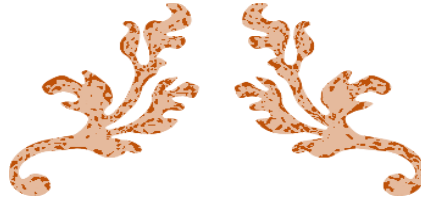




المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة

معهد العلوم والتكنولوجيا

قسم العلوم والتكنولوجيا جذع مشترك



منهجية التقديم الفصل الأول

MÉTHODOLOGIE DE PRÉSENTATION



[د. مرزوقي صورية]

2022/2021

المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة

منهجية التقديم (Méthodologie de présentation)

الفصل الأول: العرض الشفوي L'exposé orale

مقدمة: ان الهدف من هذه الدروس هو تقديم التقنيات الأساسية لإنجاح عرض شفوي، فمن خلالها يتعلم الطالب كيفية تحضير عرض بحثي وتقديمه، كيفية شد انتباه الحضور، معرفة الأخطاء التي يقع فيها الطالب خاصة فيما يتعلق بالانتحال او Plagiat.

I. تعريف:

العرض الشفوي هو تقديم شفوي لعمل ما امام جمهور (مثلا أساتذة)؛ وهو ذلك الكلام المنطوق الذي يعبر فيه الفرد عما يجول في عقله من رؤى أو أفكار بطلاقة وانسياب امام متلقي ما من اجل نقل معلومات او وصف او شرح موضوع معين، ويتطلب مهارة الإلقاء امام العامة، وبالنسبة للكثيرين تعتبر فكرة التحدث امام الجمهور مصدرا رئيسيا للتوتر.

حسب F. Gadet و S. Lureau نستطيع ان نميز نوعين من العروض الشفوية:

- **العرض الشفوي المؤسس *l'orale institutionnalisé*** وهو الذي يعتمد على نقاط متسلسلة (وغالبا ما يصاحبه عرض كتابي أو سمعي بصري) وهذا النوع يتطلب وقتا وجهدا من طرف الطالب، فعليه اختيار الكلمات الصحيحة والتأكد من وصول الفكرة للمتلقي بطريقة سهلة وبسيطة حتى يتمكن من فهمها.
- **العرض الشفوي التلقائي *l'orale spontan *** وهو الإلقاء الذي يعتمد على المحادثات التلقائية داخل قاعات الدراسة؛ ويكون فردي تلقائي خالي من أي كتابة وقد يشوبه في العديد من الأحيان أخطاء أو الخروج عن المعايير. فيه يتمكن الطالب من التعبير بحرية عن أفكاره ولكن باستعمال الحجج والبراهين وغالبا ما يتدخل الأستاذ من أجل توجيه الطالب وتنبيهه للنقائص التي يرتكبها وأيضا تشجيعه.

II. التواصل او الحوار:

1.II تعريف: هو عبارة عن مجموعة من الاستراتيجيات توضع من طرف شخص او عدة اشخاص لتبادل الأفكار والمعلومات، وهي نية المرسل في إعطاء فكرة او معلومة على شكل رسالة يترجمها المتلقي حسب المخطط التالي:



المخطط العام للتواصل و الحوار

2.II. التقنيات الأساسية للتواصل : les techniques de base de la communication

1.2.II. طرح الأسئلة : poser les questions

هي طريقة للتعرف على اشخاص، استكشاف مواقف، حصول على معلومات، التعمق في نقاط معينة أو استعداد للعمل. أنواع مختلفة من الأسئلة يمكن ان تجعل التواصل فعالا إذا كانت ذات صلة، إذا كانت تجعل من الممكن جمع المعلومات من المتحاورين:

- ❖ أسئلة المباشرة التي تستخدم للحصول على المعلومات: هي أسئلة محددة تتضمن إجابات دقيقة تجعل من الممكن الاحاطة بالموضوع من اجل جمع اهم المعلومات الأساسية عنه. مثلا: عن ماذا يتحدث؟ ماهي أهميته؟ هل انت موافق على الفكرة التي عرضتها؟
- ❖ أسئلة المستهدفة المحددة: وفي أسئلة مغلقة تحتمل إجابة واحدة مثل في أي عصر كانت الحادثة؟ وأين بالضبط؟ ماهي الأسباب التي أدت الى انتشار الظاهرة؟
- ❖ أسئلة متعددة الخيارات: هنا يترك المجال مفتوح للإجابة مثل الأسئلة التي تطرح في سبر الآراء ولكن بدون ابداء الراي.

❖ أسئلة مفتوحة تشجع على التفكير والغوص في الموضوع المطروح: هي أسئلة تدور حول الموضوع والإجابة عنها تكون مفتوحة وحررة حتى تحفز المتلقي على التفكير وإبداء الرأي الشخصي. وهي أسئلة تهدف الى تبادل الأفكار ووجهات النظر حول قضية ما، مثلا: ما رأيك في الاقتراح الذي قدمته؟

II.2.2. الاستماع L'écoute:

إن ميزة استماع الاخر تبدو سهلة، لكن ما هو المعنى الحقيقي لكلمة الاستماع؟ الاستماع يعني قبل كل شيء هو الصمت أثناء تكلم الطرف الاخر، وبمعنى أوضح ان لا يتكلم اثناء تكلم المحاور او حتى مقاطعته وهذا ليس بالأمر السهل، فنجد في كثير من الأحيان ان المتحاورين لا يتقبلون آراء غيرهم، فيتكلمون اثناء تكلم مخاطبيهم او مقاطعتهم او معارضتهم بطريقة غير مؤدبة وعنيفة من أجل فرض رأيهم الخاص. والاستماع لا يعني فقط الصمت، إضافة للصمت يكون الانصات والاهتمام بما يقوله المحاور ولا ينشغل بأشياء أخرى كالتفكير في الرد. لذلك يعتبر الاستماع اهم تقنية في تقنيات الحوار لكنها في الواقع هي الأكثر إساءة استخداما، وغالبا ما يكون الاستماع هو السبب الجذري لسوء الفهم والصراعات في حياة المؤسسات. ما هي شروط الاستماع:

1. اترك المجال للطرف الاخر ليكمل كلامه دون مقاطعته، ركز مع النقاط المهمة، ابقى يقضا دائما مع كل حركاته.
2. ابقى دائما مركزا في ما يقال من دون التفكير في الرد الا في حالة توقف المتحدث و اترك وقتا للتفكير وتعلم أفكار ومعلومات جديدة حتى لا تخطأ في الرد أو في الحكم على المتحدث.

II.2.2. التحدث la prise de la parole:

أخذ الكلمة من أجل التحدث والتعبير عن رأي او عن شعور اتجاه حدث ما وتكون بطريقة عفوية حتى تعكس إمكانية المتحدث من المعلومات والآراء التي يطرحها للناس. والتعبير الحر يفضل فيه التقليل من القلق الشخصي وتطوير لديناميكا المجموعة. للتحدث حدود وهي:

- ليس كل ما يجول في عقلك تستطيع قوله
- ليس كل تقوله يسمع.
- ليس كل يسمع يفهم.

II.3. إعادة الصياغة La reformulation:

هي مداخلة شفوية هدفها هو إعادة طرح المشكلة بكلمات جديدة أكثر وضوحا، وهذا لا يعني إعادة؛ ولكن شرح الفكرة بطريقة ابسط وأوضح من اجل شد انتباه الطرف الاخر. وهي أيضا طريقة لتصحيح الأخطاء الغير مقصودة في المداخلة الأولى.

3.II. نصائح من أجل اتقان العرض الشفوي :Conseils pour une expression orale authentique**1.3.II. اهم الأسئلة التي يجب طرحها :les questions à poser**

- ما هدفي من العرض؟
- من أريد ان أقنع؟
- ماهي حجتي؟
- ماهو الأسلوب المتبع؟
- ماهو الوقت الذي احتاجه؟
- ماهي الوسائل السمعية البصرية التي استعملها؟
- ماهو الجهاز المستخدم؟

2.3.II. المراحل الخمسة لبداية جيدة : Cinq actions pour bien commencer

تعتبر البداية اهم جزء في العرض الشفوي لأنها تعطي انطباعا لدى الجمهور من مقدرة وتمكن المتحدث من المعلومات التي يعرضها، ولا توجد عصا سحرية لهذا الغرض. ولكن هناك بعض الأفعال التي تعزز موقف المتحدث امام الطرف الاخر او الجمهور وهي:

- التوجه مباشرة نحو الجمهور (تقدم).
- الافتتاحية (عبارات الترحيب).
- التواصل (التكلم مع النظر في وجه المحاور او الجمهور).
- الاسترخاء عند الحاجة (من أجل التنفس).
- المجاملة (التبسم).

3.3.II. الرسالة :Le message

يعبر عن الرسالة او الفكرة بعرض النقاط المهمة المراد طرحها وايصالها للطرف الاخر اما الأفكار الثانوية فيستحسن ان توجز في جمل قصيرة ومختصرة. ويجب ان يعتمد في الخطاب ما يلي:

- **الإيجاز:** كثر الكلام يولد الشك.
- **الدقة:** تسليط الضوء على النقاط المهمة.
- **الوضوح:** كلما كان الحديث بسيطا وواضحا كلما كان مقنعا اكثر و غير قابل للنقد.
- **مفهوم وكامل:** تجنب ترك نقاط غامضة او ناقصة في المعنى او مشكوك في صحتها، فيجعل المتلقي يبذل جهدا لمحاولة فهم الحديث فيمل.

➤

4.3.II وسائل التأثير : moyens d'influence

- أ. **مرئية Visuel**: ترك انطباع اولي جيد من خلال النظر الى الأشخاص المتواجدين في القاعة بدل النظر الى العرض او النص، فهناك من يريد ان يشجعك ودعمك فتراهم يبتسمون او يهزون رؤوسهم. ايضا تساعد الجمهور على التركيز والاهتمام بالعرض الذي سوف تقدمه، لذلك حاول تجنب أي حركات مشتتة للانتباه ولكن لا بأس ببعض الحركات التي تساعد في الشرح دون المبالغة طبعاً.
- ب. **صوتية Vocal**: التحدث بصوت عال لكن دون صراخ كما لو كنت تتحدث مع اخر شخص موجود في القاعة، وعند التوتر تجنب الإسراع في الكلام بل تحدث ببطيء حتى يتمكن الجمهور من متابعة افكارك. لا تستطيع تجنب التوتر حتى لو تدربت 100 مرة فإنها تبقى المرة الأولى التي يسمعك فيها جمهور، لذلك امنحهم فرصة لمعالجة المعلومات وذلك بأخذ فترات قصيرة للراحة اثناء تقديم عرضك. كن دائماً متحمس في حديثك حتى تظهر تفانيك وجهدك على عملك واطهر كم انت فخور بنفسك وانجازك.
- ت. **لفظية Verbal**: و هي الكلمات التي تختارها في تقديم العرض، يجب ان يتكون العرض من مقدمة و موضوع وخاتمة. حاول اختيار كلمات الافتتاحية بعناية وركز على اهدافك ونظمها بشكل جيد. استعمل عناصر لافتة للنظر مثل الصور او الاقتباسات او الجداول وشرحها في جمل قصيرة. دع الجمهور يعرف أنك تقوم بتغيير الأقسام في عرضك واعط أهمية بالغة للخاتمة لأنها هي من تهم الجمهور.

5.3.II صعوبات التواصل Difficultés de la communication

❖ على مستوى المتحدث:

- ما أريد ان أقوله.
- ما قلته.

❖ على مستوى المتلقي:

- ما يسمع.
- ما يستمع عليه.
- ما يفهمه.
- ما يشد انتباهه.
- ما الذي يستعمله.

أظهرت أبحاث أمريكية ان نسبة فقد الاتصال اللفظي يمكن ان يصل الى 90 بالمئة وبالتالي لا يستفيد المتلقي الا ب 10 بالمئة من الرسالة.

ما يجب ان أقوله 100 %

ما أعتقد أني أقوله 90 %

ما يمكنني قوله 80 %

ما أقوله 70 %

ما يسمعه 60 %

ما يستمع اليه 50 %

ما يهمله 40 %

ما يعترف به 30 %

ما يحتفظ به 10 %

ونلخص اهم الأسباب في الجدول التالي:

	100%	ما يجب ان يقال
ترتيب الأفكار، التعبير، النطق، اعتماد الرموز، أسباب عاطفية	70%	ما يقال
ضعف السمع، الضوضاء الخارجية	60%	ما يسمع
التركيز والاهتمام، الوضعية الجسدية	50%	ما يستمع اليه
المستوى الثقافي والعلمي، الموضوع طريقة العرض	40%	ما يفهمه
أسباب شخصية او علمية	20-30%	ما يعترف به
الذاكرة	10%	ما يحتفظ به ويستعمله

وتبعاً لدراسات بسلوكية اتضح ان الانسان سواء كان رجلا او امرأة لا يحفظ الا:

○ 10% من الرسائل التي يتلقاها سمعياً.

○ 20% من الرسائل التي يتلقاها بصرياً.

○ 65% من الرسائل التي يستقبلها بشكل مسموع ومرئي في وقت واحد.

وهذا ما يسميه الاخصائيون النفسيون بظاهرة التآزر أو بظاهرة الرنين في الفيزياء الكهرومغناطيسية او تأثير

دوبلر Doppler في علم الصوتيات.

إذا كنت تبحث على ان يتذكر عرضك من قبل المستمعين حاول ان تربط بين العناصر المرئية بما تقول وان

يكون الارتباط متزامناً بأن توجه أعين الجمهور الى الصورة التي تريد التحدث عنها وتخلق ردود فعل حتى

تبقى الجمهور مركزاً فيما تقول.

III. اعداد عرض شفوي Préparation d'un exposé orale

يساعد التحضير الجيد والدقيق على مواجهة التوتر وإنجاح العرض، من خلال إعداد الدعم الكتابي والتدريب على الأداء امام الجمهور وذلك باتباع الخطوات التالية:

- ✚ يفضل البطاقات الوثائقية fiche documentaire بدلا من الأوراق؛ بطاقة لكل من العنوان، خطة العمل، بطاقة أو اثنين على الأكثر للمقدمة والخاتمة وبين 10 و 30 ورقة للعرض ما يكفي ما بين 15 الى 20 دقيقة من العرض.
- ✚ الكتابة تكون على صفحة واحدة فقط مع ترقيم الصفحات ودائما اعد قراءة ما تكتبه.
- ✚ الاعداد الجيد للوثائق في حالة هناك مرفقات للعرض الشفوي كجداول وبيانات او مخططات وترتيبها حسب الترتيب المستعمل في العرض الشفوي ويستحسن توزيعها قبل العرض.
- ✚ يفضل استعمال الوسائل السمعية البصرية لتحريك العرض (عرض باور بوينت power point او عرض وثائقي documentaire)
- ✚ لا تعتمد على القراءة مما تكتبه في العرض الكتابي بل يجب ان يكون ما تكتبه مجرد رؤوس أقلام او عناوين فقط. اعتمد على ما تقوله بشرط ان لا تضع في التفاصيل وركز على النقاط المهمة حتى لا يتعب الجمهور او يمل Power point وسيط للعرض وليس لقراءة النص كاملا).
- ✚ التكلم يكون مع النظر للجمهور بصوت هادئ، مسموع وواضح.
- ✚ استعمال جمل بسيطة وابتعد عن المفردات المعقدة.
- ✚ في حالة العمل الجماعي يجب تنسيق التبادل في أخذ الكلمة وفي الربط بين الفقرات.
- ✚ في البداية يجب تقديم مخطط العمل او مخطط العرض الشفوي.
- ✚ الاختصار قدر الإمكان الا في المقدمة (بمثابة الجزء النظري) والخاتمة، وذلك بالتركيز على النقاط المهمة وإبرازها (بوضع تحتها خط او تلوينها او...)
- ✚ يجب ان يتضمن العرض الكتابي المصاحب للعرض الشفوي مقدمة و عرض وخاتمة وفقا لخطة بسيطة مع تجنب الرغبة في قول كل شيء بل تكفي ثلاث او أربع أفكار أساسية والتزام الخطة الابتدائية المطبقة اثناء البحث.
- ✚ الخاتمة هي اخر جزء في العرض.
- ✚ تكتب المراجع في أسفل الورقة.
- ✚ تكتب الأفكار الرئيسية في كل ورقة اما الأفكار الثانوية فتعرضها شفويا، ونظم الأفكار على شكل عناوين.
- ✚ احترم الوقت المخصص للعرض وتعامل بهدوء مع الوقت في حالة انتهائك قبل نهاية الوقت، ولكن في حال تأخر الوقت لا تسرع بل حاول اختصار النقاط الغير مهمة.
- ✚ تدرب جيدا بصوت عالي خاصة إذا كانت اول مرة فهذا يعزز من ثقتك في نفسك.

IV. أنواع المخططات Différents Types de Plans:**1.IV. تعريف:**

المخطط هو خطوة ضرورية حتمية في البحث من أوله (أثناء البحث البيبليوغرافي) الى اخره (العرض)، ويتكون دائما من مقدمة، عرض وخاتمة وهدفه الترتيب والتنظيم. في حالة العرض الشفوي المخطط يساعد الجمهور على فهم العرض ومتابعة المتحدث، لذلك ينبغي على المتحدث إعطاء أهمية لهذه الخطوة واختيار نوع المخطط بعناية حتى يعينه في العرض.

2.IV. أنواع المخططات:**1.2.IV. المخطط الزمني Le plan chronologique:**

هو مخطط يمكن من متابعة ظاهرة أثناء تطورها مع الزمن (في الماضي، في الحاضر وفي المستقبل) وله نوعان:

➤ **تقدمي Progressive:** قديما، اليوم وغدا.

➤ **تراجعي Régressive:** اليوم، الماضي القريب ثم الماضي البعيد.

2.2.IV. مخطط المقارنة Le plan comparatif:

هو مخطط يعتمد على المقارنة والمعارضة:

➤ الإيجابيات والسلبيات.

➤ الوضعية الحالية والوضعية السابقة.

➤ صحة فرضية وخطؤها.

وفي هذا النوع من المخططات من الضروري في الخاتمة ابداء الرأي حول الموضوع وابرار وجهة نظرك بالحجج والبراهين.

3.2.IV. من العام الى الخاص Du général au particulier:

ويمكن ان يتطور في الاتجاهين:

➤ مشكلة عامة ← مشكلة خاصة ← تحليل مثال ملموس.

➤ مثال نموذجي ← دراسة خاصة ← تعميم الدراسة.

4.2.IV. مخطط نمطي Le plan par catégories:

يعتمد هذا المخطط على التركيز على جوانب مختلفة للمشكلة وليس الإيجابيات والسلبيات كما في مخطط المقارنة ولكن كل المعلومات حول الفكرة.

5.2.IV. مخطط الجدلي Le plan dialectique :

هو المخطط الكلاسيكي المستعمل بكثرة ويتضمن ما يلي:

1. طرح الفكرة او المشكلة.

2. طرح نقيضها.

3. الحلول.

6.2.IV. مخطط مبني على المنطق (logique) Le plan bâti sur un raisonnement :

وهو حالة خاصة من المخطط السابق بحيث يعرض فيه ما يلي:

1. عرض الحالة او المشكلة.

2. ذكر الأسباب التي أدت لهذه الحالة.

3. شرح العواقب في حالة عدم حل المشكلة.

4. الحلول الممكنة.