

مهارات الإلقاء والاتصال بالجمهور

Public Communication Skills

- النص (الرسالة) • تقنيات أجهزة العرض
- المساندة • مكونات الرسالة أو النص
- الجمهور • التعرف على نوع الجمهور الذي سوف يحضر لقاءك • المتحدث • نماذج أساليب الإلقاء • قائمة بما ينبغي للمتحدث عمله

تمهيد

يعد الوقوف أمام الجمهور من أكثر الأمور حساسية ، بل أنه يعد أكثر شيء يقلق الإنسان في حياته حسب بعض الدراسات. يولد مع الإنسان الخوف من السقوط ، وكذلك الخوف من الأصوات العالية ، لكن يتعلم الإنسان مع الوقت الخوف من لقاء الناس والإلقاء بين جموعهم وهي حالة شعورية يستطيع الإنسان مع شيء من التدريب أن يتخلص من جانبها المرضي ويبقى الخوف الطبيعي أو لعله القلق الذي يتتاب الإنسان حتى المتمرس في هذا الميدان ، ويزول بعد ثوان معدودة من مواجهة الجمهور (Mortensen, 2008,P. 209).

في هذا الفصل سنتناول مهارات فن الإلقاء والخطابة التي ينبغي أن يتسلح بها الفرد في حالة تقديم كلمة أو محاضرة أمام جماهير حاشدة. وتتمركز المهارات حول:

- المتحدث أو الملقى (الخطيب)
- الجمهور
- الرسالة أو النص

سنتحدث هنا أولاً عن النص ومكوناته، ثم نتحدث ثانياً عن الجمهور، وأخيراً سوف نتحدث عن المتحدث وأهم خصائصه وكيفية تقديمه للنص الخطابي.

النص (الرسالة)

تتكون الرسالة، أيأ كانت من ثلاثة أجزاء رئيسة هي: المقدمة ونص الموضوع والخاتمة، وكل جزء منها يعد أساسياً في إيصال الرسالة للجمهور المستهدف وله أدواره التي لا تقل أهمية عن الجزء الآخر.

وقبل أن تكتب الرسالة ينبغي أن تقوم بالتالي:

- تحديد الهدف من لقائك وبالتالي تحديد الهدف الاتصالي للرسالة، وهل هذه الرسالة إقناعية، أم معرفية إخبارية، أم تساؤلية... إلخ. وعادة تتراوح أهداف اللقاءات بشكل عام ما بين الإخبار والإقناع.
- مسح شامل للدراسات والأبحاث، والندوات، والكلمات واللقاءات التي تمت مؤخراً عن هذا الموضوع، والإطلاع عليها ومعرفة تفاصيلها وأهم ما تناولته من قضايا وموضوعات فرعية ذات علاقة، والتعرف أيضاً على الجدليات المثارة، والحجج والبراهين المستخدمة. ويمكن لك الإطلاع أيضاً على المناقشات التي دارت في هذه اللقاءات، وذلك بالرجوع لمداولات مثل هذه اللقاءات والتي إما أن تكون

مطبوعة ورقياً، أو محفوظة على إحدى وسائل التقنية الحديثة من انترنت وأسطوانات مضغوطة... إلخ.

- يفضل أيضاً أن تبحث عن بعض اللقاءات المصورة ذات العلاقة، وترى كيف قدم المتحدث الموضوع وما هي حججه وأساليبه واستمالاته، وكيف تفاعل الجمهور معه وكيف تجاوب وما نوع الجمهور الحاضر؟، وهل كان مؤيداً له؟، أم عدائياً؟، أم غير مبالٍ؟، وكيف تفاعل هو مع هذا الجمهور؟، وكيف أجاب على الأسئلة؟.
- بعد هذا المسح العام والإطلاع، وبعد معرفتك أيضاً بالجمهور، قم بصياغة الأفكار الرئيسة للموضوع.

تقنيات أجهزة العرض المساندة

- يُعنى رجال الاتصال والإقناع باستخدام وسائل أجهزة بصرية مساندة لكلماتهم وأحاديثهم وهي وسائل متى ما استخدمت بطريقة سليمة تساعد في جذب انتباه الجمهور، وتقلل ملله ولكن استخدام هذه التقنيات يستلزم احتياطات مهمة:
- ينبغي أن تكون أنت المتحدث الرئيس وليس الشخص المساند، ولعل هذا ما نلاحظه في كثير من العروض المستخدمة تقنية العرض المرئي Powerpoint إذ تقوم هذه التقنية بالدور الأساس ويقوم المتحدث بقراءة النص.
 - ينصح إذا كان الوقت المحدد لمحاضرتك قليل، عدم استخدام البوربوينت، (Mortensen,2008,P.215). لكن يمكن أن تستخدم بعض الأدوات الأخرى مثل: الرسوم البيانية، والصور، ومقاطع الفيديو، والمقاطع الفيلمية القصيرة التي لا تتجاوز الثواني. أو أي أجهزة أخرى بصرية أو سمعية أو أي حواس أخرى ذات علاقة.

- يرى مورتسن أنه كلما قل الوقت المخصص لإلقاءك، قل عدد الأجهزة المستخدمة، وقل الوقت المخصص لها. (Mortensen, 2008, P. 216).
- عند استخدامك للعرض المرئي Powerpoint، لا تكثر الكلمات، ولا الأسطر، إذ أن المطلوب ليس كتابة كل شيء ثم تقوم بقراءته وإنما كتابة الخطوط العريضة التي تسانده في الإلقاء. يفضل بعض علماء الاتصال أن تكون الأسطر في حدود ٦ أسطر في الشريحة الواحدة، وبكلمات قليلة لا تزيد عن ٦ كلمات وفق قاعدة 6x6 (الصاعدي، ٢٠٠٧، ص ١٩٨).
- ويؤكد مورتسن على أن الكثير من الجماهير في الولايات المتحدة الأمريكية تكره اليوم استخدامات العرض المرئي لأسباب عديدة منها: أن المتحدثين أصبحوا يقرؤون ما يكتب ويظهر على الشاشة، ولأنها تتضمن معلومات كثيرة لا يستطيع المتلقي استيعابها وفهمها في وقت قصير. (Mortensen, 2008, P. 215).

مكونات الرسالة أو النص

أولاً: المقدمة

- يعد هذا الجزء الأساس الذي من خلاله تستطيع أن تجذب الجمهور لسماحك أو تجعله ينصرف ذهنياً عنك فالمقدمة جزء بسيط من الإلقاء ربما لا يتجاوز ١٠٪ فقط، لكنه يحمل في ثناياه الكثير من المعلومات والمعطيات التي يجب أن تصاغ في شكل جذاب. لذا، لا بد من الانتباه لما يلي:
- اجعل استهلالك للموضوع شاداً للانتباه، وذلك إما عن طريق طرح سؤال مهم يختص بالموضوع ويلخصه، أو البدء بقول مأثور، أو قصة غريبة، أو ذكر قصة شخصية حدثت لك في الموضوع نفسه، أو مشاركة الجمهور في اقتباس من شخصية مشهورة، أو طرح أرقام إحصائية. لو كان موضوعك مثلاً عن انتشار

القنوات الفضائية، وتعرف أن الجمهور الحاضر في غالبيته من أولياء الأمور الذين يشكون من هذه القنوات وتأثيرها على أطفالهم ويبحثون عن إيجاد طرق للحد من تأثيراتها عليهم. فيمكن أن تبدأ مثلاً بطرح سؤال عن عدد القنوات التلفزيونية الفضائية التي يمكن التقاطها هنا اليوم، وعن عدد الدول التي تتبع لها هذه القنوات؟، أو أن تبدأ بإعطاء أرقام إحصائية مذهلة عن أعداد هذه القنوات الفضائية، وميزانياتها، والدول التي تبث منها، وهكذا.

• حدد أهمية الموضوع بالنسبة للجمهور، ماذا يعني له هذا الموضوع؟، كيف يرتبط به؟، ما أهمية حديثه لهم؟، وما الفائدة التي ستعود عليهم؟. في موضوع الفضائيات - على سبيل المثال - يمكن أن تبين أنك تتحدث عن بعض إستراتيجيات هذه القنوات في التأثير على الجمهور وخاصة الأطفال، وأنك ستقدم بعض الطرق الكفيلة بالحد من تأثيراتها على الأطفال والدور الذي يمكن للوالدين القيام به في سبيل ذلك.

• إذا كانت رؤيتك مختلفة عن وجهة نظر الجمهور، فحاول أن تبين منذ البداية أنك ستنظر للموقف من زوايا مختلفة وأنت تتلاقى مع الجمهور في نقاط معينة وتختلف معه في أخرى. في موضوع الفضائيات، يمكنك أن تبين مثلاً أنك تتفق مع الجمهور في أن للفضائيات سلبيات كثيرة وتأثيرات على الأطفال، لكن ترى أيضاً أنه يمكن الاستفادة منها في أشياء كثيرة.

• يمكن في بعض الحالات من استخدام "النكتة" أو الفكاهة، وإن كنت شخصياً أرى أنها خطيرة جداً ولا بد للمتحدث من الانتباه قبل قولها لعدة أشياء:

- أن تكون مرتبطة بالموضوع وذات علاقة وطيدة به.
- ألا تحتوي شيئاً من الاستهزاء أو التحيز أو العنصرية ضد أحد؛ لأن ذلك مدعاة لغضب الجمهور واتخاذ موقفاً سلبياً من المتحدث، وربما تشكل مشكلة

كبيرة تنهي المناسبة كلها إذا كانت مثل هذه الفكاهة تمس أحداً من الجمهور الحاضر.

ثانياً: النص

يشكل ما يوازي ٧٥ - ٨٠٪ من الوقت المحدد للإلقاء، وينبغي أن يقوم المقدم بتحديد النقاط أو الأفكار الرئيسة في الموضوع، ثم الحديث عنها بالتفصيل ضارباً بالأمثلة والإحصاءات، ومضمنها الاقتباسات من الخبراء والمشهورين في الموضوع، والاستمالات المنطقية والعاطفية.

يعتمد في عدد الأفكار الرئيسة على الموضوع المطروح، والوقت المحدد للمتحدث، فقد يكون الوقت قصيراً ولا يستطيع المتحدث أن يتجاوز ثلاث أفكار، وقد يتجاوز ذلك العدد كثيراً إذا كان الوقت طويلاً. مع ملاحظة ألا يكون الوقت المحدد طويلاً لدرجة الملل. تذكر عند كتابتك للنص كلمة TESS باللغة الإنجليزية وتمثل بداية الكلمات التالية:

- الشهادة Testimonials: وقد تكون منك شخصياً، أو من طرف ثالث، ويفضل استخدامها في حالة كون مصداقتك متدنية.
- الأمثلة Examples: وتفيد في شرح الحقائق، والجمل التي تذكرها، ويمكن أن تأخذ هذه الأمثلة من تجاربك الشخصية، أو من بحوث سابقة.
- الإحصاء Statistics: احرص على أن تكون إحصاءاتك من مصادر موثوقة ومعروفة، واعمل على شرحها للجمهور.
- القصص Stories: وتفيد في جذب الجمهور لحديثك ومتابعته مع فهم المقصود بشكل أكبر.

ويرى مورتسن أن نسبة استخدام كل نقطة من النقاط السابقة، يعتمد على طبيعة الجمهور ونوعية الموضوع، ولكن بصفة عامة فإن نسبة الاستخدام تمثل فيها ذكر

القصص ٤٧٪، وضرب الأمثلة ٢٣٪، و١٨٪ للإحصاء، و١٢٪ للشهادة (Mortensen,2008,PP.221-222).

ويؤكد مورتسن أيضاً أنه ليس مهماً ما تقوله فقط ولكن كيف تقول ذلك، فرجل الأعمال بدلاً من أن يقول عن سلعته الصينية الصنع رخيصة يقول اقتصادية، وكذلك نرى شركات الطيران يسمون الدرجة الثالثة في الطائرة مسميات السياحية، وأخرى الاقتصادية، وثالثة درجة الضيافة وهكذا، وذلك من أجل تحسين وضع مسمى هذه الدرجة للناس. ونرى ذلك يطبق على بعض الأعمال والوظائف فلا يقال عمّن يقوم بالتخديم على الناس في الطائرة خادم أو خادمة ولكن يطلق عليهما: مضيف أو مضييفة. ويجب الاهتمام أيضاً باللغة الحية النشطة التي تثير أكثر من حاسة لدى الإنسان، مثلاً انظر وتأمل هذه الكلمات: في يوم صيفي حار لسعتك أشعة الشمس وأنت خارج من مكتبك لسيارتك الواقعة دون مظلة، دخلت السيارة وكأنها فرن كل شيء فيها تحسه مثل النار، أبواب السيارة ملتهبة، وكذلك دريكسون السيارة... إلخ. أشعلت مكيف السيارة فهبت في وجهك ريح حارة قبل أن تبدأ البرودة تنساب إليك لترفر فرتت متفرقة في الهواء البارد. عندما وصلت البيت سارعت إلى الثلاجة وفتحت بابها وأخذت مجموعة من حبات الليمون الأخضر الطازج - ليمون زهير الذي يمتاز بالرائحة الزكية النفاذة - لمست حباته وإذا هي مليئة بالماء فأخذت سكيناً حاداً وقطعت الليمون وبدأت عصره في كأس من الماء البارد وتناولتها لتطفئ ظمأك الذي أحسست به منذ طلوعك السيارة. وبعد شربك الكأس، أخذت نصف واحدة من الليمون ووضعتها في فيك حيث انساب عصير الليمونة الحامض بين أسنانك ولسانك لتحس بمزيد من الانتعاش وتقضي على الخمول الذي انتابك.

إن اللغة السابقة تجعلك ليس فقط تسمع الكلمات ولكنك تنظر وتشم، وتلمس، وتتذوق، وتحس، وهذه ميزة اللغة النشطة التي تستخدم أكبر عدد ممكن من الحواس.

ويورد صويص وصويص (٢٠٠٨، ص ص ٧٣ - ٧٤) بعض الإضافات مثل: أهمية إشراك الجمهور معك عن طريق أسئلتك المباشرة لهم، ولضمان الانتقال بيسر يطالبان باستخدام العبارات الانتقالية، وذلك للانتقال والتحول من المقدمة إلى النص للخاتمة وذلك باستخدام عبارات مثل: دعونا ننتقل إلى، والآن حان وجاء دور كذا.. وهكذا.

ثالثاً: الخاتمة

إن الهدف من الخاتمة هو أن تجعل حديثك شيئاً لا ينسى. لذا، يرى مورتسن أن الخاتمة يجب ألا تتجاوز ٥٪ من الوقت المخصص للحديث، وأنها ينبغي أن تكون مختصرة، وواضحة، ودقيقة. (Mortensen, 2008, PP.221-222)

ينبغي أن تتدرب على النهاية أو الخاتمة وأن تتأكد من أنها تركز على أهم ما في الحديث من نقاط رئيسة يهملك أن يعيها الجمهور ويدركها، مثل: الاستنتاجات والمقترحات وما يمكن للجمهور القيام به أو عمله تجاه الموضوع المطروح.

الجمهور

لا يدلف الجمهور لمحاضرة أو عرض ما دون أن يكون لديه اهتمامات خاصة، وأهداف واضحة من ذهابه هناك فقد يذهب الجمهور ويحضر كلمة ما لأهداف سياسية، أو تثقيفية، أو معرفية، أو فكاهية، أو إقناعية. لذا، فهو يتوقع من المتحدث حصوله على إشباع معينة عليه أن يشبعها له بشكل صحيح.

وعليك قبل إعداد حديثك الذي تلقيه أمام هذا الجمهور أن تحدد طبيعته، وماهيته، ونوعيته، ورغباته، ومستواه المعرفي الخاص بموضوع اللقاء، وتوجهاته نحو الموضوع ونحوك لذا، عليك عمل الآتي:

تحليل الجمهور المتوقع حضوره للقاء: تحليل الجمهور يشمل عدة أمور أساسية هي:

خصائصه الديموغرافية: والتي تشمل العمر، والنوع، والمستوى التعليمي، والمستوى المعيشي، وطبيعة العمل، والحالة الاجتماعية، ومكان العمل والإقامة.

وتأكد أن لكل عنصر من هذه العناصر تأثيره على الجمهور، فالجمهور الذي يتكون غالبية من الشباب، غير ذلك الجمهور الذي يتكون من كبار في السن والمقام، والجمهور صاحب المستوى التعليمي العالي، غير الجمهور متدني التعليم أو عديمه، والإناث غير الذكور، فلكل نوع من هذه الأنواع خصائصه التي ينبغي أخذها بعين الاعتبار فبينما، على سبيل المثال، يهتم صاحب التعليم العالي بالأدلة المنطقية والإحصاءات، وآراء الخبراء المختصين، يهتم غير المتعلم بالاستمالات العاطفية والتجارب الشخصية، والقصص، وبينما تتأثر المرأة أكثر بالاستمالات العاطفية، يتأثر الرجل بالاستمالات المنطقية... وهكذا.

باختصار، فإن معرفتك لخصائص جمهور اللقاء الديموغرافية، سيساعدك في كتابة الرسالة بما يناسبهم، وبما يحقق التأثير المطلوب، وباللغة التي يفضلونها. خصائصه المعرفية والنفسية: من الأمور المهمة للمتحدث أن يتعرف على خصائص الجمهور المعرفية الخاصة بموضوع لقائه وتوجهاتهم النفسية والموقفية حيال الموضوع المراد الحديث حوله. إذ لا بد لك أن تعرف التالي:

- فكرة الجمهور عن الموضوع، ومدى معرفته به.
- توجه الجمهور حيال الموضوع، وما توجهاته المؤيدة، والمعارضة، وتلك التي دون توجه محدد.

- ما أهداف الجمهور؟ ورغباته وأحلامه؟
- ماذا يريد هذا الجمهور من الحضور لك؟
- مدى معرفتهم بك وبعلاقتك بالموضوع؟

التعرف على نوع الجمهور الذي سوف يحضر لقاءك

على رجل الإقناع والخطابة، الاهتمام بجمهوره، وتطوير نفسه لكيفية التعامل مع الأنواع المختلفة للجمهور والذين يتكونون من عدة أنواع وأجناس. فيما يلي أهم أنواع الجماهير كما يذكرها مورتسن:

النوع الأول: الجمهور العدائي Hostile person: وهذا النوع من الجماهير يعارضك على الملأ، وربما يعمل بنشاط ضدك بل إنه ربما يتحفز ليفسد عليك كلمتك وليبدأ معك جدلاً ينهي فيه موضوع حديثك.

عندما تواجه مثل هذا النوع من الجمهور عليك أن:

- تحاول أن تجد شيئاً توافقهم عليه.
- لا تبدأ عرضك أو كلمتك بمهاجمة موقف هذا الشخص أو هؤلاء الأشخاص.
- ركز على مصداقيتك.
- بين لهم أنك عملت واجبك بشكل صحيح.
- احترم شعورهم، وقيمهم، ومعتقداتهم.
- اسمعهم وأنصت لهم جيداً.

النوع الثاني: الجمهور غير المبالي Indifferent person: هذا النوع من الجمهور يفهم الموضوع المطروح، ولكنه لا يهتم بالنتائج فهي بالنسبة له غير مهمة وحتى تستطيع أن تقنع مثل هذه النوعية من الجمهور عليك بالتالي:

- ربطه بالموضوع ونتائجه وكيف تنعكس عليه هو شخصياً ذلك أن كثيراً من الجمهور يقف موقف المتفرج غير المبالي عندما يشعر أن الموضوع غير ذي التصاق به، وضّح له كيف يمكن أن ينعكس ذلك عليه.
- حاول أن تجذب انتباه هذا الجمهور إليك من خلال القصص الجذابة.
- اجعله يشعر أنه مرتبط بهذا الموضوع.

- استخدم الإلهام وبت روح الإثارة.
- ابتعد عن البراهين والمناقشات صعبة الفهم.
- النوع الثالث: الجمهور غير الفاهم للموضوع: يفتقد الجمهور للمعلومات الأساسية عن الموضوع ليقنع به. وعليك هنا بصفتك أخصائي الإقناع عمل التالي:
 - شجع طرح الأسئلة والاستفسارات.
 - وضح الحقائق بشكل واضح لا لبس فيه.
 - اجعل رسالتك مشوقة، وحافظ على انتباههم.
 - استخدم الأمثلة، والإحصاءات البسيطة.
 - اقتبس من الخبراء المختصين الذين يحبهم هذا الجمهور واثق فيهم.
 - تأكد من أنهم يفهمون ما تقول.

النوع الرابع: الجمهور المؤيد والمساند: يوافقك هذا الجمهور الرأي في القضية أو الموضوع مجال النقاش ويساندك في رؤاك. وقد تحتاج هنا أن يتحول هذا الجمهور من المساند والمؤيد لك وهو في مكانه إلى جمهور نشط يتخذ القرارات والأفعال. ولعلنا نجد أن الجماهير العربية تعد من هذا النوع من الجماهير في الكثير من الموضوعات. لتحويله لجمهور نشط عليك بالتالي:

- حاول أن تزيد من طاقتهم وحيويتهم تجاه الموضوع، وبت روح الحماس فيهم.
- اغرس كيفية مواجهة الرأي الآخر المخالف فيهم وذلك عن طريق تحصينهم Inoculation بمعرفة بعض ما يثار من مواقف معارضة وكيف يمكن تنفيذها.
- ساعدهم في أن يتخذوا مواقف حركية تأييدية لمواقفك في الموضوع.
- عزز من اعتزازهم بأنفسهم.
- استخدم الشهادات Testimonials وخاصة للمشاهير.
- احصل على تعهداتهم ووعودهم لك.

المتحدث

قبل الحديث عن أهم الصفات والسمات التي يجب أن يتميز بها المتحدث ، سوف نلقي الضوء على بعض أهم المشكلات التي يعاني منها بعض الخطباء وأخصائيي الإقناع عند إلقاءهم كلماتهم ومحاضراتهم ، وهي كما قدمها مورتسن Mortensen ، وكذلك بعض علماء الإقناع والاتصال. (صويص وصويص ، ٢٠٠٨ ؛ Mortensen, 2008, PP.207-208). تشمل التالي :

- المتحدث على وتيرة واحدة: انظر مثلاً كيف يتحدث بعض الآسيويين اللغة الإنجليزية أليس المتحدث يمثل هذه الطريقة ممل جداً وجالب للنعاس ناهيك عن عدم الفهم.
- تجنب النظر بالعين: يقولون في الأحاديث الشعبية "حط عينك في عيني" خاصة عندما يتحدث أحد الوالدين لابنه أو لابنته شاكاً في عدم صدقه أو صدقها. فوضع العين في العين يساعد في كشف الكلام الصحيح من الكذب ، كما أن عدم النظر للمتحدث إليهم يعطي انطباعاً على عدم الاهتمام بهم وعدم مخاطبة كل فرد بذاته.
- استخدام المهمهات "أم، ووو، أها": يكثر بعض المتحدثين من استخدام هذه الحروف ، مما يؤدي إلى تملل المتلقي والشعور أن المتحدث غير ملم بموضوعه ، ولهذا فهو يتردد في قول الكلمات والجمل بشكل متواصل دون تقطع.
- التصرفات المزعجة والمملة: بعض المتحدثين تكثر لديه التصرفات المزعجة والعصبية والحركات التي تجعل المتلقي يصبح غير قادر على الإنصات له بشكل أطول.
- التسميع: يقف بعض المتحدثين ويلقي كلمته وكأنه يسمع مادة قد حفظها عن ظهر قلب لذا ، فهو لا يتوقف ، ولا ينظر للجمهور ويتساءل ولكنه في حالة تركيز على قول ما قام بحفظه.

- السرعة في الحديث : يظهر المتحدث وكأنه مطارِد فهو يتحدث بسرعة مما يجعل المتلقي يجد صعوبة في متابعته ، وبالتالي فهم ما يقول.
- التحدث إلى الجمهور من أعلى : بعض المتحدثين ينظر للجمهور وكأنه أقل منه شأنًا ، فهو يتحدث من علو.
- دفع الجمهور المتلقي أو الضغط عليه : وذلك من أجل أن يصدق ويقتنع بما يقول ، وكأنه يحاول دفع الجمهور وإرغامه على الإقتناع والتصديق بما يتفوه به.
- القفز إلى النتيجة : يقفز المتحدث إلى النتيجة دون إبراز الشواهد والأدلة التي تبرهن على ما يقول.
- إغراق الجمهور بمعلومات كثيرة : يقوم المتحدث هنا بتقديم معلومات كثيفة وكثيرة دون أن يقوم بعناء الاختيار للأصلح منها والأكثر رجاحة ، فيضع الجمهور في مأزق عدم القدرة على الاستيعاب.
- إظهار فقر في مهارات الاستماع : وذلك بعدم إصغائه للجمهور ومتطلباته ، فنجاح الخطيب أو المتحدث يعتمد بشكل كبير على تفاعله مع الجمهور ، فيعدل من رسالته بما يتوافق ومتطلبات المتلقي.
- إظهار الخوف والاضطراب : في أحيان كثيرة ونحن في صفوف الجماهير ، نرى الخطيب أو المتحدث وقد أصابه الخوف والفرع ، مما يجعله يضطرب في حديثه ، وبالتالي لا يستطيع أن يوصل رسالته بشكل دقيق ، كما أن الجمهور يأخذ عنه انطباعات سلبية ، فيقيمه على أساس أنه ضعيف في معرفته وأدائه ، حتى لو كانت معرفته عالية جداً.
- المقاطعة المستمرة : نجد المتحدث هنا متسرعاً ، ليس لديه الصبر أو الجلد لسماع المتلقي والتعاطي معه ، وسماعه حتى يقول ما لديه ، فيقوم بالمقاطعات المستمرة

- لرأي الجماهير، وهذا بالتالي يؤدي إلى أن الجماهير أيضاً لا تحترمه، وربما بدأت مقاطعته وعدم السماح له بالحديث بأريحية.
- الاستماع بتحيز: يستمع المتحدث لبعض الأفكار دون الأخرى، أو لبعض الجمهور دون بعضه الآخر، وهذا يعطي انطباعاً سلبياً عن المتحدث.
- الظهور بغير انتظام: بحيث يقفز المتحدث من فكرة لأخرى، ومن نقطة لأخرى دون وجود روابط حقيقية للموضوع المتحدث عنه.
- عدم القدرة على مساعدة الجمهور لمعرفة قيمة الحديث: إذا لم يشعر المتلقي أن له فائدة في المحاضرة أو الحديث الذي يُلقى أمامه، فإنه ينصرف عنه على الأقل ذهنياً، وبالتالي لا تصل إليه الرسالة وعلى المرسل ومنذ البداية إيضاح أهمية موضوعه وكيفية الاستفادة منه.
- عدم قدرته على إيجاد قاعدة مشتركة مع الجمهور: ويعود ذلك إما لعجزه، أو لخجله، أو لفقدانه مهارات أساسية في الاتصال والإقناع، كما قد يدل على أنه لم يدرس جمهوره جيداً ولم يتعرف على شخصياته ورغباته مسبقاً.
- عدم التعرف على البيئة المحيطة بالحديث قبل إلقائه: يُهمل بعض المتحدثين التعرف على البيئة المحيطة بعملية الإلقاء، إما نتيجة لعدم مبالاة المتحدث، أو لاعتزازه بقدراته وتصوره لسهولة الأمر وعدم وجود حاجة لعمل ذلك ويعتقد أن من يعملها هم المبتدئون فيقع في مشكلة أثناء إلقائه وقد تكون مشكلة تعيق استخدام بعض الأجهزة التي معه، أو وجود مشكلة في الصوت، أو أن المكان غير مهيباً لإلقاء كلمة أو محاضرة من العينة نفسها التي يلقونها الخ. وهذا، ربما يسقط لقاءه بالجمهور.
- دفع رؤية واحدة محددة سلفاً كحل من طرف واحد: يتخذ بعض المتحدثين لأفكار وتوجهات معينة ومسبقة، لذا فهو يقرر منذ البداية اتخاذها كحل وحيد لمشكلة ربما يمكن النظر إليها من زوايا مختلفة وبحلول متعددة.

- غير متناغم مع عواطف ومشاعر الجمهور: ويكون عدم التناغم إما لجهله بجمهوره وعدم تعرفه عليه ودراسته مسبقاً، أو نتيجة لعجرفته وعدم مبالاته، أو نتيجة لتفاعله معه بصفته متحدثاً إقناعياً.
 - السماح لمشاعره الشخصية بالتداخل: لا يسمح الخطيب الجيد لمشاعره الشخصية بالتداخل مع ما يطرح، بل يتحدث بموضوعية وحيادية، ويستخدم الاستمالات الإقناعية المختلفة لكسب مشاعر الجمهور أثناء قيامه بالأداء.
 - معرفة لكن مع الغطرسة والعجرفة: يملك بعض المتحدثين المعرفة الجيدة، لكن ينتابهم شيء من الغرور والغطرسة، فينعكس على أدائهم أمام الجمهور، وهذا ما لا يتقبله المتلقي ويقود بالتالي إلى عدم الإنصات جيداً له وربما لا يكلف الجمهور نفسه في مرات قادمة للحضور والإنصات له.
 - فقدان العاطفة أو الإيمان بالشيء: لا يشعر المتحدث هنا بعاطفة نحو ما يقدمه ونحو جمهوره، أو أنه يقول ما لا يؤمن به، وهذا بالتالي ينعكس على أدائه ومن ثم على تفاعل الجمهور معه وتقبله لأفكاره.
- يؤكد علماء الإقناع والاتصال أن هذه المشكلات يمكن حلها إذا ما أراد المتحدث ذلك فهي أخطاء يقع فيها المتحدثون ويستمررون فيها لأنهم لا يعرفون أنهم يرتكبونها أثناء أحاديثهم لذا، فإن أفضل طريقة كما يرى مورتسنس Mortensen هو تسجيل أحاديثك ثم الرجوع إليها ومعرفة الأخطاء التي تقوم بارتكابها، ومن ثم التدرب على تصحيحها، وما العلماء المبرزون في مجال الخطابة إلا ممن قاموا بالتعرف على أخطائهم وتصحيحها. (Mortensen,2008,P.209) كما عليك حضور بعض المحاضرات والخطب للتعرف على المشكلات التي يواجهها المتحدثون والخطباء وكيفية التغلب عليها. كما يمكن لك الاستفادة من المتميزين من الخطباء والمتحدثين.

يرى بعض علماء الخطابة والإقناع أنه من الطبيعي جداً، أن تشعر بشيء من الرهبة من الجمهور قبيل إلقاء محاضرتك أو كلمتك وكلنا واجه هذه الرهبة بشكل أو آخر ولكن تختلف درجتها باختلاف التجربة، والشخصية الفردية والممارسة والقدرة على تحويلها إلى طاقة. يقدم مورتسن بعض الطرق والطقوس التي يستخدمها أخصائيي الإقناع المميزين قبل عملية الإلقاء:

- الاستماع إلى موسيقى هادئة: استمع إلى شيء يساعد على استرخاء عضلاتك وتوترك، استمع إلى موسيقى هادئة أو إلى شريط فكاهي لأن الضحك أيضاً يبعد عنك التوتر.
- التدرّب: يمكن لك القيام بالتدرّب على إلقاء المحاضرة أو الكلمة وعمل البروفات اللازمة لها.
- تصور النجاح بصرياً: تخيل أنك أمام الجمهور وأن الجمهور منصت إليك متفاعلاً معك وأنت تؤدي بثقة ونجاح. إن تخيلك لنجاحك يساعد في تحقيقك للنجاح (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص ٨٥).
- المشي بسرعة وخفة ونشاط إلى المسرح أو مكان المحاضرة.
- الاستغراق في التأمل والتفكير: تساعد هذه الطريقة أيضاً في التخلص من القلق، وبإمكانك أيضاً الحديث مع نفسك لتعزيز ذاتك وتفترض نجاحك.
- ويرى مورتسن أن هناك أمور بيئية مهمة، لا بد من أخذ الاحتياطات لها لأنها ذات تأثير على العرض أو الحديث، ودائماً ما تُهمَل بالرغم من سهولة تعديلها من قبل المتحدث، منها على سبيل المثال:

- الإضاءة

- وضعية الكراسي

- أعداد الجمهور

- المخارج والمداخل
- التكييف والتهوية
- موعد المحاضرة أو إلقاء الكلمة
- الملهيات وعوامل الاضطراب
- أداء بعض التمارين الرياضية والاستعدادات الفسيولوجية للإلقاء : حتى تستطيع أن تتخلص من الخوف والرغبة قبيل مواجهة الجمهور عليك بإجراء بعض التمارين الرياضية التي تخفف مثل هذا الشعور، منها:
 - أخذ نفس عميق لعدة مرات والاحتفاظ به لفترة قصيرة، (الطويرقي، ص١٤٦)، هناك أيضاً أرجحة الرأس ويصفها راتب صويص وغالب صويص كالتالي:
 - بينما لا تزال رقبتك مسترخية، قف بشكل مستقيم واضمم يديك إلى صدرك، ببطء وابدأ بتدوير رقبتك أولاً إلى اليسار ثم إلى الأمام واجعل ذقنك للأسفل، ثم إلى اليمين كرر دحرجة التدوير إلى اليمين، إلى الأمام، ثم إلى اليسار، ثم إلى الأمام أعد ذلك ٥ مرات. (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص ٨٧).
 - أثناء وقوفك للإلقاء، يمكن لك شد عضلات بعض أطرافك مثل الساقين والصدر والذراعين (الطويرقي، ١٩٩٣، ص ١٤٧).

نماذج أساليب الإلقاء

تختلف نماذج وأساليب الإلقاء أمام الجمهور ويعتمد ذلك على طبيعة الموقف الاتصالي من حيث الأهمية، والموضوعية ومن حيث توقيته وهل هو فجائي أم محدد مسبقاً، كما يعتمد على المقدم أو الخطيب نفسه، وخبراته الشخصية في الموضوع وإمكاناته في الإلقاء والتقديم ويمكن إجمال هذه النماذج في التالي:

١- نموذج الأسلوب الارتجالي **Impromptu method**: وهو ما يعرف بأسلوب اللحظة، أو رد الكلمة ويحتاج إليه الإنسان في مواقف آنية شتى فتحتاج إليه في جلسة عمل، أو في نقاش عام، أو للتعقيب على أطروحة معينة قدمت أمامك وكان عليك أن ترد وفي أحيان أخرى قد يطلب منك أن تقوم وتلقي كلمة توديعية أو ترحيبية، أو كلمة شكر، أو رد كلمة شكر أو ترحيب فاجأك بها أحد الأشخاص في محفل ما. يُعد هذا النموذج من أصعب النماذج لحظات الكلمة من أخرج المواقف إذا لم يعود الشخص نفسه على مثلها لذا، عليك بعمل الآتي:

- درب نفسك على الارتجال في موضوعات تهتمك في عملك وحياتك أمام نفسك لوحدهم وقم بتسجيلها ثم عد واستمع إليها وحاول مرة أخرى وهكذا.
- درب نفسك على الارتجال في مواقف شتى سواء أكان ذلك أمام زملائك، أم أصدقائك، أم بعض أفراد عائلتك.
- حاول أن تستعد دائماً خاصة أثناء ذهابك لاجتماعات أو لقاءات معينة فلو كنت ذاهباً لاجتماع دوري، فاقراً بنود الاجتماع وتوقع الموضوعات التي ربما يطلب منك رأيك فيها أو تعليقك عليها، واستعد لذلك. كما يمكنك أن تعد نفسك دائماً للكلمات الترحيبية والتوديعية، وكلمات الشكر... إلخ.
- عندما ترتجل، حاول أن تركز على فكرة رئيسة واحدة ثم اشرحها من خلال الأمثلة، والإحصاءات إذا كانت لديك.

٢- نموذج القراءة من نص مكتوب **Reading method**: نظراً لدقة بعض المواقف وخطورتها خاصة السياسية منها، يجبر المتحدث أن يقرأ نصاً مكتوباً أمامه كما أن محدودية الوقت أيضاً ورسمية الحدث تجبر الشخص أن يلقي من خلال قراءة النص المكتوب أمامه. وحتى هذه الطريقة تحتاج لعدة أسس ومهارات حتى يستسيغها الجمهور أمامك الذي يمل الاستماع لفرد يقرأ.

- اطبع النص بشكل واضح وباعد بين الفقرات ونوع في الأبناط.
- شكل النص ، وضع علامات الإعراب على أواخر الكلمات التي ربما تنطقها خطأ.
- حاول أن تقرأ النص أكثر من مرة ، حاول أن تتعرف على الكلمات الصعبة وتجيد نطقها.
- درب نفسك على أن تقرأ وفي الوقت نفسه تنظر لتفاعلات الجمهور أمامك.

٣- نموذج أسلوب الحفظ **The memorized method**: يعتمد المتحدث هنا على حفظ النص المكتوب ليقوم بإلقائه شفهيًا ، ويعد هذا من أسوأ النماذج الإلقائية ذلك أن المتحدث يحاول أن يحول كلاماً مكتوباً لكلام شفهي ، فيشعر الجمهور أن المتحدث لا يتحدث شفاهة ولكنه يسمع نصاً مكتوباً وهذا بالطبع يجعل المتلقي يشعر بالملل من الحديث ، ولا يتفاعل معه كثيراً ، كما أن المتحدث يكون منشغلاً بتركيزه على تسميع النص فيبتعد بذهنه عن الجمهور حتى لا ينسى شيئاً مما يحفظ ويزيد الأمر سوءاً عندما ينسى الملقى كلمة أو جملة عندها يبدأ الارتباك عليه وربما يؤدي إلى فشل ذريع في توصيل ما أراد إيصاله للجمهور.

لا ينصح في العادة باستخدام هذا الأسلوب ، فإذا كان الأمر يتطلب أن يقرأ النص مكتوباً فليقرأه مكتوباً ولا داعي لحفظه مع الأخذ في الاعتبار الاقتراحات التي أوردناها عند حديثنا عن النص المقروء.

٤- نموذج أسلوب الارتجال المخطط له **The Extemporaneous method**: يعتمد الملقى هنا على المزج بين النماذج السابقة فهو يمثل نموذجاً وسطاً. يلتزم المتحدث بالتحضير والتخطيط مع الاعتماد على الذاكرة أيضاً وذلك وفقاً لما يلي:

- يكتب الأفكار الرئيسة والخطوط العريضة والإحصاءات أمامه سواء أكان ذلك على ورقة أم على جهاز الحاسب.

- يعتمد على ذاكرته في تغطية النقاط وتقديم الأمثلة والشروح لها.
- وتعد هذه الطريقة أفضل الطرق جميعها لعدة أسباب:
- إلمام الباحث بالأفكار الرئيسة وكذلك الأرقام والإحصاءات وعدم نسيانها لأنها مكتوبة أمامه.
- تساعد هذه الأفكار والأرقام على الحديث واستدعائه الأمثلة والشروح دون عناء وبلغته الشفهية دون تكلف.
- تعطي هذه الطريقة الفرصة للمتحدث للنظر لجمهوره، والتفاعل معه، ومعرفة ردات فعله وماذا ينبغي عمله.
- يستطيع المتحدث من خلال هذه الطريقة إبراز مهاراته الاتصالية. (الطويرقي، ١٩٩٣؛ صويص وصويص، ٢٠٠٨).

قائمة بما ينبغي للمتحدث عمله

Checklist

يقدم لنا أحد خبراء التقديم Tom Palmer قائمة من الأفعال التي ينبغي للمتحدث أن يقوم بها أثناء تقديمه لعرضه. تعد هذه القائمة اختصاراً لما سبق وأن تحدثنا عنه سابقاً وهي مفيدة في أنه يمكن الرجوع إليها في كل مرة تريد أن تلقي خطبة أو تقدم موضوعاً أمام الجماهير.

تضم قائمة بالمر Palmer خمسة وعشرين بنداً ستتطرق لبعض منها، كما سنتناول بنوداً أخرى لعلماء مختصين آخرين وهي كالتالي:

١- حدد سبب حديثك وهو عادة يكون واحداً من الأسباب التالية:

- إخبار الجمهور بشيء معين سوف يغير آراءهم وتوجهاتهم.
- إقناع الجمهور بمشاركتك في رأيك أو توجيهك حيال موضوع معين.
- تحفيز الجمهور لاتخاذ تصرف محدد.

- ٢- حدد جمهورك وادرسه جيداً، وتعرف على طبيعته وتوجهاته ونوعيته، كما سبق وأن شرحنا سابقاً.
- ٣- فكر إستراتيجياً في كيفية إقناع جمهورك، وستتيح لك دراسة طبيعته والتوقعات لردات فعله.
- ٤- جهز حديثك وحدد الخطوط العريضة واختر الأدلة والاستمالات المناسبة ورتبها الترتيب الملائم. ويشير بالمر إلى أهمية أن تقدم إشارات طريق Road signs للجمهور. مثل قولك: سوف أقدم لكم ثلاثة أسباب هي: كذا وكذا وكذا، وتأكد أن تقول الأسباب كلها. تأكد من أنك تبدأ بداية قوية جذابة، وتنتهي حديثك كذلك.
- ٥- تدرب على كلمتك جيداً واعمل التدريبات اللازمة حتى لو كان ذلك أمام مرآة، ولا تنسَ أن تحدد الوقت لحديثك، وتأكد أثناء البروفات أنك قادر على أدائه في الوقت المحدد.
- ٦- قم بزيارة تفقدية لمكان الإلقاء إن أمكن، وتعرف على طبيعة المكان، وتجهيزاته والتي سبق وأن تحدثنا عنها، كما حاول أن تعرف الوقت الذي يستغرقه الطريق للوصول لمكان الإلقاء في الموعد المحدد من مكان إقامتك وفي الوقت نفسه الذي سوف تلقي فيه الكلمة إذ أن الطريق ربما يبدو ميسراً في ساعات معينة، وصعباً بطيئاً في ساعات أخرى.
- ٧- في يوم إلقاء الكلمة احضر في الوقت المناسب وإذا حضرت مبكراً حاول أن تقضي وقتك في عمل شيء مهم، كأن تقوم بالإشراف على تجهيزاتك الإلكترونية إذا كنت تستخدم أياً منها بحيث تكون جاهزة للحديث، أما إذا لا يوجد لديك أجهزة، فحاول أن تجلس في مكان قصي بعيداً عن أعين المارة ربما تجلس في سيارتك تراجع حديثك، وتتنخيل نجاحك، وتعمل بعض التمارين الرياضية، على أن تتعرف على المكان جيداً قبيل الإلقاء إن أمكن.

- ٨- البس رسمياً وبشكل جيد واطهر بالمظهر اللائق وكما هو متعارف عليه ، لا تكن شاداً أو مبالغاً في لبسك لأن ذلك يجعل الجمهور يحكم عليك ربما أحكاماً غير مناسبة ، كما أن بعض اللبس قد يسبب إلهاء للجمهور عن الحديث ، خاصة لبس القلادات والأخراص الطويلة عند النساء ، ووجود أشياء كثيرة في جيب المتحدث والتي ربما تظهر أصواتاً ، أو تبدو الجيوب منتفخة ، اعتن بكل جزئية في لبسك لا تنشي غترتك كثيراً فتصبح ناشفة لا تستطيع التحكم فيها ، تأكد من لونها ومن مرزاهها واجعلها مناسبة للون الثوب ، فالثوب ناصع البياض يحتاج غترة بيضاء ناصعة ، أو شماغاً أحمر ، البس حذاءً مناسباً ويفضل أن يكون أسوداً رسمياً.
- ٩- تأكد من طبيعة لبسك قبل دخولك للحديث مباشرة ، واذهب لدورة المياه ، وتأكد من أن كل شيء على أحسن وجه.
- ١٠- ضع ساعة أمامك وتأكد من أن حديثك يسير وفق الزمن المحدد له. إن وقت الكلمة في البروفات يبدو أقل منه في الواقع عند الحديث أمام الجمهور.
- ١١- تأكد من وجود كأس من الماء أمامك أثناء التقديم لأن ذلك مفيد للحد من جفاف الفم ، وعند حدوث كحة في أثناء الإلقاء كما أن كأس الماء يعطيك فرصة في التوقف أحياناً وأخذ الأنفاس لك وللجمهور.
- ١٢- رتب لتقديمك أمام الجمهور ، وأعد سيرة مركزة مختصرة بحيث يمكن سردها في ثوان معدودة. في حالة لم يتم تقديمك من قبل المسؤولين عن المناسبة ، قدم نفسك : السلام عليكم ورحمة الله وبركاته مساء الخير أنا... وأعمل... إلخ ، وتحدث بتركيز عن علاقتك بموضوع الكلمة واشكر القائمين على المناسبة وكذلك الحضور.
- ١٣- لا تعتذر من البداية وتقول أنك غير جاهز ، أو أن الوقت لم يسمح لك عمل كذا ، أو كذا لأن هذا يجعلك خاسراً منذ البداية. لا تتصنع ، النكت وتلقي نكتة منذ البداية يمكن أن تفعل ذلك في سياق حديثك فيما بعد.

١٤ - نظم أوراقك، أو البطاقات التي تحتفظ بها بالخطوط العريضة لمحاضرتك. رقم الصفحات حتى لو سقطت منك أو تعرضت لتيار هوائي لخطب ترتيبها تستطيع أنت أن تعيد ترتيبها بسهولة.

١٥ - إذا كان لديك Podium أو منصة للإلقاء، فينصح بالمر باتخاذ أحد القرارات

التالية:

- استخدمه كعازل بينك وبين الجمهور.
- استخدمه كجهاز للراحة تضع أوراقك عليه.
- تجنبه نهائياً وخاطب الجمهور مباشرة وهنا عليك أن تكون إما أمام منصة التقديم أو بجانبها.

١٦ - استخدم أجهزة مساندة لك في تقديمك قدر الإمكان، مع مراعاة ألا تجذب هذه الأجهزة الجمهور عنك. ويضرب بالمر مثلاً باستخدام العرض المرئي Powerpoint والذي يرى أنه نادراً ما يستخدم بطريقة صحيحة. ويؤكد على أهمية اعتباره مجرد أداة مساندة وليس المصدر الأساس للعرض لذا، لا ينبغي وضع كل المادة عليه ثم يكون دورك مجرد القراءة الجهرية لما هو مكتوب، ويحذر أيضاً من الوقوف في الظلام والحديث للجمهور فأنت المتحدث وليس الجهاز وأنت مجرد صوت خفي يرافقه (Palmer,2005.P.1).

١٧ - استخدم الاتصال غير اللفظي قدر الإمكان، ولكن لا بد أن يكون ذلك طبيعياً، أي لا تتصنع استخدام الإيماءات والإشارات أثناء حديثك لكن هذا، أيضاً، لا يعني عدم التدريب على كيفية استخدامها بطريقة صحيحة.

١٨ - استخدم الاتصال عن طريق العيون، انظر للجمهور نظرة بانورامية عامة بانتظام، ثم ركز على زوايا معينة أمامك لتكن ٣ أو ٤ جهات لا تحديق في نقطة معينة.

١٩- حاول أن تتحدث أمام الجمهور بسرعة معقولة لا سريعاً جداً، ولا بطيئاً فلكل منهما أثره السلبي على الجمهور، إنك إذا أسرعت فسيجد الجمهور صعوبة في اللحاق بأفكارك، وإذا أبطأت سيشعر الجمهور بالملل والضجر. يذكر راتب وغالب صويص أن السرعة الطبيعية تكون ١٠٠ - ١٢٠ كلمة في الدقيقة. لذا، عليك أن تدرب نفسك على هذه السرعات وأن تستخدم الساعة في ذلك. (صويص وصويص، ٢٠٠٨، ص ٩٦).

٢٠- انتبه لدرجة صوتك واجعلها مناسبة لعدد الحضور واتساع القاعة فإذا كان الجمهور كبيراً والقاعة كبيرة عليك أن ترفع صوتك بدرجة معقولة خاصة إذا لم يوجد مايكروفون، أما إذا كانت القاعة صغيرة فتحدث بصوت منخفض قليلاً ولكن مسموع بوضوح جداً للحاضرين، وعليك أن تتدرب على الدرجة المناسبة لقاعة صغيرة وأخرى كبيرة مع بعض أصدقائك.

٢١- عليك بتحسين أدائك اللفظي، وإذا كانت لغتك ضعيفة نوعاً ما فعليك بوضع علامات الإعراب على آخر الكلمات كما عليك تشكيل الكلمات التي تحتاج لذلك، إذا تجد كلمة يستشكل عليك نطقها بشكل صحيح، فبدلها بأخرى تعطي المعنى نفسه ولا تجد صعوبة في نطقها.

٢٢- عندما تصل إلى نهاية حديثك أشعر الجمهور أنك تنهي حديثك يمكن لك مثلاً أن تشكر الجمهور على تجشم الحضور والإنصات، كما يمكن أن تشكر أيضاً مستضيفك إذا كان هناك متسعاً من الوقت. ويرى بالمر بأن تدع الجمهور للتحدث عن رأيه ولا تطلب منه إذا كان لديه أسئلة، فمثلاً تقول: الآن وبعد أن أدليت برأيي حول هذا الموضوع أمل سماع آرائكم وتوجهاتكم حوله. دعونا نتحدث فيه، بعض المختصين لا يمانعون في أن يطلب المتحدث من الجمهور طرح أسئلتهم إذا كان لديهم أسئلة. شخصياً، أرى أنه لا مانع من أي من الطريقتين.

٢٣- إذا تم طرح بعض الأسئلة عليك ، فعليك بالتالي :

- الإصغاء الجيد والانتباه لكل أجزاء السؤال لا تنسَ أن تكتب السؤال واسم من طرحه وعند الإجابة يمكنك إعادة صياغة السؤال أو ذكر اسم من قال السؤال مثلاً : "أما بالنسبة لسؤال الأخ أحمد حول كذا وكذا فإني." هنا يجب أن تنظر في البداية لجهة طارح السؤال ، ثم انظر عند إجابتك لأفراد الجمهور كافة (صويص ، وصويص ، ٢٠٠٨ ، ص ٩٩).
 - عند الإجابة ، حاول قدر الإمكان عدم الإطالة أجب في وقت قصير ، وابدأ بالأسئلة المريحة لك أكثر.
 - عندما تواجه سؤال لا تعرف إجابته ، اذكر ذلك صراحة ، واطلب من طارح السؤال أن تلتقي معه بعد نهاية التقديم لتأخذ رقم تلفونه بعد أن تبحث عن الإجابة.
 - عندما تواجه بأسئلة عدائية ، اصغ جيداً للسائل ، وحاول أن تفهمه ، ولا بأس من إطرائه أو الثناء على السؤال ، أو على الفكرة خلف السؤال ، ثم ابدأ الإجابة على السؤال بقولك مثلاً : دعنا من الخلاف ، أو لنحل أساس المشكلة ، أو دعنا نتعرف على طبيعة الخلاف وكيف يمكن حله.
- إن سماحك للشخص بطرح سؤاله العدائي دون مقاطعة ، ثم ثناءك عليه ، ثم محاولاً تقريب الاختلاف يساعد على تخفيف حدة العدائية ، أو ربما ينهيها ، كما أنك سوف تكسب الجمهور بجانبك. احذر المقاطعة ، أو التهكم ، أو الإجابة بعجرفة لأن ذلك سيقود لعدائية أكبر وربما تتسع دائرتها ، مما يجعل موقفك محرجاً ، بل ربما تسقط معها الجهود التي بذلتها في اللقاء ، فتخرج بمناسبة غير ناجحة.

٢٤- أخيراً ، اشكر مرة أخرى الجمهور الحاضر ، وكذلك المستضيف ، ولا تكثر

من الشكر لأشخاص بعينهم. (Palmer, 2005, PP.1-5: www.tomgpalmer.com).

تمارين وتدريبات

أولاً: التمارين الاستيعابية

السؤال الأول: ما المكونات الأساسية لكل من: المقدمة، النص، الخاتمة؟

الإجابة

السؤال الثاني: متى يُفضّل أن نستخدم العرض المرئي Powerpoint، ومتى يفضل عدم استخدامه؟ وما المشكلات التي يسببها يفضل عدم استخدامه أحياناً؟، وما البدائل التي يمكن أن نستخدمها أثناء عرضك؟

الإجابة

السؤال الثالث: ما الخطوات المستخدمة في تقسيم الجمهور؟ وما أنواعه؟

الإجابة

ثانياً: التدريبات

تدريب (١)

لو كنت مورداً لسلع غالية الثمن وتود أن تعلن عنها، ما الكلمات التي سوف تستخدمها في إعلانك بدلاً من الكلمات التالية التي ربما تؤثر على سلعتك سلباً:

- غالية
- رجال المبيعات
- سعرها
- أحسن من مثيلاتها

لاحظ أن استخدام كلمات مثل السعر، وغالي الثمن! وأكد رجال المبيعات، كلها كلمات ينبغي ألا تستخدم مع سلعة تريد أن تبيعها على المستهلك. لذا، عليك أن تفكر في كيفية استخدام كلمات بديلة توصل المعنى ولكن بطريقة إيجابية وليست سلبية (فكر في كلمات مثل: استثمر، أو خبراء المبيعات، متفردة، أفضل ما أنتجته خطوط الصناعة).

تدريب (٢)

ناقش مع زميلك ما الأشياء التي ينبغي للمتحدث القيام بها وتلك التي يجب عليه عدم عملها أثناء التقديم؟.

تدريب (٣)

اكتب كلمة قصيرة تحتوي مقدمة ونصاً وخاتمة حول موضوع معين يستهويك وزميلك، ثم قدم الكلمة أمام زميلك، ناقش مع زميلك أداءك هل وجد الجديد؟، هل استطعت أن تجذبه؟، ماذا أعجبه؟، وماذا لم يعجبه في حديثك وأدائك؟، اعمل العكس، واطلب من زميلك أن يكتب كلمة ثم ناقش الأمر.

تدريب (٤)

يمكن تقسيم المتدربين لمجموعات صغيرة كل مجموعة تنصت لخطبة مسجلة على الفيديو لأحد المشاهير في السياسة أو الاقتصاد أو المجتمع... إلخ، ثم مناقشة كل خطبة وفق المراتب السابقة مع أعضاء المجموعة ثم مشاهدة جماعية للخطبة ونقدها من قبل جميع المتدربين.