



Première Année Sciences et Technologies

السنة الأولى علوم وتكنولوجيا

Méthodologie de présentation

(منهجية العرض)

Code: M214

1^{ère} Année Sciences et Technologies
Module : Méthodologie de présentation

السنة الأولى علوم وتكنولوجيا
مقياس: منهجية العرض



Sommaire

I. Cours n° 1 à 3 : Vous êtes Visuel, Auditif ou Kinesthésique ?	3
1. Vous êtes Visuel (بصري), Auditif (سمعي), ou Kinesthésique (لمسي, حركي)?	3
1.1. Savoir si on est une personne à dominantes visuelles, auditive ou kinesthésique :	4
1.2. Les personnes à dominantes visuelles : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة البصرية :	5
1.3. Les personnes à dominantes auditive : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة السمعية :	5
1.4. Les personnes à dominantes kinesthésique : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة الحسية :	6
2. Conseils efficaces pour vaincre votre peur de parler en public	7
2.1. Préparez votre intervention : حضر خطابك :	7
2.2. Préparez vous personnellement : اعد نفسك شخصيا :	7
2.3. Familiarisez – vous avec le site prévu pour l'intervention : ألف نفسك مع الموقع الذي تم اختياره للعرض :	7
2.4. Soignez votre posture, montrez – vous à l'aise : اعتني بالوقفة الخاصة بك، أظهر راحتك :	7
2.5. N'avouez pas votre nervosité : لا تبدي اضطرابك وقلقك وتحكم في عصبيتك :	7
2.6. Soignez votre présentation : إعتني بعرضك ونظمه :	8
2.7. Ne vous excusez jamais : لا تعتذر خاصة في بداية العرض :	8
2.8. Soyez un expert : كن خبيراً :	8
2.9. Ne lisez pas votre discours : لا تقرأ خطابك :	8
2.10. Utilisez Powerpoint avec modération : استخدم Powerpoint بمقدار :	8
2.11. Mettez de la passion dans vos propos : ضع الحماسة في كلامك والرغبة في موضوعك :	9
2.12. Gérez les questions : تحكم في الأسئلة وأدرها :	9
3. Parlez-moi de vous تكلم لي عن نفسك أو قدم لي نفسك	9
Voici l'exemple de Marie : هذا مثال على "مريم" :	10
II. Cours n°4-5: La communication orale (الاتصال الشفهي)	11
1. Définition de la communication, Utilisation, Présentation	11
1.1. Définition	11
1.2. Utilisation	11
1.3. Présentation	11
1.4. Qu'est-ce que l'expression orale ?	11
1.4.1. Le rapport au langage	11
1.4.2. Le rapport à soi-même	12
1.4.3. Le rapport aux autres	12
1.4.4. Le rapport au monde extérieur	12
1.5. Les signes verbaux et non-verbaux	13
1.6. Les blocages de communication	13
1.7. Les questions à se poser avant	14
1.8. Les savoir-faire à développer face à jury	14
III. Cours n°6-7: Techniques d'expression orale (تقنيات التعبير الشفوي)	15
1. La Respiration (التنفس)	15
2. La Voix (الصوت)	15
2.1. L'intensité : كثافة :	15
2.2. L'intonation : (التجويد أو ترنيم) :	15
2.3. Le débit : التدفق :	15
3. L'articulation لفظ	15
4. Le Rythme الإيقاع أو التناغم	16
5. L'utilisation des silences : استعمال الصمت	16



6. La répétition التكرار	16
IV. Cours n°8-9 : Présentation d'un exposé orale (تبيان عرض شفوي)	17
1. La préparation de l'exposé التحضير عرض	17
1.1. Identifier Et Formuler L'objectif : تحديد و صياغة الهدف	17
1.2. Connaître L'auditoire : معرفة الجمهور	17
2. La structuration de l'exposé هيكلية العرض	18
2.1. Comment choisir un Plan : كيفية اختيار خطة	18
2.2. La Structure Type D'un Exposé: هيكل نموذجي لعرض تقديمي	18
3. Le déroulement de l'exposé مسار العرض	19
3.1. L'argumentation : الحجة	19
3.2. L'adaptation Du Discours À L'auditoire : تكيف الخطاب مع الجمهور	19
3.3. La Prise En Compte Des Réactions De L'auditoire : مراعات ردود فعل الجمهور	19
3.4. L'utilisation De Supports : استخدام دعائم	20
3.4.1. Les transparents : الشفاف	21
3.4.2. Le paper-board ou le tableau fixe : الورق المقوى أو اللوح الثابت	22
3.4.3. Les diapositives ou photographies : الشرائح أو الصور الفوتوغرافية	23
V. Cours n°10 : Présentation Powerpoint : les erreurs à éviter	24
5.1. Trop de slides tue le slide ? الكثير من الشرائح يقتل الشريحة	24
5.2. Négliger la préparation. إهمال التحضير	24
5.3. Des slides trop chargées en informations شرائح مشحون للغاية بالمعلومات	24
5.4. Abuser des animations (الاجمل، منحنيات الفيديو)، الاكثار من حركة الأشياء على الشريحة	25
5.5. Lire ce qui est écrit قراءة ما هو مكتوب	25
5.6. Abuser des graphiques الاكثار من المنحنيات	25
5.7. Illustrer avec des images médiocres استخدام الصور التي لا تتناسب مع الموضوع	25
5.8. Mélanger les polices de caractère خلط الخطوط، وأحجام الخط	25
5.9. Délaisser l'orthographe إهمال الإملاء	25
5.10. Plonger dans la monotonie استخدام نفس إيقاع العرض	26
5.11. Négliger la conclusion إهمال الخاتمة أو الاستنتاج	26

منهجية العرض) Methodologie de présentation

I. Cours n° 1 à 3 : Vous êtes Visuel, Auditif ou Kinesthésique ?

1. Vous êtes Visuel (بصري), Auditif (سمعي), ou Kinesthésique (لمسي, حركي)?

Il est certainement très important de savoir communiquer avec l'autre, mieux connaître son style d'apprentissage, d'acceptation et sa manière de percevoir les choses afin d'établir un rapport de communication.

Mais chacun d'entre nous, communique à sa manière car notre manière de percevoir le monde est différente selon notre nature, notre expérience de vie, notre culture, et même nos valeurs et nos croyances. Entre Homme et femme, jeune et vieux, cultivé et non cultivé, ...etc.

من المهم جدا أن نعرف كيفية التواصل مع الآخر، معرفة أسلوبه في التعلم، القبول، و وسيلته لإدراك الأشياء من أجل وضع أسلوب خاص للتواصل. ولكن كل واحد منا يتصل بطريقته الخاصة لأن الطريقة التي ننظر بها إلى العالم مختلفة وفقا لطبيعتنا، تجربة الحياة، ثقافتنا وحتى قيمنا ومعتقداتنا. مثال الفرق بين الرجل والمرأة، الصغير والكبير، المتعلم وغير المتعلم، ... الخ.

Par ailleurs, nous possédons tous les cinq capacités suivantes :

- Visuel (بصري),
- Auditif (سمعي),
- Kinesthésique (لمسي, حركي),
- Olfactif (شمي) et
- Gustatif (ذوقي),

On appelle les cinq sens (La vue, l'ouïe, le toucher, l'odorat et le goût)

Mais les trois premiers sens (Visuel, Auditif, Kinesthésique) sont plus développés pour communiquer par rapport aux autres.

Par exemple : Quand vous participez à une formation en informatique, que vous suivez une leçon de sport ou que vous assistez à une conférence scientifique ou autre, pourquoi certains prennent-ils des notes, pourquoi d'autres préfèrent-ils écouter attentivement et pourquoi quelques-uns espèrent-ils que le cours soit plus concret ou pratique?

C'est qu'il existe trois styles d'apprenants : les visuels, les auditifs et les kinesthésiques.

- **Mais ! Qu'est-ce cela veut dire?**
- **Et Comment reconnaît-on si une personne est visuelle, auditive ou kinesthésique ?**

نسمي الحواس الخمس: البصر والسمع واللمس والشم والذوق.

لكن الحواس الثلاثة الأولى (البصري، السمعي، حسي) مطورة أكثر لدى الإنسان للتواصل مع الآخرين. على سبيل المثال : عند مشاركتك في حصة للتدريب على استخدام الحاسوب أو درس في الرياضة أو كنت حاضرا مؤتمر علمي أو غيرها، لماذا البعض الناس يفضل تدوين الملاحظات، لماذا آخرون يفضلون الاستماع بعناية، ولماذا البعض الآخر يمتنى ويفضل لو كانت هذه الدورة أو الدرس أكثر واقعية أو حصة تطبيقية ؟

الإجابة : هناك ثلاثة أنواع أو أنماط من المتعلمين أو البصريين، السمعيين والحسيين.
ولكن ! ماذا يعني ذلك ؟

-وكيف نتعرف إذا ما كان شخص ما بصري، سمعي أو حسي ؟

En fait, ce sont des longueurs d'onde ou des styles de communication dans lesquelles les personnes sont plus à l'aise pour échanger, discuter et dialoguer. Et cela peut être identifié par les types de mots qu'elle utilise, par les mouvements de ses yeux quand elle parle ou par sa gestuelle.

في الواقع، هذه هي موجات أو أساليب الاتصال التي يكون الناس فيها أكثر راحة لتبادل ومناقشة والتفاعل. وهذه يمكن تحديدها من قبل أنواع من الكلمات التي يستخدمونها، من خلال تحركات عينيها عندما تتكلم أو لغة جسده.



1.1. Savoir si on est une personne à dominantes visuelles, auditive ou kinesthésique :

Voici trois mises en situations qui vous aideront peut-être à identifier votre mode prédominant (auditif visuel ou kinesthésique). Rappelez-vous la dernière fois où (ou imaginez que) vous êtes entré/e dans un bureau où vous n'avez jamais mis les pieds. Par quoi votre attention a-t-elle d'abord été attirée ?

1. Par les couleurs, l'originalité des lieux, la décoration?
2. Par les bruits de la conversation ou de la ventilation, par la musique ou le silence qui y régnait ?
3. Par le confort (ou l'inconfort) des meubles ?

Lorsque vous rencontrez des personnes nouvelles (dans ce bureau ou ailleurs), êtes-vous d'abord frappé/e:

1. Par le mariage des teintes de leurs vêtements, par l'expression de leur visage ?
2. Par la qualité de leur voix et les mots qu'elles utilisent ?
3. Par la chaleur ou la froideur qui émane d'elles ?

Quand vous quittez un endroit (comme le bureau de tout à l'heure), que vous reste-t-il surtout en tête:

1. Des images de la rencontre, de l'endroit.
2. Des bribes de conversation.
3. Un souvenir de l'atmosphère qui régnait à cet endroit.

Si vous vous y arrêtez, vous constaterez que, de façon assez constante, votre attention est d'abord attirée par certains aspects en particulier.

1.1.1. معرفة هل الشخص ذو صفة غالبية بصرية، سمعية أو حسية:

فيما يلي ثلاث حالات من شأنها أن تساعدك على أن تحدد الطريقة السائدة الخاصة بك : سمعية، بصرية أو حسية. (تذكر آخر مرة) أو تخيل التي دخلت فيها لمكتب لم تطأه أقدامك من قبل :

ما الذي شد انتباهك وجذبك قبل كل شيء؟

1. الألوان، أصلية المكان، الديكور؟
2. أصوات المحادثة أو التهوية، والموسيقى أو الصمت الذي ساد هناك ؟
3. راحة الأثاث أو عدم الراحة ؟

عند التعرف على أشخاص جدد في هذا المكتب (أو في مكان آخر) هل شد انتباهك ؟

1. تزاوج ألوان ملابسهم، وتعابير وجوههم ؟
2. جودة الصوت والكلمات التي يستخدمونها ؟
3. الحرارة أو البرودة الصادرة عنهم ؟

عند مغادرة المكان (مثال المكتب السابق) ، ما الذي يبقى في ذاكرتك ؟

1. صور من الاجتماع، والمكان.
2. كلمات من المحادثة.
3. الجو السائد هناك.

سوف تجد بدون شك و إلى حد ما، أننا انتباه شد ببعض الجوانب على وجه الخصوص.



1.2. Les personnes à dominantes visuelles : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة البصرية

Les visuels représentent 65 % de la population. Ils comprennent mieux des éléments nouveaux lorsqu'ils peuvent visualiser les informations. Ils préfèrent les images à mille mots. La vue et la pensée sont leurs sens dominants. Ils appréhendent bien les formes, les couleurs, les espaces.

- Elles vivent le monde à travers leurs yeux. Elles sont attirées par les images, les vues, les couleurs, la luminosité, le mouvement.
- Elles sont sensibles à leur image et à celle des autres, aux tenues vestimentaires, aux décors.
- Apprécient les voyages, la beauté des paysages.
- elles recherchent tous les loisirs à support visuel : le cinéma, la télévision, la photographie, le théâtre si les décors et les comédiens sont nombreux, les sports de balle ou la notion d'espace est primordiale.
- Ce sont des personnes qui bougent facilement et parlant souvent avec « les mains ».
- Elles parlent généralement assez vite.
- Le vocabulaire n'est pas très riche car le visuel est souvent pressé et « ne prend pas le temps de choisir le mot adéquat ».
- De plus son langage est très imagé (صوري), avec beaucoup de détails concernant les couleurs et les formes et de nombreuses métaphores visuelles pour illustrer ses propos.
- Ce sont des personnes qui sont souvent sensible à l'ordre ou au désordre qui règne autour d'elles.
- Dans les activités professionnelles, sont des personnes qui « voient ». elles ont une capacité de recul face à l'événement. par contre, elles ont bien du mal à aller au fond des choses. Ils les survolent, sont rarement des experts (خبراء), des techniciens, mais plutôt des managers. Les PDG (Président-directeur général) très majoritairement des visuels.

1.3. Les personnes à dominantes auditive : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة السمعية

Les auditifs qui constituent 30 % de la population. Ils apprennent facilement en écoutant la parole (les mots) ou les sons. L'ouïe (est un sens qui analyse en permanence ce qui nous entoure) est leur sens dominant. C'est pourquoi ils ont généralement de fortes habiletés en communication verbale. Ils apprécient la musique et ont souvent un talent musical. Ils prennent très peu de notes et ils se fient à leur mémoire.

- Elles ont tendances à prêter une grande importance au vocabulaire employé.
- elles sont attentives à la sonorité, à la qualité des mots utilisés.
- sont des personnes qui parlent lentement, prenant le temps de choisir les mots les plus « précis et les plus élégants ».
- leur voix est souvent mélodieuse.
- La gestuelle est peu importante, et leur position est statique (bras croisés).
- Souvent elles aiment prendre le temps de la réflexion et apprécient les musées, l'histoire, la littérature et les concerts.
- Ces personnes sont souvent érudites (أكاديميين، أخصائيين في علم ما).
- Elles tiennent souvent avec eux-mêmes un dialogue intérieur.



✚ Dans la vie professionnelle, c'est souvent des personnes techniques. Passionnées par l'apprentissage de la connaissance et par la réflexion, elles souvent figurent d'experts dans leur domaine. Le secteur du droit, l'enseignement, la musique correspondent à leur profil. Le pilotage d'équipe ou d'entreprise ne les attire pas.

1.4. Les personnes à dominantes kinesthésique : الأشخاص ذوي الصفة الغالبة الحسية

Les kinesthésiques, bien qu'ils ne représentent que 5% de la population. Comme « kiné » veut dire « toucher », ces personnes apprennent mieux lorsqu'ils peuvent participer, toucher, agir, imiter, donc être physiquement actifs. Ils aiment le mouvement. C'est ainsi qu'ils ont beaucoup de difficulté à rester en place ou à demeurer attentifs pendant une longue période. Parfois, ils sont perçus comme lents. C'est que, tout simplement, ils apprennent différemment.

- ✚ Elles vivent le monde au travers de « leur sentiments ».
- ✚ Leur émotion passent avant leur pensée. Affectives, toujours à l'écoute des autres, elles vivent par et pour les autres.
- ✚ Bon public, elles sont attirées par tous loisirs, à la condition que ceux-ci dégagent des émotions.
- ✚ Elles se laissent facilement submerger par leurs émotions lors de la vision d'un film triste ou émouvant.
- ✚ Adorant les grandes histoires sentimentales littéraires, elles aiment les sports de contact ou de sensation (judo, équitation,..), les activités de toucher (poterie, ..).
- ✚ Elles adorent les soirées en famille, entre amis ou une ambiance chaleureuse les remplit de joie.
- ✚ Elles parlent souvent avec un rythme lent et un « vocabulaire riche en mots à connotation émotionnelle ».
- ✚ Elles illustrent leur propos par des descriptifs concrets.
- ✚ Face au public, alors que l'émotion les trouble, elles ont tendance pour se rassurer à toucher quelque chose, la table, un stylo, une feuille.
- ✚ Dans la vie professionnelle, ce sont des personnes qui par nature se passionnent pour les autres, en les aidants (domaine médical, associations caritatives,..). ou en les rapprochant (métier de la communication).
- ✚ Elles sentent les problèmes, savent écarter les obstacles ou démêler les conflits.
- ✚ Elles ont des capacités pour sentir les marchés (valeur mobilière, art,..). Ce sont rarement des experts, mais très souvent des managers. Par contre, ils se laissent souvent « déborder par leur émotions », ce qui nuit à leur capacité de jugement.

Après avoir connu votre mode de communication prédominant, imaginez vous que vous allez parler en public, mais vous êtes en face à un problème qui est la peur !!!

Comment faire pour vaincre votre peur de parler en public.



2. Conseils efficaces pour vaincre votre peur de parler en public

2. نصائح فعالة للتغلب على الخوف من التحدث أمام الجمهور

La peur de parler en public peut être très handicapante, Vous souffrez de Glossophobie (la peur de parler en public), une forme de phobie sociale qui se traduit par une peur irraisonnée de prendre la parole devant un groupe et l'envie d'éviter autant que faire se peut cette situation source de stress. Rassurez – vous, votre comportement par rapport à la peur de parler en public peut être modifié et votre peur réduite.

Utilisez les 12 conseils suivants et votre peur diminuera.

2.1. Préparez votre intervention : حضر خطابك

C'est la meilleure façon de dédramatiser la situation et d'atténuer votre peur de parler en public. Préparez soigneusement votre sujet, faites des recherches, recensez toutes les informations utiles sur la question. Notez les grandes lignes de ce que vous allez dire. Prenez des notes sur des post-it par exemple...

2.2. Préparez vous personnellement : اعد نفسك شخصيا

Choix d'une tenue (le style, la couleur, les accessoires éventuels..). Votre tenue est importante : vous devez être à l'aise.

- 1 Faites quelques exercices de respiration: inspirez profondément en comptant jusqu'à 10, gonflez votre diaphragme puis expirez lentement en comptant jusqu'à 20 ; répétez l'exercice une dizaine de fois.
- 2 Ecrivez exactement ce que vous voulez que l'on dise à votre propos lors de votre présentation et proposez à la personne chargée de vous présenter de le lire.

2.3. Familiarisez – vous avec le site prévu pour l'intervention : ألف نفسك مع الموقع الذي تم اختياره للعرض

Quelques jours avant la date prévue ou au moins une demi –heure avant, visitez la salle, observez la disposition des lieux, l'endroit exact où vous allez vous tenir, imaginez le public.

2.4. Soignez votre posture, montrez – vous à l'aise : اعطني بالوقفة الخاصة بك، أظهر راحتك

Lorsqu'on vous passe la parole , levez –vous et marchez jusqu'à l'endroit où vous devez vous tenir rapidement et d'un pas décidé ; tenez –vous droit , la tête haute comme si vous étiez propriétaire des lieux ; ne vous précipitez pas pour parler avant de commencer à parler , faites une pause , même si au fond de vous c'est la panique , forcez – vous à regarder le public dans les yeux , repérez dans la salle les gens qui semblent vous regarder avec sympathie , souriez .

2.5. N'avouez pas votre nervosité : لا تبدي اضطرابك وقلقك وتحكم في عصبيتك

Vous pouvez être nerveux au fond de vous ; jusqu'à un certain degré la nervosité agit comme un stimulant et vous donne de l'énergie mais ne l'avouez pas à votre public qui risque de penser que vous n'allez pas être à la hauteur.

Voici quelques astuces pour maîtriser votre nervosité :

- Avant d'être appelé à parler emmagasinez un maximum d'oxygène dans votre organisme, courez sur place, faites des mouvements avec les bras, cela élimine le stress.



- Parlez aux personnes de votre auditoire lorsqu'elles arrivent ou avant de vous lever pour prendre la parole ; c'est un "leurre" adressé à votre cerveau pour lui donner à penser que vous vous adressez à des amis.
- Ayez toujours un verre d'eau à portée de main pour le cas où vous auriez la bouche sèche.

2.6. Soignez votre présentation : إعتني بعرضك ونظمه

Parler en public

Sachez captiver votre auditoire

Dès le début, il vous faut capter l'attention de votre auditoire ; ne commencez pas en disant par exemple : " mon nom XXX et Associés YYY". Commencer plutôt par une anecdote qui aiguise la curiosité du public et rendra votre présentation plus pertinente. Forcez-vous à élever la voix, à parler plus fort que d'habitude ; c'est aussi une astuce qui va contribuer à vous détendre.

2.7. Ne vous excusez jamais : لا تعتذر خاصة في بداية العرض

Si pour une raison quelconque, vous n'avez pas pu consacrer tout le temps voulu à la préparation de votre sujet, ou si vous êtes en retard, n'en parlez pas ; ne commencez pas votre exposé en vous excusant ; A partir du moment où vous vous excusez, vous perdez toute légitimité à vous exprimer.

2.8. Soyez un expert : كن خبيراً

Vous avez préparé soigneusement votre intervention, donc vous êtes un expert sur votre sujet ; comportez- vous en expert.

2.9. Ne lisez pas votre discours : لا تقرأ خطابك

Servez – vous de vos notes comme d'un fil conducteur pour vous guider mais ne lisez pas ; vous vous êtes préparé , il n'y aura pas de problèmes ,; vos notes sont là uniquement pour vous guider ; si vous prenez le texte de votre intervention , vous aurez tendance à le lire vous risquez d'être perdu à un moment dans vos papiers ce qui décuplera votre peur ; n'essayez pas non plus d'apprendre votre manuscrit par cœur ; vous risquez un trou de mémoire ou alors vous risquez de ne pas paraître très naturel

2.10. Utilisez Powerpoint avec modération : استخدم Powerpoint بمقدار

Si vous n'êtes vraiment pas à l'aise, vous allez trouver rassurant de pouvoir utiliser ce logiciel qui permet d'effectuer des présentations très professionnelles et peut –être de détourner un peu l'attention du public de votre propre personne. Néanmoins, il est quand même plus normal et plus intéressant pour le public d'être focalisé sur vous plutôt que sur la technologie ; utilisez Powerpoint, d'accord mais avec modération.



2.11. Mettez de la passion dans vos propos : ضع الحماسة في كلامك والرغبة في موضوعك

C'est ce qui va faire la différence, qui fera que l'auditoire vous suivra ou pas dans ce que vous proposez ; mêlez y une bonne dose **d'énergie**, de l'**enthousiasme** et un **zeste d'émotion** et vous réunirez tous les ingrédients qui font un orateur agréable à écouter.

Donnez du punch (طاقة و حماسة) à votre présentation ;

2.12. Gérez les questions : تحكم في الأسئلة وأدركها

Précisez d'emblée à votre auditoire quand vous allez répondre aux questions ; en général, il est préférable d'y répondre à la fin : si vous les prenez pendant votre intervention, vous allez vous disperser, perdre le fil de votre discours et perdre du temps : votre timing ne sera pas respecté, vous serez perturbé et votre peur s'intensifiera.

Réservez 5 ou 10 minutes à la fin aux questions et faites –en un bref résumé pour terminer.

خصص 5 أو 10 دقائق في النهاية لطرح الأسئلة اجعل في الأخير ملخصا موجزا لإكمال العرض.

Quand on vous pose une question, reformulez – la pour l'ensemble de l'auditoire et remerciez la personne qui l'a posée ; cela permet à tout le monde de se sentir impliqué, cela vous laisse le temps de réfléchir et vous êtes perçu comme quelqu'un qui a la situation en mains.

Appliquez avec assiduité ces quelques conseils chaque fois que vous avez à prendre la parole en public et avec le temps, votre **peur de parler en public** ne sera plus qu'un mauvais souvenir.

3. Parlez-moi de vous تكلم لي عن نفسك أو قدم لي نفسك

La question « Parlez-moi de vous » est redoutée par les candidats qui pensent qu'il s'agit d'une question piège, non la question de piège n'existe pas. Cette question très ouverte doit en fait être interprétée comme un ensemble de questions fermées auxquelles vous devez répondre les unes à la suite des autres le plus brièvement possible.

Dans le cas d'un recrutement par exemple. Ces questions les voici :

- Quel est votre prénom et votre nom ?
- Quel est votre âge ?
- Quel est votre origine ?*

*Cette question est optionnelle. Vous pouvez mentionner votre pays d'origine ou votre région.

a) Quelle est votre situation de famille ?**

**Cette question est également optionnelle.

b) Quelle est votre formation ?

Vous mentionnerez ici vos formations les plus significatives. Si vous avez un master, pas la peine de mentionner votre bac.

c) Quelle est votre première expérience professionnelle ?

Décrivez ici le poste, la société, la durée de cette première expérience et vos tâches principales.

d) Quelles sont vos principales expériences professionnelles ?

« Principales » veut dire que vous devez citer les plus intéressantes.



e) Quelle est votre situation professionnelle actuelle ?

Le recruteur veut savoir si vous êtes en poste, à la recherche d'un emploi, à la recherche d'un premier emploi.

f) Quelle est la raison pour laquelle vous avez répondu à l'annonce ?

Expliquez très rapidement en quoi le poste vous intéresse le plus.

هذا مثال على "مريم" : Voici l'exemple de Marie :

Je m'appelle Marie Durand, j'ai 32 ans, je suis mariée et mère de deux enfants de 5 et 8 ans. Après avoir obtenu mon BTS de comptabilité, j'ai intégré l'entreprise Merlin comme assistante comptabilité pendant trois ans. J'étais en charge de la réception des factures clients et fournisseurs, de leur tri, de leur enregistrement et de leur mise en règlement. J'ai ensuite rejoint il y a sept ans la société Pinpin comme comptable, avec la responsabilité d'encadrer une assistante comptabilité. La société a connu une forte croissance et je suis désormais responsable depuis cinq ans d'un département de 5 personnes. Je suis toujours en poste dans cette société. J'ai été très intéressée par votre annonce : je souhaite en effet intégrer une entreprise de plus grande envergure, où la comptabilité est plus variée et complexe.



II. Cours n°4-5: La communication orale (الاتصال الشفهي)

1. Définition de la communication, Utilisation, Présentation

1.1. Définition

La communication orale est l'action, le fait de communiquer, d'établir une relation orale avec autrui, d'échanger des paroles avec quelqu'un, un groupe d'individus ou un auditoire. La communication orale est la plus naturelle des formes d'expression, car la parole demeure toujours le moyen de communication le plus utile et le plus fréquent. Celle-ci peut se dérouler en face à face ou par l'utilisation de moyens techniques comme le téléphone. Elle peut être informelle (en dehors de tout cadre professionnel, par exemple, entre collègues de travail à la machine à café) ou formelle.

1.2. Utilisation

Dans le domaine professionnel, les situations de communication orale sont nombreuses. Dans une relation interpersonnelle, les échanges sont multiples lors d'un entretien d'embauche, d'une négociation. En réunion de travail, les échanges se déroulent à l'intérieur d'un groupe d'individus comme lors d'un exposé, d'un séminaire, etc.

1.3. Présentation

La communication orale présente des spécificités liées à sa complexité et à sa dimension professionnelle. Certains points méritent d'être appréhendés (tels les étapes, les signes verbaux et non verbaux) pour favoriser une communication orale efficace, facilitante et raisonnée.

1.4. Qu'est-ce que l'expression orale ?

C'est transmettre des messages à l'aide d'un langage en utilisant sa voix et son corps pour communiquer. Cette activité ne peut se comprendre qu'en fonction d'un certain nombre de rapports que l'on entretient avec :

- le langage,
- soi-même,
- les autres,
- l'ensemble du monde extérieur.

1.4.1. Le rapport au langage

Toute langue a une structure particulière qui réagit sur la pensée elle-même.

Tous les Francophones ont donc en commun un certain rapport au langage.

Chacun entretient avec le langage une relation particulière en fonction de ce qu'il représente pour lui sur le plan affectif.

Il peut être associé à de bons ou de mauvais souvenirs [familiaux, scolaires, professionnels...].

Il peut être vécu comme un instrument permettant d'avoir un certain ascendant sur les autres ou au contraire permettant aux autres de vous dominer.

Ainsi le rapport que l'on entretient avec le langage est en relation avec l'image que l'on se fait de l'autorité et même de la structure sociale tout entière.

1.1. تعريف الاتصال الشفهي

الاتصال الشفهي هو التواصل مع الآخرين باستعمال الكلام ، لتبادل الكلمات مع شخص ما، مجموعة من الأفراد أو الجمهور. الاتصال الشفهي هو أكثر أشكال التعبير الطبيعي، لأن الكلمة تبقى الوسيلة الأكثر فائدة للاتصال وأكثر تواترا. هذا يمكن أن يحدث في وجهها لوجه أو عن طريق استخدام تقنيات مثل الهاتف. ويمكن أن تكون غير رسمية (خارج أي إطار مهني، على سبيل المثال، بين زملاء العمل في آلة القهوة) أو رسمية.

2.1. استعمال

في المجال المهني، وحالات الاتصال الشفهي عديدة. في علاقة مع الآخرين، وتبادل ومتعددة خلال مقابلة العمل، والتفاوض. في اجتماع عمل، والتبادلات تجري ضمن مجموعة من الأفراد مثل أثناء عرض تقديمي، ندوة، الخ...

3.1. عرض:

الاتصال الشفهي له سمات محددة تتعلق بتعقيدها والبعد المهني. تحتاج إلى بعض النقاط يجب أن يفهم (مثل الخطوات، الإشارة اللفظية، الغير اللفظية) لتعزيز التواصل الشفهي الفعال وتسهيل ومسبب.

4.1. ما هو الحديث؟

هو نقل الرسائل باستخدام اللغة باستخدام الصوت والجسم على التواصل. هذا النشاط يمكن أن يفهم على أنه وظيفة من خلال عدد من العلاقات التي لدينا مع:

- اللغة،
- الذات،
- الآخرين
- مجموع العالم الخارجي.

1.4.1. العلاقة باللغة

كل لغة لها هيكل خاص يتفاعل مع الفكر نفسه. لذلك كل الفنكوفنيون لديهم قاسم مشترك علاقة معينة باللغة. كل واحد يحتفظ بلغة لها علاقة معينة من حيث ما تعنيه له عاطفيا.

ويمكن أن تترافق مع ذكريات جيدة أو سيئة [الأسرة والمدرسة والمهنية...].

يمكن أن ينظر إليه كأداة ليكون لها تأثير معين على الآخرين أو تسمح للآخرين للهيمنة عليك.

وهكذا التقرير المتكون لدينا مع اللغة يرتبط بالصورة السلطة وحتى البنية الاجتماعية ككل.



1.4.2. Le rapport à soi-même

Une fois que l'on a fait siennes les différentes règles qui s'appliquent à une langue et qui sont communes à son groupe social, (tout groupe social a une façon particulière de parler qui lui sert de signe de reconnaissance), on ne parle qu'en fonction de ce que l'on est soi-même et de la façon dont on se perçoit.

Ex. : Une personne plus extravertie parlera fort et fera beaucoup de gestes.

Une personne plus introvertie parlera plus posément d'une voix plus faible et plus sourde et fera peu de gestes.

On s'utilise aussi soi-même comme instrument : l'expression orale peut être considérée comme une technique instrumentale.

(- le corps - la voix- les gestes - les postures) sont les instruments par lesquels on s'extériorise.

Les principales difficultés que l'on rencontre résident dans l'image infériorisée que l'on peut avoir de soi qui se traduit par de la "timidité".

1.4.3. Le rapport aux autres

La façon dont on s'exprime dépend de la façon dont on perçoit l'autre et en particulier au travers des statuts et des rôles.

Ainsi on ne parle pas de la même façon à :

- un frère,
- une mère,
- un ami,
- un collègue,
- un supérieur hiérarchique.

Si nous avons l'impression que les autres nous sont supérieurs, qu'ils nous jugent, notre façon de nous exprimer en sera affectée.

Le rapport aux autres réagit sur le rapport à soi-même et inversement.

La principale difficulté là aussi réside dans la façon dont on imagine que les autres nous perçoivent. On a l'impression :

- d'être peu considéré,
- d'être jugé,
- de ne pas susciter ou retenir l'intérêt.

On croit parfois que les autres nous sont supérieurs, qu'ils expriment mieux que nous-mêmes

1.4.4. Le rapport au monde extérieur

Nous sommes insérés dans des structures économiques, politiques et sociales qui nous influencent et avec lesquelles nous entretenons certaines relations de type :

- accord,
- acceptation,
- compromis,
- négociation,
- refus,
- révolte.

Ce type de relation influe fortement sur notre mode de communication.

العلاقة بالذات

بعدما نتفق مع القواعد المختلفة التي تنطبق على اللغة والمشاركة بين مجموعة اجتماعية (أي فئة اجتماعية لها طريقة معينة من التحدث والتي هي بمثابة علامة للتعرف)، ونحن لا نتحدث إلا على ما نحن عليه (بذاتنا)، و تصورنا.

مثال: هناك شخص أكثر انفتاحا على الخارج يتكلم بصوت عال والكثير من الإيماءات. و الشخص الأكثر انطواء يتكلم أكثر بهدوء بصوت أقل وصامت أكثر وبحركات قليلة.

يمكن استخدام ذاتنا كأداة: التحدث يمكن أن ينظر إليه باعتباره تقنية مفيدة.

(- الجسم - للفتات صوت - المواقف) هي الأدوات التي يتم تخريجها.

الصعوبات الرئيسية التي يمكن أن نواجهها تبقى في الصورة الباطنية التي يمكن أن تكون في الذات نتيجة "الخل".

العلاقة مع الآخر

الطريقة حديثنا تعتمد على كيفية تصور الآخرين، لا سيما من خلال الوضعية والأدوار.

لذلك نحن لا نتحدث بنفس الطريقة :-

-أخ،

-أم،

-صديق،

-زميل

-ومن يفوقنا مرتبة.

وإذا كنا نرى أن البعض الآخر أفضل منا، وإنهم يحكمون علينا، فطريقة تعبيرنا عن أنفسنا ستتأثر.

علاقتنا بالآخرين تستجيب لعلاقتنا بذاتنا، والعكس بالعكس.

والصعوبة الرئيسية هنا تكمن أيضا في الطريقة التي يتصورنا بها الآخرين. فتشعرنا :

-بقلة اعتبار،

-أن نحاكم،

-عدم إنشاء أو الاحتفاظ بالاهتمام.

ونعتقد أحيانا أن الآخرين هم أفضل منا، طالما يعبرون عن أنفسهم أفضل منا.

العلاقة بالعالم الخارجي

نحن إدراجها في القضايا الاقتصادية والسياسية والاجتماعية التي تؤثر علينا ولنا معها نوعا من العلاقة:

-اتفاق

-القبول،

-التسوية

-التفاوض،

-الرفض،

-الثورة.

هذا النوع من العلاقات تؤثر تأثيرا قويا اتصالاتنا.



1.5. Les signes verbaux et non-verbaux

On ne peut pas ne pas communiquer : tout comportement est une communication. Ce n'est pas seulement le langage parlé, mais l'attitude globale qui communique : bien qu'employant les mêmes mots, nous avons souvent l'impression de ne pas parler le même langage.

Pour communiquer, nous utilisons 3 vecteurs chargés de signification :

-2 vecteurs verbaux : les mots et la voix (qui supporte les mots)

-1 vecteur non-verbal : le corps (les gestes, les attitudes, les mimiques, la coloration de la peau, le regard, etc...)

-Le langage verbal correspond à l'ensemble des mots (vocabulaire) et à la structure que nous utilisons pour exprimer nos idées. Le langage reflète et structure la façon dont nous pensons.

-Le langage non-verbal : correspond à la forme que nous employons pour émettre ces messages. L'ensemble de notre corps participe à cette émission : tous les éléments de la voix (volume, rythme, intonation), les postures, les gestes, les mimiques, le regard, les silences,...

Des études ont démontré que ces 3 vecteurs n'interviennent pas à égalité dans la communication en face à face.

La contribution à la communication de vecteur de mots à 7 à 15% ; La voix de 35 à 25% ; Le corps de 58 à 60%.

Le corps et une partie de la voix expriment ce qui est du domaine de nos pensées conscientes ou inconscientes. Les mots et l'autre partie de la voix expriment ce qui est du domaine de la raison.

1.6. Les blocages de communication

De nombreuses interférences peuvent survenir à n'importe quelle étape du processus de communication risquant de limiter la compréhension du message.

- Le cadre de référence : Constitué dès l'enfance, il s'agit de l'accumulation des expériences qui contribuent à façonner sa manière d'appréhender la réalité et de réagir aux événements.

- L'écoute sélective

-La filtration de l'information : Consiste à manipuler l'information de manière que le récepteur la perçoive de façon positive.

-Les problèmes sémantiques : Des mots peuvent revêtir plusieurs sens qui ne sont pas toujours adaptés au contexte ou au langage courant des récepteurs.

- La position hiérarchique de l'émetteur
- La quantité d'information : L'émetteur doit envisager le message du point de vue du récepteur.

- La rétroaction : L'émetteur doit se montrer disponible vis-à-vis du récepteur en le laissant réagir, poser des questions ou faire des commentaires sur ce qu'il dit.

Lorsque l'émetteur coupe la rétroaction en interdisant au récepteur de réagir, il se prive d'une source de contrôle de la réception de son propre message.

- Le manque de confiance en soi
- Les bruits parasites
- Les intermédiaires multiples
- Les distorsions des appareils (téléphone, ...)

5.1. Les indications l'écrite et l'écrite

La communication n'est pas un simple échange de mots. Elle est un processus complexe qui implique une compréhension mutuelle. C'est pourquoi, pour communiquer efficacement, il est important de prendre en compte les aspects non verbaux de la communication.

La communication, nous utilisons 3 vecteurs chargés de signification :

- 2 vecteurs verbaux : mots, et la voix (qui supporte les mots)
- 1 vecteur non-verbal : le corps (les gestes, les attitudes, les mimiques, la coloration de la peau, le regard, etc...)

-Le langage verbal correspond à l'ensemble des mots (vocabulaire) et à la structure que nous utilisons pour exprimer nos idées. Le langage reflète et structure la façon dont nous pensons.

-Le langage non-verbal : correspond à la forme que nous employons pour émettre ces messages. L'ensemble de notre corps participe à cette émission : tous les éléments de la voix (volume, rythme, intonation), les postures, les gestes, les mimiques, le regard, les silences,...

Des études ont démontré que ces 3 vecteurs n'interviennent pas à égalité dans la communication en face à face.

La contribution à la communication de vecteur de mots à 7 à 15% ; La voix de 35 à 25% ; Le corps de 58 à 60%.

Le corps et une partie de la voix expriment ce qui est du domaine de nos pensées conscientes ou inconscientes. Les mots et l'autre partie de la voix expriment ce qui est du domaine de la raison.

6.1. Les indications l'écrite et l'écrite

La communication n'est pas un simple échange de mots. Elle est un processus complexe qui implique une compréhension mutuelle. C'est pourquoi, pour communiquer efficacement, il est important de prendre en compte les aspects non verbaux de la communication.

- Le cadre de référence : Constitué dès l'enfance, il s'agit de l'accumulation des expériences qui contribuent à façonner sa manière d'appréhender la réalité et de réagir aux événements.

- L'écoute sélective

-La filtration de l'information : Consiste à manipuler l'information de manière que le récepteur la perçoive de façon positive.

-Les problèmes sémantiques : Des mots peuvent revêtir plusieurs sens qui ne sont pas toujours adaptés au contexte ou au langage courant des récepteurs.

- La position hiérarchique de l'émetteur
- La quantité d'information : L'émetteur doit envisager le message du point de vue du récepteur.

- La rétroaction : L'émetteur doit se montrer disponible vis-à-vis du récepteur en le laissant réagir, poser des questions ou faire des commentaires sur ce qu'il dit.

Lorsque l'émetteur coupe la rétroaction en interdisant au récepteur de réagir, il se prive d'une source de contrôle de la réception de son propre message.

- Le manque de confiance en soi
- Les bruits parasites
- Les intermédiaires multiples
- Les distorsions des appareils (téléphone, ...)



1.7. Les questions à se poser avant

7.1. الأسئلة التي تطرح قبل؟

Qui est mon public ?

- Nombre de personnes, types de personnes,...
- Circonstances (examen, jury, entre-tien,...)
- Codes et valeurs communes

- من هو جمهور؟
- عدد الناس، وأنواع الناس، ...
- الظروف (الفحص هيئة المحلفين،، مقابلة عمل...)
- رموز والقيم المشتركة

Quel est le lieu de la communication ?

De quel temps je dispose ?

Quel est le contenu de mon message ?

- Qu'est ce que j'ai à dire ?
- Qu'est-ce que je veux faire passer ?
- Quels sont les arguments que je peux utiliser ?
- Quelles sont les questions que l'on peut me poser ?
- Quelle est l'impression que je veux donner ?

- ما هو المكان التواصل؟
- وقت اللقاء؟
- ما هو مضمون رسالتي؟
- ما أعنيه؟
- ما أريد أن أنقل؟
- ما هي الحجج التي يمكنني استخدامها؟
- ما الأسئلة التي يمكن أن تسأل؟
- ما هو شعور أريد أن أعطي؟

Quelles qualités je dois mettre en oeuvre ?

- Voix, diction, débit
- Présence (communication non-verbale)
- Maîtrise de soi et du sujet

- ما هي المؤهلات التي يجب أن تنفذ؟
- الصوت، اللقاء، وتدفق
- وجود (غير لفظي)
- ضبط النفس وهذا الموضوع

Comme un acteur qui se concentre avant d'entrer en scène, vous devez rassembler vos ressources :

- le texte (ce que vous avez à dire)
- la façon dont vous voulez faire passer votre message (autoritaire, complice, con-vaincante,...)
- l'image de vous-même que vous sou-haitez que l'auditoire perçoive.

- كمثل الذي يركز قبل الذهاب على خشبة المسرح، يجب جمع الموارد الخاصة بك:
- النص (ما تقوله)
- كيف كنت ترغب في تمرير رسالتك (مسيطر، مساعد او شريك، إقناع...)
- صورة عن نفسك ترغب في الحضور إدراها.

1.8. Les savoir-faire à développer face à jury

7.1. الخبرة المطلوبة أمام لجنة التحكيم

Savoir se présenter :

- Repérer ses atouts
- Valoriser ses compétences
- Exprimer ses difficultés

ما إذا كان يجيد تعريف نفسه

- تحديد نقاط قوته
- تطوير المهارات
- يعرب عن الصعوبات

Maîtriser son sujet :

- Définir de façon synthétique son message : Qui – Quoi – Où – Comment.
- Rechercher les mots qui expriment son intérêt, sa motivation.
- Lister les mots techniques qui confirment la compétence professionnelle.

إتقان موضوعه

- تحديد بطريقة ذكية لرسالته: من - ما - أين - كيف
- بحث عن الكلمات التي تعبر عن الاهتمام والتحفيز.
- وضع قائمة الكلمات التقنية التي تثبت الكفاءة المهنية.

السيطرة على التعبير الغير اللفظي

Maîtriser son expression non-verbale :

- Se positionner : rechercher sa meilleure posture, poser son regard, respirer.
- Ecouter sa voix et régler le son : intensité, hauteur, débit.
- Prononcer clairement et distinctement : articulation, élocution, accent.

- الموقف: البحث عن افضل موقف ، تحديق العين، تننفس.
- الاستماع إلى صوته وضبط الصوت: كثافة، الارتفاع، والمعدل(التدفق).
- تكلم بوضوح وصراحة: التعبير، والكلام، و اللهجة.

III. Cours n°6-7: Techniques d'expression orale (تقنيات التعبير الشفوي)

1. La Respiration (التنفس)

- Elle conditionne la bonne émission du son. (أنه يحدد الحاق الصوت).
 - Elle favorise la détente musculaire et nerveuse. (أنه يعزز استرخاء العضلات والأعصاب).
 - Elle est nécessaire à la mise en œuvre de la fluidité mentale et verbale. (فمن الضروري لتنفيذ الطلاقة النفسية).
- (و.اللفظية)

2. La Voix (الصوت)

Elle est le véhicule du message oral. Selon les individus, les dimensions, la forme et la texture des :
(إنها سيارة الرسالة الشفهية. اعتمادا على الافراد، وأبعاد وشكل و النسيج)

. cordes vocales, (الأحبال الصوتية)

. os et cartilages, (العظام والغضاريف)

. muscles, (العضلات)

le timbre de voix sera très différent. On trouve généralement : (ورنة صوت تكون مختلفة جدا. توجد عادة)

. les voix de gorge (basses), (صوت مبجوح (منخفض))

. les voix de masque (appuyées), (صوت قناع (مدعومة))

. les voix de tête (élevées). (صوت الرأس (عالية))

La voix se caractérise aussi par : يتميز صوت أيضا :

2.1. L'intensité : كثافة

C'est la force, la puissance avec laquelle on s'exprime. Il convient d'adapter l'intensité de la voix au volume de l'espace de prise de parole et à la disposition de l'auditoire dans cet espace.

و هي القوة، والطاقة التي يعبر عنها . يجب أن تتكيف مع كثافة الصوت مع حجم الفضاء و الجمهور المستمع الموجود في هذا الفضاء.

2.2. L'intonation : (التجويد أو ترنيم)

C'est le mouvement mélodique de la voix, caractérisé par des variations de hauteur.

En public il est indispensable de varier les intonations afin de capter l'attention de l'auditoire.

هي حركة تناغم الصوت، والتي تتميز بالتغيرات في الارتفاع.
مع الجمهور من الضروري أن تختلف النغمات لشد انتباه الجمهور.

2.3. Le débit : التدفق

C'est la vitesse à laquelle on s'exprime. Souvent le trac amène une accélération excessive du débit.

هو المعدل الذي يتم التعبير به. في كثير من الأحيان يجلب التوتر تسارع مفرط للتدفق

Il faut donner du mouvement à l'expression en variant les rythmes, en évitant l'uniformité, en usant du contraste. ويجب أن نقدم الحركة إلى التعبير في إيقاعات متفاوتة، وتجنب التوحيد، وذلك باستخدام التباين.

Pour cela : من أجل هذا :

-respirer entre les phrases, (تنفس بين الجمل،

-ménager des pauses pour reprendre le souffle, (اجعل وقفة لاستعادة التنفس،

-utiliser le silence. (استخدام الصمت).

3. L'articulation لفظ

C'est le détachement et l'enchaînement correct des sons et en particulier, la netteté des consonnes.
هو انفصال والتسلسل الصحيح من الأصوات وخصوصا وضوح المستهلكين.

Elle peut être déficiente sur : قد تكون ناقصة على :

. les syllabes d'attaque, (المقاطع هجوم

. les syllabes internes, (المقاطع الداخلية

. les finales. (نهائي



Pour corriger ces tendances nuisibles à la bonne compréhension d'un propos, il faut s'entraîner à lire à haute voix en améliorant les mouvements :

:لتصحيح هذه الاتجاهات الضارة لفهم الجيد، عليك بممارسة القراءة بصوت عال من خلال تحسين حركات

- . الشفاف، des lèvres،
- . اللسان، de la langue،
- . الفك، des mâchoires.

4. Le Rythme أو الإيقاع التناغم

Les changements de rythmes donnent à la prise de parole sa dynamique ; ils évitent la monotonie. Ils sont donnés par : تغيير الإيقاعات يعطي للحديث ديناميكية. تجنبنا الرتابة. وتعطى من قبل :

- a. La ponctuation : تنقيط
 - La ponctuation parlée n'a rien à voir avec la ponctuation écrite. مع علاقه لا الحديث
 - علامات التنقيط تحدث في الحديث
 - . عندما نتكلم يمكننا أن نتوقف في أي وقت. Lorsqu'on parle on peut s'arrêter à tout moment.
 - . يوفر الراحة في الاستماع. Elle apporte du confort à l'écoute.
 - . يعطي وزنا للكلمات والحركات. Elle donne du poids aux mots, aux gestes.
- b. La modulation : تعديل أو التوافق

Le ton de la voix varie en jouant sur les inflexions en prenant appui sur certains mots, certaines syllabes. On peut prendre appui : ويمكن : أن تحمل نبرة صوت تتغير من خلال الإلتواءات متفاوتة بناء على بعض الكلمات، والمقاطع.

- على كلمة الموضوع أو مكمل، sur le mot sujet ou complément،
- على الفعل الذي يحدد عمل، sur le verbe qui définit l'action،
- . على الكلمات المهمة (الحرف، الزمن، الضمير)، (..). sur les mots outils (article, conjonction, pronom, ...).

5. L'utilisation des silences : استعمال الصمت

- الصمت يبدو دائما. Le silence paraît toujours plus long pour celui qui le fait que pour ceux qui l'écoutent. أطول للمتحدث من أولئك الذين يستمعون
- و هو يسمح بتدفق اللفظي. Il permet la fluidité verbale.
- يسجل التغيرات في الإيقاع. Il marque les changements de rythmes.
- يسمح بالتنفس. Il permet la respiration.
- يثمن الحركة. Il valorise le geste.
- يوفر لك الوقت للنظر في الجمهور. Il donne le temps de regarder l'auditoire.

6. La répétition التكرار

Si la répétition est, d'une manière générale, un défaut de l'écriture elle est une des qualités essentielles de l'art oratoire. إذا التكرار هو، بشكل عام، خطأ في الكتابة فهو واحدة من الصفات الأساسية في فن الخطابة.

Répéter un mot, une expression, un argument doit se faire en variant le ton. تكرر كلمة أو عبارة، يجب أن يكون. حجة من خلال تغيير لهجة.

La répétition :

- يسهل التخزين، facilite la mémorisation،
- يثمن الحجة، valorise l'argument،
- يسلط الضوء على نقاط القوة، met en évidence les points forts،
- يمكن التغلب على ثغرة في الذاكرة، peut pallier un trou de mémoire،
- يتيح للحصول على نظرة من النص المكت. permet de décrocher le regard du texte écrit.

IV. Cours n°8-9 : Présentation d'un exposé orale (تبيان عرض شفوي)

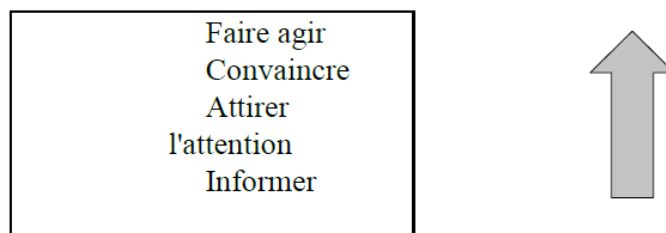
1. La préparation de l'exposé التحضير عرض

1.1. Identifier Et Formuler L'objectif : تحديد و صياغة الهدف

- L'objectif de l'exposé n'est pas son sujet. الهدف من العرض هو ليس الموضوع
 - Identifier et formuler l'objectif, c'est préciser la réaction que l'on cherche à obtenir chez l'auditoire. تحديد وصياغة الهدف هو تدقيق رد الفعل التي نبحث على الحصول عليها عند الجمهور
 - On peut identifier quatre niveaux d'objectifs en fonction de l'implication attendue des destinataires. يمكننا تحديد أربعة مستويات من الأهداف على أساس مشاركة متوقعة من المتلقين
- Exemple : l'objectif est : (Faire agir, Convaincre, Attirer l'attention, Informer)
مثال: الهدف هو (تعالمل، إقناع، لفت الانتباه، إعلام)

OBJECTIFS

NIVEAU D'IMPLICATION



1.2. Connaître L'auditoire : معرفة الجمهور

- ✚ Cette opération est complexe car il n'y a pas de public homogène. Il convient bien souvent d'identifier : هذه العملية معقدة بسبب عدم وجود جمهور موحد(متجانس). يجب أن تكون في كثير من الأحيان التعرف عليه

- des caractéristiques)
- des attitudes) communes à un groupe donné.
- des attentes)

(خصائص- المواقف - توقعات) المشتركة بين مجموعة معينة

- ✚ Savoir à qui l'on s'adresse détermine non seulement l'objectif mais la forme et le contenu de la communication. معرفة لمن نتوجه وتحديد ليس فقط الهدف و لكن شكل و محتوى المحادثة.

- ✚ Principales caractéristiques d'un public : الخصائص الأساسية لجمهور

- Composition : public homogène ou hétérogène. التركيبة : جمهور متجانس او غير متجانس
- Age, ancienneté. السن، الأقدمية
- Niveau hiérarchique. المستوى الهرمي (السلمي)
- Qualification. المؤهل
- Niveau culturel. المستوى الثقافي
- Centres d'intérêts : Professionnels ou personnels. الاهتمامات: المهنية والشخصية.

- ✚ En fonction des caractéristiques des auditeurs, il convient de :

يتوقف على خصائص المستمعين يجب أن يكون:

- S'informer sur leurs centres d'intérêts. تعرف على مصالحهم(اهتماماتهم)
- Évaluer les attentes. تقييم التوقعات
- Tenir compte d'éventuels a priori. تأخذ في الاعتبار أي بداهة
- Se renseigner sur la culture du groupe. تعرف على ثقافة مجموعة
- Évaluer leur niveau de connaissance du problème. تقييم مستوى معرفتهم للمشكلة

- ✚ Une meilleure connaissance du public passe quelque fois par un contact préalable avec une personne représentative du groupe considéré.

فهم أفضل للجمهور تكون في بعض المرات عن طريق اتصال مسبق مع شخص ممثل المجموعة

- هذه المجموعة من المعلومات تسمح بـ :
- Cibler l'intervention. تحديد هدف المداخلة.
 - Préparer l'argumentation adaptée. إعداد الحجة المناسبة.
 - Choisir le vocabulaire approprié. اختيار المفردات المناسبة.
 - Prévoir les réponses aux questions et critiques. تقديم أجوبة على الأسئلة والانتقادات.

2. La structuration de l'exposé هيكلية العرض

2.1. Comment choisir un Plan : كيفية اختيار خطة

Le choix d'une structure d'exposé doit tenir compte de : الاختيار هيكلية عرض يجب أن تأخذ في الاعتبار ما يلي:

- L'objectif poursuivi. الهدف المتابع
- Du sujet traité et de sa logique interne. الموضوع المعالج و منطقته الداخلي
- De la population à laquelle on s'adresse et en particulier ses structures mentales, ses mécanismes logiques spontanés (culture, formation, milieu social et professionnel...). للفئة الموجه لها و بالأخص التكوين
- Sa propre logique spontanée, sa tendance naturelle à être plus à l'aise dans telle ou telle structure. منطقها
- الذاتي، وميلها الطبيعي لتكون أكثر راحة في هيكل معين

2.2. La Structure Type D'un Exposé: هيكل نموذجي لعرض تقديمي

2.2.1 Introduction المقدمة

- ✚ Situer le sujet : nature, définition, délimitation du sujet. Intérêt, importance, du sujet en général et pour l'auditoire
تحديد الموضوع: الطبيعة، تعريف، تخطيط هذا الموضوع. الفائدة، وأهمية الموضوع بشكل عام وللجمهور
- ✚ Formuler la problématique : Résumer en quelques phrases les enjeux de l'étude. Expliciter l'objectif poursuivi.
صياغة المشكلة: تلخيص في بضع جمل قضايا الدراسة. توضيح الهدف المتابع
- ✚ Annoncer le plan : Indiquer les grands points traités, les noter au tableau
الإعلان عن الخطة: تحديد النقاط الرئيسية المعالجة ، نأخذها في جدول
- ✚ Accrocher l'auditoire : Retenir l'attention dès les premières minutes en utilisant une image frappante, une question, un paradoxe, une citation
تعليق الجمهور: عقد انتباه في الدقائق الأولى باستخدام صورة ملفتة للنظر، سؤال، مفارقة، اقتباس

2.2.2 Développement (تفصيل أو تطوير) التنمية

- ✚ Le plan : Choisir un plan pertinent et s'y tenir. الخطة: اختر خطة ذات الصلة، والتشبث بها.
- ✚ Les différentes parties : Ne conserver que deux ou trois points de développement. Chacun d'eux fera l'objet d'une partie distincte comprenant
الأجزاء المختلفة: لا تخزن سوى اثنين أو ثلاث نقاط من التنمية. كل واحد منهم سيكون جزء منفصل تضم
- une brève introduction مقدمة موجزة
- un développement تنمية
- une conclusion partielle استنتاج جزئي
- Équilibrer les différentes parties. تحقيق التوازن بين مختلف الأطراف
- ✚ Les transitions : Elles doivent être soignées et permettre un véritable enchaînement. Elles peuvent être un résumé partiel de ce qui a été dit.
التحويلات: ويجب أن تكون متقنة وتسمح بتسلسل حقيقي.
- ويمكن أن تكون ملخص جزئي لما قيل.

2.2.3 Conclusion الخاتمة

- ✚ Résumer ce qui précède : Effectuer une rapide synthèse de ce qui a été dit auparavant.
تلخيص ما سبق: إجراء ملخص سريع لما قيل من قبل
- ✚ Conclure : Conclure peut être الاستنتاج: الاستنتاج قد يكون
- énoncer une affirmation ou un doute اطلاق تأكيد أو شك

- résoudre un problème حل مشكلة
- poser un nouveau problème طرح مشكلة جديدة
- proposer une action ou une réflexion اقتراح إجراءات أو انعكاس
- resituer dans un contexte plus large et d'avenir. وضعه في سياق أوسع والمستقبل
- ✚ Ouvrir un débat : Faciliter les questions. Inviter l'auditoire à s'exprimer et à donner son point de vue. افتح مناقشة: سهل الأسئلة. أدعوا الجمهور للتعبير عن أنفسهم وإعطاء وجهة نظرهم

3. Le déroulement de l'exposé مسار العرض

3.1. L'argumentation : الحجة

Elle doit être rigoureuse et respecter certains principes: يجب أن تكون دقيقة واحترم مبادئ معينة:

- ✚ Un argument doit être rigoureusement étayé. Il peut être décomposé en trois étapes : يجب أن تكون حجة موثقة بصرامة. ويمكن تقسيمها إلى ثلاث خطوات
- Énoncer l'idée force, l'argument lui-même, والحجة نفسها، وأطلق الفكرة الرئيسية،
- Énoncer plusieurs sous-arguments tendant à justifier la position annoncée, choisis si possible dans des champs différents, أورد العديد من الحجج الفرعية لتبرير الموقف المعلن، الذي تم اختياره إذا أمكن في مختلف المجالات،
- Illustrer chacun par des références à des situations, à des faits précis, incontestables, à des données chiffrées. توضيح لكل منها ما يشير إلى الحالات، إلى وقائع محددة، لا يمكن إنكارها، إلى البيانات المشفرة.
- ✚ L'argument doit être adapté à la cible. الحجة يجب أن تتكيف مع الهدف
- ✚ Il faut distinguer les arguments rationnels et émotionnels. العاطفية والعقلانية يجب علينا أن نميز بين الحجج العقلانية والعاطفية.
- ✚ Il faut prévoir les arguments qui vont nous être opposés يجب أن تكون هناك حجج التي سوف نعارضها
- Soit pour les réfuter rigoureusement. سواء لدحضها بصرامة.
- Soit pour les anticiper. سواء لتوقعها.

3.2. L'adaptation Du Discours À L'auditoire : تكيف الخطاب مع الجمهور

- ✚ Utiliser un vocabulaire accessible à tous : استخدم مفردات متاحة للجميع
- Si le langage technique et les abréviations sont utiles entre professionnels, communiquer avec un public non spécialisé nécessite non seulement de traduire les termes techniques et les abréviations mais aussi de leur donner du sens. إذا كانت اللغة الفنية والاختصارات مفيدة بين المهنيين والاتصال للجمهور العادي لا يتطلب فقط ترجمة المصطلحات التقنية والاختصارات ولكن أيضا لإعطائهم معنى.
- ✚ "Concerner le public"

En partant de leurs préoccupations propres et des véritables enjeux que soulève pour l'auditoire le sujet abordé. ننطلق من همومهم الخاصة والقضايا الحقيقية التي تثير الجمهور للموضوع.

3.3. La Prise En Compte Des Réactions De L'auditoire : مراعات ردود فعل الجمهور

Il ne faut pas attendre la fin de l'exposé pour s'intéresser aux réactions de l'auditoire.

Certains indices non-verbaux, certaines réactions au cours de l'exposé nous renseignent sur le niveau de réception.

لا تنتظر حتى نهاية العرض لتكون لنهت بردود الفعل الجمهور

بعض الاشارات غير اللفظية، وبعض ردود الفعل خلال العرض يعرفنا عن مستوى الاستقبال

Les interventions du public peuvent globalement répondre aux objectifs suivants:

التدخلات العامة يمكن أن تلبي عموما الأهداف التالية:

- Demande de précisions, d'informations complémentaires, معلومات إضافية، طلب التوضيح،
- Contestation de certains aspects développés، تحدي بعض الجوانب المتقدمة،
- Réfutation d'un aspect de l'argumentation، دحض جانباً من جوانب الحجة،
- Développement de contre-arguments، تطوير (تنمية) حجج عكسية،
- Évaluation globale du travail présenté، تقييم شامل لعمل العرض،
- Opposition de principe. المعارضة المبدئية

On peut opter pour deux types d'organisation. يمكن للمرء أن يختار نوعين من التنظيم



3.3.1. Répondre aux questions au coup par coup :

Cela permet une participation régulière et spontanée ainsi que des interactions dans le public.

الإجابة على الأسئلة مجزأة: وهذا يتيح المشاركة المنتظمة والعفوية والتفاعل مع الجمهور.

Le risque : الخطورة :

- chacun peut donner son avis et la logique de l'intervention est perdue,
أي شخص يمكن أن يعطي رأيه ونفقد منطق التدخل،
- négliger certains participants. إهمال بعض المشاركين.

3.3.2. Recueillir les questions : جمع الأسئلة :

En faire une synthèse et organiser une réponse de façon structurée autour de nouveaux thèmes mis en évidence.

جمع الأسئلة: تجميع وتنظيم الاستجابات بطريقة مهيكلة حول مواضيع جديدة و ابرازها

Le risque : un second exposé succède au premier et anéantit la dynamique de l'échange.

الخطر: نجاح عرض ثاني عن الاول و تدمير المشاركة الديناميكية

Quelque soit le choix il faut en informer le public dès le début de l'intervention.

وأيا كان الاختيار لديك يجب إطلاع الجمهور في بداية التدخل

Les règles du jeu des réponses aux questions étant posées il convient de :

طرح قواعد الإجابات على الأسئلة يجب أن تكون

- recueillir les réactions, questions, opinions que les uns et les autres veulent exprimer,
جمع ردود الفعل، الأسئلة، الآراء التي البعض و الآخرين يريدون التعبير عنها،
- développer une attitude d'écoute même lorsqu'on se sent agressé,
طور موقف الاستماع حتى ان كنت مهاجم.
- ne pas chercher à se justifier à tout prix, لا تسعى إلى التبرير بأي ثمن،
- reformuler la question ou la critique afin de s'assurer que l'on a bien compris,
إعادة صياغة السؤال أو النقد بعد التأكد من أننا فهمناه،
- répondre avec précision et sérénité,
الاستجابة بدقة وهدوء
- questionner pour préciser les points obscurs, طرح الأسئلة لتوضيح النقاط الغامضة
- accepter l'idée que les autres ont le droit de penser différemment,
تقبل بأن الآخرين لهم الحق في التفكير بشكل مختلف،
- répondre en restant sur le terrain rationnel sans dériver vers le plan affectif.
الرد من خلال البقاء في الميدان العقلاني دونما الانجراف الجانب العاطفي.

3.4. L'utilisation De Supports : استخدام دعائم

- Le support visuel appuie et complète la partie orale de l'exposé.
دعم وسائل الإعلام المرئية وتكملة الجزء الشفوي للعرض.
- Il est destiné en premier lieu à faciliter la compréhension du message et à améliorer la mémorisation.
ويهدف في المقام الأول إلى تسهيل فهم الرسالة وتحسين الحفظ.
- On retient généralement beaucoup mieux ce qui est vu et entendu.
عادة التحصيل يكون أفضل بكثير لما نرى وسمع

- Le support visuel doit être simple, concis et dépouillé. Ainsi il sera très rapidement assimilable par l'auditoire qui pourra donc diriger son attention sur ce qui est dit.
يجب أن يكون الداعم المرئي بسيط وموجز ومرتب. لذلك سيتم استيعابه بسرعة كبيرة من قبل الجمهور وبالتالي سوف يوجهون الانتباه إلى ما يقال.

Lorsqu'on introduit un document, une projection, un transparent, un plan il faut annoncer clairement de quoi il s'agit et à quelle fin on l'utilise.

عند تقديم وثيقة، الإسقاط، الشفاف، خطة يجب أن يعلن بوضوح ما هو عليه، ولأي غرض يتم استخدامه.

Il faut ensuite commenter le support au fur et à mesure que l'auditoire en prend connaissance en montrant le lien avec le contenu exposé et en en justifiant l'intérêt.

ثم من الضروري التعليق على الداعم بالتدريج حيث يصبح الجمهور على علم بين الارتباط بين عرض المحتوى وتبرير الأهمية.

3.4.1. Les transparents : الشفاف

✚ Avantages: الايجابيات

- Renforts visuels très efficaces pour les sujets techniques (croquis, schémas, dessins).
- تعزيزات بصرية فعالة جدا للموضوعات الفنية (التقنية) (الرسومات الاعدادية، الأشكال البيانية والرسومات)
- Meilleure mémorisation des messages clés grâce à la visualisation.
- أفضل احتفاظ للرسائل المفتاحية من خلال التصور
- Image de marque supérieure au paper-board quand ils sont de bonne qualité
- صورة نوعية متفوقة على الورق المقوى عندما تكون من نوعية جيدة
- Reproductibles. قابل للنسخ
- Gains de temps et de qualité visuelle puisqu'ils sont préparés à l'avance.
- توفير الوقت والجودة البصرية كما انه محضر مسبقا
- Pas de perte d'attention et de concentration liée à la lecture individuelle d'un document.
- عدم فقدان الانتباه والتركيز المتعلقين بالقراءة الفردية من المستند

✚ Inconvénients : المساوئ

- Moins conviviaux que le paper-board. Mieux adaptés à l'exposé magistral qu'aux méthodes participatives.
- أقل ودية من الورق المقوى. مناسبة أفضل لمحاضرة عن أساليب المشاركة.
- Investissement de temps dans la conception si l'on veut qu'ils soient de bonne qualité.
- استثمار الوقت في تصميم إذا أريد لها أن تكون ذات نوعية جيدة.
- Quelquefois, difficultés de manipulation et de visualisation liées à la disposition géographique de la salle.
- في بعض الأحيان، صعوبات في التعامل والتصور مرتبط بالتخطيط الجغرافي للغرفة
- Nécessité de disposer d'un écran et d'un rétroprojecteur.
- الحاجة إلى شاشة وجهاز عرض ضوئي.

AVANTAGES	INCONVENIENTS
• Renforts visuels très efficaces pour les sujets techniques (croquis, schémas, dessins). • Meilleure mémorisation des messages clés grâce à la visualisation. • Image de marque supérieure au paper-board quand ils sont de bonne qualité. • Reproductibles. • Gains de temps et de qualité visuelle puisqu'ils sont préparés à l'avance. • Pas de perte d'attention et de concentration liée à la lecture individuelle d'un document.	• Moins conviviaux que le paper-board. Mieux adaptés à l'exposé magistral qu'aux méthodes participatives. • Investissement de temps dans la conception si l'on veut qu'ils soient de bonne qualité. • Quelquefois, difficultés de manipulation et de visualisation liées à la disposition géographique de la salle. • Nécessité de disposer d'un écran et d'un rétroprojecteur.



3.4.2. Le paper-board ou le tableau fixe : الورق المقوى او اللوح الثابت

✚ Avantages: الايجابيات

- Permet de noter des informations qui resteront sous les yeux des participants pendant toute la durée du stage (tableau fixe).
يسمح لتسجيل المعلومات التي لا تزال قائمة أمام أعين المشاركين خلال فترة التدريب (جدول ثابت)
- Permet de ménager des silences. يسمح بالصمت
- Permet les retours en arrière (tableau de papier). يسمح بالتراجع (المخطط التوضيحي).
- Convivial et participatif, permet de noter les apports des participants, bon reflet du travail commun d'un groupe (recherche d'idées, brainstorming, exercices divers).
ودية وتشاركية تسمح بمساهمات وملاحظات المشاركين، والتفكير الجيد من العمل المشترك لمجموعة (البحث عن الأفكار، العصف الذهني، وتمارين مختلفة)
- Permet d'improviser des schémas en réponse à une question posée.
يوفر الارتجال لمخططات ردا على سؤال مطروح

✚ Inconvénients : المساوئ

- Oblige à tourner le dos aux participants pendant son utilisation.
تجبر على الالتفاف بالظهر عن المشاركين أثناء الاستخدام
- Manque de lisibilité de l'écriture, de clarté des schémas.
نقص في مقروئية الكتابة وضوح الرسوم البيانية
- Perte de temps pendant le tracé des schémas. ضياع الوقت أثناء رسم الرسوم البيانية

AVANTAGES	INCONVENIENTS
• Permet de noter des informations qui resteront sous les yeux des participants pendant toute la durée du stage (tableau fixe). • Permet de ménager des silences. • Permet les retours en arrière (tableau de papier). • Convivial et participatif, permet de noter les apports des participants, bon reflet du travail commun d'un groupe (recherche d'idées, brainstorming, exercices divers). • Permet d'improviser des schémas en réponse à une question posée.	• Oblige à tourner le dos aux participants pendant son utilisation. • Manque de lisibilité de l'écriture, de clarté des schémas. • Perte de temps pendant le tracé des schémas.



3.4.3. Les diapositives ou photographies: الشرائح أو الصور الفوتوغرافية:

✚ **Avantages: الايجابيات**

- Permettent la visualisation de lieux, d'installations, de matériels que l'on ne peut pas montrer aux participants.
السماح بتصوير المواقع، المرافق، المواد التي لا يمكن أن تظهر المشاركين
- Caractère attrayant et image de marque (diapositives notamment).
جاذبية والعلامة النوعية (بما في ذلك شرائح)

✚ **Inconvénients : المساوئ**

- Coût de réalisation (diapositives et montage notamment).
تكلفة الانجاز (بما في ذلك الشرائح، التركيب)
- Transport et manipulation du matériel (montage notamment).
النقل وتعامل مع المعدات (تركيب على وجه الخصوص)
- Côté "spectacle" qui ne favorise pas forcément la participation.
جانب "تظاهرة او مهرجان" الذي لا يشجع بالضرورة المشاركة

AVANTAGES	INCONVENIENTS
• Permettent la visualisation de lieux , d'installations, de matériels que l'on ne peut pas montrer aux participants. • Caractère attrayant et image de marque (diapositives notamment).	• Coût de réalisation (diapositives et montage A.V. notamment). • Transport et manipulation du matériel (montage A.V. notamment). • Côté "spectacle" qui ne favorise pas forcément la participation.



V. Cours n°10 : Présentation Powerpoint : les erreurs à éviter

عرض باوربوينت : تجنب الأخطاء

Facile d'utilisation, accessible sur tous les ordinateurs, visuellement efficace (la plupart du temps), le logiciel Microsoft-**Powerpoint** est aussi indispensable qu'il peut s'avérer catastrophique pour son utilisateur. Une présentation bien préparée peut apporter une réelle plus-value à votre séquence. A contrario, si vous n'y apportez pas un minimum de réflexion et de préparation, elle peut plomber, à la fois votre travail, mais aussi l'ambiance dans l'assistance. Voici les erreurs à éviter.

مايكروسوفت بور بوينت برنامج عروض تقديمية سهل الاستخدام يتيح إنشاء عروض شرائح رائعة ، ويمكن عرضها على شاشة الكمبيوتر ، ويتيح لك البور بوينت أيضا طباعة مخططات العروض التقديمية ، وملاحظات التي تضيفها إلى عروضك، ويساعدك البوربوينت على إضافة المؤثرات الحركية والصوتية إلى العروض التقديمية ، وهذا يجعله الوسيلة المثلى لإنشاء العروض التقديمية و استخدامه في المحاضرات الدراسية.

تعريف : يعرف على أنه أحد أهم البرامج السهلة والمبسطة التي تستخدم في عرض المعلومة حيث لا أحد ينكر أهمية برنامج البوربوينت في العملية التعليمية كوسيلة من الوسائل الحديثة التي تشد الطلاب وتيسر الشرح والفهم ، وذلك من خلال عرض الشرائح بما تحويه من معلومات سبق إعدادها وتصميمها .

5.1. Trop de slides tue le slide ? الكثير من الشرائح يقتل الشريحة

Encouragé par l'envie de bien faire, vous voilà mu par une volonté sans borne d'être le plus exhaustif possible : vous enchaînez un incalculable nombre de slides. Soit vous avez effectivement beaucoup de choses à dire, soit vous tentez de vous rassurer face aux blancs que vous redoutez tant. Dans les deux cas, c'est la fausse route assurée. A vouloir tout dire, vous allez noyer votre auditoire dans le trop plein. Le diaporama est un support et n'est pas le point central de votre intervention. C'est VOUS qui serez la star, ne vous en déplaise. "Il arrive souvent que les slides soient numérotées. Quand, en début de présentation, il est par exemple indiqué "slide 1/102", ça désespère l'auditoire instantanément ! **En général, il est conseillé d'appliquer la règle d'une vingtaine de slides pour une heure de présentation**".

5.2. Négliger la préparation. إهمال التحضير

Le succès de Powerpoint tient en sa facilité d'utilisation : n'importe qui est à même de réaliser un diaporama en quelques clics de souris. Et c'est là que le bât blesse : facilité rime trop souvent avec médiocrité. Vous-même avez certainement vécu ces interminables séances de diaporama où le "créateur" aura au mieux utilisé un Template préexistant (mais rarement original) ou au pire créé une présentation avec force animations (aussi démodées qu'inutiles). Tâchez d'éviter les erreurs commises par vos prédécesseurs avant de vous atteler à la création de votre diaporama. **"Il faut ouvrir un document Word avant d'ouvrir un document Powerpoint**. Il faut écrire une histoire, puis chercher comment la traduire en slides. Et non l'inverse. Réfléchir par slides ne permet pas de créer un discours".

5.3. Des slides trop chargées en informations شرائح مشحون للغاية بالمعلومات

Vous avez intégré l'idée de réduire le nombre de slides. Mais, pour compenser, vous surchargez chaque diapo. Là encore, grosse erreur. Gardez en tête ce simple conseil : "Etre vu plutôt qu'être lu". PowerPoint est un bon outil pour présenter une idée, une image, une vidéo mais ne doit pas servir à accumuler du texte. "Les slides doivent être lues en trois secondes maximum, d'après les chercheurs. **Bannissez donc toute longue phrase au profit d'un ou deux mots clefs seulement**, mis en lumière en éliminant toute perturbation visuelle autour. Le logo de votre université, la date ou le lieu, ou encore votre nom n'ont plus rien à faire sur les slides autres que la première, par exemple".



5.4. Abuser des animations (الاجمل، منحنيات الفيديو)، الاكثار من حركة الأشياء على الشريحة

Vous êtes amateur des animations ? Tant mieux. Mais oubliez votre passion pour les effets spéciaux le temps de votre présentation. Damier, déchiquetage, paillettes... pour les transitions. Rotation, impulsion, courbes... pour les animations. Powerpoint dispose de multiples effets visuels et sonores dont il est tentant d'abuser. Problème : ils vous font perdre votre temps (avant de choisir une transition, vous en aurez essayé quinze autres au préalable) et use la patience de l'assemblée, qui aura arrêté de vous écouter dès l'apparition du premier tourbillon... **"Il n'y a pas pire erreur que d'accumuler les animations ! C'est d'ailleurs souvent la marque du néophyte : l'abus d'animations prouve bien que l'auteur de la présentation ne connaît rien à Powerpoint"**.

5.5. Lire ce qui est écrit قراءة ما هو مكتوب

Erreur classique mais à bannir : lire ses slides pendant la présentation. Vos slides auront été lues par la salle bien avant que vous n'ayez terminé de dire la première phrase. **Une personne lit en effet 400 mots à la minute quand vous n'en prononcez que 150 dans le même temps.** Totalement inutile et contre-productif. Gardez en tête que la réussite de votre présentation tient moins à votre diaporama (qui n'est qu'un support, rappelons-le) qu'à votre "présence scénique". "Si c'est pour lire des slides, autant ne pas venir ! Vous imprimez votre diaporama, vous le distribuez et vous partez... Ce sera bien plus efficace !" Alors n'oubliez pas de capter l'attention de votre auditoire, de le regarder, de l'interpeller, de le questionner... mais ne lui tournez surtout pas le dos.

5.6. Abuser des graphiques الاكثار من المنحنيات

Vous avez le souci de prouver que vous avez bien étudié votre sujet et que vous en maîtrisez les moindres arcanes. Du coup, vous multipliez les graphiques et autres tableaux à triple entrées dans votre présentation. Là encore, gare à ne pas trop en abuser. Alors que vous souhaitiez être perçu comme un bon élève consciencieux, votre présentation sera au contraire perçue comme brouillonne voire incompréhensible. **L'auditoire aura, de plus, cessé de vous écouter pour tenter de décortiquer et de comprendre vos graphiques.** Alors-si vous ne pouvez éviter l'insertion d'un graphique- pensez à le simplifier au maximum.

5.7. Illustrer avec des images médiocres استخدام الصور التي لا تتناسب مع الموضوع

Pour rendre votre présentation attrayante et moins monotone, vous jugez utile d'y insérer des illustrations. Attention à la fausse bonne idée. Si vous disposez de photos de bonne qualité et en cohérence avec votre propos, pourquoi pas. Mais si vous écumez internet à la recherche de photos (libres de droits), vous risquez d'utiliser des images de piètre qualité. Or, **des photos médiocres (سيئة) risquent de faire tomber à l'eau toute votre présentation** aussi qualitative qu'elle ait été par ailleurs.

5.8. Mélanger les polices de caractère خلط الخطوط، وأحجام الخط

Autre problème induit par la multiplicité des options de Powerpoint : l'utilisation de polices de caractère de taille, de couleur et de formes différentes. Pour qu'une présentation reste lisible et de qualité, il est impératif qu'elle soit uniforme de bout en bout. Pas question d'opter pour du Verdana 25 sur quatre slides puis de passer sans raison à du Times New Roman 16. **"Une étude a prouvé que les deux meilleures polices à utiliser pour une présentation sont Gilles Sans et Souvenirs Lt"**.

Quel qu'il soit, tenez-vous à votre choix de police tout au long du diaporama et respectez quelques règles simples : une taille 28 minimum ; un texte clair sur arrière-plan foncé ou l'inverse ; un code couleur unique pour le fond d'écran... Vos diapositives seront d'autant mieux comprises et intégrées qu'elles seront exemptes de variations.

5.9. Délaisser l'orthographe إهمال الإملاء

Certes, vos interlocuteurs ne doivent pas tous être des as des règles grammaticales. Certes, nul n'est infailible en orthographe. Mais l'imperfection en matière de conjugaison, de grammaire et/ou d'orthographe est totalement à proscrire dans une présentation. **Une simple erreur de frappe peut donner le signal à vos interlocuteurs que vous n'avez pas pris le soin de vous relire.**



"La faute d'orthographe est très malvenue !", alerte les chercheurs. Ne comptez pas sur l'indulgence de votre auditoire. Se relire et se faire relire par un tiers : voilà une étape essentielle à ne pas oublier.

5.10. Plonger dans la monotonie استخدام نفس إيقاع العرض

La monotonie d'une présentation Powerpoint peut à elle seule être responsable de votre échec. En effet, enchaîner sans rythme des slides qui se ressemblent visuellement, en usant d'une locution monocorde, ne tiendra jamais votre auditoire à rester avec vous.

Le conseil à suivre est donc de contraster les slides pour créer des ruptures de rythme (voir chapitre III).

L'insertion d'une simple diapositive vierge ou d'une illustration sans texte vous permet de ménager une pause, de reprendre votre souffle et laisse à votre public l'occasion de digérer ce qu'il vient d'entendre et de passer à la suite avec une grande attention. "Aux moments clefs de votre présentation, même si vous êtes impatient d'annoncer l'idée ou l'information suivante, retenez-vous quelques secondes. Usez des silences avant de parler : ils seront en pleine concentration à ce que vous vous apprêtez à dire".

5.11. Négliger la conclusion إهمال الخاتمة أو الاستنتاج

Vous avez l'impression d'avoir tout dit et ne jugez pas utile de terminer sur un temps fort. Ou bien voilà une heure que vous bataillez face à un auditoire pressé d'en finir et jugez bon d'abréger leurs souffrances. Dommage, car bâcler la conclusion de votre présentation ne fera que ternir l'impression générale laissée par votre intervention.

Votre ultime slide est celle qui restera imprimée dans les mémoires alors n'omettez pas de soigner votre conclusion. Une phrase marquante, un résumé simple et clair de vos idées, des perspectives... peu importe le sens que vous donnerez à cette dernière slide. L'essentiel est qu'elle marque les esprits.