

# العرض و التقديم



# مهارات العرض والتقديم

"معظم الأشخاص غير معتادة على التحدث أمام  
الجمهور وعلى الرغم من هذا فإنهم يفعلون ذلك"

## المحتويات

٥	١- ما هو العرض التقديمي ؟
٥	١.١ مقاييس العرض التقديمي
٥	١.١.١ المعرفة
٦	٢.١.١ عدد المستمعين
٦	٣.١.١ مدى الاستفادة
٦	٤.١.١ أنواع التعلم
٨	٢- الإسلوب الصحيح
٨	١.٢ التفاعل مع الجمهور
١٢	٢.٢ استخدام النماذج التمثيلية
١٢	٣.٢ كيفية زيادة الأثر
١٣	٤.٢ التفاعل
١٤	٣- الإعداد
١٤	١.٣ الإعداد
١٤	٢.٣ عرض العرض التقديمي
١٥	٣.٣ البيئة
١٥	٤.٣ المستمعون (الجمهور)
١٦	٥.٣ ما الذي تحتاج إلى إنتاجه ؟
١٧	٦.٣ كيف تقوم بعمل وإنتاج المحتوى التقديمي
١٩	٧.٣ عملية تصميم المحتوى
٢٢	٨.٣ كيف يمكنك صنع عرض تقديمي
٢٢	٩.٣ جعل القصة مصورة
٢٥	٤- البناء والهيكل
٢٥	١.٤ ما الذي ستبدأ به ؟
٢٥	٢.٤ الخطوط الإرشادية للمحتوى
٣٠	٣.٤ تصميم الشرائح
٣٥	٥- تسليم وتوصيل العرض التقديمي
٣٦	١.٥ تقليل التوتر
٣٧	٢.٥ البداية السلبية
٣٧	٣.٥ قم بتوصيل حضورك الذهني
٣٨	٤.٥ التوقيت (المدة الزمنية)
٣٨	٥.٥ لغة الجسد
٤٠	٦- البيئة
٤٠	١.٦ غرفة العرض التقديمي
٤١	٢.٦ التعامل مع الأسئلة
٤٢	المراجع

## أهداف الدورة التدريبية

بنهاية هذه الدورة سوف تكون قادراً على :  
تقديم عروض تقديمية عالية التأثير بثقة ومنهجية

### أهدافك:

أكتب ثلاث من أهدافك الرئيسية أدناه . ماذا تريد أن تتعلم في هذه  
الدورة؟ ماذا تريد أن تكتسبه؟ ما الذي تريد أن تكون أفضل فيه؟  
ماذا تحتاج؟

١.

---

---

٢.

---

---

٣.

---

---

---

---

## ١- ما هو العرض التقديمي ؟

"هناك بعض الأشياء التي لا يستمر فيها انصاف الهواة ، مثل الشعر ، الموسيقى ، الرسم ، والتكلم أمام الجماهير "

جان دي لا برويار

### الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

تحديد المقاييس الأساسية للعرض التقديمي الجيد

في عالم اليوم ، تقديم عرض تقديمي أصبح أكثر شيوعاً ، إذا كان لديك منتج أو خدمة أو ببساطة رسالة ، فأنت تحتاج إلى استخدام عرض تقديمي لشرح وتوصيل ذلك ، في مجال الأعمال التجارية ، هي مهارة لا بد للجميع أن يمتلكها.

لمعرفة كيفية تقديم عرض جيد يجب أن تعرف أولاً ما هي طبيعته ، العرض التقديمي هو إعلان فعال أنت هناك لإقناع الآخرين أو إطلاعهم على أفكارك ، الإعلان دائماً لديه هدف وهذا هو المفتاح الحاسم في تقديم عرضاً جيداً ، العروض السيئة ليس لديها هدف واضح وهذا هو سبب ملل الجمهور بسرعة من العروض التقديمية السيئة ، لأنهم ببساطة لا يعرفون أو يهتمون بما يدور العرض التقديمي حوله.

وبالتالي ، فإن القاعدة رقم واحد في تقديم عرض تقديمي جيد هو معرفة ما تريد.

وبمجرد أن تعرف ما تريد الحصول عليه ، فإن الخطوة التالية الحاسمة هي معرفة من الذي تتحدث إليه . لأن فهم جمهورك سوف يساعدك كثيراً في تحقيق أهدافك ، مراراً وتكراراً نرى أن من يقومون بتقديم العروض لا يميزون حتى دقيقة واحدة في فهم من يتحدثون إليهم.

إستناداً إلى نوع جمهورك وإلمامهم بموضوع العرض وتوقعاتهم ، يمكنك "ضبط" العرض التقديمي وفقاً لذلك للحصول على أقصى قدر من النتائج . في الواقع ، هناك عدد من المقاييس الهامة التي يجب النظر إليها والتي سوف تقودك لإختيار نوع العرض التقديمي المناسب ، هذه الأنواع سوف نوضحها في الجزء التالي مع عدد من العوامل الهامة.

### ١.١ مقاييس العرض التقديمي

تقديم عرض تقديمي بشكل جيد يتحقق بمعرفة المزيد "من الحقائق" حول هدفك من العرض التقديمي ، وجمهورك والبيئة التي تتواجد فيها ، المقاييس التالية سوف تساعدك على تحديد نوع العرض التقديمي الذي ستقدمه :

#### ١.١.١ المعرفة

عليك أن تعرف كم يعرف الجمهور حول هذا الموضوع ، في كثير من الأحيان قد يغالي مقدم العرض أو يقلل من شأن (معرفة) الجمهور عن الموضوع ، تخيل ماذا يحدث إذا كان الجمهور يستمع إلى عرض تقديمي كامل من المصطلحات التي لا يفهمونها أو التي يمكنهم متابعتها ، العرض هكذا لن يكون مفهوماً وبالطبع فإنهم سوف يفقدون الإهتمام بسرعة.

من ناحية أخرى ، إذا كان الجمهور بالفعل على دراية بما تقوله أو يعتبر عرضك التقديمي بسيط وسوف يفقدوا الإهتمام بسرعة كبيرة حتى أنهم قد يشعرون بالإستياء. كمثال على ذلك ، هذا يمكن أن يحدث

بسهولة عندما تريد أن تعطي عرضاً تقديمياً تقنياً لعدد من المهندسين ، دون معرفة مقدار ما يعرفونه ، قد ينتهي بك الحال بسهولة لتقديم عرض تقديمي موجه لرجال البيع لهؤلاء المهندسين الذين لن يكونوا سعداء !

لذلك ، قبل التفكير في محتوى العرض التقديمي الخاص بك ، أنت بحاجة إلى معرفة ما الذي يعرفه جمهورك وماذا يتوقعون الحصول عليه عندما يأتون إلى العرض التقديمي.

### ٢.١.١ عدد المستمعين

عند تقديم عرض تقديمي ، العدد يهم ، الجمهور الكبير من ٣٠٠ فرد يتطلب عرضاً رسمياً وفي الغالب ستقوم بمعظم الحديث وسيكون بأستطاعتك عمل القليل من التفاعل مع الجمهور، بالإضافة إلى ذلك بما أنك تتعامل مع عدد كبير من الناس ، يجب أن تكون محدد وموجز ، عادة كلما كان عدد الناس أكثر ، كلما كنت بحاجة أن تقدم بايجاز أكبر.

من ناحية أخرى إذا كنت تتحدث إلى عدد قليل من الناس ، يمكن أن تكون أقل رسمية ، ليس هناك سبب لتظهر مترممة وأكثر رسمية مما هو ضروري ، الأرقام الأصغر يعني أنك يمكن أن تتفاعل مع الجمهور بحرية أكثر ، يمكنك ضبط الوتيرة بناء على فهمهم . في الواقع ، يمكنك حتى أن تسألهم إذا كانوا مهتمين بسماع ذلك الموضوع قبل البدء في شرح ذلك . بإختصار ، يعتمد ضبط العرض على عدد الحاضرين.

### ٣.١.١ مدى الاستفادة

العرض التقديمي الذي ينتظر منه تحقيق مصلحة كبيرة هو ذلك الذي نهتم فيه بتحقيق النتائج المطلوبة أكثر بكثير من المعتاد .على سبيل المثال ، تقديم عرض تقديمي للمدير أو الرئيس التنفيذي لشركة أخرى هو من هذا النوع ، لأنه يمكن أن يعني الفرق بين كتابه عقد العمل مثلاً أو لا ، هذا النوع من العروض التقديمية يتطلب بطبيعة الحال الكثير من التحضير أكثر من تلك الخاصة بالمديرين الداخليين للشركة.

وطبقاً لذلك فإنه لتقديم هذه العروض ، تحتاج إلى التفكير ملياً في هيكل العرض وأفضل طريقة لإيصال الرسالة للحصول على النتائج المرجوة .

### ٤.١.١ أنواع التعلم

العديد من الأنواع التعليمية قد تستخدم في العرض التقديمي وطبيعة العرض قد تفرض علينا طريقة مختلفة في تقديمه ، المقارنة بين هذه الأنواع ستساعدك على ملاحظه الفرق:

- **التدريب:** قد تحتاج إلى تقديم عرض تقديمي خلال دوراتك التدريبية وذلك النوع من التدريب هو الأكثر تفاعلاً ودور المدرب هنا يختلف عن مجرد التقديم ، يحتاج المدرب لتسهيل عملية التعلم للمتدربين أن يجعلهم يصلون إلى النتائج بأنفسهم وذلك عن طريق طرح أسئلة مختلفة ، يمكن للمدرب من خلالها تشجيع المتدربين للعثور على إجابات مما يعكس مستوى تعلمهم وفهمهم .
- **عرض تقديمي للأعمال / الأكاديمي :** في المقابل ، العرض التقديمي الخاص بالأعمال قد لا يشمل محتوى تفاعلي وكمقدم يجب أن لا تكون مهتماً للغاية إذا كان الجمهور قد "تعلم" المحتوى . تذكر، العرض التقديمي هنا هو إعلان قبل كل شيء ، أنت ببساطة تقدم رسالة وليس من الضروري للجمهور أن يعلم كل شيء ، يمكنك دائماً جعلهم يرجعون إلى النشرات والأوراق أو أي مصادر أخرى للحصول على مزيد من التفاصيل ، أسلوب العرض التقديمي في هذه الحالة له أثر كبير، عدم الخوض في الكثير من التفاصيل هنا يساعدك على التركيز على الرسالة الرئيسية.
- **المحاضرة :** الهدف من المحاضرة هو " تعليم "الطلاب مهارات جديدة . بطبيعة الحال ، يجب على الطلاب إستيعاب الكثير من المعلومات في وقت معين وهذا يختلف عن العرض التقديمي الخاص بالأعمال ومع ذلك يجب أن يكون هناك توازن ليس هناك سبب لحشو المحاضرة بأطنان من المعلومات ، كما يفعل البعض ، قم بإعطائهم المعلومات بشكل صغير كالمعلقة ، أفضل

طريقة هي إثارة الطلاب حتى يتمكنوا في نهاية المطاف "من الإهتمام" بالموضوع الذي تمت مناقشته ، إذا كانوا يعتقدون أن الموضوع لا ينطبق على العالم الحقيقي أو أنهم لن يستخدموه في حياتهم ، سوف يفقدون الإهتمام على الفور تقريباً .

● **الخطاب :** شكل آخر من العروض التقديمية هي الخطاب ، الخطب الجيدة تعتمد بشكل كبير على عاطفة الجمهور .عادةً ، الخطاب يتم دون شرائح تقديمية ومقدم الخطاب يجب عليه تكرار الكلام عدة مرات حتى يتقنه تماماً ، تسليم الخطاب هو الجزء الأكثر أهمية حيث أن تركيز الجمهور ينحصر تقريباً على مقدم الخطاب (عادة لا تكون هناك أي نشرات أو شرائح تقديمية للنظر إليها) .عندما تلقي خطاباً فإن التفاعل مع الجمهور يكون شبه معدوم ومقدم الخطاب يجب أن يعتمد على غريزته لقياس تفاعل للجمهور ويتصرف وفقاً لذلك .

في العروض التقديمية ، أنت تناشد عواطف الجمهور . قبل كل شيء ، أنت تحاول بيع فكرتك ويمكنك الحصول على المزيد من خلال إعطاء عرضاً مؤثراً .

## ٢ - الإسلوب الصحيح

لا يمكن أن تصل كلماتك للناس إذا لم تكن تعنيها بالفعل

جير رينولدز

الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

إشراك جمهورك والتفاعل معه والحصول على إنتباههم الكامل

### ١.٢ التفاعل مع الجمهور

كما رأيتم في المقدمة ، العرض الجيد عبارة عن الضغط على الأزرار العاطفية الصحيحة وكلما أمكنك إشراك الجمهور كلما كنت أكثر نجاحاً في العرض التقديمي ، السؤال هنا هو كيفية إشراكهم وفيما يلي عدد من الأساليب التي يمكن إستخدامها لهذا :

#### ١.١.٢ الضحك

تشير الدراسات إلى أننا نصبح أكثر إبداعاً عندما نكون مبتهجين ، ضحكة بسيطة قبل البدء في طرح الحلول يمكن أن تعزز إبداعك . كمقدم العرض ، يمكنك الإستفادة من هذه الصفة الأنسانية. قبل الخوض في الجزء الصعب من العرض التقديمي الذي قد يتطلب من المتدربين التفكير بجدية ، ببساطة أحكي نكتة وهذا سيجعل البيئة أكثر إسترخاء بكثير وتبقي الجمهور متيقظاً ومهتماً ، يمكنك بعد ذلك الدخول بأمان للجزء الصعب.

تخيل العكس ، الجمهور يشعر بالملل بالفعل وهناك جو من الجدية وأنت على وشك أن تبدأ في موضوع صعب ، قد تفقد الجمهور قبل أن تبدأ.

#### ٢.١.٢ لا يجب أن تكون خبيراً

في الماضي ، كان الناس الذين يعرفون موضوع معين بشكل جيد دائماً مطلوبون للعروض التقديمية ، للحصول على هذه المعرفة كان عليهم أن يستمعوا لهم حيث أن عقولهم هي فقط المليئة بالحقائق . السبب الوحيد الذي جعلهم يطلبون الحصول على تلك الحقائق من هؤلاء الخبراء هو إن الحقائق كانت متوفرة فقط في رؤوسهم ولكن الحصول الآن على المعلومات لم يعد إمتيازاً حصرياً للقليلين كما في السابق ، المعلومات أصبحت متوافرة والناس على دراية بكيفية البحث عنها والوصول إليها. قم بتغيير الطريقة التي ينظر بها الناس للعرض تقديمي ، لم يعد الأمر يتعلق بالذهاب إلى العروض التقديمية لمجرد الحصول على الحقائق حيث يمكنكم الحصول على الحقائق من مصادر أخرى وبمزيد من التفصيل ، الجمهور لم يعد يشعر بالإنبهار برؤية الكثير من المعادلات والجداول والرسوم البيانية في عرض تقديمي ، بدلاً من ذلك يمكن قراءتها من مصدرها في الوقت الذي يناسبهم. بالتبعية فإنك كمقدم عرض تقديمي تحتاج إلى الإستجابة لهذا الأتجاه ، الجمهور يريد الصورة الكبيرة ويريد أن يعرف ما تعني رسالتك لهم وبعبارة أخرى ، إنهم يريدون القصة. اليوم ، الأكثر أهمية من أي وقت مضى هو التركيز على الرؤية والسياق ورسالة العرض التقديمي أكثر من نقل الحقائق.

## ٣.١.٢ رواية القصة

الآن بعد أن تعرفت على قوة تأثير رواية القصص ، السؤال هو ما هي أفضل وسيلة لعمل القصة وتوصليها. الغرض من القصة هو خلق رد فعل عاطفي وتبين الدراسات العديدة إن إقناع وتشجيع الآخرين من خلال مناقشة العاطفة أسهل بكثير من إقناعهم عن طريق الحقائق الواقعية. مثل أي قصة أخرى ، يجب أن يكون لك هدف وهيكل وخاتمة ونسج القصة في جميع أنحاء العرض التقديمي ، بالطبع يمكنك تضمين قصص أخرى صغيرة في العرض على النحو الذي تراه مناسباً لتعزيز رسالتك الرئيسية. تقديم عرض هو أشبه بصنع فيلم وثائقي عن كونه مجرد تقديم لتقرير ومع ذلك تبين أن معظم مقدمي العروض التقديمية يقومون بالخلط بين هذه المسألة في النمط الحالي من العروض ، فإنهم يبدأون بتقديم تقريرهم ثم ببساطة يبدأ العرض التقديمي ، إنهم يصممون الشرائح بمثابة ملخص للتقرير مع الكثير من النقاط وخط الطباخة الصغير الذي يصعب التفاعل معه.

بما إن العروض التقديمية متعددة الوسائط لديها الكثير من القواسم المشتركة مع الأفلام ، يمكنك إستيعاب الإلهام من هذا المجال لتعزيز العرض التقديمي .

القصة الناجحة يجب أن تحتوى على الصفات الأساسية التالية ، تنطبق هذه الصفات على القصة الرئيسية (التي يدور حولها العرض التقديمي) وغيرها من القصص التي قد تقوم بروايتها للجمهور أثناء العرض لتوضيح جزء معين :

- **بسيطة** : يجب أن تكون قصة العرض التقديمي بسيطة ، ينبغي أن يكون من السهل إدراكها ، وفهمها وتوصليها للآخرين ، تخيل لو كنت تحكي قصة مصغرة لتوضيح موضوع معين ولكن هذه القصة تستغرق وقتاً طويلاً أو أن لديها الكثير من التفاصيل التي تجعلك تخرج بعيداً عن الموضوع الجمهور سوف يتساءل ما الذي تريده حقاً .
- **لها خاتمة** : يجب أن يكون للقصة خاتمة ، قصة بدون نهاية هي مضيعة للوقت ولن تكون مسلية للجمهور ، هذا أيضاً أمر بالغ الأهمية للعرض التقديمي ككل ، لا تترك الجمهور يخمن ما تريد منهم ، أمضي قدماً وأسأل : قل لهم ما تريده بالضبط وأشرح رسالتك الأساسية وماذا تتوقع منهم . كما تقول القاعدة "لا تتوقع من جمهورك التفكير . يجب أن تقوم بتوضيح كل الأفكار " .
- **إذا كنت تريد لأفكارك أن تنتشر** ، أهتم بشكل كبير بهذه الصفات على وجه الخصوص تأكد من أنهم يفهمون الرسالة ، الرسالة الغير مفهومة لن تجعلك تحرز تقدماً مهما كنت ترغب أو تحاول .
- **ذات مصداقية** : يجب أن تكون قصتك ذات مصداقية ، إذا كنت تريد أن تقنع الجماهير عن طريق التحايل عليهم ، سوف تواجه أوقاتاً صعبة .
- **سمعتك هنا بالطبع عنصراً حاسماً وبالتالي فإن تقديم عرض تقديمي ليست حدثاً منفرداً أنت بحاجة إلى أن تنظر لتقديم العروض التقديمية على إنها تمثل سلسلة من الأحداث التي ستبنى سمعتك تدريجياً وستجعل قدرتك على التقديم والإقناع أسهل تدريجياً .**
- **غير متوقعة** : يجب أن تكون قصتك مفاجأة للجمهور من خلال تجاوز توقعاتهم ، التوقعات القليلة مفيدة دائماً في تحقيق ذلك والأساليب الغير تقليدية للعرض مثل الفكاهة وإستخدام أدوات الدعم غير المعتاده ، مقاطع الفيديو والموسيقى أو حتى جلب مؤدى من الخارج سوف تساعدك على ترك صورة مستديمة لعرضك التقديمي وجعل الجمهور لا ينساه أبداً .
- **عاطفية** : كما وضحنا سابقاً ، إجعل القصص عاطفية بحيث يتم تلقيها بحماس أكثر ويمكن تذكرها لفترة أطول بكثير .
- **تعلق في الذهن – تنتشر** : إجعل القصة تنتشر ، كلما كانت القصة أكثر إثارة للإهتمام كلما زادت الفرص فى أن يتم تنقلها من أولئك الذين يسمعونها منك ، التناقل عن طريق الكلام من شخص لآخر يمكن أن يفعل المعجزات للعرض التقديمي ، رسالتك هي سمعتك. الهدف الأسمى من أي عرض تقديمي هو جعل الجميع يتحدث عنه (طبعاً بطريقة جيدة)!

وفقاً لـ " سيث غودين " ، مؤلف الكتب الأكثر مبيعاً ، لجعل الفكره تنتشر ، الفكرة تحتاج لإرسالها وإستقبالها وأن يكون لديها الصفات التالية:

لا أحد يرسل فكرة إلا إذا :

- كان يفهمها.
- يريد جعلها تنتشر.
- يؤمن بأن نشرها سوف يعزز موقفه.
- ( سمعته ، دخله ، أصدقاءه ) أو راحة باله.
- كان الجهد اللازم لإرسال الفكرة أقل من الفوائد المرتبة عليها.

لا أحد يستقبل فكرة ما لم يكن :

- الإنطباع الأول عن الفكره يجعله يبحث عنها أكثر .
- يستطيع أن يفهم بالفعل الفكرة الأساسية الضرورية لإستقبال الفكرة الجديدة .
- يحترم أو يثق في مرسل الفكرة بدرجة كافية لإنفاق الوقت على الفكرة.

**تدريب عملي : إجعلها تنتشر ( كالفيرس )**

بالنظر إلى موضوع العرض التقديمي ، قم بصياغة الإستراتيجيات المناسبة من خلال تلبية المعايير التالية لجعل العرض التقديمي أكثر أنتشاراً (فيروسى).

الإستراتيجية الخاصة بك	المعيار	
	كيف يمكنك مساعدتهم لفهم الفكرة ؟	إرسال فكرة
	كيف يمكنك جعلها أسهل للنشر ؟	
	كيف يمكنك جعل نشر الفكرة مفيد لهم ؟	
	كيف يمكنك جعل الجهد المبذول لنشر الرسالة أقل من الفوائد المترتبة على ذلك ؟	
	كيف يمكنك جعلهم فضوليين حول رسالتك ؟	استقبال فكرة
	كيف يمكنك بناء مصداقيتك ؟	
	كيف يمكنك جعلهم يشعرون بالألفة مع القصة؟	

## ٢.٢ استخدام النماذج التمثيلية

أفضل وسيلة لتعلم إعطاء العروض التقديمية بشكل عظيم هي النظر ودراسة الأساليب المستخدمة من قبل المحاضرين الناجحين . يمكن القول ، أن ستيف جوبز هو من بين فئة النخبة من المحاضرين الذي يعرف جيداً كيفية تقديم عرض تقديمي . أسلوب الشرائح هو الحد الأدنى من المحتوى المرئي ، قليل من الإثارة والتركيز على القصة أثناء التوصيل وقبل كل شيء اللغة الواضحة الخالية من المصطلحات ساعدت على جعل أفكاره واحدة من أكثر العروض مشاهدة في الصناعة.

بالطبع هناك الكثير ممن شاهدوا هذه العروض وفحصوا كل التفاصيل الصغيرة بعمق . ونوصي بشدة أن نلقي نظرة على بعض من عروض ستيف السابقة وهي متاحة على شبكة الإنترنت :

<http://www.apple.com/quicktime/guide/appleevents>

زعماء العالم الأكثر شعبية غالباً ما يكونون مقدمين جيدين أيضاً ، بعضهم جيد بشكل خاص في إعطاء العروض العاطفية وتحريك المشاعر والتي كما رأيت سابقاً تختلف عن تقديم العروض التجارية ذات المحتوى الغني ومع ذلك فهناك العديد من العناصر مثل رواية القصص ولغة الجسد ، الوتيرة ، المحتوى نبرة الصوت والعديد من العناصر الأخرى المشتركة بين النوعين ، مرة أخرى من الأفضل إذا نظرت إلى بعض أمثلة الخطب العظيمة بقدر ما تستطيع (مثل الخطب التي قدمها باراك أوباما) لتتعلم ممن هم الأفضل في هذا المجال.

## ٣.٢ كيفية زيادة الأثر

الجمهور لديه مستوى معين من التوقعات ومن المعروف جيداً إن الإنطباع الأول يلعب دوراً كبيراً وهذا هو السبب إنك في حاجة لبدء العرض التقديمي كفيلم حركة وإثارة ، أنت تريد أن تثبت أن هذا العرض سيكون جيداً ويستحق الوقت الذي يقضيه الجمهور في الإستماع إليه وهناك شيء سيستفيد منه الجمهور بعد إنتهاء العرض .

- **أنظر إلى الأمر من وجهة نظرهم :** أخرج من المنافسة من خلال تقديم المحتوى بطريقة جديدة . اسأل نفسك دائماً ، إذا كنت أحد الجمهور هل ستعجب بما تسمع .
- **إنشاء المصدقية :** أجعل رسالتك ذات مصداقية وقم بتدعيم الرسالة إما عن طريق الحقائق والمنطق أو الرجوع إلى مصادر أخرى ذات مصداقية وكلما كانت رسالتك أكثر مصداقية ، كلما كانت أكثر تأثيراً.
- **إجعل المحتوى مثير للإهتمام :** أجعل العرض التقديمي مثير للإهتمام عن طريق وضع محتواك الخاص للمستمعين ، العديد من مقدمين العروض التقديمية يقعون في الخطأ التالي ، يعتقدون بما إنهم متحمسون للمحتوى فإن الجميع لابد أن يكون متحمس له .
- **إشرح ما سيحدث ولماذا يجب أن يستمعوا إليك :** يجب أن تفسر دائماً المسار الذي تتخذه وأن تجعل الجمهور على دراية بما سيحدث لاحقاً أو ما المرحلة التي هم فيها ، أنت تريد الإحتفاظ بهم في دائرة الإنتباه بشكل فعال وهذا سوف يساعدك أيضاً في جعل الجمهور في إعتبارك في جميع الأوقات والإستجابة لإحتياجاتهم.
- **إظهر أن الإستماع لك يصب في مصلحتهم وأنهم سوف يستفيدون مما ستخبرهم إياه :** إجعل الجمهور يهتم بما ستقوله عن طريق زيادة إهتمامهم سيكون لديك فرصة أكبر لإقناعهم . على سبيل المثال ، إشرح دائماً التحديات أولاً يليها الحلول الفاشلة السابقة قبل شرح أحدث الحلول من خلال إظهار المشكلة التي تحتاج إلى حل وكيف يمكن أن تكون تحدياً ، سوف تجعل الجمهور أكثر اهتماماً بالحل المحتمل ، هذه الطريقة سوف تعزز من حصولك على موافقة مرضية بمجرد شرح الحل .

- **إنها ليست بهذه البساطة:** العديد من مقدمى العروض التقديمية لديهم إعتياد وإلفة جيدة مع محتوى العروض التقديمية الخاصة بهم ، هذه الألفة تعنى بداية أفترضهم بأن المحتوى بسيط أو واضح لكثير من الناس القادمة من مختلف المجالات ، هذا يعني أنك في حاجة لوضع نفسك في موقع الجمهور من أجل فهم ما هي احتياجاتهم ، مشكلة أخرى هي أنه إذا كنت تعتقد أن المحتوى الخاص بك بسيط سوف تقوم بتغيير لهجتك وقد لا تظهر حماساً كبيراً ، من المنطقي أنه ينبغي أن تكون متفاعلاً ومتحمساً.
- **الألفة الزائدة تولد قلة الإحترام (الإزدراء):** هناك الكثير في هذا المصطلح الإنجليزي الشهير. في الواقع تبين البحوث إنه كلما عرفنا الأشخاص الآخرين بشكل أكبر كلما قل أعجابنا بهم ، (طبعاً ، بصرف النظر عن بعض الاستثناءات القليلة مثل شركائنا أو أصدقائنا) الأمر نفسه ينطبق على تقديم العروض التقديمية كلما كنت تعرض الجمهور الكثير من التفاصيل ، الأرجح إنها سوف تجد أخطاء فيها ، لكي يظل العرض التقديمي مرتفع ، إبقه موجز وضح وجهة نظرك وإمضي قدماً ، لا تعطي الكثير وإلا سوف تخاطر بإعطاء معلومات أكثر من اللازم وبعض الحاضرون قد تبدأ في التفكير أنهم لا يحبون ما يسمعون.

## ٤.٢ التفاعل

في عالم التدريب من المعروف جيداً أن المحتوى التفاعلي سيؤدي إلى زيادة كبيرة في الاحتفاظ بالمعلومات وإستيعابها من قبل المتدربين ، تنطبق نفس القاعدة في العروض التقديمية الخاصة بالأعمال إلا أن تلك العروض التقديمية بحكم طبيعتها هي غير تفاعلية أو يمكن أن يكون تفاعلياً بقدر ضئيل جداً . ومع ذلك فإن كلما جعلت الجمهور أكثر مشاركة بالمحتوى كلما كان أكثر عرضة للتعلم وأكثر تقديراً للعرض التقديمي وهذا هو السبب في أن بعض المقدمين يستخدمون بعض الأشياء الغير معتادة لدعم العرض التقديمي (مثل دمي الدببة ، المحركات ، السيوف أو بعض الكائنات الغريبة الأخرى ) لإشراك الجمهور وشد انتباهه .

## ٥.٢ المادة

تأكد إن ما تقوله مناسب للمستمعين ، غالباً ما يلاحظ أن مقدمين العروض التقديمية يقومون بالتركيز على الصفات أكثر من الفوائد ، الفرق مهم للغاية على سبيل المثال: يمكنك توضيح أن أحدث مشغل بنقاء الـ (بلو- راى) أنتجته شركتك يستطيع التشغيل حتى ٥٠٠ ميجا في الثانية ويستطيع التسجيل على أربع طبقات بالليزر والجهاز يعمل بـ ٣٠ وات فقط على الرغم من المستمعين على دارية بالمصطلحات التقنية ولكن هذا النوع من العرض التقديمي ليس بالضرورة أن يخلق نفس التأثير كتقديم فوائد هذه الصفات .

تذكر يجب أن تقوم بكل التفكير لا تترك الأمر للمستمعين لكي يفكروا أو يقوموا بالإستنتاج بمفردهم في هذا المثال ، سوف يكون أكثر فعالية قول: مع هذه القدرة الكبيرة تستطيع أن تقوم بنسخ الأسطوانة في أقل من ٥ دقائق ، المساحة تسمح لك بتخزين ما يعادل ١٠ أسطوانات DVD والإستهلاك القليل من الطاقة يعنى توفير أكثر في الطاقة الكهربائية وكننتيجة لذلك يمكنك إختيار مصدر للطاقة قليل القوة وقليل الضوضاء بالتبعية .

## ٣- الإعداد

"الثروات لا تأتي بالرغبات ، إنها تأتي فقط لمن لديه خطط محددة ، مدعومة برغبات محددة ، من خلال الإصرار المستمر "

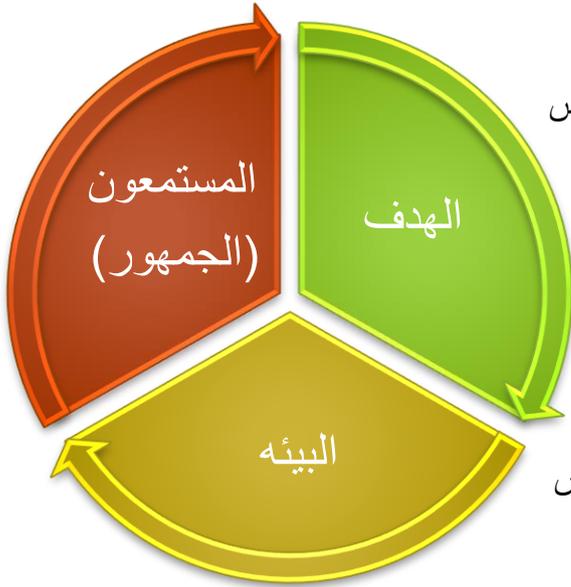
نابليون هيل

### الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

القيام بإعداد قصتك وفهم ما الذى تحتاج إليه فى العرض وتحضيره

### ١.٣ الإعداد



قبل وضع المحتوى معاً ، أنت بحاجة للبدء بمرحلة الإعداد. الغرض من هذه المرحلة هو جعلك معتاد على ما تحاول قوله للمستمعين ، أنت تريد الإعداد والتحضير للعرض التقديمى بشكل فعال بمجرد أن تعلم ما تريد وماذا يريد المستمعون ، يمكنك البدء فى مرحلة البناء والمحتوى.

مرحلة الإعداد تسمح لك أيضاً بالتفكير فيما ستقوله ، مما يعنى إنه يمكنك تقديم عرض تقديمى ناجح فقط من "الذاكرة " وليس بالضرورة أن تحتاج الشرائح التقديمية الخاصه به.

تشكيل وبناء المحتوى سوف يتضح فيما بعد ولكن دعنا نفحص مرحله التحضير أولاً.

### ٢.٣ غرض العرض التقديمى

مرحلة الإعداد والتحضير تدور بأكملها عن طرح الأسئلة الصحيحة . العملية التى تخوضها للإجابة عن هذه الأسئلة سوف تساعدك فى إعداد المحتوى بشكل عام .

فى البداية أنت بحاجة للنظر إلى هدفك من العرض التقديمى ، هاهى بعض الأسئلة التى لابد من طرحها على نفسك :

- عما يدور العرض التقديمى ؟
- لماذا تم إختيارى للتكلم ؟
- ماذا أريد أن أجعلهم يفعلونه ؟
- ما هو الغرض الأساسى من حديثى ؟ أنت بحاجة لى تكون قادراً على إجابة الأسئلة التالية من منظور المستمعين (الجمهور).
- لماذا يجب أن أهتم وأستمع لك ؟
- هل رسالتك ستقوم بمساعدتى ؟

### ٣.٣ البيئة

البيئة المحيطة التي ستقوم بالتقديم فيها قد تفرض الكثير من القيود على العرض التقديمي ، أنت بحاجة لكي تكون على دارية بالإمكانيات المتاحة في البيئة التي ستقدم العرض بها :

- كم من الوقت لدى؟
- ما هو شكل المكان؟
- في أى وقت من اليوم؟
- ما هي الأدوات المتاحة؟
- ما هي المساحة المتاحة لي؟
- هل لدى جهاز عرض مرئي (بروجكتور)؟
- ما هي مساحة شاشة العرض؟
- ما هي المساعدة البصرية المناسبة لهذا الموقف المحدد ولهذا الجمهور؟

### ٤.٣ المستمعون (الجمهور)

قم بالتفكير في نوع الجمهور الذي سيستمع لعرضك التقديمي :

- من هو الجمهور؟
- ما هي خلفية الحضور؟
- ماذا يتوقعون مني؟
- ما درجة معرفتهم بمجالى؟
- ما درجة معرفتهم بما سوف أقدمه؟
- ما هو مستواهم الإجتماعى والوظيفى؟ هل هم مديرون ، رؤساء تنفيذيين ، رجال بيع ، مهندسون أم مجموعه متنوعه من كل المستويات؟
- ما الذى سيؤثر عليهم؟
- ما الذى سيشعرهم بالإثارة؟

تذكر العرض التقديمى هو عمل إبداعى صنع بواسطتك لأجل الآخرين .

" الهواه يكتبون لأنفسهم أما المحترفون فيكتبون من أجل  
الآخرين "



### إختبار المصعد

عن طريق الإعداد والتفكير في عرضك التقديمي ، ستصبح أكثر فأكثر إعتياداً علي المحتوى ورسالتك ، في الواقع هذا سيكون مساعداً جداً لدرجة أنه يستطيع إعدادك للإختبار النهائي الذي لا مفر من إجتيازه لأي عرض تقديمي حتى يمكنك توصيله وتقديمه بنجاح.

هذا هو في الواقع إختبار *Lift* (المعروف بأسم إختبار المصعد). ومغزاه أنك تحتاج إلى أن تكون قادراً على إعطاء إعلان عن عرضك التقديمي في فترة ركوب المصعد لشخص معك مهتم ، هذا يستغرق حوالي ٣٠ إلى ٤٥ ثانية ، معرفة كيفية تلخيص رسالتك بأكملها في وقت قصير يجعلك على إستعداد بسرعة وكفاءة لتقديم الرسالة إلى شخص آخر والذي بدوره يمكن أن يتابع بعد ذلك.

يمكنك إستخدام هذا الإعلان في بداية ونهاية العرض التقديمي للتأكيد على رسالتك والتأكد من أن الجمهور قد فهم بالضبط ما كنت تريد أن تقول.

### ٥.٣ ما الذي تحتاج إلى إنتاجه ؟

قبل توضيح أفضل الطرق لإنتاج المحتوى التقديمي ، دعنا نرى ما الذي تحتاج لإعداده ، أنت بحاجة لصنع التالي:

- **الشرائح التقديمية:** وتلك بالتأكيد هي المحتوى البصري.
- **الملاحظات /النصوص:** وهي التي سوف تقوم بمساعدتك في المحتوى اللفظي.
- **الكتيبات:** يمكنك إعطاء الكتيبات للجمهور (المستمعين) تذكر إنك تريد أن تركز على القصة في عرضك التقديمي ، الكتيبات :

- تسمح لك بالتركيز على القصة العامة أفضل من التفاصيل.
- ستقوم بتوضيح المحتوى الموجود على شاشة المساعدة المرئية مما يجعل الشرائح التقديمية أكثر قابلية للتذكر .
- تساعدك على التركيز في الشرائح العاطفية أكثر من التفاصيل ، الجمهور يفترض أن الكثير من التفاصيل ستكون متاحة في المراجع فيما بعد وإنهم يستطيعون إيجادها بأنفسهم. بالتالي هم يستطيعون التركيز على مضمون رسالتك الأكثر إهمية من التفاصيل في الوقت الحالي.

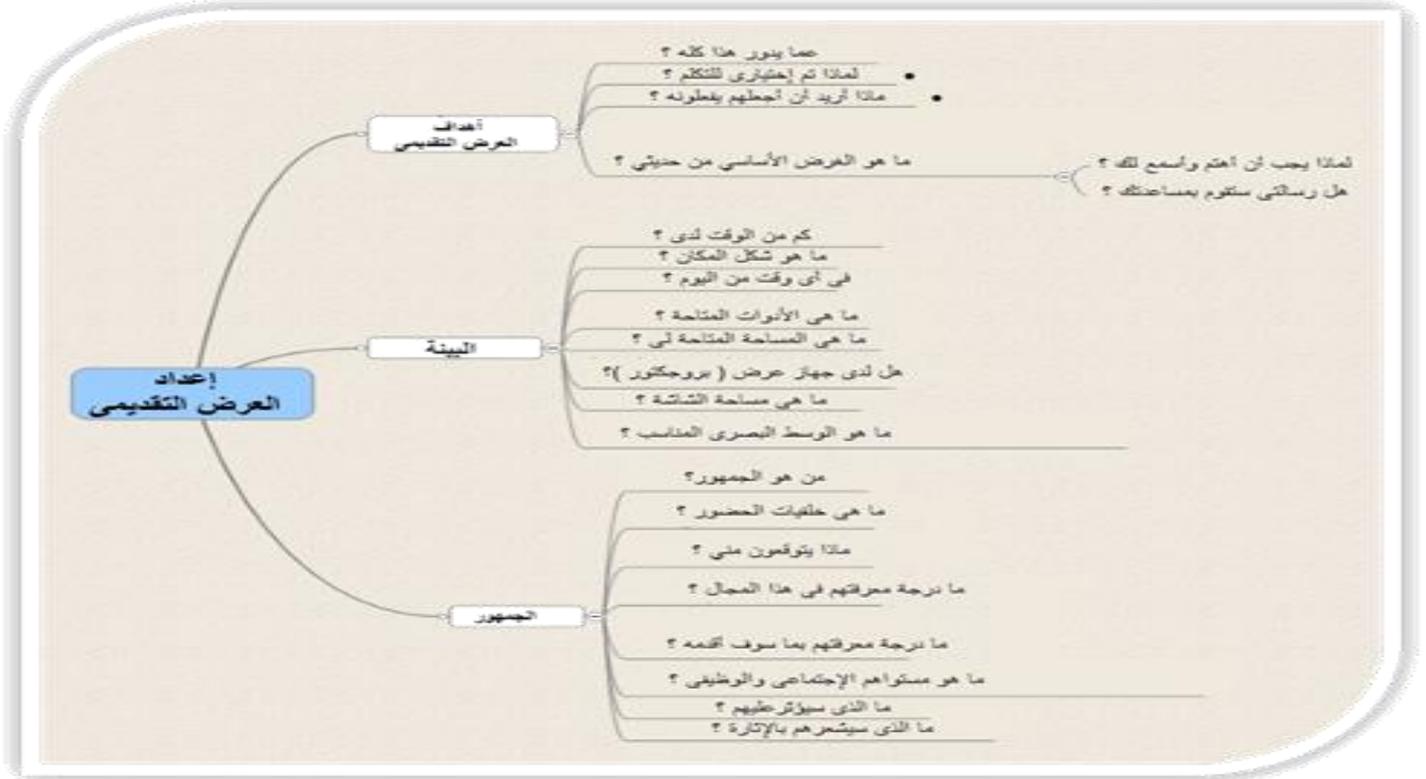
تذكر ، لا تعطى نسخة مطبوعة من عرضك التقديمي ككتيب أبداً ، الشرائح التقديمية هي دليل بصري ، وليس وثيقة أو نسخة يمكنك الرجوع إليها ، بل هي مجموعة من الجمل القصيرة تفنقر للمعلومات بشكل كبير عندما ينظر الناس إليها بعد بضعة أيام ، ستكون غير مفهومة إلى حد كبير. بدلاً من ذلك ، إمنحهم كتب إرشادية ورسوم بيانية ومعلومات كاملة عن الموضوع يمكن أن يستغلوها كما يحلو لهم ، الغرض من الكتيب هو دعم رسالتك الرئيسية الخاصة بك وليس الرسالة نفسها.

- **المحتوى المساعد:** بالتأكيد قد يمكنك إستخدام جميع أنواع المحتويات التي قد تساعدك وتعزز عرضك التقديمي.

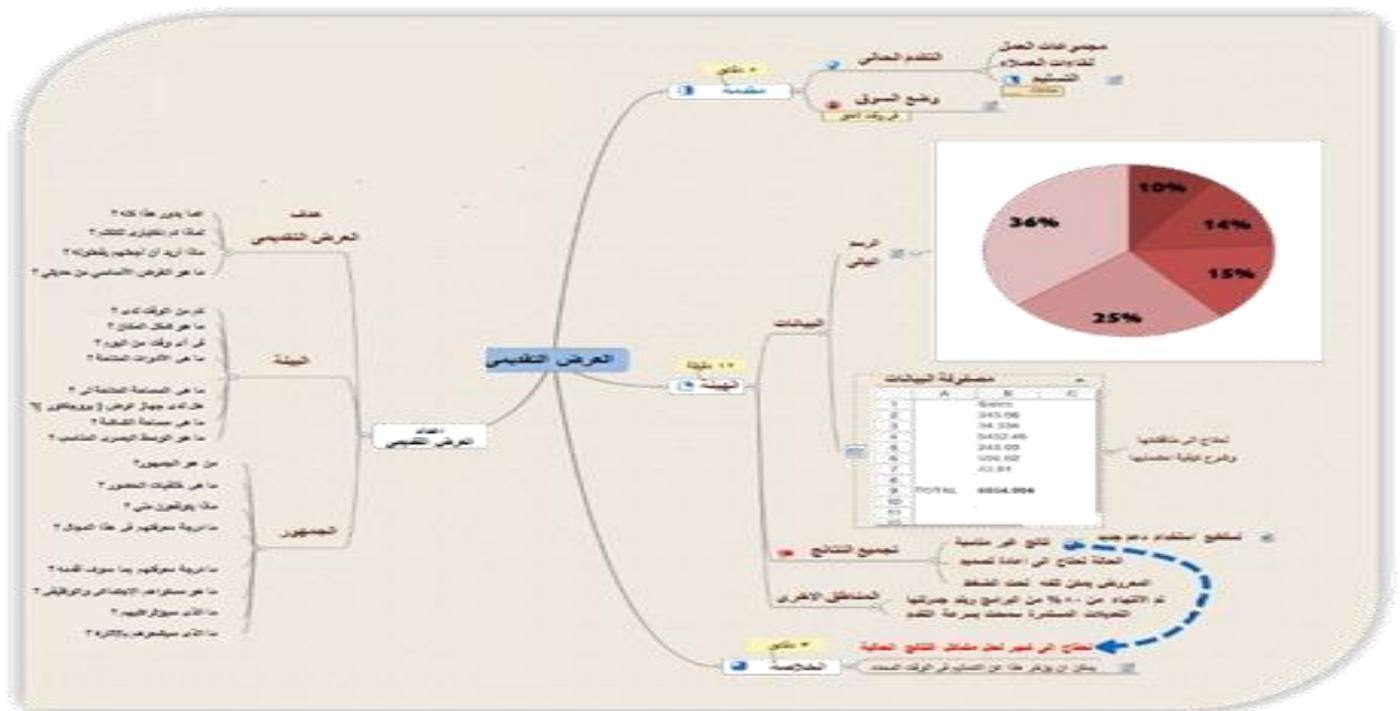
- مقاطع الفيديو.
- الأنيميشن.
- العروض التجريبية الحية.
- الأداء التمثيلي.
- روابط مقاطع الفيديو الحية.

### ٦.٣ كيف تقوم بعمل وإنتاج المحتوى التقديمي

واحدة من أفضل الطرق لتنظيم المحتوى التقديمي هو استخدام الخرائط الذهنية .  
 يمكنك الاستفادة من قوة الإرتباط بين المفاهيم وعمل أفرع جديدة لخريبتك عند الضرورة.  
 على سبيل المثال ، الأسئلة التي يجب أن تطرحها على نفسك عند التفكير في القصة في العرض التقديمي  
 يمكن التقاطها في الخريطة الذهنية كما هو مبين أدناه.



يمكنك استخدام برنامج لرسم الخرائط الذهنية لإضافة ملاحظات ، لقطات من الأفكار، الوثائق ، الروابط الملفات ، الصور والرموز الخ ... ، كلما قمت بجمع المزيد والمزيد من المحتوى والأفكار.



هناك العديد من الأنواع المختلفة من برمجيات الخرائط الذهنية بقدرات مختلفة ومتاحة في السوق يمكنك البحث عن الخرائط الذهنية في ويكيبيديا كبدائية ، إستخدم الخرائط الذهنية كمستودع لأفكارك الخاصة وتوسيع نطاقها كلما صادفت محتوى جديد وأفكار جديدة في الخطوات التالية:

### تدريب عملي :إعداد العرض التقديمي

قم بالإجابة على الأسئلة في الجدول التالي لإعداد المحتوى الخاص بعرضك التقديم

هدف العرض التقديمي	
السؤال	الإجابة
عما يدور العرض التقديمي ؟	
لماذا تم إختيارى للتكلم (للتقديم)؟	
ماذا أريد أن أجعلهم يفعلونه؟	
ما هو الغرض الأساسي من حديثي؟ أنت بحاجة لكي تكون قادراً على إجابة الأسئلة التالية من منظور المستمعين (الجمهور)	<input type="radio"/> لماذا يجب أن أهتم وأسمع لك؟ <input type="radio"/> هل رسالتك ستقوم بمساعدتي ؟
البيئة	
السؤال	الإجابة
كم من الوقت متاح لي؟	
ما هو شكل المكان؟	
في أي وقت من اليوم ؟	
ما هي الأدوات المتاحة ؟	
ما هي المساحة المتاحة لي ؟	
هل لدى جهاز عرض مرئي (بروجكتور)؟	
ما هي مساحة شاشة العرض؟	
ما هي المساعدة البصرية المناسبة لهذا الموقف المحدد ولهذا الجمهور؟	

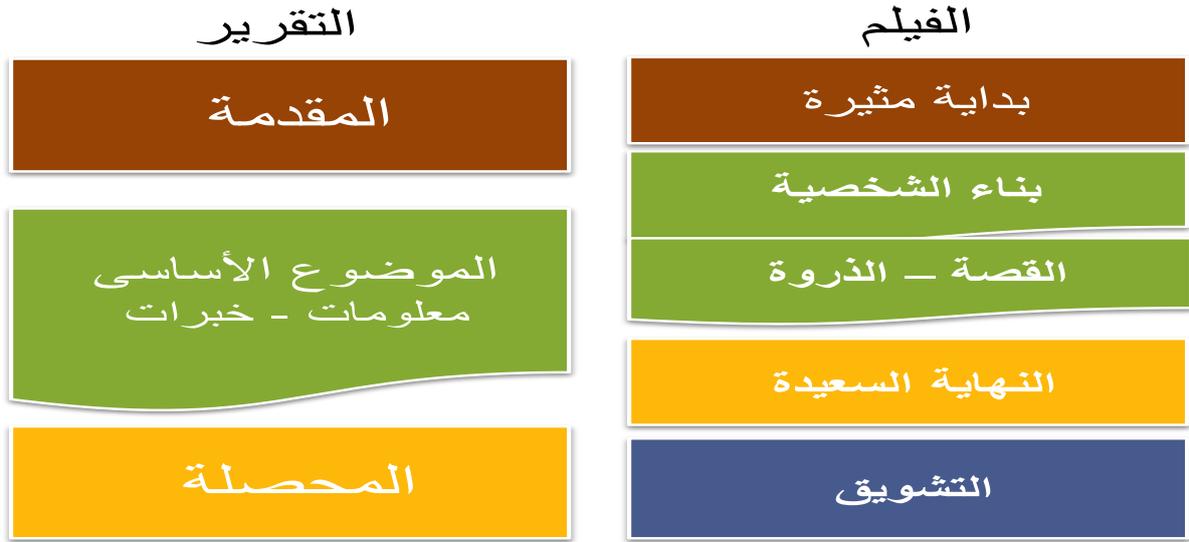
المستمعون	
الإجابة	السؤال
	من هو الجمهور؟
	ما هي خلفية الحضور؟
	ماذا يتوقعون مني؟
	ما درجة معرفتهم بمجالى؟
	ما درجة معرفتهم بما سوف أقدمه؟
	ما هو مستواهم الإجتماعى والوظيفى؟ هل هم مديرون روساء تنفيذيين ، رجال بيع ، مهندسون أم مجموعة متنوعه من كل المستويات؟
	ما الذى سيؤثر عليهم؟
	ما الذى سيشعرهم بالإثارة؟

### ٧.٣ عملية تصميم المحتوى

هناك بعض أوجه التشابه الأساسية بين تصميم التقارير وتصميم العروض التقديمية عندما يتعلق الأمر بالرسالة نفسها ، مثل ما يحدث فى التقارير ، عليك أن تبدأ بالنتيجة والموجز العام وهذا يجبرك على التفكير في بيت القصيد ، ما الذى تحاول أن تخبره وتفيد به جمهورك .

وبمجرد الإنتهاء من هذا ، يمكنك الانتقال إلى ملء الهيكل الأساسى مع التفاصيل وشرح التجارب وتوفير البيانات الحالية ، الحقائق ، التقارير والمعلومات الجديدة وهلم جرا.

يجب أن لا تبدأ من البداية على ورقة فارغة وتحاول كتابة كل شيء حتى النهاية ، هذا لن ينجح ، فكر فى الموضوع كأنه فيلم ، ليس هناك مخرج سيصور فيلم إستناداً على كيفية ظهور المشهد . بدلاً من ذلك هناك الكثير من العوامل الأخرى ، مثل تشابه المشاهد ، الصعوبة وتوافر الممثلين وعوامل أخرى تحدد هذه العملية. مثل صناعه الأفلام ، يجب أن تبدأ بالجزء الأكثر أهمية ووضع طاقتك به ، الشرائح الموجودة لدعم الرسالة الأساسية يمكن أن تصمم في وقت لاحق عندما تكون الرسالة الأساسية محددة جيداً ثم بعدها يمكنك تحديد أين تذهب بعد ذلك.



تدريب عملي: هيكل العرض التقديمي  
إستخدم النموذج التالي لصياغة هيكل العرض التقديمي

١. افتتاح كبير

٢. هدف وملخص ما على وشك الحدوث

٣. البناء / التاريخ / تحديد المشكلة

٤. النتائج / التطور / الأدلة / دعم

٥. الإستنتاج :نهاية سعيدة

٦. الخطوات القادمة

### ٨.٣ كيف يمكنك صنع عرض تقديمي

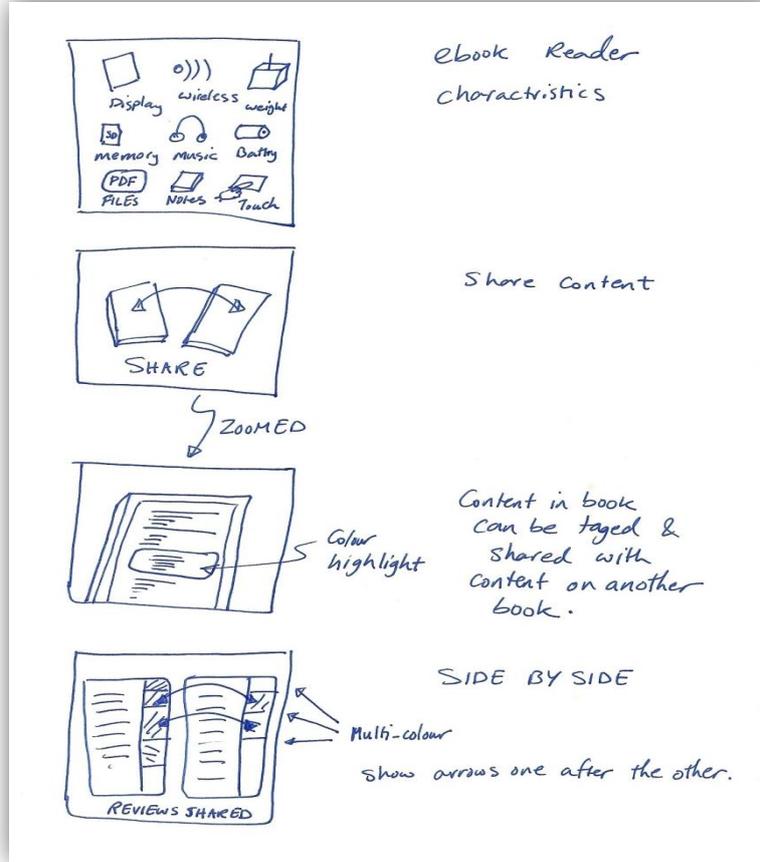
حتى قبل أن تبدأ في إعداد العرض التقديمي ، تحتاج إلى بدء العمل على القصة والهدف الخاص بك . بمجرد الإنتهاء من تحديد هدفك من العرض التقديمي ، أنت بحاجة إلى المضي قدماً في صنع القصة . الخطوات التالية سترشدك خلال هذه العملية:

- **تحديد الأهداف والغايات:** إفهم الملخص العام (سوف يتم توضيح ذلك أكثر في القسم القادم).
- **فكر في القصة التي تريد أن تخبرها وكيف ترويها:** تأكد أن قصتك تفاعلية ، قد تحتاج إلى التفكير في الهيكل في نفس وقت التفكير في صناعة القصة .
- **فكر في بنية العرض التقديمي:** إبدأ من التاريخ السابق والتطورات الجديدة وتحرك إلى الأمام حتى تصل إلى الإستنتاج النهائي .هذا جزء هام ، حيث يساعد ذلك جمهورك على متابعتك خلال العرض التقديمي ومساعدتك في معرفة الجزء القادم ، قدم الحقائق والمنطق والقصص العاطفية شيئاً فشيئاً في العرض التقديمي لقيادة الجمهور لإكتشاف الحل أو الرسالة التي تقودهم إليها ، إذا شارك الجمهور في إنتاج الحل (حتى عقلياً بدلاً من تفاعلياً) سيكونون تكون أكثر عرضة لقبول ذلك ونقله للآخرين ، تفشل العديد من العروض التقديمية في الإستفادة من هذه التقنية القوية ويتوجهون لشرح ما يعتقدون إنه الحل الذكي ويحاولون بجديه إقناع الجمهور بأفكارهم ويحتمل أن يخطأ في عدم تقدير الناس إثناء العملية.
- **إجعل القصة مصورة على الورق:** هذا مشابه لإسلوب القصص المصورة الخاص بالأفلام والأفلام الوثائقية.
- **إفحص القصة بحثاً عن الوتيرة أو الإيقاع :** كما سيقول لك أى مؤلف قصة ، ليس من المهم جودة الوسائل البصرية في الفيلم أو حتى إن قصة الفيلم كبيرة ، الإيقاع الغير مناسب يمكنه أن يدمر الموضوع ، تأكد من أن الجمهور غير مرهق مع كثرة المعلومات التي تم شرحها في أجزاء معينه أو إنه قد اصيب بالملل نتيجة البقاء فترة طويلة جداً في المواضيع الضيقة.
- **إضافة الفكاهة:** عد إلى لوحة العمل وقم بإضافة النكتة بصفة دورية ومنتظمة لهذه القصة .على سبيل المثال ، إدراج نكتة ، ملاحظه مضحكة أو قصة مسلية كل ٥ دقائق ، المحترفون يقومون بذلك طوال الوقت . على سبيل المثال ، تم إستخدام هذا الأسلوب من قبل ستيفن سبيلبرغ عندما كان يصنع سلسلة أفلام إنديانا جونز. تأكد سبيلبرغ أن هناك نكتة أو حدث مسلي كل بضعة دقائق في القصة كلما مرت الأحداث ، الفكاهة سوف تبقى الجمهور متفاعل ويشعر بالمتعة ويمكن أن يجعل رسالتك تنتشر بشكل أفضل .
- **قم بإضافة عدة تلخيصات أثناء العرض:** بشكل دوري قم بإضافة خلاصة أثناء العرض التقديمي لتذكير الجمهور بما قد ذكرته قبل ذلك وما أنت على وشك أن تقوله لاحقاً ، أنت تريد أن تؤدي بفعاليه من جهة وتجعل من السهل لجمهورك متابعة ما تقوله وما ستقوله من جهة أخرى.
- **إستخدام الوقفات بمنهجية:** بعد الأجزاء التفاعلية التي بها مشاركة عقلياً ، تأكد من إدخال بعض المحتوى الخفيف ، هذا يسمح للجمهور بأخذ راحه قبل إستقبال جرعة أخرى من المعلومات القوية ، هذه الطريقة أيضاً تسمح لك بتوصيل المعلومات لجمهور أكثر قدرة على الإستقبال .

### ٩.٣ جعل القصة مصورة

الآن بعد أن حددت هدفك وقيمت بالإعداد الأولي ، يجب أن تحصل على قلم وورقة والبدء في رسم لوحة قصتك ، لا شيء يهزم القلم والورقة عندما يتعلق الأمر برسم قصة إبداعية ورسم لوحة قصتك (عرضك التقديمي). ما تريده حقاً هو تصور قصتك كلما خضت فيها ، أنت بالفعل قد فكرت في قصتك إستناداً إلى المقاييس السابقة ، الغرض من هذه الخطوة هو تصور تلك القصة .  
البشر بصريون للغاية مع جزء لا يصدق من العقل مخصص لهذه المهمة ورسالتك البصرية سيكون لها تأثير عالٍ.

إستخدام أقلام ملونة للحصول على الأفكار الإبداعية ، ما تريد الحصول عليه حقاً هو ما يراه الجمهور عندما تتحدث عن أجزاء مختلفة من قصتك.  
مثال على ذلك:



### ١٠.٣ رسم عرضك التقديمي

تقديم عرض تقديمي هو عملية تكرارية قد تحتاج إلى العودة إلى الأمام بين الخريطة الذهنية التي صممتها سابقاً وبين رسم عرضك التقديمي والشرائح هذه العملية ستساعدك على البقاء مبدعاً في جميع الأوقات.

الهدف هو الحفاظ على الصور متعلقة بالمحتوى ولكن في نفس الوقت إبقيه أنيق ويسهل تذكره ، عندما يحين الوقت لتنفيذ هذه الأفكار إلى برامج العرض التقديمي "مثل باور بوينت" يمكنك إستخدام طريقة عرض الشرائح لإدخال شرائح جديدة على أساس هذه التصميم حسب الضرورة . على سبيل المثال ، يمكنك إستخدام شريط تمرير الشرائح في باور بوينت للحصول على مظهر مماثل إلى لوحة القصة وبدء التنفيذ من هناك ، المحتوى المرئي الأمثل للشرائح التقديمية سيتم إيضاحها في المقطع التالي:

**تدريب عملي: - عرض تقديمي- رواية قصة فى دقيقة واحدة**

قم بتسجيل إعلانك هنا والإستعداد للعرض التقديمى ، إستخدم المبادئ التوجيهية لرواية القصة وجعل القصة مصورة وإختبار المصعد حسب الضرورة .

## ٤- البناء والهيكل

"الإبداع هو السماح لنفسك بإرتكاب الأخطاء ، التصميم والتشكيل هو معرفة أيهم ستبقيه "

سكوت أدامز

### الهدف :

بنهايه هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

تصميم الشرائح التقديمية عالية التأثير التي تقدم رسالتك بكفاءة

### ١.٤ ما الذى ستبدأ به ؟

كما رأينا سابقاً ، هناك ثلاث أجزاء فى العرض التقديمى : المقدمة ، الهيكل الأساسى (الجسد) والمحصلة. الغرض من جزء المقدمة هو خلق الإثارة لما سيأتى لاحقاً ، كلما كان الجمهور أكثر إثارة ، كلما كانوا أكثر قابلية لإستقبال رسالتك وتجاهل أوجه القصور.

كما شرحنا سابقاً ، أنت تحتاج لجعل المستمعين يهتمون بك وبما تنوى أن تقول. فى العروض التقديمية الخاصة بالأعمال من المعتاد البدء بالأجندة يجب عليك أن تبدأ دائماً بالهدف من العرض التقديمى ولماذا سيكون من الهام لهؤلاء الأشخاص أن يستمعوا إليك. المشكله التي تصادفك من الأجندة هي أنها تبدو مملة بدلاً من ذلك حاول عرض مجموعة من الصور الغريبة بدلاً من العناوين واحدة تلو الأخرى ثم يمكنك القول أننا سنتحدث اليوم فى خمس مواضيع وسنرى ماذا تعنى تلك الصور فى نهاية العرض التقديمى ، بالتأكيد ليست تلك الطريقة متاحة دائماً ولكن يمكنك إستخدامها عندما تريد زيادة التأثير.

يجب عليك فى بداية عملية تصميم العرض التقديمى النظر إلى المحصلة سوف يجبرك ذلك على التفكير فى بيت القصيد وستقوم بعمل الأشياء الحيوية فى البداية لتصل بهم الى ماتريد توضيحه . عندما تصل إلى المحصلة ، أنت بحاجة لتقديم إعلانك الذى يستغرق ٤٥ ثانية والمرور على كل النقاط الرئيسية التى سبق توضيحها ، تذكر الناس تحتاج للتكرار لكى تتذكر المفهوم فى النهاية ، إذا كنت تريد أن تجعلهم يقومون بتذكر رسالتك وتريد جعل ينبهون بك ، فاجعل الموضوع بسيطاً على قدر الإمكان لهم لكى يعرفوا رسالتك وتكون قادراً على توصيلها بدهقه كما أردت.

### ٢.٤ الخطوط الإرشادية للمحتوى

قبل المضى قدماً نحو تصميم الشريحة التقديمية ، أنت بحاجة لكى تكون على دارية بعدد من الأمور الحيوية الخاصة بالتصميم وذلك عند تصميم وتشكيل المحتوى التقديمى.

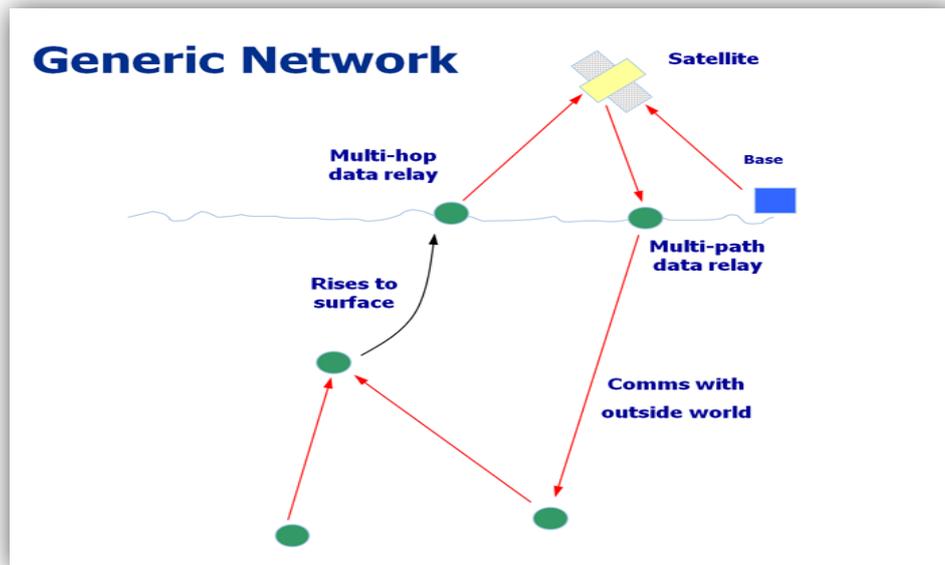
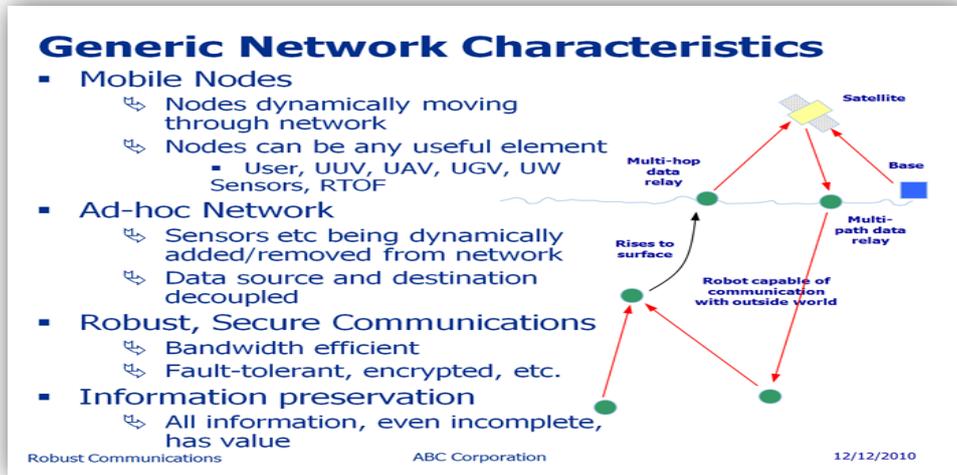
مثل الأفلام أو الأفلام الوثائقيه ، الإيقاع والوتيرة هما أكثر عامل مؤثر فى العرض التقديمى ، هذا متعلق بالمستمعين بدرجة كبيرة فى مرحلة الإعداد قمت بالإجابة على بعض الأسئلة المتعلقة بأهدافك وبالمستمعين والبيئة ، الآن أنت ستستخدم تلك المعلومات لبناء المحتوى التقديمى بإستخدام الإرشادات التالية:

## ١.٢.٤ كثافة المعلومات

الكثير من المعلومات قد يكون مربكاً ، الكثير من الأشخاص العاديين يستطيعون إمتصاص المعلومات في ٣٠ دقيقة وتذكرها فيما بعد.

أنت بحاجة للسيطرة على كمية المعلومات التي ستقوم بإعطائها للجمهور بطريقتين : عن طريق تصميم الشرائح والإيفاع. تذكر ، أنت لست مكلف بمهمة أن تقول كل ما تستطيع في وقت محدد ، إنه ليس سياق، العديد من مقدمي العروض التقديمية يعتقدون بأنهم كلما تكلموا أكثر في عروضهم كلما ظهروا بشكل أمهر وإن لديهم العديد من المعلومات. الحقيقة بعيدة عن ذلك تماماً ، البحوث أظهرت أن العرض التقديمي الذي يتضمن الكثير من التفاصيل التي لا يستطيع الناس ملاحظتها ليس محبب مثل العرض التقديمي الذي يحتوى على رساله بسيطة وحقائق مدعمة.

قم بتدعيم العرض ببعض المعلومات العامة (ليست محدده للغاية) يستطيعون دائماً إيجاد تلك المعلومات المحددة في الكتيبات ، الأوراق ، التقارير.. الخ. قم بوضع مقاطع الفيديو ، ملخص النتائج العلمية ، التوقعات أالخ... ، في المساعدات البصرية لتقليل كثافة المعلومات.



## ٢.٢.٤ الؤقات

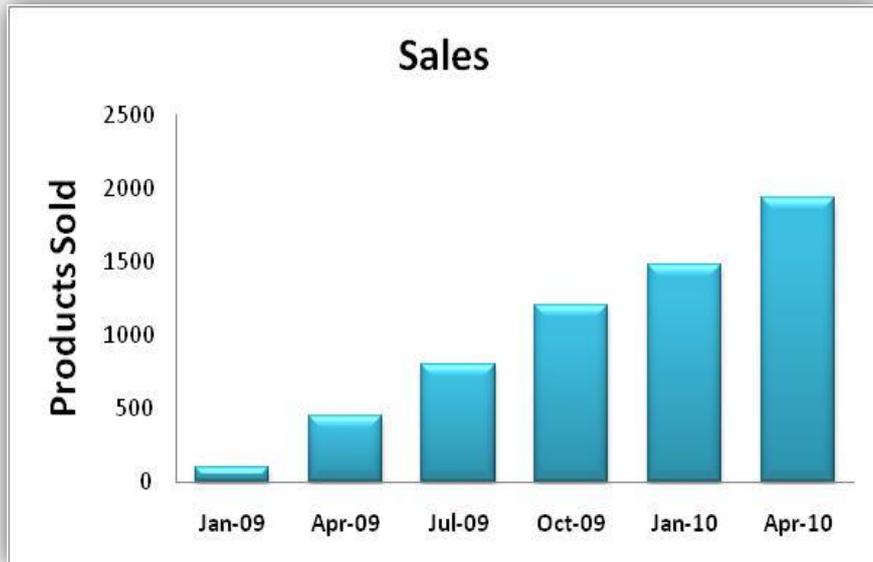
بما يتفق مع تقليل كثافة المعلومات المذكورة أعلاه ، تحتاج تقليل المعلومات المتزاحمة ، ليس هناك محتوى مقدس (لا يمكن إزالته) ، إذا كان لا يدعم الفكرة الرئيسية الخاصة بك ، قم بإزالته ، مهما كان أنيق. على وجه الخصوص ، تأكد من أنك لا تقع في "فخ الإلتزام بالمحتويات المكلفة" مقدم العرض التقديمي قد يقضى وقتاً طويلاً في عمل الأبحاث وعندما يتعلق الأمر بالتقديم يقرر تخصيص نسبة مماثلة في المحتوى بما إن البحث أستغرق وقتاً طويلاً ، ولكن لا .. فإن عرض تقديمي ممل قد يكون غير مثمر فالجمهور لا يهتم مقدار الجهد الذي بذلته فيه كل ما يهمهم هو النتائج هذا هو ما جاءوا لسماعه ، بالطبع يمكنك إطلاعهم على صعوبة العثور على النتيجة ولكن ليس هناك داعي لإخضاعهم لنفس الصعوبة! من المدهش تماماً إن العديد من مقدمي العروض التقديمية يقعون في هذا مع النتائج المترتبة عليه ، العروض التقديمية التي يقدموها تبدو منحازة جداً في مواضيع صغيرة ومملة للغاية أو ببساطة لا تصل لأي مكان. بل الأسوأ يحاول مقدم العرض إظهار كيف انه يعمل بجد. لا أحد يهتم ! الناس يريدون نتائج وليس قصص محترقة عن الباحثين.

## ٣.٢.٤ التبسيط

إتجه للتبسيط ، قم بتقليل العناوين الطويلة لكلمات رئيسية قصيرة وببساطه تحدث عنها ليس هناك جدوى أن يقوم المستمعون برؤية الجمل كاملة على الشرائح التقديمية ، قم بالتركيز على المفاتيح الرئيسية. تذكر أنت لا تريد أن تكون ممل أو غامض وبالتأكيد لا تريد أن تكون كثير الكلمات وواضح بشدة ، أنت تريد لقصتك أن تفهم وتريد أن تجعلها تنتشر وتريد أيضاً جعل الناس تأخذ في فعلها بعد سماع رسالتك. رسالتك يجب أن تدعم هذه العملية



## الكثير من التفاصيل



### الرسم البياني أسهل للقراءة و للتذكر بكثير

#### ٤.٢.٤ البوربوينت

من أكثر التطبيقات شعبية في تقديم العروض التقديمية هو البوربوينت ، البعض يحبه والآخر لا يفضله في كل الأحوال هو مجرد أداة مثل أى أداة لو تم إستخدامها بشكل مناسب ستكون فعالة بشدة. "الموت عن طريق الباور بوينت " هذا يحدث فقط حينما لا يستخدم بشكل صحيح. المشكله مع معظم الشرائح هو إنها تحتوى على الكثير من المعلومات ، الشرائح التقديمية هي وسيط بصرى والنص المكتوب غير جذاب ويصعب تذكره ، كلما كان النص المكتوب أقل كلما كان أفضل . كلما كانت الشرائح أكثر إتقاناً فكلما كانت أكثر جذاباً لهم ويسهل تذكرها . مثال على ذلك بالأسفل:

### Ebook Reader

- It must have a large display for clarity
- It should be ergonomic and light
- Ability to read a wide range of ebook file formats
- Low power consumption and long battery life
- Wireless and wired internet connection
- Port for memory extension such as SD cards
- Ability to play music
- Touch screen display format
- Ability to add annotations, highlights, notes, etc.
- Ability to view other users comment about different passages

### النقاط ليس من السهل قرائتها



### الصور والعدد القليل من الكلمات يساعد على الوضوح

ها هي عدد من المبادئ التوجيهية لإستخدام الباوربوينت بكفاءة:

- لا تستخدم التأثيرات ، المشتتات، ألخ بين الشرائح ، هي ببساطة تقوم بالتشتيت ولا تخدم رسالتك.
- لا تستخدم الخلفيات البراقة مع تحريك أو تلاشي النص ، مرة أخرى أنها تقوم بالتشتيت وتأخذ الإهتمام بعيداً عن الرسالة الرئيسية.
- لا تستخدم خلفيات ملونة للشرائح ، قد يكون لدي الناس صعوبة مع التباين ، كلما زاد المحتوى على الشاشة كلما تطلب ذلك معالجة أكثر من العقل مما يؤدي لإجهاده ، ذلك أيضاً ببساطة يجعل تذكر الصورة العامة أكثر صعوبة لأن هناك الكثير من المعلومات المتعلقة بها.
- لا تستخدم التدرجات كثيراً ، خصوصاً على النص فإن ذلك يجعل القراءة تبدو صعبة.
- إستخدم خطوط كبيرة الحجم لزياده الوضوح.

- شاشات LCD تعتمد على كثافة الكريستال السائل
- شاشات LCD هي صناعة بمليارات الدولارات
- شاشات LCD تعتبر تكنولوجيا متفوقة على تكنولوجيا البلازما
- شاشات LCD تباين الألوان فيها أعلى بكثير
- شاشات LCD تستمر لفترة أطول من شاشات البلازما

إستخدام سىء لتدرج الألوان على الخلفية والنص

#### ٥.٢.٤ المرئيات

التعلم عن طريق الأمثلة لا تزال واحدة من أفضل الطرق لتعلم شيء بسرعة. عند النظر في عروض سيث غودين أسلوبه هو إظهار الصورة بعد الصورة ، ستجد النص قليلاً جداً في أي شريحة وإذا قمت بذلك فإنه عادة ما لا يزيد عن 6-7 كلمات. الصور هناك لدعم النقطة الرئيسية التي سبق توضيحها ، أحياناً تكون هناك للفكاهة وأحياناً لإثارة رد فعل عاطفي إيجابي أو سلبي. مقدمى العروض التقديمية الآخرين يستخدمون عدد قليل من الشرائح التقديمية بسؤال واحد يسأل بها ببساطة هم يقومون بالتعليق عليها. بالتأكيد ، هذه الوسيلة الشديدة البساطة لا تناسب كل أنواع العروض التقديمية ولكنها توضح فقط إنه ليس عليك أن تظهر الكثير من التفاصيل دائماً.



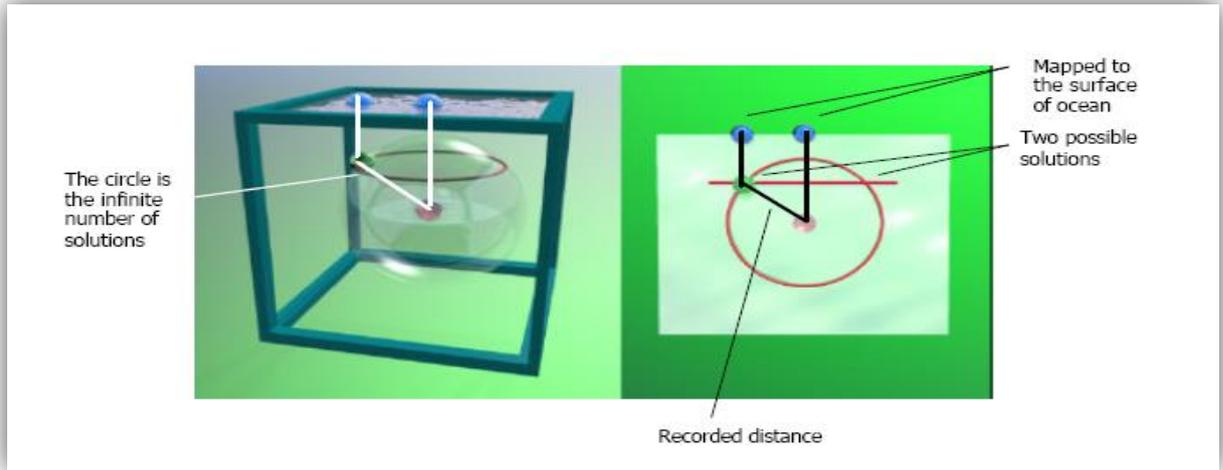
بإختصار ، إبقه بسيط وانيق ، لا تقم بإلهاء أو تشتيت الجمهور بمحتوى غيرها.

#### ٣.٤ تصميم الشرائح

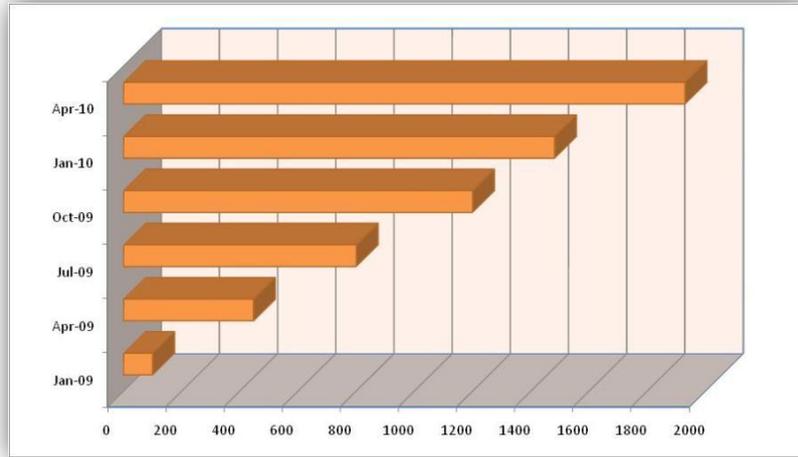
ما يلي هو عدد من المبادئ التوجيهية العامة التي يجب إتباعها عند تصميم الشرائح لصنع أكبر قدر من التأثير:

#### ١.٣.٤ الإفراط (زيادة المحتوى)

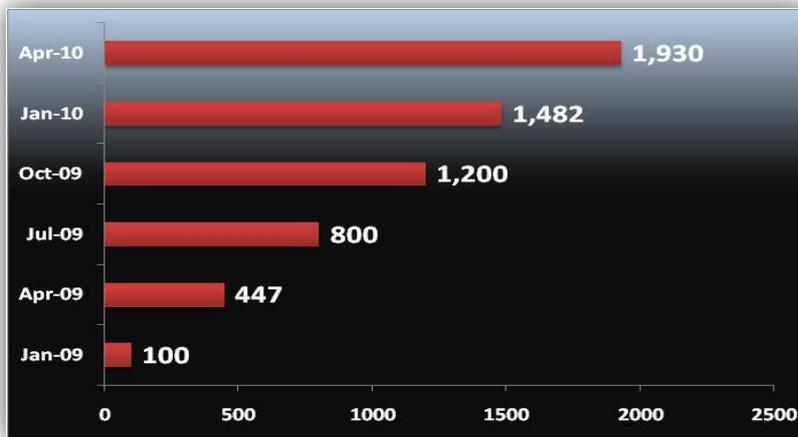
تجنب الإفراط الزائد ، قم بالحد من الفوضى ذلك تناسبياً مع المضمون الحقيقي الذي تريد للجمهور أن يراه ، على سبيل المثال يمكن أن يكون المحتوى ثلاثي الأبعاد قوي جداً في شرح بعض المفاهيم ولكن إذا ما استخدمت بشكل غير صحيح يمكن ببساطة أن يؤدي ذلك إلى الارتباك.



إستخدام جيد للرسومات الثلاثية الأبعاد لتوضيح المفاهيم الصعبة



الإستخدام السيء للرسوم ثلاثية الأبعاد جعل الشكل صعب القراءة



الرسم البياني هو أسهل في القراءة بكثير

عند استخدام الإقتباسات- الأقوال يمكنك التأكيد عليها باستخدام الخطوط كبيرة والخلفيات الواسعة.



الإقتباس ذو حجم صغير



أسهل للتذكر ومن السهل قرائتها

#### ٢.٣.٤ السياق والتماسك

قم بإختيار نمط وتمسك به مثل العلامة التجارية ، التناسق البصري ينتج صفاء الذهن ويقلل من الإلهاء في حين أنه يجعل من السهل لجمهورك تذكر العرض التقديمي.



#### ٣.٣.٤ المساحة الفارغة

لا يجب عليك استخدام كل المساحة المتوفرة لديك ، المساحة فارغة قيمة أيضاً ويمكنها التأكيد على رسالتك الموجودة على الشاشة.



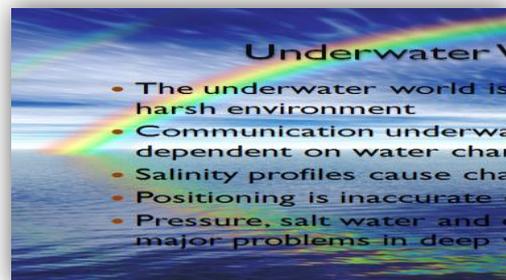
الكثير من المساحة الفارغة



خطوط كبيرة ، الكثير من المساحة الفارغة مع خلفية.....

#### ٤.٣.٤ التباين

كلما زاد التباين بين المكونات البصرية على الشاشة ، كلما زاد التأثير.



اليمن : من الصعب القراءة مع عدم وضوح ، اليسار : من السهل القراءة مع تباين واضح

#### ٥.٣.٤ الأفلام / الصور المتحركة

بما أن عرضك التقديمي يشبه الفيلم الوثائقي أكثر مما يشبه التقرير، استخدام الصور المتحركة والأفلام يعزز بشدة عروضك التقديمية ولكن تنطبق عليهم نفس القواعد لابد لهم من دعم رسالتك الأساسية ولا بد أن يكون لهم الإيقاع المناسب ، استخدمها بشكل معتدل وتحديث أثنائها دائماً. حتى لو كان الفيديو يحتوي على الصوت ، إذا لم يكن ذلك سيؤثر بشكل حيوي على المفهوم الذي تريد عرضه ، قم بالتعليق عليه بنفسك ، الناس تتوقع عرض حياً ، إذا أعطيتهم فيلم مسجل لأن يشعروا بالسعادة! الصور المتحركة (ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد) لها تأثير عظيم ، المستمعين يشعرون بالسعادة عند مشاهدتها ويمكنها شرح العديد من المفاهيم المعقدة بشكل حي. بالتأكيد ، تصميم الصور المتحركة يمكن أن يكون مكلفاً وتستغرق وقتاً كبيراً ولكنه لبعض المواضيع هو ضرورة مطلقة.

#### ٦.٣.٤ الموقع ووضع المحتوى

للحصول على الجمال البصري والتأثير لا تضع المكون الأساسي في وسط الشريحة ، بدلاً من ذلك قم بوضعه على جانب الشريحة ، قم بتغيير الصور وتغيير حجمها وقطع أجزاء منها للحصول مظهر جديد ومبتكر للصور.

استخدم الخطوط وحجمها وموضع النص في تركيبة مع بعضها البعض للتأكيد على المفاهيم الأساسية للحصول على وضوح الوسط المرئي وأضافه لمسة جمالية للشرائح التقديمية في نفس الوقت تذكر أن تبقي كل شيء موضوع بشكل جيد لخلق النظرة المهنية ، المكونات الموزعة في كل مكان أو التي لا يتم وضعها في السياق تعطي مظهر الهواة وعدم المهنية.



إستخدام تقنية التصوير القياسية لتقسيم الصورة إلى ثلاثة أجزاء وقم بوضع المكونات عند التقاطعات

## ٥- تسليم وتوصيل العرض التقديمي

"هناك ثلاثة أمور أهداف إليها في الخطابة: أولاً ، الوصول إلى الموضوع ، ثم وصول الموضوع إليك وأخيراً وصول الموضوع إلى قلب الجمهور"  
ألكسندر جريج

### الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

تقديم العرض التقديمي بثقة وترك تجربة إيجابية لا ينساها الجمهور

التسليم هو المهارة التي يمكن أن نتقن مع الممارسة ومن المعروف جيداً أن الخطابة عادة ما تعتبر أعظم المخاوف من قبل معظم الناس ولكن هذا على الأرجح يرجع إلى عدم وجود ممارسة وخطر الفشل المتوقع ، كلاهما يمكن معالجته بسهولة.

نقص التدريب يمكن التغلب عليه بتقديم العروض أكثر فاكثراً ، على سبيل المثال حاول تقديم العروض التقديمية للمستمعين التاليين تدريجياً كلما أصبحت أفضل .

- مجموعة صغيرة من المستمعين (حوالي ١٠) والذي تعرفهم جيداً ويعرفونك جيداً.
- مجموعة صغيرة من القسم الداخلي (حوالي ١٠) الذين يعرفونك بالأسم والوجه ولكن ليس أكثر من ذلك.
- يمكن أن يصل العدد لـ (٢٠ شخص) من مختلف الإدارات ، هي مجموعة متنوعة من أشخاص تعرفهم وأشخاص لا تعرفهم .
- إعطاء ندوة أو مؤتمر تقديمي ودي لجمهور قد يصل إلى ١٠٠ شخص.
- إعطاء ندوة أو مؤتمر تقديمي لجمهور يصل إلى ٢٠٠ شخص والبعض منهم قد لا يكون متحمس لأفكارك وقد يحكم الكثيرين عليك !
- توسع بالمثل حتى يمكنك معالجة أمة بأكملها مثلما يفعل الرئيس أو رئيس الوزراء قبل الذهاب للحرب !

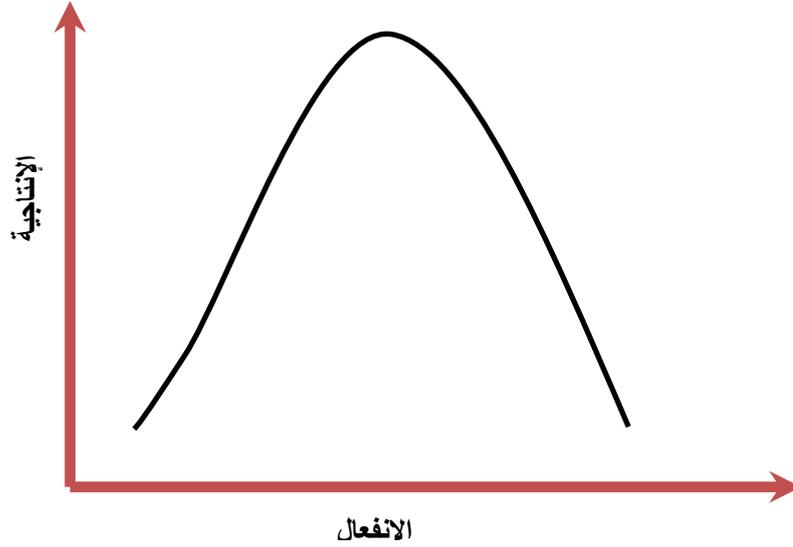
بإختصار إعطاء عرض تقديمي أو خطاب ليس صعباً كما هو متوقع مثل أى مهارة أخرى إنها مسألة تدريب مادام الآخرين يمكنهم القيام بها فيمكنك أنت أيضاً.

المشكلة الثانية هي خطر توقع الفشل ، هذا هو في الواقع يعمل كحائط أو كحاجز للكثير من الذين يتساءلون ماذا سيحدث إذا نسوا فجأة ما أردوا قوله بعد المرور في المراحل السابق ذكرها ، سوف تتعلم بسرعة أن هذا في الواقع إعتقاد خاطئ وهناك العديد من الطرق التي يمكن بها إسترداد العرض التقديمي والمضي قدماً.

أنت بحاجة إلى تذكر أن إعطاء عرض تقديمي ليس عن التكلم للناس ولكن عن التكلم مع الناس. الفرق كبير بينهما ، هذا يعني أنك تحتاج أن تضع في ذهنك أنك تجرى محادثة مع الآخرين يمكن أن يكون شخص واحد أو ٢٠ شخص أو ٢٠٠ شخص ، المبدأ يبقى كما هو مهما كان عدد الأشخاص الذي تجرى الحديث معهم ، الموضوع ببساطة أن هناك الكثير من الأشخاص الذين يستمعوا لمحادثتك .

## ١.٥ تقليل التوتر

واحدة من أقوى الطرق وأبسطها لتقليل التوتر هو الوصول مبكراً ، الوصول متأخراً ببساطة سيجعلك تشعر بالقلق كونك متأخراً أكثر من أن تهدأ وتقوم بإعداد ما ستقوله .  
علماء النفس وجدوا أن التوتر الأنساني يطابق الرسم التالي :



هذا يعرف بشكل ال U المقلوبة ، عندما يكون لدينا القليل من التحفيز أو الإهتمام أو الإثارة إنتاجيتنا سوف تكون قليلة أيضاً ، عندما نشعر بالإثارة أو الحماس إنتاجيتنا ترتفع حتى تصل إلى أعلى نقطة ممكنة .

من هذه النقطة فصاعداً المزيد من الإثارة ببساطة يخلق المزيد من القلق والتوتر مما يقلل من فعاليتنا وكفائتنا والمغزى من القصة هو تجنب أن تبقى غير متحمس بالقدر الكافي أو متحمس أكثر من اللازم .

عند التوتر ، حاول الحد من قلقك عن طريق ممارسة أنشطة منخفضة الإثارة. على سبيل المثال ، إذا كنت تشعر بالضغط فيمكنك الإسترخاء من خلال مشاهدة حوض للماء أو ممارسة اليوجا ، من ناحية أخرى إذا لم تشعر بالقلق فإن الإسترخاء لن يساعدك لأنه نشاط منخفض الإثارة تحتاج إلى القيام ببعض النشاط ذو الإثارة العالية مثل الركض أو ركوب الدراجات هذا يساعدك للوصول إلى أعلى نقطة للحماس.

نفس الشيء ينطبق على الحالات العاطفية يظن البعض إنه إذا كنت مستاء يجب السماح لهذه المشاعر بالخروج عن طريق البكاء ، هذا في الواقع يزيد حزنك ويجعلك تشعر أسوأ بدلاً من ذلك ، يجب عليك أن تفعل العكس للخروج من هذه الحالة الذهنية .البكاء أكثر لن يساعد ، فقط سيجعل الأمر أسوأ. نفس الشيء مع الغضب فلا تدع الغضب يخرج لأنه كلما فعلت هذا كلما صرت أكثر غضباً بدلاً من ذلك قم بتهدئة نفسك وخذ نفساً عميقاً وقم بالعد حتى رقم ١٠ وانتقل إلى شيء آخر للحد من القلق العاطفي.

هذا هو سبب آخر لماذا الضحك فعال جداً .ذلك مماثل لغيره من الحالات العاطفية وكلما كنت تضحك أكثر كلما كنت أقوى. الضحك يؤدي إلى المشاعر الإيجابية ، يجب عليك الإستفادة من هذه الظاهرة وتقوم بالضحك في كل وقت ، لا يمكنك أن تكون قلق إذا كنت تضحك !والخبر السار هو أن الضحك لا يكلف شيئاً 😊

## ٢.٥ البداية السلبية

في بعض الأحيان قد تضطر إلى عمل عرض تقديمي بالنيابة عن شخص آخر . في معظم الأوقات ، مقدم العرض التقديمي البديل يصعد على المسرح ويبدأ كالتالي "ربما لست أفضل شخص للتكلم عن هذا الموضوع ولكن .....". تخيل كيف يفكر المستمعون الآن ، كانوا يعتقدون أنه تغيير بسيط ولكن الآن يتوقعون عرض تقديمي من الدرجة الثانية وليس ما أردوا رؤيته حتى ولو كان العرض التقديمي جيد فهم بالفعل قدموا قرارهم بأن العرض التقديمي دون المستوى ، هذا يشبه ما يحدث عند إطلاق النار على قدمك.

لا تبدأ أبداً عرضاً تقديمياً بشكل سلبي أو بالتقليل من قدرك لأي سبب من الأسباب . هذه هي القاعدة الرئيسية وليس هناك إستثناءات.

لا تبدأ أبداً بتقويض نفسك (إحباط نفسك) إثناء العرض التقديمي بقول تلك العبارات التالية:

- "أتمنى لو كان لدي المزيد من الوقت"
- "هذا سيكون مملاً قليلاً"
- "أخشى أنك سوف تضطر للمرور بذلك "
- "هذا ليس وثيق الصلة بالموضوع ولكن أريدك أن تعرف ..."
- "ما ساقوم بشرحه معقد وصعب الفهم ولكن سنقوم بالمرور خلاله ..."
- "ما تراه قد يكون بلا معنى على المدى القريب في وقت لاحق ربما تفهمون ..."
- "أنى أقوم بتقديم العرض التقديمي بدلاً من شخص آخر ، لذلك لأن أكون جيداً مثل المتكلم الأصلي ....."
- "لست أكثر شخصية ذات ثقة في هذا الموضوع ولكنى سأوضح لكم كيف سيعمل هذا"

## ٣.٥ قم بتوصيل حضورك الذهني

عند تقديم العرض التقديمي ، المفهوم الأكثر أهمية الذى تحتاج إلى أن تكون على علم به هو أن تكون هناك (حاضر ذهن) من الضرورى بالنسبة لك أن تكون ذهنياً على علم بما أنت على وشك تقديمه هذا هو الفرق بين المحاضرين ذو المستوى المرتفع وذو المستوى المتوسط .  
أتبع تلك الإرشادات لتحقيق النجاح :

- في اللحظة التي تبدأ فيها بالتساءل ما إذا كان سينجح أم لا هي اللحظة التي ستكون قد خسرت فيها ، ذلك يشبه الألعاب الرياضية عاليه الرهان في اللحظة التي نبدأ في التفكير إذا ما كنت ستفوز أم لا هي اللحظة التي تخسر فيها المباراة. بدلاً من ذلك إبقى عينيك على الكرة وفكر في المشكلة وليس النتيجة.
- يجب أن تفكر فقط بما على المحك (بخطورة الموضوع) في مرحلة الإعداد وعند مرهله توصيل العرض التقديمي.
- تقديم المحتوى هو فقط عن التنفيذ وليس عن التخطيط والبناء ، فقط تقيّد بالخطة وإتبعها حرفياً.
- قم بالتفكير في العرض التقديمي كمشاركه وليس كإختبار ، طالما أعطيت شيئاً ذا قيمة للجمهور فقد أحسنت صنعاً.
- لا تخفى شغفك ، كن متحمساً بقدر ما يمكنك ، الحالات العاطفية تنتقل بسهولة بين الأشخاص شعورك بالحماسة أو بالملل كلاهما يؤثر بجمهورك.
- لا تأخذ العرض التقديمي بجدية شديدة إنها مجرد عرض تقديمي ليست مسألة حياة أو موت.

## ٤.٥ التوقيت (المدة الزمنية)

كما ناقشنا سابقاً فالإيقاع والسرعة أمر بالغ الأهمية ، الطول أيضاً عامل مهم آخر، العديد من الندوات والمؤتمرات تتوقع منك أن تتحدث حوالي ٢٠ إلى ٣٠ دقيقة ، المحاضرات عادة ما تكون ساعة ، معظم العروض التقديمية والخطابات تقع في مكان ما بين هذين المقياسين ، إذا كان لديك عرض تقديمي لأكثر من ساعة ، يجب عليك أن تنظر بجدية في تقسيمه إلى أجزاء منفصلة للسماح للجمهور بأخذ إستراحة وبسط أرجلهم والحصول على الشاي و البقاء مستيقظاً عموماً.

تظهر العديد من الدراسات أن تركيز الإنسان عادة ما يستمر لحوالي ١٥ - ٢٠ دقيقة أو أقل ، معظم صناعات القرار ذو المستوى الإداري العالي (المديرين ....) لن ينتظروا حتى كل هذا الوقت ، إذا كنت تريد أن تقدم عرضاً تقديمياً لكبار الموظفين لشركة أخرى لا تعد عرضاً مطولاً قد يستغرق ساعة ، قم بالتركيز على رسالتك وقدم ذلك في أقل من ١٥ دقيقة وإعطي التفاصيل في النشرات والتقارير. قم بالتركيز على الرسالة العاطفية في ذلك الوقت المحدود وهذا ما تقوم بالعرض له.

تذكر ، كلما كان العرض التقديمي أقصر في الفترة الزمنية كلما كان أصعب في العمل. هناك إعتقاد خاطئ بأنه كلما كانت الشرائح كثيرة وتحتوى على الكثير من المعلومات كلما كان مقدم العرض التقديمي أكثر معرفه وقام بعمل شاق ، هذا أبعد ما يكون عن الحقيقة ، كما يقول القول المأثور:

"أحتاج إلى أسبوع لإعداد خطاب يستمر ١٠ دقائق وأحتاج الى يوم لخطاب يستمر ساعة وإذا لم يكن هناك حد لوقتي فيمكنني أن ابدأ الإعداد الآن ..."

أهدف دائماً لإنهاء العرض التقديمي مبكراً وليس متأخراً وسوف تكون أكثر إسترخاءاً أثناء العرض التقديمي حيث لن تفكر بأنه مازال لديك الكثير لتقدمه وليس لديك سوى ١٠ دقائق ، من الأسهل دائماً الحديث لفترة أطول قليلاً حول أي موضوع لإطالة الحديث من أن تمر سريعاً على الشريحة التقديمية أو على جزء ما من العرض التقديمي . أخيراً وليس أخراً ، لن يشكو أحد أبداً من أنك قد أنتهيت ٤ دقائق مبكراً ولكن العديد منهم ومنهم رئيسك قد لا يكون سعيداً إذا أنتهيت ٤ دقائق متأخراً ، يجعل العرض التقديمي سهلاً على نفسك ودائماً ضع هدفاً لمدة ٩٠٪ من الوقت المتاح لحديثك (هذا بعيداً عن الوقت المخصص للأسئلة والذي يمكن أن يكون بشكل منفصل).

## ٥.٥ لغة الجسد

بالطبع جزء حيوي من أي عرض تقديمي هو لغة جسدك وهناك الكثير من التواصل يحدث بشكل غير لفظي ، لذلك فمن الأهمية أن نتأكد من أنك تفهم بشكل صحيح ، إتبع هذه الإرشادات:

- **حافظ على الإتصال بالعين:** أظهرت العديد من الدراسات إن النظر للناس في أعينهم أثناء الحديث يجعلهم يحبونك أكثر ، الأمر نفسه ينطبق على أي جمهور على الرغم من أن هذا المفهوم بسيط الكثير من المحاضرين لا يتبعون ذلك. على سبيل المثال ، يشيرون إلى الشريحة التقديمية ويبدءون في التحدث إليها! ليس فقط أنهم فقدوا الإتصال بالعين ، بل يصبح سماع صوت المحاضر أكثر صعوبة لأنه لم يعد ملتفتاً نحو الحشد.
- **إستخدام وضعية الجسد الصحيحة:**
  - **وضعية جسد منفتحة:** إستخدام وضعية جسد مفتوحة معاكسة لوضعية الجسد مغلقة . الجسم المقفل هو موقف دفاعي إنعقاد ذراعيك أو ساقيك تضعك في وضع دفاعي وهي ليست ما تريد إظهاره عند تقديم العرض التقديمي إظهر راحة اليد وإظهر يديك.
  - **الإسترخاء:** أظهر بشكل مسترخي وهادئ إسترخائك سيظهر كدليل على الثقة في رسالتك ومن المرجح أن تسمع أكثر وأكثر وسيكون لديك فرصة أفضل لإقناع الناس.
  - **حركات اليد:** أكد على رسالتك بيديك.

- **تمشى وإستخدام المساحة:** لا تبقى فى مكان واحد إستخدام المساحة بفعالية ، الحركة تبقى المستمعين مشاركين ومنتبهين ، بالتأكيد تأكد من أن لا تتحرك كثيراً لئلا تتسبب فى تشتت المستمعين .
- **أظهر بمظهر جيد:** ملابسك يجب أن تظهر السلطة المناسبة المطلوبة للمحتوى ، إذا كنت تقدم عرضاً تقديمياً خاص بالأعمال فانت تحتاج البدلة أو ملابس مناسبة ، إذا كنت تقدم خطاب لحشد أكاديمى فالكاجوال ذو الصورة الرسمية قد يكون مناسب . الملخص ، تأثق لتؤكد على رسالتك مهما كانت ولكن لا تشتت الجمهور.
- **لا تفعل**
  - لا تضع يداك فى جيبك.
  - تترك هاتفك النقال فى جيبك ، إخرجه خارجاً وضعه فى مكان ما آخر .
  - إرتداء ملابس تسبب الإلهاء وهذا بالأخص للسيدات ، إذا كنتى تريدين أن يتذكر رسالتك الجمهور وليس أنت فقط فإرتدى ما يناسب ذلك بالتبعية.
  - لا تحرك أصابعك بقلق أو تحرك الأقلام ، جهاز الإشارة ، قطع النقود ، جهاز التحكم عن بعد أو أى شىء مشابه لذلك يمكنك أن تحمله بين يديك .
- **تكلم بصوت واضح**
  - حدة ونغمة صوتك يجب أن تطابق رسالتك.
  - تأكد من أنك تقوم بتغيير حدة وعلو الصوت أثناء العرض التقديمى ، إذا لم تعرف ما الوقت المناسب لفعل ذلك قم بعمل ذلك بشكل عشوائى لكى تحافظ على إنتباه المستمعين.
  - تجنب قول "أمممممم أو أهههه " وحاول إستخدام جمل واضحة.
  - لا تأكل نهاية الجمل ، قم بإنهائها بشكل صحيح وتحرك للتالى.
  - تحدث ببطء وبهدوء لكى تحصل على وقت للتفكير ولتستطيع تحسين تركيب الجمل أيضاً ، بجانب ذلك مقدم العرض التقديمى الذى لا يسرع يبدو واثق النفس ومتحكم.

## ٦- البيئة

"الشخص الذي يسأل السؤال يبدو أحمق لمدة خمس دقائق ، الشخص الذي لا يسأل السؤال يبقى أحمق إلى الأبد"

مثل صيني

### الهدف :

بنهاية هذا الفصل سوف تكون قادراً على :

السيطرة على البيئة ( التي يقدم فيها العرض التقديمي ) لتحقيق أكبر أثر

### ١.٦ غرفة العرض التقديمي

البيئة المادية حيث يتم العرض التقديمي مكان مهم جداً قد لا تستطيع أن يكون لديك السيطرة الكاملة عليها ولكن لا يزال هناك الكثير من العوامل التي يمكنك التحكم فيها والتي من شأنها أن تساعدك في الحصول على عرض تقديمي مؤثر ، إتبع هذه الإرشادات :

- **إبقئها مضاءة:** تأكد من إضاءة الغرفة تماماً في كثير من الأحيان قبل أن يبدأ العرض التقديمي، قد يصل شخص لمفتاح الضوء وينتهي الأمر بالجميع في الظلام ، بيئة مريحة للنوم فيها ! هذا عادة تحت سيطرتك فلا تدع ذلك يحدث.
- **إزالة الملهيات:** إزالة أي شيء يمكن أن يصرف للجمهور عنك أو عن رسالتك ، الحركة في المجال البصري للإنسان دائماً يجذب إنتباههم ، تأكد أن وجود أي أجسام تتحرك خلفك أو من حولك يمكن أن تصرف الناس عنك بوعي أو دون وعي.
- **إجعلها مريحة:** إذا كان لديك السيطرة على كراسي الجمهور، تأكد من إنها مريحة وهناك مسافة مناسبة عن بعضها البعض ، إنت لا تريد لجمهورك أن يفكر في أرجلهم المتعبة أثناء الإستماع لك.
- **أفتح الستائر:** ليس هناك شيء أفضل من أشعة الشمس لخلق شعوراً جيداً في الناس بسرعة ، إنه حقاً يجعل الناس يشعرون أفضل وأكثر إيجابية نحن جميعاً نفضل حشد إيجابي سعيد عن أخرمكتئب يشعر بالنعاس.
- **إجعلهم يتحركون:** تشير الدراسات إلى أن الناس تصبح أكثر إبداعاً عندما تتحرك فالناس التي جلسوا أثناء خطابك أو حتى الخطابات السابقة قد تشعر بالقلق أكثر وأكثر لأن أجسادهم متعبة لقلة الحركة ، دائماً إعطى إستراحات بين العروض التقديمية الطويلة يمكنك إستخدام الحيل التالية لجعل الناس تتحرك :

- أثناء الحديث ، إجعلهم يقومون بالتصفيق ، أعثر على عذر لذلك !
- إجعلهم يقومون بالتصويت على شيء ما برفع أيديهم.
- وجه تركيز الجمهور لشخص ما في الحشد (مثل الشخص الذي كان لديه سؤال) وإجعل الجميع يلتفت إلى هذا الشخص.
- إجعلهم يقومون بملء الأستبيان أولغز ما .
- مرر عدد من الكتيبات لكي يقوموا بالتركيز على شيء ما مختلف .

- **لا تقف خلف المنصة:** عندما "يختفي" المتكلم خلف المنصة هو بفعالية يقف وراء "حاجز" لحماية نفسه من الجمهور ، هذه خطوة دفاعية ومن المرجح أن تقرأ دون وعي على هذا النحو . المنصة تعمل كـ "حاجز للإتصالات" الذي في الواقع ما لا تريد أن يحدث ، الجمهور الدفاعي من الصعب إقناعه ، هم أقل تسامحاً مع الأخطاء وعلى الأرجح سوف يطرحون عليك أسئلة صعبة وعدوانية.
- **إستخدم الوسائل المدعمة للموضوع:** إستخدم الأشياء ونماذج من الأدوات المتعلقة بكلامك ومواد مماثلة لتعزيز العرض التقديمي وجعلها أكثر تميزاً وقدرة على الإنتشار.
- **إستخدم متحكم عن بعد للمضي قدماً في الشرائح:** هذا لا بد أن يكون في جعبتك ، أسمح للتكنولوجيا أن تكون دعماً لك لا للإلهاء عن كلامك ، إذا كنت تضطر للذهاب إلى جهاز الكمبيوتر المحمول الخاص بك في كل وقت وتغيير الشرائح ، فإن الجمهور سيكون على علم مستمر بما ستقوم به ويمكن أن يشتت إنتباهه بدلاً من ذلك ، تحرك إلى الأمام من شريحة لأخرى بطريقة سحرية وبالتالي يكون الحديث أكثر سلاسة ويسهل إستقباله!

## ٢.٦ التعامل مع الأسئلة

بعض مقدمى العروض التقديمية قد يساورهم القلق من فترة الأسئلة ، المشكلة عادة في نقص معلوماتهم عن الموضوع ، ببساطة ليس هناك عذراً لذلك أنت بحاجة إلى معرفة موضوعك وأن تكون قادراً على الدفاع عن الحجج أو المفاهيم الرئيسية كما ذكرتها في حديثك ومع ذلك يمكن لأي شخص أن يسأل أي شيء ومن المفهوم أنك قد لا تعرف الإجابة على كل الأسئلة المقدمة. هذه فائدة التقارير وبالتالي فمن المقبول تماماً أن لا يعرف مقدم العرض التقديمي كل الأجوبة ، الشيء المهم هو التعامل مع الأسئلة بشكل صحيح وليس بالضرورة أن تكون قادراً على الإجابة على كل واحد منهم.

إذا كنت لا تعرف إجابة سؤال ما ، قل ذلك وأعد بأنك سوف تنظر في الأمر وسوف تبلغ الشخص الذي طرح السؤال ، هذا كل ما عليك القيام به . تذكر ، سوف ينتهي الحديث وإذا كان شخص يهتم حقاً بالسؤال فإنه يمكن أن يجدهك ويناقشك في وقت لاحق.

بعض الناس ترغب في طرح الأسئلة لتعزيز الأنا الخاصة بهم ، قد يكون لديهم تصور أن كلما كان السؤال يصعب إجابته كلما كانوا أكثر ذكاءً بطبيعة الحال فإنه إجابة سؤال أصعب بكثير من طرحة ، ومهارة الإجابة تعتبر مؤشراً أفضل عن الذكاء على أي حال.

ومع ذلك إذا قابلت هؤلاء السائلين تعامل معهم كما هم في البداية جد شيئاً في أسئلتهم يمكنك الثناء عليه . القليل من الثناء سيغذي الأنا الخاصه بهم ومن المرجح أن يصبحوا أقل عدائية ، ثم إنتقل إلى الإجابة عليه على سبيل المثال قل :

" النقطة التي أترتها جيدة جداً وهى في الواقع تحدي نواجهه ومن أجل التصدي له نحن ... "

لا تقل :

"إنى أحصل على هذا السؤال طوال وقت"

ببساطه قد يشعر السائل بالمهانة والضيق وقد لايسر ذلك الجمهور.

على أي حال ، لا تأخذ الأسئلة بشكل عاطفي. إذا كنت لا تأخذ الأمر على محمل الجد ، فإن الجمهور لن يأخذه على محمل الجد أيضاً.

بينما تجيب على الأسئلة وأنت بحاجة لملاحظه لغة جسدك أيضاً .لا تعقد ذراعيك أو ساقيك خلال فترة الأسئلة. كما رأينا سابقاً ، هذه الوضعية تمثل وضعية جسد مغلقة ودفاعية. يبدو الأمر كما لو كنت تتعرض للهجوم من السائل وأنت غير مسرور بسؤاله ، بدلاً من ذلك حافظ على راحة اليد مفتوحة ، ضع ذراعيك على جانبيك ، قف منتصباً وحافظ على الإتصال بالعين ولا تنسى أن تبتسم وتتشع ثقة.

## المراجع

- Carnegie, D., (1998) *“How to Develop Self-confidence and Influence People by Public Speaking”*, Vermilion, ISBN: 978-0749305796
- Gondin, W. R., (1967) *“Art of Speaking Made Simple”*, Doubleday & Company, ISBN: 0491018320
- Hall, R. (2008) *“Brilliant Presentations: What the Best Presenters Know, Say and Do”*, Prentice Hall Business, ISBN: 978-0273720768.
- Pease A., Pease, B. (2004) *“The definitive book of body language”*, Orion, ISBN: 978-0-7528-5878-4
- Reynolds, G., (2008) *“Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery”*, New Riders, ISBN: 978-0321525659