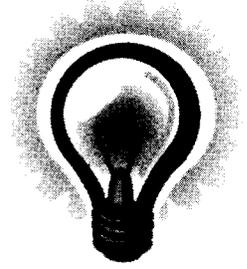


مهارات العرض



كيف أصمم عرضاً فعالاً؟

لعلك تحتاج أثناء عملك المهني إلى أن تقدّم عروضاً للزبائن، أو لزملائك، أو للإدارة، أو للتقارير المباشرة. والتحضير للعرض لا يخفّف من القلق فحسب، بل يجعل العرض أكثر كفاءة. وتصميم العرض قد يبدو مسؤوليةً ضخمة، ولكنّ باتباع الخطوات الواردة فيما يلي يسهل إعدادُه، ويصبح مهمةً ممتعة.

مثّل الدماغ كما لو أنه معدة، فكما أن المعدة تُملأ بالطعام لقمة لقمة، كذلك تُعرّض المعلومات في الدماغ فكرة فكرة. أمّا شعار العرض فهو: تستطيع أن تحقّق ما هو أكثر بالأقل.

أسئلة ما قبل العرض

- ماذا أريد إنجازَه؟ لماذا أتحدث: للإعلام بالشيء أم للحضّ عليه؟
- لِمَنْ أتحدث؟ حدّد احتياجات المستمعين إليك.
- كم من الوقت سأستغرق في الكلام؟
- أنت تحت المشاهدة، لذا كن متنبّهاً إلى لباسك وتعابير وجهك.
- مَنْ هم تحت الأنظار ينبغي أن يُحسنوا التعبير عن أنفسهم.
- خطة لتوزيع النشرات (قبل العرض عادة، أو أثناءه إذا اقتضى الأمر، أو بعده، أو لتعزيز الموقف).

العرض

- التّقى بجمهورك، واجمع الأسماء إن أمكن.
- قدّم نفسك إذا احتاج الأمر.
- ينبغي أن تشمل العروض على ثلاثة أجزاء:
 - نظرة شاملة - ما تريد عرضه: (العنوان)، الغرض، الأهداف:
 - ما هي، ولماذا، وللمن، والفوائد التي تعود على الناس/ المنظمة/ الزبون؛ قواعد أساسية؛ موضوعات.
 - المتن - وقائع تؤيد نظرتك الشاملة.
 - الملخص - تأكيد النقاط الأساسية.

أسئلة ما بعد العرض

- هل أنجزت ما أردت؟
 - هل لبيت احتياجات المستمعين إليك؟
 - هل ثمة حاجة لمتابعة العمل؟
- الآن وقد درست النظرة الشاملة للعرض، تكون قد كوّنت فكرة عما هو متوقع للعملية بكاملها. فيما يلي مقومات العرض نفسه:

تكوين عرضك

استغرق في الأحلام، وضّع أفكاراً، واكْتُب موضوعاً، وسجّل أفكاراً عامة، وضّع أفكارك في إطار: نظرة شاملة ومتن وملخص.

النظرة الشاملة

ينبغي أن تُطالع هذه النظرة الجمهورَ على جميع الموضوعات التي ستُعرض. فكّر في ثلاث نقاط أساسية تريد من الجمهور أن يتابعوها. وبعد ذلك ينبغي ألاّ يتضمن عرضك مفاجآت، وأن تشمل نظرتك على التالي:

- ماذا سيناقش؟

- لا أكثر من ثلاث نقاط (أو موضوعات) رئيسية.
- حدّد الموضوعات.
- حدّد ما ينبغي أن يتذكره الجمهور، وما هو مفيد لهم.
- قواعد أساسية؛ فالجمهور قد يطرح مثلاً أو لا يطرح أسئلة أثناء العرض. هل ستكون هناك بيانات، أو فترة استراحة، أو وقت للغداء؟
- أسئلة لاكتساب معلومات، وفي أيّ وضع تُطرح ومتى، أو إذا كنت تريد أن تضبط وتؤثر في المستمعين فدعهم يؤجّلون أسئلتهم حتى الوقت المحدد.

المتن

ينبغي أن يتدفق متن العرض بطلاقة بدءاً من النظرة الشاملة، وأن يكون منتظماً ومنطقياً. يمكن أن تساعد اللوحات الكبيرة مع جُمَلٍ من الموضوع على انتظام الأفكار (والعرض). عزّز العرض بوسائل بصرية؛ كالسلايدات واللوحات وغيرها، فهي تساعد الجمهور على استيعاب رسالتك. لا تقرأ عرضك!

الملخص

ينبغي أن يعزّز الملخص الأفكار البارزة في عرضك. قل «بإيجاز...». سوف يتضمن الملخص أيضاً أسئلة من جانب الحضور تتعلق بالموضوعات الرئيسية للعرض وتلخيصاً للمسائل الأساسية بإشرافك. (على أن الأسئلة والأجوبة قد تُطرح في أيّ وقت أثناء تقديم عرضك، وتستطيع أن تُطرح أسئلة على الجمهور أثناء العرض). اعرض بإيجاز مسائل أو أفكاراً تريد من الحضور أن يتذكروها ويفكروا بها.

فيما يلي مثال موجز لعرض يتضمّن المخطط إلى اليمين والنص إلى

اليسار:

صباح الخير. أنا

سأعرض عليكم هذا الصباح «مفاتيح العروض الناجحة».

الغرض: غرضي اليوم المشاركة في عملية إعداد عرض وتقديمه بصورة ناجحة ومجدية.

تعريف للجمهور:

أدرك أن كثيراً من المستمعين يقدم عروضاً. وحلقة البحث هذه تقدم أسلوباً لتصحيح عروضكم بسهولة أكبر.

الفوائد: باتباع هذه الطريقة من العرض تتمكن من تقديم أفكارك بوضوح، ومن ثم تُعين مستمعك على إدراك المقصود من عرضك، ويكون عرضك مجدياً ومركزاً. وسيُسَرّ الزبائن من جوهر عرضك، وقدرتك على تطويعه لما يفي بحاجاتهم.

القواعد الأساسية:

سيستغرق عرضي قرابة 20 دقيقة. أرجو تأجيل الأسئلة إلى نهاية العرض. تُستعمل الأوراق الموزعة للملاحظات أو التعليقات.

الموضوع: سأتناول الموضوعين التاليين:

1 - الفرق بين التأثير والإعلام.

2 - تصميم العرض: المقدمة، المتن، الخلاصة.

المتن: الفرق بين التأثير والإعلام

الإعلام هو تقديم قانون أو إعطاء فكرة عن السياسة المتبعة.

التأثير هو أن تحمل الآخرين على اعتماد فكرة من أفكارك.

(استمرّ بتقديم بقية عرضك، وفي كل مرة تقوم فيها بتصميم

عرض، اكتب 3 أو 4 أسئلة على بطاقات، واستعملها لتأكيد نقاط بحثك في أثناء العرض. أجب عن الأسئلة، ثم اطلب من الحاضرين التعليق عليها، فهذه طريقة ميسورة لإثارة النقاش، إذا كان هذا مرادك).

الخلاصة: أجمل ما قلته، وناقشه، وبيّن الفروق بين التأثير والإعلام وتصميم العرض. عبّر عن ذلك بالقول: «اتباع هذا الأسلوب سوف...»

الخاتمة: ناقشت اليوم الفرق بين التأثير والإعلام، عند تصميم عرض. شكراً لكم.

قضايا أساسية في العروض

تذكّر المفاهيم الثمانية التالية عند تحضيرك لعرض:

- 1 - كن حسن الاطلاع ومتهيئاً جداً.
 - اعرض كلاً من خلفية الموضوع والمفاهيم المستجدة فيه.
 - اعرف جوهر الموضوع، وليس مجرد سُرْد من الذاكرة أو إعادة.
 - كُنْ على معرفة شاملة بميدان معين، وكن قادراً على شرح وتحليل وتطبيق وتقويم الوقائع المعروضة كافة.
 - اشرح جوهر الموضوع كما لو كنت تتعامل مع زميل ودود.
 - ابدأ بنظرة شاملة حول المفاهيم العامة، واطرح بانتظام الخصائص حتى تشعر بالاطمئنان إلى أن كل ما ينبغي معالجته قد جرت مناقشته.
- 2 - اعرف مقدماً ماذا يتوقع الجمهور من عرضك.
 - اسع إلى تلبية حاجات الجمهور بالتحدث مع مصدر مطلع.
 - إذا كنت لا تعرف ماذا يتوقع الجمهور، فاسأل لتحديد التوقعات.مثال:

- «قبل أن نبدأ، قل لي ماذا تتوقع شخصياً من هذا العرض. قل لي ما المجالات الخاصة التي تريد أن تناقشها».

- كن مرناً كي تلبي احتياجات الجمهور.

3 - كي تبقى في سياق الموضوع، وضمن المدة المحددة، اتبع ما يلي:

- حضر عرضاً تُحدّد فيه جميع المفاهيم الرئيسية التي ستتناولها.

- استخدم البطاقات لتحديد جُمَلِ الموضوع والنقاط الأساسية.

- أكد وتابع بالتسلسل الوقائع كي تشجّع على الفهم.

4 - اجذب المشاركين إلى العرض بطرح أسئلة.

- لا تنتظر الأسئلة، واطرح الأسئلة الخاصة بك. وبوصفك

المحاضر حاول توليد حوارٍ مع جمهورك بأن تطلب منهم التعليق

والمشاركة. اجعل الأفراد الحاضرين يتحدثون عن تجاربهم أو

يعلقون على سؤال طرحته.

- استخدم البطاقات التي تحمل أسماء الحاضرين، إن أمكن، أو

اطلب من كل فرد أن يُعرّف بنفسه (أو نفسها) ويعمله قبل أن يبدأ

العرض.

- أجرِ مناقشةً بين مجموعة صغيرة من الأفراد لطرح أسئلة أو إيجاد

حلول لمشكلات.

- لا تجعل الجمهور جالساً بصورة سلبية وأنت تناقش الأفكار.

ولكي تعرف بهم يفكرون أو إن كانوا يستوعبون، فإنك بحاجة إلى

طرح الأسئلة. دَعِ الجمهورَ يندمج معك ويناقش.

5 - أنت مَحَطُّ الأنظار.

- انتبه إلى حركاتك، وتذكّر أن الإيماءات العصبية تُبعدك عن جوهر

الموضوع (نحو: طريقة الخطو، القبض على الأصابع أو إطلاق

اليَد، إظهار الاهتمام بما تلبس من أشياء ثمينة).

- المظهرُ اللائق، والسيطرةُ على حركات الجسم، والتواصلُ البصري، تُعزّز كثيراً من مظهر إقائك.

- المتحدثون المتمرسون يستخدمون لغةً الجسد لشدّ الجمهور إليهم.

- عليك أن تجلس، إذا كان ذلك ملائماً، بحيث تبدو واحداً من الجمهور أو زميلاً لهم.

- جرّب عرض إقائك لكلمتك أمام المرأة.

- من المهم أن يكون لباسك مناسباً أمام الجمهور. فاللباس (المظهر) يمكن أن يعطي المتحدث المزيد من المصداقية.

6 - اجعل صوتك أداة.

- نوّع في سرعة الإلقاء. ركّز على سبيل المثال على الحقائق المختلفة أو النوعية أو المهمة، وتحدث ببطء وبصوت عالٍ.

- يمكن اللجوء إلى التوقف المؤقت بعد عرض فكرة مهمة للتركيز عليها.

7 - ينبغي إلقاء العرض ضمن المدة المحددة.

- يمكن أن يكون التكرار ضرورياً لإلقاء الضوء على النقاط البارزة، ولكن ليس لملء الوقت. إذا كنت تستطيع أن تنهي المحاضرة قبل الوقت المحدد فافعل ذلك. (ينبغي أن تنصرف قبل أن يعرف أحد ماذا ستقول تالياً)

- في عرض مدته ساعة، أنجز عملاً في ثلاثة أرباع الساعة. فهذا يعطي فرصة لطرح الأسئلة والتوضيح.

8 - استخدم ملخصاً موجزاً لشرح الفكرة الشاملة والجوانب الخاصة التي تمت معالجتها.

- استخدم «بإيجاز...» أو «بالنتيجة...».

- التلخيص النهائي على درجة كبيرة من الأهمية؛ إذ ستطرح فيه جميع الوقائع معاً وتصل إلى مفهوم شامل لكل ما طُرح.

- إذا كنت تريد أن تشجع النقاش، قَسِّم الجمهور إلى مجموعات صغيرة لتحليل الموضوع (الجمهور لا يطرح عادة أسئلة بدون تشجيع).

راجع اللائحة التالية قبل العرض

لائحة بنود إلقاء العرض

- احرص على التواصل البصري مع أفراد الحضور.
- تحدّث بصوت مرتفع وواضح، استخدم الإيقاع المناسب.
- كن حماسياً - فكّر في تعبيرات الوجه.
- لا تفقد توازنك.
- تجنّب الترييت على الأشياء بيدك.
- توقّف وقفّة قصيرة - وخُذ نفساً بطيئاً وعميقاً.
- لا تكن عصيباً - لا أحد غيرك يعرف ما هي الخطوة التالية.
- استخدم الغرفة كلّها.
- كن حذراً إزاء حالتك النفسية.
- البس ما يتوقّعه الجمهور منك.
- تجنّب تعبيرات لفظية مثل: آه، هم، «كما تعلم» ...
(اصمت بدلاً من ذلك)

تقويم

الطريقة الجيدة لمعرفة المزيد عن نقاط القوة والضعف لديك - إذا كنت متحدثاً يقدّم عرضاً - هي أن تسأل زميلاً لك أن يراقبك ويزوّدك بالاستجابة. ويمكن أن يستخدم المراقب صيغة كالصيغة الواردة فيما يلي لتسجيل الانطباعات.

تقرير عن تقويم العرض

الاسم:

أ = ممتاز ب = مُرضٍ ج = يحتاج إلى تحسين

ملاحظة للقائم بعملية التقويم: إذا كان المفهوم غير مستخدم اترك فراغاً

المتحدث	المحتوى
- التواصل البصري	- النظرة الشاملة
- جهازة الصوت	- المتن
- استخدام الأيدي	
- التلخيص	- استخدام الوقفات
- سؤال وجواب	- إكمال الأفكار
- عرض منطقي	- المظهر
	المؤثرات البصرية
- الحماسة	- تعبيرات الوجه
- جذب الجمهور إلى المشاركة	- الصور الشفافة المعلقة
- حركات الجسم	- الفيديو/السلايدات
- استخدام الغرفة	- الخرائط والجداول
- استخدام عصا التأشير	- البيانات/متابعة
- الخطى	- نظرة شاملة/تلخيص

تعليقات:

تعليمات: تفحص أياً من الأدوار التالية التي يفترضها المحاضر أثناء تقديم عرضه

- نشيط	- مقنع / مؤثر
- مُجَرَّب	- أبوي
- رجل مبيعات	- متسلط
- مشرف على التابعين له	

المصادر

- Carnegie, D. (1955). *Public speaking and influencing men in business*. New York: Associated Press.
- Gatto, R. (1990). *Effective presentation*. Pittsburgh, PA: GTA Press.
- Yeomans, W.B. (1985). *1000 things you never learned in business school*. New York: McGraw - Hill.

كيف أوجد مؤثرات بصرية فعّالة؟

المؤثراتُ البصرية أداة مهمة عند تقديم العروض لسببين رئيسيين هما: (1) أنها تسمح للجمهور أن يركّز على المادة، (2) وتعزّز الكلمة المنطوقة. ثمة أشكالٌ متنوعة من الأدوات البصرية، ولكننا سنركّز هنا على: الجداول اللاصقة، والصور الشفافة (عبر الزجاج أو الورق أو القماش)، ورقائق الفانوس السحري (السليدات)، والألواح البيضاء.

الجدول اللاصقة

- فيما يلي قائمة بالإشارات المساعدة على استخدام الجدول اللاصق:
- 1 - استخدم الجدول اللاصق، وارسم أسلوب العرض. ينبغي أن توضّح الصفحة الأولى عنوان العرض، والثانية توضّح اسمك ومركزك (إذا كان ذلك مناسباً).
 - 2 - استخدم الجدول اللاصق لإبراز وتحديد العرض. ويمكن استخدامه أيضاً في الخلاصة التي تقدّمها.
 - 3 - استخدم الجدول اللاصق لتوزيع شرائح تمثل معلومات جديدة أو مختلفة؛ فهذا يساعد الجمهور على متابعة تغيّر الموضوع.
 - 4 - استخدم الجدول اللاصق لتوضيح وتعزيز عرضك.
 - 5 - استخدم الجدول اللاصق لتسجيل استجابات الجمهور على الأسئلة المهمة أو لتسجيل قضايا لمناقشة لاحقة. الصق هذه الصفحات على

- الجدار كي تُتابع المسائل غير المحلولة في الوقت الذي تصل بالعرض إلى النهاية في الوقت المناسب.
- 6 - حضر الملتصقات سلفاً. ويمكن لصق إعلان أو مطبوعات أو توضيح قبل العرض يُلصق على الجدار للتنبيه.
- 7 - اجعل المعلومات الواردة في صفحات الجدول اللاصق بارزة. واستخدم ألواناً غامقة وظاهرة للعناوين أو لإبراز مشكلة أو مفهوم. استخدم الألوان الزرقاء أو الخضراء أو السوداء (الألوان الغامقة) للمعلومات العامة. وتجنّب الألوان الباهتة (كالأصفر أو القرنفلي). أما الأحرف الحمراء فتستخدم عادةً للإشارة إلى مشكلة.
- 8 - عند استخدام الملتصق، اكتب ملاحظات بالقلم الرصاص إلى جانب الأفكار التي كتبتها بمؤشر؛ فهذه الملاحظات المكتوبة لن يراها أحدٌ غيرك، ذلك لأن عيون الجمهور سوف تتوجّه إلى الألوان اللامعة. وستكون هذه الملاحظات مفيدةً لك؛ فملاحظات من مثل: «التواصل البصري» أو «جهازة الصوت» ستساعدك على تذكر مهاراتك. سجّل المحتويات أيضاً.
- 9 - قف إلى جانب الملتصق. واستخدم يدك أو مؤشراً للتنبيه على كلّ موضوع محدّد.
- 10 - استخدم الرموز المختصرة أو الرموز الحرفية (الأحرف الأولى لاسم مركب ما). وإذا كنت تعتقد أن المستمعين قد تختلط عليهم الأمور فيُستحسن أن تتهجّها في جدولك. (عندما تحاضر أمام مجموعات كبيرة تَهجّ أية اختصارات أو رموز حرفية سوف تستخدمها في النشرات التي ستوزعها على الحضور).
- 11 - ضَع الملتصق حيث يستطيع كلُّ فرد أن يراه.
- 12 - ينبغي أن تكون الملتصقات واضحةً ولها عنوان، وتحتوي على معلومات أو بيان واضح.

الصور الشفافة المعلقة/السللايدات/العروض التصويرية

اقرأ اللائحة التالية من التعليمات قبل استخدام الصور الشفافة،
والسللايدات، وعروض الكومبيوتر التصويرية.

- 1 - لا تَضَع الكثير من المعلومات في صورك الشفافة أو شرائح
الفايوس السحري (السللايدات)، واستخدم أحرفاً مطبوعة كبيرة
ومساحات عريضة. الشاشات الممتلئة بالأرقام لا تفي عادة
بالغرض. لا تستخدم نصاً أكثر من ستة أسطر. اجعله بسيطاً.
- 2 - استخدم الألوان الظاهرة والغامقة للعناوين أو لإبراز عبارة مشكلة أو
مفهوم. استخدم اللون الأزرق، أو الأخضر، أو الأسود (الألوان
الغامقة) للمعلومات العامة، وتجنب الألوان الفاتحة (الأصفر،
القرمزي). الأحرف الحمراء تشير عادةً إلى مشكلة.
- 3 - ينبغي أن تعبّر الوسائل البصرية عن نفسها بوضوح، مع عنوان
ومعلومات أو بيان واضح.
- 4 - لدى مقارنة المعلومات، ضَع النقاط في أعمدة متقابلة، وليس في
أعمدة بعضها فوق بعض.
- 5 - الصور الشفافة الواضحة يمكن الحصول عليها بواسطة معظم آلات
النسخ. استخدم قلماً شفافاً ملوناً أو شريطاً ملوناً للتأكيد أو لتوضيح
النقاط البارزة.
- 6 - استخدم ثلثي الشاشة العلويين لمعلوماتك. فهذا يجعل المعلومات
في أعلى الشاشة ويسهل على الجمهور رؤيتها.
- 7 - أطر دوماً الصورة الشفافة أو اشتر الصور الشفافة ذات الإطار
الأبيض. واستخدم الإطار لكتابة ملاحظات لنفسك ورقمها للعرض.
- 8 - لتكن الصور الشفافة التي تستخدمها، إن أمكن، مصنوعة في مخبر
طباعة اختصاصي. والصور الشفافة المعدة عن طريق الكومبيوتر
توفر الأسلوب الأجدى.

9 - استخدم مؤشر ليزر لتأكيد المعلومات المهمة، وللإشارة إلى النقطة التي تتناولها في ذلك الوقت.

الألواح البيضاء

سيكون من المفيد اتباع التعليمات التالية في حال استعمال لوح أبيض:

- 1 - استخدم لوحاً أبيض لرسم أو توضيح عرض في غرفة للمؤتمرات.
- 2 - استخدم أقلاماً ملونة، إن أمكن، واكتب بخط أنيق واضح وأحرف كبيرة.
- 3 - قف جانباً واستخدم عصا الإشارة كي تشير إلى موضوعات معينة ضمن المخطط. ضغ خطأ تحت الكلمات المهمة.

الأجهزة

اقرأ اللائحة التالية قبل استخدام أي نوع من الأجهزة مثل الكاشف الضوئي (البروجيكتور) أو الحاسوب (الكومبيوتر).

- 1 - تفحص أجهزتك قبل العرض لتتأكد لك صلاحيتها للعمل. تذكر «قانون مورفي».
- 2 - اعرض جميع الشرائح (الاسلايدات) والصور الشفافة وأشبابها قبل العرض، تحت الإنارة أو بدونها كي تلاحظ تأثيرها.
- 3 - ثبت رأس شريط العرض للحيلولة دون سقوط الاسلايدات. وإذا التصق أحد الاسلايدات، اطو ورقة على شكل حرف «L» وارفعها، واجذب الشريط إليك.

ملف العرض

كي تكون عارضاً جيداً ينبغي أن تكون قادراً على مواجهة تغير البيئة والجمهور. ولمواجهة هذا التحدي جيداً ينبغي أن يحتوي ملف العرض على البنود التالية:

- مشابك ورق كبيرة
- حافظة لأوراق الجداول والملصقات
- مقص
- أربطة مطاطية
- أقلام تأشير برأس رفيع وعريض
- صور شفافة وأقلام شفافة
- أقلام حبر ورصاص مع ممحاة
- دبابيس كباسة لتثبيت صفحات الملصقات على الجدران الملساء أو المغلفة بالقماش
- عصا تأشير تمتد إلى حوالي قدمين، أو قلم ليزر
- قابس التوصيل الكهربائي (بفتحتين أو ثلاث)
- خرازة، وآلة لئزغ الخرزات السلكية
- ساعة تنبيه
- آلة حاسبة
- إذا كنت تستخدم شرائح الفانوس السحري (الاسلايدات) احملي شريطاً صغيراً للتوصيل الكهربائي في صندوق العرض، ولمبة إنارة إضافية

الرسوم البيانية

تعدُّ الرسومُ البيانية من أكثر العناصر البصرية التي يتطلَّبها العارض. والغرض من هذه الرسوم والجداول البيانية عرضُ مقدار كبير من المعلومات دون الحاجة إلى شرح كلِّ بند. وهي إلى ذلك تقارن وتقابل وتدعم وتعرض التحليل. دَع الجمهورَ يتأمَّل الرسمَ البياني من خمس إلى خمس عشرة ثانية قبل أن تشرع في شرحه. وعندما تستخدم رسماً، قدِّم للجمهور شرحاً ومهمات موجزة. اسأل الجمهورَ مثلاً كيف يطبِّق المعلومات على الرسم البياني. بيِّن المشكلة التي تُمثِّلها أو المهمة التي تخدمها. تحتاج جميعُ الرسوم

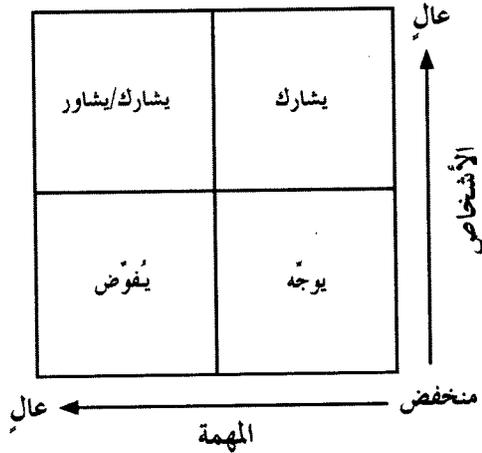
إلى توضيح بعناوين وتواريخ ومعلومات مناسبة. وكلما كانت أبسط كان ذلك أفضل. اطرح على نفسك هذه الأسئلة عندما ترسم جداولك البيانية:

- 1 - هل الرسم ملوّن وسهل القراءة؟
 - 2 - هل حدّدت حجم النص في الرسم؟
 - 3 - هل يؤدي الرسم البياني الغرض المطلوب بدون شرح؟ (ينبغي أن يمثل الرسم البياني مفهوماً كاملاً مستقلاً عن الوصف الشفهي)
 - 4 - هل أحتاج إلى مفتاح لشرح التفاصيل؟
 - 5 - هل استخدمت اللون للمساعدة في التمييز البصري؟
- فيما يلي أربعة رسوم بيانية مشروحة:

الرسم الرباعي

تستخدم الرسوم الرباعية لتحديد نواتج/خصائص مختلفة لتحليل النوعية، وإظهار العلاقة بين متغيرين، كما هو مبين في الرسم المربع الآتي:

مثال: نموذج الإدارة



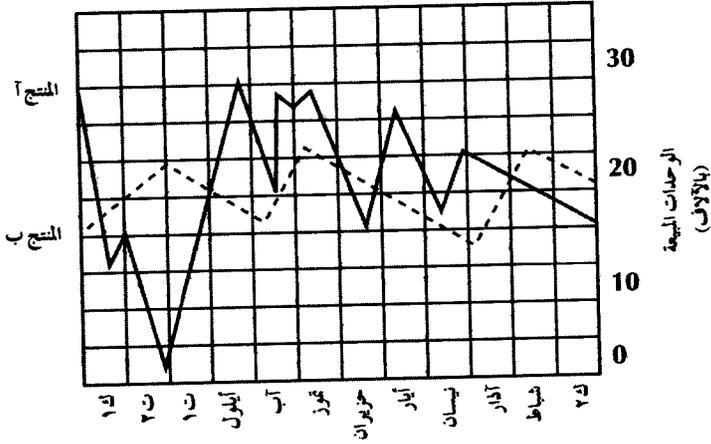
يبيّن نموذجُ الرسم الأشكالَ الأربعة للإدارة. فالأسلوبُ المباشر يشير إلى توجّه رفيع للعمل وتوجّه مُتدِن نحو الأفراد. ويشير أسلوبُ المشاركة/ المشاورة إلى توجّه رفيع نحو الأفراد والعمل. أما أسلوب المشاركة فيشير إلى توجّه عالٍ نحو الأفراد ومُتدِن نحو العمل. بالنظر إلى هذا المشهد يستطيع المرء أن يقارن ويقابل بين التفاعلات القائمة بين الحالات المختلفة. فالعلاقة بين التوجّه نحو العمل، ونحو الأفراد، وأساليب الإدارة يُصبح من السهل شرحها وفهمها باستعمال هذا الرسم المربع.

الرسوم البيانية الخطية

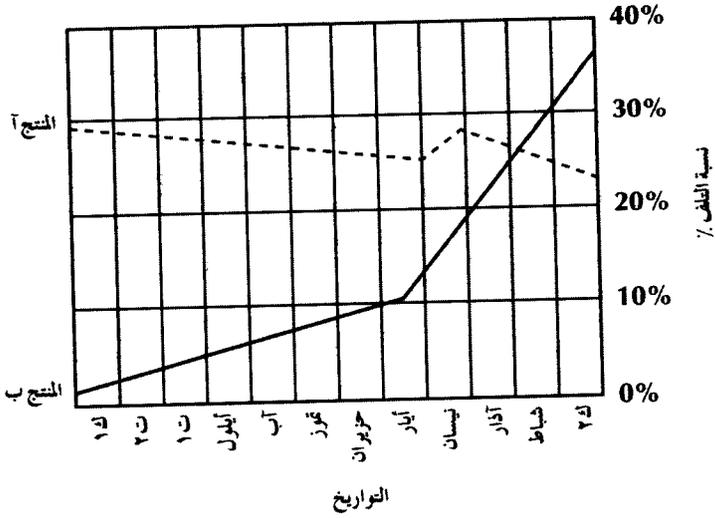
استخدم الرسم البيانيّ الخطيّ لإظهار المقارنات، أو تحليل النموّ الفردي، أو نتائج المبيعات، أو العوامل الفردية الأخرى. ويمكن أن يُستخدم هذا الشكل لتوزيع المعطيات بحسب التواريخ أو المصدر، بدلاً من إعطاء رقم مفرد.

إنّ الغاية من الرسم البياني الخطي هي إظهار التغيّر أو الاستقرار. فالمثال الأول الآتي يُظهر مقارنةً لعدد متلقّي نوعين من المنتجات بيعت طوال السنة الأخيرة. فمبيعات المنتج (أ) يمكن أن تقارن بمبيعات المنتج (ب). ويبين المثال الثاني النسبة المئوية للمنتج التالف (أ) والمنتج التالف (ب) طوال سنة واحدة. وهذا الشكل يمكن أن يعزّز البيانات التي توصلت إليها عن هذين المنتجين في عرضك.

عدد البضائع المسلمة



نسبة المنتجات التالفة

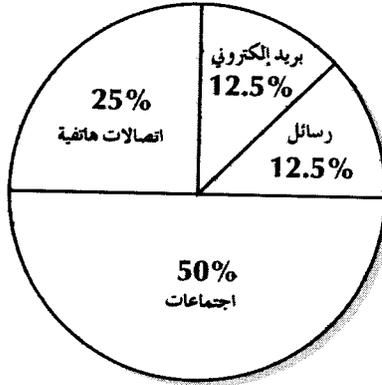


الرسوم البيانية المستديرة

ينبغي أن يقسّم هذا الرسمُ إلى شرائح، ولكلّ شريحة عنوانٌ ونسبة مئوية. ويكون مجموعُ النسب المئوية لهذه الشرائح هو: 100 %. وينبغي أن يُستخدم هذا الرسم لقياس المكونات الفردية ضمن المجموع وبيان أهميتها.

يبين المثال الآتي نسبةً زمن الاتصالات المستخدم في عدة أنواع من الاتصالات التي يُجريها موظفو المكتب. وبالنظر إلى الرسم، يستطيع المرء أن يلاحظ بسهولة أن 50 % من وقت موظفي المكتب يُصرف على الاجتماعات. وهذا ما يمكن أن يدفع الإدارة إلى تقويم عمليات الاجتماع للتأكد أن هذا الوقت يُصرف على وجه حسن.

اتصالات المكتب



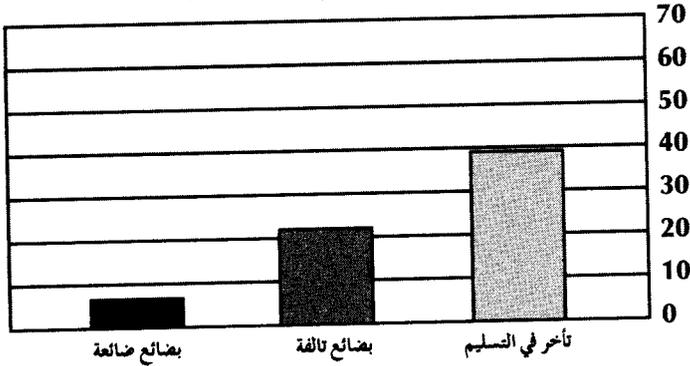
رسوم خطية مع مربعات

تُستخدم هذه الرسوم لبيان الفرق أو المقارنة بين شيئين. أما المربعات، فيمكن أن تُرسم لإظهار التغير الذي طرأ أو التحسن أو الانحدار.

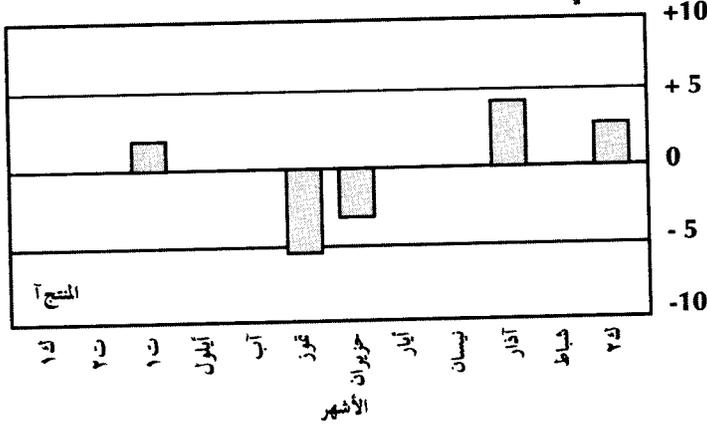
يبين لنا النموذجُ الأول فيما يلي أسبابَ شكوى الزبون أثناء شهر كانون

الثاني/يناير. ويتضح من النظر إلى الرسم أن المشكلة الكبرى هي التأخر في التسليم. ويقارن الرسم الثاني مبيعات منتج معين في كل شهر طوال عام كامل.

شكاوى الزبون في شهر ك2/يناير



تغيير في المبيعات



يمكن أن تؤدي الصور والبيانات دوراً مهماً في أي عرض. وإذا كانت هذه البيانات معدة إعداداً جيداً فإنها تُعزِّز ما قيل. وهي إلى ذلك تُحدث انطباعاً مستمراً عن نقطة معينة. ولما كان الناس يتعلمون بصرياً أكثر مما يتعلمون سمعياً/شفوياً، فإنك تصل إلى جمهورك بصورة أكبر بفضل دعم عرضك بالصور والبيانات.

المصادر

- Brandt, R.C. (1987). *Flip charts: How to draw them and how to use them*. San Francisco, CA: Jossey - Bass / Pfeiffer.
- Burn, B.E. (1996). *Flip chart power*. San Francisco, CA: Jossey - Bass / Pfeiffer.
- Gatto, R. (1990). *Effective presentation*. Pittsburgh, PA: GTA Press.
- Wilder, C., & Fine, D. (1996). *Point, click, and wow! A quick guide to brilliant laptop presentations*. San Francisco, CA: Josey - Bass / Pfeiffer.