الرافعة قبل الصعود للحديث. في حالة وجود أحد قبلك، قد عدل من مستوى الميكروفون (أليس الناس محيين للذات)، فيجب أن تعلم كيف يتم تعديل الرافعة تحت الضغط بينما الجميع يحدق بك، فأنت لا تريد أن تخضع الجمهور لخيبة أمل، وهم ينظرون إليك، وأنت تكافح مع الرافعة مع صوت أنفاسك المخيفة.

الميكروفون المعلق على طية صدر السترة، فيجب أن يكون مصدرًا للسعادة، على رغم من تسميته، فمن الأفضل أن يشبك في القميص أو على الياقة. بمجرد أن يتم تعليقه، إنس أمره وتأكد من إبقائه على نحو هادئ؛ لأن فنى الصوت هو من سيقوم بباقي العمل، وتذكر دائماً أن الميكروفونات المعلقة تعمل داخل المرحاض تمامًا كما تعمل على المسرح، إلا إذا تم إقفالها، فيمكن أن تحول حوارًا شخصيًا إلى حدث عام.. أيضًا الميكروفون المعلق يعمل جيدًا داخل السيارة، وخصوصًا عند نسيانه بعد لقاء عام، والذي تم تصويره خلال الحملة الانتخابية. على كل حال، جوردين براون تم نصحه بعدم مناداة الفتاة الذى يخاطبها بالمتعصبة، لأنه إن لاحظ.. أولاً فالحاضرون يسمعون، وأنا قد أرسلت نسخة من هذا الكتاب.

ملاحظة: البطارية المختارة للميكروفون المعلق تليق بالدخول في جيب بنطلون الرجل.. أما بالنسبة للسيدات، فإنه يجب عليهن ارتداء ملابس تتضمن حزامًا؛ كى تتمكن من تعليق الميكروفون فيها.

تجنب التعثر:

هناك اقتراحين عمليين:

أولاً: شريط أبيض ملصق على الدرج كي يمكنك من ملاحظتهم، وعندئذ عليك فقط أن تطلب ذلك من فريق الإنتاج أو تحتفظ ببعض منها في حقيبتك، وضع بعضها أمام الحواف الجانبية للمسرح.. الحواف الجانبية هي الأكثر أهمية لأن السقطات الأكثر شيوعاً تحدث هناك.

ثانياً: لا تنظر مباشرة نحو إضاءة المسرح في آخر ستين ثانية قبل صعودك للأعلى، لأن هذا سوف يعطى لعينيك بضعة لحظات لتقييم المسرح، وبالتالي تستطيع عينك رؤية الدرج في الظلمة.

الصعود:

يعطي مكان ظهورك تأثيراً على سلوك الجمهور الذي تتحدث إليه، فأنا أفضل الصعود من الصف الأمامي للجمهور، فهذا يخلق صورة للجمهور، في حين تتظاهر وكأنك قد جئت من خلال نفس الشيء الذي يجلسون عليه، فهذا يعزز من مظهرك في حالة استخدامك لهذه المراجعات في تقديم العروض السابقة.. تجنب الغرور وضجيج الموسيقى، إلا إذا كان هناك عدد كبير من الجمهور، وابتح عن روح الفكاهة.. وإذا كنت تريد من الجمهور أن يتشاءب أو يسخر منك، أو كليهما معاً، فيجب عليك استخدام جملة "نحن الأبطال" أو ببساطة "الأفضل". فور استجماع خبراتي لأتمكن من الوقوف أمام 1300 شخص، يروني متفاخراً و تصحبنى في الخلفية أغنية فريق وهام "أنا رجلك".

فَصِّل نوع موسيقى مصاحبة غير محدد.. إلا إذا كنت متأكداً من أنك تريد أن تلقى بياناً. فلقد حصل المدير المالى الألماني على تصفيق حار من موظفيه؛ لتفضيله بداية عرضه بموسيقى أغنية يعشقونها.

المنصة الخطابية: العرض محمى أو غير محمى؟

الكثير من المقدمين ذوى الخبرة يستخدمون منضدة القراءة كدرع حماية يمنع الجمهور من رؤية 75% من أجسامهم. وإضافة إلى ذلك، يتم إخفاء آثار الرقص والبيرة، فيمكن أن تعطى المقدم شيئاً ليقدمك خلال العرض.. حتى خلال العرض، يكون الجهاز الأكثر عملية من حيث تقديم نص أساسى للعرض، هو الذي يركز على العلاقة بين الميكروفون والجمهور.. ولكن طالما أنها تستخدم بصورة صحيحة، فالمنضدة لا يجب أن تكون حاجزاً.. إذا كانت لديك فرصة لتحسين مكان منضدة القراءة، حاول أن تجلبها نحو اتجاه واحد من المنصة. فهذا يعطيك الفرصة للتحرك بعيداً عنها، وتتمركز أنت في منتصف المنصة إذا أردت.

كقاعدة ثابتة:

يعتبر استخدام النص كاملاً إحدى تقنيات التواصل التى تحدثت عنها في الفصل السابع، وهذه الطريقة هى الأكثر رسمية وتقليدية لفعل الأشياء، وهناك خطر حقيقى حين تبدو صارماً، ولا يمكن الوصول إليك عندما تكون خلف شخص، ولكن ليس من المفترض أن تكون كذلك، طالما أنت لست على المنصة.

بعض منصات القراءة لديها ميكروفونات مدمجة بداخلها، وعلى الرغم من ذلك، أوصى باستخدام الميكروفون المعلق لكى تتمكن من التحرك بأريحية.

دعونا نقول.. إنك تستخدم نصاً مكتوباً على ورقة.. لذا قم بطي أعلى الصفحة يساراً، بحيث يمكنك طي الورقة ووضعها جانباً على المنضدة حين تنتهى. ويجب أن تكون المنضدة واسعة لتمكنك من وضع الورق جنباً الى جنب. وهذا يسمح لك بوجود الصفحتين الأولى والثانية في نفس الوقت، دون الاحتياج الى قلب الورقة وأنت تحت ضغط.

إن تمكنت من وضع الورق قبل دخول أى من الجمهور الغرفة، فمن الطبيعى عدم

تمكنك من فعل ذلك إذا كان هناك شخص قبلك على المنصة.. في كلتا الحالتين، احفظ دائماً نسخة زائدة من النص في جميع الأحوال، وأيضاً اتبع هذه الخطوات إن كنت تستخدم الكروت.

سوف تستخدم طريقة السحب والثنى التى تم شرحها للتواصل، وتحتاج الجمهور بعينيك، كما أوصيت سابقاً في هذا الفصل، ومما لا شك فيه أنك سوف تمسك بالمنضدة، ولكن حاول ألا تفعل ذلك، لأنك إن نظرت إلى الأسفل بدلاً من النظر إلى الجمهور الذى تحاول إقناعهم بما تقول، فهذا سيتسبب في ضياع الوقت.. لا تلمس شيئاً إلا وأنت تعدل شيئاً في النص، وعامل المنضدة وكأنها شىء يمسك بالنص، وليس بشىء تختبئ خلفه.. أبقى يديك حرتين وجاهزتين لأي حركة طبيعية.

ملاحظة: تأكد من وجود زجاجة ماء بدرجة حرارة الغرفة لم تسكب بعد، إما على رف داخل المنضدة أو على طاولة بجانبك.

كمرسى:

لو أنك تستخدم الكروت كتقنية استقبال، على خشبة المسرح، فسوف تمنحك و تمنح الجمهور نوعاً من التنوع.. أنا أؤكد على وجود منضدة في حين إلقاء كلمة للجمهور. ألقى بعض محادثاتى من خلف المقراً والبعض الآخر من منتصف المنصة، حيث أكون على مقربة من الجمهور.. في بعض الأحيان، أحمل في يدي بعضاً من الأوراق، وبالتالي أترك الورق متبعثراً على المقراً، وفي هذه الحالة استخدم المقراً كمرسى، فهى لا تعمل كوسيط بينك وبين الجمهور، ولكنها تسمح لك بالقدوم بشكل مختلف قليلاً، حسب رتم الحديث.

بصراحة أنا في بعض الأوقات أستفيد من الثانيةين أو الثلاث ثواني، لأتحرك من المنضدة إلى منتصف المسرح، وأنا أفكر.. لو ألقىت نكتة هل سيضحكون عليها أم لا.. لذلك يمكن أن يكون المقراً أساساً لك أو مرسى لك ولورقك.. لو أن لديك هذا النمط من التفكير، لن يكون المقراً حاجزاً بل سوف يحركك.

الكمبيوترات .. التحكم والمؤشرات:

في أغلب المواقف يجب عليك أن تتحكم في الميكروفون الخاص بك، ومن المحبب أن تكون مواد الدعم بالريموت كنترول.. الريموت المتحكم المفضل لديه مفتاح للأمام وللخلف، إضافة إلى ذلك الزر الأسود بالشاشة، الذى لا يعطى خيارًا لجمهورك سوى النظر إليك.. الطريقة الأسهل والأكثر فاعلية هى استخدام كمبيوتر محمول وإيصاله بشاشة كبيرة.. وإذا وضعت جهازك المحمول على الطاولة من ناحية واحدة للعرض، فليس عليك النظر للخلف لتتأكد من الشريحة إذا كانت بالفعل هناك أم لا؛ لأنها تعتبر قلة خبرة.

ملاحظة: لو أنك تستخدم الجهاز المحمول الخاص بك، فعليك أن توقف وضع الانتظار وإلا سوف يغلق الجهاز خلال العرض.. إذا كنت تتحدث مع شخص من الجمهور لتوضيح أمر ما على الشاشة، فاستخدام الليزر للإشارة سيكون أفضل، ولكن تدرب على التحكم بالذراع وإلا سوف تبدو كـ «جيدى» الفارس السكير.

تسلسل التسليم:

تبدأ عملية التوصيل بثوان بعد صعودك للتحدث حينها تسمع تقديمك للجمهور ، سواء كان هذا التقديم؛ "هيا يا جان أخبرنا عن مخططك" أو "رحبوا معنا بالشخص الحائز على الجائزة من لاس فيجاس"..

1- عليك التركيز كلياً في التحكم في الأشياء التى يمكن التحكم بها في اللحظة:

- التحكم في التنفس....هدوء وعمق.
- التحكم في جسدك.... افرد كتفيك وحرك أصابعك.
- التحكم في عقلك.... ركز على كلمة البداية لتحقيق السكينة للأعصاب.

2- انتظر للحظة قبل الوقوف.. سيقم جمهورك حضورك لمنطقة العرض من اللحظة، التى تم تقديمك فيها؛ لأن طريقة دخولك تعنى الكثير. ربما هذا هو الوقت الوحيد

الذى يتمكن فيها الجمهور من أخذ الفكرة عنك، والتي تعرض حالتك.. السير الإيجابي مع استقامة الظهر وارتفاع الرأس مع ابتسامة تبعث رسالة أنك على قدر كبير من الثقة في النفس والإيجابية، وأنك مستمتع حتى إن كنت لاتشعر بذلك في الوقت الحالى، وكن حذراً من سرعة خطواتك، وأنت متجه نحو منصة العرض، فالبطء يدل على الاهتزاز والعصبية والسرعة تدل على أنك تلعب لعبة (الاستخفاف).

3- التوطيد و الحفاظ على لغة العين مع الجمهور من اللحظة التي تتواجه فيها معهم، ولذلك عليك معرفة بعض السطور دون النظر الى النص أو الملاحظات.. وأيا كان ما تستخدمه من نص أو ملاحظات، فعليك أن تتأكد من أنك تنظر إلى جمهورك 80٪ من الوقت.

4- دع الغرفة تستقر للحظة.. فلحظة الصمت هذه تقدم قوتك وتقنع جمهورك بأنك قادر على قيادتهم، وتعطيهم الثقة بالموافقة على كونك الوحيد المسموح له بالتحدث، فهذه اللحظة ستشعرك وتشعر الجمهور بالراحة.

5- قولك للسطر الأول.. أخيراً تأكد من أنها البداية الأفضل لك وتخلص من الكلمات الركيكة مثل حسناً وصحيح وأيضاً، وتأكد من أن الطريقة التي تقول بها تستحق كل العناء الذى بذلته لكتابتها.

6- استخدم المسافات حتى إذا ارتبطت بالشىء، لا تقف مربوطاً في المقرأ.. في المحادثات الضخمة حاول أن تبدأ خلف المقرأ قبل أن تخطو خطوة من خلفها، فهذا يسمح لك بالتقدم نحو المنصة وخلق لحظات حميمية تلفت الأنظار، حتى مع التجمع الجمهورى الضخم. في غرفة الاجتماعات ومجالس الإدارة، فمن الأفضل أن تقف بعيداً عن طاولة الاجتماعات، فهذا سيوقفك عن النظر إلى الأسفل للجمهور، وكأنك المدير عليهم.

7- الالتفاف في حين وجود سبب لفعل ذلك مثلاً، أحياناً ستحتاج إلى التحرك لأخذ شىء، خصص غرفة لمقدم العرض أو لكى تعرض مرحلة جديدة من العرض،

ولكن أفضل مكان هو أن تتمركز على الجمهور.. الميكروفونات البارزة من كلا الجانبين موضوعة لتجنب الحريق.. التقديم ليس نشاطاً للقدم والقدم.

8- اختلاف السرعة كما قلت في القسم السابق، الأسرع بعض الشيء عن المحادثة العادية ستبقى الجمهور معك خلال التقديم، وهذا من المفترض أن يكون وضعك الثابت.. وتذكر أنك ستبطل عن عمد عندما تشرح نقطة مهمة.. بطء السرعة يسمح لك بإظهار شخصيتك واحترامها.

9- كن متلقيًا أمام حشد كبير من الجمهور ليس بإمكانك أن تتصرف بتجاهم أو تهز رأسك وكأنك ترى، فمن الأفضل أن تبدأ بالنص المعد مسبقًا، ولكن عندما تقدم لأقل من عشرة أشخاص فيجب عليك أن تفحص الجمهور حتى تتأكد من عدم وجود شخص مستاء؛ كي لا تفقد الجمهور بأكمله.. إن كان هناك شخص متذمر بسخرية.. ففى مثل هذه المواقف، أنصحك أن تتوقف وتنادى عليه بأدب: أيان.. يصلني إحساس أنك لست معي، هل أنا على حق؟ فذلك يجعلك بغضبًا بعض الشيء، ولكن هذا هو الحل الوحيد لإبقائك على الطريق الصحيح لإنهاء التقديم، فربما يحتاج أيان إلى شكر وبعض التفاعل.. إذا احتجت إلى أكثر من بضعة دقائق لتكتشف سلبيته، فبهدوء قرر أن تفعل ذلك بعد انتهاء العرض.

10- قم بصقل النهاية.. لا يهم ماذا سيحدث، فيجب عليك أن تستقبل هذا. سوف تقضى الكثير من الوقت تحدد أياً من الكلمات ستحذف، لذلك ميز هذه الكلمات وانطقها.

الإجابة عن الأسئلة:

يجب عليك دائمًا أن تعمل عليها مسبقًا، سواء كنت ستسأل خلال العرض أو بعده.. وفي المحادثات الكبيرة ربما تخصص بداية مصممة للتقديم الرسمي، وليس بشيء غيره. على الصعيد الآخر المنظم، يمكن أن يخصص وقت لطرح الأسئلة، في الطرف الآخر، إذا كنت ستجلس لشرح شيء ما لثلاثة أشخاص، فمن الممكن أن يتم مقاطعتكم بأسئلة

مستمرة ، والتي ستجعل من المكان ساحة مصارعة. لو لديك تقنية "عقلة الإصبع" ، فإنه يجب عليك أن تستمع باحتمالية وجود إجابة عن الأسئلة، إلا أنها تظهر أن الجمهور على اتصال معك، حتى إن كانت الأسئلة غير ودودة؛ إذ يجب أن تكون مسرورًا من أن هناك استجابة.

الإعداد غير السار:

استعملت هذا العنوان لسبيين، أولاً بسبب إعداد الأسئلة ليس مضحكاً، وثانياً كن متاكداً من أنك حضرت إجابات لأسوأ الأسئلة، التي لن تتوقع أن تسأل فيها.. سوف تجد العديد من المواقف التي تعرفها، والتي يجب أن تحتوى أسئلة ؛ لذا يجب أن تعد لهذه الأسئلة عن طريق تحضير عقلية فرض الطلب. هذا هو جوهر السؤال الذي يجب أن تسأله لنفسك دائماً: ما السؤال الذي ستسأله إن كنت مكانهم؟

لو أن إجابة السؤال السابق ليست واضحة بالنسبة لك، استدع صديقاً لمساعدتك.. في الحقيقة أحضر صديقاً لمساعدتك في جميع الأحوال، فربما تكون على مقربة من هدفك، ومن المحتمل أن يحطم ويسحق.. الاستعلام وحده من الممكن أن يكون غير واضح لك.

لا تدقق في تحليل الجمهور، واكتب كل الأسئلة بتفصيل؛ حتى تتمكن من عرضه على رفاقك في العمل، فقد تكون بعض الأسئلة غير سارة لك.

الكثير من الأسئلة المعدة لتسأل نفسك تتضمن:

- ما السؤال الأكثر إحراجاً وتحدياً وسوءاً، يمكن أن يسأل لي؟
- ما الذي سوف أسأله إن كنت سأسخر؟
- ما السؤال الذي إن سئل سوف يكشف نقاط ضعفنا؟
- ما السؤال الذي أحب حقاً أن يسأل لي؟
- هل هناك ما يمكن تغييره في المحتوى الأساسي الثابت للعرض، بدلاً من طرحه كسؤال؟

قرار سياسي (تنظيمي):

مهما كانت الظروف، فيجب أن تقرر أيًا من الأساليب سوف تستخدم في الإجابة عن الأسئلة قبل أن تعرض: إذا سئل سؤال أثناء العرض نفسه، هل يجب أن أجيب عنه أو أطلب من السائل أن يؤجل السؤال حتى أنتهي من العرض؟

إذا أعلنت أنك ستجيب عن السؤال في نهاية العرض، ربما تبدو ضعيفًا، وستبدو أضعف إن قلت إنك ستجيب عن الأسئلة في نهاية العرض، وما زال هناك أشخاص يسألونك خلال العرض، وأنت ما زلت تجيب عن الأسئلة، ولكن إن كنت تريد أن تحزم الأمر، ولكن بطريقة ودودة:

« من المهم لدي أن أعطيكم نظرة عامة جيدة بأسرع ما يمكن.. لذلك، هل من الممكن أن نترك الأسئلة لنهاية العرض، وسأكون ممتنًا للغاية لذلك ».

في معظم المواقف، فإن أفضل طريقة هي أن تعطى جوابًا لكل الأسئلة واحدًا تلو الآخر، فهذا الأسلوب لديه الكثير من المميزات:

- أنها تظهر الثقة بالنفس.
- أنت تتعامل مع المشكلة وهي ما زالت حديثة،
- ستبدو وكأنك تتعامل مع الجمهور بصدق، وأنت تفضل أن تلبى طلباتهم، بدلاً من مجرد عرض النص الخاص بك في عزلة.

الآن.. أنت تعرف ما هي استراتيجية الأسئلة والأجوبة، وقد حان الوقت لتجعل خططك أكثر وضوحًا، إنها غاية في الأهمية، ولذلك قررت أن أكرس الفصل القادم بأكمله لها.

الفصل الحادي عشر

التحكم في الأسئلة والإجابات

إن الاتجاه الإجمالي لتقنية « عقله الإصبع المجردة »، فيما يتعلق بالإجابة عن الأسئلة، يجب أن تكون طبقاً لـ:

"تعال، لنذهب معاً قليلاً؛ إذا كنت تعتقد أن الأمر صعب عليك بدرجة كافية".

ولكن عليك أن تفكر في ذلك، والابتسامة تعلو وجهك وليس التجهم.. وعليك أن ترى الأسئلة والإجابات فرصاً لإفشاء المودة، لا فرصاً للتصادم الخطر.

إرشادات التوصل:

سأعطيك الآن بعض الإرشادات العامة، قبل المضي في وصف عمليات فكرية نوعية، يتعين عليك الالتزام بها، خلال البحث بالفعل عن أفضل إجابة للسؤال المطروح.

1- امنح نفسك دائماً فرصة لاستيعاب السؤال، قبل أن تفتح فمك للإجابة، لعدة ثوان، ويجب عليك أن تجبر نفسك على القيام بذلك، في كل مرة تتلقى فيها سؤالاً.. إن تلك البرهة الزمنية سوف تمنحك وقتاً كافياً لتشكيل الخط الأول من إجابتك بأسلوب جاذب أسر.

- 2- لا تقولب السؤال أو تنمذجه بأن تصنف السائل (الذى طرح السؤال) بقولك: « إنه لسؤال جيد بالفعل » أو « إنني سعيد بطرحك لهذا السؤال »، وإنما لتكن نبرتك كنبرة المعلم في الفصل؛ إذ إن هناك حاجة ملحة في أن يكون تلقيك لسؤال ما، حائط صد يمنع تلقى أسئلة أخرى، سواء في النقطة نفسها (من الموضوع) أو نقطة أخرى.
- 3- إذا كنت لا تعلم الإجابة، قل ذلك.. دائماً ما تكون للكلمات المخادعة والمراوغة رائحة سيئة، ولكن مصداقيتك لن تتأثر مطلقاً بقولك: « لا أعلم، ولكنني سأبدل قصارى جهدى لإمدادك بالمعلومات الكافية عن ذلك في غضون 24 ساعة فقط ».
- 4- قاطع طرح السؤال، إذا كانت المقاطعة ضرورية.. بعض الأشخاص لا يكونون قادرين على الأسئلة بصورة محكمة واضحة.. وبدلاً من ذلك، يطرحون أسئلة مطولة - وكأنها حديث قائم بذاته - مما يصيب الجميع بالملل.. عليك أن تتهز أقرب فرصة لقطع السؤال بأن تطرح أنت رأيك: « أعتقد أنك مهتم بما إذا كان هذا سيؤثر على أدائنا لعملية بريستول.. هل أنا على حق في ذلك؟ ».
- 5- إذا كنت من فعل ذلك، مع توازن سليم بين الصرامة والأدب، فسوف يكون كل واحد من الحاضرين سعيداً بأن الأمور ستمضى موافقة لهم بما فيهم طارح السؤال نفسه.
- 6- ابتعد عن الإجابات المستفيضة.. يجب عليك أن تحدد - على الفور - ما إذا كان طارح السؤال الخاص متعلقاً بقضية نوعية للغاية، أم من الأسئلة ذات الأهمية المحدودة لأغلبية الحضور.. واجعل إجابتك موجزة بقدر الإمكان، وقدم - بمنتهى الأدب - عرضاً للسائل بمناقشة الموضوع مع السائل في جلسة خاصة، فيما بعد.
- 7- قم بتفريغ عدوانية طارح السؤال.. قد تبدو العدوانية واضحة في السؤال المطروح.. ويمكنك تفريغها بقولك: « لا أستطيع أن أصدق أنني أستمع إلى ذلك الكلام من شخص ما، يشغل منصب مديرًا متوسطًا »، أو « هذا نمط واضح لاتجاه شركتكم وبالتأكيد، أعتقد أنك لا ترغب في إخبارنا بأننا مضطرون إلى... ».

ضع في حسابك كذلك، أن هناك أيضًا أشخاصًا، تبدو نغمة طرحهم للأسئلة عدوانية، دون أن يدركوا هم ذلك أو يقصدوه.. وبالنسبة لهؤلاء، فإن السؤال المثالي الذي يمكن طرحه ردًا على أسئلتهم - حسب استطلاع يوب - سيكون « ما الذي تنظر إليه بحق الحجيم؟ »... سواء اتسمت الأسئلة المطروحة بعدوانية أو سمة شخصية، فعليك أن تجيب عنها باعتبار عدم وجود هذه العدوانية، وهذا أمر يتطلب ممارسة وتدريبًا خاصًا بهدف تجهيز نفسك للإعداد للعرض؛ مما يفوت على السائل مسألة إغرائك بأن تبادل السباق العدائي.. إذ سيمنحك السلوك المهذب الهادئ قدرًا كبيرًا من الاحترام لدى بقية الجمهور، وهذا سلاح فعال للغاية في مواجهة السيد الغاضب، وسواء كانت العدوانية مقصودة أو غير مقصودة، فإن عليك أن تكون سعيدًا بمعرفة أن التطبيق الصحيح لتقنين عقلة الإصبع في اتجاه سليم هي ليست في فوضى حرب، تشتعل بالنابالم؛ حيث إن عملية تفريغ العدوانية تتضمن إيقاعًا مؤدبًا واثقًا، بدلًا من لكم المنافس في وجهه.

8- كن على إدراك بطبيعة الحوار.. هذا الأمر لا يمكن أن يكون صحيحًا، بالتأكيد؟ ألا يعتبر الحوار أمرًا منطقيًا لأن تمتلكه؟ نعم؟ طالما أنك لا تسمح للحوار بأن يكون مؤثرًا على الحدث.. تصادف موقفًا ما، قد أجبته فيه عن سؤال ما، ولكن طارح الأسئلة واصل طرح مزيد من الأسئلة، فلا غضاضة في ذلك، إذا كان الأمر يتعلق بعرض لأعمال تجارية، ولكن إذا كنت تتحدث إلى جمهور أكبر، ذي تنويع أكبر من الاهتمامات، فلن يمكنك أن تجعل شخصًا واحدًا سيتأثر بعرضك؛ لأنه إذا شعرت بنية الحضور بأن عرضك تحول إلى صالح فرد من الحضور، فذلك سيشعرهم بالاغتراب عما يحدث.

وإذا استشعرت حدوث ذلك، فإنه يتعين عليك إعداد نفسك لتكون حازمًا ومهذبًا في آنٍ واحد:

« ديفيد .. يمكنني أن أرى أن تلك منطقة مهمة بالنسبة لك، ولكنني أعتقد أن الوقت الآن يلزمنا بالانتقال إلى نقطة جديدة؛ إذ لدى عديد من الأمور التي لم أتناولها بعد.

أنت بالتأكيد - لا ترغب في الأثر الإيجابي لتوصيل عرض مقطّع، جزءاً فجزءاً نتجه لتقديم استخدام أو استجابة تم تحكيمها بصورة خاطئة كرد على سؤال فقط أو مستفز أو ما هو أسوأ.

سوف أمنحك الآن صيغة ثلاثية الحروف بسيطة (FIR) (وهي تعنى المواجهة والتمثيل والإنجاز - المترجم)، والتي ستضمن لك أنك جاهز دائماً لخوض معركة، الأسئلة وتحمل ضغوط هذه المعركة..

صيغة (FIR) (المواجهة والتمثيل والإنجاز):

أنت تحتاج إلى صيغة بسيطة لتنظيم أفكارك.. شيء ما، يمكنك الوصول إليه مباشرة، دون أن يرتبط ذلك بمعدل الضغط الذي تتعرض له.. وهي فيما يلي:

(F) وتعنى المواجهة.

(I) وتعنى التمثيل أو النمذجة.

(R) الإنجاز.

دعنا ننظر إلى هذه المراحل الثلاث، كما يتم استخدام الإنجاز كاستجابة - بالأحرى - إلى سؤال محوري: كيف تواجهه (تتعامل معه) كيف تنمذجه - كيف توجز إجابتك.

إن الجملة المعبرة عن المواجهة (التعامل) تحدد لك من فورها الرؤية الأساسية للقضية التي يثيرها السؤال؛ أي إنك تواجه مباشرة ما الذي تتوقع أن طارح السؤال يطمح إلى معرفته عندما طرح السؤال.

سؤال: « ماذا أعددت لوجبة الإفطار هذا الصباح؟ »

المواجهة: لدى عادات سلوكية غير صحية بشكل جارف، أتناول أطعمة بها دهون وأحب الأطعمة المقلية بالطريقة الإنجليزية.

إن تلك الواجهة تتسم بخصائص محددة، هي:

- أنه يجيب عن السؤال المطروح بشكل غير مباشر.
- إنه يستخدم صياغة محددة (مميزة) أكثر من كونه ذا دلالة واضحة مباشرة.
- إنه يتوق بدرجة كافية بالنسبة للجمهور لأن يعرف المزيد.
- إنه يظهر جزءاً من أو إشارة إلى محتوى شعورى وواقعى.

من الناحية الجوهرية، فإن مرحلة الواجهة هي المعادل الموضوعى لتنقية الأسئلة والإجابات المستخدمة في الصقل، الذى يجب أن يكون كافياً لإشراك من يطرح السؤال، وأن تجعلهم يشعرون بأنك ترحب بهذا الاشتراك.

مرحلة التمثيل أو النمذجة: يجب أن تستجيب موضوعياً للفهم المعرفى، الذى يمكن أن تشجعه أو تحفزه مرحلة الواجهة.

« إنها تتكون من لحم مقدد، وعديد من البيض المقلى، وصوص، وخبر أبيض محمص، مطلى بالذبد والمار مالاد (نوع من أنواع المورتازلا) ».

دون إبداء الرغبة في الاحتفال بحدث متواضع للغاية في مناسبات بسيطة؛ فإنني بغض النظر عن إدراكى للقيمة الهائلة التى يحدثها تطبيق تقنية « عقلة الإصبع المجردة »، فإنني استخدمها كذلك في نمذجة إجابتي عن النحو التالى:

- المكونات الواردة في النموذج (المثال) موضوعية ولكنها محدودة.
- اللغة صادمة بدرجة كافية، لأن تعطى المستمع صورة فورية بالتناقض الواضح في مكونات الطبق الذى يتم تناوله.
- يمكن أن يشكل قائمة مثيرة للملل، يبدو كما لو كان شيئاً مفعماً باللون ومليئاً بالحياة.

ولكن لا زال هناك شيء ما مفقود.. فإذا توقفت حدود الإجابة عن تلك الجدة، فإن طارح السؤال ربما يعاني بعض الشك سواء لما قلته له بالفعل، فيما يتصل بكونك قد قلت كل ما أردت قوله أم لا.. ومن ثم، تبدو الحاجة جيداً إلى التلخيص والإيجاز:

« بالنسبة لي، فإن الإفطار التقليدي لا زال يمثل لي الطريق الوحيد لبدء يومي ».

هذه هي - بشكل واضح - كلماتي الأخيرة فيما يتصل بهذا الموضوع، إلى أن أطح عليكم السؤال التالي، ومن ثم، فإن مرحلة الإيجاز والتلخيص يجب أن:

- تسجل باختصار مردود مرحلة المواجهة، دون أن تكون إعادة أو تكراراً ماثلاً.
- ألا تحاول تغطية منطقة جديدة لم يتم تغطيتها في مرحلة المواجهة.
- توضح دون شك أنك قد وصلت إلى النهاية التي تشعر معها بالارتياح.

صيغة (SSS): قلها ودعمها واختمها

ربما تجد نفسك أحياناً في مواقف بها درجة من ضغط الوقت، منها على سبيل المثال حواراً إذاعياً. ومن ثم، فإنه من الممكن ألا تعطيك صيغة المواجهة والتمثيل والإيجاز (FIR) الحد الفكري الضروري، وربما لا تجعلك تصل إلى النقطة المطلوبة بشكل كافٍ.

ووقتها، يصبح من الملائم تماماً تطبيق صيغة: قلها ودعمها واختمها (SSS)، أو ما يعرف بتقنية « الحزام الأسود » أيضاً: (قلها - دعمها - اختمها)

إن عبارة «قلها» تعنى أنه ينبغي أن تصل إلى النقطة المطلوبة، أو الهدف من الأداء، حتى بدرجة أسرع مع الكلمات الأولى الدقيقة التي تبدأ بها عرضك، بينما تشير عبارة «دعمها» أنه ينبغي أيضاً أن ترى - بطريقة ما أو بأخرى - تعبيراً دالاً بصورة أكثر على مردود خطابك لدى جمهورك؛ أي الذي أحدثته كلماتك الأولى لدى جمهورك.. أما عبارة «اختمها»، فإنها تعنى معنيين مزدوجين واضحين، هما:

- إنهاء الموضوع (العرض) بطريقة مؤثرة وحازمة.
- ببساطة سر في نهاية الأمر - أغلق فمك.

دعنا نقول (نفترض) أنك سياسى، لديه لقاء حوارى عن «موضوع»:

مستقبل الدفاع البريطانى الاستراتيجى:

سؤال: هل يمكن للبلاد تقليل النفقات المحتملة لشراء ما يمكن إحلاله بدلاً من

الـ « ترايدنت (1) »؟.

قلها: لم ينجح في إحلال « ترايدنت » بالشكل الذى يجعل الأمر مستعجلاً.

دعمها: لقد تأكد أن تطبيق النصف الثانى من التجديدات الدفاعية سيجعلنا عرضة

للابتزاز بالأسلحة النووية الهادفة إلى الديكتاتورية.

اخطمها: بصورة جوهرية، نحن لا نستطيع أن نتحمل تكاليف إحلال « ترايدنت ».

وإجمالاً، يمكنك أن ترى أن صيغة: قلها ودعمها واخطمها (SSS)، لها أكثر من حد

التصادم، أكثر من صيغة المواجهة والنمنذجة - التمثيل والإيجاز؛ إذ إنها تشجعك على امتلاك نزعة عقلية، تقودك إلى المكاشفة الصادمة لدرجة المواجهة الصريحة مع طارح

السؤال.

سؤال: كيف يمكن الاحتفاظ بنصيبكم في السوق، في الأجواء الحالية؟

الإجابة باستخدام صيغة (قلها ودعمها واخطمها - SSS):

قد لا يزال لدينا منتج، استطاع أن يكون مؤثراً للغاية، ويتجاوز حدود المنافسة.

إن فرشات الألوان التى نستخدمها قوية، وتجعل ألواننا أكثر سطوعاً وأكثر قدرة على

البقاء (ذات عمر أطول).. كما أننا نعرف على وجه الدقة، كيف يمكن الاستفادة من هذه

الخصائص في سيادة عملائنا.

في الحقيقة، فإننا متأكدون أننا - بالفعل - نزيد من حصتنا في السوق، في هذا العام.

صيغة التوقف والصقل (PS):

يجب أن تكون متمرساً في عادة تقرير ما إذا كان مدخل صيغة المواجهة والنمذجة والإيجاز (FIR) المقاس والأمن مناسباً للظروف السياقية، أو ما إذا كان عليك أن تتبنى مدخل « المزيد من المواجهة الصريحة » كما في صيغة « قلها ودعمها واختمها (SSS) ». وبطبيعة الحال، يمكنك التحول من صيغة إلى أخرى حسب تطورات الموقف، دون الارتباط بصيغة واحدة منها لكل المواقف.

وعلى أية حال، من الممكن أن تكون لديك نزعة عقلية، ترى أن الإنجاز التقريبي لهدف ما بنسبة 4/3 الأداء المطلوب، يمكن أن يكون أكثر قبولاً لديك، بدلاً من الإصرار على الإنجاز الكامل كهدف ما، بما يستتبعه من مواجهة من جهة، وبما يفرضه من ضغوط من جهة أخرى.. لا مشكلة في ذلك على الإطلاق! إذ يمكنني أن أعطيك مدخلاً أبسط، يمكنك من خلاله صقل أدائك الإجمالي، دون إعاقة الانسياب الطبيعي لهذا الأداء:

توقف..... أصقل..... أصقل

إن الصيغة التي تتعامل مع الأسلوب الذي تبدأ به وتنتهي به إجابتك كذلك، وهو يتطلب منك أن تنفق اثنتين من وقتك في صمت، لا يتضمن سوى تأمل مركز على ما سوف تقوله بداية باعتباره الكلمات الأولى المؤثرة.. وعلى الرغم من إحساسك - إحياناً - بأنك على وشك التقيؤ، قبل أن ينتهي طارح السؤال من طرح سؤاله.

إن هذا سوف يسمح لك بأن تكون جملتك الأولى بطريقة آخذة ومؤثرة، بدلاً من كونها استجابة فورية سريعة بها كلمات لا تستحق أن تكون أول ما تنطقه:

سؤال: هل توافق على (تقبل) القواعد المدرسية؟

الإجابة الفورية: نعم، أوافق عليها بالتأكيد.

هذه إجابة تخلو من الصقل.. إنها أشبه بقطعة الملابس الباهتة اللون.. وإذا كنت

تفكر بالفعل في صيغة « توقف... ثم أصقل... وأصقل »، ستكون لديك فرصة لإبداع إجابة أفضل، تكون أكثر سحرًا وجاذبية:

« وأعتقد أن القواعد المدرسية هي جزء ضروري من النسيج الاجتماعي لهذا الوطن، ولذلك فإنني أجعلها إلى حد كبير بالفعل ».

إن هذه الاستجابة هي ذات بصيرة للغاية عن الإجابة الفورية؛ إذ إنها تحمل التأثير الفوري، الذى يجعلك تبدو كشخص ذو سلطة وهوية، ووجهات نظر ثاقبة ونوعية. وبشيء من المائلة، فإن ذلك النمط من الأشخاص، هو الذى تعشقه الإذاعة ويهواه التلفزيون فى أن يكون ضيفاً لديه.

وأخيرًا....

عليك أن تتحكم فى الأسئلة والأجوبة، بدلاً من السماح لها بالتحكم فىك؛ إذ هناك وقت لا بد أن تقرر أن الأمر (العرض) قد شارف على نهايته؛ إذ لا يتحتم عليك أن تنهى عرضك أو أداءك بالأسئلة والأجوبة..

عندما يكون هناك قدر زائد وجيد من الأسئلة والأجوبة، فإن لذلك نتيجة طيبة، لأنه يظهر من جهة لدى الجمهور مستوى معيناً من الاشتراك (الاندماج) الذهنى والعاطفى مع المقدم وموضوع العرض، ولكن، ضع فى اعتبارك الموقف التالى: أنت مستشار، توصى المنشأة التى تستشيرك بخط معين من الاستثمار، واستراتيجية التعامل مع نقابة البنكيين. قمت بعمل عرض لمدة عشر دقائق، ثم قمت بعمل موجز له على النحو التالى:

« إذا تخيرتم الاستثمار فى المجر، فإن إجمالى أرباحكم سوف ينخفض بنسبة 20٪ لهذا العام... وسيكون لزاماً عليكم أن تنسحبوا من الاستثمار فى بلاد أخرى أيضًا ».

هناك إذاً فترة مكثفة، لاتقل عن عشر دقائق، أثناء بدء رحلتك - عند العرض - لاستيفاء وتجميع الصلاحيات والقناعات التى لديك فى موضوع العرض. وفى نهاية

الأمر، عليك أن تكون مدرِّكًا للتوقيت الذى تنقد فيه أسئلتهم.. ومن ثم، عليك أن تتجنب الملاحظة التالية البشعة عند الانتهاء أو اختتام العرض:

« حسنًا، إذا لم تتبق لديكم أية أسئلة، فإننى أشكر لكم جميعًا ما منحتموه من وقت، ويمكنكم إخطارى عما إذا كان هناك شىء آخر، يمكن أن تفعله أم لا ».

إن هذا النوع من الجمل الختامية للعرض يعنى أن الجمهور سيغادر مكان العرض، دون أن تعلق بذكرته أية جملة مما قلته. والأسوأ من ذلك، أنهم سينصرفون وكل مالديهم محتوى قائمة الإجابات التى أدليت بها عن الأسئلة التى وجهت إليك، والتى قد لا تكون أفضل الإجابات التى قمت بها في عرضك من قبل.. وهذا، بصورة جوهرية، يعنى أنك قد استسلمت بالفعل إلى تحكم الأسئلة والأجوبة في العرض.. لا مشكلة... إذ يمكنك في نهاية الأمر، استخلاص موجز تقنية الأسئلة والإجابات، مع القيام بمحاولة ثانية لصقل الخاتمة وتلميعها على النحو التالى:

«نحن تحت أمركم دائمًا في أي وقت ترغبون فيه توضيح أي شىء آخر... ولكن تذكروا من فضلكم أنه إذا رغبتم في حماية أنشطتكم التجارية - بصورة إجمالية - فإن الابتعاد عن الاستثمار في الأسواق المجرية، هو شىء ينبغى عليكم أن تضعوه في اعتباركم بصورة ملحّة وماسّة».

إن كلمات المحاولة الثانية لصقل الخاتمة، تحاول - باستماتة - أن تكون صدى للكلمات الأولى المهمة الافتتاحية، دون أن تتحول إلى مجرد تكرار مباشر، وهى تعيد الجمهور من خلال إعادة تأكيد خطة عملية ضرورية. كما أنها تفيدك - كمقدم - لأنك تحاول إعادة السيطرة على الأسئلة والإجابات، وتحاول كذلك إعطاء جمهورك انطباعًا دائمًا بريادتك في أداءات العرض والتقديم.

الفصل الثاني عشر

أظهر ابتسامتك

فيما يلي سوف أقوم بتقديم بعض أجزاء من تقديرات سيئة حقًا، والتي سوف تخيفك، وستجعل أيضًا روح الدعابة لديك توخزك قليلًا:

حس الدعابة يعد من علامات الضعف. ودائمًا ما تقلل لحظات الإضاءة الخفيفة من قوة الرسالة التي تحملها. لن يأخذك المستمع على محمل الجد، إذا كان يستمتع بالاستماع إليك. بالطبع فإن كلاً من مصطلحي « الاستماع » و"التقديم" لا يجب أن يتم جمعها وإظهارهما في الجملة نفسها.

- أن تكون لديك مزحة مفضلة، دائمًا ما تقوم بإلقائها في كل خطبة تلقيها؛ فهذا يزيد من احتمالية أن يكون المستمعون قد قاموا بسماعها من قبل.. وهكذا سوف يقومون باستغلال الفرصة لكي يقوم بتكملة المزحة قبل أن تنتهيها .
- لا يوجد هناك ما يسمى بمزحة « غير مناسبة » بل هناك ما يُدعى بمزحة مضحكة أو غير مضحكة؛ فهناك بعض الأشخاص ذوي الحساسية؛ لذلك، لاتضيع الوقت بحذر، متحسبًا إذا ما كانت هذه المزحة أو الحيلة عبارة عن كارثة على وشك أن تحدث.
- عليك البدء بإلقاء مزحة طويلة، وتأكد أيضًا أن هذه المزحة ليست لها علاقة بمحتوى

الموضوع الذى ستقدمه. فإذا أثبتت مفعولها من قبل، فليست هناك مشكلة متعلقة بما سيعتبره الحاضرون مزحة مناسبة أم لا.. بالتأكيد، سيقوم المستمعون بتذكرك دائماً؛ خصوصاً إذا لم يضحك الجمهور «لم تثبت المزحة مفعولها»، أو قام الجمهور بسماعها من قبل، أو إذا كانوا يرغبون في أن تدخل في صميم الموضوع مباشرة .

- اضحك على مزحاتك.. انتظر لمدة خمس ثوانٍ، بعد أن تقوم بإنهاء المزحة، وقبل أن تقوم بعمل هذا الصوت المميز والمتفجر من أعماق حنجرتك. إن هذا يمثل مفتاح السر للمستمعين. ولكن البعض منهم - خصوصاً هؤلاء أصحاب الخبرة- سيشعرون أنهم مجبرون على الضحك؛ لكى يرفعوا عنك أى حرج عام، قد تشعر به.
- قُم باستخدام ما يسمى بالنكات الداخلية، والتي تعنى شيئاً مهمّاً لشريحة صغيرة من الحاضرين في الغرفة؛ فهذه القلة المميزة سيشعرون بأنهم مميزون حقاً، بينما يشعر بقية الحاضرين بالإثارة لكونهم شاهدين على هذه الطقوس، حتى وإن كانت نظرتهم من الخارج فقط، كنوع من «المصافحة العابرة»، «والتي تعتمد على التوقف والانتظار».
- دائماً ما تكون المزحات القديمة الأفضل؛ فالدعابات مثل النيذ، كلما أصبحت أقدم، أصبحت لاتنسى وتستحق التذكر، كما لايجب أن تنزعج بالمواد الفكاهية الجديدة والجامعة ويحبذ المستمعون أن يشعروا بألفتهم تجاه هذه المزحات؛ فالمزحة عتيقة الجاذبية والناشدة، مفضلة بالنسبة لعدم اليقين الموضوعى.. لطالما استمعت بالمزحات، التي أستمعها من «ستانلى بالدوين» و «رامزى ماكدونالد» و«أوزوالد موزيلى» أثناء توجههم إلى مشرب ...
- يكفى ماسمعناه من الأشياء السيئة؛ فسلامة العقل في طريقها، والتي أتاحت أولاً عن طريق «أوسكار وايلد»؛ حيث قال: «إن المرح مثل الكافيار، فلا تجعله ينتثر حولك مثل مربى البرتقال».
- كان أوسكار صائباً إلى حد كبير؛ فالمرح- والمرح وحده- ليس إلا عبارة عن سلاح ميمت متنكراً في صورة صندوق من الحلوى؛ فيإمكانها أن تسلب ألباب جمهورك،

وتمتع وتفتح المستمعين إليك، وأيضًا يمكنها أن تحثك على الضحك والإعجاب، وتعزز الهتافات الاحتفالية. وعلى الجانب الآخر، يمكنها أن تنشر الغضب والإهانة والانزعاج. وفي أسوأ الظروف؛ فالفكاهة يمكنها أن تجعل الناس يكرهونك، بل ويكرهون حتى شركتك والمنتج الذى تقوم بتسويقه.

عن طريق «المرح»، وأقصد هنا أى مصطلح يُستخدم؛ لكى تجعل المستمعين يتسمون أو يضحكون؛ فمثلاً وقت حفلات الزفاف أو بعد خطاب مابعد العشاء، فالمقياس الوحيد لمستوى الاستماع هو مدى المستوى الذى تم إنجازه، من حيث مستوى الجمهور الذى تم حضوره؛ فأثناء خطاب عمل، يكون المرح شيئاً إيجابياً وناجحاً، إذا أمتع الحاضرين، وساعدك أنت أيضاً أن تنهى هذا الاجتماع محققاً ما رغبت به بالنسبة لموقع الختام.

يجب الانتباه والتأكيد أيضاً والحرص على أن كونك شخصاً مرحاً ليس الصفة الأساسية، التي تجعل منك شخصاً لا يُنسى، فبمجرد أن تترك الغرفة، سيكون نطاق عقل الجمهور فقط ممتلئاً، ومعجباً بمدى براعتك في استخدام الجمل الصغيرة النموذجية، وكذا أيضاً استخدام مفاتيح العناصر الداعمة. ولذلك يتم إضحاك وخلق الضحك والمرح بطريقة كفؤة عند تقديم عرض جدى وحقيقى. وإليك فيما يلى ثلاثة مفاتيح مهمة وناجحة؛ لتستخدم الضحك بطريقة فعالة:

1- الاختيار الحذر الحريص.

2- المزج الذكى .

3- التسليم الجازم.

فالمفتاحان الأول والثانى يمكن أن يتضمننا عنصر الكتابة ممزوجاً بتعريف الموارد التي تم استخدامها مسبقاً .

أولاً، إليك الفئات الستة المتعلقة بطرق توليد وإصدار سلاح الضحك:

القصة:

كان هناك اثنان من رجال الأعمال، يسيران معاً في الغابة، وفجأة رأيا أسداً ضخماً وشرساً، يتجه نحوهما، وقد علا زئير. وبسرعة وبكل هدوء، قام الرجل الأول بفتح حقيبةته، وأخذ منها زوجاً من الأحذية المخصصة للعدو، وقام بارتدائها. قال الرجل الثانى: « ما الذى تقوم بفعله بحق السماء؟.. لا يمكنك أن تركض أسرع من الأسد». قال الرجل الأول: « هذا بالفعل صحيح، ولكنى أريد فقط أن أركض أسرع منك ».

إن الصيغة العامة هي روائية، والتي بطريقة ما تتسبب في نشوء التوتر، والذى يتم في النهاية التخلص منه عند الوصول إلى نهاية القصة وهى عند الجملة. « هذا بالفعل صحيح، ولكنى أريد فقط أن أركض أسرع منك ». لا توجد هناك أى تسلية متعلقة ببداية القصة، أو البناء السردى في البداية، ولذلك سيقوم الجمهور فقط بالضحك على نهاية القصة. وهذا يعنى أنه عليك استثمار معدلاً كبيراً ومهماً من الوقت، قبل أن تحصل على ماترغبه مثل الضحك.. وإذا لم يضحك الجمهور على ما تم سرده، فإن كلاً منكما (أنت والجمهور) لن تشعرًا بالإرتياح، أبداً؛ لأن استثمارك للضحك لم ينجح.. وهنا سيكون العائق الأساسى أمامك، وهو أنه عليك أن تستقبل ضحك الجمهور.

أما العائق الثانى، فإنه سيكون الاحتمالية القوية، وهى الألفة؛ فقصة الأسد هذه تعتبر قديمة جداً؛ إذ تمت كتابتها أساساً باللغة السنسكريتية. فإذا كانت القصة تحتوى على أى درجة من عناصر سرد قصص العصور القديمة، فهناك احتمال كبير أن يكون الحاضرون قد سمعوها من قبل، ويمكن حتى لشخص ما أن يتمتم، أو أن ينهى المزحة، قبل أن تقوم أنت بالوصول إلى نهايتها، ويؤدى هذا إلى إحراج كبير، يسود المكان كله، والجميع أيضاً.. لذلك، عليك أن تكون حذراً في اختيار القصص الطويلة، أو التي بها أحداث تم سماعها من قبل.

يجب اعتبار أنه يفضل أن يتم سرد المرحات القصصية (التي تحتوى على قصة معينة)

ضمن أحاديث ما بعد العشاء ويجب أن نتأكد تأكدًا راسخًا من قيمة المزحة الطويلة، والحقيقة، أنه يجذب القيام بإلقائها قبل خطاب العمل .

تذكر أيضًا مشكلة الألفة؛ فالقصص القديمة غالبًا ماتكون أيضًا طويلة بما يكفي للمستمعين لأن يتذكروا بأنهم سمعوها من قبل ليدرکوا تلك الحقيقة.. الطريقة الوحيدة لكى تقوم بمواجهة ذلك وتجنب الفشل، تتم من خلال التأكد بأن المزحة هذه المرة مختلفة ولا معة بمعنى أن يتم سردها وتعديلها ببراعة وتآلق.

قم بإلقاء نظرة على كل قصة مكتوبة كاملة، واستخدم قلمًا أحمر اللون، وقم بتحديد كل الكلمات التي ليست ذات أهمية بالغة، وتوقف عن عد الكلمات؛ حتى تصل إلى آخر القصة، ثم قم بالتفكير في القصة كسياق رائع حتى تصل إلى آخر جملة منها.

بعد ذلك، قم بتعلم القصة، كلمة فكلمة مثل القصيدة، سيكون هذا الأمر بالطبع مؤلفًا، ولكن عليك أن تقوم بسردها دون استخدام بعض المصطلحات، مثل: أم، أو أمم؛ أو كما تعلمون، ودون أى تردد أو تكرار أو انحراف. بعد ذلك، فإن هناك بعض الأسئلة من الحاضرين، والتي يجب الرد عليها، وهذا مستوى الثقة، الذى يجب أن يصل للحاضرين؛ لكى يضحكوا.. في الحقيقة، إذا كنت ستقوم باستخدام أى من أنواع العناصر الفكاهية، التى تم ذكرها في هذا الفصل؛ فمن الضروري أن تتعلم المصطلحات التأسيسية؛ حتى لاتقم باستخدامها بطريقة خاطئة، في حالة تعرضك لأى ضغط.

ويجب أن تتجاهل فكرة أن تقوم بقراءتها من مخطوطة. ولا يعد مهماً إذا ما كانت المزحة طويلة أو قصيرة، ولكنها لن تصبح ذات فاعلية، إذا قمت بسردها عن طريق قراءتها، ضمن سيناريو معين، أو من أى قطعة ورقية أخرى، ويجب أن يتم سرد القصة بثقة كاملة واحترافية واقتناع تام؛ ففي هذه الحالة فقط، يمكن أن يتم الضحك على ما ستقوله.

يمكنك غالبًا أن تدرج قصتين معًا في خطاب مدته خمس دقائق ليس أكثر بالقطع؛ إذ

إن الاستماع إلى مزحة طويلة، حتى وإن كانت جيدة، وتم سردها بطريقة جيدة، هو استنزاف كبير لمدى تحمل الحاضرين؛ ولذلك لا تقم بالضغط عليهم.

الخيوط الأولى والثانية:

«لقد قمت بإلقاء الخطبة أمام أمير ويلز ودوق جلوسيستر، وأمام العديد من الشخصيات العامة الأخرى والتي لا أستطيع حصرها».

إن الفواصل التي تكون بين الكلمات والجمل الصغيرة مهمة للغاية؛ فإن الخطوط، لاسيما الخطين الأول أو الثاني دائمًا ما يجعلان المستمعين يفكرون بطريقة معينة في اتجاه معين، وبعد ذلك وبسرعة يمكنك تغيير اتجاه تفكيرك. وكلما اشتدت حدة تغير التفكير استمتعت أكثر بالمزحة، كما في هذه المزحة الكلاسيكية الخاصة بباري كراير، عندما قال:

«أنا لأحب الرياضة، فأنا بالفعل أعمل في منظمة في الـ (AA) التي ترعى ألعاب القوى غير المعروفة والمجهولة. وفي كل مرة أشعر كأني أقوم بممارسة بعض التمارين.. قمت بالاتصال بهم، وقد أتى شخص، وبدأ ينادمني الشرب، حتى زال عني هذا الشعور بعيدًا».

حسنًا، أعلم بأن المزحة السابقة تم كتابتها في أكثر من سطرين، ولكنها تحقق مفتاح المعيار المطلوب؛ بمعنى أن المزحة حققت المطلوب، وتم سردها، وضحك الجمهور عليها في أقل من عشر ثوانٍ.. يمكنك أن تقوم بإلقاء مزحة مكونة من أربع أو خمس سطور في الوقت نفسه، الذي ستستغرقه في إلقاء مزحة قصصية. ولذلك فإن الوقت المستخدم والوقت الذي يضحك فيه الجمهور، لهما علاقة مناسبة أكثر مع بعضها.

الميزة الأخرى لهذا النوع من الفكاهة؛ حتى وإذا لم تنجح في الحصول على ضحكة جراء هذه المزحة، فإن شعورك بعدم الارتياح سيكون أقل ما يمكن؛ لأنك ستستطيع الخروج منها، والانتقال بسهولة، وسوف ينسى الجمهور بسرعة أنها لم تنجح.. ولكن على أية حال، تحتفى هذه المزحة الطويلة سيذكرها الحاضرون لمدة الأشهر الستة القادمة.

وهناك أيضًا هبوط وجانب سلبي بارز ومهم.. إذا قمت باستخدام جمل طويلة وكثيرة، فإنك سوف تظهر بمظهر الكوميدي، وليس الرئيس التنفيذي.. إن هذه الملاحظات صعبة جدًا في أن تتم كتابتها؛ فحتى القدرة على كتابة سطر واحد، يجب أن تتم بدقة عالية قد تتعدى حدود أى قلم، ولكنها لا تتعدى قدرات كاتب النصوص المحترف. ربما يمكنك أن تثبت أنني مخطئ، وإذا استطعت، فبرجاء أن تقوم بكتابة البعض منها لى، ويمكنك أن تجد بعض البيانات الخاصة بى في نهاية هذا الكتاب.

الإشارة الموضوعية العامة:

تعد المزحة الرئيسة مسألة مضحكة وممتعة، ولكن لفترة زمنية قصيرة؛ إذ يجب أن تشير إلى شيء ما في الأخبار، والذي سوف يتعرف عليه المستمعون في الحال، فالمثالان التاليان يظهران مدى التأثير الموضوعى للفكاهة، ولكن فقط لمدة اثني عشر شهرًا، ولكن تأثيرها قد يذهب مع الرياح بمرور الوقت.

«كان يجب أن أقوم بإلقاء خطبة أمام آرثر أندرسون اليوم، ولكن شخصًا ما قام بتمزيق العقد» .

من السهل أن ترى التركيبة؛ فأنت تقوم بالإشارة إلى الكيان الذى تمثله الأخبار، وتقوم بعدها بالمبالغة في إخفاء أفضل الصفات المعروفة في سياق غير عادى:

«لقد تمت دعوتى إلى حضور العشاء السنوى لنقابة مستخدمي السيارة لادا.. تبدأ الدعوة من الساعة السابعة والنصف حتى الحادية عشرة».

يجب عليك بالفعل الحذر من التشهير.. لا أنوى القيام بإعطاء شرح مفصل عن قوانين التشهير والقذف، رغم أنه يمكن اتهامى بعد ذلك بالكثير؛ من أجل هذا الكتاب. ولكن من الأمن أن تمزح بخصوص صفات الشخصيات العامة .

« جوردن براون سياسى قاسٍ وعنيد، يمكنه أن ينير مجلس العموم البريطانى ببساطة عن طريق الخروج منه فقط».

الإشارة الموضوعية المحلية:

تعد هذه مزحة مضحكة فقط لذلك الجمهور (جمهور معين) في ذلك الوقت (وقت محدد)، لقد قمت بالتحدث مع مجموعة من مديري شركة تكنولوجيا وإلكترونيات، وفي الفندق نفسه الذى أقامت به مجموعة أخرى من المديرين في الأسبوع الماضى.. لقد تم طرد هذه المجموعة من الفندق؛ بسبب سوء السلوك، الذى كان يقتصر على معاقرة الخمر حتى السكر، وإلى التدمير الإجرامى.

« لقد استمتعت برحلة مسلية هنا.. في محطة قطار ليستر، كان على أن أتصدى لعصابة كانت تتقياً في الشارع، ويقومون فقط برمى الأثاث من النوافذ، وعلى ما يبدو، كانت المسألة حلقة تدريبية لدرسية لقوة مبيعاتك».

قد تعتقد أن الأمر ليس مضحكاً الآن، وأنت محق في ذلك، ولكن في ذلك الوقت، كانت المزحة مثل طابع البريد، الذى ظهر في البرازيل لأول مرة، وجعل الرئيس التنفيذي، يقود مسيرة حفاوة وهتافات دائمة من أجل هذه المزحة فقط.

وفي مرة أخرى، تمت استضافتى للتحدث على العشاء، عن طريق شركة سيارات، «هاجس - موتوز بريطانيا»، تقع في ميناء قريب من أذنبرة (أيرلندا). ومفاجأة قبيل بدء العشاء، قام ممثل محلى بأداء "الطريق إلى هاجس"، ولسوء الحظ، كان وجهه مرسوماً (ملوناً) بطريقة مزعجة؛ لدرجة أن الشخص الأُسكتلندى قد يجده متوهجاً. وهكذا:

«لقد استمتعت كثيراً بهذا العشاء. وبالنسبة لى، كان أهم حدث الليلة، هو رؤية روبي برنز يشبه آدم أنت».. لن أستطيع أبداً استخدام هذه المزحة مرة أخرى، ولكنها وقتها لاقت أكبر كم من الضحك ذلك المساء.

سيشعر المستمع بالغرور، إذا قمت، وبكل وضوح ببذل المزيد من الجهد بتأليف كل مزحة على حدة لهم، وإذا وصل المتحدث إلى هذه النقطة، فإنه يستحق أن يُستمع إليه، والمزحة الجيدة تعنى أنه يجب التعامل معك كغريب .. ولكن، على أية حال، فإن هذا

لايعنى أنه عليك أن تحبر المحامين مزحات عن المحامين أنفسهم (كذلك بالنسبة للمحاسبين والأطباء)؛ لاسيما تلك المزحات، التي قام أحدهم بإرسالها لك عن طريق البريد الإلكتروني في اليوم التالي.

الإهانة:

واو، ولكن هل تبدو هذه كلمة خطيرة، بالتأكيد، إن هذا السياق بعيد جدًا عن اعتبارها كلمة خطيرة لتقديم عرض تعاوني.. حسنًا، ربما كان عليك أن تتذكر بأن «توكسين بوتولينوم» نوع من السموم، ولكن يتم استخدامه بجرعات صغيرة، فيمكنه أن يجعل مظهرك جيدًا حقًا، وهناك احتمالية أن هذه الجملة قد نالت جائزة أكثر الجمل قياسًا للتأثير ضمن جائزة الفصل، إن الإهانة إذا لم تكن مضحكة؛ فإنها تعتبر مسيئة، ولكن يجب أن تشير إلى:

«جون هو رجل الساعة، الذي لديه مزحة خاصة بكل مناسبة، ولقد استمتعت بسماعها مرة أخرى اليوم».

إن الهدف من إلقاء هذه المزحة، هو أن تكون لدى الشخص الذى سيلقيها معرفة مسبقة عن مدى اختلاف أنواع أغلبية المستمعين إليه. وبشكل مثالى، فيجب أن تبرز الفكاهة صفة معروفة بمعنى:

«عندما يأخذ فرانك أجازة، فإنه يأخذ معه خمسة دولارات، وزوجًا من السراويل ولم يقم بتغيير أىٍّ منها».

يجب عليك أن تعلم وتتأكد من أن الهدف هو أن تكون ذا شخصية قادرة على مواجهة المزحة (الفكاهة). وإذا كان لديهم (الآخرون) قدر ما من الأهمية داخل المنظمة، فإنهم سيكون معرضين أكثر للانتباه؛ فأنا أعرف عديدًا ممن لديهم تضخم الذات والذين سوف يشعرون بالغضب، إذا لم يشعروا أنهم محور اهتمام الآخرين، أو بأن الخطاب موجه إليهم خصيصًا. عليك الاهتمام بالاحتوى المزحة معنى قاسيًا؛ إذ عليك مراعاة مشاعر

الآخرين؛ فلا يجب - مثلاً - الإشارة إلى أن الهدف من بعض الوظائف هو شيء يبدو سهلاً.. ولكن يمكنك المزاح بصورة طفيفة على شهاداتهم، دون أن تحاول تجريحهم.

«يعد ديفيد خبيراً متميزاً في المواقع الإلكترونية وتقييمها. وفي الحقيقة، فقد أنهى كتابه الثاني، ويبدأ في تكوين صور كتابه الثالث معاً» .

إن أكثر المزاحات إهانة هي تلك التي تهدف تحقيق شيء معين بطريقة خبيثة، خبيثة، كما لو كنت ستقوم بضرهم برمح، وهي أساساً مزاحات، يهتم بها الأفراد بطريقة ليست سهلة تماماً، لأنهم سيحبون أن يتم إخبارهم بها.

الاقتراسات:

لا تستخدمها.. فإذا كانت لها أية فائدة، فإنها قد استخدمت آلاف المرات عن طريق المتحدثين، الذين يقلون في مستواهم عنك بكثير.. عندما يستخدم المتحدث اقتباساً، فهذا يعنى أنه لم يستطع، حتى التفكير بأى شيء مفيد لأن يقوله بنفسه.

إن الاستثناء الوحيد الذى يمكن أن يكون فيه الاقتباس ممتعاً أو مناسباً للغاية.. مثل الاقتباس الرائع الذى تم استخدامه في هذا الفصل « التواضع شيء مضحك للغاية ».

إذا كان لديك شيء ما لتقوله، فإنك في الغالب ستقوله أفضل من شخص ما، منذ مئة عام مضت.. (يقصد المؤلف ما قد يتوافر لديك مقارنة بما كان متوافراً لديه - المترجم).. أو ربما مثلما فعل جورج برناردشو، حسب ماتوافر لديه من معرفة بشركتك، أكثر مما تعرف أنت !!

الاختيار الحريص:

لذلك، من أين يمكنك الحصول على مادة ممتعة؟ إن هناك بالفعل إجابات عديدة عن هذا السؤال:

1- قم بكتابتها لنفسك :

أوه بالفعل، فأنا محاسب، باللسماء، أمم. نقطة منصفة؛ فالحديث عن الفكاهة أصبح يحتل جزءًا كبيرًا من حياتي خلال العشرين عامًا الماضية. ولكن أنا كاتب نكات، الأمر الذي قد يجرمه ويحرمه مكتب فراويد.. انس هذا.. قم بخلق ماتحتاجه من أفكار؛ فبعض الأمور، تطلب منك أن يكون لديك قلم وورقة فارغة، ولكن غالبًا لن يكون لديك الوقت الكافي للقيام بذلك، وبعيدًا عن المرجع اللازم للموضوع في بعض الأحيان، فإن ذلك قد تم ذكره من قبل .

2- اشتر بعض كتب الفكاهية :

كل هذه الكتب تعد بلا قيمة، وأقصد هنا جميع هذه الكتب، وبكل أنواعها؛ فلقد قمت بشراء المئات منها خلال العقدين الماضيين؛ فهناك مزحة فقط، قد تكون جيدة ضمن ألف نكتة. وإذا كان لديك القليل من الصبر؛ لكى تقرأها جميعًا، فسأوضح لك مدى إعجابى غير المحدود بك، رغم أننى متأكد بأنك لن تكون ذا شخصية على الإطلاق.

3- المواقع الإلكترونية الخاصة بالفكاهة:

لقد وجدت أكثر من خمسين موقعًا على المواقع الإلكترونية، التي تحتوى على نكات متعلقة فقط بالمحامين؛ فالأساس والطريقة العامة لهذه النكات مروعة، وهناك تشابه كبير بين كل هذه المواقع. إذا قمت بالبحث عن كلمة « مزحة » مستخدمًا أى موقع إلكترونى، فالنتيجة ستكون مبهجة ومروعة في الوقت نفسه. ستنبهر بالعدد المهول للمواقع، التي ستظهر في القائمة، ولكن ستصاب بغثيان بسبب نوعيتها المحدودة، ولكن القليل منها يستحق القراءة؛ خصوصًا تلك النكات التي تحمل في طياتها معنى معينًا. وإذا قمت باستخدام أى نكتة، وأنت محبط لموضوع معين، فسوف تجد جوهرة؛ أي بمعنى شىء رائع، ولكنها ستشبه الكوارتز آنذاك.

4- الكتاب:

حسنًا، فالكتاب الأساسيون (المثابرون) من السهل إيجادهم مثل وحيد القرن.. لقد وجدت أحدهم مرة من قبل محتبًا في مقهى محطة تليفزيون « ساميز ». لقد أعجبت للغاية بما كتبه، ولكنه بعد ذلك أوضح لي أنه وبكل أدب لا يستطيع الكتابة لي؛ لأنه كان مشغولاً للغاية بالكتابة لستيف كوجان وروى بريميزر.

إذا كان لديك ميزانية كذلك، فيمكنك التقارب بالتعاون مع منظمة الكتاب الكوميديين، عن طريق رقم ..(d3227b742) قم بطلب بعض النماذج من بعض هؤلاء الكتاب، وتأكد من وجود أى إمكانية لطلب أى تقارير منهم، وإذا تم التعاون بين كليهما ستكونا ناجحين جدًّا، وقادرين على إضحاك وإسعاد عديد من المستمعين.

5- أذناك:

عليك أن تحتفظ بأذنيك منتبهتين دائمًا، وإذا سمعت أو قرأت أى شىء مضحك، قم بتسجيله، في الحال وبشكل حرفي. لاتنس أو تترك أى شىء خلفك دون تدوينه. قم بعمل ملفك الفكاهي الخاص بك وبه أكثر النكات المفضلة عندك؛ بمعنى أنها وبمرور الوقت، ستصبح مثل أعز وأقرب أصدقاء لديك.. لاتفتخر كثيرًا؛ فعديد من الخطابات التعاونية لم يتم تقبلها؛ بسبب محتواها مثل مجلة « رايدر دايجست ».. تذكر الآتى، إذا قمت بسرقة أحدهم فهذه سرقة، أما إذا قمت بسرقة مائة شخص، فيعد هذا مثل البحث. لايمكننى التذكر أين قمت بالبحث عن هذا.

ملحوظة أخلاقية:

إذا لم تكن لديك موهبة راسخة وأساسية للكتابة، فيجب أن تكون قادرًا على البحث عن النكات والمزحات المناسبة من مصادرها.. فأنت بحاجة إلى أن تكون لديك إتاحة لاستخدام ملف معين ذى طابع كوميدي، تم استخدامه من قبل ويمكنك أن تستخدمه أكثر من مرة فيما بعد.. أنا لأقصد بالضرورة المواد التي تم استخدامها من قبل؛ إذ إن

عليك أن تتعود الذهاب إلى مواعيد العشاء الرسمية، كجزء من حياتك.

قم بمشاهدة الكوميديين في لاس فيجاس وبلاك بوك، مع التركيز على الشعور الحركي، كل نكتة، ستقوم بقراءتها وسماها.

أنا لا أقترح عليك أن تقوم بالسرقة، رغم تأكدي - بالفعل أن جيمي تاريوك لن يغضب إذا قمت باستخدام مزحتين من نكاته. إنه مجرد أن يتم إطلاق النكتة في العلن، فهذا معناه أنه تم رسمياً إعطاء إذن بقولها أمام الجميع، ومن الصعب أن يقوم المؤسس بهذه المزحة (الشخص الذي قام بخلقها) بمنع الجميع، أو أى شخص من أن يقوم بسردها مرة أخرى (أى إنها ليست لها ملكية معينة - المترجم)، ولكن - على أية حال - ستكون القصة مختلفة، إذا كنت معتوهاً - بدرجة كافية - لأن تقوم بتغيير الروتين (النمط) أو الطريقة المعروفة لهذه المزحة، أكثر من القيام بسردها بشكل كوميدي معروف لتبدأ بتأديتها بنفسك.. وإذا قررت أن تفعل ذلك، فعليك أن تحتفظ برقم المحامي في متناول اليد على التلفون.

توجد بالتأكيد مجموعة هائلة من الكوميديا، متاحة على DVD، كما يعتبر اليوتيوب أيضاً مصدراً رائعاً لذلك.

ومع ذلك، فحتى وأنت تشهد ليلة تأليف هزلية كاملة، فإنك سوف تعلم أنه من المحتمل أن تجد اثنين أو ثلاثة من هذه الجمل التي سمعتها، والتي يمكن أن تستخدمها بشكل فعال، وغالباً لن تكون قادراً على تقليد نمط الاستقبال لجيمي كار.

سوف تحفزك مشاهدة الكوميديات، وخطابات ما بعد العشاء، على التفكير بطريقة صحيحة، فمن الممكن أن تستمع لبعض الجمل، التي قد تفجر لديك التفكير الإبداعي المثمر، أى « الأفكار المثيرة... » « إذا كانت الشخصية التي في القصة وكيلاً عقارياً، فمن المحتمل أن... »

بعض أنواع المزاح التي يجب أن تتجنبها: (التفرقة العنصرية - التمييز على أساس الجنس - الكارتون - التقليد - الولع).. إن الاختيار السيئ للمزاح قد يحول بطريقة فعالة بينك وبين جمهورك الذي يستمع إليك، مثلما تستمع إلى شخص سكير.

التفرقة العنصرية، وأفلام الكارتون:

إن التفرقة العنصرية غير مضحكة، ولن تكون أبداً كذلك، كما أن التمييز على أساس ما شيء يزعج الفتيات الجميلة.. كارتون «ديلبرت».. يعتبر هذا النوع من الكارتون مساعدة مرئية مشهورة وخطيرة، واستخدام كارتون مثل هذا يعتبر خرقاً جسيماً لحقوق الملكية (مزيد من النصيحة القانونية المجانية). إن سكوت آدم (منتج كارتون ديلبرت) غنى جداً ويستطيع تحمل نفقات المحامين، والذين يعدون أفضل منى بكثير في كل دولة.

إن عدم احترام النواحي القانونية حتى لمنتج كارتون، يعتبر عملاً صيانياً، وإذا لم تكن قادراً على جعلهم يضحكون بصوتك، الفعل، فأنت بالتأكيد لن تتمكن من جعلهم يضحكون على قلم التحديد (أى لن تجعلهم يضحكون بصوت مفتعل - المترجم).

التقليد:

من الصعب جداً؛ ومما يفسر سبب دفع «روى بريمينز» مقادير لا مبرر لها من المال، حقيقة أنهم ليسوا مضحكين جداً إذا لم يكن الحوار عبقرياً، هل شاهدت (مابك بارود) مؤخراً؟

في الحقيقة، فإن أى مواد تتطلب منك أن تضع صوتاً مختلفاً يجب أن تتجنبها؛ لأن استخدام أى صوت مزيف طريقة جيدة لتبدو غيبياً بالفعل.

الولع:

لا تقع في حب مزحة ما؛ إذ إن الولع بلا مقابل دائماً أمر مأساوى؟ وسوف أخبرك الآن بمزحتي المفضلة.. التي كتبتها (وتم أداؤها عدة مرات) بواسطة ويلي راشتول، الذي

يعد واحداً من أفضل متحدثي مابعد العشاء البريطانيين في أواخر القرن 20.

«لقد كنت أجلس في غرفة الفندق، وشاهدت قائمة تقول: خدمة الغرف. أى وقت.. لذلك قمت بالإتصال بهم وقلت أريد البيض المخفوق على الخبز المحمص من فضلك - خلال عصر النهضة».

إن هذه النكتة هي عبقرية لامثيل لها، مع أنه إذا حاولت أن أتلوها، فلن تكون مضحكة على الإطلاق، إنها مهارة تصاحبها لعنة تجعلها ثرية لمبتكرها فقط. ولن تكون أبداً، إننى مولع جداً بالنكات، وأحاول دائماً استخدامها، ويوماً ما سوف أعود إلى المنطق، وأدرك أنه لايجبني.. ويمكن أن تجرب الأمر بنفسك؛ فإذا ضحك المستمعون عليها، فسوف أكون غاضباً جداً بالتأكيد.

المزج الدقيق (الحذر):

إن اتجاهك العام يجب أن يكون مرتبطاً بكونك شخصاً جاداً، مثل المقدم المطبق لتقنية « عقلة الأصبغ المجردة»، والذي من المفترض أن لديه حساً فكاهياً؛ فأنت بالتأكيد لا تريد أن تكون « كوميديان » يؤدي دوره من خلال تقديم جاد .

إن المزج الدقيق الحذر يتضمن النظر بحرص، إلى السطر الأساسي ورؤية إذا، ماكان هناك فرص حقيقة» أم لا، إن القصد الحقيقي ليس أن الضحكة إجبارية؛ فإذا أجبرت المستمعين بأن يقوموا بافتعال الضحك في غير موضعه، فكأنك مثل شخص تم قرع رأسه بجرس مشقوق؛ إذ سوف يتم تذكرك فقط لمدى شدتك، وليس لطريقة التفكير الذهني السليم لديك. إن أفضل طريقة لشرح عملية المزج الدقيق تلك، هي عن طريق البحث عن بعض النماذج والأمثلة ذات المحتوى المختلف والمتنوع .

كان هناك عميل من الرعاة الماليين، وكان يعمل كمدير لشركة، وكان يقوم بتقديم عرض لمؤتمر صناعى عن وجهات النظر الاقتصادية المتعلقة بالمنطقة الجغرافية الخاصة به. نجد أنه بعد أن قام بالانتهاء من شرح جزء معين من نظريته التي لا تتفق مع التيار العام

لبقية الحاضرين، قام بإلقاء هذا التعليق :

«لطالما احترمت رجال الاقتصاد وبعد كل ذلك قاموا بالتنبؤ بتسعة من أصل آخر ثلاث فترات الركود الاقتصادي».

بالطبع، هذه المزحة، رغم أنها مليئة بشيء مثل الأثرية، لكنها فرصة مثالية أتاحت لهذا العميل أن يجلوا ما عليها من غباره، ويفجر هذا الاقتباس خلال الاجتماع ويضعه حيز التنفيذ، فهذه المزحة بالفعل نالت إعجابهم، حتى أنهم لم يستطيعوا بأن يخفوا إعجابهم بذلك، معبرين عنه بضحكة مبهجة، وقد تبنا آراءه كلها..

في المثال التالي.. كان هناك مدير تنفيذى لشركة بارزة ومعروفة، يقوم بإلقاء خطبة ليخلد ذكرى تقاعد زميل له.. كان المتحدث ذا خبرة عالية، وبحنكة شديدة، قام باستغلال وجود كل من زوجته: الحالية والسابقة (اللتين ظلتا على علاقة طيبة ببعضهما)، قائلاً:

«حسنًا، إننا جميعًا نعلم بأن وراء كل رجل ناجح امرأة مدهشة وفي حالة فرانك، فإن هناك امرأتين مدهشتين وليست واحدة!».

لقد نال هذا الاقتباس والاعجاب والضحك الشديد بكل ماتحمله الكلمة من معنى خاص بالثلاثة أفراد الذين شملتهم هذه المزحة.

وأخيرًا.. فإننا نذكر لك موقفًا خاصًا بعضو مجلس برلمان، والذي قام - وبكل ذكاء - باستغلال حقيقة أنه كان - حتى آخر لحظة - بديلًا لمُتحدث أكثر كفاءة منه، ضمن غداء عمل.

«يمكنك دائمًا التحدث عن تصنيفك الرفيع المستوى بأنك متحدث لبق، ويظل ذلك مرتبطًا بالمدة التي تأخذها بكم المدة قبل الحدث، وقبل أن تلقي كلمتك».

إن رجال الدولة العالميين النابغين، في ظهورهم، أصحاب المكانة الرفيعة: جور

باتشوق، كيسي نجر، غالباً ما يتم التوصل إليهم والتقرب منهم في مدة لا تقل عن شهر مسبق عن الحدث!.. ربما يحتاج الوزراء البريطانيون السابقون ستة أشهر للمراقبة.

وربما تكون قادراً على أن تحجز لحفل تليفزيوني لشخصية قومية مرموقة بإخطار مسبق لمدة أربعة أسابيع. وعلى الجانب الآخر، تستطيع في الغالب الحصول على رقم محلي، إذا كانت لديك القدرة على أن تخطرهم بالحدث الذي تنوي الحجز له، قبل ذلك بيومين على الأقل قبل الحدث.. ولذلك... فإنه من فرط السرور.. أن ألقى مكالمة تليفونية من السيد رئيس مجلس الإدارة في الساعة السادسة والنصف من صباح هذا اليوم..

لاحظ الكلمات التالية: أسابيع وأيام. إذ كان الكلمات التي استخدمتها لتأكيد دقة الاستلام والأداء المحددين.. إن التأثير الإجمالي كان في أن المتحدث كان ينظر إليه باعتباره يمارس رياضة جيدة - قوامها الدعابة - في أن عرضه لم يتسم بالجدية الصارمة.. وهو أمر غير طبيعي أو متوقع بالنسبة لرجل سياسي.

الإيفاء (الأداء) الملتزم الصارم

يجب أن يتم أداء الدعابة (المزحة) وفقاً للمواصفات التالية:

- محكمة.
- تملؤها الثقة.
- بسرعة بصورة لافطة.
- مدرب عليها بشكل جيد.
- إحكام الدعابة ودقتها

هناك آلاف الطرق لصياغة الدعابة بشكل خاطئ، ولكن في الغالب هناك طريقة واحدة أو طريقتان لصياغتها بصورة صحيحة.

قم بإحصاء الكلمات المحكمة (الدقيقة).. تعلمها والتزام بها.. إن الدعابة هي مخلوق رشيق: وإذا حصلت فيها على كلمة واحدة خاطئة أو غير دقيقة، فإن الدعابة بأسرها تلقى

حتفها؛ لأن المزحات (مهما كان طولها) يجب تأسيسها بمنتهى الإحكام الرياضي مثلما تفعل في لعبة "بيت الكروت" .. إن استخدام كلمة واحدة غير دقيقة أشبه بزحزة كارت فجأة (فينهدم البيت الذي تبنيه من بقية الكروت على الفور - المترجم) قبل أن تنتهي من إتمام الإنجاز وتسليمه لمن يتابعونك.. ومن ثم، عليك أن تعامل كل جزئية من دعابتك كما لو كانت نصًا مقدسًا: استخدمها بإحكام ودقة، فتقودك إلى المملكة المقدسة الخالدة للضحك.

تملوها الثقة

يمكن ألا تكون لديك أية شكوك.. ويمكنك فقط استخدام معيار، يجعلك متأكدًا من أنها "مضحكة بصورة فاعلة" .. لدى الجمهور - منذ آلاف السنين - حساسية إدراك أن الدعابة تفتقد روح المرح أو القدرة على الإضحاك.. ماذا كانت في الدعابة غلطة تافهة تجعلك غير متأكد من المعيار الذي وضعته، فسوف ينتهي بك الأمر إلى تحطيم حالة الصمت لدى جمهورك بعائد غير مرغوب فيه، وأقصى ما يمكنك الحصول عليه وقتها ابتسامات باهتة، كأن أصحابها يعتذرون لك عن إخفاقك في إضحاكهم.. وستكون قادرًا وقتها على سماع طنين حشرة بجوارك تخبرك بحجم فشلك في الدعابة التي قمت بها..

أنت تعلم أنني أفكر في الاقتباسات.. وعلى أية حال، فقد قال هنري فورد ذات مرة:

" إذا اعتقدت أنك تستطيع أو إذا اعتقدت أنك لا تستطيع، فأنت غالبًا ما تكون على

صواب في ذلك".

إنني أمل أنه كان - في الغالب - يتحدث عن إلقاء النكات في ذلك الوقت.. إن

الاتفاق العام على ذلك أمر ضروري: دون ثقة فليس هناك عائد مقبول.

بسرعة بصورة لافتة

إنني لا أعني بالضرورة السرعة الفائقة.. ولا يصلح هذا طوال وقت العرض على

أية حال، ولكن هناك أوقاتاً يكون فيها التردد أو الإرجاء أو البطء ذا نتيجة عكسية على الموقف، ومعدل سيرك في التقديم.

ليست هناك مساحة لهذا النوع من الأداء أو التردد:

"هذا المحاسب يدلّف إلى مشرب (بار).. كلا، لقد كان مستثمراً بنكيّاً.. ولم يكن

المشرب (بار) بالمعنى الصريح، بل كان مطعمًا عاديًا، على أية حال..."

إنني لا أقترح هنا أنه ينبغي عليك أن تسرع من معدل أدائك؛ نتيجة لانتخاذ السرعة معياراً لأداء الدعابة.. إذ بمجرد أن يتم هذا التسريع في الأداء بنسبة 5٪ في المحادثة العادية (مثل زيادة سرعة إلقاء الدعابة عن سرعة أدائك تقلل من قيمة مادة الدعابة التي تلقيها، كمادة عرض). إن السرعة الضرورية هي عملية صعبة للغاية في وصف مضمونها في كلمات، ولكنه رغم ذلك يسهل إدراكها والتعرف عليها، حالما تستمع إليها.. أو عندما تحقق الإنجاز المطلوب منها، عندما تؤديها بإتقان.

إن الطريقة الوحيدة للحصول على موهبة أو ملكة الإيقاع المناسب لسرعة إلقاء الدعابة عندما تحتاجها بالفعل، يكشف عنها في السطور التالية تحت العنوان القادم.

تدريب عملي:

العرض الفكاهي باستخدام الرياضة أفضل، من أي نوع عرض آخر.. لتقديم هذا العرض، يجب أن تتمرن جيداً على ذلك، وبشكل خاص، قبل أن تطلق العنان لنفسك ومهارتك، وتقوم بها يبهر الجمهور وينال عكس توقعهم.

لقد أخبرتك من قبل أن هناك عدة طرق، ولكنها محدودة لإلقاء المزحة، وهناك أيضاً طرق أقل لتوصيلها؛ مما يجعلها مضحكة، ومن، ثم تتمرن على الدقة والثقة وفن التوصيل، من خلال استخدام مسجل صوت، وتجربة كلمات مختلفة، تعطى حس الفكاهة في كل مرة (مثلاً فعل عضو البرلمان في السطور السابقة - المترجم).

وفي الختام، سوف تصعد على « خشبة المسرح » أو المنصة؛ حيث تكون قادرًا على إلقاء النكات / المزحات بطلاقة.. وفي هذا الوقت، لن يكون الموضوع تسلية، بل سيكون قتالًا، إنني على أهبة الاستعداد له.

الفصل الثالث عشر

تكيف مع عرض ” ما بعد العشاء ”

إذا طلب إليك أحدهم أن تلقي خطاب ما بعد العشاء فلا تتردد.. أرفض، إن فرصة وقوع كارثة في خطاب ما بعد العشاء أكبر من فرصة أي وسيلة تواصل أخرى، إن رياضي الأولمبياد، والممثلين الفائزين بجائزة الأوسكار، والكوميديين الكبار ووزراء الحكومة، كلهم مؤهلون للإخفاق البالغ في خطاب ما بعد العشاء. فإذا لم تكن مستعداً له، فما يجب عليك إلا التراجع عنه، فذاك سياق يمكن أن يكون انتباه الجمهور فيه ضيق وبقسوة.

لقد ألقيت ما يربو على 2000 خطاب ما بعد العشاء، لذا ترى لدي إلماماً شاملاً للغاية بهذه الساحة، ولتعلم أن صعوبات خطاب ما بعد العشاء حادة للغاية للدرجة التي دفعتني أن أقرر تخصيص فصل كامل لها، بدلاً من مجرد إدراج تبويب داخل أحد فصول المواقف التي تمثل تحدياً قبل إنهاء الكتاب.

إنه عمل مضمّن وشاق، وهذا بسبب مشكلتين متفردتين ترتبطان بمواقف ما بعد العشاء، أما المشكلة الأولى فتكمن في التقييم السليم لموضع الوصول؛ أي النتيجة الواقعية المرجوة التي تسعى لبلوغها.. عندما يؤدي الممثل الهزلي المحترف خطاب ما بعد العشاء، تكون لديه نتيجة مستهدفة واحدة واضحة للغاية، إنه يريد تقريباً أن يضحك الجمهور

ضحك لا ينقطع طوال فترة الخطاب، عندما يفكر في موضع الوصول سيقول: « بنهاية خطابي أريد للجمهور أن يشعر بالسعادة لأنه ضحك لخمس وأربعين دقيقة ».

وهذا هو أوضح موضع وصول محتمل لخطاب ما بعد العشاء، ولا تشوبه أية شواغل نفعية أو تجارية، ولكن إذا كنت رئيسًا تنفيذيًا، أو رئيسًا لجمعية أو أحد أصحاب المقام الرفيع (ربما رياضياً أو سياسياً)، فإن مهمتك تكون حتمًا أكثر تعقيدًا؛ إذ مجرد أن تجعل الجمهور يشعر بشعور طيب من الضحك ليس بالأمر الجيد في حد ذاته.

أم هو بالفعل كذلك؟ أرايت؟ المشكلة الثانية هي مشكلة التوقيت والجو العام. في الساعة العاشرة مساءً، وبعد تناول وجبة مكونة من أربعة أطباق تتضمن نصف زجاجة من الشراب، لن تجد من يرغب في تلقي محتوى جدي. إذا كانوا يريدون رسالة، فسيصغون إلى بريدهم الصوتي.. إليك بيان آخر لإضافته إلى مجموعة الأشياء التي لن تسمعها من أحد جمهور المشاهدين. هاك نسخة ما بعد العشاء:

« اعتقد أن الرئيس التنفيذي كان مضحكًا للغاية في رأبي، ربما كان هذا الخطاب ممتعًا للغاية، لكنني أردت معرفة المزيد عن رؤيته الاستراتيجية، في هذا الوقت من الليل، أريد أن أسمع التفاصيل ».

بعد العشاء هو أسوأ وقت ممكن لنقل أي معلومات مهمة، وأن تتوقع من جمهور ما بعد العشاء استيعاب أي شيء جاد ومهم هو أمر غير واقعي وبوضوح فظ، لم أرقط مآدبة عشاء عززها خطاب جدي، لكنني رأيت العديد من حفلات العشاء دمرها خطاب.

ولكن ماذا لو لم تكن لديك مشكلة « يجب أن ألقى خطابًا جادًا؟ ماذا لو كنت تحتاج لإلقاء خطاب أريد له أن يكون مضحكًا وحسب؟

حسنًا، إليك المزيد من الأخبار السيئة. كتابة وإلقاء خطاب ما بعد العشاء الذي يركز فقط على استخراج الضحكات أمر أكثر صعوبة.. في أنواع أخرى من تقديم العروض، يكون الغرض من أي نوع من الدعابة هو توجيه الخطاب المركز؛ حتى يصل الجمهور إلى

موضع الوصول.. إذاً، فالضحك يجب أن يكون معتدلاً في شدته، ولكن عندما تحاول فقط تحفيز الضحك، يجب أن تكون الضحكات قوية جداً بالفعل.

ربما سبق لك أن اضطررت لأن تجلس خلال بعض خطابات ما بعد العشاء السيئة. واسمح لي أن أخمن، إذا كنت تقرأ هذا الفصل، فستكون خائفاً من احتمال الاضطرار إلى إلقاء خطاب بنفسك، حتى لو كنت من مقدمي العروض ذوي الخبرة.

إنني سعيد برعبك، فهذا يعني أن هناك أملاً بالنسبة لك، ويجب عليك استخدام الرعب لإجبارك على التحضير.. هل بالفعل يتوجب عليك إلقاء الخطاب؟

ستحصل دائماً - تقريباً - على إخطار قبل عدة أسابيع بأنه عليك إلقاء خطاب ما بعد العشاء، ومع ذلك، قد يتسلل إليك شخص ما أثناء عشاء ويهمس بشكل غير متوقع في أذنك طالباً منك إلقاء خطاب. أكرر بلا خجل النصيحة التي قدمتها في بداية هذا الفصل: أرفض..

أفضل خطابات ما بعد العشاء كانت جميعها مكتوبة قبل وقت طويل من إلقائها، ومعظم السيئة منها كانت مكتوبة في وقت قصير أو لم تكتب على الإطلاق « أفضل مجرد تدوين بعض الملاحظات على الجزء الخلفي من قائمة الطعام وانتظر إلى أن يلهمني الشراب ». لا تدع علامات الكسل العفوي تثير أعصابك، إن وخز الإحراج الذي تشعر به جراء رفض مهذب ولكن حازم، لا يمثل شيئاً مقارنة بالمعاناة التي يمكن أن تسببها بكارثتك لما بعد العشاء، وأعني معاناة جميع الحاضرين، ليس فقط أنت.

هل أخفتك بما يكفي؟ لا أعتقد.. لتأمل الآن طبيعة الرعب المحتمل.

لنفترض أنك مدير / رئيس وحدة / شخصية معروفة في المجال، وهأنت تحضر مؤتمر اليوم الواحد للإدارة العليا لشركتك، من الساعة 10 صباحاً إلى الساعة 5 مساءً، وبعيداً عن استراحة الغداء، وجلسة أسئلة وأجوبة رمزية في النهاية، والنكتتين اللذيتين

من مدير المبيعات (والذي هو شخصية فريدة)، فقد كان اليوم هجوما بلا هوادة من فصيلة نينجا الباوربوينت.. ثمة وقت حر مجدول بين الساعة 5 مساءً والساعة 7 مساءً، وتعني كلمة «حر» أنه «دون مقابل».. في الساعة 7 مساءً، هناك حفل استقبال يقدم المشروبات والعشاء في الساعة 8 مساءً، إذا كنت محظوظاً.

في معظم قاعات المؤتمرات، من المرجح بشدة ألا يحصل أحد على أي طعام قبل الساعة 8:15 مساءً. ومن غير المحتمل أن يبدأ أي إلقاء للخطابات قبل الساعة 9:45 مساءً. والأكثر ترجيحاً 10:15 مساءً. أما 10:30 مساءً فهو احتمال واضح بشكل مرعب. لقد طلب منك التحدث بعد العشاء. فأنت أيضا « لك اعتبارك ». أو أنك أنت الرئيس التنفيذي (هذان المفهومان لا يعتمدان على بعضهما).

بعض الأسئلة لطحها:

السؤال: لماذا يجب أن يكون هناك خطاب أصلاً في هذا الوقت من الليل؟
الإجابة المحتملة: الرئيس التنفيذي دائماً ما يفعل.. أو.. إننا دائماً ما نحظى بشخص من أهل الصناعة ليتحدث.

السؤال: هل الخطابات دائماً ما يتم استقبالها استقبالاً جيداً؟
الإجابة المحتملة: أأأأأ... حسناً... أأأأأ في بعض الأحيان.

فقط لأن شخصاً ما "دائماً" يلقي خطاباً في هذا التوقيت، ليس سبباً وجيهاً في حد ذاته. لذا هاك الأسئلة الأساسية:

ما الذي يتعين أن يتحقق من خطاب ما بعد العشاء؟

ما الذي سيحققه فعلياً؟

هذان سؤالان يحتاجان إلى أن تكون إجابتها هي نفسها.

إذا كانت هناك عروض طوال اليوم، فمن المؤكد أن جميع المعلومات التي قد تكون مفيدة قد أعلنت بالفعل. في الواقع، من المحتمل أن يكون الجمهور قد حصل على

معلومات أكثر بكثير مما يمكن استيعابه. حتى الإسفنج يرفض الماء بمجرد تشبعه بالكامل.

قد يستمتعون بفرصة التحدث مع الزملاء حول الشراب والدجاج ومنتجع ومركز مؤتمرات ولكنهم أوقفوا وضع الاستماع منذ الساعة 5 مساءً، وأي محاولة لخطاب جاد ستصطدم بجدار من اللامبالاة أو الملل أو ربما حتى الغضب؛ إذ لن يقوم أحد بتغيير رأيه حول خطتك للتسويق الإلكتروني في الساعة 10:30 مساءً.

المنهجية - إذا كنت حقًا مضطربًا: على الرغم من قراءة ما قلته، ربما تكون قد توصلت إلى الاستنتاج التالي:

« لكن، استمع إلي، أتفق مع ما تقول، ولكنني مضطرب لإلقاء خطاب، كما أن هذا سيء. الحاضرون ينتظرون خطابي. ولا أستطيع أن أسرد سلسلة من النكات فقط، فأنا لست كوميديان في عرض كوميدي، أنا الرئيس التنفيذي للشركة، ليس بإمكانني إلقاء النكات، هذا عمل المستشارين ».

آه.. حسنا، حان موعد تقديم المشورة. أوافق على ذلك، على الرغم من النظرة الصارمة التي سبق أن أعربت عنها، يتعين على كبار التنفيذيين في بعض الأحيان أن يلقوا خطاب ما بعد العشاء، سواء رغب الحاضرون فيه أم لا، في بعض الأحيان من المستحيل الوقوف أمام القصور الذاتي للشركات.

أعترف على مضض بأن هناك تنازلات محتملة.. إليك.. بعضها يجب أن يكون الخطاب في الأساس مسليًا، ولكن باستخدام خطاب مركز شديد الترابط، يمكن أن تتشكل الأشياء الهامة أقل من 20٪ من المحتوى: لنقسم العناصر الأساسية للبيان السابق.

مسلي - أعني مضحك. أنت بالفعل بحاجة للنكات، الكثير من النكات. خطاب مركز شديد الترابط - وأعني بها أن يكون بسيطًا للدرجة التي تناسب إنسان

العصر الحجري. كلما تأخر الوقت كان الخطاب الأقل تعقيداً هو الأكثر ملاءمة.
أقل من 20٪ من المحتوى - نعم، أعني 60 ثانية فقط من خطاب مدته خمس دقائق.
هذا هو الحد الأقصى المطلق.

« لكنني سمعت الكثير من خطابات ما بعد العشاء التي لا تلتزم بتلك التوجيهات،
وعادةً ما يكون نسبة المحتوى الجدي بها أكثر من ذلك ».

ثق أنك استمعت لهذه الخطابات، ولكن هل استمعت بها؟
حقاً؟

إذا كان بإمكانك الحصول على ضحكات صافية لمدة أربع دقائق وتركها مع خطاب
مركز، يمكنهم أن يتذكروه في اليوم التالي، فسوف يعاملونك وكأنك ملك مملكة
الأرض.. حسناً، يجدر بك أن تتلقى هذه المعاملة.

في الفصل الثالث، قلت إن أي فكاهاة يجب أن تكون مرتبطة بالخطاب المصغر، وأنه
يجب عليك استخدام الفكاهاة التي تساعد على تأكيد على الخطاب المركز فقط.

حسناً، لديك بعض الأخبار الجيدة لك.. عندما يتعلق الأمر بخطاب ما بعد العشاء،
انس أمر الفصل 3، فلا يجب أن يكون للفكاهاة أي علاقة بالخطاب المركز، وإنما يجب أن
يكون الغرض من فكاهااتك مجرد الحصول على الضحك، ويجب أن تكون قوية كفاية بما
يضمن لها استقلاليتها عن الخطاب المركز.. والآن سوف أعالج نوع المادة المستخدمة
وهيكل الخطاب.

كتابة ذلك الشيء البغيض:

بطبيعة الحال، ما زلت أوصي باستخدام أسلوب قناة الإعداد الأنبوبي الشكل...
ولكن ليس فيما يتعلق بموقف ما بعد العشاء، وهذا يعني أنه يجب ألا تضيق الكثير من
الطاقة الفكرية والعاطفية على الخطاب المركز ودعم العناصر الأساسية، ويجب أن تكون
المادة الجدية الخاصة بك سطحية بذكاء، وليست عميقة للغاية.

الهيكل:

يمكن أن يكون هيكل خطاب ما بعد العشاء أكثر مرونة من العرض التقديمي الجاد أثناء النهار، فلا تتوافر نفس متطلبات أن يتذكر الجمهور عناصرك الرئيسية في اليوم التالي، ولست مضطراً لأن تفكر من منطلق السعي للاحتفاظ بالمعلومات، وإنما عليك أن تفكر من منطلق مضاعفة كمية الضحك الممكنة.. وللقيام بذلك، عليك استخدام معظم المواد الأقوى لديك مع بداية حديثك.

استطيع أن أستشعر مقاومتك لهذا المفهوم، فبالرغم من كل شيء، ألا ينبغي أن تبني على أفضل ما لديك؟ ببطء تجتذب الجمهور إلى جانبك، ثم تحفزهم ثم تفاجئهم بالذهب الخالص؟

سأكون أمينا معك، الإجابة لا.

يتناقص معدل الانتباه والتذكير نقصاً مطرداً بمرور كل دقيقة بعد الساعة 09:30 مساءً، والتي يبدأ عندها الخطاب، ولا أملك أي ذرة من الأدلة الرياضية لدعم هذه العلاقة الرياضية، ولكنني أملك 20 عامًا من الخبرة التي كانت في بعض الأحيان مريرة. وقد شمل ذلك في بعض الأحيان تذكير المنظم أنه سيكون من الجميل أن تنتهي من الخطابات قبل إعداد القاعة لتناول الإفطار.. من النادر المستحسن أن تبدأ كلمتك في يوم وتنتهي في اليوم التالي.

لتكن بدايتك سريعة:

عليك أن تكون مضحكاً على الفور. إذا لم تجعلهم يضحكون من البداية، فلن يضحكوا أبداً.

هذا هو الهيكل الذي يجب أن يبدو به خطابك، من حيث قوة المادة الخاصة بك:

النهاية	المتصف	البداية
ضعيف	قوي جداً	قوي
قوي		قوي
قوي جداً		قوي

يجب أن تنزلق الأجزاء التي تعرف أنها الأضعف إلى ما بعد 50٪ و 80٪ من الخطاب، هذا هو أيضاً أفضل موضع لأي خطاب مركز، إذا كنت قد منحتمهم مجاملة الترفيه عنهم لبضع دقائق، فمن المرجح أن يمنحوك مجاملة الاستماع إلى خطابك المركز، ولكن كن سريعاً - وعد إلى الترفيه في أسرع وقت ممكن.

استخدم أندرو كورليت، رئيس جمعية "جزيرة رجل القانون"، هذا النوع من البنية الهيكلية بطريقة رائعة في عشاء الجمعية في نوفمبر 2004، وقد وضعت غالبية خطابه أدناه، لقد أدخلت تعليقات لإظهار كيف أنه استند إلى منهجية "عقلة الإصبع المجردة".

عندما بدأنا في كتابة الخطاب، أخبرني أن النتيجة الساحقة التي أراها هي أن يسمع الجمهور باختصار عن رؤيته لمستقبل الجزيرة، وأن يحظوا بقليل من الضحك في نفس الوقت، وقد كان هذا هدفاً واقعياً تماماً، لذلك تم تبنيه على الفور باعتباره موضع الوصول المستهدف. بدلاً من الاعتماد على القصص، كانت أسلحته الرئيسة أن يستخدم فقرات من سطر واحد أو سطرين، تم تكييفها بذكاء لتشمل الشخصيات التي كانت معروفة جيداً للجمهور.

«فخامة الرئيس، معالي رئيس الوزراء والسادة الوزراء، الضيوف الكرام وأعضاء جمعية القانون...».

افتتاحية مجاملات ضرورية لعشاء في قمة الرسميات.

في الشهر الماضي أطلقت هيئة الشؤون الدستورية في المملكة المتحدة حملة لتنويع المزيج العرقي والثقافي والجنسي في مهنة المحاماة.

يسعدني أن أقول بأن جمعية " جزيرة رجل القانون " ملتزمة تمامًا بهذه المبادرة. باختياركم لي خلفاً للسيد س.س، استبدلتم رجلاً متوسط العمر أبيض من البرلمان، بـرامزي، الذي يحب السيارات السريعة والهوكي.

أعتقد أن المجتمع قد قطع شوطاً طويلاً.

نكت شخصية للغاية وابتكار ذاتي، وناجح كخطوة أولى.

لكنني أود أن أضع شائعة لا أساس لها من الصحة... الشائعة التي لم تظهر في المحكمة أبداً.

في الواقع، لدي سجل مائة في المائة... لقد فزت بالفعل بكلتا قضيتي استهتار ذاتي لطيف يحافظ على الضحك.

شخص ما لم يكن لديه مشكلة في العثور على طريقه إلى أي محكمة، هو ص.ص. فضلاً عن كونه محامياً من الدرجة الأولى، فهو أيضاً لاعب كريكت من الدرجة الأولى. هناك نقاش حي حول من هو أفضل لاعب كريكت في التاريخ: هل هو هادلي، أم بوتام، أم إمران؟

برغم عدم وجود شك في أن (ص) كان أفضل قانوني في جمعية " جزيرة رجل القانون " على مدار السنوات الثلاثين الماضية.. يسعدني أن أقول إن أسلوبه في الدعوى وطرز ملابسه لم يتغير منذ عام 1974.

استخدام ساحر للمجاملة والإهانة اللطيفة التي توضح كل ما هو أفضل حول الفرد المستهدف.

« نصير آخر من "مجموعة مانكس" أنوي أن أشيد به الليلة، إنه ع.ع.

لطالما كانت عبارات (ع) في قاعات المحكمة محط أنظار الجميع لتفاصيلها، ودقتها... ومقدارها. وبصفتي محامياً، أقول بأن (ع) لم يفقد أبداً رغبته في الفوز. وأذكركم أنه سبب للعديد من القضاة فقدان رغبتهم في الحياة.»

بيتر شخصية استثنائية لدرجة أنه كان يستحق نكتتين لادعتين آخرين.. لقد أعجب بكتلتيهما. ب.ب أيضاً يعد قيمة ثمينة في الحمامة... أو هكذا يدعي أمامي، ويحسب له أنه لم يسبق له أن استغل روحه النحيلة ومظهره الجميل.. ولكن هذا لم يردعه.

لا شيء من النكات الشخصية اللاذعة كانت جاهزة أو سابقة الإعداد، لقد صنعت جميعها بعناية بالمبالغة في الجوانب المعروفة للشخصيات المستهدفة.. تابع أندرو بمزيد من النكات الشخصية التي لها القوة نفسها، قبل الانتقال إلى قسم أكثر جدية.

حان الوقت لخطابه المركز:

« نحن محظوظون للغاية لوجود حكومة تقدم الكثير لمساعدة الشركات وشعب الجزيرة... على الرغم من أنني أشعر بالقلق إزاء المد المتزايد لللائحة التنظيمية. »
والآن نكتة لتعزيز الخطاب المركز:

هناك تعبير استخدم في الحرب العالمية الأولى « لا تتقدم كثيراً أمام كتبتك وإلا ستلقى طلقة في المؤخرة ».

وأخشى أحياناً أننا نتقدم كثيراً وبسرعة كبيرة. »

العنصر الرئيسي 1:

في مجال الضرائب، أعتقد أننا حققنا التوازن الصحيح.
وأتقدم بالتحية للسيد (أ.أ) على الرؤية الحقيقية التي أظهرها خلال العقد الماضي.
لقد أحسن التعامل مع الخدعة شبه المستحيلة المتمثلة في الثقة به واحترامه بشكل لا يصدق من قبل المجتمع المحلي والدولي على حد سواء.

العنصر الرئيسي 2:

ومع ذلك، ففي بعض مجالات التنظيم، فإننا نقطع شوطاً طويلاً متقدمين على ولاياتنا المنافسة؛ مما تسبب في كمية كبيرة من التشريعات الثانوية.

في عام 2003 وحده، مرر برلماننا تسعمائة من التشريعات الثانوية.

في عام 2004، سيكون هناك أكثر من ألف.

كجزيرة صغيرة، يجب أن نجد طرقاً أبسط لحماية شعبنا، مع الامتثال إلى التزاماتنا الدولية.

من المسلم به أن مختلف البلدان لديها طرق مختلفة في التنفيذ.

عندما أرسلت وكالة ناسا رواد الفضاء لأول مرة إلى الفضاء، سرعان ما اكتشفت أن الأقلام ذات البلية الدوارة لن تعمل في جاذبية تساوي صفراً.

لذا أمضوا السنوات العشر التي تليها وأنفقوا 753 مليون دولار لتطوير قلم الخبر الجاف، الذي يمكنه أن يكتب على أي سطح تقريباً وتحت أي ظرف من الظروف، بما في ذلك الفراغ الكلي...

في درجات حرارة تتراوح بين الصفر المطلق... وأكثر من 150 درجة فهرنهايت.

بينما على الناحية الأخرى نجد أن الروس... استخدموا القلم الرصاص «.

نكتة قديمة سابقة الإعداد محظورة قليلاً، لكنها تنجح في توضيح النواة الأساسية للعنصر الرئيسي.

«يجب على جمعية (جزيرة رجل القانون) العثور على ما يعادل قلمها الرصاص التنظيمي! إذا لم نفعل، فسيصبح القانون معقداً أكثر وأكثر... وفهمه أقل وأقل.

وسوف يصبح اقتصادنا أقل قدرة على المنافسة.

رغم أنني أقول كل ذلك، إلا أنني متفائل بشكل كبير بشأن مستقبل الجزيرة.

وتحديداً لأننا مزدهرون للغاية، للحد الذي ينبغي معه أن نحرس بعناية حرياتنا الاقتصادية والشخصية التي حصلنا عليها بشق الأنفس.

العنصر الرئيسي 3:

« وبينما ازدهرت الجزيرة خلال السنوات الـ 20 الماضية، وكذلك المجتمع. وبلغ العدد الآن 180 عضواً عبر 32 شركة، يعمل فيها حوالي 550 شخصاً. فإنني أؤمن إيماناً قوياً بأن نقابة المحامين والقضاة الأقوياء والمستقلين هما حجراً الزاوية لجمعية (جزيرة رجل القانون).

خلال فترتي في المنصب، كان لدي الكثير من الرؤى.

في الحقيقة على مدار العامين الماضيين، رأيت أضواء على الطريق إلى دمشق، أكثر مما رأيت من سائقي شاحنات لمسافات طويلة لبنانيين.

أحد أهم الأشياء التي تعلمتها هو الدور الحيوي الذي يؤديه ممارسو المساعدة القانونية في مجتمعنا والمجتمع ككل.

وأود الآن أن أشيد بعمل شخصين هما في صميم عمل الجمعية.

أولاً: شكر خاص للسيدة ب التي نظمت هذه الأمسية بدقتها المعهودة وروح الدعاية.

ثانياً: يجب أن أهنئ أيضاً (ج) التي تبدأ أجازة الحمل قريباً.

بعد التعامل بنجاح مع 180 محامياً، أنا متأكد من أن رعاية طفل واحد فقط لن تكون مشكلة".

أندرو يجعل حتى المجاملات مضحكة.

«المتحدث الثاني على قائمة أمسينا هو جون دالتون..» جون متحدث دولي معروف، والذي لا يرغب بالتأكيد في إخفاء هويته! إنه أمريكي، لكن يجب أن نحاول ألا نلومه على ذلك».

عودة إلى بعض النكات الشخصية القوية حقاً لاستحضار الضحكات الكبيرة، قبل

بلوغ خط النهاية، والتي يجب أن تكون حول بطل البلدة في هذه الحالة.

« سواء كانوا من لندن أو لوس أنجلوس أو لاسي... السيدات والسادة، البطل هو... ضيوفنا».

وما إن جلس، حتى عرف الجمهور أنه كان رجلاً مسلماً مما أثار دهشتهم، إلى جانب أنه رئيس مجتمعي من رجال الدولة.

كانت العوامل الرئيسة في نجاحه الكلي هي:

- التزامه بمنهجية قناة الإعداد الأنثوية الشكل، عند إعداد الخطاب المركز والعناصر الأساسية.
 - الاستخدام الدقيق لمعرفة الجمهور عند ابتكار النكات الشخصية.
 - التدريب الصارم لأوقات طويلة قبل وأثناء يوم الحدث.
- قد لا تمتلك التصميم الكامل الذي أظهره أندرو... ولكنه حقق معياراً يجب عليك بكل تأكيد التطلع إليه.
- القيود الزمني:

كان أندرو جيداً جداً لدرجة أنني على يقين من أنه سبب الرعب للمتحدثين محترفي ذلك، خطابات ما بعد العشاء، الذين كانوا سيتحدثون بعده، والسبب في أنني أستطيع أن أكون على يقين من هو أن أحدهم كان أنا.. في الواقع، نجح أندرو في أن يجعل الجمهور يستجيب بشكل جيد جداً، لدرجة أنه نجا بعد كسر قاعدة أساسية لخطاب ما بعد العشاء:

خطط للحدث لمدة محددة من الزمن والتأكد من ألا تتجاوزها.

يمكنك التحدث لفترة زمنية أقصر مما هو مخطط له، في الواقع. ويجب عليك هذا بكل تأكيد إذا حدثت أشياء معينة (والتي سنتعامل معها بعد لحظة)، تخيل أن الجمهور يهتف بصمت لنفسه:

ما الذي نريده؟ ضحكات!

لكم من الوقت نريدها؟ ليس لوقت طويل جدًا!

إياك وأن تسهب.. لا تسمح للنشوة أن تغمرك لعبقريتك الشخصية، بعد أن بدأت في ارتجال المواد الجديدة، هذه هي منطقة بيبي كونولي وروبن ويليامز، ولا يمكن التعدي عليها من قبل شريك في مؤسسة KPMG.. لكي نكون منصفين، أندرو لم يرتكب هذا الخطأ (وليس شريكًا في KPMG)، كنا نخطط (ونتدرب) على الخطاب بحيث يستمر لمدة 10 دقائق، فهذا بالتأكيد هو الحد الأقصى لهذا النوع من الخطابات، ومع ذلك، كان يحصل في بعض الأحيان على الكثير من الضحك والتصفيق بعد كل نكتة، كان عليه في بعض الأحيان الانتظار لمدة 20-30 ثانية قبل الاستمرار، وهذا يعني أن الخطاب امتد لأكثر من 14 دقيقة.

ربما تفكر وتقول، « هذه ليست مشكلة - كان الجمهور يحبه بوضوح »، إنها بالتأكيد أفضل مشكلة قد تتعرض لها، ولكن كان هناك خطر من أن يتعب الجمهور، لقد وصلت بقدرتهم على التمتع إلى أقصى حد.

جمع المادة:

العشاء ليس له الجو المريح نفسه للمقهى؛ حيث أخبرت زملاءك بقصة المحامي والأسكتلندي والحمار، لذا، لا تستخدم نكتة ما لم تكن متأكدًا تمامًا مما يلي:

(أ) أنها مضحكة للغاية.

(ب) أنها ستظل مضحكة حتى إن كنت أنت من يرويها.

انتقد كل النكات التي تعرفها نقدًا عنيفًا.. واكتبها جميعًا وقرأها بعين تسخر منك.

هل هي مضحكة بالفعل؟

إذا كنت حقًا صادقًا مع نفسك، فسوف تدرك أن:

أقل من 20٪ منهم ربما تكون مؤثرة حقيقة،

و30٪ من نكاتك المفضلة مضحكة، إذا كنت غير متأكد من أن النكتة مضحكة بما فيه الكفاية، فهي بالتأكيد ليست مضحكة.

أنا أتخفظ على اقتراح تجربة هذه النكات على الأصدقاء؛ فالنكتة داخل المحادثة مع شخص واحد تكون مخلوقاً مختلفاً تماماً عن الكلمات المستخدمة نفسها أمام 100 شخص. لكن، بعض أشكال اللوحات الصوتية مفيدة جداً لأن الأشخاص الوحيديين الذين يمكنهم تقديم رأياً مؤهلاً هم الأشخاص الذين لديهم بعض الخبرة في هذا النوع من الأحاديث.. ومن المحتمل أن يكون لديهم شعور غريزي بقوة النكتة، وإذا كنت تعلم أنك لا تستطيع الوصول إلى هذا المستوى من الرأي المدروس، فكر مرتين في إلقاء الخطبة، في الواقع، فكر ثماني مرات.

إذاً، لقد قمت الآن بالعبور من خلال ذاكرتك، و (أمل) بنجاح اخترت بعض المواد على الأصدقاء الضعفاء، ربما توصلت إلى استنتاج مفاده أن لديك قصتين أو ثلاث قصص قابلة للاستخدام في مستودع الأسلحة.

القصص ليست كافية بمفردها، خطاب ما بعد العشاء الأكثر فعالية هو مزيج من جميع أنواع المواد المختلفة المذكورة في الفصل الثاني عشر.

المنقذين:

إليك بعض النصائح النهائية المنقذة للحياة، والتي ستساعدك على تزيين طريقتك في الخطاب بميزة احترافية:

1- تمرن على النكات كثيراً إلى أن تشعر معها بالملل تقريباً، عندها فقط يمكنك أن تكون واثقاً من أنك لن تنفجر تحت الضغط.

2- هناك خط رفيع بين أحد أفراد الجمهور وهو يفكر: «إنني أتطلع حقاً إلى الخطابات»، وفكر في الأمر، «أخطيء في الخطب، سأذهب إلى الحانة». لقد تجاوزت هذا الخط في حوالي الساعة 10:30 مساءً، ابذل قصارى جهدك للتأكد من أن المضيف/المنظم

- يقدمك قبل ذلك، حتى لو كان عليك اللجوء إلى التسول و/ أو التهديد بالعنف.
- 3- تأكد من أن هناك فترة استراحة مريحة قبل بدء الخطاب؛ لأن الجمهور الأكثر استقبالية بعد العشاء هو واحد مع المعدة الكاملة وليست المثانة الفارغة
- 4- الإصرار على أن شخصًا ما يقدمك، ليس من الضروري أن يكون الخطاب شكليًا مطولاً، فقد يكون ذلك مناسبًا في بيئة عمل نهائية، ولكنك بحاجة إلى شخص ما (الرئيس/ المضيف/ المنظم) لإسكات الجمهور، وقد تكون الكلمات بسيطة مثل:
- 5- « السيدات والسادة رجاءً رحبوا... بالسيد هنري كيسنجر ».
- 6- لا تتناول الكحوليات على العشاء، إذا كنت الشخص الوحيد الرصين تمامًا هناك، سيكون لديك ميزة على الجميع.
- 7- الوصول إلى المكان في وقت مبكر بما فيه الكفاية؛ للتحقق من أن الميكروفون يعمل، إذا قال لك المنظم « لا تقلق بهذا الشأن، فإن نظام الصوت بالفندق يعمل بشكل مثالي منذ سنوات » - عندها يجب أن تبدأ إحساسك بالذعر.
- 8- لك أن تصر بأدب أن يغادر كل نادل الغرفة، قبل أن يتم تقديمك.. تأكد من إخبارهم بعدم الدخول مرة أخرى، إلا بعد أن تنتهي أنت من خطابك، فهذا يعني أنه لن يتم قطع أفضل خط لكمة من « من ذاك الذي طلب شرابًا مثلجًا؟ »
- 9- بصرف النظر عن مدى جودة الخطاب، قاوم الحافز على الاستمرار في دعاباتك؛ لأن، الخطاب يسير على ما يرام لأنك أعددت نفسك جيدًا، وليس لأنك فتى مضحك بالفطرة، التزم بما هو مكتوب في النص.
- 10- قم بإعداد كيس هواء للسائق - وهو أمر يمكنك الاعتماد عليه في حالة وقوع كارثة، في بعض الأحيان سوف تكون على قدميك.. وستعرف من النظر إلى الأجسام شبه الواقفة أمامك، وستضطر إلى قطع خطابك، تأكد من أنك كتبت خطأً طارئًا للجلوس، والذي يتكون من شكر قصير، ولكن كريمةً للمضيف على الضيافة التي

تلقيتها، هذه إحدى المرات القليلة التي تكون فيها المجاملات مفيدة.

11- الأقصر هو الأفضل.. ثمة واحد من أنجح خطابات ما بعد العشاء في التاريخ، ألقاه جون بولينج، الذي كان آنذاك كابتن فريق إنجلترا الركبي،. وعقد العشاء المذكور بعد مباراة أيرلندا ضد إنجلترا في طريق لانسداون في دبلن عام 1973، وسافر الإنجليز للعب المباراة، على الرغم من عدة تهديدات إرهابية محددة للغاية، وعرف الجمهور أنه إنجاز هائل لمجرد التواجد هناك،. عندما جاء دوره للتحديث، افتتحت بولينج واختتم بهذه الكلمات:

« السيدات والسادة، من الرائع أن أكون هنا،

قد لا نكون أفضل فريق في العالم، لكن على الأقل تأهلنا، طاب مساؤكم.

استغرق التصفيق الذي تبع خطابه مدة خمس دقائق، إنها دائماً نتيجة جيدة عندما يستمر التصفيق لفترة أطول من مدة خطابك 30 مرة.

وأخيراً... إذا قمت بإلقاء خطابين ناجحين في مناسبة ما بعد العشاء، في غضون فترة قصيرة من الزمن، فستبدأ بالفعل في الاستمتاع بالتجربة، لكن لا تنس أبداً أن تستشعر الضغط، لا تسترخ كثيراً لدرجة توقف الأدرينالين عن التدفق.

بالتأكيد لم تكن لدي هذه المشكلة. كنت ذات مرة ضيفاً في عشاء المؤتمر السنوي للمائدة المستديرة البريطانية، والذي يضم 1400 ضيف.. قدمني الرئيس الوطني بالكلمات التالية:

الآن حان الوقت لأنادي ضيف الشرف، جراهام ديفيز.. قد تتذكرون جميعاً أن متحدثي العام الماضي قدموا خطابات لمدة ساعة تقريباً، والتي تضمنت اثنين من الترانيم وثلاثة مراحل دائمة، ثم تبرع بأجره للجمعيات الخيرية واشترى لنا جميع الشمبانيا من البار الموجود خلف المبنى.

مع وضع كل ذلك في الاعتبار.. فإننا نتطلع بالتأكيد إلى سماع خطابك، جراهام»،
وهو ما يقودني إلى القواعد الثلاث الرئيسة لخطاب ما بعد العشاء..
القاعدة الأولى هي:
اترك الجمهور وهم يرغبون في المزيد دائماً...

الفصل الرابع عشر

هل يتحتم عليك أن تقبل هذه الدعوة؟

هذا ما يسمى بالاهتمام الفعلى بما قد يهمس به في أذنك منسق العرض (أو المسئول عن متطلبات العرض) قائلاً:

إذا تمت دعوتك للتحدث في مناسبة مهمة، لا تفكر مطلقاً في الرقص؛ إذ إن ذلك يعد اختباراً للرجولة (لا سيما بالنسبة للنساء اللاتي سيأتين ضمن جمهور الحاضرين).. لا تضع في اعتبارك ما إذا كان شخص ما - ضمن فريقك - يمكن أن يكون أفضل منك في التحدث في هذه المناسبة؛ إذ يمكنك دائماً المراوغة في الأداء، حتى إذا شعرت بنقص المعلومات المتاحة حول الحدث.

حسناً، لا تسمح لنفسك - خطأً - بأن تتجاهل هذه النفسية التي أقدمها لك بشكل غير لائق؛ فهذا ليس من مصلحتك.

إن التحدث في مؤتمر (لقاء) عام (أو في ملتقى / مؤتمر داخلي في شركة عملاء أو موردين) يمكن أن يكون حدثاً مؤثراً للغاية، فقط في حالة كونك متحدثاً ذا مستوى رفيع. وفي الحقيقة، فإن كفاءتك ومهاراتك المهنية ستتم رؤيتها مباشرة، بصورة متناسبة

مع مهاراتك الأدائية... حقًا قد يبدو الأمر غير منصف لك، ولكنها هي الحقيقة الثابتة في هذا الصدد.

ومن ثم، إذا طلب منك التقديم في حدث عام، فإنه يتحتم عليك أولاً أن تجيب عن تلك الأسئلة الصعبة، والمتعلقة بتقنية «عقلة الإصبع المجردة»..

• هل أنت جيد المستوى بدرجة كافية لأن تقوم بتمثيل شركتك في حدث / مناسبة عامة؟

• هل يمكن أن يكون شخص آخر - في المكان - اختيارًا أفضل منك؟

• أين يكمن الخطر، الذي يمكن أن يؤدي إليه - بالفعل - عرضك، فيما يتعلق بصورة شركتك؟

• هل هناك - بالفعل - احتمال لأن تسبب أذى لصورة شركتك، عند قيامك بالتقديم؟

• هل لديك وقت كاف لإعداد تقديمك والتدريب عليه، بشكل عكسي وكافٍ؟

إن مجرد ظهورك في مؤتمر عام، هو أمر جليل، ولا بد أن تكون لديك الثقة والجرأة للقيام به.. ولكن هناك أيضًا ذلك السؤال المهم:

«هل هذا الحدث هو الحدث الملائم لك لأن تقوم فيه بالعرض؟».

إن منظمي المؤتمرات - في الغالب - ذوو نزعة مفرطة في التفاؤل.. وهذا غالبًا ما يقود إلى إبداعهم في إيجاد المناسبات أو الأحداث التي تتلاقى مع اهتماماتهم، أكثر من كونها تتلاقى مع احتياجات السوق. إن الحضور - بطبيعة الحال - أمر مثير للشفقة.. ولكي نساعدك على اتخاذ قرار عن إدراج شركتك أو تضمينها.. فإن عليك بادئ ذي بدء أن تعرف الحاضرون المحتملين للحدث.

إن معظم المتحدثين في المؤتمر، يتم التواصل معهم بشكل جيد، قبل الإعلان عن الحدث... وكنتيجة لذلك، فليس هناك حاضرون محددون بشكل نهائي يمكن التحدث

إليهم.. إلا أنه يمكن التواصل والتحدث مع بعض الحضور المتوقع (المحتمل)، والذين غالبًا ما يستهدفهم منظمو الحدث.. ذلك هو الفحص الذى يجب القيام به للتوصل إلى الحقائق التى تتعلق بالحدث.. كما يمكنك كذلك أن تتأكد من أن المحتوى (مضمون العرض) المفترض للمؤتمر، وأن حديثك يتسم بكونه ملائمًا ومتسقًا. لقد فشلت أعداد هائلة من متخصصى المؤتمرات فى القيام بالعرض على الوجه الأمثل؛ لأن منظم الحدث لم ينفذ فحص الحقائق المتعلقة بالحدث قبل بدء العرض أو التقديم.

يجب عليك تفادى التحدث فى مؤتمر / حدث عام، كنتيجة مفرطة للثقة بالنفس وتضخم الذات فقط، بهدف أن تكتشف أن وقتك الذى أمضيته فى الإعداد قد راح سدى. وبمجرد أن تتخذ القرار بأنك سوف تتحدث، فإن هناك عوامل أخرى عليك أن تقوم بتمشيطنها ووضعها فى الاعتبار.. وبعد كل ذلك، فإنه من المحتمل أن تكون الشخص الوحيد الذى يبدو أحرق أو معتوها فى نهاية الأمر؛ لكي يقبل الدعوة والمخاطرة!!

قم بتقييم الدعوة

إن دعوة المصمم للمؤتمر / الحدث عادة ما تتم على هذا النحو:

نقوم بتقسيم فترة الصباح إلى فقرات، يبلغ زمن كل فقرة منها 45 دقيقة (أو على الأسوأ أن نجعل كل فقرة منها ساعة) ونحن نود أن نخصص فترة زمنية واحدة على قدر محدد من المحتوى (من موضوعات الحدث).

كن مدركًا للسماح لنفسك بأن تكون محفزًا للتحدث، طوال الوقت الذى يمكن فيه لشخص غيرك أن يتخيره (إذا كان فى حالة توقع المتحدث بدلاً منك - المترجم). إنه تقييمك لطبيعة المحتوى (مضمون الحدث) واحتياجات الجمهور التى يجب أن تحدد ملامح العرض والمدى الزمنى الذى يستغرقه (مدة العرض). وهذا ربما يعنى - بصورة نهائية - أنه يتعين عليك - بمنتهى الأدب واللطف - أن تقترح أن يدوم عرضك لمدى زمنى أطول مما يستحق الأمر بالفعل.

وفيما يلي الأسئلة المهمة التي يجب أن تطرحها:

- ما مستوى الخبرة لدى جمهور الحاضرين عن الموضوع؟
- هل هناك أى شخص آخر يتحدث في ذلك الموضوع، في الحدث نفسه؟
- ما الذى يحتاجه الجمهور ليعرفه عن الموضوع من خلالى؟
- ما النمط الذى يفضلُه المنظم لموضوع الختام في العرض؟

إن طرح السؤال الأخير قد يدرجك في تفسير مفاهيم تقنية « عقلة الإصبع » المجردة في تواصلاتك. وبشكل طبيعى، فإنني أشعر بأن ذلك أمر طيب.

عندما تتوافر لديك هذه المعلومة (قد يكون من المتعين عليك فحصها ومراجعتها مع مصدر آخر)، يمكنك أن تقرر المعلومات والمدى الزمنى الذى تحتاجه للتحدث إلى الآخرين من أجل الوصول إلى جملك المميزة المركزة (سبق تناول مفهوم هذه الجملة وأنواعها وأهميتها كمعايير تحتكم إليها أثناء عرضك أو تقديمك - المترجم). وربما تشعر بأن هذا التصرف حذر وحيطة مبالغ فيها إلى حد كبير.. والحق أنه ليس كذلك؛ لأن الإحصاءات العيادية تؤكد أنه لن ينفذ رصيذك من المادة المستخدمة أمام 500 شخص، لاسيما عندما تعلم أن البرنامج قد أخبر الحضور بأنك سوف تتحدث إلى هذا الجمهور لمدة 20 دقيقة إضافية عما كان مقرراً.

الطول (المدى)

إذا وافقت على أن تتحدث لمدى زمني معين من الوقت، فعليك أن تلتزم التزاماً صارماً بذلك الوقت؛ إذ إن الاستمرار لوقت أطول مما اتفق عليه، يعنى أن الأداء لم يكن احترافياً بصورة واضحة إلى حد بعيد.

كن صارماً، إلى حد بعيد، فيما يتصل بتحديد قاطع للوقت الذى تحتاجه للتحدث.

إن عشرين دقيقة محكمة وأسرة لى أفضل بكثير من 45 دقيقة فاقدة القيمة والجاذبية والهدف.

شرائح العرض:

لا تقلق.. لست بصدد إعادة أو تكرار حديثى السابق.. ولكن على أية حال، فيما يلي بعض النصائح المتعلقة بتقنية « عقلة الإصبع المجردة »، وهى صادقة لا سيما للمناسبات العامة.

« المقدمون الذين يتميزون في أدائهم بإيجابية أكثر وطريقة مميزة هم أولئك المقدمين الذين يستخدمون أقل عدد ممكن من الشرائح ».

وهذا لأن صناعة المؤتمرات عادة ما تكون مهرجاناً لقراءة واستخدام الشرائح.. إذا كنت تستخدم تقنيات "عقلة الإصبع المجردة" للإبداع وللقيام بعرضك، فأنت متأكد من أنك قادر على إيقاظ جمهورك من حالة النوم التى تتناهم، بالترافق مع عرض الشرائح. وربما تكون المقدم الوحيد الذى يتحرك بعيداً عن المنضدة، وتنخرط ببراعة مع جمهورك، بدلاً من ترك ذلك للشاشة.

مشكلة الأشياء التى يتم مناولتها للجمهور:

عادة ما يصر منظمو المؤتمرات أن يرسل المتحدثون إليهم الشرائح معبأة.. بصورة جيدة - فى اليوم السابق على الحدث.. بل وأحياناً أسابيع قبلها. وبطبيعة الحال، فإن هذا يشجع على الممارسة التقليدية فى إعداد الشرائح أولاً، ثم تجهيز النصوص المصاحبة لها فيما بعد.

وعند الوصول، يتم توزيع ملف مكثف على الحضور، يتضمن نسخاً ورقية لكل شريحة، سيتم عرضها ضمن مضمون الحدث، الذى سيشاهدونه وهذا يعنى أنه يمكن للحضور كتابة ملاحظات - قبالة الشريحة المعطاة، يقوم العارض بقراءتها وتجميع الآراء فى نقاط حاسمة... الأمر مثير للغاية، أليس كذلك؟

بطبيعة الحال، ليست هناك فرصة - حرفياً - لأي شريحة تحمل أى تأثير بصرى؛ لأن كل فرد من الحضور سيكون بإمكانه الاطلاع على مضمون الشريحة قبل عرضها على الشاشة.

لدى عملاء كثيرون في قطاع التأمين البنكى، ممن يحضرون لقاءات جماعية لأحداث عامة، يتراوح عددها من 15 إلى 30 حدثاً كل عام.. وهم جميعاً يأخذون الملفات المحررة الخاصة بهم، عند عودتهم إلى مكاتبهم، ويضعونها داخل دولا ب عملهم. إلى أن يحين الوقت إلى ضرورة مراجعتها، قبل الاجتماع السنوى الختامى؛ لتجميع ما تم استيعابه، طوال فترة وجودهم بالمبنى.

إذا كنت عارضاً يتبع تقنية "عقلة الأصبع المجردة"، ومن يستخدمون عددًا قليلاً للغاية من الشرائح، وتقوم بإبداعها - خلال وقت قصير للغاية قبل الإعداد للحدث، فلن تكون قادرًا على توظيفها بشكل عملي متميز خلال العرض.

عندما تتلقى طلبًا صارمًا مؤكدًا من المنظم بضرورة تسليمك الشرائح المطلوبة، فإن هذا ما ينبغي عليك القيام به:

أن توضح له - بمنتهى اللطف والأدب - أنك بصدد تكوين عرض ناطق لهم؛ أى بما يعنى أنك لن تلجأ إلا إلى استخدام شرائح محدودة للغاية، وأنت تفضل عدم إطلاع الحضور عليها، قبل قيامك بعرضها على الشاشة.. لأن ذلك قد يؤدى (رؤية الجمهور للشرائح قبل العرض - المترجم) إلى تقليل قدرتك على التواصل مع جمهورك والتأثير عليه.

وإذا ظل منظم / منسق الحدث مصممً على استلام شىء ما، مقدماً قبل الحدث، يمكنك إرسال أقل عدد ممكن من الشرائح، يتصل - بصورة هامشية - مع موضوعك، لمجرد تلبية الطلب، ليس أكثر.

في يوم العرض ذاته.. وفي بداية تقديمك للعرض، وضّح لجمهورك أنك لن تستخدم تلك الشرائح التي أرسلتها من قبل؛ لأنك طوال عملك - في الأيام السابقة - على إعداد العرض، تود أن تعرض عليهم ما هو أحدث - معلوماً - من هذه الشرائح بقدر الإمكان (وأتمنى أن يكون ذلك حقيقياً بالفعل).

إنني واثق من أن التابع السابق سوف يجعلك متضايقاً.. وبغض النظر عن ذلك، فإن التأثير المزدوج يكمن في قدرتك على تحقيق أفضل عرض كنتيجة لتكامل جهود الأطراف الثلاثة: المنظمين والجمهور وأنت.

تقديمك:

سيتم التعامل مع موضع المقدمات، بشكل أكثر تفصيلاً، في الفصل الخامس عشر.. ولكن فيما يلي عدة نقاط محددة، تتعلق بأسبقية التعامل مع موضوع العرض في حدث عام. عند التحدث عقب العشاء، أو في ملتقى رجال أعمال.. فإن التقديم معه خلال طرف ثالث، يمكنه - بصورة مؤثرة وضخمة - مساعدة المتحدث على أن يحقق ختاماً مؤثراً. وعلى أية حال، فإنه من المتعين - بصورة سليمة - أن تكون المقدمة هي المقدمة المطلوبة. يجب على المقدمة أن تدعم مصداقيتك، وأن تساعدك على تعيين مواضع خبرتك والموضوع ذي الصلة الوثيقة بالمحتوى الذي يتضمنه حدث المناسبة.

«إن الطريقة الوحيدة للتأكد من أن الأداء تم بصورة صحيحة هي أن تكتب لنفسك، وأن تتدرب عليه - بشكل عكسي - على التقديم بما في ذلك مقدم العرض نفسه».

ومن سياق خبرتي، فإنه يتعين على الشخص القائم بالمقدمات (التقديم) أن يكون دقيقاً في ملاحظاته لما يحدث من حوله. وغالباً ما تكون هناك رغبة جارفة لدى المقدم في تعظيمه تأثير تقديمه على موضوع المتحدث.. وتكون النتيجة: تقديماً طويلاً وغير مناسب.. يجعلك (كعارض) غاضباً.. عليك أن تقوم بكتابة المقدمة وتسليمها لمنظمي

الحدث، وأن توضح لهم مدى الإساءة والضرر اللذين يمكن أن يحدثا لتقديرك الذاتي لنفسك إذا لم يلتزم المقدم بما كتبتة حرفياً.

الموسيقى:

على الرغم من التحفظات التي عبرت عنها في الفصل العاشر، عند التحدث عن مواجهة عدة مئات من الأشخاص في حدث عام.. فإن الموسيقى المصاحبة للمقدم - عند تقديمه - يمكنها أن تضيف فاعلية وتأثيراً إيجابيين لتقديمك إلى الحدث.. وعلى أية حال، عليك أن تتذكر ما يلي:

- إن الموسيقى غير المناسبة، عبر لحظات تقديمك إلى الحدث، يمكن أن تولد نوعاً من عدم اليقين أو الاستهجان أو حتى الضحك.. فإذا كنت واحداً من الحضور، فإذا سيكون رد فعلك إذا بدأ حديث يتعلق بضرورة التحالف لبحث سداد ديون.. تسبقه مقطوعة موسيقية « عين النمر »!! (*)
- إذا لم تكن أمام المتحدث مسافة كافية؛ لأن يتحرك من مقعده إلى خشبة المسرح (مكان المنصة)، فإن الموسيقى وقتها لن تكون لديها الوقت الكافي للعزف، كما أن المقطوعات الموسيقية القصيرة الزمن لن تبدو بمظهر احترافي جيد.

ماذا يعنى بـ « الفاصل »؟

إن المؤتمرات سيئة التنظيم غالباً ما تتم بظهور محدث تلو آخر، دون تغيير أو فاصل (يسمح لجمهور الحاضرين باستعادة القدرة على المتابعة - المترجم).. وربما لا تكون لديك فرصة لأن تستطيع تحديد متى سيحل عليك الدور للتحدث وقتها ولكن إذا أتيح لك ذلك، فأحرص على أن تكون المتحدث، عقب الفاصل الأول؛ أى عقب الاستراحة الأولى

(*) مقطوعة « عين النمر » مقطوعة موسيقية، تتسم بأنغامها الحادة السريعة المتتابعة، والتي لاتتلاءم مع طبيعة الموضوع - المترجم.

التي يتم فيها تقديم المشروبات الخفيفة، إذ ستكون بمنأى عن أى ارتباك يحدث لدى القائمين بالخدمة وتجهيز المكان في بداية الحدث (العرض) بشكل حتمي.. وإذا كان المتحدثون في النصف الأول - من صباح اليوم - جيدين في عرضهم وأدائهم.. فإنه يمكن اعتبارهم تهيئة ممتازة حافزاً رائعاً بالنسبة لك. أما إذا لم يكونوا على المستوى المطلوب من الأداء.. فإنه سيكون قد حان الأوان لعقد الراحة الأولى (راحة المشروبات الخفيفة)؛ لكي يستعيد الحضور طاقته وتفاؤله واستعداده لمتابعة الحدث.

إن النصف الأول من صباح يوم الحدث/ العرض يتم مبركاً للغاية، وسيشعر الحضور ببرودة الجو للغاية.. وفي المراحل التالية من الصباح، سيكون لدى الحضور ميل إلى تخيل شكل الأحداث التالية، مثل: الغداء.. وفور انتهاء الغداء، هناك مسألة غير مرغوبة بشكل كبير، تتمثل في الميل إلى الاسترخاء.. وفي المؤتمرات العامة، نجد أن المتحدثين - عقب هذا الفاصل - غالباً ما يكونون عرضة لأحاديث وهممة الذين وصلوا إلى مكان الحدث متأخرًا؛ إذ إنهم يحرصون على معرفة ماذا تم من أحداث.. وماذا عرض من محتوى.. وما الذى سيتم تقديمه بعد ذلك... في محاولة للاندماج مع تفاصيل العرض.

أما بعد راحة « شاي المساء »، فغالبًا ما يبدأ صراع الجمهور ومعاناتهم في الاحتفاء بفكر مترابط متسق وتركيز ووعى تام..

إن محتوى المؤتمر يجب أن يظهر تتابعًا منطقيًا؛ إذ ينبغي عليك أن تتواءم معه. لا تفترض مطلقاً أن المصمم (المنظم للحدث) لديه من العقل والحس ما يكفي لأن يدرك ذلك.. وتأكد من أنك قد تلقيت - كتابة - قائمة بكل المتحدثين - الذين يحتمل مشاركتهم لك في العرض (بالإضافة إلى المشاركين بمدخلاتهم التليفونية أو رسائلهم الإلكترونية).. لا تعتمد على محادثة تليفونية عابرة؛ إذ يجب عليك أن تهتم جيداً باهتماماتك كمتحدث.. وهذا يعنى أنه عليك أن تتأكد تمامًا من أنك لن تأتى عقب

متحدث، كان يستخدم المادة أو الأدوات التي ستستخدمها أنت، بشكل موسّع.

تأكد من أنك تتحدث مباشرة إلى المتحدثين المحكمين الآخرين.. ولا تعتمد على أى تاريخ سابق أو سيرة سابقة لما يجتمل أن يكونوا قد قالوه من قبل.

إن التكامل يربط بين المتحدثين في الماضي والمستقبل، في الحدث ذاته؛ مما يجعلك تبدو منظمًا ومتعاطفًا مع المخطط الإجمالى للحدث.. سوف تتجنب التكرار أو التناقضات الحادثة - عضويًا - وبعد كل ذلك، فإن الشيء المهم هو التأكد من أنك تبدو بمظهر جيد.

إذا وصلت مطلقًا إلى المستوى الذى تكون فيه صاحب أداء جيد، بدرجة تكفى لأن تتحمل عواقب أو نتائج أدائك الجيد، فعندئذ أوصيك - بكل إخلاص - أن تنضم إلى نقابة العارضين المحترفين.. إنها منظمة مخصصة لإلقاء الأحاديث (للحدث) مجانًا، ولكنها ليست كذلك بالنسبة للعروض التى تستلزم نصًا مرافقًا لها.. وفي هذه النقابة ستدرك أين يقع فمك (أى المستوى الذى يمكنك أن تقدم به حديثًا مدفوع الأجر - المترجم).. إنني لست واثقًا مما إذا كانت الجملة السابقة ذات معنى لديك أم لا.. ولكنني لازلت أحب أن أقولها.

الفصل الخامس عشر

مواقف أعمال تجارية مثيرة للتحدي

في الوقت الذي تقرأ فيه هذا الفصل، أتمنى أن تكون قد أتاحت لك الفرصة لأن تستخدم تقنية « عقلة الإصبع المجردة » مرات عديدة في العروض الرسمية وغير الرسمية. وهذا الفصل سيوضح لك الكيفية التي يمكنك بها التكيف مع ما أثق في أنه قد أصبح « تقنيتك القياسية » في نطاق مدى عريض متغاير من المواقف المختلفة.

وفيما يلي سبيان مهان يوضحان لماذا تغطي المواقف الواردة في الفصل نطاقاً شاسعاً وغير مطروق؛ حتى بالنسبة للعارضين / المتحدثين ذوى الخبرة.

هذه المواقف تحدث - نسبياً - بصورة غير متكررة أو شائعة.

غالباً ما يمضى الناس داخل هذه المواقف، دون أن تكون لديهم الآليات أو التقنيات اللازمة لذلك الدخول.

وبصورة طبيعية، فإنني واثق من أنك ستجد أن التركيبة المنهجية لتقنية « عقلة الإصبع المجردة » يمكن تكييفها بصورة ظافرة لكل موقف منها، سواء كنت في غرفة مجلس إدارة أو في استديو أو احتفالية ما.

وتذكر أن الأجزاء الرئيسة للإعداد للنمط الأنبوبي لتقنية «عقلة الإصبع المجردة» هي: النتيجة الحاسمة (الضربة القاصمة)

تحليل الجمهور - موقع البدء - موقع الختام - الجملة المركزة - العصف الذهني - الترشيح - العناصر الأساسية - الصقل والإنهاء

إن إمكانية تطبيق أى مفهوم من هذه المفاهيم تختلف بصورة واسعة النطاق في كل موقف، ولكن المنهجية الإجمالية لأداء هذه التقنية تظل ثابتة، مشكلة مصدرًا واحدًا، يبعث على الراحة بالنسبة لك، دون أن تؤثر الظروف المختلفة في ذلك الإحساس.

تقديم متحدث آخر:

على وجه التقريب، فإن كل موقف يحدث يتطلب صيغة ما من التقديم. إن الاستثناء الوحيد هو حيث يكون عدد الجمهور صغيرًا للغاية (اثنين أو واحدًا). إن المقدم والمتحدث (موضع التقديم) يجب أن يعدا التقديم معًا. وهذا الجزء من الفصل يتضمن نصيحة للناس الذين يقومون بكلا الدورين.

لا بد أن يتضمن التقديم موضع بدء، وموضع ختام، مثله مثل أى عرض آخر..

بينما تكون الجملة المركزة لأى تقديم هي إجابة مباشرة عن السؤال التالي:

«لماذا ينبغي علينا أن نستمع إلى هذا الشخص الذى يوشك على التحدث في غضون

دقيقة؟».

فربما تتضمن العناصر الأساسية ما يلي:

- المؤهلات العلمية للمقدمين.
- خبراتهم العملية في مجال الأعمال التجارية.
- تاريخهم الوظيفي في تلك الشركة.
- مؤشر يفسر سبب قدرتهم على تناول الموضوع الذى يتحدثون عنه.

أسماءهم. عندما تكون أنت المتحدث الذى تم تقديمه، فإن الأمر غالبًا ما يدفع إلى الإحساس بتضخم الذات؛ إذ ربما لا تكون قادرًا على اختيار الشخص المناسب لأن يقدمك (مثل: إذا كان المقدم هو رئيسك في العمل أو رئيس إدارة نقابة مناسبة لموضوع الحدث).

وعلى أية حال، يمكنك - بأدب ولكن بحزم كذلك - أن تجربهم تمامًا بما ترغب منهم أن يقولوه عنك، وعليك أن تتحكم جيدًا في هذا الأمر.. إن الأمر ليس طيبًا بصورة كافية أن تجرى حديثًا قصيرًا سريعًا، وأن تبادر بتسليمه سيرة ذاتية لك، متوقعًا منه أن يختار أحسن الكلمات الدالة عليك.. عفوًا، إن الأمر يستحق أن تختار أفضلهم ليقوم بذلك.

إنك تحتاج إلى مقدمة تحقق الرضا لديك ولدى جمهورك في آن واحد.. كما أن جمهورك يحتاج إلى أن تعرف أن وقتهم ثمين وليس عرضة للإهدار بلاطائل - ويحتاجون إلى معرفة ذلك، حتى قبل أن تفتح فمك (أى قبل أن تبدأ عرضك - المترجم). إن طرح قدرًا معينًا من الاهتمامات يمكن أن يجعل الحضور متلقيًا جيدًا لأول محاولة صقل للأداء معه طرفك. ولكن إرضاء احتياجاتك يعد أيضًا أمرًا مهمًا. إن التقديم الجيد يعنى أنك سوف تشعر بأنك معه جيد من أجل تحقيق النجاح. ومن الناحية النفسية، فإنك تعدو بمعدل أقصى سير ممكن، قبل أن تصطدم بالأرض (أى قبل أن تصل إلى المحطة الأخيرة في عرضك - المترجم).

إن أفضل أنواع التقديم هي تلك الأنماط القصيرة والمركزة (مثل أحسن العروض تمامًا)، ولا يكتب المقدمون أفضل التقديمات، بينما يفعل المتحدثون الذين يقومون.. أحيانًا - بالتقديم ذلك.

بعض الأمثلة:

چون سمیت، يعمل مستشارًا لصالح مؤسسة كارناجى للحواسيب؛ لتحسين أداء المبيعات غير المختلفة (أى الأقسام التى تباع منتجات متماثلة - المترجم): وبعد بعض المناقشات مع أحد المديرين الكبار بالمؤسسة، تم تجميع قوة المبيعات مع بعضها البعض للاستماع إلى خلاصاته الرئيسية عما يجب أن تكون عليه الخطوة المستقبلية.. وهذا مثال للكيفية التى قدّم بها مدير المبيعات چون سمیت إلى فريق الحاضرين:

« لقد انخفضت مبيعاتنا بنسبة 40٪ عما كانت عليه في الشهور الست الأخيرة.. ولن نسمح لذلك الوضع بالاستمرار.. لقد قررت أن هذه مشكلة ضخمة للغاية لأن هناك حاجة إلى أفضل النصائح الممكنة للوصول إلى ذلك الحل.. ولهذا السبب، يحضر بيننا الآن چون سميث.

چون، حاصل على درجة الماجستير من جامعة ستانفورد.. وقد أمضى أربع سنوات في مؤسسة «ماكيزى»، قبل الانتقال للانضمام إلى فريق مبيعات شركة «الأناس» (باين آبل) للحواسيب... وبعد خمس سنوات من العمل معهم، تم تعيينه نائبًا للرئيس في شركة "وورلد وايد" .. وأثناء عمله بهذه الشركة، ارتفعت مبيعاتها بمعدل 180٪.

في عام 1995، ترك چون شركة «باين آبل» ليؤسس مكتبًا استشاريًا خاصًا به، في «الاستشارات الخاصة بالمبيعات».. إن أداءه المتفرد حقق - بالفعل - نتائج مذهلة لشركة آى بى إم، وشركة فورد، وشركة برودتيال.

وخلال الشهور الست القادمة، سيعمل چون سميث معكم بصورة شديدة القرب؛ ليساعدنا على استرداد مستوى النجاح الذى نحتاج إليه.

سيادتي.. سادتي.. أرجوكم، رحبوا معى بـ « چون سميث ».

لاحظ في الخطبة السابقة - خلاصة العناصر الأساسية على النحو التالى:

المؤهلات.

التاريخ الوظيفي لـ « چون سميث » مع شركتي « ما كيزي » و « آي بي إم ». إنجازاته المتميزة في المبيعات، وذات الصلة بالوظيفة التي يمارسها حالياً. الحقيقة بأنه سيعمل عن قرب مع جمهور الحاضرين أمامه.

لقد كان كل واحد من الموجودين - بالغرفة - وقتها يعلم جيداً أنهم في حاجة ماسة إلى الاستماع إلى چون سميت.

وعلى الجانب الآخر، ففيما يلي مقدمة، أود أن تستخدم، عندما يتم تقديمي - كمتحدث عقب حفل عشاء في مؤتمر / ملتقى عام رسمي:

بعد كثير من التفكير، قررنا أنه من الضروري للغاية أن يكون ضيفنا المتحدث هذه الليلة، ممن يتسمون بأخلاقياتهم المتميزة وشغفهم.. وفوق كل ذلك، فإن تكلفة استقدامه إلينا بسيطة. ولذلك، قمنا باستدعاء محام ليحدثنا..

إن أسلوب تحدثه قد وصف - من قبل - بأنه مزيج من خطابة موليير وأسلوب مجلة «صن داي» الرياضية.

وخلال عمله في الشق الجنائي، أخبرني جراهام (مؤلف الكتاب) أن جيفري آرثرش وجورج مايكل وكوزاد بلاك مجرد ثلاثة أشخاص كانوا يشعرون بالامتنان البالغ أنه لم يقدمهم مطلقاً..

بوضوح، فإن هذه المقدمة قد صممت على الأقل لكي تجعل جمهور الحاضرين يتسم، إن لم يضحكوا بصوت عال؛ إذ كان ينبغي إعدادهم للحقيقة القائلة بأن العقبة التي تم استعراضها في التقديم كانت مسلية.

ولكن لاحظ العناصر الأساسية؛ إذ أخبر بأني:

قانوني.. أمارس العمل الجنائي.. ليس لدى ميل لأن أكون صارماً أو متجهماً.

ولاحظ أيضًا الكلمات المكتوبة توضح أى الكلمات التى أود من المقدم أن يركز عليها ويؤكددها.. لقد قمت بطباعة هاتين الكلمتين على بطاقتين من البلاستيك، بحجم طباعى بارز.. وقد ألححت - بمنتهى اللطف والأدب - على المقدم بضرورة إجراء بروفة على تقديمه للمقدمة أمامى، كما أصرت على شيئين إضافيين آخرين، هما:

أن يتم التأكد من أن النسخة التى تم الموافقة عليها هي نسخة طبق الأصل من النسخة التى سيتم عرضها أمام الجمهور.

ألا يقول الحضور: « هذه هي المقدمة التى أصر جراهام على ضرورة عدم قراءتها قبل العرض ».

إن معظم المقدمين الذين يفتقرون إلى الخبرة، لا يفهمون أن هذا ببساطة يغال أى فرصة سانحة للحصول على ضحكات أو ابتسامات.

التقديم جلوساً:

إنه لأمر أكثر صعوبة أن تقدم عرضك بطريقة آسرة، وأنت جالس، كمقابل لتقديمك العرض وقوفاً. إن الأثر الدقيق (الحاسم) للوقوف في أنه يتضمن قدرًا معينًا من الهيبة والسلطة والتحكم. وهذا غالبًا ما يعود - في أصوله - إلى أيامنا الدراسية الأولى؛ حيث أمضينا اثني عشر عامًا أو ما تعودناه من الجلوس والاستماع إلى أشخاص، والذين نفترض فيهم - دائمًا - أنهم يعرفون دائمًا أكثر مما نعرف نحن في ذلك الوقت.

وعلى أية حال، إذا كان هناك أربعة أشخاص أو أقل أمامك، يقفون ليقدموا لهم أو يعبروا عن مشاعرهم.. حسنًا، فإن ذلك أمر غريب.. إذ إن عملية التواصل آنذاك تتوقف عن كونها عملية.

وكنتيجة لسنوات عديدة من العروض المتنوعة بين الجلوس والوقوف، فإنني أشعر بأن خمسة أشخاص هي الحد الأدنى من الكتلة الحرجة لأداء العرض وقوفاً. وفي الحقيقة،

فإنني أو من يبقين بأنه عليك - تحديداً - أن تقف إذا كنت في أداء عرض، تواجه فيه خمسة أفراد أو أكثر... ما لم تكن هناك ظروف نوعية خاصة تمنعك من القيام بذلك.

وعلى سبيل المثال، وربما يكون ثمة نوع من الاتفاق الصارم خلال شركتك أو صناعتك على أن يجلس الجميع في اجتماعات مجلس الإدارة أو أية أنواع أخرى من اللقاءات.. حتى إذا كنت مشبعاً تماماً بتقنية « عقلة الإصبع المجردة »، فإنني لا أقترح بالفعل أن تنتهك قاعدة غير متطوقة مثل تلك (الاتفاق على الجلوس في الاجتماعات - المترجم)؛ إذ قد يتم تطبيقها - على أغلب الأحوال - لفترة مؤقتة. وقد يأتي قرار تقديم العرض - ووقفاً - متعارضاً بصورة غير مناسبة لدرجة اعتباره تصرفاً متخطئاً أكثر من كونه تصرفاً حازماً.

إن معظم المواقف التي تناولها هذا الفصل، ستتضمن في الغالب التقديم من وضعية الجلوس.

ترتيب أنماط الجلوس:

الخطوط البصرية تعتبر عاملاً حاسماً في موقف العرض جلوساً.. وأوصيك بأن تبادر بمخاطرة ترتيب الأشخاص الحاضرين بلطف ورقة، حيثما تريد أن يجلسوا؛ لاسيما إذا كانوا عملاء مهمين بالنسبة لك في مؤسستك أو منشأتك. إنك بحاجة إلى مواجهة الأفراد الحاسمين بالنسبة لك.. حتى إذا كان الأمر يعني لك السؤال عما يمكنهم أن يتحركوا وفي أى اتجاه.. وإنه لمن الصعب للغاية أن تقنع شخصاً ما لا يمكنك أن تراه إلا عندما تستدير بجسدك وتلف برأسك؛ لكي تتمكن من حدوث تلك الرؤية بالعين مباشرة.

كيفية أداء العرض أثناء الجلوس:

نقدم لك فيما يلي المكونات الرئيسية لتقديم العرض المؤثر جلوساً:
قم بإقناع نفسك بأنك تؤدي كما لو كنت واقفاً، حتى إذا كان ردفاك يدعيان جلوسك أكثر من قدميك.

سوف تسمح لك النزعة العقلية بأن تقوم بتجميع سلطة (هيبة) الوقوف من وضعية الجلوس.. ومن ثم، ينبغي عليك أن تهدف:

التحدث مع التواجد المكثف في حفلة العشاء للإشراك واندماج الجميع، كما تم وصفه في الفصل التاسع.

تأكد من أن معدل صوتك أعلى بنسبة 5٪ أعلى من المحادثة العادية.

اجلس باعتدال للتأكد من أن ارتفاعك بين الجالسين قد وصل إلى أعلى حد ممكن.

قم بتدوير رأسك بصورة سلسلة، تجعلك قادرًا على التواصل لمن يجلسون بجوارك بالدرجة نفسها التي تتواصل بها مع الجالسين أمامك.

ضع يديك باسترخاء أمامك على المائدة، بما يجعلها قادرتين على التحرك بانسيابية للتعبير عما تقوله أثناء العرض.

إن هذه التقنيات سوف تمنحك تحكمًا (هيبة) لافتة على أى شخص آخر يجلس في الغرفة، دون الوقوف بطريقة تؤذيك..

عروض الفريق

تعتبر عروض الفريق وحوشًا غير عملية (غير مروضة)؛ إذ إنها سرعان ما تخرج عن السيطرة، إذا لم يكن إعدادك للمحتوى وتدريبك العكسي على الأداء محكمًا للغاية.

لقد استخدمت عبارة « عرض الفريق » لأشير إلى الموقف، الذى يكون فيه عارضان أو أكثر ممن يتحدثون معًا لتحقيق هدف مشترك. وعلى سبيل المثال.. فإن مديرًا تنفيذيًا ومتخصصًا في المبيعات ومديرًا متخصصًا في التحويل يمكن أن يتصرفوا كفريق متناغم، عندما تحاول شركتهم إقناع مانح حكومى بأن يتلقى خدماتهم.

إن المشكلة الرئيسة هي أن لدى هذا الفريق معدلًا ضخماً للغاية من المعلومات، التي يمكنهم أن يضمنوها، ولكنها - ببساطة - تفتقر إلى الوقت الكافي لتقديمها أو عرضها على الجمهور؛ إذ إن الفترة التي يمكنهم التجمع لعرض هذه المعلومات لا تتجاوز النصف

ساعة في اليوم، بينما الشركة المستهدفة لديها التزام برؤية سلع شركات أخرى متقدمة بعروضها، في محاولة منها لتحقيق الهدف نفسه.

ومن المهم أن يفهم كل فرد المطلوب وأن يركز كل منهم على أدواره النوعية، وألا يغيب عن بالهم - في الوقت نفسه - ضرورة التركيز على وضعية الإنهاء الإجمالية المرغوبة.. وأحسن طريقة للقيام بذلك هي تبنى تتابع صارم للأحداث، يستخدم تقنية « عقلة الإصبع المجردة » في كل مرحلة من مراحل التنفيذ. إن استخدام المثال الوارد - فيما سبق - عن إدارة التحويل، يجعلنا نتوصل فيما يلي إلى استنتاج ما يجب أن يحدث:

عين قائداً.. يعتبر المدير التنفيذي الفعال الاختيار - الواضح في هذا المثال، على الرغم من أن هؤلاء المديرين غالباً ما يكون أحدهم عضواً بالفريق الذى سيمضى أقل وقتاً في التقديم الفعلى طوال اليوم.. ويكمن الجزء الأكثر رسمية من دورهم في قيامهم بإعطاء مقدمة عامة، بما يجعلهم قادرين على استخدام المادة التدريبية التى تتناسب قدراتهم المهنية. وهناك عدة أساليب متنوعة، يمكن للمؤسسة القيام بوصفها في بداية أداء فريق من هذا النمط، بما يجعلهم قادرين على صقل ملاحظاتهم أو تعليقاتهم الأساسية في المناسبات السابقة.

إن العمل الرئيسي للقائد هو أن ينسق عملية إعداد المحتوى ولوجستيات المكان والأداء الإجمالى اليومى. وفي كل مرحلة، فإن عليهم الاحتفاظ بمراجعة دقيقة لما تم عمله، ولما يزال ينبغي القيام به.

اعقد جلسة عصف ذهني... أيًا كانت طبيعة الشخص القائم بعمليات العصف الذهني خلال عمليات التقييم، فإن عليه متابعة أحدث المعلومات المتوفرة - لدى الفريق - عن العميل المستهدف. كما يمكنهم كذلك استخدام هذه المعلومات في عملية « تحليل ستكون موجزة للغاية، كما أنها تتسم بمصداقية عالية لدى المانحين الحكوميين، وهم ذوو خبرات إدارية متميزة، ولكن في افتقار واضح إلى خبرات مالية متميزة أو نوعية ».

إن وضعية الاختتام (الإنهاء) المرغوبة سيكون من السهل تقريرها: في نهاية العرض، فإنهم يرغبون من الجمهور في أن يحدد أن تلك المنظمة هي الاختيار الأفضل لأن تدير المنح التي يقدمونها.

ويمكن أن يتم تعريف وضعية الاختتام، التي سيقدمها كل عارض - من الفريق - للجمهور من أمناء تقديم المنح الحكومية على النحو التالي:

- قائد فريق.. أى إن الجمهور (أمناء تقديم التمويل) لديه فكرة واضحة عن مكان المؤسسة وموقفها في السوق.
- مدير تنفيذي مبيعات.. أى إن الجمهور يشعر بأن لدى المؤسسة بنية تحتية سليمة لدعم احتياجاتهم.
- متخصص في إدارة التمويل: أى إن فريقهم مؤهل بصورة متميزة للغاية في استثمار أموال العميل في السوق الآسيوى.

وبانتهاء هذا اللقاء (الاجتماع) المبدئى، فإنه يتحتم على كل اللاعبين (المشاركين) الاتفاق على صيغة محترمة مقبولة من « العبارة المركزة » (أيقونة العرض) لكل جزء متفرد قائم بذاته من مفردات العرض الذى سيقومون به.

ضرورة كتابة ذلك.. على المشاركين أن يبدعوا نصوصهم المختلفة بالخط الأساسى، وأن يرسلوا تلك النصوص عبر رسائل إلكترونية لبعضهم البعض؛ من أجل إبداء الملاحظات والتعليقات وتبادلها بهدف الوصول إلى اتفاق مشترك على هذه النصوص. إن كلمة «إبداع» غالباً ليست دقيقة تماماً في هذا السياق. وسيكون على كل لاعب (مشارك) أن يعد نفسه - مسبقاً - لتكوين تقديم معيارى نسبياً، يمكن تجهيزه وإعداده ليكون ملائماً ومتسقاً مع العميل المحدد والمستهدف.

سوف أشجع هذه الممارسة بالتأكيد. ورغم أنى مناصر للإعداد المكثف والدقيق للعروض وضرورة إيفائها للاحتياجات التي يطلبها الجمهور - فإنني أوافق على أن هناك

قيمة هائلة في استخدام مادة إحصائية معدة بحرص شديد، والتي تم استخدامها وصقلها في مواقف عرض من قبل.

التدريب العكسي لأداء الفريق.. يجب على كل أفراد الفريق إجبار أنفسهم على القيام بتدريب عكسي أمام بعضهم البعض، حتى إذا تسبب ذلك في إحراج البعض، أو استنفذ وقتاً، قد يفضلون قضاءه في أداء أشياء أخرى.

سألت ذات مرة أعضاء فريق عرض: إلى أى مدى يقوم الفريق بتدريب عكسي، قبل قيامهم بالحدث الرئيسي، فأجابني قائدهم قائلاً: "حسناً، إن ذلك الأمر يعتمد على قدر المسافة التي يقطعها التاكسي في الاستجابة لطلب عميل ما". (يقصد المؤلف أن ذلك الأمر يراه الفريق ثانوياً أو هامشياً للغاية بما يساوى تلك الفترة الزمنية البسيطة - المترجم).

ومن ثم، فإنني أقترح أن ساعة من التدريب العكسي هي استثمار منطقي مبرر للوقت، عند محاولة جذب أعمال تبلغ قيمتها عدة ملايين من الجنيهات. وعلى كل لاعب (عضو) في هذا الفريق أن يحصل على فرصة؛ ليتأكد مما سيقوله، ومدى تتناغم ذلك مع أداء بقية أفراد الفريق.

أثناء اليوم.. أثناء الأداء الفعلي في أثناء اليوم.. فإن على كل عضو - من الفريق - أن يتذكر أنه بالفعل في قلب الحدث طوال اليوم، حتى في الأوقات التي لا يتحدثون فيها.. وعندما يتحدث أحد أعضاء الفريق، فإن على بقية الفريق أن يتأكدوا من أنهم في موضع رؤية من قبل آخرين؛ لكي يحافظوا على تركيزهم وانتباههم، بدلاً من التجوال المشتت لانتباههم وانتباه الآخرين. وبصورة مثالية، فإن عليهم أن يظهروا بصورة مبهرة أمام جمهورهم، مثلما يتمنون من جمهورهم أن يظهر كذلك أمامهم.

ويجب على قائد الفريق أن يقوم بدور الرابط أو الصلة بين الجمهور وبقية الفريق.. إنه عضو في فريق، يتعين عليه أن يكون - مع بقية الفريق - أكثر حساسية لتواصل

الجمهور وردود أفعاله، بدوام عملية العرض واستمرارها.. كما يجب أن تكون لديه معرفة كافية جيدة بمحتوى كل عرض فردى، بما يجعلهم قادرين - فوراً - وبشفافية ووضوح على اقتراح تغيير ما في الاتجاه، إذا استلزم الأمر ذلك. ويمكن أن يكون القائد أيضاً هو ذلك الشخص الذى يمكنه أن يقرر أي أعضاء فريقه يمكنه الإجابة عن سؤال نوعى خاص، يطرح على الفريق من جهة ما.

إجابة الأسئلة... مرة أخرى!

في عدة نطاقات متميزة مختلفة، فإن المواقف المتبقية في هذا الفصل كلها تتضمن إجابة الأسئلة... ومعظم الناس يمكنهم أن يكونوا بأقصى درجات الاسترخاء في توجيههم نحو هذه المواقف. حتى بالنسبة للمؤددين الأكثر خبرة وإنجازاً، الذين يعدون أنفسهم بشكل جيد وتام، خلال أدائهم الرسمى، فإن لديهم ميلاً واضحاً لاستخدام تقنية « السؤال والجواب »، وهى تقنية يمكن أن تقضى إلى تأثير إيجابي في الأداء المهني والإيفاء الشرى بالمهام المطلوبة في عرض، يستبعد تماماً احتمال حدوث استجابات عكسية أو غير مرغوبة أو إصدار إحكام غير واقعية.

وبرشاقة، فإن كل محادثة تقوم بها سوف تتضمن إجابة الأسئلة... ولست أقترح أنك ستلجأ إلى تقنية « عقله الإصبع المجردة » عندما يطرح عليك صديق لك سؤالاً عن الوقت أو سؤالاً عن الكيفية (الأحوال) التى كان بها يومك.. لأن تلك تعد مواقف طبيعية.. ولكن الأمر، أنى مجرد راغب فى أن أموالك بالعتاد اللازم لأن تكون أكثر نشاطاً وقوة فى المواقف التى يحتمل فيها مواجهة ضغوط ما.

الموقف الذى يحتمل حدوث ضغوط فيه، هو الموقف الذى يمكن أن تكون فيه الإجابة عن كل سؤال ذات أثر متميز على النتيجة الإجمالية التى ترغب فى تحقيقها لدى جمهورك.

فعلى سبيل المثال:

- في نهاية عرض رسمي (كما تمت تغطيته في الفصل العاشر).
- عندما يكون لديك مقترح مكتوب، تود طرحه، ولديك احتياجات يتحتم تلقيها لتوضيح القضايا الناجمة عن تلك الاحتياجات.
- محاورات شخصية على منصة العرض.
- المناقشات المنعقدة على موائد، وحسب جداول.
- لقاءات ومحاورات إعلامية.

إن القائمة السابقة لا تعنى كونها قائمة مجهدة.. بل إنني واثق من أن ثمة دقائق محدودة للتفكير سوف تظل تذكرك بمناسبات متعددة، حين ترتد إليك الذاكرة لاستجابة غير مرضية إما بنفسك أو من قبل شخص آخر أيضًا. وفيما يلي قائمة من المشكلات النمطية، التي أخبرني بها عديد من العملاء:

- « أعرف موضوعي بشكل جيد للغاية، ولكني لا أستطيع الوصول إلى الكلمات الافتتاحية التي سينطق بها فمي ».
- « لقد حاولت أن أقول الكثير جدًا، وأنا أرى عيون الجميع وهي تحملق في ».
- « أعتقد أنني قد أجبت عن السؤال بشكل رائع، ولكن كل ما في الأمر، أنني لا أستطيع معرفة كيف أتوقف ».

إن استخدام مزيج من الإعداد الأنبوبي (انظر الشكل الموجز للنمط الأنبوبي)، وكذلك الصيغة FIR الثلاثية: « واجهها ثم حللها ثم بلورها »، وأيضًا الصيغة الثلاثية FIR ل: « توقف - أصقل.. وأصقل »، كما ورد تحليل ذلك في الفصل الحادي عشر.. ذلك المزيج وحده كفيل بمواجهة كل هذه المشكلات.

محاورات (لقاءات) على منصة العرض

مؤتمرات المحاورات (المناظرات) على خشبة المسرح أو منصة العرض هي عروض تعاونية سلسلة الأداء، يميل إليها معظم منفذى العروض؛ لأنهم يعتقدون أنهم - أثناءها -

لا يحتاجون فيها إلى إعداد.. كما أن منظّمى العروض يحبونها لأنها ترضى هوسهم للتواصل أكثر من كونها عرضاً رسمياً.. إنني أقبل فكرة أن المؤتمرات (اللقاءات) تتكون من تيار متواصل التدفق من شرائح من موضوعات التحدث الرئيسية الداعمة للقاء.. ومن ثم يكون أمراً مملاً للغاية. وعلى أية حال، فإنه إذا لم يتم أداء ذلك بصورة جيدة، فإن الحوار أو اللقاء على منصة العرض يمكن أن يأخذ الجمهور - مثلاً - إلى أفق جديد.

تكمن المشكلة في أن المحادثات ليست مصممة لأن تحدث أمام الآخرين. وفي حالة حوار عادى بين شخص وآخر، فإن كل طرف من طرفي الحوار يوظف مفرداته من أجل تواصل الحوار مع الطرف الآخر.. وبصورة صحيحة يرتضيها الطرفان.

إذا كنت بصدد عقد حوار أو مقابلة مع أحد أمام أى جمهور، فإنه ينبغي عليك أن تتذكر طوال الوقت أنها ليست دردشة.. بل إنها لقاء. وهذه النصيحة هي صالحة أيضاً بالنسبة للجمهور الإذاعي والجمهور التلفزيونى.

وتحت العنوانين الكبيرين التاليين، فإنني سوف أناقش الكيفية، التى يمكن بها إعداد سيناريوهين نمطيين، قبل الذهاب إلى التعامل مع القضايا والاحتياجات العامة لدى الجمهور.

الإعداد المسبق:

إن السبب الأكثر قبولاً لكونك مدعوًا إلى حوار أو لقاء على منصة العرض، يكمن في أن لديك منطقة خاصة من المعرفة أو الخبرة التى تعتبر ضرورية لدى شخص ما، ينبغي عليه الاستماع إليها، سواء جزءاً من جمهور، أو بشكل منفرد.. ومن المحتمل أن يتكون الجمهور من الزملاء والمعاصرين حتى في شركتك أو من مجموعة أكثر تنوعاً من حيث الحدث الصناعى الذى يرتبط به العرض.

سوف يتم غالباً إخبارك بأنه سيكون لديك قدر معقول من الوقت على المنصة (لا يقل هذا الوقت غالباً عن 15 دقيقة). كما أنه سيكون عليك غالباً أن تعمل مع مقدم أو

محاور محترف؛ إذ سيقوم بتقديمك من خلال موجز مركز، يكون بمثابة المعلومات الأساسية التي ينبغي على الجمهور أن يعرفها عنك.

حتى مع افتراض وجود خبرة أكبر لدى الشخص الآخر في هذا الموقف، فإنه لا يزال عليك حتمًا أن تحصل أو تنتزع منه على مزيد من التحكم في الحدث قدر ما تستطيع.

عليك بالمضى قدمًا في تقنية «الإعداد ذات الخط الأنبوبي»، كما لو كنت بالضبط تعد عرضًا أو تقديمًا رسميًا.. ولكن بمجرد أن تقرر «عناصرك الأساسية»، فلا تضايق نفسك بتدوين «نص الخط الأساسي».. وبدلاً من ذلك، عليك أن تقوم بعمل مسودة من عبارات محورية محدودة.

عندئذٍ، قم بمخاطبة المحاور أو المقدم هاتفياً وأخبره بالقائمة التي أعدتها عن «العناصر الأساسية»، مقترحًا بحزم أن هذه العظام تكون العمود الفقري لموضوع العرض - سوف يسعد أي مقدم محترف بذلك الخبر؛ إذ إنك قمت بمعظم العمل المطلوب منه، نيابة عنه.. صدقني لن يشعر بأقل درجة من الاستياء لذلك.. لقد أدت دور المحاور في عديد من المناسبات والأحداث، ومع عدد محدود للغاية من الأفراد، من الذين عملت معهم على منصة العرض، في إثبات واضح لمدى جدية هذه اللقاءات التي قمت بها، سواء فيما يتصل بالأحداث أو الأشخاص.. وكان هناك دائمًا أولئك الذين يتميز أداؤهم طوال اليوم.

إن الاعتماد على الألفة التي تبنيها مع المقدم، يمكنك الذهاب إلى إمكانية اقتراح الكلمات المضبوطة للأسئلة المحتملة. وهذا المدخل يزيد من مخاطرة إزالة أو غياب التلقائية من المحاور.. ولكنني لا أحفل بذلك كثيرًا.. فالتلقائية غالبًا ما تكون ذات معدل أو تقرير مبالغ فيه.

ستكون هناك احتمالية في تخصيص بعض الوقت للتدريب العكسي في مكان الحدث للمقدم. كل ما عليك أن تتأكد من أن تدريبك العكسي يبدو - بوضوح - تلقائيًا..

استمع بعناية إلى أية توجيهات، يمكن أن يعطيها لك المقدم أثناء قيامك بهذا التدريب؛ إذ إن من ضمن اهتماماته التي ينشغل بها، هو أن تبدو بمظهر جيد.

ما الإعداد الذي يجب تجنبه:

يمكن أن تكون شخصًا جريئًا بدرجة كافية لأن تدفع هؤلاء المقدمين أنفسهم داخل محاوره علنية، لم يتم التدريب العكسي عليها بأى صورة من قبل... وربما يحدث ذلك لأنك تتمتع بحس سياسى، أو لأنك - بصفة خاصة - مدير تنفيذي يثق في نفسه، أو أن المنظم السادى (الذى يستمتع بتعذيب الآخرين - المترجم) يعتقد أنه سيكون من الممتع أكثر أن يعطيك أية ملاحظة عن الأسئلة.

وبغض النظر عن ذلك، فأنت لازلت تعلم الموضوع الذى يحتمل فيه أن تُسأل عنه؛ لذا يجب عليك الأداء من خلال تقنية « النمط الأنبوي » كما حدث من قبل.. كما يتحتم عليك أن تتأكد من أن لديك بعض عبارات الإعداد الجيد الصقل عن بعض الموضوعات المقبولة. تذكر أن تقوم بالإعداد لكل من الأسئلة الصعبة والسهلة (انظر الفصل العاشر).. وضع في اعتبارك أن هناك بعض الأحيان التى تولد فيها الأسئلة الهائلة والمهمة إجابات سخيفة أو حمقاء.

الإيفاء باحتياجات الجمهور على المنصة..

ربما تكون أكثر ميلاً للجلوس، وأنت على المنصة.. والعتاد المقدم هنا من أجل هذا العرض غالباً ما يكون غير مناسب بشكل كوميدي:

الكنبة المريحة.. وهى مخصصة لعدم تشجيعك على الجلوس باعتدال (أى إنها تساعدك على الاسترخاء... وغالباً ما يكون ردفاك هما المشكلة مقارنة بحال ركبتك.

مقعد الكافيتريا المدرسية.. والذى أصبح علامة مميزة لكل الأحداث والمناسبات ذات التكلفة المحدودة أو الميزانية المتواضعة، تلك المناسبات التى تجعل أن تكون جزءاً

منها.. وهذا النوع من المقاعد منتصب الظهر، غير جذاب المظهر، وغالبًا ما يستحيل معه أن تشعر بالراحة... وغالبًا كذلك ما يكون لونه برتقاليًا.

كرسى بلا ظهر.. هو شيء بالتأكيد لا يمكنك أن تشعر معه بالتوازن أو القدرة على الاحتفاظ به أو تشعر كذلك بالإعتزال، لاسيما إذا كان الجالس عليه يرتدى جونلة.

كرسى جيمس بوند الإيطالي الدوّار.. وهو في الغالب من أكثر الاختيارات قبولاً وكفاءة وتأثيرًا.. ولكن كن على إدراك بمدى السهولة التي يمكن أن يستدير بها هذا المقعد أثناء ركوبك طائرة هليكوبتر (يقصد المؤلف أنك في حالة جلوسك على مقعد من هذه النوعية، يجب عليك أن تتنبه للحركات المندفعة السريعة التي قد تعرضك للخطر - المترجم).

وأيًا ما يكن من أمر شكل الجلوس الذي سيمدونك به، فإنه من المقبول أن يكون جلوسك في مكان بزواية مائلة في مواجهة المنصة.. فمثلاً لا تواجه مباشرة الجمهور الجالس أمامك.. اجعل الأمر بزواية مائلة؛ إذ يجلس المحاور على نقطة مائلة لنقطة جلوسك على الجانب المقابل في منطقة تسمح بوجود مسافة كافية بينكما.

اجلس معتدلاً، واجعل عمودك الفقري يلمس برقة مؤخرة (ظهر) المقعد.. وأنا لا أقصد الاعتدال المتصلب.. ولكنني أقصد ذلك الاعتدال المصحوب بدرجة انحناء خفيفة للأمام في قبالة المقدم / المحاور.. ضع يديك مسترختين، متلامستين مع بعضهما دون أن تشابكا مع بعضهما البعض.. لا تجعل قدميك متصالبتين بشبههما مع بعضهما البعض.. سوف تجد أنه كلما زادت وضعيتك وجلوسك راحة بالنسبة لقدميك، فإنه بإمكانك أن تجعل إحدهما متقدمة قليلاً على الأخرى، كما لو كنت على أهبة الاستعداد للوقوف.

في كل الأوقات، يجب أن تتظاهر لنفسك بأنك تؤدي العرض واقفًا.. كما لو أن المقعد الذي خصص لك يشغله شخص آخر غريب، أو أن هذا المقعد قد جلبه أحد ما في حادث ما لاصلة لك به.. هذه النزعة العقلية ستجعلك قادرًا على أن تجرى الأمر

(المحاورة) دون أن يرتبط في ذهنك بأنه مجرد «دردشة» أو «مسامرة» أو «تجاذب أطراف حديث».

كما استمعت واستجبت إلى أسئلة المقدم، فكر في الصيغتين الثلاثيتين: (واجهها وصوِّرها ولخصها)، و (قلها ودعّمها وأغلق فمك بعدها) (لا حظ أنه تم تحليل هاتين الصيغتين بالتفصيل في الفصل الحادي عشر - المترجم).. وبمجرد أن تقوم بإبداء الجملة الأولى من إجابتك الأولى، فعليك أن تنظر مباشرة إلى أعماق عيني المحاور، مثلما تفعل في محادثة عادية.. ثم يتعين عليك أن تقوم بتنفيذ عرض غير طبيعي مناوور إلى حد بعيد.. شيء ما يكفل لك ضمان النجاح في حوار على منصة العرض:

قم بقطع التواصل البصرى مع المحاور واستدر برأسك وجسدك، بما يجعلك الآن تتحدث مباشرة إلى جمهور الحاضرين.

لا تحتفظ برأسك في وضعية واحدة، واستدر برأسك بما يجعلك قادرًا على تحقيق تواصل بصرى مكثف مع قطاعات مختلفة مع الجمهور بالطريقة نفسها التي كنت ستؤدى بها عرضًا ما، وأنت واقف.. تذكر أن المحاور هو - أيضًا - أحد أفراد جمهورك، ومن ثم عليك أن تدرجه أيضًا في ذلك التواصل البصرى المكثف.

عندما تقوم بأداء جملتك الأخيرة، تأكد من أن تواصلك البصرى الأخير مع نظرتك الخلفية للمحاور.. ومن ثم، يمكنك القيام باختتام الحدث بالأسلوب نفسه الذى بدأت به الحدث.

إن هذه التقنية سوف تجعلك تشعر بإحراج فعلى، وستجعلك بالفعل وقحًا (فظًا) عندما تجربها لأول مرة.. ولكنها الوسيلة الوحيدة المتاحة لأن تجعلك متأكدًا من أن كل الجمهور الحاضرين يمكن رسمه، داخل ما يمكن تسميته بـ « حوار مواجهة بين شخص وآخر » يمكن فيه استبعادهم من الكادر.

مناقشات محددة (يمكن التحكم بها)

هناك صيرورة تتحول إلى أن تكون أكثر شيوعاً وانتشاراً في كلا الأمرين: لقاءات الأعمال التجارية، واللقاءات السياسية.. وكلاهما يتناسبان مع الاتجاه الحالي لهذا النوع من الأحداث؛ لأن يكون نشطاً قدر الإمكان، أكثر من كونه مجرد تتابع لمجموعة أحداث فردية.

وبصورة نمطية، فإن المناقشة المحددة سوف تتضمن ثلاثة أو أربعة أشخاص، يجلسون خلف مائدة ما، مع وسيط أو رئيس جلسة، سواء وقوفاً أو جلوساً في جزء آخر من منصة العرض.. إذ سيقوم الوسيط بتحضير الموضوع المستهدف، ثم يوجه إلى كل منسق من مجموعة منسقى المناقشة - بدوره - لعرض وجهة نظره.

وبقدر من الأسف، فإن هناك ميلاً وقابلية لحث المنسقين على التحدث، في شكل، يجعل تلك الصيغة من النقاش تفضي إلى كثير من الاتفاق، بدلاً من التوصل - في نهاية الأمر - إلى مناظرة وجدال حي مباشر.. وغالباً ما يميل الرأي إلى سماع منسقى المناقشة يقولون:

« بطبيعة الحال، أنا أتفق مع جون.. واسمحوا لي بأن أعيد التأكيد على شيء ما، قد قلته بالفعل بخصوص..... ».

إن هذا النوع من الاتجاه التوفيقى، لا يمكن - بحال من الأحوال - أن يكون أسراً أو مثيراً للإعجاب.

ثمة مشكلة أخرى ترتبط بأن المشاركين يرون مساهمة المنسقين للمناقشة كاختيار أكثر جاذبية، أبعد بكثير من رؤيته مجرد عمل عرض رسمى؛ لأنهم لا يعتقدون أنه ينبغي عليهم كثير من الإعداد أو أنهم يحتاجون إليه بالفعل.

إذا أردت أن تجعل لتقنية « عقلة الإصبع المجردة » تأثيراً عندما تظهر في عرض محدد (مسبقاً) عليك باتباع هذه الصيغة: تحكّم ثم تميز ثم قم بالتسليم (الأداء).

قم بالتحكم من خلال اتخاذ قرار بتحديد نمط الأسئلة التي يتعين - بالفعل - أن توجه إليك فيما يتعلق بنطاق خبرتك.. الواضح منها بشدة وغير الواضح بشدة.. كما يتعين عليك أن تكتشف الصعب من هذه الأسئلة والسهل منها أيضًا.. ضع قائمة بالمساعدة التي قد تحتاجها من زملائك ذوي المعرفة المتميزة في الموضوع الذي تنوى تقديم العرض فيه.

أجر اتصالات فيما يسبق الحدث (العرض) مع الوسيط، واقترح تلك الأسئلة ونوعيتها كمجالات يقوم هو بالتحري والاستقصاء عنها.. عليك اكتشاف المجالات الأخرى، التي يبدو وبقوة أنها ذات اهتمام وصلته بموضوعك.. سوف يستعين الوسيط بكونك استباقياً نشطاً فيما يتعلق بموضوعك.

من المحتمل بشدة أن يكون هؤلاء الوسطاء أكثر سعادة، عندما تبذل جهداً من أجل أن يتمايز أداؤك بنفسك. عليك أن تعرف من وسيطك، ومن منسقى المناقشات - بشكل مباشر - وجهات نظرهم ومدى انفاقها أو ميلها إلى الاتفاق مع موضوعك.. وخذ فكرة موسّعة عن وجهات نظرهم تلك، والتي يحتمل بشدة أن تعبر عن موضوعاتهم في الوقت نفسه.

وعندئذ، يمكنك أن تتأكد من أن الذى ستعرضه مختلف بالفعل.

قم بالأداء (التسليم)..

من خلال استخدام مزج للصيغتين الثلاثيتين - اللتين سبق ذكرهما في الفصل الحادى عشر - بالإضافة إلى صيغة توقّف / أصقل (التي نوقشت بالتفصيل كذلك في الفصل الحادى عشر).. من المحتمل أن يكون هناك موضوع فرعى خاص، مثل (كما في حالة) أنك ترغب بشدة في أن تبدو مهماً، وأن تكون كذلك هدفاً محورياً لاهتمام جمهورك، بما يجعلك تقرر أن تبذل عرضاً كاملاً، مع الصقل اللازم له، والعناصر الأساسية المكونة له، والجملة الأيقونة المركزة (والتي غالباً ما تأتي في الاختتام أو وضعية الإنهاء -

المترجم).. ورغم أنه يتحتم عليك أنذاك أن تتأكد أنك - في كل مرة تتحدث فيها - لن يزيد حديثك المتواصل مطلقاً عن 90 ثانية (دقيقة ونصف).

إنني لا أقترح أن يتتابك الضيق بخصوص ذلك التحديد القطعي للوقت.. ولكن ما أنوه إليه بشدة أن تكون قادرًا على التميز في: نفسك وأدائك وأسئلتك، بطريقة تجعلها مفيدة للغاية لطرفين مهمين للغاية، هما: جمهورك وسمعتك.

اللقاءات الإعلامية:

رغم حضوري للقاءات حوارية عديدة في التلفزيون والإذاعة، فإنني لا أعتبر نفسي خبيرًا في هذا النوع من اللقاءات الحوارية الإعلامية، والتي لا زالت؛ بالنسبة لي حلبة، لم أزل فيها متعلمًا أقرب من كوني معلمًا.. وكل ما أود هو أن أشاركك أكثر الأشياء أهمية، والتي تعلمتها من خلال تجاربي وخبرتي.

لا تسترخ أبدًا.. ما لم تكن صاحب شخصية عامة ذات قدر معروف، فإن المحاورة أو اللقاء الإعلامي سوف يدوم لفترة أقل من أربع دقائق، وسيكون فقط من ثلاثة أو أربعة أسئلة.

قم بإعداد ثلاث أو أربع عبارات قاتلة.. قبل عقد اللقاء أو الحوار، قم بكتابة عبارات تتصل بموضوعك، وتشعر بيقين أنها عبارات قاتلة (صادمة أو أسرة) بدرجة تكفي للمشاهد أو المستمع لأن يجبر الآخرين عنها.. كن مصممًا على الحصول على واحدة أو اثنتين من هذه العبارات وتضمينها داخل إحدى إجاباتك.. لا يهم أين ستضعها بقدر ما يهم أن تذكرها.

قم بتشغيل العبارة المركزة (الأيقونة).. والتي ستضمينها - بالقطع.. في إجابتك الأولى، في حالة ما إذا كان اللقاء / المحاورة تم اختصارها لأسباب خارجة عن سيطرتك. وتذكر أن السؤال الأول عادة ما يكون السؤال الذي يمنحك بعدها أقصى مدى ممكن من حرية الأداء.

كن محددًا بشكل خاص فيما يتصل بالأسلوب الذى تنهى به.. أى الاختتام المصقول والبارع لكل إجابة، وهذا ينسحب كذلك على مدى هيبتك (قدرتك على التحكم) في الحوار / اللقاء الإذاعى والتليفزيونى.

كن صارمًا أكثر قليلًا مما تعتقد أن لديك من الصرامة.. أى يتعين عليك أن تعد نفسك لأن يكون أداؤك سريعًا وصارمًا، مقسمًا على شرائح زمنية تبلغ فترة كل منها ثلاث دقائق... وتذكر أنه من السهل جدًا أن تقطب جبينك، دلالة على عبوسك، وأن تغير نبرة صوتك بما يدل على ذلك ما لم تكن مضطرًا إلى بذل جهد نوعى للقيام بذلك (أى لا تلجأ إلى العبوس أو التقطيب في الوجه أو تغيير نغمة الصوت ما لم يكن هناك سبب قهرى، يدفعك إلى ذلك - المترجم).

إن موضوع اللقاءات الحوارية الإعلامية، تمت تغطيته باستقاضة في دليل الجيب للمدرب الإعلامى، مؤلفه آلان ستيفنز (سلسلة كيف الوصول إلى الكتب، 2015).

اللقاءات والمؤتمرات الهاتفية..

هناك نمطان من اللقاءات / المؤتمرات الهاتفية.. النوع الأول منها عندما يكون هناك شخص واحد فقط على الطرف الآخر من التليفون، والنوع الثانى هو عندما يكون هناك شخصان أو ثلاثة أشخاص على الطرف الآخر من التليفون.

والصفة الأكثر تمييزًا لهذين النوعين من اللقاءات، مقارنة بكل الأنواع الأخرى من الاتصالات يكمن في أنك لا ترى جمهورك، وهذا يشكل نعمة ونقمة في آن واحد، أى يشكل ميزة وعيبًا في الوقت نفسه.

يشكل ميزة من حيث قدرتك على تدوين منظومة هائلة من الملاحظات والتعقيبات، في مواجهتك للطرف الآخر، كما يمكنك أيضًا الإشارة إلى المعلومات المدونة على شاشة الكمبيوتر، دون القلق بخصوص ذلك (عبر اشتراكك مع الطرف الآخر في الحوار التليفونى).. بينما يكمن العيب الأكبر في كونك غير قادر على استخدام أى تواصل

بصرى، يمكنك من قياس المدى المتعلق بجودة كلماتك، ومدى استقبال الطرف الآخر لهذه الكلمات.

لقاءات المواجهة الهاتفية:

متى يمكن أن تكون مكالمة تليفونية لقاءً حوارياً على الهاتف؟ من وجهة نظري، فإن الإجابة عن هذا السؤال ستكون: عندما تكون نتيجة هذه المكالمة مهمة لدرجة تكفى بالنسبة لك لأن تستعد لها مسبقاً.

وهذه واحدة من المواقف المحدودة، حين افتتاحك للمكالمة مصقولاً بشكل رائع، ومفيداً لك بصورة كبيرة لأن يكون محاولة لإعداد أجندة ما:

« ما الذى أرغب في عمله - في هذه المكالمة - لكى أستكشف بالضبط أين عليك أن تشعر بأن تدريبك المتواصل لايمدك بالقدر الكافى للإلغاء باحتياجاتك.. وعندها أحب أن أخبرك بالقدر القليل الذى يمكن أن يكون استشارة مفيدة لك».

وكلما استمرت المكالمة التليفونية، فإن عليك أن تحاول أن تسجل ملاحظات مركزة ومستفيضة في محاولة لتوقيع ما يمكن أن يقوله الطرف الآخر.. وهذا أمر أسهل إذا كنت تستخدم هاتفاً غير ثابت المكان (جوالاً أو متنقلاً).. كما أن هذا سوف يساعدك على المحافظة على مسارك المتعلق بما تمت تغطيته من موضوعات، وربما يعطيك - كذلك - الفرصة أن تستشهد في آرائك بالكلمات التى قالها الطرف الآخر؛ لتدعيم ما تقوله... ومع استمرار المكالمة، فيما بعد... فإنه يتعين أن يتم أداؤك بطريقة إيجابية فعالة وبنغمة سلسلة، تجعلك قادراً على السيطرة على الطرف الآخر، قبل أن يقوم هو بذلك!

وباستمرار الحوار كذلك، فإن ذلك يمنحك يقيناً بأنك قد قمت بتجميع معلومات كافية عن طبيعة الموقف حالياً لدى الطرف الآخر، بما يمنحك مؤشراً دقيقاً للتوقيت الذى يجب أن تباغت فيه الطرف الآخر بعبارتك الآسرة (الأيقونة).. تلك العبارة التى استخدمها مرات عديدة لوصف أنشطتى الاستشارية التى أقوم بها كما يلى:

« إنني واثق من أن لدينا قائمة خاصة بالعميل، ومساره، والمنهجية التي يمكن اعتبارها أفضل بالنسبة له عن أي عميل آخر يعمل في قطاع إدارة التمويل نفسها ».

وبالطبع، فإنك قد تقرر أنك لا ترغب في استخدام هذا السلاح المؤثر أثناء هذه المكالمة الخاصة؛ لأنك توصلت إلى خلاصة مؤداها أن الوقت ليس مناسباً لهذا الاستخدام.. وربما تقرر أن تقضى وقتاً أكثر في مراجعة وملاحظة معلومات الطرف الآخر، التي أدلى بها عبر المكالمة، لكي تكون عبارتك الأيقونة بإحكام أكثر دقة وملاءمة.. والتي ربما تستخدم لمكالمة أخرى فيما بعد، كوثيقة متابعة أخرى، أو لمواجهة تليفونية.

ويمكن أن يستخدم صقلك النهائي - لاختتام اللقاء - قبل عبارات الوداع، أو عبارات معبرة عن سرورك بحضور المكالمة الهاتفية.. ويجب أن يتضمن صقلك النهائي عبارة لما ينبغي عليك القيام به، أو لما تعتقد أن تكون عليه الخطوة الأخيرة.

« سوف أرسل إليك وثيقة من صفحتين، خلال 48 ساعة مضمونها إعداد خطة موجزة لمقترحاتنا العلاجية ومرفق بها مذكرة تتضمن التكاليف المتوقعة ».

هناك نوع من الكلمات التي يمكنها أن تعطي الطرف الآخر الثقة بأنه ستكون هناك نتيجة نوعية وقيمة جراء المكالمة.

منتديات (لقاءات) الهاتف الجماعية:

تتضمن هذه اللقاءات الهاتفية الجماعية بشكل حتمى عنصراً من التنافسية الشرسة؛ إذ يتعين عليك أن تحارب بصراوة وبسرعة في وقت قصير نسبياً، سيكون متاحاً لك لكي تتحدث.

في القطاع البنكي، تحدث غالباً مؤتمرات هاتفية تضم عشرين مشاركاً أو أكثر؛ إذ يدرج تليفون كل شخص منهم ضمن هاتف مركزي، يضم كل هذه الهواتف بشكل فردي.. ويحاول البنك المضيف أن يقوم بدور مدير أو رئيس المؤتمر؛ لكي يدير عملية

اللقاء.. ويتحتم آنذاك أن تكون هناك بعض الاتصالات الإلكترونية - مسبقًا - لضمان أن كل واحد من المشاركين يستوعب من يشارك معه من الهواتف الأخرى، وقت التحدث. سيقوم رئيس الجلسة/ المؤتمر غالبًا بسؤال كل مستدع للخدمة أن يعبر بإيجاز عن رأيه في القضية المطروحة في المؤتمر. ورغم الحقيقة القائلة بأن الهاتف - بديهيًا - جزء تواصلى معه يتم عبر التكنولوجيا، فإن المؤتمرات/ اللقاءات الهاتفية الجماعية تخلق بيئة يمكنها بالفعل أن تحقق هذا التواصل.. فإذا كانت هناك مناقشة جوهرية، تجاوزت حدود التواصل، فإن ذلك يشكل احتمالًا أكبر بأن المكالمة / الحوار سوف تقضى إلى تشاجر، لا يمكن لأحد أن يتوقع مده أو يسيطر عليه.

إذا أعددت نفسك حسب تقية « عقلة الإصبع المجردة »، فسوف تكون لك ميزة تنافسية مقارنة ببقية المشاركين في المؤتمر؛ إذ من المحتمل أن تكون لديهم الفرصة لأن يدونوا بعض الملاحظات المحدودة على قصاصة من الورق.. بينما تكون أنت - في هذه الأثناء - قد أعددت جملتك أو عبارتك المصغرة (الأيقونة) مدعومة أو محسنة باستخدام العناصر الأساسية وعمليات الصقل في البداية والنهاية.. (أى في الافتتاح والاختتام - المترجم) ضمن عرضك الإجمالى.. ومن المحتمل أن يستغرق هذا الأمر - على نحو مكثف - حوالى 60 ثانية أو أقل.

إن البعد الأكثر صعوبة لهذا الموقف يكون في حالة الملل التام، التى قد تنجم عن هذه اللقاءات.. إن معظم المشاركين سوف يقومون بجولة لمجرد تحديد أثر أو نتاج ما تم قوله بالفعل في المؤتمر / اللقاء. ومن ثم، يتعين عليك أن تعتاد سماع الهواتف الجواله أو المتحركة، بما يجعلك قادرًا - بشكل ثابت ومنتسق - على أن تقوم بتعديل وضبط المحتوى. وفي تلك اللحظة، فإنه حين يحين دورك للتحدث، عليك أن تكون مهتمًا لأقصى درجة بالنقطة التى ستتناولها في حديثك وبشكل احترافى مؤكد.. سوف يكون لديك ميل أكبر لأن تكون الشخص الأكثر استعدادًا والأكثر تركيزًا في اللقاء الهاتفى، والأكثر قدرة على أن تكون مفرداتك موضع تذكرو وتقدير واحترام من قبل الآخرين.

ترأس اللقاء / المحاوره:

إذا كنت المضيف الذى سترأس اللقاء / المحاوره، فسوف يتعين عليك أن تتعامل مع التحديات التالية:

- التأكد من أن كل المشاركين المتوقعين قد اشتركوا بشكل فعال، وقاموا بتعريف أو تقديم أنفسهم.
- إعداد جدول أعمال محدود والالتزام بتنفيذه.
- عمل مذكرة بكل ما قيل في الحوار، وعن طريق من.

سوف يتعين عليك أن تفعل ذلك في الوقت نفسه، الذى ستكون فيه - ذهنيًا - متاحًا لأن تستجيب للقضايا المعروضة بشكل فوري، عند إثارتها أثناء الحوار أو اللقاء. وللقيام بكل هذا، فأنت بحاجة إلى أن تكون منظمًا بشكل ملتزم فوق العادة، ولديك ثلاثة أزواج من الأيدي (يقصد المؤلف أن تكون قدرة يديك الاثنتين على العمل مضاعفة بثلاثة معدلات عما هي عليه - المترجم).. والمطلب الأخير الضرورى يمكن أدائه من خلال تكوين قوائم بالمساعدة التى يمكن تلقيها من خلال الزملاء الآخرين.. إذ يجب ان ترتبط بالمسئولية عن مراجعة الموضوعات الأساسية للحوار والتأكد من إتمامها (حسب خطة العمل المحددة)، وأن تلك الخطة تقودك في الاتجاه الصحيح الذى يتحتم على الحوار أو اللقاء أن يمضى بمقتضاه.

إن ذلك سوف يسمح لك بأن تكون قائدًا عارضًا، يمكنه أن يؤكد أو يتأكد من أن كل مشارك قد أدلى بما كان يرغب في قوله، خلال الإطار العملى المحدد للقاء أو المحاوره، والذى يتسم بالمهنية الثاقبة والمركزة.

متطلب الدقيقه الأخيرة:

إنني أتخيل كم البهجة الذى تشعر به، عندما يقول لك رئيسك في العمل - غالبًا - نتيجة أداء ما: « لقد تناولت - في مكنتي - لتوى الغداء مع المدير التنفيذى لشركة طيران

«الخطوط الجوية العالمية»، وعرض على تقريرين فوريين عن توقعات نشاط شركته.. هل يمكنك أن تمر على مكتبي في غضون ربع ساعة من الآن، وتمضي معهم عدة دقائق لتخبرهم بما تتصور أنه من الممكن أن يحدث في أوروبا عبر العام القادم».

هذا بإحكام نموذج للطلب الممثل للدقيقة الأخيرة، والذي طلبه منى أحد عملائي في مجال الاستثمار - البنكي.. لقد كانت أوروبا هي منطقته الخاصة فيما يتصل بالمعرفة اللازمة له عنها.. وكانت مشكلته أنه كانت لديه معلومات متاحة كثيرة للغاية في رأسه - ولحسن الحظ، استوعب هذا العميل توجيهاتي له، وكان يتأكد دائماً من أنه لم يذهب في مرة إلى العمل، دون أن يكون مدرباً بشكل جيد على ما سيؤديه.. لقد كان يحمل دائماً معه بطاقات مفهرسة محدودة في جيبه.. ومن ثم، ينبغي عليك أن تتأكد من أنك تحمل النموذج نفسه، متبعاً إياه بمنتهى الدقة.

لقد استخدم عميل هذه البطاقات، في مواقف الطوارئ، مثلما سأبين في السطور التالية، والتي تسمح لك. بإعداد عرض قوى ومؤثر في غضون عشر دقائق:

فكر بحرص وعناية في نوعية الجمهور الذي تعد له العرض.. ثم ابدأ في الحال في تحديد ما ترغب في قوله لهذه النوعية بمنتهى الدقة، بافتراض أن المتاح لك من الوقت لكي تفعل ذلك لا يتجاوز عشر ثوانٍ.. ولا تدع القلق ينتابك فيما يتعلق بأن الاختلاف بين العبارة الأيقونة (العبارة المركزة) ووضعية الاختتام يستغرق اصطلاحاً دقيقتين.

اكتب عبارتك الأيقونة - كاملة - على بطاقة مفهرسة من البطاقات التي تحملها معك.. إذ من الممكن أن تستخدمها في عملية الصقل الأولى التي تفتتح بها حديثك في العرض.

وعلى بطاقة مفهرسة ثانية، سجل العناوين المؤثرة لأول خمسة أشياء تقفز إلى ذهنك مباشرة، فيما يتعلق بموضوع العرض، والتي يمكنها أن تدعم عبارتك الأيقونة (التي كتبتها في النقطة السابقة) (دقيقتان).

تخير ثلاثة من العناوين الخمسة التي سجلتها في النقطة السابقة، لتضيفها عقب العبارة الأيقونة مباشرة للبطاقة المفهرسة الأولى.. ستكون تلك العناوين الثلاثة الأفضل هي العناصر الأساسية للعرض الذي ستقوم به (دقيقتان).

فكر في صقل ختامي يكون بمثابة الصدى الذي يتردد فيه صقلك الأولى (في البداية) دون تكراره لفظاً.. وقم بتدوينه في ملحوظة موجزة، أسفل البطاقة المفهرسة.. والحقيقة المهمة هي ألا تكتب الفقرة كاملة بشكل يترك لك مساحة للتخمين أو التفكير أو قدر من المناورة إذا كانت الكلمات- التي ستقولها بالفعل في الحدث الأصلي ذات نسبية ملحوظة من التلقائية والعفوية في العرض، وأنها لن تصدر بصورة رشيقة للغاية كما تأمل أنت.. إنه من الممكن أن تضطرك عملية الصقل الختامية التي تقوم بها إلى القيام بتغييرها عند أداء الحدث بالفعل (دقيقتان).

استخدام الوقت المتبقى لتتصفح البطاقة المفهرسة، مجرباً نفسك على صقل وإثراء العناصر الأساسية في ذهنك (دقيقة واحدة).

لقد سمحت بخمس دقائق من الجدول المقترح بالنسبة لك للوصول إلى مكتب رئيسك في العمل.. وعند المخاطرة بمرورك بأناس يعتقدون أنك- بشكل أو بآخر- مضطرب، حاول أن تبدى تدمرك بالتمتمة بصوت عالٍ ببعض العبارات الحاسمة أثناء طريقك إلى العرض. إن هذا يعنى أن ثلاثة من أكثر الناس أهمية في عالمك سوف يسمعون- على الأقل- بعض الكلمات التي قمت- فعلاً- بإحصائها والتي قلتها من قبل بالفعل .

من الممكن أن يكون الشكل النهائى للبطاقة المفهرسة مماثلاً للشكل التالى:

سيعرض السوق كميات هائلة من المواد المتطايرة، ولكن يمكننا أن نحقق ميزة الاختيار من بينها في:

- قلة سيولتها.
- مقاومتها الهائلة للتطاير.
- نقص تكيفها.

الظروف الصعبة، تعتبر فرصة طيبة لتحقيق ربح محتمل

لقد استخدمت الملاحظات من قبل عميلي؛ لكي يدوم عرض الدقائق الخمس الذي يقوم به.. إن نموذج الطوارئ يستبعد كل المنهجية والتنظيم اللتين تقوم عليهما تقنية « عقلة الإصبع المجردة»، والتي تتضمن الاستخدام العميق للتفكير في سلسلة من الأسئلة المتعلقة بموضوع العرض.. يتم تقليل العصف الذهني، بصورة مؤثرة، مما قد ينتفى معه إجراء عمليات التعديل أو التحرير. ولكنه - على جانب آخر - قد تعطيك فرصة ممتازة للإبداع والأداء (التوصيل للجمهور) لشيء يمكن أن يمنح ذلك الجمهور موجزًا عما يحتاجونه، ومما يعد كذلك فرصة ممتازة لتحسين معدل مصداقتك..

العرض أمام مجلس الإدارة:

إن جداول أعمال لقاءات مجلس الإدارة عادة ماتكون معلّبة (يقصد المؤلف أنه يسبقها ترتيب وإعداد كافيين لأن يجعل بنودها معروفة مسبقًا للحاضرين - المترجم).. لذا فإنه من النادر في اجتماعات مجلس الإدارة أن ينتهى اللقاء في الموعد المحدد له (لأنه غالبًا ما يتناول مسائل تفرضها طبيعة اللقاء أو اللحظة ذاتها - المترجم). فإذا تمت دعوتك إلى أداء عرض أمام مجلس الإدارة، فإنه من المهم أن تصل إلى الهدف من عرضك في أقصر وقت ممكن. إن المديرين هم صنف من أولئك البشر الذين يكرهون إهدار الوقت فيما لا يفيد؛ ولذلك فإنه ينبغي عليك أن تكون مستعدًا - بشكل كافٍ - لاختصار وقت أدائك

بصورة متميزة ولافتة، لا سيما إذا أظهروا فجأة أنهم يمكن أن يمنحوك وقتاً أقل عما تم إخبارك به من قبل أصلاً.

احرص في عرضك على ألا تخبرهم - مطلقاً - بتفاصيل يعرفونها.. فمن الطرق المؤكدة لإثارة ضيقهم وغضبهم أن تبدأ عرضك - أمامهم - بمدخل مماثل لذلك المدخل.

« قبل أن أخبركم بالحل، أعتقد أنه ربما يتعين عليّ أن - كأمر مفيد لكم - أقدم لكم تذكيراً بالخلفية التي تتعلق بمشكلتنا التي نواجهها.. وهذه الخلفية هي ».

إذا أعطيت تحديداً زمنياً للقيام بعرضك - قبل اللقاء الفعلي - فلا بد أن تلتزم بذلك الوقت التزاماً صارماً. وفي الحقيقة، يمكنك أن تذهب أبعد من ذلك: ضرورة أن تكون واثقاً من عدم تجاوزك - قطعياً - للوقت المحدد لك، أو تجاوزك للبنية التنظيمية لعرضك؛ لكي تسمح ببعض المدى المتاح لك لأن تتخلص من المادة الزائدة عن حدود العرض فوراً.

دعنا نفترض أنك قد قررت العناصر الخمس الأساسية (يقصد المؤلف العناصر الخمس الأساسية لتقنية: عقلة الإصبع المجردة - المترجم).. وفي موقف غرفة مجلس الإدارة.. عليك أن تخطط - بعناية - لتقديم أكثر ثلاثة أشياء أهمية في البداية؛ فهذا يعني أن بمقدورك إسقاط أو إغفال الشئين الآخرين (أى باقى العناصر الأساسية الخمسة - المترجم)؛ إذا وضعت فجأة تحت ضغط الالتزام بالزمن المحدد أو أقل منه إذا حتمت الظروف ذلك.

قد يطالبك أكثر أعضاء مجلس الإدارة صرامة (غلظة) بأن تقصد - في عرضك - مباشرة التوصيات التي تراها لازمة على الفور؛ لذا يتعين عليك أن تكون مستعداً لأن تعرض عبارتك الأيقونة في أى وقت. وفي الحقيقة، ينبغى عليك التعامل مع فرضية أنك سوف تكون عرضة للمقاطعة والاستفسار والتحدى بشكل مستمر.. عليك أن تتعامل مع كل هذه الأحداث كما لو كانت مفاجآت سارة بالنسبة لك، رغم أنها غير ذلك بالمرّة.

وهذا كله يعنى أن الإعداد الذى أعددتَه للعرض على مجلس الإدارة، لابد أن يكون - على وجه الخصوص - إعدادًا قاسيًا ودون رحمة عندما تجرى عليه عملية التعديل أو التحرير (أى إجراء التعديلات والملاحظات النهائية قبل العرض الفعلى - المترجم).
يمكنك أن تربح كثيرًا فقط إذا فكرت قليلًا..

لدى المديرين ميل ورغبة لأن يتحدوا الفرضيات؛ لذلك. كن واثقًا من أنك تتحدى نفسك، قبل أن نمنحهم الفرصة للقيام بذلك (أى قبل أن تجعل المديرين يتحدونك - المترجم).. ومن ثم، عليك أن تنظر بمنتهى الإمعان والدقة إلى النص الأساسى (المحتوى الفعلى للعرض) وأن تتأكد من أنك راض عنه تمامًا، وأنه يتناسب بإحكام مع كل تأكيد وقناعة أتيت بها في العرض.

إن هذا الاختبار الصعب أمر ضرورى للغاية في البحث عن الإلتقان، لأن مجلس الإدارة هو الجمهور الذى يستحق أن تناضل من أجل جذب انتباهه بشكل دائم ومستمر.
إننى أستطيع بسهولة أن أضمن لك مايزيد عن أربعة وعشرين موقفًا من المواقف التي وردت في هذا الفصل، إلا أن ذلك يتطلب كتابًا، حجمه أكبر بكثير من الكتاب الذى بين يديك.. إن المواقف التي تخيرتها، راعيت فيها أن تكون كافية لأن تمنحك الثقة التي يمكنك أن تسخرها جراء إلتقانك لتقنية « عقلة الإصبع المجردة » لأن تطبقها على أى موقف من مواقف الأعمال التجارية، والتي تعد فيها مهاراتك اللفظية وقدراتك على التواصل مسألة موضوعة تحت ضغط ما. إن الخطوة الأخيرة في جعلك عارضًا أو مقدمًا متمكنًا من هذه التقنية، تكمن في اكتشاف الكيفية التي يمكنك أن تكون بها أكثر إقناعًا في حياتك الشخصية.

الفصل السادس عشر

مواقف شخصية مثيرة للتحدي

إن العرض الفعال والمؤثر ليس شيئاً مرتبطاً بالضرورة بمكان العمل أو بمعنى أدق أنه حدث يدوم دوام الحياة ذاتها. لقد تخيرت سيناريوهات لاعلمية محددة شائعة؛ لكي تمنحك فكرة عن الكيفية التي يمكن بها لتقنية « عقلة الإصبع » التجريدية أن تساعدك لكي تكون أكثر جاذبية، في نوعية هائلة من الظروف والأحوال.

إن المواقف الواردة في هذا الفصل تتطلب من الدقة والرقّة والمرونة، والتي بلا جدال غير موجودة في بقية الكتاب.. إن القتال (يقصد العمل الجاد والصعب - المترجم) من أجل الفوز باهتمام الجمهور ليس معقداً ذا أولوية مطلقة (فمثلاً يعد كذلك الشكوى أو الحصول على تصنيف) أو إدراك الربح قبل أن تقول كلماتك الأولى بالحدس (كما يحدث في حفلات الزواج أو مراسم التآبين في الجنازات).

إنني أوصي بأن هذه مجرد أمثلة، حيث ينبغي في الأساس، إن تقنيك المستخدمة « عقلة الإصبع المجردة»، يجب أن يتم تغطيتها بصمام أمان (وردت في النص الأصلي بمعنى « قفاز حماية » - المترجم).

إن القصص التي سمعتها في الفصول السابقة ربما تجعلك تظن أنني دائماً ما أكون فظاً

بوهيمياً حسناً، لقد حان الوقت بالنسبة لك لأن ترى الجانب الرقيق من شخصيتي،
الذي قد يغريك بمعانقتي.

الأحاديث التي تلقى في حفلات الزفاف:

فيما يلي، جملة ما، أتحدّك أن تكون قد خطرت ببالك مطلقاً، وأنت تقرأ هذا الكتاب:
(هذا هو الموقف الذي لا تحتاج فيه إلى قائمة مصغرة (جملة مركزة) بما عليك أن
تفعله.

سوف أقوم الآن بترشيح التجريف أو الاستخفاف الواضح، الذي ورد ذكره فيما
سبق.. إنك لست بحاجة إلى تنظيم قائمة مصغرة، مثل جملة محورية للافتتاح وجملة أخرى
للاختتام في أحاديث حفلات الزواج، لأنها دائماً ما تكون هي هي الجملة المستخدمة نفسها
في هذه النوعية من المناسبات. إن المتحدث في حفلات الزفاف سيرغب دائماً في أن يجعل
الجمهور يستمتع بضحكات محدودة، مؤكداً مدى اللطف والقبول من طرف جمهور
الحاضرين لشخص كل من العريس وعروسه.

ولكن بالقطع هناك مجال لتحليل المحتوى والقيام بالعصف الذهني والبحث عن
العناصر الأساسية والعوامل المؤثرة فيها.

لا ينبغي أن يدوم أي حديث - من أي نوع - في حفلات الزفاف أكثر من ثمان
دقائق، وغالباً ما كانت أكثر أحاديث هذا النوع من المناسبات التي حضرتها؛ بالأكثر روعة
وإبداعاً وتستغرق وقتاً أقل من ذلك، محدثة قيمة أعمق بكثير.

الرجل الأفضل:

حتى على الرغم من الاعتقاد بأنه من غير المفضل أن تكون المتحدث الأول في مناسبة
الزفاف، إلا أنني سوف أناقش الحديث الأول الأفضل؛ لأنه من المؤكد الحديث الأكثر
أهمية؛ ففي حفلات الزواج البريطانية واليهودية، يعتبر المتحدث الأول، هو الحدث الأكثر

تركيزًا ومحورية طوال المناسبة كلها.

إن أفضل رجل يتحدث في هذه النوعية من المناسبات، ويجب أن يشعر أنه تحت ضغط؛ إذ سيكون كل واحد من الحضور متطلعًا إلى حديثه، ومن ثم، سيكون معرضًا لأن يكون السجادة التي ستطأها أقدام الجميع، حالما ينتهي حديثه وقد أصاب مستمعيه بالإحباط (يقصد المؤلف أنه سيكون محل هجوم صارخ فما سيوجه إلى حديثه من انتقادات - المترجم).

ستكون لديه شهر ليعد نفسه.. لذا من المستحق أن يكون شخصًا ممتعًا.

وبصورة أساسية، فإن حديث أفضل رجل، هو متخصص ذو درجة رفيعة المستوى في حديث نوعية « ما بعد العشاء » في المقابلات والاجتماعات، والتي تدور عبر أداء كوميدى بدرجة عالية أو بسيطة، تتناول حياة العريس، وتذكر الجمهور بمدى كونه شخصًا ممتازًا للاقتران به. ولدى أغلب جمهور الحاضرين في حفلات الزفاف، فإن الرحلة إلى الموقع الختامى يجب أن تكون قصيرة وسلسة. وإذا أردت حتى إعطائهم (الجمهور) أقل مبرر ممكن لكى يضحكوا، فإن الجمهور سوف يشجعك بأن تقوم بذلك بصورة صحيحة دقيقة للغاية.

لا زالت ثمة قدر محدد من تحليل الجمهور أمرًا مهمًا وضروريًا للغاية، وذلك بالتأكيد سيكون معينًا في معرفة إذا ما كان هناك نمط خاص من الأشخاص أو المهن، حيث تمت إعادة تقديمه بصورة مكثفة للغاية (مثل: المحامين والمحاسبين ورجال الشرطة). وهذا يجعل الأمر أسهل في أن تخطط لصياغة دعاية أو سبك فكاهة تفكر في استخدامها أثناء عرضك.

- إن مفتاح النجاح يكمن في الاستخدام الحاذق للمعلومة المتاحة لديك.
- أسئلة تحليل جمهور يتعين على أفضل رجل طرحها:
- ما الأسماء الكاملة لكل من العروس والعريس (الاسم الثلاثى على الأقل)؟

- ما الكيفية التي تعرفت بها إليهما؟
- كم عمر كل منهما؟
- من منهما كان قد تزوج من قبل؟
- ما الخلفية التعليمية لدى كل منهما؟
- ما التاريخ المهني لدى كل منهما؟
- حدد بإحكام: متى وأين وكيف تقابلا مع بعضهما؟
- ما أكثر الخصائص المميزة لشخصية كل منهما؟
- هل هما متماثلان بدرجة خاصة في منظور كل منهما إلى الحياة، بشكل يبدو واضحًا في تصرفات كل منهما؟
- هل هناك شيء مميز، يتعلق بوالد أي منهما (العروس/ العريس) يمكن أن يبدو في استخدامه تجاهنا؟
- هل هناك أية خصائص أخرى سائدة، يمكن عرضها عن أشخاص يستحقون الذكر؟
- ما القصص الأسرة التي يمكن سردها عن هذه الخصائص المميزة؟
- هل هناك موضوعات محظورة لا ينبغي ذكرها بأى حال من الأحوال؟
- ما القناع الديني للحديث؟
- ما عدد الأحاديث التي ستم في الحدث؟
- من الذي سيقدم هذه الأحاديث (يذكر كل متحدث على حدة)؟
- هل ستكون قادرًا على معرفة المحتوى المقبول في الأحاديث الأخرى؟
- ما مدى قبول هذه الأحاديث المحتملة لدى الجمهور؟
- ما عدد الجمهور الذي سيحضر الحدث؟
- ما مدى عمر الجمهور الحاضر، والجنسية الغالبة والخصائص السائدة؟ مثل: هناك 60٪ من الحاضرين يمارسون المهنة نفسها أو تخرجوا من المدرسة نفسها؟
- في أي توقيت من اليوم، سيقم الحدث؟

- هل سيكون هناك ميكروفون متاح؟ وما نوعه؟
- ماذا عن المقرأ الذى سيتلو فيه القس من الكتاب المقدس؟
- هل هناك ميكرووفيف لتقديم التوست الطازج؟
- إذا لم يكن ذلك متاحًا، فمن الذى سيقدمه لجمهور الحاضرين؟

إن الإجابات عن الأسئلة السابقة سوف تمنحك أساسًا واقعيًا يتعلق بما يمكن أن يكون في تصميمه - باعًا على الترسية عن جمهور الحاضرين وتشريفهم.

هناك كتب كثيرة عن التحدث تنصح المتحدثين غير المتمرسين ألا يحاولوا أن يكونوا مرحيين أو فكاهيين إلا إذا كانت الفكاهة أو الدعاية ناتجًا طبيعيًا للموقف.

وفيما يلي الأخبار السيئة في هذا الصدد: إذا كنت الرجل الأفضل، فعليك أن تكون مرحًا أو فكاهيًا (لديك روح الدعاية).

سوف تجد فيما يلي نصيحة تفصيلية فيما يخص إبداع وإيجاد مصادر روح المرح والفكاهة، الواردة في الفصل الثاني عشر.. وإليك مجموعات من مواقع حفلات الزفاف على شبكة الإنترنت، وعدد محدود منها، يحتوى بالفعل على بعض المادة الفكاهية المفيدة. وعلى أية حال، فإن أكثر المصادر قيمة في الدعاية يجب أن تكون نوادير/ حكايات حقيقية فيما يخص العريس.. حسنًا، إنها غالبًا ما تكون حقيقية.

اختيار الحكايات النادرة:

إن استخدام مدخل العصف ذهنى في الفصل الرابع، مدخل يوصى به، ربما مع مخرجات من أصدقاء آخرين للعريس وأفراد من ذوى القربى بالنسبة له.. كما أن هناك مجموعة من الحكايات التى يبدو أنها حكايات ذات طعم مؤثر وساخن للغاية، حتى إذا كانت دعابات متعلقة بمن سيصبحون أزواجًا في المستقبل الغريب.. عليك أن تأمل حدوث ذلك.

ولكن كن حريصًا وعلى وعى كاف فيما أسميه « متلازمة أفضل رجل » فهذه المتلازمة تتمثل في الظاهرة التي يحكى فيها الرجل الأفضل، حكاية أو نادرة، ويجدها هو وزملاء العريس فكاهية للغاية، وهذا يحدث عادة لأن القصة تتضمن أحداثًا عنهم أيضًا.. ولسوء الحظ، فإن الحدث يمكن إعادة إحصائه أو اعتباره حدثًا مبهمًا للغاية أو بغيضًا للغاية بالنسبة لأي شخص باستثناء من لهم الصلة بذلك. وبخصوص بقية الحضور، فإن عليهم أن يبذلوا جهدًا حقيقيًا، حتى لمجرد أن يتسموا بلطف أو بأدب.

لذا.. عليك أن تتقى جيدًا الحكاية المنتخبة من خلال استخدام السؤال الاختياري أو الكاشف التالي:

« هل سيجد 80٪ على الأقل من جمهور الحاضرين هذه الحكاية مسلية أم لا؟ »

حتى إذا شعرت بأن كل الجمهور سينحازون للمراد من هذا السؤال (أى إذا كانت الإجابة بـ«نعم») فإنني أنصحك بأن تتخير ما لا يزيد عن ثلاث حكايات منها في الحدث الذي ستعرضه أمام هذا الجمهور.

القيام بعملية تحرير للحكاية

لابد أن تكون الحكاية التي تم اختيارها واحدة من مفاتيحك الأساسية للعرض أو الحديث الذي ستقوم به؛ لذا قم بتدوينها كاملة (ضمن أوراق حديثك)؛ إذ إنه من المهم أن تخبر كل فرد من جمهور الحاضرين، الحكاية، في أقل عدد ممكن من الكلمات؛ الأمر الذى يجعلك تضمن أحداث أكبر قدر ممكن من التأثير الكوميدي (المرح)، دون محاولة اختبار مدى صبر جمهور الحاضرين لكى يحدث ذلك الأثر. إن قدرًا محددًا من الاستخفاف يمكن أن يكون عاملاً مشجعًا لك، ومتوقعًا من قبل جمهورك، الذى لا يرغب أحد منه مطلقًا في أن ترتبط قدرتك على المرح أو الفكاهة بالاستناد إلى حقائق باردة (مضمون الحكاية) لاروح فيها ولا جاذبية!

لذا، فإن التوازن الذى تبغى تحقيقه في محتوى حكايتك، سيكون في قدرتك على

التوصل إلى أفضل اختصار ممكن لهذه الحكاية، كما يلي:

اجعلهم أكثر إحساسًا بفكاهتك (بمرحك) وأقل إلى حد ما في إحساسهم بالواقع الذي يعيشونه.

وسوف أحاول أن أوضح لك الأمر بتوضيح الخط الرئيسي للنص الذي يلقيه أفضل متحدث في حفلات الزفاف، من خلال شخصيتين خياليتين، أولهما يدعى كيفين، والثاني يدعى شارون. وفي الحقيقة، فإنها يشكلان نموذجًا غالبًا لخصائص أو سمات كثير من البشر؛ ممن قمت بعمل مسودات عروضهم/أحاديثهم عبر سنوات مضت.

إن الحديث - الذي تقوم بعرضه - عبارة عن هيكل، ذي تنظيم، أكثر من كونه خطأً رئيسياً لنص ما، ستلقيه أمام آخرين، بعض النظر عن التوضيح المؤثر لدى التوازن، الذي يمكنك أن تحققه بين الحقيقة والادعاء والاستخفاف والجدية، وما يمكنك الاستعانة به من مخزون خبراتك أو سابق قراءاتك فيما يتصل بالمرح والقدرة على استجلاب الفكاهة.

لقد وضعت توجيهات عملية، فيما بين ما يلي من أقواس، وأدخلت عليها بعض ملاحظاتي:

« سيداتي سادتي، من أجل مصلحة شارون، قمت مؤخرًا باستئجار مكتب استشاري لتنفيذ بعض الأبحاث السوقية عن الخصائص المثالية لكل من العروس والعريس ».

وبشكل أكثر وضوحًا، ينبغي عليه أن يكون:

أسرًا

فصيحًا...

ولديه صوت رقيق وظهر بدني رائع

(ثم يستدير إلى العروس).

« حسنًا يا شارون... واحد من الثلاثة ليس بالأمر البالغ السوء ».

ومن الطبيعي أن يعكس هذا النسق واحدة من أعظم درجات الشغف لدى العروس تجاه زوجها الجديد.. إنني على إدراك عميق بأن حديثي إليكم هو الحديث الأخير من الأحاديث الخمسة المقررة للحدث.

إن الأخبار الجيدة في هذا الصدد، هو أنني لم أتحدث مطلقاً أمام جمهور عام؛ فيما بعد؛ لأنني سأعيش علاقة حب خاصة بي (يقصد المؤلف أن المتحدث لن يكون متحدثاً بعد ذلك، لأنه ربما يكون عريساً بعد علاقة الحب هذه، فتتاله من المتحدث يوماً دعابة أو فكاهة، يضحك عليها جمهور الحاضرين وقتها - المترجم).

لذا... ففي الخلاصة...، فإنني...».

« بالمقارنة مع أناس كثيرين في هذه الغرفة، فأنا - بمفردى - قد عرفت كيفين تقريباً لسنوات محدودة، لذا، فإنني لا أعرف الكثير جداً عن المجون المروع الذى عاشه في شبابه.. هل تمنعون، في أنه لا يزال سهلاً للغاية بالنسبة لى أن أشوه سمعته بشكل يفقد ذكرى هذا اليوم الرائع بريقها...»

لذا، علينا هنا أن نتجاوز ذلك...».

من المحتمل بصورة غالبية أنك ستضيف حوالى 90 ثانية (أى دقيقة ونصف) من التاريخ الوقائعى، مثل:

« خلال هذا الوجه الذى يبدو قاسياً في مظهره الخارجى، يقع ذلك الرومانسى الشغوف الرقيق.

إنني واثق من أن ذلك الأمر كان مبعثه هذه الروح من الرومانسية البريئة التى ألهمت كيفين عند تاريخها الأول (أى حدوثها لأول مرة - المترجم)..»

عندما أصر أن يدفع شارون فاتورة العشاء.

من كان يمكن أن يخطر بباله أن كيفين على مثل هذه الدرجة من الصرامة؟».

هذه صيغة قصيرة ومبسطة للغاية فيما يحدث حقيقة في تلك الليلة. وفي الحقيقة، فإنهم يتقاسمون تكاليف العشاء (العروس والعريس - أو شارون وكيفين)، ولكنه من الأمور الأكثر متعة أن نقول إنه كان يتعين على شارون تحمل التكاليف كلها لوحده.

(ثم يستدير إلى العروس):

« شارون، في حالة أنك لم تستقص جيدًا عن الكيفية المالية التي تسير بها الأمور... إمم... إمم (يبدو من أداء المتحدث - تكتيكيًا - كما لو أنه يعاني صعوبة في البحث عن الكلمات المناسبة ليصف شيئًا ما).. إن كيفين المتمرة هي...»

لقد سمعت بالفعل دعاية، مؤداها، أنه عندما ذهبت كيفين في إجازة، أخذ شارون ورقة نقدية بقيمة خمسة جنيهات، واشترى زوجًا من الملابس الداخلية. وهو لم يبدل أي واحد منها».

ثمة حيلة قديمة، ولكن لطيفة ومناسبة تضخم من تأثير الحقيقة:

(صمت.. تغيير بسيط في نغمة الصوت لإخفاء إحساس بالجدية).

« لمدة سنوات عديدة - بالنسبة لي - كانت كيفين تعمل مستشارة مالية، ولاعبة جولف، ونديمة شراب، وشخصًا رائعًا، يمكن أن تشاركه أوقاتك الطيبة..»

وعندما لا تكون الأحوال طيبة للغاية، فإنه (شارون) يصبح شخصًا لديه استعداد لأن أتحدث إليه في الثالثة فجراً، إذا قصدت ذلك بالفعل _ (يقصد المؤلف أن شارون يقدم المساعدة دائمًا حتى في أقسى الأوقات / المترجم).

يقول علماء النفس دائمًا أنه يمكنك فقط تكوين خمس صداقات حميمة طوال حياتك بأسرها.

إنها لميزة بالنسبة لي أن كيفين واحدة من أقرب أصدقائي.

سيأتي سريعًا الوقت الذي ألّوح لك مودعًا، وأنت مسافرة في رحلة شهر العسل.

بالمناسبة يا كيفين، هذا اختيار كريم للغاية من جانبك.. لديك طرد خاص، في

غضون أسبوعين، بالممر الخامس في مطار هيثرو (لندن) في قرية البضائع بالمطار..
كان هذا استنتاجاً أساسياً بسيطاً للإشارة إلى مدى الرعب والمعاناة، اللتين يمر بهما
المسافرون على الخطوط الجوية البريطانية آنذاك..
« أتمنى أن تكون هذه المرة هي الأولى في شهور العسل التي تعيشها أنت وعروسك..
وأتمنى لك أن تستمتعي بهذه الشهور سنوات عديدة... ».

الجزء الصارم (الجاد):

يتضمن المثال السابق عددًا معينًا من الجمل، التي تعد جادة وصارمة بكل معنى
للكلمة.. إذ إنهم ليسوا مضطرين لأن يكونوا - على وجه الخصوص - ماهرين، ولكن
ينبغي عليهم أن يكونوا مخلصين وصادقين تمامًا.. إنك غالبًا ما تعطي إشارة شخصية
منطوقة لجمهور الحاضرين أمامك.. ولكن الحدث الذي تمنحه الحياة أو تستجلب الحياة
له، يتم من خلال إضافة محتوى عاطفي إلى الحقائق المجردة.

إنه لمن الخطأ تمامًا بالنسبة للرجل الأفضل أن نفترض عندئذ وجود ناقد متحمس
دائمًا لاصطياد أخطاء العارض، لأن هذا الشخص ليس متاحًا بصورة دائمة.. إن الرجل
الأفضل يدير استخدام كل شيء متاح لديه في عرضه؛ حيث لا ينبغي أن يكون هناك
مقعد جافًا في المنزل (يقصد المؤلف أنه يجب أن يكون العارض الأفضل بما لا يترك مقعدًا
خاليًا (جافًا) بين جمهور الحاضرين المستعدين إليه... المترجم).

والد العروس:

في هذه المناسبات، عادة ما يقوم والد العروس بإلقاء أول حديث، حيث يتعين عليه
أن يكون حديثه مزيجًا رقيقًا من العاطفة الأبوية نحو ابنته، ودفء المشاعر تجاه زوجها في
المستقبل، والترحيب بالضيوف والحضور.. وهناك ضغط أقل على والد العروس في أن
يكون شخصًا مرحًا، مقارنة بالضغط الذي يعانيه المتحدث الأفضل، وربما كان ذلك
سبب أن الجمهور (الحاضرين) على وعي وإدراك بأنه (والد العروس) قد قام بمشاركة

متميزة، في تكلفة كل شيء يلزم للحدث، ولضمان أن يقضى كل واحد من الحاضرين وقتاً طيباً.

إن اختيار الحكاية وعملية صقلها أو تنقيحها على القدر نفسه من الأهمية بالنسبة للمتحدث الأفضل. ويمكن أن يتناول الحدث زوجاً من الخدع أو الأمور التي تتعلق بالانعطافات الحادة (القدرة على المراوغة) لدى شخصية العروس؛ إذ إنه ليست هناك حاجة إلى المخاطرة بتقييد خصائص العروس تلك. وفي المثال التالي يمتلك والد العروس ميزة شيء ما، متعلق بدعابة خاصة بين أب وابنه - عاداتها في التواصل - والتي يستغلها الأب، برقة، دون الانسياق إلى إعطاء ذلك طابع كوميدي أكثر مما يجب:

« إنني أتمنى بالفعل أن يحتفظ زوج أوليفيا الجديد بقدرته على تحقيق دخل مرتفع لمعيشته.. لأنه - في نهاية الأمر - سيكون قادرًا على أن يتحمل تكلفة عملية إزالة الهاتف المحمول من على أذنيها».

إن الأب (أو ولي الأمر) يجب أن ينهي حديثه بالدعوة إلى شرب نخبي العروس والعريس.

لقد أوجز أبي حديثه وأسعد جمهور الحاضرين في حفل زفاف شقيقتي، لقد كان كريماً في ضيافته، ولكنه كان يكره إهدار الوقت مع أناس يثرثرون بلا ضرورة محتمة لذلك. لقد انعكس هذا الاتجاه المفصلي الرقيق - بصورة أساسية - في كل من نمط وطول النخب المقترح للعروس والعريس، ومن الممكن أن يكون النص النهائي المقترح كما يلي:

« سيداتي سادتي، أرحب بكم جميعاً وأتمنى لكم أن تستمتعوا بحفل زفاف ابنتي الحبيبة بالقدر نفسه الذي أستمتع به أنا..

لذلك.. سيكون البوفيه مفتوحاً طوال الحفل، وقد تكفلت بالتكاليف نخبي... للعروس والعريس».

العريس:

عادة ما يكون لدى العروسين عدد محدود من الأفكار في عقولهم (يقصد المؤلف أنهما غالبًا ما ما يعانيان معًا قلق كيفية تقضية ليلة العمر - المترجم).. وعادة ما تتسم أحاديثهما في هذه المناسبة باقتنارها إلى الإعداد المؤثر. وعلى أية حال، فليس هناك مهرب أمامهما من القيام بالتحدث إلى جمهور الحاضرين. إن الراحة أو الشيء الوحيد الباعث على الارتياح أمامهما هو أنهم يعانيان من أقل ضغط ممكن لأن يكونوا فكاهيين أو مرحين... إنني أذكرك، بأنهم إذا كانا كذلك، فسوف يسعد ذلك كل الحضور.

إن الحديث النمطي للعريس عادة ما يتكون من قائمة لاتنتهي من التفاهات التي تعبر عن الامتنان والتذلل (أي مدى الحظ الذي أوقعه في هذه الزوجة وشعوره بالامتنان لذلك، ومدى تمكن حبها من قلبه - المترجم)، وهذه - من وجهة نظري - طريقة ممتازة لإصابة جمهور الحاضرين بالملل!

ومن الواضح، أن هناك آخرين كثيرين، ممن يتعين عليهم أن يشعروا بالامتنان. ولكي تكون هذه الكلمة ناحجة بالفعل، فإن تلك الكلمة يجب أن تمزج بين الامتنان الموجز والإمتاع.

يمكن للعريس بالتأكيد أن يضمن في حديثه - على الأقل - حكاية من نقطة واحدة عن المتحدث الأفضل، في معلومة معينة، إذ إن تلك المعالجة ستكون - بشكل موضوعي - تبادلية جيدة.. كما يجب بالتأكيد امتداح كلا الوالدين (والد ووالدة العروس)؛ لاسيما إذا كان أحدهما قد تحمل تكاليف اليوم.

ويجب أن ينتهي الحديث بالتعبير عن الشكر، كما أسلفنا، والنخب الذي حدث، ويجب أن يكون الحدث الختامي يجب أن يكون نخبًا لوصيفات العروس.

المدائح:

تقع المدائح في نهاية الطرف الأيمن للحد العاطفي من منظر العرض.. والموقع الختامي المفضل أو المرغوب هو تقريباً المكان المحدد نفسه: إذ إنه يتعين على جمهور الحاضرين أن يتذكر - بشكل ارتدادي - الأسلوب أو الطريقة التي تجعلهم يتسمون بأسلوب محب ومفضل لديهم.

ثمة حلقة من مسلسل تليفزيوني يعرض مشهداً؛ كان فيه شخص ما في موقع، يتحتم عليه فجأة أن يلقي كلمات محدودة في تأبين أحد المتوفين، لشخصية أخرى، ثم "لقد كان توم سميث رجلاً على درجة عالية من الإيمان، وأفضل بكثير عما يمكنني أن أكون عليه.. إنني آسف حقاً أنني فقدته".

ضع في اعتبارك هذه الدرجة من عدم الحساسية والإدراك، كشيء ينبغي عليك دائماً أن تتجنبه، مهما كانت التكلفة الناجمة عن ذلك.

الإعداد:

أوصى بالآلا يدوم الرثاء أو التأبين أكثر من ثماني دقائق. وسوف يتعين عليك أن تدون الكلمات أولاً، ثم تستخدم إسكربت كاملاً مماثلاً للذي سيؤدي به الحديث، والسبب في ذلك أنه سيكون غالباً مستحيلاً بالنسبة لك لأن تستخدم ملاحظات على البطاقات وكذلك من المستحيل أن تتحكم في عواطفك.

خلال مرحلة العصف الذهني والترشيح من الإعداد، حاول أن تجد اختياراً من حكايات، يمكنها أن تستأثر بأكثر مناطق التركيز إثارة على حياة الشخص.. قاوم إلحاحك الطبيعي في أن تخبر الجمهور، مطلقاً، بكل شيء.. إن هذا ليس الوقت المناسب للبيولوجيا التفصيلية، ولكنه أكثر تحديداً في الوقت المطلوب لأن تتذكر أكثر الأشياء تأثيراً على الإطلاق.

التنفيذ والتسليم:

لو أنك فرد من عائلة، أو صديق مقرب لعائلة ما، فمن المستحب أن يكون لديك كثير من الأشياء التي يتعين عليك أداؤها قبل مراسم خدمة الجنازة أو أداء التآبين. وبغض النظر عن ذلك، فإنه يتحتم عليك أن تحاول التمرن - بشكل ارتدادي - على الأداء بصوت عالٍ، بقدر الإمكان. ومن المحتمل أن يكون الأمر مؤلماً للغاية أن تقول بعضاً من الكلمات التي تكتبها، ولكنه أمر حيوي أن تستنفذ إحساسك بالألم، بشكل خاص، قبل أن تحاول أن تتكيف مع أدائك للحدث أمام جمهور.

تحديداً، استخدم أي مائدة، من الموائد الملحقة كـ «مكان» تضع فيه الإسكربتات المكتوبة. حسناً، سوف تتذكر أنني قد ذكرت لك، في فصول سابقة، أن استخدام إسكربت مكتوب يجب أن يهدف إلى إحداث تواصل بصري مع 80% من جمهور الحاضرين وقتها.. ولن تكون قادراً على أن تفعل هذا، عندما تقوم بعمل تآبين ما.. سوف يكون هناك كثيرون، يتأبهم الحزن، وثمة وجوه كثيرة تغمرها مشاعر المواساة والوجوه المتعاطفة الناظرة إليك؛ إذ إن هذا المستوى من التواصل البصري يجعلك تفقد التحكم في عواطفك والقيام بالتنفيذ والأداء.

لقد حضرت مؤخراً جنازة صديق جامعي لي.. قام صديقه المقرب منذ أيام المدرسة بأداء التآبين الأساسي.. لقد كان التآبين مزيحاً متنوعاً من الحكايات، التي استأثرت بالبهجة الحقيقية التي تتضمنها في معرفة الأصدقاء المقربين للعائلة.

إنني أستطيع أن أرى أن المتحدث كان عليه أن يبذل جهداً ضخماً لمجرد أن يمضي خلال دقائق الست الأولى خلف المائدة (أثناء العرض - المترجم) ونادراً ما كان يرفع عينيه عن الأوراق التي أمامه، كما أنه كان يجد من الصعب أن يضع كثيراً من السياق الحواري داخل عرضه. وعلى أية حال، نستطيع جميعاً (الحضور) أن نشعر بالعاطفة نفسها التي تشعر بها، وكنا جميعاً نعرف أن الإنجاز الأعظم لدى المتحدث كان متمثلاً في وصوله

إلى نهاية حديثه، وكنا نتلمس ذلك بوضوح بين.

لقد تعلمت شيئاً ما من هذا الأمر؛ إذ أدركت أن توصيتي الصارمة للمتحدث بأن يفهم جيداً ماهو بصدده، ثم يعبر عنه مباشرة بأنها توصية ليست عملية في المقام الأول (لاسيما عندما تكون عواطف جمهور الحاضرين وتأثيره في التحولات المحتملة للعرض - المترجم). وبقدر ما تخصص لتلك النقطة ما يكفيها من جهد، عبر الكلمات التي تنتقيها للثناء أو التابين، مع التدريب العكسي الكافي؛ للتقليل من الأثر العاطفي للحاضرين، ببساطة من خلال المضي في التحدث - بكلمات منتقاة - بأسلوب سمعي راق، بقدر ما يكون كل ذلك كافياً لأن تحصل على النتيجة التي ترغب في حدوثها.. وإذا أدركت أن التواصل البصري سيعيق أسلوب أدائك، فكل ما عليك آنذاك ألا تجربه.

وفيما يلي من سطور، فقد قمت بإعادة إنتاج خلاصة لتأبين ما، أداه أحد عملائي (إشارة إلى المتحدث) في جنازة والده بيتير. لقد كان - بصورة صحيحة - مزجاً صحيحاً فيما بين الحساسية والجدية والابتسامات.

لقد كانت البنية التي استخدمتها:

تشكيل البداية

العناصر الأساسية:

- 1- الطفولة.
- 2- وقت الحرب.
- 3- جوانب الشخصية.
- 4- الزواج والأبوة والمجتمع.
- 5- الحقائق الروحية والإيمانيات.

القائمة المصغرة

تشكيل الخاتمة:

فيما يلي مستخلص مطول، مرفقة به ملاحظاتي عما أنجزه هذا المتحدث في كل مرحلة من مراحل العرض.

« كان أبي ناجحًا في أشياء عديدة. ولكن ما أراد القيام به فعلاً هو أن يبحر بقارب شراعي في البحار الجنوبية .. ».

لقد كانت تلك جملة بداية مؤثرة للغاية، سحبت اهتمام جمهور الحاضرين تجاه شيء ما، لم يكن معظمهم على علم به.

« تذكر هذا، وستظل مفتونًا بمحور شخصيته ».

بعد التعامل مع طفولة بيتر، مضى المتحدث في وصف بعض التجارب والخبرات التي نالها الأب، وقت الحرب:

« لقد تم اختياره في الالتحاق بالقوات البحرية الأمريكية.. ثم تخرج بدرجة قريبة من أن يكون من أوائل دفعته، عبر تلك التدريبات الشاقة والعنيفة والتي أكسبته شهرة ذائعة، إذ تم تقديمها كمادة للفيلم الشهير « ضباط جتلمان ».

« لقد قاد أبي غواصة حربية.. ومثل هؤلاء القادة كان يتوقع لهم مدى زمني لا يزيد عن ثلاثة شهور، ولذلك كانت تمنح لهم حرية اختيار القرار بأن يستكملوا خدمتهم، أو أن يتقاعدوا عندما يجتازون هذا الوقت في القيادة».

ولكن الأمر كان مناسباً لأبي تمامًا (حتى بعد ثلاثة أشهر)!

لقد كتب قائده الأعلى في تقريره عن والدي مايلي:

« بعيدًا عن الإحساس الديني لديه..، وبعيدًا عن ولاءه وإخلاصه..، وبعيدًا عن التزامه بالنظام العسكري.. لقد كان ملاحًا في غاية الشجاعة. وعندما هاجمنا الجزر اليابانية، أردته أن ينضم إلى الأسطول الذي أقوده».

لقد عاد والدي من الحرب، ولديه إحساس واضح بأن قدرك ملك يديك.

لقد عمل أبي بجد واجتهاد طوال حياته.
ورغم أنه تقاعد مبكراً، إلا أن عمره امتد إلى ثمانين عاماً.
وثمة حيلة رقيقة استجلبت ضحكة كبيرة:
وبأساليب عديدة، كان مناهضاً للسلطوية.
ولم تكن لديه - على أية حال - بوصلة أخلاقية (يقصد أنه كان أخلاقياً بفطرته).
« إنه رجل غير عادي.. إذ إنه لم يعتد الاحتفاء به منذ عام 1945م، رغم بطولاته! »
« لقد كان لديه إدراك واضح بقيمة أداء الشيء الصحيح.. وبقيمة الثبات على المبدأ،
وقيمة التمسك والشموخ فيما كان يراه حقاً ».
« وكان يمكنك أن تدعوه (السيد المتواضع في أي وقت يفكرون فيه فيما حققوه من
إنجازات)، ولذلك كان يمكنه أن يقرر ما إذا رغب في أن يكون متواضعاً أم شديد
الاعتداد بنفسه..

« إنه لم يستغل شهرته وذيوع صيته.. ولكنه كان مشهوراً ».

رجل ساحر ولكنه لا يمارس السحر.

لقد آمن بأن الشرف هبة يمنحها الإنسان لنفسه.

إنه لا يمكن أن يغيب عن بالك، ولكن يمكن أن يبقى معك.

لقد آمن بأن جوهر الأشياء كلها هو السلام.

كما آمن بعمق أن من واجبه أن يساهم في مجتمعه.

لقد كان ثابتاً متسقاً في تعامله مع كل الذين عرفهم..

إذ إنه أحب الجميع دون تفرقة.

إن تتابع مثل هذه الجمل القصيرة سمح للمتحدث أن يبحر إلى أعماق شخصية بيتر،

دون أن يبدو مبتدلاً في ذلك الإبحار.

« لقد قابل والدتي في ساوث هامبتون في قاعدة القوات البحرية الملكية، عندما دلف

من بواية القاعدة في عام 1949م.. وكان هذا هو بدء قصته الحب بينها، والتي شكلت فيما بعد كل حياة أبي».

هذا الحب الذي دام أكثر من خمسين عامًا.

لقد أكملت والدتي شخصية أبي وجعلتها أرق..

وكما أنه عشقها، فهي كذلك عشقته.

غالبًا ما كانت أمي مريضة بمرض خطير، ولكنه كان يعودها ويرعاها كما ينبغي.

كان كثيرًا ما يبدو متعجلًا وفي حالة نفسية ليست على مايرام.. ولكنه كان يعرف

كيف يخبىء ذلك ويجعله أمرًا عارضًا.. إلا أنه لم يكن يستطيع أن يفعل ذلك في موقف يتصرف فيه الآخرون بيروقراطية (بروتين زائد عن الحد/ المترجم) أو بغباء.

إلا أنه مع والدتي، كان غاية في الصبر والرقّة..

وكان داعمًا لها، كلما احتاجت إلى دعمه ومساندته لها.

لقد تعامل مع وفاتها على أنها كارثة، عندما حدثت منذ خمس سنوات مضت.. وكم

بكى عليها في صمت وهدوء.. وعاش بعدها وحديًا، ولكنه لم يشك من ذلك مطلقًا أو يستجد شفقة أو عطف أحد بعدها.

لم يكن والدي مطلقًا رجلاً ذا نزعة مادية.

وحقًا، أحب والدي سيارته وعشقه قاربه الشراعي.

ولكنه لم يكن طامحًا أبدًا إلى تحقيق مكاسب مادية أو اقتناء ممتلكات.

إذ ظل يحتفظ بساعة يده وفتاحة الأوراق لمدة أربعين عامًا دون تغيير.

«كما كانت لديه الجوارب نفسها التي كان يستخدمها منذ الحرب العالمية الثانية».

إن المبالغة الذكية للانعطف حول جزئية جادة تصحبها ضحكة صاحبة.

«لقد كان العام الأخير صعبًا على والدي».

ولكن حتى رغم أن والدي رأى استقلاله (اعتماده على ذاته) يخف يومًا إثر يوم، إلا

أنه ظل شامخاً ومعتدلاً بنفسه حتى آخر لحظة.

لقد حاول أن يجد - دائماً - ما يسري به عن نفسه في كل أحوال حياته.

لقد كان الاثنا عشر شهراً الأخيرة، واحدة من تلك المرات العديدة التي اعتقدنا أنها

قد تكون السنة الأخيرة بالنسبة له.

وكان في كل مرة، يستطيع العودة متحدياً كل الظروف غير المواتية.

وحقاً، كان والدي أكثر قدرة ومرونة عن جون مالك إيزو^(*).

لقد نجح المتحدث في أن يجعل جمهور المستمعين إليه يتسمون في مواجهة مفهوم

الموت المؤلم.

في الجزء الثالث، نجح المتحدث في التعامل مع المفاهيم الروحية، كما نجح كذلك في

تحقيق افتتان جمهور المستمعين بجانب مهم في شخصية بيتر (والده).

« لقد توصل أبي إلى التفكير بأنه قد تكون هناك أبعاد بديلة.. »

« وكما ترون، كان لدى أبي حلم يتجدد دائماً بأنه مع أمي، يبحران معاً في قارب في

بحار الجنوب.»

« إنه على الأحرى كان يعتقد أن هناك بعداً جميلاً رائعاً لم يعيشه من قبل، ويمكنه أن

يعيش فيه وقتها.. »

على الجانب الآخر، اعتقد أبي أيضاً أنه يمكنه العودة مرة أخرى إلى العائلة، التي كان

يحيا معها بكل الوفاء والعرفان.

لقد كانت رغبة الحياة قوية ومفعمة لديه، كلما تحتم عليه الذهاب إلى مكان ما.. قد

يكون ذلك الذهاب إلى السماء (الارتقاء)، وقد يكون إلى بعد آخر، ظل يحلم به.. وقد

يكون إلى يوم الدينونة (البعث)..

(*) جون مالك إيزو واحد من الأشخاص الذين عاشوا حياة درامية بمعنى الكلمة - المترجم.

لذا، فإنه في المرة القادمة التي ترون فيها يَحْتَأً، يقف على حافته رجل رائع، يولي وجهه صوب اتجاه الريح الجنوبية الغربية، وأذناه تسترقان سماع أي صوت، كما لو كانت أعلامًا ترفرف، وشغف البحر يطل من عينيه... عليكم وقتها أن تنظروا إلى هذا الرجل بمنتهى العمق والتأمل.. (فقد ترون أبي مرة أخرى - المترجم)..

« لأنكم لن تعرفوا مطلقًا ماذا كان يعني له هذا.. »

وأخيرًا استطاع المتحدث بمهارة أن يوجز (يضع في كبسولة) ماذا كان يعني والده بالنسبة له، في قائمة جمل مصغرة مركزة للغاية وبسيطة كذلك للغاية، كفلت وصول المفاهيم الختامية المطلوبة إلى جمهور المستمعين، بدرجة جعلت كل من سمع تلك الجمل، لازال يتذكرها:

«لقد كان بيتر والدي، وكان صديقًا عظيمًا لديّ، وسوف أفنقهه بشدة لاتتخلونها».

لقد آمن أبي بأن هويته لم تكن مرتبطة إطلاقًا باهتماماته أو مهنته.

وإذا افترضنا أن أبي سئل أن يعرف نفسه، فإنه كان سيقول ببساطة: « أنا رجل وتلك

هي الكيفية التي كان يرغب منا أن نتذكره بها.. ».

إننى واثق من أن كلمات المتحدث، لا سيما الجمل الأخيرة منها، قد جعلت روح أبيه

تبتسم.

في نهاية التأيين الذى قدمته لوالدتي (متأثرًا بما يسمى فقدان الأمومة) استخدمت باستماتة بطاقة (آلية) العاطفة بأقصى ما يمكننى في الجمل الختامية.. لقد شعرت أنه كان من واجبي أن أنهى حديثى بشيء ما يمكنه أن يحدث ذلك الأثر الباقى لدى الجمهور الذى استمع إليّ، كما لو كانت الرقصة الأخيرة التي أوديتها في حياتى، متبوعة بتظليلها ببعض الدموع إذا لزم الأمر. كما أننى أردت أن أتأكد من أنهم (جمهورى) قد قدّر بصدق اللمسات التفصيلية المحبة، لا سيما تلك اللحظات التي ولدت فيها شقيقتى سو؛ إذ قلت:

« كانت أمى تعشق السفر بالبواخر السياحية.. وقبل رحلتها الأخيرة، كانت « سو »

قد أمضت أسابيعها، تتشكل في رحم أُمي، كانت جنيئاً رائعاً على وشك الوصول، وعندما ولدت « سو »، تنازلت أُمي عن عشقها الأبدي في السفر آنذاك...

لقد تكونت الجملة الساحرة من كلمتين فقط، وكانتا باللغة الفرنسية..

تلك الكلمات التي استجلبت كل مشاعر فقد الأمومة لدى « سو » آنذاك، وكانتا أكثر كلمتين - في اللغة - مؤثرتين للموقف، وفي وداع أُمي، في مشهد جنازتها الأخير: كانت الكلمتان.. « الآن.. رحلة سعيدة يا أُمي ».

الشكوى:

عديد من الناس - بشكل غير صائب - يفترضون أنني أحياناً أستمتع فعلاً بالشكوى، وهذا الاتهام غير دقيق؛ إذ إنني أستمتع دائماً بالشكوى.

وهذا موقف مهم، حين تكون بحاجة إلى القدرة على أن تتحكم في انفعالاتك وعواطفك وتتحكم في مسارها، قبل أن تقرر الكلمات التي ترغب في قولها.. إذ إنك إذا سمحت لغضبك بأن يتحكم في سياق عرضك، فإنك في الغالب تميل للقيام بأداء أخرق مماثل للقول التالي:

« كل ما في الأمر أنني لا أستطيع أن أصدق كم أنتم أناس تفتقدون إلى روح الكفاءة؛ إذ لا ينبغي أن نضطر إلى إنفاق 800 دولار في الليلة، حتى نعامل بهذا الشكل، كما لو كنا قذارة يجب التخلص منها؛ هل تفعل ذلك باستماتة؟! أم أنك مجرد شخص غبي!! ».

هذا موقف يستلزم منك أن تكون صادقاً مع نفسك، حتى إذا لم تكن مطلقاً بدرجة كافية لأن تقول هذه الكلمات للعاملين في فندق غالى التكلفة، عقب سفرك على متن طائرة لمدة إحدى عشرة ساعة، وهم لا يستطيعون العثور على الحجز الذي قمت به.. الذي ترغب بالتأكيد في أن يعثروا عليه.. وللأسف، فإن كل ما في الأمر أنني لا أتمنى حدوث

ذلك، ولكننى أود أن أنوه إلى تلك الرغبة التي تجتاحنى، مرات عديدة، قبل أن أدرك أن التقنية التي استخدمتها في عرضى، تحتاج إلى قليل من تخفيف حدة الصوت الذى أؤدى به عرضى.

دعنا نطبق تقنية « الخط الأنبوى » على الموقف السابق:

النتيجة الحاسمة: سيمنحك الفندق جناحًا خاصًا لمدة أسبوع (مجانيًا)، مع مزيد من الشمبانيا وحفاوة منقطعة النظير، كاعتذار تنسى معه ما حدث
تحليل الجمهور: يوضح أن العاملين بالفندق لديهم موقع البداية في الاهتمام الحقيقي بموقفى وأنهم حريصون للغاية على أن يفعلوا أى شىء منطقى لعلاج الموقف.
موقع الإنهاء: كونك منطقيًا مع النفس، فإننى سأسترد هدوئى ورضائى عبر قدر معقول من الحفاوة، وزجاجة من الشمبانيا وعشاء مجانى.

القائمة المصغرة: ستكون مضطرًا إلى بذل مزيد من الجهد لتصنيف كل هذه الأداءات، ولكنك إن تمكنت من التصنيف، فسوف أكون سعيدًا بذلك.
العناصر الأساسية:

ما الذى يمكن أن تتوقعه بخصوص التكلفة؟

ما الذى حدث لك بالفعل؟

ما الذى سترغب في القيام به حيال ذلك؟

التثبيت الأول: « في المرة الأخيرة، التي أتت فيها صديقتى إلى باربادوس، (مدينة في اليونان) في عيد ميلادها الأربعين وكان سفرها على نفقتها الخاصة.

وفي هذه المرة، أردت لها أن تحيا أرق احتفال بعيد ميلادها، شهدته في حياتها.. ولكن بدلاً من ذلك، كان يتعين علينا أن ننتظر لمدة ساعة لكى نظفر بحجرة نقيم فيها.. أتمنى أن تتفهم لماذا كنا في غاية الضيق..»

التثبيت النهائى: « أتمنى أن تتوصل إلى شىء ما، يضمن لنا بالفعل أن تكون لدينا

ذكريات طيبة عن معدل ومستوى الخدمة هنا، بدلاً من أن تكون لدينا ذكريات حزينة وغاضبة».

لقد حصلنا على الجناح (ليس مجاناً حقاً، ولكن بتكلفة الغرفة نفسها؛ أى بمعدل أقل من المعدل العادى)، وعشاء هدية، وزجاجتين من الشمبانيا، وقدر من الحفاوة، يضمن لنا تقديرًا معقولاً ومعاملة مادية تراعى طبيعة الاعتذار عن التأخير الذى حدث في استلام الغرفة.

الدروس الرئيسية:

تحكم في عواطفك وعبر عنها ولا تسمح لهذه العواطف بأن تتحكم فيك.
كن حساسًا، سواء أراد الجمهور بالفعل أن يساعدك أم لا.
تأكد من أن موضع الاختتام (الإنهاء) المفضل لديك لا يعوق طريقة عرضك.
تأكد من أن عملية تثبيت العرض المبدئية حادة وذات نوعية محددة للغاية، دون أن تسيء استخدام ما لديك من حساسية.

ابحث عن الفرص التي تسمح لك لكى تبتسم بدلاً من أن تتجهم.

الحصول على تصنيف:

إن سلاحك الرئيس في هذا الموقف هو أن تنجح في تطبيق تقنية « عقلة الإصبع المجردة» الساحرة.. دعنا نواجه الحقيقة التالية: إن الحصول على الآف الجنيهات، كقيمة عن التصنيف، لهى نتيجة رائعة حاسمة.

إن مفتاح النجاح يكمن في التركيز، حتى خلال التواصل الأكثر سببية مع موظفى خط الطيران في المطار .

منذ عدة سنوات مضت، ذهبت طيرانًا إلى الولايات المتحدة على أحد شركات الطيران (X)، ومررت بوقت فظيع للغاية.. كانت مقاعد الطائرة صغيرة الحجم، بشكل لا يبعث على الراحة مطلقًا، ولم يتلق المسافرون المنتظرون للرحلة الخدمات اللائقة

بالعملاء.. وعندما وصلنا إلى المطار- الذى هبطنا فيه - في أثناء رحلة العودة، كنا أشبه بالمقيدين إلى المقاعد لمدة إحدى عشرة ساعة أخرى من عدم الرضا أو السعادة.

وعلى أية حال، كنت سعيدًا بأن أكتشفت ذلك آنذاك، بسبب ما قمت به من إجراءات تغيير مسار العودة؛ إذ غيرت رحلة عودتى لتكون على طائرة من خطوط شركة طيران أخرى (Y)؛ مما أعطانى الفرصة لأن أستغل الموقف وأحسّن البيئة (الظروف) التي ستكون فيها رحلة العودة إلى البيت. لقد استخدمت هذا التثبيت، بصورة صحيحة، في بداية المحادثة مع موظف الحجز، في شركة طيران (Y):

« إننى سعيد للغاية لقيامى بالطيران على خطوط شركتكم، بدلاً من شركة (X)؛ لدرجة أنه ليس لدىّ مانع - حقيقة - بالمكان الذى يكون فيه مقعدى بالطائرة؛ لأننى أعرف أنها ستكون تجربة طيران رائعة.»

ثم أخبرتهم، عندئذ، عن الكابوس الذى عانته مع شركة الطيران (X)، ومدى التناقض بين أدائها، والأداء الذى تقدمه شركة (Y).. لقد نجحت في التوصل إلى تلك الجملة المركزة المعبرة:

« ربما تعتبر الشركات الجوية الأخرى نفسها المفضلة لدى العالم، لكنكم بالتأكيد المفضّلين لدىّ.»

إن قراءة تلك الكلمات على وجه صفحة باردة مطبوعة، قد تحمل لك أثرًا باهتًا أو بعضًا من الأثر المقصود إحدائه.. وقد تعتقد أن هذا النمط من موظفى شركات الطيران قد سمعوا هذه العبارة مرارًا قبل ذلك، وذلك ما يجعلنى أعتد على إيقاع الكلمة الصوتى وما تثيره في نفس المستمع من تأثير يتناسب مع الموقف، حتى إذا صدرت منك بصفات حماسية مبالغًا فيها. وعلى أية حال، فبمجرد أن جلست إلى مقعدى في متن الطائرة، فوجئت بالشخص الذى قام بفحص أوراقى، ينتحى بى جانبًا، وقد أخذ منى تذكرتى ذات الدرجة الاقتصادية (كتصنيف) للسفر على متن الطائرة، وأعطانى بدلًا منها تذكرة

في الصف الأول من الفئة الأولى المتميزة.

لقد أنجزت نتيجتين حاسمتين (هذا ماقصده المؤلف بقوله ضربتين قاضيتين - المترجم)؛ لأننى لم أسافر على الدرجة الاقتصادية التي حجزت عليها، والثانية لأنه لم يتم تصنيفى على درجة أعلى، كنوع من التقدير الذى أحدثته عبارتى.

إن مفتاح نجاحى في ذلك كان يكمن في كونى قادرًا على أن أعبر عن محتوى شعورى حقيقى صادق، يصل بالتأثير الذى أرجوه إلى رد الفعل الذى أبتغيه من تلك الجملة الصغيرة المبهرة.. إن احتفائى واهتمامى غير المسبوق بصياغة ما عرضه من كلمات كان عبقرىً بكل ماتعنى الكلمة من معنى.

ومنذ فترة قريبة للغاية، كنت أقوم بفحص أوراقى في مكتب حجز لدى شركة طيران على خطوط شركة بانكوك. لقد تم بالفعل تحذيرى برسالة إلكترونية أن الرحلة بصدد تأجيل القيام بها لعدة ساعات؛ لذلك لم أندفع متعجلًا إلى المطار. ولم يكن هناك صف - بطبيعة الحال - لفحص الأوراق (إذ كان الجميع في انتظار إقلاع الطائرة التي تأخرت ساعتين - المترجم). إن تحليلًا سلسًا ومباشرًا للجُمهور كان يعنى أننى لا أحمل في ذهنى أى نوع من الكلمات الغاضبة التي اعتاد موظفو الطيران سماعها من كل عملائهم الذين كانوا في عذاب الانتظار لمدة ساعتين. كذلك، وضعت في اعتبارى أن الناس يحترمون بشدة أولئك الذين يحافظون على ابتساماتهم وهدوء كيانهم وسمعتهم الراقى بصورة غير مألوفة.

لذا، وبكل ما أمكننى من ابتسام وسكينة، كانت خطة التثبيت في البداية أن أقول:

إننى على ثقة من أن كل واحد الحاضرين كان غاضبًا منكم هذا المساء، ولكننى سأكون سعيدًا إذا استطعتم وضعى في طائرة لا يتأخر إقلاعها عن الاثنى عشرة ساعة القادمة».

وفى لايقل العدد عن أربعة من هؤلاء الموظفين انحنوا لى، وبادلونى ابتسامتى بابتسامة أكثر اتساعًا منها.. بل إن رئيسهم قالت لى - بالفعل - « أنت أول شخص، يتحدث إلينا - في هذه الليلة - بمثل هذه الابتسامة العريضة ».

لقد نجم عن ذلك، أن قررت هذه الرئيسة رفع تصنيفى من الدرجة الاقتصادية إلى درجة المسافر العالمى الأعلى، وهى درجة أفضل مما حجزته، فاعتذرت لها شاكرًا، فما كان منها - بعد مشاورات لبعض الوقت مع رؤسائها - إلا أن أضافت إلى تذكرتى مزايا، تسمح لى باستخدام مقعد سريرى مسطح للنوم، مع كوكتيل مشروبات مجانى، ومقعد رجال أعمال (لقد تجاوزت قيمة هذه المزايا ما يساوى ألفى جنيه بعملة بانكوك).

وبمجرد أن غادرت الصالة، كان جمهورى قد تجاوز سبعة أفراد (كانوا أربعة في البدء - المترجم)، الذين مازالت في محل دائرة اهتمامهم وانجذابهم إلى.. لقد أحببت أن أفكر بأنه إذا قمت بالتحدث إليهم، فإنهم سيذهبون بي، في نهاية الأمر، إلى الكابتن، قائد الطائرة (يقصد المؤلف من فرط حماسهم وإعجابهم به - المترجم..).

ولكن وأدًا لكل خيالاتى التى راودتنى آنذاك.. دعنى أقدم لك المكونات الحرجة لمخطط الاستدراج وإعادة التصنيف باستخدام تقنية «عقلة الإصبع المجردة»:

- لا تجر فحص الطيران إلكترونياً.. بل يتعين عليك أن تتأكد أنك بإمكانك التواصل مع عنصر بشرى وليس إلكترونياً.
- عليك أن تقرر - بدقة - إذا ما كان أى شىء في الموقف، في ذلك اليوم، يمكنك الاستفادة منه كميزة أم لا.
- استخدم مدخل التثبيت (البدء / الختام) والجملة (القائمة) المركزة التى تبدو عبقرية غير مسبوقه، وتشعر أنها كذلك.

إننى آمل بشدة أن تتمكن يوماً ما من أن نلتقى في صالة مغادرة لدرجة رجال الأعمال (المسافرين جواً)، وفي مناسبة، نضمن فيها جيداً سفرنا المريح من خلال تطبيقنا البارح لتقنية «عقلة الإصبع المجردة» البسيطة، دون الاضطرار إلى قياس حجم ماتحويه حافظتىنا من أموال.

موجز تقنية « الخط الأنبوبي »

حاسمة

تقرير النتيجة التي يمكن أن تكون الأفضل إقناعًا

تحليل

اطرح أسئلة عن: من، لماذا، يرغب، يحتاج، يجب

مواقع

حدد نقاط البداية لجمهورك وحدد النقاط الختامية المفضلة لديك

جملة / قائمة

أبدع جملة مركزة موجزة ساحرة

عصف ذهني

كون مانشيتات (رؤوس موضوعات) من الجملة المركزة التي أبدعتها

مرشحات

قم بتوجيه هذه المانشيتات صوب مُرَشِّح الحقيقة والمرشح المضاد

عناصر

بعد تنقية المانشيتات، حولها إلى قائمة مرتبة من العناصر الأساسية

اكتب

اكتب الكلمات التي تدعم كل مانشيت من المانشيتات التي كونتها

حرر

حرر الكلمات التي كتبها وقم بتدوينها لتشكيل القاعدة الأساسية

ثبت

قم بتكوين مدخل تثبيت جمهورك الأول والختامي

التنفيذ أو الاستلام

قم بتوصيل المحتوى النهائي لحدينك أو تحويله إلى بطاقات، أوراق، أو شرائح يتم عرضها على الجمهور

المصطلحات الرئيسة المتعلقة بتقنية "عقلة الإصبع المجردة"

نتيجة قاصمة (ضربة قاضية)

هي النتيجة التي في عالم مثالي بالمعنى الحرفي للكلمة التي ترغب في تحقيقها مع جمهورك المستهدف.

موقع البدء (نقطة البدء)

هي ما تقتطده أو يشعر به الجمهور فيما يتعلق بالعرض وموضوعه، قبل أن تبدأ بعرضك فعلاً..

موقع الختام

هي ما تود من جمهورك أن يفكروا بها ويعرضوه أو يشعروا به عند نهاية عرضك، مع الوضع في الاعتبار تلك الحقيقة العملية الكاملة للموقف.

مركزة مصغرة جملة (قائمة)

هي تتابع لكلمات، يمكنه بسرعة وبأسلوب ساحر أن يلخص جوهر عرضك الذي قمت به، بأسلوب يتشكل - نوعياً - حسب احتياجات جمهور نوعي في وقت خاص.

العناصر الأساسية

هي المانشيتات التي تشكل محور الجزء الرئيسي من العرض.

النص الأساسي

هو الصيغة التي يتضمن العرض الحقيقي منها 70٪ من الكلمات التي ستقال بالفعل في الحدث العرض.

التثبيت

هو تتابع حاد وصادم للكلمات التي يمكنها أن تستجلب وتحفظ باهتمام الجمهور.

التثبيت الأول (الصقل الأولي)

الذي يجب أن يتشكل أو يتضمن في عرضك.

التثبيت الأخير (الصقل الختامي)

يجب أن يكون الجمل الأخيرة المحددة.

نبذة عن المؤلف



جراهام ديفز محام لدى المحاكم العليا، والرئيس السابق لاتحاد كمبردج، وقد أصبح واحداً من أكثر مدربي العرض في المملكة المتحدة قدرة وبراعة. لقد عمل كمتحدث عارض، ومدرب للعرض لصالح أكثر من مئة مؤسسة وهيئة دولية، وتضم قائمة عملائه الفردية مديرين تنفيذيين ومشاهير، وأبطالاً أو ليمييين رياضيين وسبعة

أعضاء من حزب المحافظين. وفي دوره كرائد في طليعة الممارسين للعرض والمدربين عليه، فإنه ضيف منتظم على محطة «بي بي سي»، وقناة «سكاي نيوز»، ومحطة «سي إن إن»، يقوم بتحليل الخطب والأحداث السياسية الرفيعة الشأن.

يمكنكم التواصل على الموقعين التاليين:

www.grahamdavies.co.uk

www.straighttalking.com.uk

لمعرفة تفصيلات أكثر عن تدريب العرض والانخراط في التحدث، يمكنك

الاتصال بـ «جراهام» عبر الموقع التالي:

graham@grakdavies.co.uk

أو على الهاتف التالي: 02079377758

شكروتنويه

لقد ألهمنى أصدقائي في نقابة المتحدثين المهنيين ودعموني بشكل غير مسبق.. والتالية أسماؤهم كانوا ذوي أثر حاسم في سلامتى الذهنية ومحاظتى عليها، أثناء كتابتى للكتاب، وهم: بول برايدل، وارن إيفيرت، تيم جارد، جان چون، روجر هاروب، جراهام چونز، بول ماكجى، روى شيارد، وآلان ستينزينز.

لقد كان دان بوند شريكى في الأعمال التجارية التى لدينا، ومدربًا، وصديقًا صبورًا ومنظمًا، ومنظرًا أصليًا لعدد ضخم من المفاهيم الواردة في هذا الكتاب. دان، لك منى جزيل الشكر على كونك دائمًا بجانبى طوال تأليفى للكتاب.

كيف أولدفيلد، الزوجة الثانية الرائعة لأكبر أولادى.. إننى أوصي بها لكل من يرغب في كتابة كتاب ما، لاسيما إذا كان كتابه الأول...

الرعاية التكنولوجية الفائقة التى حظيت بها من هانيان دوسانى وتراسى كين، واللذين قيمتهما تتجاوز كل الحدود، وقد كانا جزءًا من نصيحة غالية، أوصانى بها كل من آلان سامز، وكريس ستيل، وستيف شاي.

كذلك أتوجه بالشكر إلى أندرو كورليت لكونه مستشارى الذى لا يتعب، وشكرًا للسيد دافيد كالديرهيد لكونه الشخص الذى يمكن أن أحادثه كعضو فني الساعة الثالثة صباحًا.

شكرًا للسيد حيدون جوزيف لطاقته الهائلة وإخلاصه وإيمانه العميق..

شكرًا للماريك كريوالد لكونه معنوهاً بدرجة كافية لأن يقوم بمكالمة تليفونية باردة مع

الناشر كانستون..

وأخيرًا شكرًا لنيكول جايتس لإيمانها الشديد بهذا الكتاب لموافقتها على معالجة المسودة الأولى التي كتبت بعد لقائنا الأول الخمسة وعشرين عامًا، ولجعلى أنتظر فراغها من المسودة بعد 4 سنوات كاملة.

من أهم مصطلحات الكتاب

(A)

قاعدة بعد العشاء - مفكرة اختيار الحكاية - إجابة أسئلة - إثارة - قلق -
نطاقات اهتمام - تحليل جمهور - تركيز جمهور - تصميم جمهور - بحث متعلق
بالجمهور - مناطق الجمهور - شعائر مكافأة.

(B)

خلفيات - نص أساسي - أحوال معركة - حديث - عرض أفضل رجل -
متلازمة أفضل رجل - مزج - لغة الجسد - عصف ذهني - نقاط أساسية.

(C)

بطاقات - كروت - نقاط توضيح - كُتَّاب كوميديون - منطقة راحة - شكاوى
- منظمو اجتماع عبر الألياف - نعمة حوارية.

(D)

شرائح معيبة - حوار - تمايز - حفلة عشاء متميزة

(E)

تحرير - عواطف - مشاعر - بيئة - بدع - ابتداع - ملخصات تنفيذية - تواصل
بصري.

(F)

مرشِّح حقائقى - خطبة والد العروس - مرشحات صيغة أولية - صقل أولي -
عروض رسمية.

(G)

إيهاءات - التقسيم إلى مجموعات.

(H)

ميكروفونان محموله باليد - عداوة - اختيار فكاهة.

(I)

انطباعات - حيل مراوغة مهنية - تفاعل - تواصل.

(K)

عناصر أساسية - نتيجة قاصمة - قاضية.

(L)

متطلبات الدقيقة الأخيرة - إضاءة.

(M)

محاورات إعلامية - ذاكرة - جملة مركزة.

(N)

أعصاب - ملاحظات.

(O)

مشتركون على خط واحد - محاورات على خشبة المسرح.

(P)

معدل سير - مناقشة جماعية مخططة سيناريوهات ورقية - شاشات بلازما -

ممارسة.

(R)

فحص الحقيقة - وضع المؤشرات.

(S)

عروض للجالسين - شرائح - عمليات الصقل.

(T)

قائد فريق - متديات هاتفية - حدود زمنية.

(V)

تحكم صوتي.

(W)

موسيقى مصاحبة.