

أخذ الكلمة أمام الجمهور

عزيزاتي الطالبات، أعزائي الطلبة.

سنتناول في هذا العرض موضوع أخذ الكلمة أمام الجمهور

سيتم التركيز على هدفين خلال هذا العرض:

الهدف الأول يتعلق ببناء وهيكله العرض باستخدام منهجية بسيطة ومنظمة.

الهدف الثاني هو تعلم كيفية تبني الوضع النفسي الصحيح، فيما يتعلق بالمواقف

والسلوكيات، وكيفية التعامل مع التوتر، وذلك لتحقيق النجاح في هذا المجال.

المتول أمام الجمهور ووجود عشرات الأعين المتجهة صوب المتحدث، قد تجعله يرغب في

الانسحاب خوفاً من المواجهة، او على نحو أدق، خوفاً من الأحكام التي ستصدر حول أدائه.

أمر طبيعي. لقد أثبتت دراسات ميدانية أن العرض الشفوي أمام الجمهور، يأتي في مقدمة

المخاوف الأكثر رعباً بالنسبة للجميع.

الخوف من أخذ الكلمة امام الجمهور يسمى "الغلوسوفوبيا".

كيف يتم التحضير لأخذ الكلمة أمام الجمهور

المرحلة الأولى تبدأ قبل إعداد محتوى العرض، وهي مرحلة تخصص للبحث وجمع عدد من

المعلومات.

أربعة أسئلة يجب الاجابة عليها في هذه المرحلة.

السؤال الأول يخص معرفة الأشخاص الحاضرين وخصوصياتهم، من خلال الحصول على

معلومات دقيقة حول:

-مستواهم الثقافي

-حالتهم النفسية،

-توقعاتهم،

-دوافعهم،

وحتى مخاوفهم.

السؤال الثاني هو ماذا يعرفون عن الموضوع، وما هي المعلومات التي يرغبون في معرفتها.

السؤال الثالث هو لماذا نقوم بهذا العرض، ما هي الأهداف والرسائل التي نرغب في إيصالها الى الجمهور.

السؤال الرئيسي الذي يجب طرحه فيما بعد، هو تحديد الأهداف المتوخاة من العرض، هل هي الاخبار عبر إعطاء معلومات أم التحفيز من أجل الإقناع.

إذا كان الهدف هو إخبار الجمهور، يجب استعمال نهج تحضيري تعليمي يعتمد على إعطاء المعلومات والتفسير باستخدام الحقائق، الأرقام، والحجج العقلانية والتقنية.

أما إذا كان الهدف هو تحفيز الجمهور، فيجب اختيار نهج إقناعي يهدف إلى:

أولاً، التوعية لزيادة الوعي.

ثانياً، تحميل المسؤولية من خلال شرح القضايا.

ثالثاً، الإقناع لتحقيق التأييد.

رابعاً، التحفيز لأخذ المبادرة.

سنحاول الآن الإجابة على السؤال الذي يقلق جميع المتحدثين سواء كانوا مبتدئين أو ذوي خبرة.

هذا السؤال يتعلق بمعرفة المكونات اللازمة للتأثير إيجابياً على الجمهور، وإيصال الرسائل بطريقة فعالة.

القاعدة الأولى هي خلق تواصل بصري مع الجمهور الحاضر منذ بداية العرض.

المتحدثون المحترفون يعرفون جيداً قيمة ربط الصلة بسرعة مع الجمهور لخلق قرابة تطمئن الجميع.

الباحثون في الموضوع، أثبتوا أن النظر إلى بعضنا البعض يؤدي إلى نشاط في خلايا المرأة العصبية التي تعكس الحالة العاطفية للشخص المقابل.

إذا كان المتحدث متألقاً، سيثير ابتسامة داخلية لدى الآخرين تحمل معنى تقبله من طرفهم. أما إذا كان المتحدث متوتراً، سيشعر الجمهور أيضاً ببعض القلق عن طريق عدوى المشاعر، حيث أثبت علم النفس أن التفاعل الإيجابي بين الأشخاص، يجعلهم يتوافقون في المشاعر بطريقة لا شعورية.

القاعدة الثانية هي اظهار توتر طفيف:

أحد أفضل الطرق لجعل الجمهور يتعاطف مع المتحدث هو إظهار توتر طفيف، يجعل الجمهور يتعاطف معه، مسامحاً الترددات وحتى بعض المواقف المحرجة مثل نسيان المعلومات أو بعض التعثرات اثناء الحديث.

-القاعدة الثالثة هي استعمال الضحك مع الجمهور كنوع من الترفيه اثناء العرض.

البقاء جاداً خلال العرض ليس دائماً سهلاً. الفكاهة هي أداة رائعة لجعل الجمهور يتعاطف معك. وفقاً للمتخصصين، الضحك ينتمي إلى النظرية التطورية، حيث يهدف جزئياً إلى بناء روابط اجتماعية.

-القاعدة الرابعة هي التواضع أمام الجمهور:

أخذ الكلمة أمام الجمهور، ليس مناسباً للترويج للكفاءات أو للمشوار الشخصي مهما كان براقاً.

بعض المتحدثين الذين يحرصون على تلميع صورتهم أمام الجمهور يتحدثون كثيراً عن أنفسهم، مشيرين فقط إلى تجاربهم الشخصية أو متفاخرين بالإنجازات التي حققوها.

آخرون يتباهون بشهاداتهم والمعارف والمهارات التي تصاحبها.

من المستحسن أن يكون المتحدث متواضعاً والاكتفاء بالمواضيع التي تهتم الجمهور.

-القاعدة الخامسة هي رواية القصص:

الوظيفة الرئيسية للقصة هي إقامة علاقة وجدانية مع الجمهور.

حبنا للقصص يعود إلى مرحلة الطفولة.

القصص تثير فوراً الاهتمام، والتعاطف. لا شيء يضاهي ذلك لوضع العرض في سياقه

وإيقاظ انتباه الجمهور.

يمكن للمتحدث أن يروي قصة في أي لحظة من العرض في المقدمة كمدخل، أثناء العرض

لتوضيح بعض النقاط، وأحياناً في الخاتمة.

نقترح عليكم استراتيجية لأخذ الكلمة أمام الجمهور في ثلاث مراحل، تتضمن الأبعاد الثلاثة وهي العاطفة، الفكر، وتفعيل المبادرة:

المرحلة الأولى هي بداية العرض.

يكون فيها الجمهور مرتاحاً، مستعداً للاستماع إلى المتحدث.

على المتحدث أن يخاطب العقل بشرح أهمية الموضوع، أهداف العرض ومراحله.

المرحلة الثانية هي وسط العرض.

يبدأ الجمهور في التشتت وفقدان التركيز، مع ظهور علامات عند البعض تشير إلى عدم

الموافقة على أفكار أو وجهات نظر تم طرحها من طرف المتحدث.

في هذه المرحلة يجب على المتحدث أن يركز على عاملين أساسيين.

العامل الأول هو زيادة الحدة في التعبير الشفوي والبدني لإعادة الجمهور إلى التركيز والدفاع

عن الأطروحات التي يقدمها.

العامل الثاني هو التوضيح عبر اعطاء أمثلة تؤثر عاطفياً في الجمهور، وتقديم أدلة يصعب

رفضها.

المتحدث في هذه المرحلة الثانية يخاطب العقل والعاطفة بالتناوب.

المرحلة الثالثة هي خاتمة العرض.

في هذه المرحلة يحتاج الجمهور إلى تأكيد انطباعه وفهمه وتأييده للمتحدث.

في هذه المرحلة الأخيرة على المتحدث أن يترك انطبعا ممتازا عند الجمهور بتقديم ملخص شامل للعرض، وفتح آفاق مستقبلية أو إجراءات يجب اتخاذها.

يجب على المتحدث أن يخاطب عواطف الجمهور من خلال الاقناع المنقول عبر الصوت والحركات التي يعبر عنها الجسد.

عزيزاتي الطالبات اعزاءي الطلبة

شكرا على انتباهكم.