

(يوني درور)



ترجمة و نقد و تحليل

مروان منير


للنشر والتوزيع



أسرار بصرية

مروان منير

الطبعة الأولى: يناير
1440 هـ - 2019 م

فهرسة أثناء النشر إعداد إدارة الشؤون الفنية

دار الكتب المصرية

أسرار بصرية

منير، مروان

القاهرة: سما للنشر والتوزيع، 2019

160 ص: 13,7×19,5 سم

أ. العنوان

رقم الإيداع: 2018 /

تمك - 781-977-978

التوزيع

المجموعة الحولية
للنشر والتوزيع

80 ش طومان باي - الزيتون - القاهرة - جمهورية مصر العربية
تلفاكس: +202 24518068 - +2 0109998240
email:aldawleah_group1@yahoo.com

التنفيذ الفني

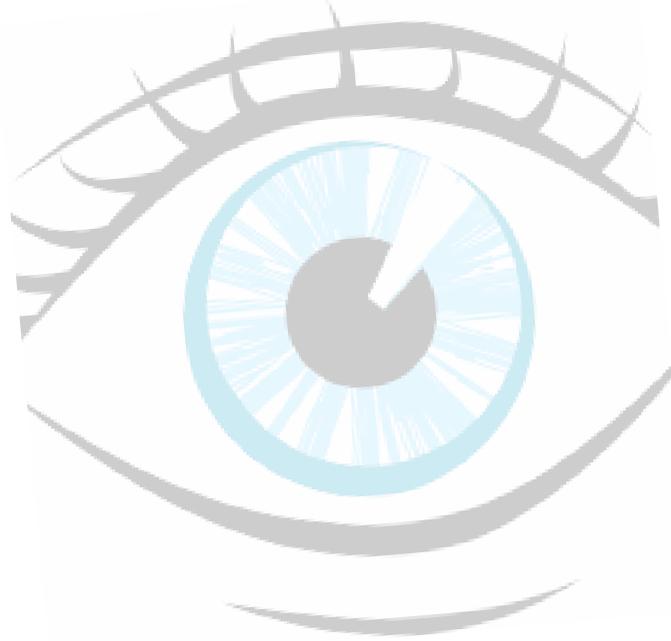


للإستشارات وخدمات النشر
ali@daraj-eg.com

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة

لدار «سما» للنشر

يحظر طبع أو نشر أو تصوير أو تخزين أي جزء من هذا
الكتاب بأية وسيلة إلكترونية أو ميكانيكية أو بالتصوير
أو خلاف ذلك إلا بإذن كتابي من الناشر فقط.



أسرار بصرية

مروان منير

مقدمة

يحتوي كتاب (أسرار بصرية) على ستة فصول

الفصل الأول : لغة الصور.

الفصل الثاني : تفاصيل الصورة في عقولنا.

الفصل الثالث : جمع المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الرابع : من النظرية إلى التطبيق

الفصل الخامس : ليس هناك من فرصة أخرى.

الفصل السادس : لقطات من النجاح – ما تلتقطه عدستك.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح أبي وأمي سائلا الله عز وجل أن

يغفر لهما ويرحمهما ويجمعني بهما في الجنة

كما أهديه إلى زوجتي، د/ نشوى الشاذلي ، وإلى أولادي

(رمزي وأمير) وأشكرهم على كل ما قدموه لي من دعم

وتحملهم لانشغالي عنهم بعض الوقت



نبذة عن الكاتب

.الصورة تعبر عن آلاف الكلمات:

لم تعد آلاف الكلمات كافية لشرح تفاصيل الصور ومثال على ذلك الحالة التي ظهر عليها كلاً من (دونالد ترامب) و (تيد كروز) مرشحًا الرئاسة الأمريكية في الانتخابات الأخيرة والتي أقيمت في عام 2016.

ونلاحظ أنه في إحدى الصور قد ظهر جلياً واضحاً من النظرة الأولى الفاحصة لتفاصيل لقطة الصورة كم كانت معبرة، وتحدث عن نفسها بدون شرح أو إضفاء رأي .

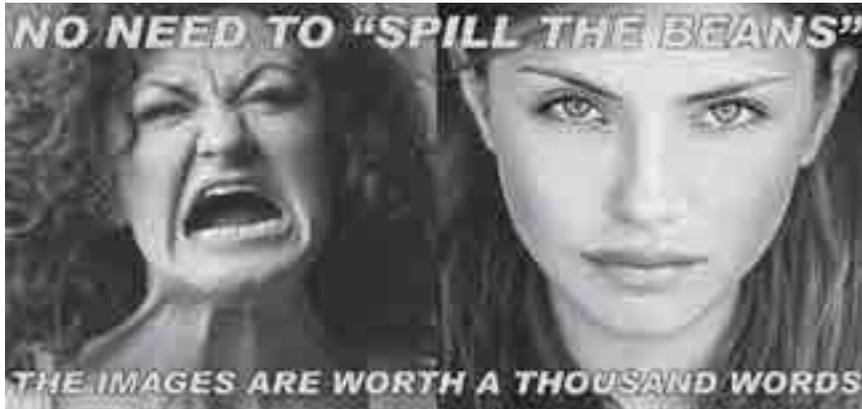
كيف يمكن لصورة ما أن تتحول إلى سلاح فتاك يستخدم ضد صاحب الصورة أحياناً لاستغلاله في عمل ما، والتشويش عليه لإسقاطه بلا رجعة وأحياناً تستخدم تفاصيل وتحليل الصور لإرسال رسالة ما إلى فئة من المجتمع تحمل مضمون يخدم مصالح فئة أخرى معادية .

فكانت البداية في حملة الرئاسة الأمريكية .. باستخدام مقاطع فيديو والتي ظهرت فيها زوجة المرشح الرئاسي الأمريكي (ترامب) ... (ميلانيا ترامب) وقد ظهرت في الفيديو وهي عارية من الملابس ومستقلية على سريره .. في وضع لا يقبله الكثيرون.

وبالطبع قام القائمون والعاملون في حملات الانتخابات الرئاسية المنافسة لترامب باستغلال هذه الصور ومقاطع الفيديو للتشهير بالمنافس (ترامب) من خلال تسليط الضوء على فضائح صور زوجته (ميلانيا ترامب) .

وذلك لتوجيه ضربة إعلامية له ربما تساهم في القضاء على آماله في النجاح وتحقيق أي شعبية وكذلك إبعاد الرأي العام الأمريكي عن مناصريه أو التعاطف معه.





نفى (تيد كروز) نشر أي صور عارية (لميلاني ترامب) عن طريق حملته... وعلى الفور رد عليه (ترامب) ولقبه (بالكاذب) لأنه هو من قام بنشر صورة لزوجته بدون ملابس... وهو يكذب في نفيه هذا.

وفي المقابل أصدر (تيد كروز) تعليقًا وتصريحًا حول الصورة التي نشرها (ترامب) في تغريدة ويظهر فيها على يمين الصورة براءة وجه (ميلاني ترامب) وعلى يسار الصورة .. وجه غاضب للغاية لـ (هايدي كروز) .
وصرح (كروز) قائلاً : (دونالد الرجل الحقيقي لا يهاجم امرأة زوجته رائعة لكن (هايدي) هي حب عمري).

وكما قلت سابقًا .. من الممكن أن تتحول الصورة إلى سلاح فتاك ومؤثر لأنه من السهل خداع المتلقي، والمشاهد للصورة بطريقة وضع الصورة، وما كتب تعليقًا على الصورة ...

وهذه الطريقة كثيرًا ما يتم استخدامها في مجال الصحافة ومجال الإعلان والدعاية .. حتى وإن علمنا أن المقصود من نشر الصور هو التشهير .. فلها من الوقع المؤثر للغاية على المتلقي.



وقد استخدموا هذا الحدث لوضع عنوانًا براقًا على رأس المقالات وأعمدة النقد الموجهة إليه .

فاستخدموا مثلًا عبارات مثل : (انظروا هذه هي ميلاني ترامب مرشحتكم لمنصب السيدة الأولى في البلاد) .

وعبارة أخرى مثل ... بعد مشاهدة الصورة جيدًا .. عليك أن تدعم (تيد كروز) في انتخابات يوم الثلاثاء القادم .

وقد تم نشر هذه الصور في المجلات الأمريكية .. بينما كانت ... (ميلاني ترامب) منشغلة في إثبات موهبتها كعارضة أزياء جيدة .



جاء الرد الانتقائي من (ترامب) سريعًا حيث نشر في إحدى تغريداته صورة لزوجته (ميلاني ترامب) في مقابل النصف الآخر من الصورة ... لقطة لزوجته (تيد كروز) ... (هايدي كروز) وهي في حالة عصبية غاضبة للغاية وكتب تحت الصورة هذه العبارة (الصورة تغني عن ألف كلمة) .



الشعب الفلسطيني الأعزل ... قام المتحدث باسم الجيش الإسرائيلي (افخاد ادري) .. بنشر صورة على موقع تويتر.

صورة تظهر فيها امرأة فلسطينية ملثمة وثلاث من الشباب الفلسطيني وهم يحملون الحجارة التي يرشقون بها الجيش الإسرائيلي على الجانب الآخر .

أراد المتحدث باسم جيش الاحتلال الإسرائيلي أن يوصل الرسالة والمعنى التي تقول أن جيش إسرائيل (المحتل) يتم الاعتداء عليه .. وهذا بالتأكيد من سخرية الأيام التي نرى المعتدي والمحتمل يملك من البجاجة الكثير، ويلعب دور الشاكي والمعتدى عليه وللأسف لاقت هذه الصورة التعاطف لدى بعض الأوساط ومنظمات المجتمع المدني التي لا ترى إلا بعين واحدة .



وعلى الجانب الآخر تم نشر صورة من الجانب الفلسطيني ... تظهر فيها وحشية وفضاعة الجيش المحتل الغاشم وهو يوجه أسلحته ورمصاصاته إلى صدور الأطفال وخاصة الرضع منهم.

وللأسف لم تلق هذه الصورة تعاطف المجتمع العربي حيث أن الضغوط السياسية والاقتصادية تلعب دورها.. بصورة أقوى من الصور لتوجيه الرأي العام.... واستخدمت في ذلك منطلق (البقاء للأقوى).

وبالرغم من إعلان (ترامب) أنه لن يقوم باستخدام هذه الصورة مجدداً ضد (كروز) إلا أنها كان لها التأثير المنتشر بالفعل وأدى ما كان يقصد ترامب من إرسال رسالة قوية ومدوية والتي ساهمت في انخفاض أسهم حملة (كروز) السياسية عكس كل التوقعات.. تم انتخاب (دونالد ترامب) في عام 2016 كرئيس للولايات المتحدة الأمريكية .

وقد ساهمت حملته الانتخابية القوية والصور التي قام بنشرها في رفع أسهمه إلى أن وصل لكرسي الرئاسة .

ويأتي بعد استخدامه لكل هذه الوسائل يتحدث عن الديمقراطية .

لاحظنا مما ذكر سالفاً مدى تأثير الصورة في توجهات الرأي العام وتحريكه في أي اتجاه يريده القائم على نشر صورة بعينها بتفاصيل يقوم بالخوض فيها، وتسليط الضوء عليها ومن خلالها يتم إيصال المعنى والمضمون الذي على أثره يتحرك الرأي العام، ويكون مشاعر أما سلبية أو إيجابية تبعاً لما أراده ناشر الصورة ...

ويحدث هذا في أغلب مجتمعات العالم ... الشرقي- الغربي ... المتقدم والنامي أيا كانت اللغة أو الديانة أو العرق فالجميع يتبع هذا النهج.

وتزداد دهشتكم نجد أن المجتمعات الظالمة والمعتدية تكسب ود وتعاطف الرأي العام في بلدانهم وبلدان العالم أجمع... بنشر بعض الصور التي تظهر فيها أنها الضحية والمجني عليها وليس الجاني والمغتصب والقاتل ... ولقد أتيت لكم بأقوى مثال على ذلك

وهو ما يحدث في منطقتنا العربية والصراع الأبرز في العالم وهو الصراع العربي الإسرائيلي والذي تسبب في دمار وخراب لما كان يحدث لولا وجود الكيان الصهيوني المغتصب في المنطقة يمارس كذبه وافتراءه وتعيده على

الفصل الأول لغة الصور



يتحدث الجميع بلغة الصور

عندما تقلب صفحات هذا الكتاب بين يديك ... ربما عليك أن تتبع وتتعلم القواعد للغة المستخدمة على مستوى العالم ... ألا وهي (لغة النظر) أو اللغة المرئية وبإتقانك لهذه اللغة تكون قادرًا على تحسين وفهم بشكل مهني لغة الصور بالإضافة إلى قدرتك على جميع المعلومات من الشبكة العنكبوتية وكجزء من أدائك المهني وعملك اليومي، يؤهلك هذا لتعلم وتحليل المعلومات المتاحة والتي بدورها تقودك إلى نجاح.

عندما تحين لي الفرصة لمقابلة أصحاب الأعمال وأرى وأشاهد بنفسني ردود الأفعال عليهم بعد إمعان النظر في الصور يقومون بتقديم الشكر والإشادة بطرق مختلفة، ومن البديهي والمنطقي ألا يكون لديهم القدرة في البداية على النظر بعين فاحصة كما يفعل من يقوم بتحليل الصور والقدرة على فهم الرموز والإشارات في الخلفية وجميع تفاصيل الصورة .

وبعد انقضاء فترة قصيرة من المبادرة والفهم والقدرة على جمع المعلومات، وتحليل وإرسال رسائلهم عبر الصور مستخدمين الشفرات البصرية والرموز . مما يعظم الشعور لديهم بالانبهار واكتشاف قدراتهم الطبيعية على رؤية الصور بشكل يختلف عن الآخرين .

اللغة المتعارف عليها للوصول إلى الهدف والتي تقود الإنسان بدءًا من قدرته على الرسم باليد منذ أكثر من أربعين ألف سنة مضت والتي تم اكتشافها مدونة على جدران الكهوف ... تشهد بأن الإنسان قد تواصل وأرسل الرسائل لبعضهم البعض مستخدمين تلك الرموز المرئية للجميع .

وبسبب وجود لغة مشتركة تخدم أهداف الجماعة ... فقد استطاع المتخصصون والمثقفون والساسة في التواصل فيما بينهم .

ومنذ أكثر من 540 مليون عام، مضت تطورت الطبيعة بشكل آلي مرئي ومعقد وهذا ما نقلته الرؤية بالعين المجردة إلى عقل الإنسان .

وهذه الحركة الميكانيكية هي المفتاح الأساسي لفهم لغة الشفرة والرموز التي اخترعها الإنسان .. بدأ من الرسومات والهياكل العظمية والرموز الأخرى المختلفة .. ومنذ أكثر من 250 سنة تم اختراع كاميرات التصوير والصور الفوتوغرافية والتي بدورها قد عززت وساهمت في نمو وتطوير لغة الصور وكم ساهم هذا في التواصل بين الإنسان .

وبعد انتشار الطباعة وسهولة طبع الصور .. أصبح هذا هو البديل المثالي عن الرسومات التي كانت تستخدم في الماضي كلغة تواصل، وقبل قيام الفنان بفحص وتحليل الصور ... كانت الصور تستخدم فقط كأرشيف أو دليل أو إثبات في مواقف ومواقع مختلفة تغني عن الكلمات ... واليوم وبعد أن أصبح العالم قرية صغيرة، زادت صعوبة التواصل بين البشر .. نظرًا لتعدد اللغات وكل لغة بها لهجات مختلفة تعبر عن الخلفية الثقافية لكل شعب.

وبعد التطور المذهل والنمو المطرد في التقنيات الحديثة مما ساهم جوجل بلس - انستجرام - فيس بوك - واتس آب - لينكرات - بينترست - ماي سبيس) وغيرهم الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي .. ولكن أشهرهم على الإطلاق هي منصة (فيس بوك) ولو اعتبرنا أن منصة الفيس بوك تمثل دولة لأصبحت أشهر دولة على مستوى العالم، وهذا يعني قدرتها على التواصل بين الأفراد والشعوب التي لها اهتمامات ثقافية مشتركة وأيضًا على المستوى الاقتصادي والاجتماعي ... على الرغم من عدم اشتراكهم في فهم نفس اللغة ... مما أدى إلى أمس الحاجة لإيجاد وسيلة تفاهم يفهمها الجميع على اختلاف لغاتهم والتي تذيب الفروق بينهم من حيث الاختلاف الثقافي والاجتماعي .

فمثلًا تجد أن هذه اللغة المشتركة استطاعت أن تجد أرضًا صلبة .
ليقف ويتفاهم عليها مهما بعدت المسافات بينهم .. فتجد مثلًا فردًا في نيويورك، وآخر في شنغهاي بالصين، وثالث في بيونس أيرس (الأرجنتين) يتبادلون الحديث سوى ... رغم بعد المسافة واختلاف اللغة والخلفية الاقتصادية والثقافية والاجتماعية .

وننتج عن هذا .. ربط أكثر من نصف سكان الأرض .. عن طريق إرسال الرسائل الشخصية والمهنية على مدار الأربع وعشرون ساعة طوال أيام الأسبوع وهي مدار العام .. مستخدمين شبكة ربط تعمل بلا توقف... وقد أصبحت الصور ومقاطع الفيديو هي الوسيلة المفضلة للتواصل .

وقد عكست نتائج إحصائيتان هامتان قدرة اللغة البصرية

الأولى : أنه قد تم رصد أكثر من مليار صورة ترسل بشكل يومي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

الثاني : تم أيضًا رصد نشر أكثر من 300 ساعة من مقاطع الفيديو كل دقيقة على موقع يوتيوب وحده.

لم يصل أصحاب الأعمال إلى الإدراك الكامل بكل هذه الأرقام والإحصائيات عند قيامهم بالتفكير في كيفية الإعلان وانتشار منتجاتهم .

فيقومون بالإنفاق الباهظ على إنشاء موقع الكتروني وتشكيل حملات للدعاية في الغالب لا يحالفها النجاح.

وبات من الواضح أنه من آخر اهتمامات العملاء هو النظر في موقع تلك الشركات الإلكتروني ... حيث يعتبر الكثير من العملاء أو المواقع والصفحات الخاصة بأي شركة هو بمثابة مصدر لا يعتد به .

فاقد للمصداقية ولا يمكن الاعتماد عليه .. ليس إلا أنها تتحدث بلسان أصحابها وهم من يكتبون فيها ما يشاءون تعظيمًا وتفخيمًا لأعمالهم ومنتجاتهم وهو ليس بالطبع بالرأي المحايد .

والأغلبية من هؤلاء العملاء والقراء يتبادلون الآراء والصور والمعلومات على الشبكة ولا يبحثون إلا فيما هو جذابا لديهم.

ربما آثار الكاتب مما سبق ذكره ما يخشى الكثيرين الخوض فيه، وهو سيطرة مواقع التواصل الاجتماعي وفرض هيمنتها على عقول ونزر وسمع الملايين من الناس حول العالم.

ونخص بالذكر هنا اثنان من المنصات التي هي باتت مسئولة عن تغيير عظيم حدث في بلدان كثيرة من العالم وهذا ما سوف نستعرض بالبحث والتحليل.

المنصة الأولى : (فيس بوك) (face book)

منذ ظهور الفيس بوك عام 2004 على أيدي بعض الطلاب الأمريكيين وعلى رأسهم وأشهرهم (مارك زوكربرج) وكان واضحًا أن الغرض من إنشاءه هو عملية تسهيل التواصل بين الأصحاب والأقارب التي مزقتهم المسافات والتي بات يعيش فيها الناس في بلدان مختلفة ... فيمثل ذلك الموقع (فيس بوك) بمثابة بيت العائلة أو البيت الكبير الذي يجتمع فيه أفراد العائلة والأصدقاء... فيتبادلون الأخبار والصور ومقاطع الفيديو فيما بينهم ... والهدف هو التقارب فيما بينهم ولا يعيش أحدهم في عزلة عن الآخر .

تلك كانت البداية التي لا يختلف على نبل أهدافها الكثير... ولكن تطور الأمر من تقديم خدمة للعائلات المشتتة والأصدقاء .. إلى موقع تريح من خلال الإعلانات .. وزادت أرباح الموقع وتوسع أكثر وأكثر وازدادت شهرته وامتدت إلى بلدان العالم أجمع..

ومعها قامت الكثير من الجماعات والمؤسسات والأحزاب والشركات باستغلال تلك المنصة .. عن طريق إنشاء صفحات لها للدعاية عن منتجاتها أو أغراضها أو خدماتها .. وبذلك قل الإقبال على إنشاء والإنفاق على إنشاء المواقع الالكترونية .. وأصبح إنشاء صفحة في الفيس بوك أهم وأرخص من إنشاء موقع الكتروني .

وفي هذه الأثناء قامت جميع الأجهزة الأمنية والمخابراتية على مستوى العالم باستغلال صفحات الفيس بوك بالترويج لأفكار معينة وتحريك الرأي العام بما يخدم مصالحها وتوجهاتها والأكثر من ذلك أن قامت بعض أجهزة المخابرات بتجنيد بعض الشباب للعمل لحسابها عن طريق نشر إعلان على الفيس بوك من خلال صفحة تطلب فيها عاملين بوظائف مختلفة ومرتببات وامتيازات مغرية للغاية .

وتطور الأمر إلى ما أكثر من ذلك من خطورة

إلا وهو استغلال الشعوب في التحريض والقيام بالثورات على الحكام غير المرغوب فيهم لدى بعض الدول الكبرى.

وخير مثال على ذلك ما حدث في أواخر عام 2010 في تونس ثم 2011 في مصر، وتوالت الثورات في البلدان العربية وأطلقوا عليها اسم (الربيع العربي) وكانت أكبر وسيلتين تم استخدامهم لإشعال تلك الثورات ... هما الفيس بوك وقناة الجزيرة القطرية ... وكان لهما بالفعل الأثر البالغ بالإطاحة بالأنظمة التي أرادت بعض الدول تغييرها .. وبالفعل نجحت في ذلك ولم يتفطن الكثير إلى تلك الألاعيب في وقتها وبدأ الفهم بعد أن تم التغيير وتلاه التدمير بالفعل ... وهذا ما جعل الفيس بوك في هذه الأيام ما هو إلا مستنقع يحوي على كل أطياف الخراب والتدمير للمجتمع وأرضاً خصبة لنشر الشائعات والتي هي أحدث الوسائل التي يستخدمها الأعداء للتخريب وإحداث الفوضى .

المنصة الثانية : يوتيوب YouTube

بدأ من الوهلة الأولى منذ نشأة موقع يوتيوب أنه تنفس للكثير ممن يريدون ويحبون مشاهدة الأفلام أو المباريات الرياضية من سهولة الحصول على ذلك .. وأتاح ذلك الموقع مع الوقت وبمرور الزمان لأي شخص أن يضيف أي مقاطع فيديو.... مهما كان محتواها... فلا توجد محاذير.

وبالتالي استغلت جماعات خارجة وأجهزة مخابرات معادية .. هذه المنصة لنشر الكثير من مقاطع الفيديو .. فقامت بنشر أفلام جنسية وإباحية .. ليس إلا بغرض إلهاء الشباب عن أي شيء هام أو مفيد يمكن أن يقومون به لنهوض بلدانهم .

وأيضاً نشر كيفية تصنيع الأسلحة والمتفجرات والسيارات المفخخة والأحزمة الناسفة ... والتي تستغلها الجماعات الإرهابية كمرجع لتعليم أعضاء على طرق

التخريب المختلفة، والتي تعتقد أنها بهذه الطرق أو الوسائل تستطيع فرض كلمتها وهيمنتها على الكثير من الشعوب والأنظمة .

وللأسف وقع الكثير في هذين الفخين ... فخ الأفلام الإباحية، وفخ كيفية استخدام وتصنيع الأسلحة والمتفجرات .

وللأسف ... المشهد الأسري تغير كثيراً .. فلم نعد نرى الأسرة المتماسكة المترابطة ... لكن وجدنا مشهد غريب علينا ألا وهو جلوس أفراد الأسرة سوياً في حجرة المعيشة ولكن بلا كلام أو نقاش أو أي حوار.. الكل في يديه جهاز أما صغير أو كبير ... لا كلام ولا صوت ولا همس إلى أن يمر الوقت ويخلد الجميع للنوم وفي اليوم التالي يتكرر نفس المشهد.

القدرة الخاصة على الحدس لدى الإنسان

أصبحت لمقاطع الفيديو وللصور قدرات فعالة لإيصال الرسائل والوسائل الدعائية والقدرة على تحريم الرأي العام.

وبالرغم من هذا باتت الصور وسيلة محيرة للكثيرين عندما تستخدم كأداة للعمل ضد مصالحك ... وقد اعتمدت في تحليلي هذا على كم المعلومات الهائل من خلال رفع عدد كبير للغاية من الصور بشكل يومي على الانترنت، وهذه الصور تتضمن معلومات مهنية وأخرى شخصية وما يخص الشركاء والمنتجات والعلاقة فيما بينهم على المستوى المهني والشخصي.

والهدف من كتابي هذا هو نشر التوعية والتوجيه لأخذ الاحتياطات والسبيل الوحيد لوصول أعمالك إلى مستوى متقدم هو عن طريق فهم تأثير الصور سواء بالسلب أو الإيجاب ويؤدي بك هذا إلى فهم حملات المنافسين لأعمالك من خلال مقاطع فيديو ينشرونها والتي تحتوي على وسائل غير معلنة عن سوء منتجاتك مقارنة بالجودة العالية لمنتجاتهم .. وما مدى تأثير ذلك على المشاهد

والمتلقي ولكنك في المقابل يمكن أن تخفي وبشكل غير معلن عن جودة منتجك

والتي يفهمها المتلقي دون أن تعلن عنها بشكل مباشر وتأتي ثمارها وتأثيرها على عملائك مع مرور الوقت.

ويمكن عن طريق استخدام الصور أن تتلافى مشكلة عدم توحيد اللغة بين المتلقين من جميع أنحاء العالم حيث أن لغة فهم الصور هي اللغة المشتركة بين الجميع .

من خلال بعض المحاضرات التي أقوم بها أعرض على الطلبة بعض الصور لأناس حقيقيين تواجدوا في بعض الأحداث الحقيقية. والتي احتفظ بها في أرشيف خاص بي .

وهذا الأرشيف يحوى على آلاف من الصور التي تلقيتها من المتابعين لي .. وقد قطعت وعدًا على نفسي أمام الحاضرين من طلبتي أنه بعد انتهاء هذه الدورة التعليمية ... سوف يصبح كل فرد قادرًا على قراءة واكتشاف الرسائل المخفية داخل الصور .

مثل الدوافع والنوايا... واختلاف الأعمال واصطدامها مع المنافسين .. وبعد مرور سنوات عديدة من إلقاء المحاضرات والتدريس .. تقابلت مع الكثير من الطلبة الذين أصبح لديهم القدرة على تفسير واستخلاص المعلومات من الصور بنجاح، وذلك بالنظر في الصور في وقت قصير للغاية، ويرجع ذلك ليس لأنني محاضر أو مدرس بارع ولكن الحقيقة هي أن فهم الصور .. يرجع إلى الحدس الشخصي والذكاء الفطري للإنسان، ولأن هذه القدرات ليست متوفرة للكثير من الناس ... لذا لم يحالف الكثيرين النجاح لفهم ما بداخل الصورة.

الرسائل الظاهرة والمخفية

أغلب الصور نراها منقسمة إلى قسمين ليس بالضرورة متساويين مثل جبل الجليد والذي يظهر منه على السطح الجزء الأعلى فقط الجزء الصغير

للغاية بينما الجزء الأعظم والأكبر هو الجزء الخفي القابع تحت سطح الماء وغير مرئي لنا.

الجزء الظاهر: فعند إمعان النظر إلى صورة شخصية على سبيل المثال، وهذه الصورة تمثل ما تريد المتلقي أن يراه أو يلاحظه من الوهلة الأولى، فمثلاً إذا اخترت أن تظهر في صورة مرتدياً نظارة وقبعة ومرتدياً حلة رسمية أو ربما لباس البحر وتكون متواجد في موقع ما ومع شخص محدد في الصورة فسوف يفهم أنك قد تعمدت إظهار كل هذه العناصر في الصورة معك، وربما يصل المشاهد للصورة إلى إحدى الحقائق وهي ربما أنك تستعرض النادي الرياضي المشترك فيه أو الذي تنتوي أن تصبح فيه عضواً، وقد تكون هذا الرأي لدى مشاهدة الصورة منذ الوهلة الأولى وفي أقل من ثانية ... لذا عليك مراعاة ما تريد أن يتلقاه ويفهمه المشاهد للصورة.

وقع اختيار (ستيف جوبز) Steve Jobs عند ظهوره في حفل إطلاق أحدث أجهزة آي فون ... أن يظهر مرتدياً قميصاً صينياً باللون الأسود وفي الثقافة الآسيوية ارتداء اللون الأسود يعني ... القوة الهيمنة ... والبداية الجديدة.

- هل تعتقد أنه قد اختار الظهور بهذا الشكل عن عمد؟
- هل هذه إشارة أو رسالة موجهة إلى الجموع الغفيرة في الصين والهند؟ مع مراعاة تذكر الصراع التجاري بين شركة (ابل) و (سامسونج) .
- وهل هذا له تأثير في توطيد العلاقة مع الثقافة الآسيوية ؟
- وهل يعكس هذا ذوقه الشخصي في اختيار ملابسه؟
- أي واحدة من هذه التحليلات السابقة تعتقد أنها أميل إلى الصواب ؟

فالمعروف عن (ستيف جوبز) أنه شخص واعٍ وحذر بشكل يفوق العادة لذا فإننا نستنتج من هذا أنه كان اختياره متعمداً للظهور بهذا الشكل، فالصورة تعكس توجهاته الثقافية ومن يريد مغالته فكرياً وتجاريًا فعادة المشاهد

في أقل من ثانية استطاع (جوز) إرسال الرسالة إلى الحضور مكان هذا في حفل إطلاق آي فون 4 عام 2010.

يحدث بشكل يومي أن اتقابل ويقع بين يدي صور متناقضة والتي بدورها تفشل في إيصال المعنى المطلوب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأبرز مثال على ذلك هو التنافر والتناقض الذي يحدث بين ظهور شخص ما في صورة تتعارض مع طبيعة عمله.

تشاهدون في الأسفل صورة شخصية... هل باستطاعتكم تخمين طبيعة عمل هذا الرجل؟؟?



بوضوح وبدون شرح هو يعمل كمستشار مالي

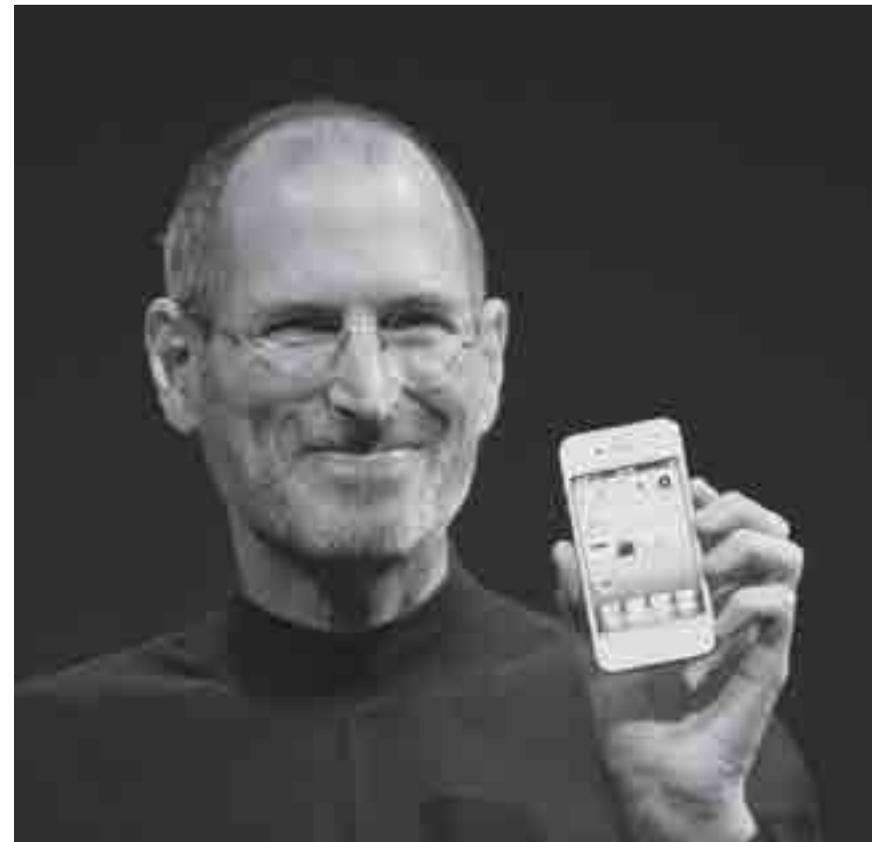
مثال هي على صورة سيئة... لا تعبر عن المضمون الحقيقي.

بينما على الجانب الآخر نشاهد صورة بلا تعارض أو تنافر بين ما تشاهده ومهنته الشخصي داخل الصورة.

الأسوي هو لانجذاب والتقدير لكل من يسعى ويتوغل في ثقافتهم ويرتدي زيهم .

فمثلاً إذا دخل رجل أحد المعابد اليهودية وهو غير مرتدي للقبعة الصغيرة فوق رأسه ... فسوف يلفت الانتباه له ويواجه بعاصفة من الانتقادات والخصومة من الموجودين داخل المعبد.

وعلى العكس.... إذا كان حريصاً على ارتداء تلك القبعة الصغيرة فسوف يصبح واحداً من الموجودين وينصهر بينهم وينخرط في ثقافتهم دون أدنى مشكلة.



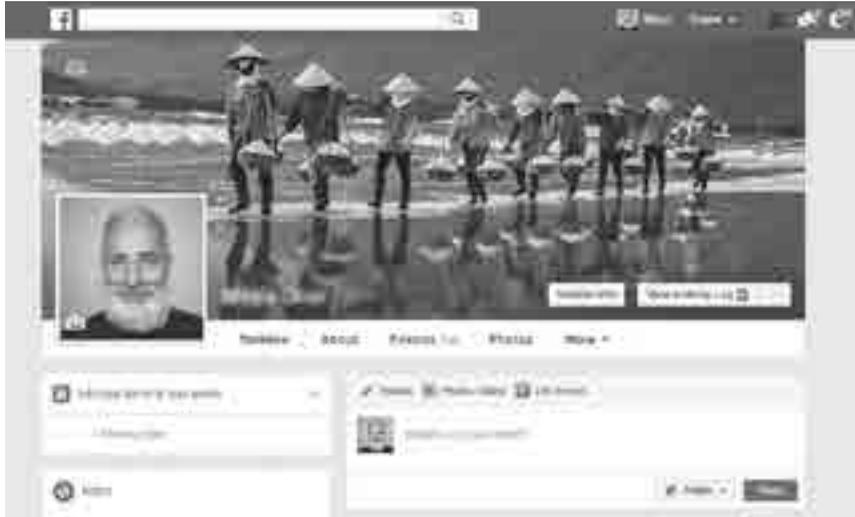


نرى في خلفية الصورة بعضًا من المعلومات
ونلاحظ ذلك من المعلقات على الثلجة.
من خلال تحليل لغة الجسد نستطيع أن نجتمع الكثير من المعلومات.



صانعة الحلوى.... تستعرض صورتها بجانب أحد منتجاتها.
الأمر الثاني: الملاحظ عامة في الصور ألا وهو الرسائل الخفية، والمعلومات
غير المعلنة وفي الغالب يصعب على المتلقي ملاحظة تلك الأمور الخفية بمجرد
النظر إلى الصورة... لكنك ربما تشعر بشيء غامض في الصورة مما يخلق بداخلك
بعض التساؤلات.... وبمجرد النظر بشكل أكثر دقة وأكثر فحسًا ربما تصل لبعض
المعلومات التي تريد اكتشافها أيا كان عمر الصورة.. سواء كانت قديمة أو حديثة.
من وماذا ترى بالصورة (زاوية التصوير) العنصر الرئيسي في الصورة
واللون الرئيسي والغالب في الصورة (معلومات نستنبطها ظاهرة في الخلفية
كعلامة في الطريق أو أي رمز أو صور لشهادات دراسية) وصور للعائلة أو حتى
خطاب تحويل لمستشفى من خلال رويشة طبيب... تكون معلقة على الثلجة

... اثنان منهما يشكلان طبقتان أساسيتان.... الأولى هو موضوع الصورة والثانية هي ... خلفية الصورة عندما يعين الناس النظر في صورة على الفيس بوك .. فإنهم يشاهدون صورة الشخص بشكل عام كوحدة واحدة بدون أجزاء... فصورة الشخص والشكل العام للصورة يساهمان في إيصال الرسالة المقصودة والمعنى المرجو من ورائها «ليس الحال في عرض صورة فقط بدون غطاء»



فالقاعدة الرئيسية؛ هو وضع الجسد بجانب الحالة المزاجية كوضع الرأس... هو مائل أم مستقيم والأكتاف.. النظر مباشرة إلى الكاميرا أو إلى اتجاه آخر فكل هذا يتأثر بالحالة المزاجية. وبالأخذ في الاعتبار طول الوقت الذي نقضيه أمام الشاشات ومحاولة استنباط بعض المعلومات من خلال الأفلام أو برامج التلفزيون أو بعض المحتوى على شاشات الكمبيوتر. وقد أظهر الكثيرون مهارات فائقة للوصول لبعض النتائج من خلال فهم بعض الشخصيات في الصور. بمعنى آخر.... القدرة على الحصول على معلومات من الصور... بمثابة نتيجة طبيعية للبحث في قراءة الرسائل المبنية على الصور لعشرات السنين.



لغة الجسد الواضحة والمعبرة بثقة

يظهر فيها الممثل (روبرت دي نيرو) وهو في احتفال في مدينة لوس انجلوس لوضع بصمات يديه للذكرى تتكون الصورة من مجموعة طبقات من المعلومات

عادة ما تقوم شركات الإعلان والعلاقات العامة بالاهتمام بإيصال المحتوى المحتمل لينتشر بين العامة .

يظهر في الصورة .. بينيشيو ديل تورو في فيلم (بوستر) (الرجل الذئب)

The wolfman

الرسائل اللاشعورية أو غير الظاهرة

الرسالة اللاشعورية هي مصممة خصيصًا لتتحم ما بداخلنا وتحديد في العقل الباطن أو اللاوعي بدون أن نشعر ... أرسل رسالة اللاشعور من خلال الصورة المصحوبة بصوت في نفس الوقت ... وبدون أي شعور أو تدخل من المتلقي يجد نفسه، مشغولًا بما رأي أو سمع وتغلغت الرسالة إلى عقله، وعامة ما يكون للرسالة اللاشعورية تأثير قوي حيث يجذب إليها المتلقي دون سيطرة أو تدخل منه بحيث لا يصدر عن أي رد فعل معارض لفحوى الرسالة الموجهة .

وفي العادة يستخدم هذا النوع من الرسائل في الدعاية والإعلان، وعلى سبيل المثال نجد في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية محاولة إيصال رسالة لاشعورية أن هناك مؤامرة ضد حملة إعلانية أو انتخابية بعينها، ويكون لها بالغ الأثر في تعاطف الناس مع الحملة التي تتعرض للمؤامرة... وكما يقال فإنه من يتعرض لتلك الرسائل اللاشعورية هم الأكثر تأثرًا بها وإيمانًا بمحتواها.

وأكبر دليل ومثال على تأكيد ما سبق ذكره هو تأثير الرسالة اللاشعورية في تجربة تعرض لها أحد الرموز الوطنية .

ففي إسرائيل كشفت الدراسة أن الوقوف أمام العلم الإسرائيلي هو أكثر تحضرًا من الأجيال السابقة وطريقة الفخر والاعتزاز بالعلم.

(القوة الجوية 1) واحدة من أكثر الرموز الوطنية اعتزازًا في مؤسسة الرئاسة الأمريكية فطائرة الرئيس الأمريكي، وهي ما تسمى (القوة الجوية 1) Air Force 1 قد ظهرت في أفلام أمريكية عديدة



استخدم دونالد ترامب طائرته الخاصة للظهور في الخلفية بديلاً عن طائرة الرئاسة أثناء حملته الانتخابية لإقناع الحاضرين أنه الرئيس الفعلي القادم.

في الصورة السابقة يظهر دونالد ترامب أثناء إلقاء خطبة خلال سباق الرئاسة الأمريكي ... ويظهر في الخلفية إسقاط عن أنه الرئيس القادم إذا أنه يتصرف ويتم تصويره كما يحدث للرئيس الأمريكي.

فنجده خلفه طائرة وهو على منصة لإلقاء وأمام جموع المستمعين والحاضرين وهذا كان له التأثير العظيم في توغل الفكرة داخل جموع المشاهدين وكان له تأثير على ميل كفته في الانتخابات .

هل سبق لك التفكير وإمعان النظر ... لماذا عادة في حملات انتخابات الرئاسة يظهر المؤيدين خلف ظهر المتحدث وليس أمامه ...؟؟!



الصورة: حاكم ولاية نيويورك في عام 2014 (اندرو كومو) في مسيرة لإسرائيل هل تأثر المشاهد بظهور العلم الإسرائيلي خلف حاكم الولاية ؟ نفس الدراسة أيضًا أظهرت تأثر الشعب الأمريكي برموزهم الوطنية وازدياد الانتماء من خلال بث رسائل لا شعورية لتعزيز روح الوطنية لديهم.



هذا لإيصال الرسالة والمعنى للمشاهد لرؤية عدد المؤيدين والواقفين خلف المرشح رافعين اللافتات المؤيدة بقوة لذلك المرشح .



هيلاري كلينتون أثناء حملة الرئاسة 2016 في نيويورك ... الجموع من المؤيدين في الخلفية

صور للقاء وما تحويه من رسائل

دعونا نقوم بالتحليل ونأخذ مثالاً لصور الرئيس الأمريكي (باراك أوباما) مقارنة بالرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) .

هذان القائدان لهما مرجعية ثقافية مختلفة ويستخدم أسلوباً مختلفاً في الرسائل والذي يتماشى مع ثقافة بلديهما .

فمثلاً عندما تقدم الإدارة الروسية أن تبعث برسائل عن طريق الرئيس أو القادة .. فيظهر الرئيس أو القائد بمفرده في خارج الحجرات المختلفة ... في الهواء بينما على الجانب الآخر.. عند الإدارة الأمريكية يختلف الأمر.. فنجد الرئيس أو القائد يقف وسط حشود من المؤيدين ومحاط بأفراد أسرته أو المشاهير المؤثرين في الإدارة الأمريكية .

وهذه الرموز في الصورة تعكس اهتمام الرأي العام في كلا البلدين وما تهدف إليه كلا الإدارتين لكي تصل رسالتها إلى الجميع .

فلنبدأ بالرئيس الأمريكي (باراك أوباما) :

كما تعرض صور الرئيس (أوباما) الرسمية .. فإنها تمثل انعكاساً للقيم الأمريكية نستطيع أن نشاهد في الصورة التالية مثلاً العلم الأمريكي على اليسار من الصورة، وفي الجانب الآخر صورة علم الميثاق الأمريكي ... ويقف الرئيس في منتصف الصورة بين العلمين .

ويضع في أعلى حلته الرسمية دبوساً معلقاً على الجانب الأيسر وبه العلم الأمريكي ويرتدي ساعة يد في معصمه من اليد اليسرى . وخلفه يظهر مكتباً فخماً .

وتعكس الصور مبادئ العالم المحافظ محاطة بالرموز الدالة على الاحترام والتقاليد العريقة ونلاحظ تلامس جسد الرئيس من كل جانب بكل علم بجواره ورأسه محاطة بالسـتائر الموجودة على النافذة خلفه وهذا عادة

صورة رسمية للرئيس الأمريكي (باراك أوباما) من داخل البيت الأبيض .
نشاهد في إطار الصورة القادمة الرئيس الأمريكي (باراك أوباما) وحرمة (ميشيل) وهم يلوحون بأيديهم لجموع الحاضرين بينما يهبطون الدرج الخاص بالمعبد، وهو مبني على الطراز الأمريكي الرسمي كرمز للدولة داخل الصورة ونرى في يسار الصورة الرئيس وزوجته رافعين أيديهم بالتحية أمام الحاضرين وعدسات المصورين .



باراك أوباما وحرمة ميشيل في صورة رسمية لحفل التنصيب عام 2009.

يرمز (للأمل) وهذا له دلالة في المعتقدات المسيحية على الإيمان القوي وعلى الثقة أنه على الطريق الصحيح .



المعتقد الديني للأمل (رمز)
علم الميثاق والعلم
العلم الأمريكي

وسوف نقوم بشرح كل التفاصيل والتحليلات مصاحبة لعرض الصورة التالية ...



Cross صليب
ساعة للغوص Diving watch
نصل للصيد Hunting knife

صورة للرئيس الروسي (بوتين) وهو يقوم بالصيد من على حافة النهر وهذا هو ما أراد إيصاله للمشاهدين للصورة حيث يتخلص في هذه الرسالة (الجرأة الثقة الإخلاص).

وظهوره عاري الصدر يعكس القوة مع الرقة في ذات الوقت وكأنه يقول ... أنا لا أخشى الظهور عاري الصدر ... ليس لدى ما أخفيه

التناغم في الصورة بين ظهور النهر في خلفية الصورة والوقوف بجسده العاري يعطي شعورًا ما بالقوة والسيطرة

والسؤال هنا ماذا يعني هذا للمتلقى الروسي؟؟ وفهمه لطباع القادة الروس ...

والصورة الثالثة والتي يظهر فيها الرئيس الأمريكي وسط عائلته حيث تعكس القيم العائلية للمجتمع الأمريكي وهذا يمثل بمثابة القلب للنظام الإيماني والعقائدي في أمريكا.



صورة رسمية من داخل البيت الأبيض للرئيس الأمريكي وأسرته ويظهر فيها تعانق الأيدي والتآلف والمحبة الموثقة للروابط الأسرية.

والآن جاء الدور للنظر بإمعان لصور الرئيس الروسي (فلاديمير بوتين) في محاولة لفهم السبب وراء ظهور الرئيس الروسي في أكثر من مناسبة وهو يتخلى عن ارتداء بعضًا من ملابسه ويظهر جزءًا منه عاريًا .

نلاحظ أن الرئيس (بوتين) وقد ظهر في مرات عديدة بدون قميص في نصفه الأعلى من الجسد ... وخاصة عندما يكون في رحلة صيد للأسماك أو صيد في البرية ... وفي رحلة طيران شراعية أو وهو يمتطي جواده

وهو يبدو متعمدًا للظهور بهذا الشكل حيث يرسل ويعكس من خلاله رسائل عديدة إلى كل مشاهدي الصور على مستوى العالم وكأنه يتكلم ويشرح أشياء عن قوته وثقافته وكم هو في حالة ممتازة برغم تقدمه في العمر .

وربما يستطيع البعض تقبل ذلك مقنعين أنفسهم أنها ربما تكون الحقيقة أن النصل أو السكين يلمع بهذه الدرجة بعد استعماله .



فلاديمير بوتين ... صائد بري وجندي مقاتل

ونلاحظ أيضًا في الصورة السابقة والتي تحوي الكثير من الانتقادات ... يظهر بوتين مرتديًا بدلة صائد بري أو مقاتل وفي نفس الوقت هو حاملا ومصوبا بندقية إلى (لا شيء) لا هدف أمامه فالصورة تصرخ، وتحدث عن نفسها حيث غير ظاهر أمامنا ولا نرى في الصورة إلى أي شيء أو أي هدف يوجه بوتين بندقيته إلى؟!

ربما يصوب تجاه حيوان ما لاصطياده أو ربما يصوب بندقيته إلى أحد المنشقين أو ربما إلى دولة ما بعينها .

والقصة المتداولة هي أن بوتين يصوب ببندقيته فيها حقنة مخدرة تجاه أحد النمور لتخديره بدلًا من قتله...

وحتى إن كان هذا ما أراد بوتين إخباره لمشاهدي الصورة فيبدو واضحًا أنهم أرادوا إيصال رسالة فحواها أن بوتين ما هو إلا صياد ماهر وقناص من

وربما هذا ما قصده (بوتين) من البساطة في الظهور ليرمز إلى البساطة بجانب القوة والتي يستطيع الجميع أن يفهمها فوجوده في الطبيعة بجوار النهر وهو يصطاد تجعله قريبًا من الشعب أفضل من الصور الرسمية داخل القصور الرئاسية .

ولأن رموز روسيا الحديثة حديثي العهد في الظهور في وسائل الإعلام العالمية وليست المحلية وحسب.

وهذا على العكس تمامًا من الصورة الذهنية القديمة المحفورة في ذاكرة الكثيرين عن حكام الاتحاد السوفيتي السابقة، والذين اعتادوا على الظهور بالملابس العسكرية المنمقة والمليئة بالنياشين المعلقة على صدورهم. وهذه الصورة أصبحت عند الكثير من الماضي الذي يعكس حجم الديكتاتورية والفساد داخل الدولة القديمة وعندما نتفحص الصورة بشكل أوضح وأقرب .

وإذا نظرنا إلى الصورة يتمعن وبعين فاحصة ... نستطيع أن نكتشف عملية خداع المشاهدين في النقاط التالية :

- فإن شعر بوتين على رأسه لم يتحرك ويبدو منمقا كما لم يكن يقوم بالصيد البري أو الأسماك في البحر.

- والطبيعي أن من يتواجد في الغابة فيتأثر بجو الغابة والأشجار والهواء ويبدو هذا واضحًا على مظهره الخارجي خاصة منطقة الرأس والوجه فتجد الشعر مرفوعًا لأعلى بسبب عوامل الهواء أو الرياح مع التمرق الواضح والنقطة الأخرى... هي أن نرى واضحًا السكين أو الآلة الحادة التي يستخدمها الصيادون ... تبدو جديدة لامعة كأنها لم تستخدم أبدًا.

وهذا مغاير ومنافي لطبيعة الصيادين فنجد أن الآلات المستخدمة لديهم يظهر عليها آثار الاستعمال أو القدم ... بعض الشيء

طراز فريد، وبترك للمشاهد والقارئ حرية التخمين للسبب مع الأخذ في الاعتبار
تعتمد بوتين قيادة شعبه لفهم وتنفيذ أجندته الخاصة...



في هذه الصورة.. الصورة الثالثة... يظهر فيها بوتين وعائلته أثناء القيام
برحلة بحرية .. ونجد بوتين حتى في أثناء التصوير مع عائلته فيحاول إيصال
رسائل إلى شعبه الذي تعود منه على فهم رسائله من خلال الصور في الطبيعة
.. خارج المباني والقصور .

وهذا هو تجمع النسبيج العرقي الشامل الروسي ... الذي يعاني من أزمات
اقتصادية طاحنة وفي ذات الوقت يبحث عن دور الزعامة... ليعيد أمجاد الماضي
المتألق .. تحتاج روسيا إلى قائد متحرك قوي والذي يعجز أمامه الجميع عن
إظهار المنافسة أو التحدي.

ولا نجد وسيلة أقوى من الصور لإرسال الرسائل إلى المتابعين والشعب..
مؤيديه ومعارضيه .

وفي الأخير... فلقد حاولنا بالقيام بالمقارنة وتسليط الضوء على اثنان
من الرؤساء... وتحليل شخصياتهم مع اختلاف ثقافتهم الرئيس الأمريكي X
الرئيس الروسي .

وحاولنا إزالة الغموض والرسائل المرسله من كلا الطرفين إلى شعبيهما،
والتناقض بين رئيس يلتزم بالبروتوكول والوجهة المحافظة داخل أروقة
وقصور الحكم.... وآخر يفضل التواجد بالطبيعة وممارسة أنشطة يقوم ويحبها
الكثير من شعبه .

وكلاهما يهدف فقط وليس إلا... إرسال الرسائل إلى شعبه لزيادة شعبيته
وتثبيت أقدامه في حكم البلاد .

نأتي هنا بدورنا لنقر ونعترف أن كلا الرئيسان أظهر ما يميزه من قوة -
شخصية محببة لدى الجميع .

لكن بدورنا نقوم بتسليط الضوء على شخصية من داخل المنطقة العربية
كان لها عظيم الأثر في إرسال الرسائل إلى شعبه من خلال نوعان من الصور
وهما ما وقع عليهما الاختيار لنقوم بالتحليل والشرح من خلالهما .

وهذه الشخصية هي مثيرة للجدل وتتمتع بفيض من قوة وفهم عميق
للماضي والحاضر والمستقبل .

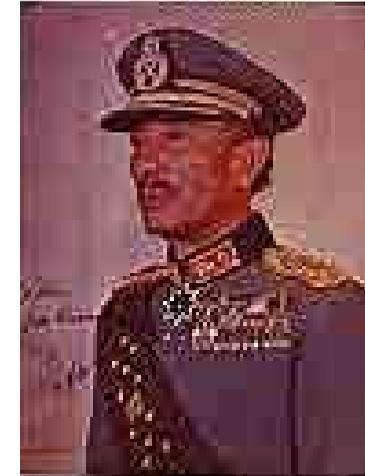
ألا وهو الرئيس المصري (محمد أنور السادات) والذي تولى حكم مصر من
1970 - 1981 .

وكان يتمتع بشخصية لها حضور قوي شهد له الجميع بذلك وله من وسائل
الإقناع الكثير، وكان يتمتع بثقافة واسعة ودراية كاملة بما يحدث حوله من
أحداث لها الأثر البالغ في تشكيل سياسة مصر خاصة الخارجية .

تعكس هذه الصورة كم التواضع وحب الريف والعودة للجذور والأصول الذي كان يتمتع به الرئيس السادات.



الرئيس السادات في قرية (ميت أبو الكوم) محافظة المنوفية.
مرتدياً الجلابية الفلاحي داخل الأراضي الزراعية



ف نجد في هذه الصورة مثلاً ... مرتدياً بدلته العسكرية كاملة وهي بدلة غير مشابهة لملابس الكثير من رجال العسكرية في العالم فهي باللون الكحلي الغامق مما يضيف عليها أناقة خاصة ومعلق على صدره مجموعة كبيرة من النياشين. وأيضاً عند التركيز إلى نظرتة وصرامة وجهه نجد بها روح الرجل العسكري المقاتل وخاصة أن مصر خاضت عدة حروب في العصر الحديث.

أما الصورة الثانية.. فيظهر بها الرئيس السادات وهو يرتدي الزي التقليدي للريف المصري.. زي رجل ريفي خالص يعكس جذوره ونشأته والقرية التي ولد وتربى فيها قرية (ميت أبو الكوم - محافظة المنوفية) .

السادات مرتدياً جلابية ريفية بيضاء جالساً على الأرض فوق بساط تقليدي للغاية ... يعكس البساطة والتواضع لرئيس دولة من أكبر دول الشرق الأوسط والمنطقة العربية .

ونراه وهو يضحك من القلب ويتبسط مع أحد الفلاحين ويشترك معهم في جزء من الصورة فلاح آخر. وهم ثلاثتهم يجلسون في أحد الأراضي الزراعية الخضراء .

الرموز المحلية والدولية للصور.

يتعرض الكثيرون من مشاهدي التلفاز أو المسرح أو استخدام الانترنت إلى مئات الملايين من الصور التي تحوي على رموز وشفرات وهذه الشفرات تأخذ طابع ثابت مع مرور الوقت بشكل متعارف عليه في المجتمع الثقافي والمؤسسات الثقافية ... فنجد مثلاً أكثر الكتب مبيعاً مثلاً (أليس في بلاد العجائب) .. (بلوك باستر) مثلاً أيضاً فيلم (رامبو) يمثل جزءاً من الرموز العالمية والمحلية أيضاً ونجد أيضاً لغة الرمزية المحلية الخاصة بالمجتمع الأمريكي، وهذا مرتبط بمفاهيم التجمعات الصغيرة ... فمثلاً نجد في ثقافة المجتمع العربي نجد مثلاً رموزاً ومعاني متعارف عليها بين الجميع فمثلاً الكلب يمثل الوفاء والإخلاص، والثعلب : الحكمة، والأغنام : التكيف، بينما النازية والفاشية هي : الشر .



الظل الإسرائيلي :

أهم ما لاحظته عند زيارتي لمنزل (أدينا) ومقر أعمالها ألا وهو مجموعة من خرائط لإسرائيل ملصقة تقريبا على كل حائط في المكان ... تفحصت معظم صور الخرائط الجغرافية لإسرائيل وبينما تصطحبني (أدينا) لمشاهدة صور أخرى، إذ وقع بصري على إحدى الصور والتي تظهر بها (أدينا) وقد تكون خلفها ظل حائط، وقد شكل هذا الظل تقريبا نفس أبعاد خريطة إسرائيل والتي تبدو كمثلث مقلوب ... كم تعجبت لذلك .. وتذكرت قولها ... كم هي مرتبطة بتلك الخرائط إلى أبعد مدى وقد أطلقت على هذه الصورة اسم (الظل الإسرائيلي) .



صورة (الظل الإسرائيلي)

العلم على سطح القمر :

وهنا نستعرض صورة أخرى تحمل رمزا دولياً، وبالنظر إليها يسترعي انتباهك أنسب تعبير قد أطلق مع هذه الصورة ... (خطوات ضئيلة لرجل لكنه تقدم هائل للجنس البشري) هذا عندما وطأت قدم عالم الفضاء الأمريكي (نيل ارمسترونج) على سطح القمر في الحادي والعشرين من شهر يوليو 1969 وقد كان هذا حدثاً عالمياً للإنسان أن يصعد إلى سطح القمر .

نال (أرمسترونج) شهرة واسعة باعتباره أول إنسان على الإطلاق يسير على سطح القمر .

وقد أخذت هذه الصورة بمعرفة وكالة ناسا الأمريكية للفضاء . حيث وضع (ارمسترونج) العلم الأمريكي ورفع يده تحية للعلم على سطح القمر.



(نيل ارمسترونج) يرفع يده بالتحية للعلم الأمريكي من على سطح القمر عام 1969

اعتبار الصور كعنصر إقناع:

عندما كنت اتحدث في إحدى محاضراتي ... قمت بإلقاء سؤال على الحاضرين (إذا اشتعل حريق بمنزلك ... أي الأشياء تفكر فيها أولاً لإنقاذها ؟؟) وجاءت الإجابة من أغلب الحاضرين ... أنه (ألبوم الصور) .

وكان هذا مثير للإعجاب للغاية .. ففي الوقت الذي يتكون فيه وسط النيران وفي حالة هلع وعدم اتزان ... نختار الصور ونفضلها على مقتنيات ربما تكون ذات قيمة أكبر بكثير. أهمية الصور تأتي من اهتمامنا بها وإحساسنا بقوة تأثير الصور في حياتنا لأنها الطريقة الوحيدة للاحتفاظ بالذكريات بعد مرور السنين وهي الرابط بيننا وبين الآخرين في فترات مختلفة من العمر ... فهي تمثل استمرار وجودنا والتذكير بكل ما قمنا به ومن قابلنا في حياتنا من قبل .

تستخدم الصور أحياناً كمستند أو وصية أو عهد وغير قابل للجدل وتأثير الصور عادة ما يتخطى الكلمات بكثير حيث يكون للصورة تأثير على مشاعرنا وعواطفنا وتساعدنا على التحري وأخذ القرار.

فهي مستند تتوقف عنده الزمن ويثبت القرار، ونستطيع أن نستند على الصور كمرجع لاتخاذ قراراتنا في مواقف كثيرة .

فالصور تعد بمثابة لغة عالمية يستطيع الجميع فهمها مهما اختلفت ألسنتهم أو لغاتهم ... فتجمع القاصي والداني من مختلف ثقافات العالم . جمع المعلومات والاستثمار في صورة أعمال هي أحد الميزات التي يتمتع بها بعض المؤسسات التي لها ميزانية ضخمة .

وهذه الخاصية يختص بها مؤسسات معينة تجعلها خارج المنافسة فيكون لها سيطرة غير محدودة ولكن هذه الأيام مع انتشار وثورة الهواتف الخلوية ومنصات التواصل الاجتماعي .

يستطيع أي فرد أن يجمع أي معلومات مجاناً وبشكل قانوني في أي وقت وفي أي مكان ... فقد صار من الطبيعي أن يقوم العملاء بجمع معلومات عن مؤسسة ما والشركات المنافسة لها قبل اتخاذ القرار بالتعامل مع من .

جرت العادة أن صور الأطفال وصور الكلاب تحقق أعلى المبيعات والآن لما لا أن نقوم بتسويق الكلب والطفل معا في صورة واحدة....؟
عندما تحاول إيصال رسائل ببعض المعاني مثل..... التطور الأمل ... فعليك اختيار إرسال صورة تحمل مشاعر عاطفية والرموز العاطفية هي شخصية أي تتمثل في أشخاص... لذلك من المهم أن تجد صورًا عاطفية رمزية تمس الكثير من الناس بمختلف اهتماماتهم ... كالساسة أو المتدينين أو الرياضيين والرموز الثقافية يمكن أيضًا أخذها في الاعتبار .



ليس هناك أقوى وأسرع من تحريك المشاعر إلا الصورة الإيمانية الدينية

والآن في هذه الأيام استطعنا أن ندرك ونقدر قيمة الصور وكم لها القدرة والتأثير السريع على العملاء وخاصة أن الصور تحمل رموزًا يكون لها الأثر البالغ في تنمية واستثارة الناحية العاطفية للعملاء ... فالصور وحدها تزيد وتضاعف من كم المعلومات التي يستطيع العميل الحصول عليها بخلاف الجمل المكتوبة ... وبالتالي نجد التأثير السريع على العميل باتخاذ القرار بالشراء وطلب الكمية المطلوبة .

وللأسف فإن الكثير من أصحاب الأعمال يفشلون في الاستخدام الأمثل للصور للتأثير على العملاء... فهم لا يزالون لا يدركون مدى قدرة الصورة على إيصال المعلومات للعملاء من خلال رسائل مكثفة ومتعددة وأحد أهم أسباب النجاح هو فهم قوة اللغة البصرية وتأثيرها القوي على مشاهد الصور.
وأنت كرجل أعمال تستطيع إرسال الكثير من الرسائل والتي تخدم مصلحة أعمالك فقط عن طريق صورة ما.

فيمكنك تصدير بعض المشاعر مثل (الخوف - السعادة - الحسد) .
أو إرساء بعض المبادئ مثل (الحرية - الفنون - المساواة) .



الكلب والطفل

كيف لصورة واحدة أن تخلق مشهداً - دراسة حالة



لحظة اشتعال النيران بمركز التجارة العالمي - نيويورك

هذه الصورة التقطت بمعرفة مركز (ماجنام) للصور الفوتوغرافية قام (توماس هوبكار) بتصوير سكان نيويورك يجلسون في الشمس لحظة احتراق البرجين في الخلفية (سبتمبر 11/2001)

والتقطت هذه الصورة في يوم المأساة في الجانب الآخر من كوبري بروكلين ولكن ثم نشرها بعد هذه الواقعة بخمسة أعوام .

(هوبكار) انتظر كل هذه الفترة نظرًا لقناعته لعدم أهمية الصورة خاصة أنها شاهد على المأساة التي أحدثت شرخا في أمريكا وفي جميع أنحاء العالم في ذات الوقت .

لذا اختار ألا يقوم بنشر الصورة حال حدوث تلك الهزة العنيفة وهذا نابع من فهم وخلفيته الوطنية والعسكرية وخاصة أن البلاد كانت في حالة حداد عام .



قوة وتأثير مبيعات ماركة (ميسي) معروفة ومعلومة لدى الجميع.

فمن استخدام الصورة في المكان والزمان المناسب يعطي انطباع للعميل عن قدرة صاحب العمل على فهم احتياجات العملاء ورغباتهم ولتعظيم المعنى وإيصاله بشكل جلي وواضح يمكنك إضافة صور صغيرة ترمز إلى (الحرية - الأمانة - الإبداع - الطريق إلى النجاح - الحلم ... سكن خاص في المدينة إلخ

ماذا نستطيع أن نشاهد هنا حقيقة ؟

مجموعة من شباب مدينة نيويورك يجلسون ويتبادلون الحديث في يوم من أحد أيام مدينة بروكلين المشمسة.

وعبر المياه الزرقاء والسماء الزرقاء أيضًا، نرى سحب هائلة الحجم من الدخان والأتربة تغطي سماء (مانهاتن) حيث كانا برجي التجارة العالمية يقفان شامخان قبل ضربهما من قبل طائرتان ركاب أدت إلى انهيارهما بالكامل، وقد أسفر هذا عن سقوط حوالي ثلاثة آلاف من القتلى في هذا اليوم . سكان مدينة نيويورك وهم في حالة استرخاء ويتبادلون أطراف الحديث ويبدو أنهما في حالة استرخاء الظهيرة وهم غافلون عما يحدث من كوارث في حضر المدينة ولا يسترعي هذا انتباه أيا منهم .

قام بعض من المصورين الصاعدين بكتابة خطابات اعتراضية تظاهرة يطالبون فيها أنهم قد تأثروا بالأحداث، ويشعرون بالارتياح خلال تجمعهم لأنهم يبدوون اهتماما شديدا بما حدث .

وكما ذكرت سابقًا أن كل هذه الأحداث وما يتبعها قد حدثت منذ خمس سنوات مضت بعد الواقعة ... وللأسف لا أحد يعرف الحقيقة .

مثل كثير من الأسئلة الهامة وغير الهامة ... ليس هناك إجابات واضحة أو محددة .

لماذا تسببت الصور في تشكيل مشهد كهذا ؟ دعنا نحلل ذلك:

يتصدر صدر الصورة بعض المراهقين الأمريكيين .. ويظهر بينهم في الصورة دراجة، والتي بالتأكيد حضر بها إلى هذا المكان وبالتأكيد في وقت قصير سوف يقوم مالك الدراجة بالركوب عليها وقيادتها في طريق عودته من حيث أتى ليمارس حياته وقضاء بقية الوقت المتبقي من اليوم .

نلاحظ أيضًا أن الأصغر سنا من الموجودين ... يجلسون في حالة ارتخاء تام بالقرب من المياه ... أحدهم جذعه يميل للأمام والآخر يميل بجذعه إلى الخلف . ونشاهد أيضًا ثلاثة منهم يتجاهلون الكارثة الحادثة على الجانب الآخر بلا مبالاة غريبة حيث يعطون ظهورهم للحريق على الجانب الآخر بينما يتبادلون الحديث .

اثنان فقط من المجموعة ... هما من يظهران اهتماما ليشاهدوا الأحداث من وراء ظهور الثلاثة الآخرين الذين لا يبدوون أي اهتمام شخص واحد فقط هو من يبدي انزعاجا واهتمامًا بتفاصيل وأخبار ما يحدث وحوله مؤثرات طبيعية كثيرة ... مياه زرقاء.. أشجار مزروعة وجوه مبتسمة .. مناقشات وحوارات بين الآخرين الذين هم غير منزعجين بالمرّة في خلفية الصورة من الحرائق الحاصلة في الجانب الآخر .

زاعمين أن هناك تناقض وتضارب في المعلومات المعرفية المتوفرة يظهران ارتياحا نفسيا للتوتر الحادث في الخلفية ... ويتعاملون بلا مبالاة تجاه الكارثة . وهذا غير مقبول تمامًا من وجهة نظر علم النفس أو ربما بسبب بعد المسافة بين مكان الحدث الكارثي ومركز تجمع المجموعة ... بالتحديد مثل الطيار المنتحر والمدينة المراد تفجيرها .

فبعد المسافة جعلهم لا يستشعرون خطورة الموقف وغير مقدرين لحجم الكارثة في ذلك الوقت .

أدوات لتحليل الصورة :

عندما نقوم بتحليل الصورة .. فيجدر بنا مراعاة والانتباه إلى مكونات مختلفة أيا كانت الصورة ... ملونة أم أبيض وأسود ... حجم وأبعاد إطار الصورة توقيت التقاط الصورة . والمكان .. وخلفية الصورة وما اقتطع من الصورة أو تم تعديله .. الخ .. الخ .

ونأخذ على سبيل المثال .. الألوان لها تأثير واضح على العين المشاهدة وما نفهم من معنى هو استقلال ثقافي .. أو مدلول خاص بثقافة كل دولة ... فمثلا نجد في الصين اللون الأبيض يمثل لديهم . الموت والتعازي بينما في المجتمع الغربي نجد أن اللون الأسود هو المعبر عن الموت والحداد .

إليك هذه المعلومة : إذا أردت أن تتعاون أو تتشارك في عمل مع أشخاص صينيين ... فعليك أن تتبعد عن ارتداء اللون الأبيض .



في الثقافة الآسيوية .. ارتداء اللون الأبيض يرمز إلى الفراق ومرسام الوداع وهذا واضح حتى وفاة (لور شايوك) والذي توفى عن عمر 102 عام في تايلاند .. عام 2013 ... ويرتدي الجميع اللون الأبيض .



الآلاف من المودعين من أفراد الشرطة والأصدقاء وأفراد العائلة عائلة (ريان مور) ضابط شرطة تم قتله في عام 2015 والجميع يرتدون الأسود كحداد. وأحياناً نرى في الألوان ... استكمالاً لنفس النقطة .. ولأننا نرى بعض الألوان النادر استخدامها مثل البنفسجي الذي يعبر عن (النيل) واللون الأحمر للسيدات يمثل (الجنس) أو (الخطر) .. بينما الأزرق يعبر عن (الإبداع) واللون الأصفر يعبر عن (الثقة بالنفس والتطلع) .

في الفصل الرابع من الكتاب ... ألقى مزيد من الضوء والتفاصيل على هذا الموضوع (الألوان) الفصل بعنوان :
من النظرية إلى التطبيق

الفصل الثاني

صور في رأسنا وعقلنا



أهمية أعمال العقل

في العام 1922 ... قام الكاتب والصحفي الأمريكي (والتر ليبمان) والحائز على جائزة (بوليتزر) ...

قام بوصف ظاهرة الصور المخزنة في عقولنا وكما اسماها (صور في عقولنا) .. فهو يرى أن عقلنا ملئ بالصورة العقلية لأحباتنا وأناس وأحداث آخر وهذه الصور لها تأثير على ... أفكارنا أهدافنا احتياجاتنا .. وعلاقاتنا .. وتكون اتجاه الرأي العام .

ودائمًا ما يقع جزء من الصورة ويرتبط بالخبرات التي يكتسبها في حياتنا ولكن في أغلب الحالات فإننا بخلق صور في عقولنا من دون سابق خبرة وبدلاً من الحصول على المعلومات عن هذه الصورة من مصادر أخرى خاصة من وسائل الإعلام ... فيحدث أن تكون الصورة مشوشة داخلنا لأنها تكون بمثابة رد الفعل على حقائق مزيفة .

(ليبمان) كان من أوائل من توقعوا إلى أي اتجاه يسير العالم باستخدام الرموز والشفرات والتشبيهات ليتم رفع أحد الأعمال ووضعها في الصدارة وهذه هي ميزة خاصة يتمتع بها رجال الدعاية والإعلان والذين يعرفون تحديداً كيف يتم اختيار الصورة التي تحرك المشاعر أما بالرضا أو الإحباط ...

مثلا التركيز على نحافة المرأة ... أو سيارة حديثة براقه ... أو تجمع بعض الشباب السعداء يحتسون أكسير الحياة والشباب.

والآن في هذه الأيام يستطيع أي شخص القيام بحملة مستقلة للمساهمة في زيادة المبيعات أي سلعة .

وأنت كرجل أعمال أو صاحب عمل يمكنك من العمل على زيادة أرباحك وأعمالك فقط عن طريق إدراكك لأي صورة ممكن تصديرها لعقل العملاء ..

الصورة التي بها حصل على جائزة نوبل

في العام 1969 كان الصحفي (جابريل جارثيا ماركيز) في طريقه لقضاء الإجازة بمدينة (اكابولكو) ... وبينما هو غارق في التفكير في قراره بالتقاعد والذي أعقب شعوره بالفشل في المجال الأدبي ... طرأت في رأسه وشاهد بعينين تفاصيل وأحداث كتاب طالما حلم بكتابته منذ أن كان شابًا ... وبدون تردد أو تأخير استدار بسيارته عائداً إلى المنزل .. أغلق على نفسه حجرة ولم يفعل أي شيء إلا الكتابة .. وللتركيز أكثر ... استقال من عمله الصحفي وترك زوجته للتعامل مع الدائنين الذين كانوا دائم الطرق على بابه للمطالبة بسداد ديونه .

وبعد مرور 18 شهر من تواجده في نفس الحجرة ... منعزلاً عن العالم وعن حياة عائلته أو أي حياة عائلية أخرى

أخيراً خرج .. غادر الحجرة شاحباً .. هزلياً حاملاً في يده كومة من الأوراق تتعدى 13 ألف ورقة أنه الكتاب (مائة عام من العزلة) والذي تم نشره في عام 1967 والذي ساهم في تغيير وجه الأدب العالمي للأبد.

وفي العام 1982 ... فاز (جابريل جارثيا ماركيز) بجائزة نوبل للأدب . ومؤخرًا شارك (ماركيز) في التعريف بالصورة التخيلية عن الكتاب والذي صار بمثابة منارة في العملية الكتابية والإبداع .

ماذا تعني الصورة في خيالك ؟



الصورة في خيالنا دائماً ما تمثل مجموعة بيانات متحركة ... ويكون لها بالغ التأثير المباشر على اتخاذ قراراتنا ... ويمكن أن تستخدم كوقود أو محرك لإدراك أحلامنا ورغباتنا .. مدركين أين نحن ومحددين لما نريد الوصول إليه .. إليك هناك مثالا وتدريباً يساعدك في الكشف عن الصور في رأسك وإذا كنت تتقن فعل ذلك وسوف تتفاجأ بالنتائج ..

اقرأ الأسئلة وقم بوصف صورة معينة لكل سؤال .. واكتب إجابتك على ورقة .. وحاول ألا تتعدى الخمس ثواني للتفكير في إجابة لكل سؤال قبل الإجابة .

بعد قراءة كل سؤال تستطيع أن تغمض عينك أو تتركهما مفتوحتان ... كما يروق لك .

- ما هي الصورة التي تأتي في خيالك عند سماعك لكلمة (نجاح) ؟
- ما هي الصورة التي تأتي في خيالك عند سماعك لكلمة (العائلة) ؟
- ما هي الصورة التي تأتي في خيالك عند سماعك لكلمة (فشل) ؟
- ما هي الصورة التي تأتي في خيالك عند سماعك لكلمة (وجهة) ؟

- ما هي الصورة التي تأتي في خيالك عند سماعك للكلمة (مستحيل) ؟
- كم عدد الصور التي تمر حقيقة في خيالك وكم من هذا العدد مبني على حقائق مزيفة (مثلا كصور شاهدتها في الإعلام) .

وإليك بعض الأمثلة النابعة من خبراتي كمراقب ومحلل عندما اتقدم بسؤال إلى أحد المدربين الذين أعمل معهم ... أن تختار صورة تعبر عنها ... فهي تختار صورة (هيلاري كلينتون) وتقول معللة ... (هي مثال لامرأة ناجحة وهذا ما أتمنى أن أرى نفسي) .

وهذه الظاهرة عندما نرى أناسا يختارون أن يظهر أنفسهم ويشبهوا أنفسهم بصور شخص آخر ... فهذا منطقي بعض الشيء وهذا يعني أنهم يرون الآخرون كمثال للنجاح الذي هو يبدو أمر بعيد المنال عنهم وأن النجاح منسوب دائما للآخرين .

وعند سؤال الناس لاختيار صور تعبر عن نجاحهم ... فعادة ما يستخدمون صورة ترجع إلى أطفالهم أو أحد أفراد الأسرة ولهذا دلالة على أنه دائما ما ترى أنفسنا خارج الصور الناجحة

وعلى الجانب الآخر عندما يتم سؤال البعض لاختيار صور تعبر عن فشلهم ... عادة ما يختارون صوراً تخصهم هم وحدهم .

وعندما نقوم بتلخيص ذلك ... ومن واقع خبراتي فعادة ما نجد أي توصيف للصور ... هو بعيد تماماً عن الصورة الحقيقية وخبرتنا في الحياة . وأغلبية الوصف والصور تأتي من عوامل خارجية مثل التلفاز - الانترنت - قاعات السينما ...

فعقل الإنسانة مثل الإسفنجة .. يمكن أن يمتص جميع الأفكار لذا نجدنا نعمل على اختيار الصورة المناسبة لأحداث التأثير الأقوى .

الفصل الثالث

جمع المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي

القواعد والخلفية



كيف يكون للصور العائلية تأثير على أعمالك ؟

هل تستطيع الكشف عن الأسرار الداخلية لشخص غريب عنك ؟

وهل تستطيع الإفصاح والكشف عن علاقاتك الشخصية والمهنية ؟

وهل تستطيع أن تطلع المنافسين لك لمعرفة أسرار تميز مؤسستك ؟

في الغالب لا .. فنحن بشكل واع نشارك أسرارنا لعدد قليل للغاية من الناس ... لذلك ربما تعد مفاجأة لك عندما أخبرك أنك وبشكل غير متعمد تشارك وتطلع الآخرين على أسرار عملك من خلال نشرك لبعض الصور في مواقع التواصل الاجتماعي .

وكما ذكرت سابقا بأن الصور ومقاطع الفيديو هي مفتاح وطريق مؤثرة للغاية لإيصال رسالة لتحويل وتغيير اتجاه الرأي العام للمستهلكين . وبينما نحاول القيام بهذا التأثير.... ربما نحصل على نتائج عكسية ... فهي مثل حد السيف ممكن أن يضرب من الناحيتين ... لك ولأعمالك فتقريبا كل يوم أرى جبال من المعلومات من أشخاص يوضحون عنها من خلال صورهم ... تفاصيل الأعمال .. معلومات شخصية الإفصاح عن الشركاء والمنتجات والعلاقات الشخصية والمهنية .

لذلك نجد أنه الهدف من هذا الكتاب من ناحية أن تجعلك على دراية بأهمية الاحتمالات المادية الآتية من الإعلانات وجمع المعلومات من خلال الصور.... ولكن من الناحية الأخرى ... تحذرك من كثرة وضع الصور وإرسالها دون أن تتفحصها جيدا قبل وضعهم متاحة للجميع.

فغالبية الناس يتعاملون مع مواقع التواصل الاجتماعي على أنه بيئة مناسبة لعمل صداقات أو استرجاع علاقات مع أصدقاء في السابق البحث عن الحبيب أو البحث عن عمل أو مجرد إخراج طاقات كامنة بداخلنا

لكن هل أنت مدرك وعلى دراية من خطورة وضعك للصور أو أحد أفراد عائلتك فهذه الصور في الغالب تحوي معلومات عن علاقاتك صراعاتك صفاتك الشخصية علاقات العمل النوايا والدوافع لذلك كن على حذر.

جمع وتحليل معلومات عن أساليب المنافسين :

(سارة) و (دانيلا) - من المنافسة إلى التعاون (دانيلا) شريكة في إحدى مكاتب المحاماة قد صرحت لي في لحظة صراحة (كل مرة اتفحص صفحة (سارة) المحامية المنافسة ... على الفيس بوك ... أشعر بغيرة طاغية .

وقد أشارت إلى صورة موضوعة على الحائط في مكتب سارة قائلة (كيف لها ومن أين تأتي بالقدرة بإلقاء المحاضرات في كل هذه المؤتمرات) .

وأخبرتني (دانيلا) أيضاً أن أحد أصدقائها المقربين أشار عليها ونصحها بعدم التصفح والنظر إلى صفحات (سارة) .

ولكن (دانيلا) أجابته (مستحيل) وكذلك أنا معقباً أنك يا (دانيلا) تنظرين بنظرة خاطئة لصفحة سارة فبدلاً من تجاهلها حاولي أن تتعاملي مع صفحاتها على أنها منجم معلومات لنجاح أعمالك فيمكنك محاولة إدراك ماذا يوجد لديها وليس عندك ما هو الشيء المفقود عندك لتصبحي في نفس مستوى نجاحها .

وربما تحصلين على السر وبعدها ترسلين إليها باقة زهور للشكر لم أدرك أن الكلمة الأخيرة لي والتي قلتها على سبيل الدعابة ممكن أن تتحقق فعليا ... ومنذ أن قامت المنافسة لها (سارة) برفع صوراً دون تدقيق فتحليل المعلومات لعب دور رئيسياً في الوصول لنتائج .

فمثلا ... اعتادت (سارة) أن تضع صورها على منصة فيس بوك وبذلك نستطيع بسهولة أن نعرف أي المؤتمرات هي تشارك فيها . وبمعرفة مجموعة مدربة على التحليل والتي استعانت بهم (دانيلا) ولكنها أنت لترى وتتأكد من أمرين قبل التعامل مع هذه المجموعة .

أ- أن هذه المجموعة ليس لها أي علاقة أو تعامل مع (سارة) من أي نوع.

ب- أن (سارة) لن تمدهم بأي معلومات عن استشارتها .

حيث (دانييلا) تعتبر بمثابة خبيرة في القانون الدولي .

وجدت (دانييلا) الكثير من المعلومات تتدفق إليها وقررت القيام بحملة إعلانية عنيفة ضد بعض الأشخاص الموجودين في الصور ومن ناحيتي أخبرتها أن التعاون معها ربما يكون شيئاً مفيد وفيه حكمة وحسناً (دانييلا) فعلت أن أخذت بنصيحتي .

فقامت بعقد صفقة هامة بمشاركة (سارة) كشريك ... وتم التعاون بينهما .
وكم كانت سعادتي عند علمي بالتعاون المثمر بين (دانييلا) و (سارة) وإمكانياتهم من التوصل لصيغة عمل تجمعهما للقيام بتسويق إحدى المنتجات على الانترنت .

والآن أصبح جمع المعلومات عمل روتيني تقومون به ... وكذلك توقفت سارة عن رفع صور لها شخصية أو مهنية حيث تعلمت أن هذا يمكن الإضرار بها
منصات التواصل الاجتماعي أحدثت تغييراً جذرياً في العالم وبات واضحاً أن القوى التي تتحكم فيما يكتب في الإعلام ... أصبحت متاحة لكل فرد . والهدف من الربط بين منصات التواصل الاجتماعي والصور هو الاعتماد على مصدر للحصول على المعلومات .. اعتماداً واستناداً إلى أن الأشخاص القائمون على وضع صورهم ومعلوماتهم ... هم أنفسهم من يمدوننا بالمعلومات من أنفسهم .. بمتابعة صورهم والأحداث التي تجرى حولهم ومعهم يمثل بمثابة مصدر معلومات هامة للمتلقي والمشاهد .

ويجب علينا أن ننوه إلى هناك من لديهم نوايا سيئة فيقومون باستغلال المعلومات المتاحة لاستغلالها ضد أشخاص أو في أعمال غير مشروعة .

المعلومات تتدلى من المبتدئين

من خلال لقاء مع اثنان من الشركاء في إحدى الشركات الحديثة الناشئة طلب مني أن أقوم بإعداد تقرير عن تسرب معلومات عن الشركة في مواقع التواصل الاجتماعي وكان من السهل إيجاد المعلومات حيث نشر أحد العاملين بالشركة صورة على الفيس بوك تجمعه بمجموعة من زملاء في الشركة ... في إحدى التزهات التي قاموا بها سويًا بمصاحبة شرح عن المشروع الذي يقومون بإنشائه .

وأضف على ذلك القيام بالتهنئة من أحد العاملين لزميل لهم لانتقاله إلى موقع آخر سن العمل ...

وعند مقابلتي لهم في مرة أخرى وجدت الشريكان سعيدان بكم المعلومات التي قمت بجمعها عن المشروع الرئيس الذين يقومون به .

وعن أغلب العاملين بذلك المشروع وعن مدير المشروع الذي تم نقله إلى كندا (للعمل في مشروع آخر) .. وقد فعل الشخص الذي أدلى بكل هذه المعلومات ذلك دون نية متعمدة غير مدرك أنه يقوم بتسريب معلومات على قدر كبير من الأهمية وربما تكون كنز من المعلومات للشركات المنافسة والتي تمدهم بمعلومات عن المشروعات التي تقوم بإنشائها تلك الشركة الوليدة في سوق العمل وعن توزيع عملها في النطاق الجغرافي للدولة .

صار من الواضح والأكد أنهما يجب عليهما التحرك سريعاً لإصلاح ما تسرب من معلومات للشركات المنافسة بعد أن قمت بإمدادهم بالمعلومات التي جمعتها من على مواقع التواصل الاجتماعي وأرسلتها للشريكين وهذه المعلومات تخص مواقع المشروعات وأيضاً أسماء العملاء الذين تنوي الشركة التعامل معهم ...

لذلك من السهل على المنافسين سرقة هؤلاء العملاء والتعامل معهم بشروط أفضل من هذه الشركة الحديثة العهد بالعمل

وقد أوكلت مهمة إصلاح ما حدث من تسريب معلومات إلى أحد المدراء لعمل خطة لإصلاح ما تسبب فيه هذا من إيذاء للشركة وللأعمال والمشروعات القادمة والمزمع القيام بها .



أحيانا الصور التي تضعها على الانترنت بشكل عفوي وبرئ تكون بمثابة معلومات مفيدة للمنافسين

التجول في عقل المنافسين لك

إلى الآن نتبع أساليب في جمع المعلومات تعتمد على المعلومات التي يقوم المنافسين بنشرها والتعليقات المكتوبة مع الصور ... ولكن حديثاً وباستخدام الأدوات الخاصة بجمع المعلومات من الصور المنشورة على الانترنت يمكنك من التجول داخل عقول منافسيك وتتبع أفكارهم .

وفي هذه الأيام ... تقوم من 80% - 90% من الشركات بطلب تقريراً وافياً عن تصنيفك على شبكة الانترنت ... هذه حقيقة وتتبع هذه الطريقة المؤسسات الأمنية مثل وحدات الجيش ووزارة الدفاع وكذلك الشركات التجارية التي تتعرض لمنافسة شديدة مثل البنوك ... شركات الإعلان ... والشركات العاملة بالصناعات الغذائية والكثير والكثير

فمثلاً عندما يريد أحد البنوك بإعداد أحد المعلومات وتقديم خدمة جديدة له ... ويجد البنك المنافس تلك المعلومة منشورة على الانترنت من خلال صفحة العميل على الفيس بوك ... فهذه المعلومة تخدم المنافس وهذه حقيقة تحدث لكل شركة لها منافسين وخاصة إذا كان العاملون يصرحون بمعلومات بكل سهولة عن الخدمات التي تقدم لهم وما يحدث لهم في العمل ...

وبعد اختبار (التصنيف المعلوماتي) التي يقوم به المتخصصون في أي شركة ... احذر هنا من الخطورة والمغامرة .. أن هذه المعلومات كما وصلت لديهم أيضاً للمنافسين عن طريق نفس وسائل التواصل الاجتماعي.

أحيانا تصل إلى مسامعي بعض التوصيات التي تدعو إلى قطع خدمة الفيس بوك من على جميع أجهزة الكمبيوتر داخل الشركة

لكن هذا الإجراء غير مجدي ونظرا لامتلاك لأحد الهواتف الذكية فبدلاً من قطع الخدمة عنهم ... فأنا اقترح بنشر التوعية لجميع العاملين بالشركة وتدريبهم على ما هو يمكن الإعلان عن وما هو الذي يجب ألا يعلن وكيف نستغل مواقع التواصل الاجتماعي للنهوض بالشركة، وليس العكس استخدام

واحدة من المميزات التي تستخدمها الشركات الكبيرة ضد الشركات المتوسطة والصغيرة ألا وهي التجسس الصناعي ...

فتقوم تلك الشركات بجمع اللازمة عن المنافسين ... فتقوم هي بعمل الصور التي تريدها عن المنافس باستخدام الوسائل الإعلامية الرقمية الحديثة وبمساعدة بعض وكالات الإعلان .

والآن في هذه الأيام وفي عصر رسائل التواصل الاجتماعي يمكنك إيصال رسائل للمشاهدين بكل سهولة في جميع أنحاء العالم .

الشبكات الاجتماعية هي القاعدة الأساسية والعريضة التي تعمل من خلالها للبيع ... الشراء ... جمع المعلومات ..

ونستطيع أن نقسم شبكة الانترنت إلى مجموعتان

1 - المشاهد أو المتلقي وجامع المعلومات .

2 - المعلومات المشاهدة من الجميع .

ومعظم الشركات الموجودة على الانترنت هي شركاته متوسطة وصغيرة من حيث الحجم... ويمثل أصحاب تلك الشركات المتوسطة والصغيرة غالبية من يتم مشاهدتها على الإنترنت.

وأغلب الأخطار أيضاً تصدر من أصحاب تلك الشركات المتوسطة والصغيرة والآن أنت كصاحب شركة تقوم بإعطاء الفرصة كاملة لأن تلعب لعبة المشاهد أو المتلقي أن تجمع معلومات بشكل مجاني لصالح وخدمة أعمالك .

المعلومات المتاحة على مواقع التواصل الاجتماعي ... عملاً مشروعاً ولكن غير المشروع هو استغلال هذه المعلومات في ما هو غير مشروع كسرقة البيانات أو ما يخص المشروعات .

فأنا دائماً كنت أتقابل مع رجال أعمال لديهم حسابات على الفيس بوك أو لينكدات ولكن لا يقومون بتحديث بياناتهم بشكل دوري نظراً لمخاوفهم من تسرب أي معلومات جديدة ممكن استغلالها ضدهم ...

فأنا دائماً ما أنصح هؤلاء أن يقوموا بتحديد مواقعهم فأما أنهم مستخدمين لهذه المنصات أو هم مغادرين ...

فجرت العادة إذا أراد أحدهم أن يقوم بجمع معلومات عنك فإنه عادة ما يبدأ بصفحات عن أفراد عائلتك وأصدقائك وتفصحها جيداً وذلك لتأكد أنه ليس لك أي تحكم فيما يوضع من ملومات على تلك الصفحات ...

والآن ونحن في عصر مواقع التواصل الاجتماعي ... يصعب عليك التخفي وكصاحب عمل فإنه يصعب عليك أيضاً التحكم فيما يفعله العاملون لديك أو ما ينشرون على صفحاتهم وربما تفصح هذه المعلومات الكثير عن أعمالك وبدون قصد في النية .

ولكن على الجانب فإنك تمتلك كل الحق في التحكم واختيار الصور التي تقوم بنشرها ...

لذلك فإنه من الأفضل أن تقوم بنشر صور تحوي على الرسائل التي تريد إيصالها للمشاهد والمتلقي .

ودائماً ضع في اعتبارك أنك من الممكن أن تقوم بنشر بعض الصور الزائفة التي تحوي على معلومات خاطئة لتضلل بها منافسيك، وتذكر دائماً أن ما تنشره من صور يتخذ منه المنافسين أنه حقيقي ومعبر عما يحدث بالفعل .

الدخول إلى عالم جمع المعلومات

في عصر المعلومات هذا ... المعرفة تمثل القوة ... ولهذا نقوم بجمع المعلومات التي تخص الأكثر بحثاً أو ما يتعود عليه الناس وذلك عن المجموعات والأفراد .

وقد اكتشف الإنسان أن ما يتعدى حدود علمه قد حرك الناس لتخصيص وقتهم وجهدهم لتنمية تكنولوجيا تساعدهم في جمع المعلومات الشخصية والمهنية .

ولكي نقوم بتحسين مفهومنا عن احتياج بعض المجموعات ورغباتها فقد قام المتخصصون بتنمية وسائل لها القدرة على التحليل .

الجيش والكلمات الأكثر ذيقاً وسيطاً وبحثاً ... هي هدف بعض الوكالات الذكية المتخصصة للتعرف على الأشخاص من صورهم والأنشطة التي يشتركون فيها .. وهذه الآلة الذكية يمكن أن تقوم بالتحليل وإضافة بيانات لبعض الصور البيانية الحديثة ... لكنها لا تستطيع أن تدرك وتفهم مشاعرنا ونوايانا اتجاهاتنا أو دوافعنا .

تعتمد تجاهلنا لمشاعر الآخرين يقودنا للفهم والحدس الخاطيء للنوايا والدوافع .. ومنذ أن عرفنا أن عملية الشراء، واختيار المنتج تركز على العاطفة فيصبح المفتاح لعواطف العملاء هو فهمك لدوافعهم من أجل العمل على زيادة المبيعات وتحقيق الأرباح والنهوض بمستوى الشركة .

العثور على معلومات من الصورة بمثابة حصولك على مفتاح لقلوب زبائنك الكثير من رجال الأعمال لديهم متاعب في فهم بعض الأسئلة مثل :

ما هي طبيعة عمل شركتي ؟. وكيف ينظر العملاء إلى ؟

وما هو الحال مع المنافسين لي ؟

أي رجل أعمال عادة ما تكون لديه الرغبة في استثمار وقته ومصادره للإجابة على هذه الأسئلة ...

الإجابة هنا متاحة ولكن للقليل الذين استطاعوا الوصول لها .

جرت العائدة إنما عندما تتقدم بسؤال إلى أحد هؤلاء أصحاب الأعمال عن إذا كان لديه الرغبة أن ينفتح على الآخرين ويتعلم شيئاً ما لمساعدته لتحسين قدراته لإدارة عمله ... جاءت الإجابة ببعض التردد والتشكك (نعم) ... وعندما يعطيك أحدهم وعداً بشيء ما جيد ... فإنك تتلقى هذا الوعد ببعض الشك وترفع الراية الحمراء .. وتبدأ في التساؤل ... يا ترى ماذا وراء هذا الوعد ؟ وإنك بطبيعة رجال الأعمال سوف تساورك الريبة وأن هذا الأمر الجيد المقدم لك ... فيه شيء ما غير مريح ... وفي الأخير تتخذ قرارك بناءً على هذه التساؤلات الذاتية

هل هناك من مقابل لهذه الخدمة الجيدة ؟

هل أنا بحاجة إلى مثل هذا الوعد ؟

كيف تنمي مهاراتك من خلال المنافسة ؟



ليس باستطاعتك أن نرى من جميع الزوايا سل نفسك عما تبحث ؟

التداخل البصري

من أكثر اللحظات المميزة هي عندما تبحث عن مفاتيح سيارتك وأنت في عملية وأخيراً تجدهم في مكان قريب وواضح أمور كثيرة تحدث لنا مثل ذلك ولكنك أنت من تختار ألا تنظر إليهم ...

وفي أدبيات المهنة يسمى هذا بـ (العمى المتعمد)

حيث أن هناك أشياء أخرى تستحوذ على انتباهنا ... تضع الغشاوة على أعيننا حتى لو كنا نظن أن نرى حولنا جيداً ولدينا ذاكرة قوية تدرك حقائق الأمور .. عند تكوين رأي ما عن شخص أو مجتمع .. فيشكل هذا حاجزاً من رؤية الحقيقة الكاملة .

وإليك هنا بعض الحقائق والأفكار المغذية لإحساسنا بالرؤية :

- نحن نعتقد أن البصر يعتمد بشكل قاطع على العين لكنه في الحقيقة مجموعة من الحواس المتناغمة يقوم بتنظيم عملها المخ .
- فالعقل لا يستطيع التفرقة بين الخيال والحقيقة ... وقد أظهرت نتائج اختبارات أجريت باستخدام الأشعة (بالصور الممغنطة) أن نفس الموجات قد سجلت في المخ عند استعراض لصور خيالية وصور حقيقية.
- يقوم العقل بإصلاح وإتمام للمواقف والتي لا تحدث في الحقيقة وذلك من تأثير الشجاعة الداخلية .
- عندما نستشعر خطر ما... فيستغرق الأمر ثلاثة أرباع من الثانية للتحرك .. هذا ما يتطلبه المخ من وقت لاتخاذ القرار .
- عندما نحاول التكيف مع بيئة جديدة ... فإن حواسنا تعمل بشكل أقل وبالتالي نرى وندرك معلومات أقل.
- الصور التي تقوم برفعها على الانترنت تكشف أسلوبنا في التفكير
- النظر والمشاهدة هي اختيار وليس رد فعل .
- بالرغم من عقلنا به ما يستوعب الكثير من القنوات المتعددة ... ولكننا لا نستطيع إلا التركيز في أمر واحد في المرة الواحدة .

- جميعنا يعتقد في سرد القصص وإيجاد الصورة ذات الرسالة . فعادة أن الصور تثبت في المخ وتمثل الحقيقة .. وتقوم بتحريرنا عن دورة البحث عن الحقيقة والبعد عن كل ما هو زائف .
- الطريقة التي نترجم بها كل ما نراه تتأثر بما نشاهده وبما تشكله من آراء .

قواعد يجب أن تتبع عند جمع معلومات من الصور

عندما نقوم بمراقبة وجمع معلومات .. فإنه الأجدر بنا توخي الحذر من أن الحقيقة تقول أن كل ما نشاهده له تأثيره العاطفي .. والذي يمكن له أعظم الأثر في خسارة ما تصبو إليه .
وإليك بعض القواعد الثابتة والتي عليك أن تتبعها عند جمع المعلومات بشكل ثابت ودائم:

- تحديد جداول مواعيد لجلسات جمع المعلومات :
تم بتحديد أوقاتا ثابتة لجمع معلومات عن الأعمال من منصات التواصل الاجتماعي ... واكتب هذا في الأجددة الخاصة بك وحدد الأيام الأسبوعية والمواعيد ... وقد أظهرت نتائج استطلاع رأي أجرى في إنجلترا أنه التكرار لعمل شيء ما لمدة شهرين يتحول إلى عادة .
- تعلم أساليب أنشطة عملائك :
خلال ساعات تصفحهم للإنترنت فمثلاً صغار السن يستخدمون الإنترنت في أوقات مختلفة بخلاف كبار السن.
- لا يمكنك أن ترى كل شيء :
هذا ما سوف تكتشفه في النهاية عندما تسأل نفسك عما تبحث ؟ وأي شيء تجده من معلومات ... ربما يكون مفيداً وذات أهمية لأعمالك .
- تجنب التضليل عند قيامك بجمع المعلومات :
جمع المعلومات من الصور يشبه التأمل ... حيث يتضح كل شيء فقط عندما تقوم بمراقبة كل شيء .
- كن دقيقاً واهتم باستمرار بموضوعية :
انظر إلى كل صورة بعناية ودون كل ما تراه دون المحاولة لترجمة المشاعر والذكريات والأحاسيس، الأفكار، الخواطر، أو المفاهيم فكل هذا مرتبط بعالمك الخاص وليس بمعلومات في صورة .

• ابتعد عن معتقداتك الشخصية:

لأنه ربما يكون لها التأثير على تحليلك للصور .

• قم بتدوين كل ما تشاهد واقرأه بصوت مسموع :

عادة ما يستجيب العقل البشري لكل المتشابهات ويحولها إلى حقيقة وتخيلات .

إذا نظرت إلى أي عنصر ... اغمض عينيك وشاهدها من الذاكرة فإن عقلك سوف يذكر ويرى تفاصيل الصورة الحقيقية، كما التي في خيالك .

• قم بتعيين موظف وأوكل له مسئولية جمع المعلومات من الصور :

أو تعاقد مع مستشار خاص لأداء هذه المهمة ... قبل انعقاد أي اجتماع قمت بمتابعة الصور الخاصة، والصور التي تخص العمل على مواقع التواصل الاجتماعي وقبل عقد الاجتماع ... قم بتقديم معلومات عن حجم الأعمال وعن المدراء وعلى سبيل المثال ... يمكنني من اكتشاف من قام بوضع أي صورة وما هي دوافعه وما هي نقاط ضعفه الشخصية والمهنية ... وما مدى تسريبه للمعلومات وأي المنظمات يمكن أن تصبح حليفة للتعاون معنا في زيادة المبيعات .

(الإمبراطور لا يرتدي شيء على الإطلاق)

الحكاية المشهورة (ملابس الإمبراطور الجديدة) بقلم : هانز كريستيان اندرسن 1837 تحكي هذه القصة عن إمبراطور لديه هوس بملابسه .. وقد أخبروه أن هناك اثنان من حائكي الملابس من تستطيعان حياكة ملابسهم بطريقة غير مسبوقه وهذه الملابس (غير مرئية) لا يستطيع أي شخص غيبي أو لا يؤدي عمله بشكل جيد أن يرى ملابس الإمبراطور قام الإمبراطور بمنحهم مبالغ كبيرة من المال للعمل على ملابسهم المبتكرة.

بعد مرور عدة أسابيع وأصبح الإمبراطور لا يطيق صبراً لمعاينة هذه الملابس العجيبة وكذلك كانت الرعية وأفراد الشعب ينتظرون ما ستننتج عنه أعمال الخياطان وقد نادى الإمبراطور في المدينة أن يتجمع جميع الناس في كل أنحاء المملكة ليشاهدوا هذه الملابس ..

تجمع الناس وظهر لهم الإمبراطور وصعد على منصة عالية ليشاهده الناس وهو يرتدي حلة غير مسبوقه ...

ظهرت الدهشة على الجميع عند رؤيتهم للإمبراطور ... وتذكر الجميع أن الغيبي وغير الصالح لعمله هو فقط من لا يستطيع مشاهدة الملابس الجميع فخشى الجميع أن يتهم أو يوصف بالغباء أو أنه غير صالح لعمله ويخسر العمل فبدأ الجميع بإصدار تعليقات عن كم هي الملابس رائعة الجمال ... ولكن فقط طفل صغير صرخ بصوت مسموع قائلاً:-

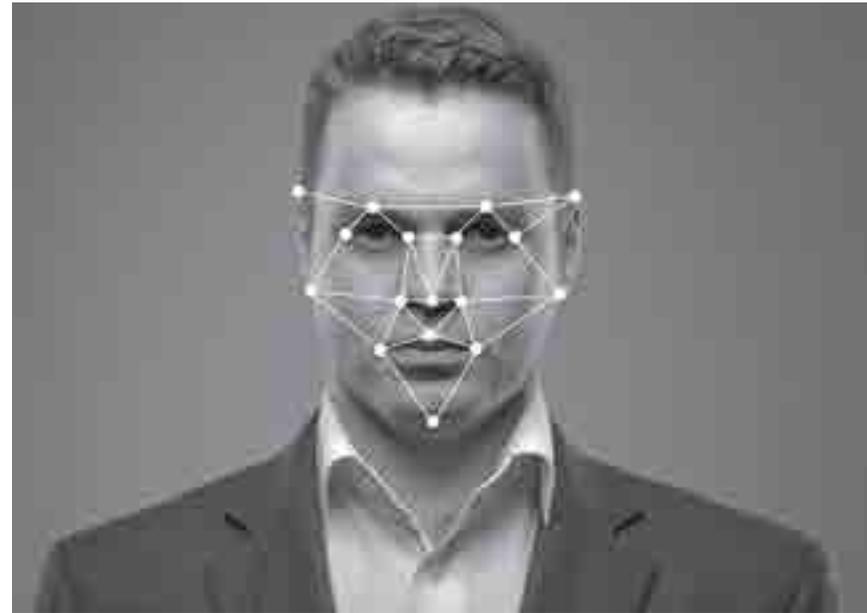
(الإمبراطور لا يرتدي شيئاً على الإطلاق)

الصور لها حياة خاصة :

عندما تتضمن الصورة صورة لوجه أو جسم إنسان وعند رفع الصور ووضعها على الانترنت ... فقد خرج الأمر من أيدينا وليس لنا أي سيطرة على الصورة ... من سيرها وماذا سيتم الفعل بها .

لدينا القدرة أن نكتشف صور الوجه بشكل أكثر عمقا ... عند وضعها في المتاحف وفهرس وقواعد بيانات اللوحات ... بسرعة نكتشف أن الصورة نرتقي بنفسها بدون تدخل منا ومع مرور الوقت نجد أن الوقت قد فات لنقوم بتحليل الوجوه .

والسؤال الآن بعد كل هذا كيف ومتى تعلن امتلاكنا لوجوهنا قريبا سوف نرتدي قبعة ؟ ... نغطي وجوهنا بكوفية ؟ التقاط صور رديئة الجودة ؟ ربما هذا التصميم يغير من الأساس الطريقة التي نأخذ بها الصور وجوهنا عنصر هام ونقدمها مجانياً لمن يريد مشاهدتها .



عادة تقوم الأطفال عن التعبير عما يرونه بكل براءة فمراكز الذاكرة لديهم مازالت فارغة وأنهم لا يتأثرون بأي عصبية أو تراجم عما يدلون به من رأى أو شهادة .

لكننا نحن البالغون لسنا كذلك فمراكز الذاكرة لدينا ممتلئة آرائنا ونظرتنا للأمور تعصبنا الخ

لذلك فإنه من الأخرى عندما نقوم بتحليل صورة ما فإننا يجب أن نركز ونغلق أي تشويش خارجي قد يؤثر على رأينا .

البورتريه يكشف عن هويته الخفية :

السيد الوجيه (فرانسيس جالتون) 1822 - 1911

بريطاني متعدد الثقافات، عالم، عالم طبيعة، ومكتشف فلسفة علم تحسين النسل فهو مثال للباحث الذي يبني نظريته عن طريق جمع صور لوجوه الإنسان (بورتريه) وقد قال البعض أن أبحاثه كانت هي الأساس في عمل نظام التعرف على الوجه .

بينما رأى البعض الآخر أن أفكاره خدمت ومهدت وكانت حجر الأساس لترسيخ نظرية النازية العنصرية .

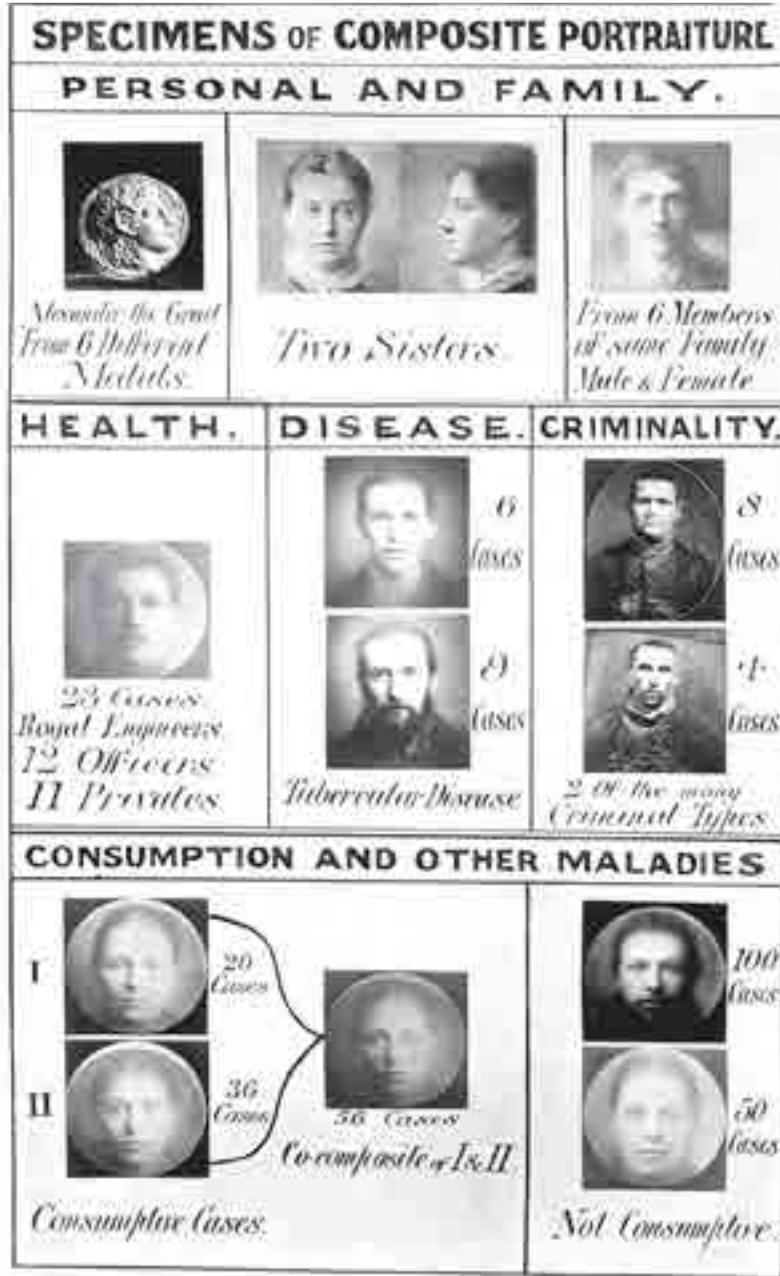
وقد آمن (جالتون) أن صور الوجوه ممكن أن تساعدنا لإثبات النظرية العضوية والتي أطلق عليها اسم (تحسين النسل) .

الصفات الوراثية كما صرح (جالتون) هي ما وراء نجاح الأشخاص أكثر من خيارات الحياة وهذا ما آمن به الكثير ... كما أكد أننا يمكن أن ندرك ما بداخل الإنسان ونربطه بمظهره الخارجي .

وقد اعتمد في اطروحة رئيسية قدمها على قدرته على كشف الهوية والصفات المخفية في الصور والتي نجد منها الصفات الكثيرة في الظاهر .

وفي دراسة أجراها بين شخص ومجموعة تحمل نفس الصفات الجسدية والعقلية والتي تأثرت في إظهار التعبير الخارجي .

وبعيدا عن هذا الموضوع فقد أوصى (جالتون) بفكرة إنشاء جهاز يقوم بفحص الوجوه ويقسمها إلى 30000 نسق مختلف ويتم إدخال هذه الإنسان إلى معادلة حسابية والتي سوف تؤيد أبحاثه .



أقرب مثال على أعمال (جالتون)

مواجهة تسرب المعلومات من الصور :

كما ذكرنا سابقا وليس عند الناس الوعي الكافي بمدى خطورة بإدلاء بمعلومات شخصية ومهنية عند رفعهم لصور لم يتم مراجعتها جيداً .
فالإنسان يجب أن يدرك أهمية ومشاركة كل ما يمس خصوصية استغلالك لمعلومات عن منافسيك ممكن أن تجني منه أرباح طائلة ... خلال أي افتتاح أو محاضرة مع المدراء التنفيذيين أقوم بتحذيرهم من أن كيف موظفيهم مازالوا غير مدركين لخطورة التصريح بمعلومات شخصية ومهنية وعادة ما أتلقى ردودا مثل :- (وما أهمية ذلك أنها مجرد صورة) - (لا أحد ينظر إلى تلك الصور) - (ليس لدى ما أخفيه) - (الصور التي أقوم بنشرها ليس لها صلة بالعمل والمعلومات) .

لذلك ومن باب العلم بالشيء ... قمت بعمل تجربة عملية لهم وقمت بتحليل واختيار بعض من صورهم على الانترنت واستعرضت أمامهم ما عرفتهم من معلومات شخصية من تلك الصور .

وقد خلق هذا جوا ونوعا من غير الراحة ... مما جعلهم يتحركون على عجل ليوقفوا كم المعلومات المتدفق من صورهم دون علمهم ... من أجل تحسين صورة أعمالهم ... ولأن معظم المؤسسات لا تمتلك الميزانيات الضخمة مثل المؤسسات الكبيرة ... قررت أن أساعدهم وأعطيتهم بعض النصائح لما يجب فعله لتحويل الصور للشكل الإيجابي والحصول على نتائج جيدة في خلال أسابيع قليلة .

ما الهدف والمراد تحقيقه من وراء جمع معلومات من صور مواقع التواصل الاجتماعي وما أهمية هذا لأعمالك وما مدى تأثيره ؟

نرى في الأسفل بعض القواعد التي يجب أن نتبعها وسوف تساعدنا على فرض حماية لأنفسنا من كم المعلومات المسرب من الصور :

- الحيلة : اشرح لمجموعة العمل التي تعمل معها بضرورة التوقف عن الإفصاح على أي معلومات مع الصور .
- لا توافق على المشاركة الآلية : تجنب وضع أي صور على الانترنت دون الأخذ بعين الاعتبار أنك فحصتها جيدا .
- معلومات أقل : اختر عنوانا للصور لكن دون أن تذكر أسماء الأشخاص أو مكان الصورة أو اسم المشروع الذي تعمل به .
- أفحص خلفية الصورة : قم بفحص تفاصيل خلفية الصورة حيث لا تحتوي أي معلومات شخصية أو مهنية مثل أوراق الحسابات البنكية على المكتب خلفك أو معلومات عن المنافسين معلقة على حائط في الخلفية .
- مع أو ضد : أسأل نفسك ... هل هذه الصور في مصالح العمل أم ضده.
- خير الأمور الوسط : زد من إخلاصك لكن لا تباليغ في كشف معلومات ليست ذات أهمية .

اعتقد دائما في القيمة العظيمة للخصوصية ... أنها أحد الأسباب التي دفعتني للقيام بتأليف هذا الكتاب : التحفيز والحيطة من الحذر ... الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي للدعاية للعمل ربما يعرضنا للانفتاح على العالم وربما يزيد من قاعدة عملائك لكن على الجانب الآخر فإنها تمثل نوعا من الخطورة حيث أنه التحري والإفصاح عن المعلومات الشخصية والمهنية ورفع الغطاء عن أسرار أعمالك ربما تؤدي أعمالك وأمورك الشخصية .

يعترض طريقي كل يوم تقريبا أعمال حاولت أن تنتشر وتزيد من الحديث والدعاية لها أكثر ... والعكس أرى أعمال أخرى قد تدهورت بسبب عدم اتباعها للمحاذير والقواعد التي يجب العمل بها عند الإفصاح عن معلومات لإيصال رسائل ما أو جمع معلومات .

والقليل من أصحاب الأعمال من هم قاموا بالتوقف تماما عن نشر أي صور الانترنت اختاروا هذا الحل لحماية مصالحهم وأعمالهم من أخطار وسائل التواصل الاجتماعي ... والجانب السلبي في هذا أنه يجعلك معزول عن عالم الأعمال أو أن أعمالك لا يجانبهم التجديد وتصبح قديمة .

حيث أن العملاء دائما ما يرغبون أن تمد جسور التواصل معهم بمعلومات مصورة ... ولكي تستطيع أن توفر الحماية لأعمالك عندما تتواصل بصور مرئية مع العملاء ... يجب عليك أن تتبع القواعد التي توفر لك الحماية ولا يوجد أحد في حماية تامة من جمع معلومات عنه ولا حتى الخبراء منهم .

الفصل الرابع

من النظرية إلى التطبيق



تطبيق نظرية باريتو المبدأ في الصور

مبدأ باريتو ... معروف أيضا باسم (قاعدة 20 - 80)

من النظريات العالمية التي قدمها الاقتصادي الإيطالي (فيلبريدو باريتو) وهذا المبدأ يعتمد على أو يخلق أسلوب قسم خاص والتي تضيفه إلى أعمالك أو الدراسات الاجتماعية أو أي منحى من مناحي الحياة .

وهذا المبدأ يقرر ... في أي مناسبة أن 80% من النشاط يأتي من 20% من المصادر هذا يساعد على التمييز بين مفتاح والعوامل التافهة ... وفي حقل جمع المعلومات أقل من 20% من المعلومات ستكون المفتاح لفهم الصورة الكبيرة فما عليك إلا القيام بتعريف العامل الرئيسي في الصورة وأن تعطى لها اهتمام كامل ومحاولة فهم الشفرات البصرية التي تعمل من خلالها على سبيل المثال الدينية السياسية والمؤشرات الثقافية والتي عادة ما نستخدم فيها الرموز ... مثل : العلم، صور العائلة، خاتم الزواج، السماء في الخلفية الخ .

هذه أيضًا أحد الحالات عندما ترغب في إيصال رسالة ما من خلال صورة ولكي تتأكد من أن رسالتك وصلت وإنك أتممت عملك عليك اختيار الرموز بعناية شديدة التي تمثل البساطة في إرسال المعنى والطريقة الأصح وأن الصور تحتوي على كل هذا .

وبالرغم من أرقام (باريتو) ليست دائما دقيقة ولكن الحقيقة الكامنة تكمن في سهولة تطبيق المبدأ .

نصيحة هامة : منذ أن الصور تحوي العديد من المعلومات في خلفية الصورة حاول أن تطبق مبدأ (باريتو) لكي تتمكن من فك شفرة المعلومات ... وإيصال الرسالة بشكل صحيح .. وعند مراجعتك للصور حاول فهم وإدراك ما هو الرمز الرئيسي : وسوف يستغرق هذا 20% من إطار الصورة وعندما تكتشف هذا فإن المفتاح الرمزي سوف يكون المدخل لإدراك وفهم الرسالة الرئيسية في الصورة والمزيد سوف يظهر ويتجلى لنا في نفس هذا الموضوع لاحقا في هذا الفصل .

كيف قام (اليكس) بنقل الجبل - تحليل الحالة باستخدام الشفرة البصرية
ومبدأ باريتو



(اليكس) - الصخرة والجبل

جلست في الصف الأخير في قاعة المحاضرات مركزا بصري على المتحدث (المحاضر) والذي كان مرتديا حلة مبهرة ... مرسلا رسائل بلغة الجسد ما معناها الثقة والإصرار .. كان يتحدث ببلاغة ... وبنبرة صوت ثابتة ... وكان مستحوذاً على جمع الحاضرين وانتباههم .

كان (اليكس) هو المحاضر مستشار التسويق الدولي ومدير إحدى شركات التكنولوجيا - وكان عمره في منتصف الأربعينات . واعتقدت أنها طريقة شيقة لبداية لقاءنا .

بعد أن انفض الجمع ... المستمعين من قاعة المحاضرات جلسنا سويا في الصف الأخير لقاعة المحاضرات ... كان هناك تعاوننا واضحا بين الرجل الذي كان منذ دقائق على المنصة والرجل الجالس أمامي الآن كان (اليكس)

قد طلب في عقد لقاءنا وسط المؤتمر وقد علل ذلك بأنه لديه بعض الصعوبة في الفصل بين نجاحه ومشاعره ... مشيرا إلى المنصة التي كان واقفا عليها .. حيث بدأ (بالرغم من كل هذا فأنا على قناعة أن جزءا من وسائل الاتصال لدى كمدير لا يعمل الآن) . لدى أفكار لكنني لا أحبها ظاهرة في عقلي الآن .. ليست حاضرة .. لست أدري ... ماذا يمنعني من الدخول عبر السقف الزجاجي .

لم يكن لدى (اليكس) القدرة على وصف المشكلة التي يعاني منها بالكلمات ... على أي حال .. فالصورة التي أرسلها لي منذ أسبوع واحد قبل هذا اليوم وبناءً على رغبتني ... قد ألفت الضوء على مصدر المشكلة كما أوضحت فرص الحلول . قد استرعت الصورة انتباهي للغاية وقد قمت باختيارها كصورة مصور .. وقد عكست هذه الصورة الانتباه لمصدر الأزمة وألفت الضوء عليها خلال رموز ضوئية .

نظرت وتفحصت الصورة جيّدًا ... كان (اليكس) واقفاً في المنتصف ... يرتدي ملابس رحلات، ويضع على ظهره حقيبة ظهر في خلفية الصورة رأيت : جبل، وسيارة، صخرة .

وبعض المعلومات الأخرى التي استخلصتها من الصورة :

- 1 - ظهر (اليكس) بحجم 1/20 من حجم الصورة (انظر لي باريتو كمبدأ في الصورة) وهذا يعني أما عن قصد أو دون قصد أراد أن يضع كل التفاصيل والمعلومات أن تكون في خلفية الصورة .
- 2 - إذا قسمنا الصورة ما بين يمين ويسار (الجانب الأيمن للصورة عادة ما يكون المساحة العملية) ظهر (اليكس) حاملا الصخرة بذراعه الأيمن والصخرة تبدو ثقيلة للغاية أكثر مما يمكن تخيله عن قدرة هذا الرجل في حمل الأشياء بالرغم أن لغة جسده تؤكد قدرته على حملها ... مما يعطينا هذا من انطباع عن قدرة (اليكس) أن يكون مديرا عمليا جيّدًا .

3 - في الجانب الأيسر من الصورة (وهذه تمثل المساحة العاطفية) فإن يده المطلقة مفتوحة أما مجرد مفتوحة أو تبادر بالسؤال .. وإجابة هذا السؤال في الغالب نجدها في خلفية الصورة .

4 - في خلفية الصورة وعلى اليسار من (اليكس) ونشاهد سيارة، والسيارة محجوب رؤيتها بسبب الجبل ... والطريق ليس ممهداً أو به أسفلت كما تبدو السيارة في اليسار ... ونفهم هذا الرمز بأنه له معنى عاطفي لدى (اليكس) مع الوضع في الاعتبار احتمالية وجود الصراع الشخصي والعاطفي عند (اليكس) .

بعد قيامنا بالفحص المبدئي للصورة وتدوين الملاحظات والمعلومات عن الصورة . انتقلت إلى الخطوة التالية ... تحديد الرموز والشفرات العاطفية أو القلبية ... وعلى سبيل المثال : السيارة ... فإنها ترمز إلى التنقل .. الحركة، الحرية، الوصول للهدف .. أما الصخرة فتعطينا معنى الجاذبية الأرضية، رحلة روحانية .. أما الجبل فيمثل سنوات من القمة .. الصعود إلى القمة ... تحريك الجبال ...

مفتاح الرمز يعكس مشكلة الإنسان ربما تظهر في صورته بأوضاع ومقاسات مختلفة

هذه الصورة تحديدا تحتوي على بعض الرقائق ... صخرة (خلف ظهر (اليكس)) وجبل - 3 أنواع من الرموز من نفس الرموز الكونية .

قمنا بمراجعة سلوك (اليكس) وجدنا أنه هناك مسافة بين رؤيته الذاتية وبين الطريقة التي يدري بها مؤسسة وأضف على ذلك أن هناك فرق واضح في اتصالاته .. عند إيصاله أفكارا إلى مدراءه أو إلى موظفيه لقد تم تعيين (اليكس) وقد أوكل إليه مهامًا كثيرة ربما أكبر من تحمله ... (مثل تلك الصخرة في الصورة) لم يكن لديه الوقت الكافي لإيجاد حلول مبتكرة وقد وصل

إلى طريق مسدود في علاقاته على صعيد حياته الخاصة وعلى علاقته بموظفيه (مثل رأيناها في الصورة السيارة) .

ولكي نصل إلى أفضل توصيف وأفضل الحلول والنتائج، اخترت حكمة (لكونفوشيوس) (من المختارات) ... (لكي يحرك الإنسان جبلا، عليه أن يبدأ أولاً بحمل حجرة صغيرة) أما بالنسبة لـ (اليكس) الذي لم يجد الكلمات لتوصيف وفهم صراعاته الداخلية كانت هذه بمثابة لحظة مكاشفة .. ولأول مرة في حياته ... استطاع أن يضع يده ويرى أفكاره محفورة في صورة من اختياره .. مما لم يكن هناك حاجة للمزيد من الكلمات (اليكس) فهم .

في نفس هذا الأسبوع أخذ (اليكس) يوماً أجازته ... وقام بتخصيص وقتاً للتخطيط والتأمل ... بعد لقاءنا بفترة قصيرة .. أرسل لي خطة مفصلة ومبهرة لخطوات تطور شخصية على المستوى الشخصي والمهني .

وقد قرر (اليكس) أن يحرك الجبال : وقد بدأ بالحجارة الصغيرة وخصص وقتاً للتعلم الخاص والتفكير عاد لممارسة رياضة الكاراتيه ... وأبحر وتبحر في تعلم علم تفاصيل الشخصية الداخلية والاتصالات من خلال الصور .

وفي آخر مرة تقابلنا فيها .. أخبرني (اليكس) عن التغيير الكبير والهائل في حياته الشخصية والمهنية ... وقال لي أيضاً أنه قام بشكل دوري واعتيادي بأساليب استخدام وجمع المعلومات .

واليوم أصبح (اليكس) محاضراً دولياً ذا خبرة .

الشفرة المرئية - أدوات السرية لجمع وتحليل المعلومات من الصور :

الأداة التي ستقرأ عنها الآن هي (الكأس المقدس) لجمع وتحليل المعلومات في العالم المرئي - صور ولقطات .

وباستخدامها لا يمنحك فقط القدرة على تحليل منافسيك في العمل من خلال الصور والرسائل التي يرسلونها ... ولكن للتحضير لاختيار موظفين جدد وربما تجد شريكة حياتك .

وهذه الأداة ... صممت لتكون أداة بحث .. البداية بإطار الصورة . ثم بعدها البيانات الدقيقة التي تظهر في الصورة (حروف - الأشياء - الزوايا - الإضاءة الخ) . ترجمة ما نراه (ماذا يعني كل رمز لكل عنصر) .

البيانات الوصفية (معلومات عن محتوى الصورة، وظروف تصويرها - المصور) ثم تنتهي بالنتائج .

وإليك بعض الشرح والتفاصيل عن كيفية استخدام هذه الأداة

الشرح:

- هل اضافة المصور شرح أو وصف للصورة ؟ مثال (خروج موظفي ميكروسوفت للتنزه) .
- ماذا يخبرك شرح الصورة ؟
- قم بتدوين أي نقاط غير واضحة في شرح الصورة (إن وجد) وحاول أن تفهم ما المقصود .
- هل تعلم تاريخ تصوير هذه الصورة ؟ هل التاريخ هنا مهم ؟
مثال : الرابع من يوليو - يوم الاستقلال في أمريكا .
- جمع البيانات - ماذا يمكن أن ترى ؟

قم بوصف أكبر كم من التفاصيل حسب قدرتك :

- الشخصيات : عدد الأشخاص في الصورة، أعمارهم، نوع وأشكال ملابسهم، تعبيراتهم، سلوكياتهم، العلاقة بينهم (أزواج - زملاء عمل - أصدقاء) وكيف قام المصور بالتحكم في طريقة وقوفهم (الحجم - الإضاءة - الوضع) .
- صور وشهادات : ماذا يوجد في خلفية الصورة وماذا يمكن أن تقول هذه الحقيقة لنا ؟
- عناصر : الحجم والشكل، المعنى، الرمزية، الاستخدام، والعلاقة بين العناصر .
- المباني : الحجم، الشكل، الخامات، النوع، التصميم، التوظيف للعنصر (مكتب، منزل، فندق)
- الحيوانات والأزهار (النباتات) : الكمية، نوع الطلب، المؤسسة، وضعها في الإطار .
- الزاوية : زاوية التصوير، وجهة النزر، زاوية الكاميرا، المسافة من المصور، حدود الإطار (ماذا داخل وماذا خارج الإطار) .
- حدة اللون والتناغم : أي جزء من الصورة يظهر بوضوح في العدسة ؟ هذه هي العناصر التي عادة ما يرغب المصور في التأكيد عليها .
- تفاصيل التبديل في الإطار : الألوان، الإضاءة، المعنى الظاهري.
- لحظة التقاط الصورة : هل التقطت مع الحركة أم مع الثبات ؟
- أشكال : هل تستطيع أن ترى أي أشكال هندسية أو طبيعية ؟
- طرق الإضاءة : هل الإضاءة طبيعية أم صناعية ؟ (شمس، قمر، مصباح كهربائي، فلاش، شموع)

النتائج - ما هي أفكارك ؟

- ما تم التقاط حقيقة وحيًا في الصورة ؟
- ما هي النظرة والقيمة المتخيلة في الصورة ؟
- ماذا يمكن هذه الصورة أن تشعرك به ؟

جمع معلومات من أجل تعيين موظفين جدد - دراسة حالة

وصلت إلى رسالة مكتوبة قرأتها (أنا في إسرائيل وهل لي أن أقابلك الليلة؟) سمع (جون) عن الأدوات التي استخدمها وقرر إجراء اختبار لهذه الأدوات ومدى تأثيرها في إدارة التوظيف . أرسل لي صورة لرجل يدعى (روبرت) والذي ينوي توظيفه (مدير تسويق) في أمريكا الشمالية، وهذا المنصب يتطلب إبداعا والتفكير خارج الصندوق .

في الصورة يجلس (روبرت) في مكتب ينظر مباشرة إلى الكاميرا ورأسه يميل قليلا لليساار ويمسك بقبضة يده على لا بتوب (ماك برو) وفي يده الأخرى المرفوعة بها .. جهاز تليفون محمول (آي فون) .

ويرتدي قميص مخطط موديل قديم، ويبدو أنه مهذب ... بشوش أبوي ... ولغته الجسدية تشير إلى أنه خجول ولا يشعر بالراحة أمام الكاميرا .

الإمساك والتأكيد على أجهزته الالكترونية في يده ... يعني وجود نقص أو خلل أو مشكلة في مهاراته الوظيفية في التسويق .

لذا بدا لي أن (روبرت) شخصية مقبولة ومن النوع الذي يقبله الجميع والإبداع المطلوب في الوظيفة لم يمثل نقطة قوة عنده ...

البيانات والمعلومات في الصورة كانت مميزة وواضحة ... لكنني أردت الذهاب أبعد من هذا وأعمق وبسهولة تمكنت من إيجاد صفحته على الفيس بوك ولينكرات ... الصورة في حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي هي نفس الصورة الموضوعية في سيرته الذاتية ... تدل على الجمود ونقص في

- اتجاه الضوء : الضوء يحدد الاتجاه العام ... انتبه للتناغم بين مناطق الضوء - الظلام والخيال ... لأنه مؤشر يحدد موعد التقاط الصورة .
- خارج الإطار : هل تستطيع تخيل ماذا يحدث خارج إطار الصورة ؟
- العلاقة بين الصورة والإطار : بنظرة سريعة لشيء ما خلف الإطار .. ربما تجد خطوط تشير إلى إطار الصورة أو أجواء مقتطعة داخل الإطار وجزء خارج الإطار .. الخ .
- عناصر مسيطرة : ماذا يرتسم في خيالك ؟ اغلق عينيك وافتحها ثانية وانظر إلى الصورة ... ما هو أول شيء يسترعي انتباهك ؟ هذا التمرين ممكن أن يدهشنا يقودنا لفهم أن مشاهدة الأشياء ليست فقط النقطة التي تقع عليها عينك ربما يتغير معنى الصورة عند إعادة فتح وغلق أعيننا .

الترجمة أو التفسير - ماذا تعني ؟

- كشف وفهم الرسائل والمعنى وراءها .
- رموز معلومة .
- علامات ثقافية واجتماعية .
- ماذا يفعل الأشخاص .
- بماذا يشعر الأشخاص .
- العلاقة بين الشخصيات .
- أجواء التصوير .

البيانات الوصفية - ما هي معلوماتك الخارجية من الصورة ؟

- الحدث أو المناسبة التي التقطت فيها الصورة - لمقالة - عنوان -
- لحدث ما (انتخابات، مؤتمر، إجازة سنوية)
- معلومات سابقة عن المصور وملابس التقاط الصور .

الفصل الخامس مع الانطباع الأول ليس هناك فرصة ثانية



الإبداع وكانت صفحته على الفيس بوك مليئة بصور أعياد الميلاد عائلته وصور أخرى له مع زوجته وهذه شواهد أخرى على طريقتة المحافظة (أنه لا يليق بوظيفة مدير تسويق) هكذا صرحت ... (لكن على أية حال أنت تبحث عن مدير مكتب .. صح ؟) .

أجاب (جون) : نعم .

أجبتة وبشكل حاسم : أنه الرجل المناسب .

هذه كانت واحدة من الحالات التي يستطيع الكثيرون الاستفادة منها فالرجل الذي في الصورة ربما يعاني كثيرا لتحقيق تحدي الإبداع في التسويق لأي منتج جديد .. وفرص نجاحه صارت ضئيلة .

على أي حال هو يستطيع أن يؤدي في منصب آخر كمدير للمكتب .. والذي يستطيع أن يخلق جو من العمل المثالي ...

أخيرا قام (جون) بتعيين (روبرت) كمدير لمكتبه وصار الجميع رابجا ... ربح (جون) مدير لمكتبه مناسب للغاية وكذلك (روبرت) وجد وظيفة تناسب قدراته استطاع (روبرت) أن يكون مديرا للمكتب في أمريكا الشمالية لثلاث سنوات حتى الآن ...

ولنلخص ذلك .. تنفق الشركات الجهد والوقت لاختيار موظفيها وأحيانا إذا تصفحنا حساباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي نجد معلومات هامة وكثيرة تساعدنا في فهم مهاراتهم وإمكانياتهم .

اجتماع بملابس النوم (بيجاما) :

هل تخيلت ذات مرة أن تحضر اجتماع عمل دون أن تقوم بحلاقة ذقنك ومرتديا ملابس قديمة أو بيجاما للنوم ؟ اعتقد أنك لن تقدم على فعل هذا .

الصورة الرديئة أو السنينة على حساباتك ليست ملفقة أو من نسج الخيال ... يراها الجميع كل يوم على مواقع التواصل الاجتماعي .

عندما نذهب لحضور اجتماع هام في عالم الأعمال مفاده ما نحب أن نظهر في أبهى صورة .. ارتدي ملابس مناسبة وكن مستعدا

وهذا الاجتماع عادة ما يعقد مع مجموعة أو مع فرد واحد ... والسؤال هنا لما لا نستفيد جيدا عند مقابلة الآلاف على الانترنت ؟

لماذا تقوم برفع صورة دون أن تقوم بمراجعتها جيدا وتفحصها ... مدركا أهمية الصور وما تحمله من رسائل ؟

في الغالب يختار الناس من صورهم الأفضل لوضعها في المعارض أو رفعها على الانترنت الصورة السيئة ... غير المعبرة حقيقة عنك تفشل أن تكون في صالحك .. بل ربما تكون ضدك وتعمل في الاتجاه المعاكس وتؤذيك وتفوت عليك الفرص التي يمكن انتظرتها وممكن أن تستفيد منها .

عندما يتقابل الناس أما مقابلة حقيقية أو في العالم الافتراضي (الانترنت) هناك دائما رسائل متبادلة تشكل وتكون الانطباع الأول وهذا الانطباع لا يصل عن طريق الكلمات ... بل من شفرات لا محسوسة ولا مسموعة .

أثناء انعقاد الاجتماع نقوم بالبحث عن أمرين هاميين بما يخص الشخص الجالس أمامنا ... القدرة والتحمل ... نحاول أن نجد هذه المهارات التي تكون مفيدة لنا .

اختيار صورة البروفايل



تمهل قبل أن تقوم باختيار صورة بروفايلك

اختيار ونشر صورة البروفايل هو عمل يومي روتيني خاص وجزء من حياتنا الشخصية والمهنية ... ويفشل الكثير من رجال الأعمال إدراك أهمية هذا الأمر. وخلال الاجتماعات ... دائما تصل إلى مسامعي (نحن لدينا أفضل المنتجات، خدمة رائعة، وجودة منتجاتنا تتحدث عن نفسها) .

(عظيم) أجيبي : (لكنكم لستم الوحيدون في هذا المجال) .

- عندما نتقابل وجها لوجه ممكن أن نتبادل معلومات دون تحديد أو نطق مثل تعبيرات الوجه، نبرة الصوت، الوضع الجسدي، الملابس، نظرة العين، التفاصيل الجسدية .
- هذه المؤشرات تتيح لنا أن نرى ونقيم النوايا والدوافع أن تستشعر هل هم في حالة هدوء أم عصبية ... هل منجذبين لنا أم في حالة تدمر هذا بالإضافة إلى درجة اهتمامهم وتجاوبهم مع الحوار .
- أما في حالة المقابلة الافتراضية فإنه من المحال الاعتماد على التواصل بدون لغة أو كلام ... لكي تتمكن من فهم الشخص الآخر ...
- لذلك يكون الانطباع الأول مبنيا على رسائل من صورتك على حساباتك وأي صور أخرى إضافية المقابلة الافتراضية تكون قصيرة المدة عادة ولا تتعدى مدتها بضعة ثواني، وفي خلال هذه المدة القصيرة .. عليك أن تترك انطبعا جيدا عن نفسك وأن تجبر المشاهدين لصفحاتك المكوث فترة أطول . وقد أظهرت الأبحاث أن الناس عندما يشاهدون صور الحسابات (بروفايل) لأول مرة يكونون رأيا عن هذا الشخص في أقل من ثانية .
- لذلك، في صورة حساباتك (بروفايل) عليك الاستعداد جيدا وكأنك في اجتماع مع متابعين الصورة ومشاهديها
- الاختلاف الوحيد هو أنك مطالب بالاستعداد الجيد قبل كل اجتماع عمل بينما في الاجتماع الافتراضي أنك تستعد مرة واحدة في جميع المقابلات الافتراضية .

الصورة التي غيرت الحملة



رئيس الوزراء الكندي (جاستين ترودو) يستعرض مهاراته في عمل يوجا الطاوس

(نشرت الصورة الأصلية بالألوان)

كيف يتسنى لصورة واحدة من أن تغير حملة انتخابية بالكامل ؟

من الممكن أن يكون المظهر خادعا ... وربما يقودك إلى وصف شخص ما بصفات ليست في الغالب فيه رئيس الوزراء الكندي (جاستين ترودو) صغير السن، طويل القامة، ويتسم بصفات القائد .

(ترودو) هو ابن رئيس وزراء كندا السابق (بيير ترودو) .. وقد فاجأ الجميع عندما فاز في انتخابات أكتوبر 2015، وقد اتسمت حملته بالتركيز والتفاؤل وقد هاجمه خصومه السياسيين بشدة، مدعين أنه (غير كفء) لهذا المنصب وأن أهم خبراته تتلخص في رأسه المليئة بالشعر وليس العلم والخبرة الكافية .

في ظل هذا العالم المتنافس ... عليك أن تختار أفضل صورة لإرسال رسائلك بالمعنى السليم الذي يعبر عن أعمالك ... وبهذا تستطيع أن تتفوق على المنافس . استخدام الوسائل المصورة في الإعلان على الانترنت له أهمية قصوى . فالإنترنت يعد وسيط مرئي والصورة الجذابة هي أفضل الطرق لنسج قصة أو الاستحواذ على انتباه القارئ .

ضع في الاعتبار إذا سمحت : يجب أن تأخذ في عنايتك عند وضع أي صور على الانترنت أن تحصل على تصريح من المصور أو مالكي حقوق السلعة . استخدام صور الآخرين بدون تصريح ليس فقط خطأ جسيم لكنه مخالف للقانون (حقوق الملكية الفكرية) .

هل يوجد هناك صورة بروفایل نموذجية ؟ حسب خبراتي ... العناصر المختلفة للصورة لها تأثير عاطفة المشاهد واتجاهات العامة من الناس . الصورة الجيدة والصحيحة لها تأثير مباشر على العملاء وقراراتهم للشراء أم لا .

وكذلك تحدد تتبعهم لصفحاتك وإظهار الولاء والانتماء كعملاء .

صورة البروفايل لديك يجب أن تجعل المساعد أن يؤمن بك وأن يبدي الرغبة في التعامل معك في أعمالك قبل أن تختار أن تستخدم صورة مما لديك من قبل أو أن تقوم بالتقاط صورة جديدة ... يجب عليك أن تدرك أين سوف تضع هذه الصورة أي تطبيق أو منصة .

فغالبا الصورة التي تصلح لـ لينكران غير الصورة للـ فيس بوك أو انستجرام قم بالتحضير جيدا : دون الجمل والرسائل التي تريد إرسالها للعملاء عن أعمالك فهمك للرسالة هو ما يحدد الصورة الجيدة التي تصلح .

وهذا الشرح التاريخي أضعف منافسيه والذين يأخذون عليه ويدعون أن صغر سنه لا يوحى بأي خبرة على الإطلاق .



هل هناك من شيء لا يستطيع هذا الرجل فعله ؟

رئيس الوزراء الكندي السابق : (بيير ترودو) أغسطس، 1970 عام واحد قبل أن يولد نجله (جاستين)

ماذا يحدث هنا حقيقة ؟

ثم إرساء وتثبيت رسالة (جاستين ترودو) أنه سوف يحارب من أجل كندا . ويات راسخا في عقول المتابعين أنه كما يقتل الطاووس الثعبان لينقذ الإنسان فإن (ترودو) سوف يدافع عن كندا ضد الشيطان ... وقد رسخت هذه الفكرة أسطورية الأب .

وكما ذكرنا سابقا ... أن كل صورة تكشف عن محتوى رسالة .

صورة (ترودو) كشفت العديد من الطبقات التي ممكن أن نكتشفها داخل كل صورة حيث هي نتائج راسخة لمعتقدات وقواعد والتي تمتد جذورها عبر آلاف السنين .

الصورة التي غيرت كل شيء :

صورة قديمة أعيد نشرها عبر تويتر من مدرب يوجا يدعى (دافيد جيلينو) ولكن هذه المرة بالأبيض والأسود (الصورة الأصلية كانت ملونة والتقطت أو نشرت بواسطة (ترودو) في العام 2013) كل شيء تغير . في الصورة نرى (ترودو) يظهر باتزان كامل على المكتب مستندا على يديه، وهذا استعراض لحركة من حركات اليوجا تسمى (عرض الطاووس) أو (مايورازانا) .

ومع سرعة انتشار الصورة ... ساهمت في تغير النغمة تجاه (جاستين ترودو) وتضعه في دائرة ضوء مختلفة .

لماذا هذه الصورة تحديداً من بين الصور هل نجحت في خلق موجات جديدة ؟

إليك بعض المعلومات والبيانات التي تلقي الضوء وتعلل سبب قوة الصورة: من الناحية الجسمانية : فإن حركة اليوجا هذه تعد حركة صعبة للغاية وتتطلب مرونة بدنية وتدريبات ... وتعكس الإجابة التامة والقدرة على السيطرة. أما من الناحية الرمزية : فإنه طبقا للتعاليم الهندوسية، فإن الطاووس يمثل القوة والتحكم وأيضاً الحب والإخلاص، وهذا هو الوضع التقليدي للطاووس عند مهاجمته للثعابين (التي تمثل الشيطان .. والضعف الإنساني) .

أما من الناحية العاطفية : فإن هذه الحركة تشير إلى أنها تبدو وراثية أي أن (جاستين ترودو) ورث هذا عن أبيه (بيير ترودو) رئيس وزراء كندا السابق حيث أنه تذكير وامتداد لهوية الأب الكندية في العصر الحديث وأن الأب قام بنفس الحركة من قبل حيث تم تصويره يستعرض حركة الطاووس ربط (جاستين ترودو) نفسه بالتاريخ الكندي من خلال والده والرسالة الرمزية تقول (أنا انتمي لطاوور المحاربين، أنا لست من هؤلاء الشباب الجدد الذين ليس لديهم احترام لتاريخهم القديم) .



الرسائل في هذه الصورة :

الرسائل المعلنة : الهيمنة، القوة، قدرة جسدية مبهرة

الرسائل المخفية :

- الصورة بالأبيض والأسود تعيد إليكم ذكريات الماضي . عندما كنا نرى صور رؤساء الوزراء في مكاتبهم ... وقد اتخذت لوالد (ترودو) صورة في نفس الوضع .
- التبجيل والتقدير للماضي لكن مع الاختلاف صورة الأب في الخارج بينما الابن داخل المبنى .
- الكبار والصغار كلاهما يبتسم في الصورة وهذا يعكس على الصلات والتواصل بين الأجيال .
- أقدام (ترودو) تحجب الرؤية عن وجه مسن ... ربما رجل ... ويرمز هذا في عقل المشاهد كاستعارة مكنية عن حزب المحافظين المعارض لـ (ترودو) .
- السؤال هنا يأتي من الصورة والتي تمثل الرسالة الرئيسية : هل هناك ثمة شيء لا يستطيع هذا الرجل أن يفعله ؟

التغيير البسيط الذي يحدث فارق كبير :

عندما تم نشر هذه الصورة في الماضي ... لم تحرك الكثير من موجات الرأي كم حدث عندما نشرت أثناء الحملة الانتخابية .. لماذا ؟
بغض النظر عن التوقيت هناك عنصر أساسي يساهم في إيصال الرسالة بوضوح ومن أكثر الطرق تأثيرا: عندما نشرت الصورة في المرة الثانية كانت بالأبيض والأسود تعكس العلاقة مع الماضي، النضج، الخبرة، الجودة (عادة ما ينظر الناس لصور الأبيض والأسود أنها صور فنية) .

رسائل مخفية : الصغار والكبار يبتسمون التواصل الطبيعي بين الأجيال

رسائل معلنة : القوة، الهيمنة، قدرات بدنية غير عادية

رجل مسن بوجه مغطي يمثل المحافظين المعارضين يظهر خارج الصورة

يستطيع جميع المشاهدين رؤية الرسائل المخفية والرسائل المعلنة عبر (جاستين ترودو) بحكمة عن هويته باستخدام الصورة المناسبة ... اسكت معارضيه وقد ظهر قوة هويته الوطنية من خلالها وقد تفاعل الجميع معها .
وابدوا احترامهم لماضيه العام والخاص .

ابنه (جاستين ترودو) وصف نفسه بأنه امتداد لنجاح والده ويقوم بإرسال رسائله عبر معاني مرئية .

بعد أن فاز في الانتخابات التزم (جاستين ترودو) بكلمته واستمر في آماله وتطلعاته التي كانت مصاحبة له في الحملة ... كجزء من معتقداته في صورته بعد أن أصبح رئيس وزراء كندا ... يظهر مع مؤيديه



(جاستين ترودو) أول رئيس وزراء كندي يشارك في مهرجان العروسة، تورنتو 2016 ليست كما جرت العادة، تحمل المفاجآت غير المتوقعة (ترودو) سيستمر في قيادة كندا كرئيس للوزراء لسنوات عديدة .



الأب (أسفل)، الابن (أعلى) يؤدون حركة الطاووس

(بيير ترودو) كان واحدا من أكثر رؤساء الوزراء شعبية على مر الزمن ومن أهم إنجازاته هو أنه تبنى بشكل رسمي مبادئ تعدد الثقافات في عام 1971 بالنيابة عن كندا، والتي كانت أول دولة تقوم بذلك ... كما قام أيضًا بإنشاء خريطة للحقوق والحريات ... وأيضًا قام بتوطين الدستور الكندي عام 1982

القواعد العشرة الذهبية لصورة بروفایل ناجحة



- 1 - اختر صورة لك : لا تستخدم صورة طفل، حيوان، أو أي صورة تجدها على الانترنت أو صورة لبطاقة هويتك الصورة يجب أن تكون حديثة .. التقطت في آخر عامان .
- 2 - لا تستخدم شعار تجاري : كبديل للصورة، فالناس يرغبون في رؤية صورة الشخص المالك لتلك الأعمال .
- 3 - انظر إلى الكاميرا وتواصل بعينك : الناس الذين ينظرون إلى أعين بعضهم عادة ما يكونون يقظون أو منتبهون . بينما الناس الذين يخفون أعينهم خلف نظارات شمسية، أو شعرهم، أو مناطق ظل، أو قبعة ... فإنهم يكونون أقل تحقيقاً للشعبية من الذين يكشفون وجوههم بوضوح . وهذا يحدث بالضبط عند النظر في صورة أحدهم .
- 4 - لا تفتح عينك كثيراً : فهذا يعطي انطباع أنك خائف أو متردد .
- 5 - عندما تبتسم ... أظهر أسنانك : الابتسامة مع الفم المغلق يحيطها الغموض أما الابتسامة مع ظهور بعض الأسنان فتوحي ... بالتطلع والصحة والسعادة والسهولة في التعامل فأنا اقترح على العملاء بالقيام بالتمرين على الابتسام لعدة دقائق قبل التصوير أو عقد اجتماع مهم .
- 6 - فم بالميل إلى الجانب قليلاً: الخط المظلل بجوار الفك يخلق إحساس لطيف مثل وقوفك بزواوية ميل بدلاً من الوقوف الأمامي المباشر .
- 7 - الظهور بزي رسمي مؤثر للغاية : الملابس المقترحة للرجال والنساء تكون في قميص بأزرار بلون فاتح وفوق جاكيت غامق ... فهذه الملابس أثبتت أنها مؤثرة أكثر من الملابس الخفيفة أو حتى التي تواكب الموضة.
- 8 - رأسك واكتشافك في الإطار : (من منطقة الوسط إلى أعلى) فالصور التي تركز على الوجه فقط أو تصوير الجسم بالكامل فهي صورة تصنف ضعيفة .

9 - إضاءة دافئة : استخدم الإضاءة الدافئة (الإضاءة الصفراء) للصور ..
فهذا اللون له تأثير عاطفي على المشاهد للصورة ... أما الخلفية فيجب
أن تكون فاتحة اللون ... لأنها لها صدى جيد في شبكات الأعمال .

10 - تجنب الإزعاج : حاول أن تتجنب الصورة الغامقة جدا أو الملونة جدا لقل
من استخدامك للفوتوشوب والفلتر ... لا تستخدم أي صورة متجزأة أو
مقطوعة من صورة أخرى ربما يفهم البعض هذا أنه نوع من العنف .

ما يجب فعله وتجنبه في صورة البروفايل



ربما تبدوا كأجمل طفلة في العالم لكنها بالتأكيد ليست أنت



من هذا الذي يتخفى وراء نظارة شمسية ؟
عملائك يرغبون أن يشاهدوا من أنت .



ملابس عمل رسمية تترك أسرع انطباع



ابتسامة مع ظهور بعض الأسنان وميل بسيط للجانب تصبح الصورة
أجمل للمتلقي



خلفية الصورة للمهنيين، الغامق أو كثر الألوان في الخلفية مناسبة للممثلين



نجم لا يهتم باختيار صورة البروفايل لديه



أحيانا الصورة الصحيحة تثبت المعنى والرسالة (أنا لست في خطر) أنا في خطر (قبعة والتر وايت) الشهيرة علامة مسجلة في فيلم (محطم للغاية) على أي حال ... حتى في هذه الحالة ... كل قاعدة لها استثناء ... نشر الصورة المناسبة يعتمد على وظيفة كل منا، فمثلا فأنا أرحب أن يستخدم الممثلين خلفية غامقة أو ملونة للغاية ... أما المهنيون الذين يتطلب عملهم عمل بدني مثل الفني أو الكهربائي ... من الأفضل التخلي عن البدلة وارتداء زي عليه شعار الشركة .

بينما أن تتبع القواعد .. ربما ساعد ذلك في إرسال رسالة واضحة، والبعض يقول أن فهم الإنسان للصور له استخدامات كثيرة وهذه هي إحدى الظواهر في عالم الانترنت لكن إذا طبقت القواعد كصاحب عمل تستطيع أن تحسن الصورة الذهنية لعملك .

عند الانتهاء من نشر الصورة يأتيك رد فعل العامة بعض ساعات وذلك مؤشرا لتعلم هل الرسالة وصلت للجميع أم لا .

قيامك بتغيير صورة بروفائلك أكثر من مرة يعتمد على المنصة التي تنشر عليها صورك .. في منصات الأعمال مثل لينكران .. فعليك تحديث الصورة كل عامان وهذا يعطي إحساس بالأمان والثقة لمتابعيك .. وعلى الجانب الآخر .. فالصور التي لم يتم تحديثها لسنوات عديدة تعطي انطباع عن نقص في المصداقية وتوحي بأنك بعيدا عن التطور الزمني ... على منصات الفيس بوك وواتس آب .. فلك أن تغير الصورة بشكل متكرر ولكن لا تقم بتغييرها أكثر من اللازم ... حتى لا يصاب مشاهدي الصور بالضجر والملل .

ولكي ترتقي بأعمالك وتزيد من المبيعات فيجب أن تنظر إلى مواقع التواصل الاجتماعي على أنها فرصة لفتح متجر دائم ... يفتح أبوابه 24/7 .

بلا وقت محدد للإغلاق .. دون أي التزام ... ولكي يكون هذا المتجر ناجحا ومربحا التزم بالقواعد التي تحددها المنصة وكن متمكن من اللغة البصرية الصورة الجيدة والمناسبة للبروفائيل ... بجانب بعض الصور الأخرى التي تساهم في إيصال المعنى بشكل يدعو للثقة والالتزام . فيقوم هذا بنفس عمل مندوب المبيعات لديك . استخدام الصور بشكل صحيح يعني الفرق بين العمل الناجح والفاشل وفي النهاية تذكر مع الانطباع الأول لا يوجد هناك فرصة ثانية .

التعددية المقنعة وكيف تعمل لصالحك ؟



كلمة شخص (person) تأتي من الكلمة اللاتينية (phersu) وهي تعني (قناع) وقد كان هذا المفهوم القديم أن الشخص ما هو إلا قناع أو مجموعة أقنعة التفاعل الحقيقي يتطلب أقنعة مختلفة .

حيث من الصعب عليك التواصل مع الآخرين في الحياة دون أن ترتدي قناع مختلف كل مرة .

دروس ديباك (ديباك كوبرا - كاتب هندي أمريكي - طبيب ساهم في الحركة العالمية الجديدة)

في ديسمبر من عام 2007، سنحت لي الفرصة للمشاركة في مؤتمر عن الدمج بين القيادة الفاعلة والروحانيات .. ومن فوق المنصة وبشكل ساحر ربط بين الحياة العلمية والروحانية حيث وقف (ديباك كوبرا) .

وجسست متلهفا مع الحاضرين وقد كانت هي المرة الأولى لي لأحصل على فرصة تنظيم وجمع الأجزاء المختلفة من أفكاره والتي كانت من قبل مبعثرة .

وفي خلال وقت الاستراحة، وقفت بعيدا في مكان مظلم بعض الشيء من قاعة المؤتمر ... وللحقيقة فإن السيد (كوبرا) الذي كان متخوفا ومترددًا من الحضور والتحدث، وقد وقف خلفي في نفس ذلك الوقت ... كلامنا وقف هنا في حالة صمت ... فقط نراقب التجمع والزحام (المدرسين) ... بدأت كلامي بتردد (أنا محمل بكم من التشوق والمعلومات التي لا أستطيع حبسها داخلي) (هل لك أن تمدني ببعض الجمل والنصائح ... لكيفية بدأ وتنظيم المعلومات داخلي؟) نظر إلى عيني مباشرة وأجاب بهدوء : (ماذا قدمت لهذا الرجل ؟)

ونظر بعينيته تجاه رجل هزيل ذو لحية ونظارة طبية ... والذي كان يسير نحونا . كنت أشعر بالراحة وسعيد بهذه الألفة غير المتوقعة التي تشكلت بالحديث مع السيد (كوبرا) .

وقد قمت بتحليل لغته الجسدية، نواياه، ودوافعه، وتبادلت أفكاره عنه حيث كنت ملئ بالتجارب المعرفية (هل أنت متأكد أنها حقيقة ؟) . سؤاله هذا قويض حماسي (أنت تستطيع فقط أن ترى واحدا من أقنعتة اللامحدودة) أضاف (أنت أيضًا لديك الكثير من الأقنعة ... ضع كل قناع في مكانه وتعلم كيف تعيش بهم في سلام وتناغم) .

فهمت أنا أستطيع أن أرى جزء من الصورة

في صباح اليوم التالي، قمت بإلقاء محاضرة على الحاضرين من المدراء التنفيذيين عن أهمية لغة الجسد في الصورة ... حيث كنت ملهما بالليلة الماضية

وقد قمت بتغيير ترتيب محاضرتي ... وقمت بتنزيل بعض الصور من الفيس بوك لبعض المشاركين ... في ساعة قبل المحاضرة أي قبل أن تبدأ مباشرة ... وفي أثناء المقدمة ... تقدمت بسؤال إلى (مايكل) أحد المدراء التنفيذيين الحاضرين والجالس في الصف الأول ... وطلبت منه الوقوف وسألته (إن كان هو منتبه لما يرسله من معنى عبر صورة ؟ .. شعر ببعض الاضطراب من سؤالي وأجاب (نعم، أنا أرسل معنى الاهتمام والقيم الأسرية) ثم نظرت إلى الحاضرين ونقلت إليهم السؤال (ماذا تظنون في المعاني أو الرسائل الخاصة بمايكل ؟) وكانت الإجابات كالتالي : قوية مسيطرة ... وفي نهاية المحاضرة عرضت عليهم صورة قد قمت بتحميلها .

والذي يبدو فيها (مايكل) طافيا فوق الماء وتقوم امرأة بمساعدته وعندها سألت الحاضرين ... ماذا فهمتم من الصورة وما الرسالة ورائها .. حيث لم يتعرف الحاضرون على الصورة أنها صورة صديقهم (مايكل) في المياه وجاءت الإجابة : (الضعف الانحلال ... مقدمة لشيء ما) .



ضعف، انحلال، مقدمة لشيء ما أم هي القوة ؟

الاجتماعي وقد كان محتدا للغاية وأضاف (لن اتعامل مع الفيس بوك) سألته عن السبب ... أجب (هل رأيت أبداً شخصاً حزينا على الفيس بوك ؟) فسألته بدوري : (هل رأيت أبداً شخصاً حزينا في الإعلانات) .

وبنظرة سريعة متفحصة على البروفايل الخاص به على لينكران وفيس بوك استطعت أن الحظ هويته الخاصة بالعمل على الانترنت تفتقد للتماسك والتوحد . حيث أنه قام بالخلط بين حياته الشخصية والمهنية ..

حيث نشر على صفحته الخاصة بالعمل والشركة صورة خاصة وهو في عطلة نهاية الأسبوع . والأكثر من هذا، أن موظفيه قاموا بنشر صوراً ليس لها علاقة بالعمل والتي أدت إلى تحطيم المعنى والرسالة التي يؤمن بها ويريد إيصالها للعملاء .

وفي خلال اجتماعنا هذا استطاع أن يحدد بعض الجمل التي يمكن أن يستخدمها لنجاح أعماله والرسائل المفترض إرسالها للعملاء (ماركات أقل، سعر مناسب، متاجر محلية وقريبة، خدمة ممتازة) (هذا هو) أحبته

هذه هي الرسالة المفقودة من على صفحتك على الانترنت (أنا متأكد أن إمكانياتك وقدراتك قد تركزت في عمل حقيقي وفي متاجرك لكن ما حدث أنه لم يتطرق أحداً إلى أهمية تلك الرسائل على صفحتك الخاصة بالعمل على الانترنت.....

وبعد عدة أيام وخلال اجتماع مع الموظفين في العمل من أجل تعزيز وتقوية ما يراود بثه وما يراود إيصاله من معاني ورسائل للعملاء

طلب (داني) من موظفيه وبناءً على معتقداته أن ينشروا صوراً مدعومة بقصص حقيقية على الخدمة المميزة التي تقدمها متاجره ... وتشجيع الزبائن على كتابة تعليقاتهم .

(حسنا) قلت معقبا ... بعد أن شرحت للحاضرين أنها مجرد صورة لـ (مايكل) في مياه المسبح ... (من هو حقاً ؟) ... رجل أسرى يبدي اهتمام بعائلته، أم رجل قوي ذو شخصية، أم أنه شخص ضعيف .. فتعاد ..؟

وقد فهم الحاضرين ما قصدت قوله ... وأنا استوعبت الدرس منذ البارحة أن كل إنسان لديه أقنعة متعددة لشخصيته حسب ما يحتاجه الموقف . وعادة ما يكون لدى الناس بعض الصعوبة في فهم تعددية الأقنعة ... حيث أنه من الأسهل أن تشاهد (مايكل) كـ محامي أو طيار وتفعل وتفهم مثل الجميع .

فإنه من الصعب أن تفهم أن (مايكل) مع كل الأقنعة في الوقت ذاته هو يعمل طيار، أب لأسرة، رجل أعمال، صديق، منافس، رياضي وغيره فنحن بداخلنا نحمل أكثر من شخصية وأكثر من هوية فمواقع التواصل الاجتماعي منحتنا الفرصة لنعبر عن كل هذه الشخصيات المختلفة بداخلنا .



نفس الشخص، أقنعة كثيرة

خلط ومزج الهويات على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة حالة

أثناء اجتماعي به في مقر عمله (داني) رجل أعمال وريادي ... أخبرني أن سلسلة معارض تصارع البقاء في مواجهة (ايباي - على اكسبريس) واللذان يتحلمان في السوق .. وأضاف بغضب موجها السباب إلى مواقع التواصل

ودائمًا اختبر هل الصورة أوصلت المعنى المطلوب والرسالة الصحيحة إلى العملاء . وتذكر دائمًا أن شخصيتك الحقيقية وشخصية رجل الأعمال ليست متساويان . فكل شخصية ترتدي قناع خاص به .

وضع القناع الملائم - دراسة حالة

اعتدت أن أقدم المشورة لشركة كبيرة تعمل في مجال التكنولوجيا المتقدمة . من أجل جمع المعلومات ... اجتمعت مع الشركاء أصحاب الشركة منهنما زوجان يمران بأزمة في حياتهم الزوجية ... وبعد عدة جلسات مع الزوجة .. أخبرتني : (أنا أعرف) (يوري) جيدًا .. نعم أعرفه ... لا أحد يعرفه جيدًا مثلي وأعلم أشياء عنه لا يعرفها غيري .. أه لو عرفوا ... أنها جميعا أقنعة) . أحببتها : (نعم، أنت زوجته) (يتعين عليك أن تعرفيه من زوايا متعددة ... ولكن لأن زبائنه ليس لديهم النية للزواج منه ... فليس هناك ضرورة لمعرفة معلومات عنه لا تهمهم وليست ذات صلة بالموضوع .

نجاحك في إدارة أعمالك على مواقع التواصل الاجتماعي ينبع بشكل متسع من اهتمامك بتلميح ورعاية هويتك المهنية .

فربما في بعض الأحيان تحتاج لأن ترتدي قناعا .. والذي ينعكس على الصورة التي تريد أن تشاركها مع متابعيك .. وإذا واجهت صعوبة لفعل ذلك فعليك بالاستعانة أو استشارة شخص متخصص .. أو ربما صديق مقرب .

التنافر بين العالم الافتراضي والعالم المحسوس - دراسة حالة

بعد أن قام بمتابعتي ومتابعة إحدى محاضراتي أمام منظمة حكومية كبيرة (بيل) هو أحد المدراء ... أتى إلي وأخبرني أن أحد زملاء العمل (جوناثان) قد طلب مساعدته لينتقل إلى منظمة أخرى متشابهة في الاتجاه .

وقد كان ذلك منذ بضعة شهور، فمنذ أن آمن (بيل) بقدرات ومهارات (جوناثان) وقد تم دمج المنظمتان والتنسيق بينهما في الأعمال كان سعيدا

وفي خلال فترة وجيزة ... أصبحت صفحة العمل وسلسلة المتاجر على فيس بوك أكثر تفاعلية، وبعد عدة شهور أخبرني (داني) أن حجم المبيعات في ازدياد .

التطور الهائل في عالم التكنولوجيا قد خلق سلالة جديدة من مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن تعدد الألقعة وبشكل تلقائي يلعب دورا لصالحك فإذا وصفت القناع المناسب فكل منصة لها القواعد التي تحكمها

فمن الممكن والجائز أن تكون فاعلا ومتداخلا مع أحد المنصات وفي الوقت ذاته تستعرض أجزاء مختلفة عن نفسك في كل منصة فعلى سبيل المثال البروفایل الخاص بك على لينكران يمثل هويتك المهنية (العمل) .

أما البروفایل على فيس بوك ممكن أن تحتفظ بالهوية الشخصية وتفصلها عن هوية العمل أما واتس آب فيعرض لك مكانتك عند أصدقائك المقربين . وانستجرام يعرضك في هوية دولية على مستوى دول العالم ... أما في بينترست فيخرج الفنان الذي بداخلك .

نجاحك يعتمد على ثلاثة عوامل :-

- 1- درجة فهمك للقواعد التي تحكم كل منصة .
- 2 - إطلاق الأنشطة ودخولك إلى المنصة باستخدام الصورة المناسبة .
- 3 - التصرف بشكل لائق داخل المنصة بالنسبة للقواعد الفردية التي تحكمها .

وأنت كصاحب عمل إذا أردت التركيز على رسائل التسويق والمبيعات . فعليك في الأخذ في الاعتبار والميل إلى استخدام الألقعة المتعددة والتصرف حسب الموقف .

فعليك أيضًا الحذر وفهم الفرق بين الهوية الشخصية والمهنية أو العملية ويظهر هذا من الصور التي تقوم بنشرها .

أن قدمته إلى (توم) والذي كان مديرا بالمنظمة التي يرغب (جوناثان) بالانضمام إليها

وبعد عدة أسابيع تعجب (بيل) عند سماعه أن (جوناثان) لم يتم تعيينه ولم يحظى بالوظيفة .. وفي إحدى الاجتماعات على المستوى الإداري طلب (بيل) معرفة السبب في خذل زميله وعدم إعطائه الوظيفة .

أجابه (توم) بصراحة من خلال ملاحظتنا للصورة التي أرسلها (جوناثان) كان يرتدي بدلة ويبدو في غاية الأناقة المهنية ... لكن عندما حضر للمقابلة الشخصية كان يرتدي قميصا رياضيا ملزناً .. مما أعطاني الانطباع أنه لا يكثر ولا يعتمد عليه، منافق، ومتناقض مع نفسه .

أجابته الصريحة للغاية ... أوحشتني، هكذا أخبرني (بيل) .

للأسف لا يعترف الكثير من الناس بالتأثير العميق الذي ممكن أن تحدثه الصورة . أو كيف للصورة أن تؤثر على قراراتهم فلا يرغبون أن يظهروا بمظهر مزيف لذلك يدعون أن الصورة لا يمكن أن تقنعهم وتكون رأياً لديهم في فهمهم للناس وكيف يرونهم .

إليك ثلاثة صور بروفايل لنفس الشخص على فيس بوك ... مع أي صورة تختار أن تقوم بالعمل معه ؟



تمرين بسيط لسد الفجوة :

عادة ما أقوم بمراجعة صورة البروفائيل لأي شخص مسبقا قبل أن أقابله كجزء من عملي وفي أثناء الاجتماع اختبر إذا ما كان المعنى قد وصلني لمن أقابله كما في الصورة .

جرب هذا التمرين بنفسك : قبل أي اجتماع عمل أو عرض لخطة عمل راجع صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي ... راجع ما ترتديه والذي يعبر عنك في المقابلات الحقيقية تذكر رسائلك والمقترحات التي تخص العمل قم بتصوير نفسك عن طريق هاتفك المحمول .

قم بعمل تسجيل فيديو لنفسك لمدة 30 ثانية واتبعه بتعليق منك عن المقابلة لمدة دقيقة واحدة .

- قم بإعادة ما سجلته من مقطع فيديو وتأكد أنك تشابه صورتك وشخصيتك على مواقع التواصل الاجتماعي .
- استخدم هذا التمرين لتسجيل أي محاضرة قبل القيام بإلقائها .
- قم بادعاء عرض ما سجلته من محاضرة لتستطيع أن تضع يدك على مناطق القوة والضعف وتستطيع أن تطور نفسك وراجع تعبيرات وجهك ولغة الجسد وتأكد أنه لا يوجد تفاوت بين مظهرك في الفيديو وبين مواقع التواصل الاجتماعي .

وهذا التدريب هو المفضل لدى كتدريبي متكرر دائم الاستخدام.

العملاء يقومون بإرسال مقاطع فيديو كي أشاهدها يعبرون فيها عن أنفسهم أو منتجاتهم ... أرسل لهم ملاحظاتي ... فيقومون بالتصوير مرة أخرى أن يرسلوها لي ثانية وبعد قراءة جميع التعليقات ... في هذا التدريب ... إليكم هذه أسرع وأفضل أداة لمراقبة وملاحظة وتطوير عرض أنفسكم ولغة الجسد والهدف من هذا التمرين هو خلق انسجام بين العالم الافتراضي والحياة الحقيقية .



التفاوت بين صورة البروفائيل ومظهرك في الحياة العادية يجعلك تبدو غير مسئول وغير منظم وقبل أي اجتماع ... يجدر بك أن تظن لإمكانية أن الشخص الذي سوف تقابله ... ربما يكون شاهد صورة بروفايلك وكون رأيه فيك قبل الاجتماع ... لذلك صورتك يجب أن تكون مشابهة لمظهرك في الحقيقة ولغة الجسد لديك وملبسك لابد وأن يتماشى مع الصورة .

صورة النجاح ... ما هو تخيلك عنها ؟



إذا كان لديك صعوبة في تحليل البيانات .. حاول أن تجد صديق أو أحد أفراد العائلة لمساعدتك ... فالناس يفهمون لغة الجسد بالفطرة ويستطيعون تحليل الصور واللقطات .

وإذا كانت مازلت محتاج مساعدة من متخصص ... من الممكن أن ترسل لي مقطع فيديو عن طريق واتس آب أو إيميل ... رقمي وعنواني البريدي مسجلين في الصفحة الأولى لهذا الكتاب .

من صور على الانترنت إلى صور في خيالك :

هذا الكتاب أمدكم إلى الآن بأفكار وأدوات تساعدك في اختيار الصورة المناسبة لتضيفها إلى صفحتك على مواقع التواصل الاجتماعي ... ولكي تستطيع إيصال رسالتك بشكل جذاب ... سليم وله صلة بالموضوع الذي تريد إيصال معناه وعرض آرائك وأنشطة أعمالك .

وكما ذكرت سابقا في الكتاب ... واللغة المتعارف عليها هي لغة الصورة ... على أي حال .. لتعرف كيف تنشر الصورة المناسبة والصحيحة .. قراءة صور الغير ليس أمراً كافياً ... في البداية يجب أن نفكر في الصورة التي في خيالنا أولاً صورة من الخيال .

يجب علينا أولاً أن نختبر ونحدد أي صورة أو معرفة نحفظ بها في خيالنا بغض النظر عن من نحن وفي أي مكان في العالم نعيش .

هل هي نابغة من أي آثار ضارة وتخص الأفكار أم هي متطورة وذات تفكير سليم ؟ لو أن خيالنا الداخلي ولد صوراً جاءت من أفكار مختلفة رائع ... على أي حال إذا كانت نابغة من معاناة داخلية، خوف من النجاح، وتنتظر لتستقر في منطقة الراحة - يجب أن ننظر عن قرب ونحاول أن نفهم ما يمنعنا من تحقيق أحلامنا ورغباتنا وقم بالتغيير وبالتالي سيتم انتقال الصور بشكل تدريجي من صورة للفشل والخوف إلى النصر والنجاح .

ومع وجود خيال للصور الإيجابية داخلنا ... ليس فقط تزرع داخلنا دوافع إيجابية .. ولكن لتحقيق مفاهيم أفضل ... لماذا الصور الفائزة يجب أن تكون جزءاً من خطة التسويق الخارجي .

تخلي الخاص بي عن النجاح :

هطول الأمطار الشديدة على خطوط البداية ... يجد بقوة كل جزء من جسدي ارتفع منسوب المياه إلى أعلى حذائي مما أثقل أقدامي وبرودة أصابع أقدامي وتخشبها ... وقد توالى المياه هبوطاً من قبعتي إلى عينايا وكأنها ماسورة مياه .. وقد حجبت الرؤية أمامي لكن في خيالي . كان هناك ما هو واضح صور لا تتأثر بالمياه صورة تخيلية عني تعبر خط النهاية .

بعد سنة من التدريب والإصابة العنيدة 6 أسابيع قبل السباق هنا وقفت على خط البداية لأول حلبة جري أو عدو أخوضها لقد حلمت بهذه اللحظة منذ سنوات، وقد أصابني الخوف بالشلل ... لسبب مجهول قبل سنة من الماراثون قررت أن أوجه مخاوفي ... سألت نفسي سؤالاً بسيطاً عندما اتخيل الماراثون ما هي الصورة التي تأتي إلى مخيلتي ؟

صور مشرقة عن عدائية يصلون إلى خط النهاية بأخر نفس لهم . يزهقون ويتأوهون من الألم ... مر كل هذا سريعاً في خيالي كان عقلي يصور الماراثون كخيالات من الصعوبة والمعاناة .

أغلب الناس العادية التي أعرفها لن يختاروا المعاناة لكنهم سوف يتحملونها إذا كانت النتيجة سوف تضيف إليهم من الإنجازات والسعادة أستطيع أن أرى أن المشكلة تكمن في كيفية تحدي الماراثون الملموس كنت أعلم أنني بحاجة إلى تحدي الصورة في خيالي ... لذلك أعلنت على الملأ خطتي للجري من أجل أن تقوي عزيمة .. ممارسة الجري في الماراثون تجمع بين اللياقة البدنية والعقلية قمت بتخصيص وقت للتدريبات البدنية عن طريق تمرينات عامة ومخصصة لي . لكن التدريب العقلي كان أكثر تعقيداً وأقل وضوحاً ... لذلك قرأت كتباً واستمعت إلى محاضرات عن هذا الموضوع لكنني فشلت أن استشعر الدوافع وصار الخوف من خوض الجري داخلي أقوى .

في البداية تفحصت المضمّار (التراك) ... وقسمت إلى ثلاثة أجزاء واعتمدت على مخيلتي لا تذكر كل جزء، وبعد أن قمت برؤية التراك بالكامل بدأت التركيز على منظر واحد في خيالي ألا وهو وأنا أمر من خط النهاية .

يوم واحد قبل السباق .. علمت أن زوجتي وابنتي سوف يكونان في انتظاري عند خط النهاية ... غيرت الصورة الأخيرة في خيالي والآن اتخيل أحبائي ينتظرونني في نهاية التراك ... الصورة الجديدة قد حفرت في ذهني منذ أن كان الماراثون في أشد حال من المنافسة .. وفي كل مرة اتعرض لأي أزمة تهدد عزيمتي .. أتذكر هذه الصورة في خيالي والتي كانت أقوى من آلامي وتتخطى بي فوق انكساري علمت وقتها أن هذا هو السباق الذي يجب أن انهيه ...



صورتني وأنا اتخطى واعبر خط النهاية

ازداد قلقي حيث لم أستطع أن أقوم بقياس الاستعداد العقلي كما فعلت في مرحلة متقدمة من الجري ... وبعد الجري لمدة ساعتين استطعت أن أفهم رد فعلي جسدي بشكل أفضل ... لكن كيف يستطيع الإنسان أن يقيس استعدادي العقلي ؟ 6 أسابيع قبل أول ماراثون .. واجهت كل مخاوف العدو الطويل ... إصابة مؤلمة في الركبة الطبيب والمداك الذي فحصني قال أنها إصابة فاصلة وترك قرار أن استمر في الجري لي، كنت قد تخطيت معظم التدريبات وكنت أعلم أنه قرار عقلي .. وعلمت أيضًا أن الألم في ركبتي نتيجة لحالة جسدية وذهنية .

التأثير الجسدي بات ضعيفاً وتدهور لاحتياجه للراحة ولمزيد من الراحة للركبة لكن ذهنيًا كانت لدى قدرة هائلة على التأثير وأحداث الفارق .

حيث إنني تمكنت من فهم من أين تأتي مخاوفي ... أنا أيضًا توقفت عن عدم معرفة أو الجهل بماهية الماراثون الحقيقية .. وإذا كان في استطاعتي التعامل معها نقص المعرفة أدى إلى خلق نوع من الشك، لذا قررت أن أدرب عقلي أن أملاء بالمعلومات بكم كبير قدر الإمكان وبصيغة يستطيع بها فهم الصور . أدركت أنني على أن اتجاهل شكوكي ومرضي وانتقل إلى القرار والتصميم ومنذ هذه اللحظة ... بدأت التحرك في اتجاهين على التوازي :

- استعداد بدني - تمارين معتادة .
- استعداد ذهني - اختيار الصورة المستهدفة - اختيار الصورة المعبرة وتحديد طريقي واتجاهي باستخدام الصورة والتخيل .

شهر قبل الماراثون، قمت بتحميل صورتان من موقع جوجل

1 - صورة من أعلى للتراك .

2 - صورة من خط النهاية في العام السابق .

اختيار صورة تؤدي إلى نجاح

واختيار صور لمعرفة الطريق :

منذ اللحظة التي نستيقظ فيها في الصباح إلى أن نخلد للنوم في الليل فتمر بنا آلاف الأفكار ... تدور حولنا بلا توقف ... وهذه الأفكار والخبرات تترجم في شكل صور وخيالات في عقولنا ... فنحن المالكين الوحيديين لهذه الصور ... لا يستطيع أحد الاطلاع عليهم ... سوانا ..

نحن نمتلك قدرات لا محدودة لتغيير أي صورة إذا قررنا ذلك .

أجرى الباحثين اختباران أو طريقتان للوصول للهدف .

تدوين الأهداف x التركيز على صورة ناجحة

وقد وجدوا أن من قام بالاختبار الأول وهو (تدوين الأهداف) قد حققوا 39.5% من الوقت .. بينما من قاموا بالتخيل وتحقيق النجاح قد حققوا 76.7% من الوقت ... والناس الذين خططوا لتحقيق نجاح عظيم في حياتهم ووصلوا إلى أهدافهم كانوا تقريبا يرون في ذهنهم صورة وضحو للنجاح .

وعندما تسأل أحد أصحاب الأعمال عن تخيلهم للنجاح (أو كيف يرسمون صور تحقيق الأهداف في عقلهم وأعينهم) جاءتني الإجابة بنظرات مرتبكة ولغة جسدية فيها مراوغة تشير إلى أنهم لم يفكروا في الأمر مطلقاً .

بعضهم أجابني بالنفي حيث لا يريدون الخسارة، الدخول في مغامرة، العمل الشاق الذهاب بعيداً عن مناطق الشعور بالراحة، يصبح فقيراً، يصير مريضاً أو ضعيفاً، يواجهون معاناة إذا أرادوا رؤية ما يريدون في خيالهم .

ولا يأخذون في الاعتبار أن الأشياء التي يحاولون تجنبها هي أيضاً تمثل صورة واضحة في رؤوسهم .. كلمة (لا) لا تعصمك أو تحميك من خيالات مزعجة أو مؤذية من الممكن أن تتشكل في عقلك، تدفعك لمسافة أبعد عن أهدافك .

أناس يشاهدون صور نجاحهم	أناس يرون صور فشلهم
تخيل صورة واحدة لهدفك	تخيل صور عديدة مبعثرة ولا تتخيل على الإطلاق
شاهد فرصك	شاهد أزماتك
شاهد ما تريد محددًا	شاهد ما لا تريد محددًا
صورة الهدف تتضمن العمل الشاق بلا خوف	صورة الهدف تتضمن الراحة والكرسي الهزاز
يتحلى بالتصميم والثقة	توقف في منتصف الطريق
التحلي بالتصميم والثقة	توقف في منتصف الطريق
التحلي بالصبر	لا يطيق أن يصبر
اتخاذ قرارا سريعًا	لا يستطيع اتخاذ القرار

هناك من الناس من لديهم تخيلات كثيرة عن النجاح أو ربما ليس لديهم أي تخيلات فإنهم في الغالب سيكون في خدمة من لهم أفكار تخيلات محددة .

ولك أن تتذكر أن (السمك الميت هو من يسير مع التيار) .

فالنهر وتيار الماء يدركون جيداً إلى أي اتجاه يتجهون ... هل تريد حقيقة أن تظل طافياً هل تدع أي شخص آخر يقودك هناك ؟

ولهذا السبب ... اختيار صورة النجاح هو المفتاح لتحقيق كل هذا .

صناعة واتخاذ القرار مهارة هامة للغاية لكل من الحياة المهنية من الحياة الخاصة

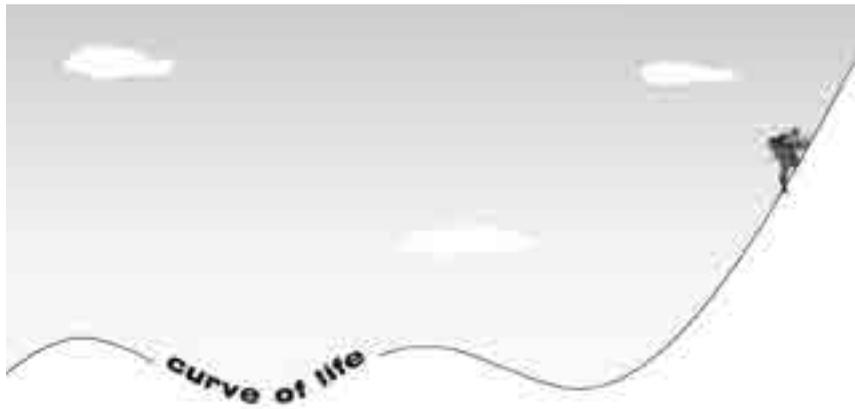
عندما نحاول أن نأخذ قراراً فإن الذاكرة الداخلية في العقل الباطن تعمل مع عنصر الزمن سواء ماضي، حاضر، مستقبل، حيث أنه عنصر هام للغاية .

في الماضي : ماذا حققته وذهبت به بعيداً، وكيف سارت الأمور في الماضي. الحاضر : قدرتي على التعايش في الحاضر .

المستقبل : التوقعات والقلق مما سوف يحدث .

الكثير من الصور والأفكار عن الماضي والمستقبل ربما تؤخر اتخاذ القرار وأن نتوقف عن الصراخ ...
 أنت كرجل أعمال .. تتخذ قرارات عديدة على مدار اليوم ... قرارات ربما يكون لها تأثير على أرباح المؤسسة ولها تأثير أيضاً على مستقبلك ومستقبل الآخرين .

اتخاذ القرار الصحيح يتم عن طريق فهم المشهد الحالي :
 هناك كم من الشجاعة مطلوبة عند قيامك باتخاذ أي قرار حيث أن الأمر يتعلق بالمستقبل .. وزمن لم يحن ميعاده بعد، فنحن في الغالب نأخذ القرار الخاطئ ... وإذا حاولنا فهم ماذا قادنا لفعل ذلك ... ربما نكتشف هذا وسط ترتيبات وخطوات اتخاذ القرار حيث أن العقل ملئ بصور متعددة عن الماضي والمستقبل لنرى بهم صورة الحاضر.
 وعلى سبيل المثال : عندما نختبر مدى ملائمة مدير ما للوظيف والقيام بمتطلباتها . حيث أنها تتطلب كما من المعرفة، اختبرت قدرته على تحقيق نجاح دون الاعتماد على ما تحقق في الماضي ... الماضي ولى وقد احتوى على كلا من الفشل والنجاح ... وإذا حاولت أن تكرر وتستعيد الماضي .
 فربما تأتي بنفس النتائج على أي حال إذا أردت أن تحدث تغييراً في حياتك الشخصية والمهنية قم باختيار صورة جديدة تماماً التي تعطيك القوة وتدفعك على الطريق .



ماذا تخبئ لنا الحياة في الرحلة

نحن نعلم جيداً الطريق الذي سافرنا عبره من قبل، لكن ليس لدينا أي تصور أو معرفة عن الطريق الذي سوف يأتي، اختيار صورة الهدف المناسبة تساعدنا على التركيز ورؤية الهدف المراد تحقيق في المستقبل .

القرار الصحيح : فهو يأخذ كل ما بداخلك من أفكار ورغبات وتضعها في الحسبان . يقدم كل الدعم لحياتك الحاضرة بما يخدم مستقبلك من أهداف وأحلام . التركيز على هدف واحد مهم يتماشى مع قيمك الثابتة : لأننا نملك عقل متعدد القنوات، عادة ما نفكر أن لدينا القدرة على فعل أشياء متعددة بالتوازي . يعتبر هذا وهما حيث أننا لا نستطيع التركيز بشكل فعال على أمرين في نفس الوقت لذا إذا حاولت أن تدرك أكثر من هدف تذكر قول (كونفوشيوس) (الرجل الذي يطارد اثنان من الأرناب، لا يستطيع الإمساك بأحدهم) .

لا تشرع في بدء رحلتك قبل اختيارك لصورة مؤثرة والتي تسهم في فهمك لأهمية تحقيق الهدف وتمثل لك المحصلة النهائية، هذا هو تخيلك عن النجاح . لكي تصل إلى النجاح عليك أن تنشئ نقطة محاسبة أرمز لها برمز مرتبط بالمكان، الزمان ... اختر صورة لكل نقطة تحاسب فيها نفسك ... وأعطها رمزاً يمثل النجاح الذي تصبو إلى تحقيقه ...

يقول (فيليب سيدني) : (أما أن أجد طريقي أو أن أصنعه)

مشيراً إلى مساعدتك على تكوين وبناء صورة للنجاح وللطريق الموصل إليه:

- 1 - حدد واختر هدف واحد ذو أهمية، والذي يصنع تغييراً في حياتك .
- 2 - هل الصورة التي اخترتها تمثل المكاسب وأهمية تحقيق الهدف ؟
- 3 - ما هي نقاط المحاسبة في الطريق لتحقيق هدفك ؟ تخيل تلك النقاط مستخدماً صورك .

القرار - ابدأ بالتخيل - التخيل نصف الطريق - الصورة النهائية

النجاح يصنع صوراً تتابع الرحلة ... تنتهي بصورة واحدة ألا وهي صورة نجاحك

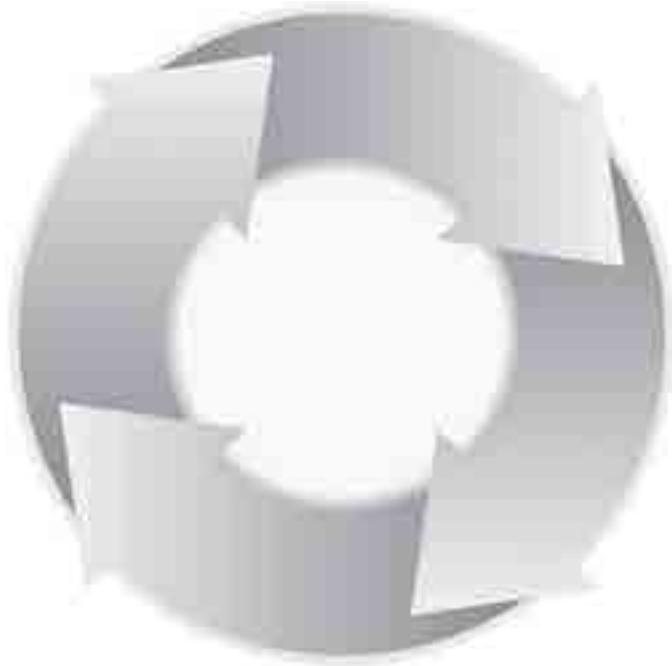
الصورة الشاملة (الكبيرة)

يقول (تاو تي تشينج)

(عندما تهتدي إلى المنبع فتستطيع أن تعرف المنتج، وعندما تعرف المنتج

.... عد ثانية وحافظ على المنبع)

نحن إلى الآن قمنا باختبار جزء من الفزورة .. والآن دعنا نلقي نظرة على الصورة الكبيرة... فالرسم التوضيحي في الأسفل يمثل القاعدة لإيصال الرسائل أو التعريف بالخطوات التي حققها كل فرد أنها تستند على مزيج من النظرة القديمة والحديثة، الرسم التوضيحي البسيط هو الهلب، يخلق أمر داخلي مسبقاً لاتخاذ القرار أو التجهيز لتحقيق الهدف .



خمس صور للأوامر الداخلية :

1 - أبدأ من أول نقطة – التصور الداخلي، المصدر : عليك أن تقوم ببناء قاعدة عمل ومنها تنطلق لتحقيق أهدافك وإلى أن تعود أدراجك في الليل . كل فرد فينا لديه قيم داخلية راسخة زرعت داخلنا منذ ميلادنا وتستمر معنا طوال الحياة والنجاح يأتي من الحقيقة، والاستماع إلى نفسك في أوقات الشدة، عند ازدياد الشك والريبة لديك، الصورة الراسخة هي المنقذ والتي أنشأتها وتعني لك .. لتجد منبعك الداخلي ... حيث تشعر بالارتياح والتخلي عن القيود والانتقادات .. ولا تقبل أن تأخذ تعليمات من أحد ببساطة وبأمانة شديدة قم بتدوين كل رغباتك الداخلية :

من أنت، وماذا تريد، ما هو الشيء الهام بالنسبة لك . هذا سوف يمثل لك الأساس للمبنى لتحقيق الرؤية الشخصية أو المهنية لإدراك أحلامك فبمجرد أن تضع قواعد ثابتة يمكنك أن تحلم وتحقق هدفك.

2 - إيجاد أفكار جديدة، الحلم / صورة لنظرتك : ابتعد عن صورة المنبع ومن الثوابت الراسخة، ما هي أحلامك ؟ هل لديك رؤية ؟ ابحث عن ما يلهمك ودون آمياتك .. اختبر نواياك الحقيقية وهل هي تخدم قيمك الداخلية ... خصص وقتاً للمراقبة. فكر ببساطة وبلا حدود للتفكير وقبل اتخاذك للقرار أعطي نفسك وقتاً (تبعاً للموقف) والذي لا تفعل فيه شيئاً ...

تمارين التأمل اليومية تعد واحدة من أفضل الطرق الفعالة لتحسين قدراتك في هذه المرحلة وهذه هي أهم منطقة في الوعي ... حيثما تتشكل الأفكار هذه هي المنطقة التي تنشئ التحصيل حيث تولد الأفكار خارج الصندوق والتأثير طويل الأمد في هذه المرحلة سوف يسمح لك بتنمية الأفكار لمنتجات جديدة وتكوين رؤية هامة لنصل للخطوة الأخيرة ... حدد هدف لنفسك .

3 - الخطة وإطلاقها – تخيل الطريق : الآن أصبح لديك هدف وقد حان الوقت لتجمع أدواتك والتجهيزات التي تحتاجها لتصل لهدفك راجع كل ما تحتاجه لتحقيق ما تريد ... ربما جمع المعلومات .. أو تعلم شيء جديد تنظيم معنى ملموس مثل السيارة أو تذكرة الطائرة اخلق ثلاث نقاط تفتيش وأنشئ تخيل لكل واحدة ... ركز على هدف واحد هام إذا كنت صريح مع قيمك الراسخة فهذه المرحلة سوف تساعدك على فهم دوافعك اختار صورة قوية ومعبرة والتي تخدم مرورك في اتجاه تحقيق هدفك .

4 - الوصول – التخيّل النهائي: بمجرد أن تصل لهدفك، استمتع بالنجاح، وشارك مشاعرك مع الآخرين .

5 - كون نظام تحكم – أسأل أسئلة : تعتبر كل مرحلة هامة ولكن هذه هي مرحلة التعريف حيث أن معظم الناس يشعرون بالتوقف عند الوصول إليها وعدم الاستطاعة على تغيير الأسلوب من الصعب أن تتخلى عن فكرة، خواطر، الناس الآخرين .

أحياناً يحاول بعض الناس أن يخلق ما تحقق في الماضي كي لا يفشلوا في الجديد فإذا استطعت عبور هذه المرحلة فلك أن تستمر للأمام وأن تنشئ نظام للتحكم القى الأسئلة وفكرة في كيفية التطوير وداع الأفكار السابقة سوف يعطيك مساحة لخلق أفكار جديدة .

أسعد وإذا استطعت أن تحصل على درجات أعلى ... فإن النظام يقوم بقياس وتصنيف تقريباً كل شيء بالإضافة للذكاء الإنساني ... (آي كيو) (Intelligence Quotient) IQ يعتمد على المنطق، الوعي بالمكان، أسئلة رياضية . عموماً فإن النظام القياسي (المتر) كان حكراً لعشرات السنين وكان يرجع إلى مكونات والمهارات الإنسانية فالشخص الذي لديه - IQ - آي كيو - مرتفع من الممكن أن يتم اختياره في منصب مدير في أنظمة كبيرة وذلك لقدرتهم على إيجاد حلول للمشكلات المنطقية المعقدة .. لكنهم ربما يفتقدون إلى المهارات الاجتماعية ولهذا اخترعوا EQ (Emotioud Quotient) - اختبار EQ يقوم على اختبار المهارات وقدرتك على التعرف على الأشياء ... معادلة وإدارة مشاعر كل فرد بجانب مشاعر الآخرين ... وطبقاً لـ EQ ... فإن احتياجنا لقياس كل شيء كان موزعاً بين الإصلاح والثبات العقلي .. وكذلك جعل الأشياء أصعب .. كي نراها بشكل مختلف .

في واحدة من الأطروحات الشيقة لنظرة عابرة للحدود كانت اقتراح من البروفيسور (بروس نوسباوم) من مدرسة التصميمات (بارسون) في نيويورك .

بروفيسور (نوسباوم) .. باحث مشهور وصحفي .. ويصف نفسه بأنه (معلم الابتكار) فهو يرى أنه مع كامل الاحترام إلى IQ وأيضاً EQ فإن أكثر أنواع الذكاء المتري هو اختبار الابتكار (CQ) (Creative Quotient) - فهو يرى أيضاً أنك لكي تنجح في حياتك وتحديداً في العمل الخاص .. فالإنسان عليه أن يظهر مهارات مبتكرة مبهره وأننا لم نولد بها ... والوقت مازال مبكراً كي نطور مهارتنا.

يؤمن الكثير منا بقدرات الناس المبتكرة من لهم رؤية مستقبلية تسبق الزمن وقد شرح بروفيسور (نوسباوم) في كتابه (Creative Intelligence) (نحن نحمل خيالات رومانسية للشاعر الأوحده المتعطرش ... والنحت في الطريق

الرؤية خارج الصندوق - خلق نجاح متكرر من خلال الصور :

التعليم يشكل عائق للتفكير المبدع :

دائماً ما كنت اتعجب واسأل ... لماذا الناس الموهوبين والناجحين يقبلون التعميم والمستوى العادي لماذا نشاهد القليل من الناس وهم وسط الزحام ويسلكون الطريق الذي لا يستخدمه أحد ؟ وجدت إحدى الإجابات في محاضرة ألقاها النائب (كين روبنسون) خبير التعليم ومحاضر معروف ومستشار التعليم الدليل . وحسب ما قال (روبنسون) أن القائمين على العملية التعليمية مشوشين وأنهم يؤمنون أن أسوء شيء في الوجود هو أن يكون الإنسان فاشلاً أو يرتكب أخطاء ولننظر خارج الصندوق علينا أن نتبنى فكرة أن الفشل أمر ضروري في رحلة الحياة إذا كنت تخاف وتخشى ارتكاب الأخطاء فلن تستطيع اكتشاف أشياء جديدة سوف تظل جامداً معتمداً على أفكار في رأسك بلا تطور .

العملية التعليمية مخصصة لإشباع احتياجاتنا في عالم الصناعة حيث أنها تسعى لإيجاد أقصر الطرق للحلول بينما تحاول تجنب إهدار الوقت والمصادر غير الضرورية ... ومثلاً في الرياضيات ... سأل تلميذ ما هو ناتج $5 + 5$ هناك دائماً إجابة واحدة هي $5 + 5 = 10$ ، على أي حال وللتفكير خارج للصندوق من الممكن أن تسأل نفس السؤال وأن تصل إلى إجابات متعددة فمثلاً $10 = ? + ?$ الإجابة هي أرقام واحتمالات محددة فالطريقة التي تسأل بها السؤال هي التي تدلك على الحل.

نظام التعليم في العالم القديم قد اخترع قياسات للنجاح والفشل والطريقة المقبولة في التفكير كانت : إذا اجتهدت أكثر سوف أكون بالتأكيد

غير نظرتك للحياة عندما تغير نظرتك للعالم :

في عام 1989 كنت في طريقي للعودة إلى (كوسكو) في (بيرو) .. وقد حدث أمر غير جيد .. فقد تعرضت للسرقه للمرة الرابعة .. والسرقه الرابعة هذه كانت مختلفة عن كل السرقات السابقة التي تعرضت لها . فلم يكن السارقون مجموعة في عصابة أو مجرمين .. بل كانوا مجموعة من النساء متنكرات في زي فلاحات أو مزارعات من بيرو لكن يعيش في المدينة .

وقد كانوا أربعة من السارقات ... قاموا بسرقتي أنا ومن معي من السائحين وكنت أن أفقد حياتي في هذا اليوم .

وبينما نحن ننتقل من مكان إلى آخر كنا في سيارة نقل تعبر بنا بعض الطرق الوعرة ... وهذا أعطاني فرصة وفسحة من الوقت للبحث عن نفسي مراعاة ترتيب الصور في رأس .

وقد قمت بسؤال نفس ما هو المشهد أو الصورة التي تمثل كل فترة من فترات حياتي.

بدأت باستعراض صور رحلتي هذه منذ اللحظة التي وطأت فيها قدمي أمريكا الجنوبية.

الصورة الأولى : مدينة (ليما) عاصمة (بيرو) .. وقفت في طابور طويل ننتظر أن تفتح أبواب الطائرة لنخرج وأنا مرتدي على ظهري حقيبة تحوي 44 كيلو من المعدات ... تحوي كل ما احتاجه في رحلتي لأوثقها بالصور .

الصورة الثانية : تعلمت من رحلتي هذه أن أقوم بتهذيب سلوكي وأن اتسم بالهدوء أكثر... وأن أراقب واتفحص كل ما حولي باستقلالية بدون أي تدخل من وسطاء .

الصخر ليضع حضارة .. نحن نؤمن بالعلم وخاصة علم الأعصاب، والذي يشرح لنا ويفسر لماذا بعض الناس لهم قدرة على الإبداع دون غيرهم ونحن نأمل أن تكنولوجيا مسح المخ يمكن أن تقدم لنا تفسيراً عن ماذا يستطيع البقية من الناس فعله ليصبحوا أناساً مبتكرين .

تدريبات خارج الصندوق:

لكي نستطيع أن نفكر ونرى خارج الصندوق وأن يصبح عملك اليومي ويجب عليك أن تصبح متفتحاً في تفكيرك بدلاً من التفكير الأوتوماتيكي الذي يسير حسب معادلات حسابية ... ولكي تصبح سعيداً وتتخلص من مشكلاتك فكرا باستقلالية ودائماً حدد ما هي الطريقة الأنسب لك .

دائماً ما تحمل معك دفتر وكتب فيه كل ما ينبغي عليك عمله كل يوم لا ترهب المحاولة أو الخطأ وتذكر دائماً أن لكل مشكلة أكثر من حل مختلف . ودائماً خبرتي علمتني أن الإنسان يمكن أن يتدرب وينمي أفكارا خارج الصندوق .

• وإليك هنا بعض الطرق والتي تساعدك أن تزيد من قدرتك على المراقبة والرؤية خارج الصندوق :

1 - التعزيز العقلي : خلال التدريب العقلي اليومي : نتدرب، نأكل جيداً، نحسن من صحتنا ونحاول أن نرتقي بحياتنا في مناطق مختلفة فالممل والضجر يرسل إشارات إلى أجسادنا للراحة . لكن عقولنا تحتاج فترات من الراحة أيضاً .. لدينا أفكارا متدفقة، مشاهدة مصورة وبعض المشاعر داخلنا والتي أيضاً تحتاج إلى الراحة .

على مدار السنين اكتشفت أن عندما أعطي العقل الباطن لدى بعض الراحة يؤدي هذا إلى تدفق الأفكار الإبداعية والتفكير خارج الصندوق .

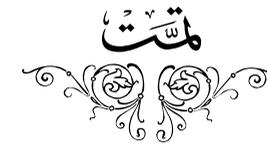
2 - التقوية البدنية : لكي نزيد من طاقاتنا الجسمانية ... يجب أن نتغذى جيداً ... نقوم بالتدريبات البدنية ونحصل على قسط وافي من النوم.

3 - الطاقة العاطفية : كي نستطيع أن نعزز طاقتنا العاطفية . نحتاج أن نحيط أنفسنا بالأصدقاء، والعائلة، شاركهم وأدخلهم معك في تحقيق أهدافك .

النهاية (الإغلاق)

في يونيو عام 2016 تقابلت مع (يوسي جينسبرج) 28 عاما وتحدثنا عن نهايات كل ما حدث لنا ... وكنت سعيدًا ومتحمسًا للسفر إلى أمريكا الجنوبية بعد أن قرأت كتابه (العودة من تويتشي) .. حيث أنه سافر إلى أمريكا الجنوبية كي يتبع ويبحث عن كتاب لـ (هنري تشاريه) بعنوان (بابليون) . وقد اكتشفنا أن رحلتنا إلى أمريكا الجنوبية أحدث تغييرًا كبيرًا في حياتنا ... شاهدنا أشياء متشابهة وبعد رحلتنا التي كانت على التوالي .. صرنا نتجول سويًا لسنوات وهذا ما أدى بنا إلى أن نظل سويًا إلى الآن

ونعطي بعضنا البعض مما اكتسبناه من خبرات



الفهرس

4	إهداء
5	• مقدمة
6	• نبذة عن الكاتب
7	• الصورة تعبر عن آلاف الكلمات:
13	الفصل الأول لغة الصور
15	• يتحدث الجميع بلغة الصور
21	• القدرة الخاصة على الحدس لدى الإنسان
22	• الرسائل الظاهرة والمخفية
31	• الرسائل اللاشعورية أو غير الظاهرة
35	• صور للقاء وما تحويه من رسائل
46	• الرموز المحلية والدولية للصور.
47	• الظل الإسرائيلي :
48	• العلم على سطح القمر :
49	• اعتبار الصور كعنصر إقناع:
53	• كيف لصورة واحدة أن تخلق مشهداً - دراسة حالة
56	• أدوات لتحليل الصورة :
59	الفصل الثاني: صور في رأسنا وعقلنا
61	• أهمية أعمال العقل
65	• ماذا تعني الصورة في خيالك ؟
67	الفصل الثالث: جمع المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي
67	• القواعد والخلفية
69	• كيف يكون للصور العائلية تأثير على أعمالك ؟
71	• جمع وتحليل معلومات عن أساليب المنافسين :

- ما يجب فعله وتجنبه في صورة البروفایل 120
- التعددية المقنعة وكيف تعمل لصالحك؟ 127
- خلط ومزج الهويات على مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة حالة 130
- التناظر بين العالم الافتراضي والعالم المحسوس - دراسة حالة... 133
- تمرين بسيط لسد الفجوة : 137
- صورة النجاح ... ما هو تخيلك عنها ؟ 139
- من صور على الانترنت إلى صور في خيالك : 139
- تخيلي الخاص بي عن النجاح : 141
- اختيار صورة تؤدي إلى نجاح 144
- واختيار صور لمعرفة الطريق : 144
- ماذا تخبئ لنا الحياة في الرحلة 148
- الصورة الشاملة (الكبيرة) 150
- الرؤية خارج الصندوق - خلق نجاح متكرر من خلال الصور : 153
- التعليم يشكل عائق للتفكير المبدع : 153
- تدريبات خارج الصندوق: 155
- غير نظرتك للحياة عندما تغير نظرتك للعالم : 157
- النهاية (الإغلاق) 158

الفهرس

159

ترجمة وإعداد

مروان منير

Marwan92966@gmail.com



- المعلومات تتدلى من المبتدئين 73
- التجول في عقل المنافسين لك 75
- الدخول إلى عالم جمع المعلومات 78
- كيف تنمي مهاراتك من خلال المنافسة ؟ 80
- وفي أدبيات المهنة يسمى هذا بـ (العمى المتعمد) 81
- قواعد يجب أن تتبع عند جمع معلومات من الصور 83
- (الإمبراطور لا يرتدي شيء على الإطلاق) 85
- الصور لها حياة خاصة : 87
- البورتريه يكشف عن هويته الخفية : 88
- مواجهة تسرب المعلومات من الصور : 90

الفصل الرابع: من النظرية إلى التطبيق

- مبدأ باريتو ... معروف أيضا باسم (قاعدة 20 - 80) 95
- الشفرة المرئية - أدوات السرية لجمع وتحليل المعلومات من الصور : 100
- الشرح: 100
- الترجمة أو التفسير - ماذا تعني ؟ 102
- البيانات الوصفية - ما هي معلوماتك الخارجية من الصورة ؟ 102
- النتائج - ما هي أفكارك ؟ 103
- جمع معلومات من أجل تعيين موظفين جدد - دراسة حالة 103

الفصل الخامس : مع الانطباع الأول ليس هناك فرصة ثانية

- اجتماع بملابس النوم (بيجاما) : 107
- تمهل قبل أن تقوم باختيار صورة بروفایلك 109
- الصورة التي غيرت الحملة 111
- ماذا يحدث هنا حقيقة ؟ 113
- الرسائل في هذه الصورة : 114
- التغيير البسيط الذي يحدث فارق كبير : 114
- القواعد العشرة الذهبية لصورة بروفایل ناجحة 118





مهندس مصري،
اتجه مؤخرا إلى الأدب،
إلى كتابة الروايات الطويلة والتراجم