

### أسئلة يجب أن تفكير فيها

- لماذا نقوم بهذا العمل؟
- مع من نتحدث؟ مجموعة زملاء - متخصصين
- آخرين - رجال أعلام - مستهلكين؟
- ماذا تريد أن تقول؟
- متى تريد عمل ذلك؟ ليس المقصود الوقت ولكن
- عند أي نقطة من المشروع؟
- كيف تستقبل المعلومات؟ صحافة، انترنت .....
- هل تريد المساعدة؟

عولمة التجارة في المواد الغذائية يعني المزيد من الخيارات أمام المستهلكين. ومع ذلك، فإن العولمة أيضا لديها القدرة على تهديد صحة الإنسان. ومن خلال الجمع بين العلماء من مختلف أنحاء العالم فقد قام الاتحاد الأوروبي بتمويل مشروع **مونيكا** (الرصد وضمان الجودة في سلسلة الإمدادات الغذائية) لمساعدة مصنعي الغذاء، وتجارة التجزئة والهيئات التشريعية والتنظيمية لمواجهة التحديات التي تطرحها عولمة الاقتصاد الغذائي.

من خلال ورش العمل لتدريب المشتركين في **مونيكا** وذلك عن طريق تطوير البحوث ومهارات الاتصال من خلال العلماء المشاركين في المشروع. هذه النشرة توفر بعض النصائح المفيدة حول مهارات العرض الرئيسية.

تقييم الآثار الاجتماعية والاقتصادية من شأنه أن يعزز فعالية وكفاءة من تشريعات الجودة والسلامة في مجال الغذاء  
عناوين الأزمات الميلايين وغيرها من القضايا المستجدة في مجال سلامة الأغذية.

### قواعد المحادثة العامة للجمهور 2

الجدول والرسومات والصور هي فكرة جيدة ولكن تأكد من أن العناصر المرئية ذات رسالة واضحة. مع مراعاة ان يكون النص واضحا والصورة واضحة.

أهمية الوقت: ضمان أن العرض سيأخذ الوقت المحدد ولا يكون بسرعة أو ببطء ويتناسب مع المستمعين والمتحدثين الآخرين.

أخيرا، يجب التحقق من الخدمات اللوجستية (التوقيت والمكان، والتغيرات في وقت متأخر، حجم الغرفة والإضاءة وغيرها) والأدوات المتاحة (جهاز عرض البيانات، الاشكال البياني، عرض الشرائح و النشرات و الوسائل السمعية والبصرية وغيرها)؛ يجب ان تحدد اي من الادوات السابقة تحتاجها وكيفية استخدامها.

مراعاة الحصول على انتباه جمهورك والاحتفاظ به يمكن أن يتحقق من خلال تحديد الفوائد، وربط حديثك بالأحداث الحالية وطرح الأسئلة ضمن مجموعة صغيرة.

#### تذكير

- أن يكون لديك رسالة واضحة
- السماح للجمهور لمتابعة خط تفكيرك
- تأكد من الشرائح يمكن قراءتها من الخلف
- حافظ على أن تكون قصيرة، بسيطة
- اترك مجالا للتساؤلات
- أن يتهي في الوقت المناسب والحفاظ على الوقت
- لا يمكن بتأجيل لوجود مشاكل فنية

### قواعد المحادثة العامة للجمهور 1

القاعدة الأولى لمخاطبة الجمهور هي أن لا تقدم نفس العرض التقديمي مرتين. عندما تتكلم مع الجمهور، وهناك عدة عوامل يجب اخذها بعين الاعتبار. وأهم هذه العوامل:

- **المناسبة:** من هو جمهورك؟ هل أنت نطلب للحصول على منحة، هل تتحدث في مؤتمر علمي، والتحدث إلى الصحافة، الخ؟
- **الهدف:** ماذا تريد تحقيقه؟ هي محاولة لكسب انتباه الصحافة، هل تريد محاولة إقناع جهة تمويل لتمويل بحثك، أم تريد إبلاغ زملائك؟
- **الموضوع:** ما هي رسالتك؟ لأن هذا يحدد محتوى العرض التقديمي.

كما تحتاج إلى أن تأخذ في الحسبان في عرضك تقديمي انك تتحدث الى الناس، الأمر الذي يحد من إمكانيات التفاعل معك وابداء الرأي.

إعداد طويل، عرض قصير - عند تصميم عرضك لابد من التفكير في الجمهور الذي سوف تتحدث معه (على سبيل المثال عدد الأشخاص، العمر، المهنة)، وإذا كان هذا في محاضرة عامة أو في جلسة مغلقة. لا تقرأ العرض، ولكن بدلا من استخدام بطاقات صغيرة مع الكلمات مفتاحية.

يهكل العرض يجب أن يحتوي على:

- **بداية** - تحدث عن تقديمية لما سيقوله.
- **الأوسط** - عرض المعلومات الخاصة بك.
- **النهاية** - تحدث لهم عن ملخص ما تحدثت عنه.

لا تخف لتكرار نفسك، ولكن اجعل نفسك مثير للاهتمام.

## الملصقات العلمية – الجديدة والسنية

تعمل الملصقات على إدخال مجالات محددة للعمل، وينبغي أن تكون سهلة الرؤية بالعين وملينة بالفكر. جميع الملصقات ينبغي أن تتضمن الشكر والتقدير لكل شخص ساهم في تمويل هذا البحث وليس بقول كلمة شكرا، ولكن لا يمكن أن يتم اعتبار الملصقات وتسجيلها بوصفها نشرا إلا إذا كانت تتضمن شعار أو رقم كودي.

يجب أن تكون الأهداف والاستنتاجات واضحة وموجزة، ومرتبطة ببعضها البعض. أن يتم التحدث عن العمل في المستقبل بل يساعد القارئ على فهم كيف أن هذا العمل يساهم في حل مشكلة معينة.

يجب أن تكون الأشكال واضحة وضرورية وسهلة القراءة، ومناسبة! يجب ملاحظة أن استخدام الصور أو الرسوم البيانية المعقدة لا تساعد على الفهم ولكن، إذا كان ذلك ضروريا، فيجب أن يكون هناك تفسيرات موجزة توضح النقاط الرئيسية.

معظم الباحثين يحتاجون إلى رؤية فأر مذبوح للتشريح لمعرفة ما تم إنجازه، ولكن الجمهور لن يفهم أكثر من عملية البحث، بما في ذلك استخدام الحيوانات، وخاصة إذا كانت الصور المستخدمة ذات علاقة مباشرة إلى المفاهيم الخاطئة القائمة. فعلى سبيل المثال، يتم وضع بعض صور عن المرض والعجز في المجتمع إذا كانت تخدم البحث، أما إذا كانت هذه الصور لا تساهم في فهم شيء، أنها تأخذ مساحة ولكن بلا قيمة لذلك يكون أفضل استخدام المعلومة فقط.

الملاحظات هي دعوة لزيارة لافتة الملصق، ولكن يجب ألا يتم تغيير العنوان والبلد أو بين التقديم والعرض حيث يؤدي ذلك إلى حدوث خلط للجمهور. ينبغي أن يحتوي على معلومات في صلب الموضوع، الأمر الذي يعني في اللغة التركيز على هذه النقطة.

لمزيد من المعلومات يرجى زيارة موقعنا على الانترنت:

[www.moniqa.org](http://www.moniqa.org) او الاتصال بـ

[moniqa@moniqa.org](mailto:moniqa@moniqa.org)



## توجيهات للملصقات

- التحقق من ابعاد مكان الملصق؛ فكر في جمهورك ورسالتك.
- يجب أن يكون العنوان القصير بينما يشمل جميع الكلمات الخاصة بالموضوع؛ تجنب الإختصارات والمصطلحات.
- اشرح لماذا تقوم بهذا العمل، وربط ذلك مع النتائج الرئيسية والعمل في المستقبل
- استخدام نص كبير/حجم الخط والألوان الزاهية والخطوط الثقيلة والأرقام واضحة وللصور والأشكال.
- تنوع المراجع.
- أن يتضمن الملصق تفاصيل الاتصال الخاصة بك، ضع نسخ من الملصق على A4، ودليل فحص النص الخاص بك
- كن متواجد خلال جلسات للملصقات، حيث أنك لا تعرف من سوف يزور وسقدم له المساعدة.

## عرض الشرائح –

### أداة فعالة إذا ما استخدمت بشكل صحيح

- أكد على النقاط الرئيسية الخاصة بك ولكن تجنب الجمل المعقدة، واستخدام لغة عربية أو ولغة عامية.
- يجب ألا يقل حجم النص عن 24 نقطة في هيكل الشريحة؛ 40-36 لعناوين ورؤوس المواضيع.
- عدد السطور في الشريحة 6-8، ولا يفضل وجود حركة للكلمات، ويجب تقريب الأرقام العشرية، استخدام الرموز.
- إدراج صور كبيرة وواضحة / مخططات / أرقام التي تكمل أو تحل محل النص.
- توظيف اللون مع غرض العرض، وليس للزينة، ويكون النص متباين مع لون الخلفية.
- أن يكون النص انتقائيا مع علامات التنقيط، واستخدام الصوت والصور المتحركة في حالة وجود ضرورة لذلك.
- يجب تهيئ الشرائح الخاصة بك، ووضع إشارات أسفل الشريحة، تشمل المراجع والشكر.
- المقرين؛ درب نفسك وكن متحمسا، وإذا كنت ممن تتحدثون بلغة ثانية، لا تقلق بشأن الأخطاء الصغيرة!

## لمعلومات أكثر عن مونيكا

- نظرة عامة على الدورات التدريبية المؤهلة، واستعراض الأحداث الماضية على العنوان التالي

<http://www.moniqa.org/MoniQAFST>

نشرات أكثر عن مونيكا يمكن تحميلها من

<http://www.moniqa.org/factsheets>