



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي

COMMUNICATIONS ET PRÉSENTATIONS

Master : Intelligence artificielle et sciences des données

Crédits : 01

Coefficients : 01

Mode d'enseignement : A Distance



Prof Derdour Makhlouf
derdour.makhlouf@univ-oeb.dz

SYLLABUS

Objectif : Développer les compétences de communication orale, écrite et visuelle des étudiants, ainsi que leur capacité à présenter efficacement des résultats techniques et des projets

Contenu de la matière

Chapitre 1 : Principes de Communication :

- Techniques de communication efficace.
- Styles de communication adaptés à différents publics.

Chapitre 2 : Présentations écrites :

- Types de documents scientifiques (Rapports, mémoires.....)
- Bonnes pratiques de rédaction technique pour la clarté et la concision.

Chapitre 3 : Présentations Orales

- Préparation et planification de présentations orales.
- Techniques de prise de parole en public.
- Gestion du temps et de l'attention du public.

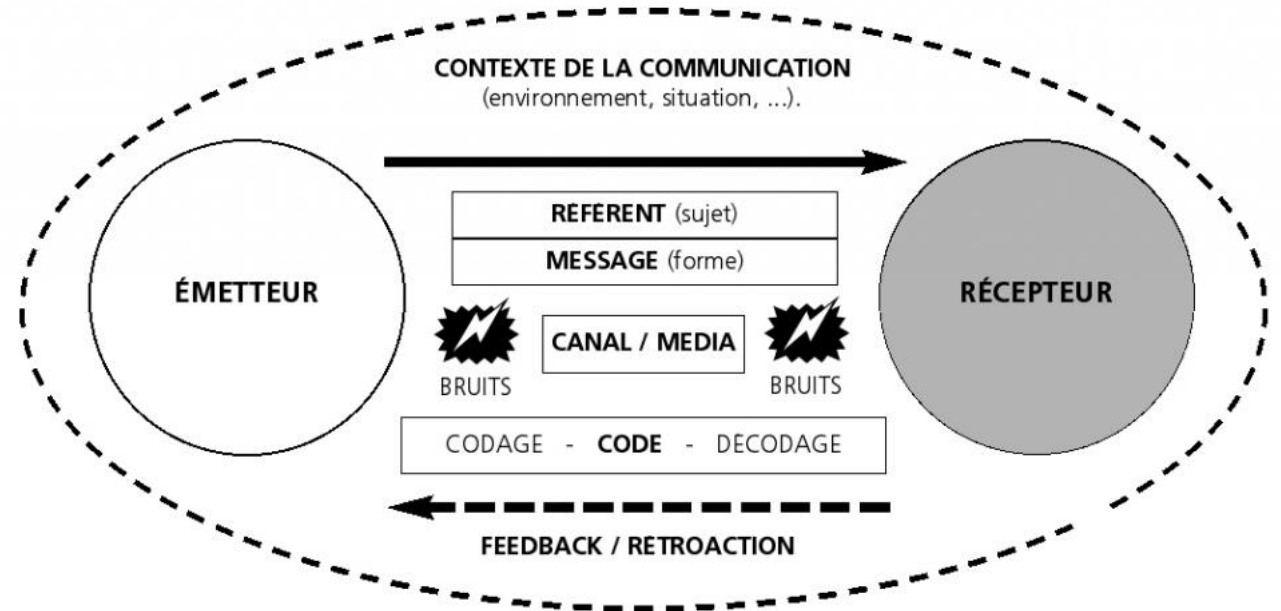
Chapitre 4 : Présentations Visuelles

- Utilisation d'outils de présentation tels que PowerPoint, Keynote, etc.
- Conception de diapositives efficaces et attrayantes.
- Intégration de données visuelles (graphiques, tableaux) pour renforcer les points clés.

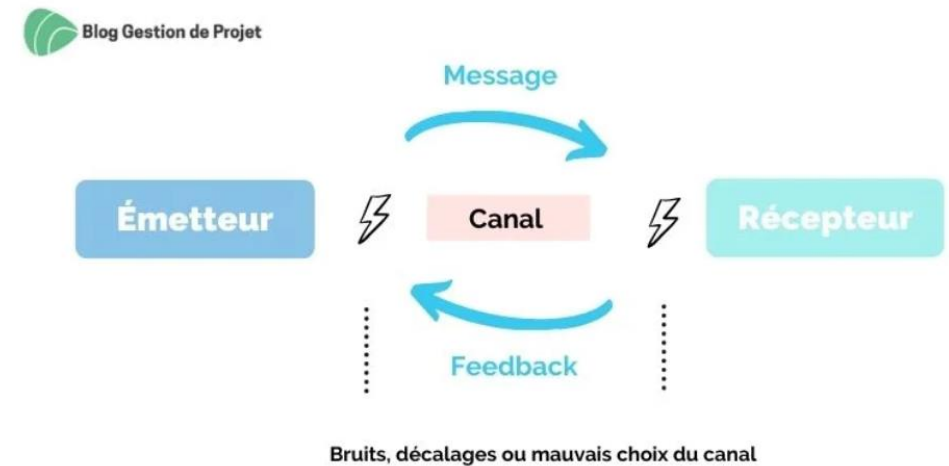
Mode d'évaluation : Examen 100%

CHAPITRE 1 : PRINCIPES DE COMMUNICATION

- Qu'est-ce qu'une technique de communication ?
- Pourquoi les techniques de communication sont-elles importantes ?
- Les 4 techniques de communication populaires
- Les 4 erreurs fréquentes lorsqu'on communique



- L'acteur en communication est l'émetteur qui émet le message, et le récepteur à qui est adressé le message.
- Dans cet échange, l'objet est le message et est véhiculé par un canal de communication.
- Entre ces deux acteurs, certains éléments tels que les bruits, le mauvais choix du canal ou un décalage entre les niveaux de compréhension peuvent altérer le message. Il sera donc mal compris et mal interprété.
- Afin de limiter, voire éliminer ces éléments perturbateurs, des solutions ont été développées au fil du temps. Ce sont les techniques de communication.



POURQUOI LES TECHNIQUES DE COMMUNICATION SONT-ELLES IMPORTANTES ?

- Dans votre entreprise, chaque département communique d'une certaine manière. Les membres d'une même équipe communiquent, les différentes équipes communiquent, les différents départements communiquent et votre entreprise communique à l'externe avec vos partenaires et vos clients. La communication implique tout le monde à tous les niveaux.
- Des informations plus ou moins importantes doivent circuler et être transmises en temps et en qualité. Dans ce contexte où l'information est essentielle, une communication erronée et des canaux de communication inappropriés peuvent avoir de grandes conséquences sur votre travail et coûter cher à votre entreprise.
- C'est donc dans l'intérêt de chaque acteur et celui de l'entreprise en général, d'appliquer les bonnes techniques de communication avec les bons outils de communication.

En gestion de projet, la communication, bien conduite et maintenue, offre de nombreux avantages :

- Prévention et apaisement des tensions
- Développement d'une intelligence collective
- Gain de temps
- Motivation des équipes
- Développement des échanges créatifs
- Amélioration de la qualité de vie au travail
- Fidélisation des collaborateurs
- Baisse du turnover
- Amélioration du chiffre d'affaires
- Et bien davantage

Une bonne communication permet une fluidité et une efficacité dans le déroulement des projets, tout en prévenant certains problèmes « humains » qui peuvent en découler. Cette dernière permet de compléter nos messages verbaux par des outils visuels nous aidant à captiver notre audience.

LES 4 TECHNIQUES DE COMMUNICATION POPULAIRES

○L'écoute active

Si la nature nous a dotés de deux oreilles et d'une bouche, c'est pour une bonne raison. Pour une communication orale de qualité, nous devons écouter deux fois plus que l'on parle. C'est l'une des bases de cette technique de communication interpersonnelle.

L'écoute active permet de mettre l'interlocuteur en confiance afin qu'il s'exprime plus ouvertement (vous écoutez attentivement, sans jugement et avec empathie).

○Le questionnement

Le questionnement est une technique de communication très présente dans nos échanges. Il consiste à poser quelques questions pour mieux comprendre son interlocuteur afin d'adapter son langage.

Il existe dix types de questions dans cette technique de communication :

Les questions ouvertes

Les questions alternatives

Les questions provocantes

Les questions interrogatives

Les questions fermées

Les questions de contrôle

Les questions motivantes

Les questions orientées

Les questions de diversion

Les questions suggestives

○ **La reformulation**

Avec cette technique de communication, on veut s'assurer que le message de son interlocuteur est bien compris. Pour utiliser la reformulation, on peut :

- Reprendre les derniers mots de son interlocuteur
- Faire un résumé du message en commençant par des formulations telles que : “si j’ai bien compris...”, “vous voulez donc dire que”
- Recréer la phrase de l’interlocuteur avec d’autres mots, synonymes de ceux qu’il a utilisés

▪ **La CNV (Communication Non Violente)**

Cette technique de communication met l’empathie au centre de nos échanges. Elle est très efficace pour résoudre les conflits en communication interpersonnelle ou au sein d’un groupe d’individus. Elle a été développée par Marshall Rosenberg. Les principes fondamentaux de la Communication Non Violente sont :

- L’observation de la situation sans juger les autres
- L’expression de son propre ressenti
- L’expression de ses besoins
- La formulation de ses attentes vis-à-vis de l’autre

LES 4 ERREURS FRÉQUENTES LORSQU'ON COMMUNIQUE

- **Communiquer sous l'influence d'émotions négatives**

Lorsque vous ressentez des émotions telles que la colère ou la peur, le mieux est de laisser passer la tempête.

Ces émotions perturbent le jugement et conduisent à une mauvaise communication.

Prenez donc le temps de retrouver votre calme avant de chercher à comprendre et vous faire comprendre.

- **Être condescendant avec son interlocuteur**

Surtout si vous communiquez avec un interlocuteur qui est votre égale, avoir un ton condescendant risque de fausser votre message.

Privilégiez une technique de communication telle que l'écoute active.

- **Être dans une posture d'attaque**

En abordant une communication avec agressivité, vous obtiendrez généralement deux résultats : soit votre interlocuteur répondra en retour avec agressivité, soit il se renfermera.

Dans ces deux cas, ce sont des situations à éviter. Veillez à instaurer un climat de confiance dans vos échanges.

Pour vous aider à mieux gérer cet aspect, la technique de Communication Non Violente est un moyen efficace.

- **Mal s'alimenter**

Ce n'est pas la première chose à laquelle on pourrait penser lorsqu'on parle de technique de communication.

Mais l'alimentation est sans aucun doute un facteur qui influence notre manière de communiquer.

Les études ont prouvé que les aliments influencent notre état émotionnel et notre état émotionnel est inhérent à notre manière de communiquer.

Assurez-vous donc d'être bien alimenté avant d'entamer une communication importante (réunion, entretien, compte rendus, négociation, et bien davantage.)

COMMUNICATION DIRECTE VS COMMUNICATION INDIRECTE

Qu'est-ce que la communication directe ?

- C'est la forme de communication la plus utilisée sur les chantiers. Les échanges se font par voie orale, et tous les langages sont utilisés : langage oral, intonations, gestes, expressions du visage, etc.
- La communication directe se passe d'intermédiaire ; elle se fait de personne à personne. Les avantages de cette forme de communication sont son instantanéité, son efficacité et elle permet la gestion de situations présentes et urgentes.
- Le principal inconvénient est sa volatilité, elle ne laisse pas de trace dans le temps. Il faut donc la compléter avec un écrit si c'est nécessaire.

Qu'est-ce que la communication indirecte ?

- Cette forme de communication nécessite l'utilisation d'un canal différé (courrier, compte-rendu, mail, etc.). La communication indirecte laisse des traces dans le temps.
- Au vu de sa lenteur d'exécution, elle n'est pas adaptée pour gérer le quotidien sur un chantier. En revanche, elle est indispensable pour garder en mémoire un événement important qui peut survenir.

COMMUNICATION DIRECTE VS COMMUNICATION INDIRECTE

Qu'est-ce que la communication verbale ?

- Il s'agit ici de se parler. C'est donc la forme de communication la plus naturelle, mais pas forcément la plus simple.
- Il faut distinguer deux actions : se parler et communiquer oralement.

Se parler n'assure pas forcément que le message est passé.

Communiquer oralement signifie qu'un message doit passer sans être déformé. Pour réussir à faire cette distinction, il est obligatoire de maîtriser les règles de la communication verbale. Et pour cela, il faut d'abord maîtriser :

- La langue française / Arabe / Anglaise
- La grammaire
- Le vocabulaire technique

Qu'est-ce que la communication non verbale ?

- Cette forme de communication consiste à faire passer un message sans parler. C'est la posture corporelle, l'expression du visage et le regard qui parlent pour nous.
- La gestuelle révèle l'état d'esprit de l'interlocuteur (insécurité, écoute, repli sur soi), il faut donc y prêter attention. Lorsque le corps parle pour montrer que les oreilles n'écoutent pas, il ne sert à rien d'essayer de communiquer. Dans ce cas de figure, il faudra faire de la métacommunication, ce qui signifie communiquer pour comprendre les émotions bloquant la réception du message.

STYLES DE COMMUNICATION ADAPTÉS À DIFFÉRENTS PUBLICS

Adapter son discours à différents publics

Connaître son public

- Adaptez sa communication à son auditoire et au contexte de présentation.
- Imaginez 3 à 5 personnes que vous connaissez et qui pourraient être présentes dans l'auditoire (directeur ou directrice de thèse, collègue, amie, proche parent), cela donne généralement un ton beaucoup plus naturel et une façon de décrire son sujet de recherche davantage claire et accessible.

Les différents types de publics

- Pour préparer adéquatement votre présentation, posez-vous des questions sur le type de public à qui vous présenterez. Aurez-vous un auditoire provenant d'un **autre domaine**, qui possède des **expériences et des connaissances connexes** ou constitué d'**experts**? En fonction de votre auditoire, préparer vous et choisir votre style de communication



> I - Identifier et comprendre son stress

> II - Évacuer les tensions physiques et mentales

> III - Faire des pauses et se ressourcer

> IV - Développer la confiance en soi

> V - Gérer efficacement son temps

> VI - Améliorer ses relations interpersonnelles

> VII - Établir une stratégie antistress durable

> VIII - Surmonter les situations difficiles

Penser comme son public : le message

On parle d'une communication efficace quand le message clé du présentateur ou de la présentatrice a été clairement transmis à son auditoire. Il faut toutefois être en mesure de bien comprendre la distinction entre « l'information » et le « message » à passer.

- Information = Qu'est-ce que vous avez fait? Qu'est-il arrivé?
- **Message = Qu'est-ce que ça change? Pourquoi c'est pertinent pour l'auditoire?**

Pour **définir son message**, il faut réfléchir aux points suivants :

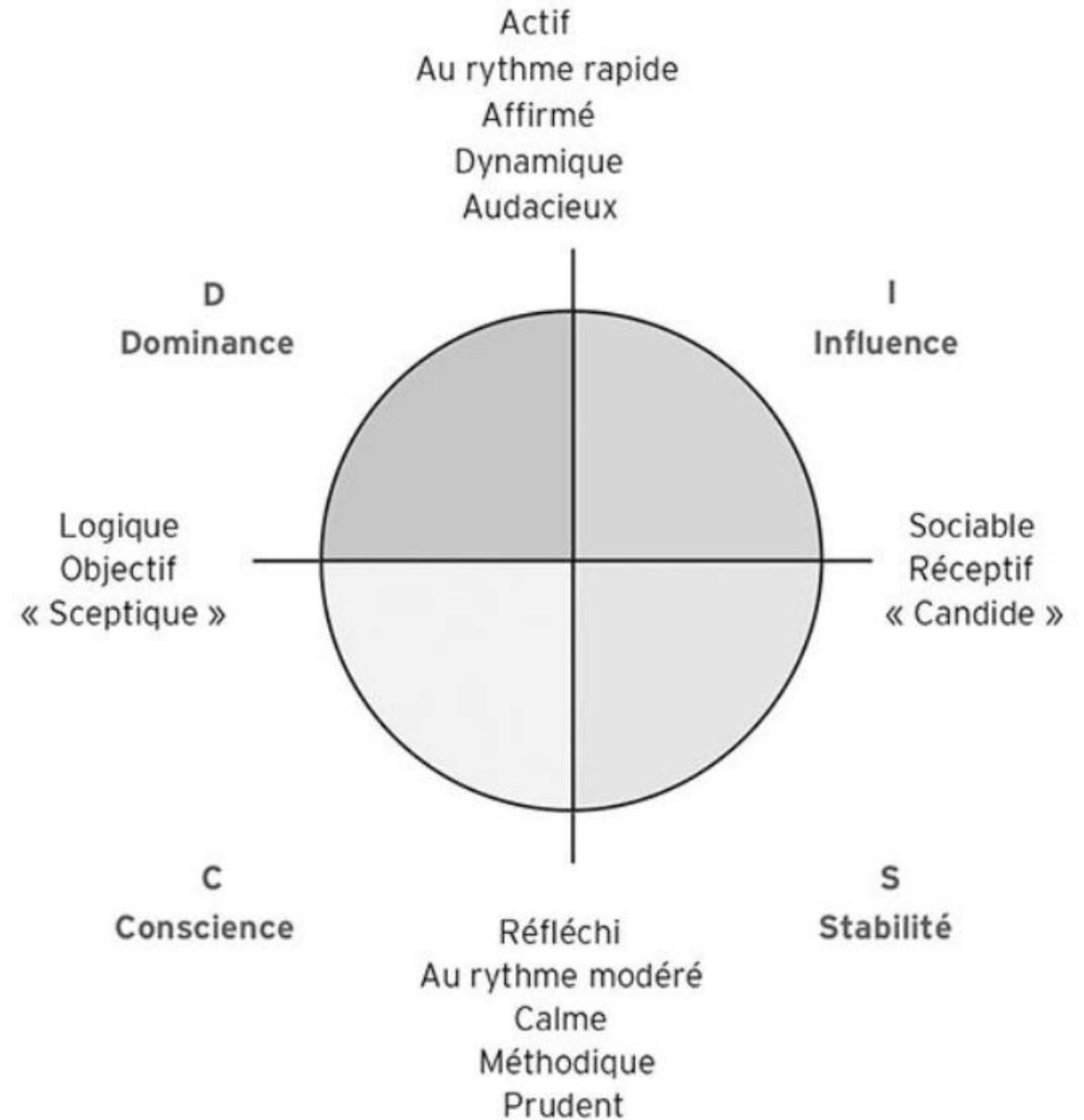
- Quel est votre objectif?
- Qu'est-ce que l'auditoire devrait garder en tête de votre présentation?
- L'auditoire devrait comprendre :
 - Ce que vous faites;
 - Pourquoi c'est important;
 - Ce que vous souhaitez réaliser, votre contribution originale.

Pour aider votre auditoire à bien assimiler votre message, efforcez-vous le plus possible de structurer votre présentation comme l'on raconterait une histoire, c'est-à-dire avec un fil conducteur clair et logique. Vous souhaitez que votre auditoire vous suive du début à la fin, alors assurez-vous également de séparer vos nombreux concepts en portions « gérables » pour le public.

Vous êtes le guide de cette histoire et c'est à vous de diriger l'attention du public vers les points importants à retenir.

L'OUTIL DISC

La communication est source fréquente de tensions avec les autres. Issu des travaux du Dr Marston, inspiré par Jung, le DiSC décrit un langage universel des comportements observables. La matrice DiSC détermine quatre styles distincts. **L'acronyme DiSC signifie Dominance, Influence, Stabilité, Conscience.** Nous sommes un mélange de ces quatre composantes mais, comme pour les langues, certaines nous sont familières et d'autres totalement étrangères, rendant les échanges difficiles. Connaître son style préféré et celui de son interlocuteur permet d'adapter sa communication et d'éviter les conflits.



Pourquoi l'utiliser ?

Objectifs

- Identifier son style de communicant.
- Connaître ses qualités relationnelles et les limites possibles.
- Mieux comprendre les besoins des autres.
- Adapter son comportement au profil de son interlocuteur.
- Améliorer sa communication et sa capacité à convaincre.
- Prévenir les conflits.

Contexte

Nous avons chacun notre manière de nous exprimer. Mais le stress ou une mauvaise interprétation de nos attitudes peut créer des malentendus. Le DiSC est une grille de lecture simple des comportements. Il permet de mieux comprendre ce qui motive nos interlocuteurs. C'est aussi un indicateur précieux de la façon dont nous sommes perçus.

Comment l'utiliser ? Étapes

- Placez-vous sur la matrice et trouvez votre style préférentiel.
- Notez vos forces et les comportements que vous êtes susceptible d'adopter sous stress pour mieux comprendre l'impact de votre communication sur vos interlocuteurs.
- Identifiez le style DiSC le plus éloigné de vous. C'est en général le mode de communication qui convient le moins, les personnes avec qui vous vous sentez le moins à l'aise dans la relation.
- Entraînez-vous à identifier le style de votre interlocuteur : s'exprime-t-il de manière affirmée, rapide ? Ou au contraire est-il posé et calme (axe vertical). Les questions qu'il vous pose font-elles appel directement au contenu de votre cerveau, à vos compétences, vos idées, ou s'intéresse-t-il d'abord à vous en tant que personne, fonctionnant sur un mode plus émotionnel, cherchant à tisser un lien (axe horizontal).
- Adaptez-vous au style de votre interlocuteur. Essayez de " parler sa langue " : si son rythme est pondéré et qu'il vous semble en retrait de la relation, répondez de manière factuelle, sur un rythme lent. S'il se montre jovial, souriez ! Quel que soit son mode, il percevra vite que vous faites des efforts et s'adaptera à son tour, fluidifiant la communication pour une meilleure compréhension mutuelle.

Méthodologie et conseils

- Les quatre dimensions du DiSC :
- Dominance : fonceur, énergique, rapide, direct, indépendant, exigeant
- Influence : expansif, enthousiaste, communicatif, démonstratif, sociable, tonique
- Stabilité : attentionné, calme, coopérant, patient, modeste, fiable
- Conscience (ou Conformité) : précis, réservé, formel, analytique, prudent, réfléchi

Ces modes de communication sont des dominantes, nous communiquons tous sur différents registres suivant le contexte, le sujet ou les personnes. Retenez que nous avons tous une " langue maternelle ", celle que nous comprenons le mieux, en particulier quand nous sommes sous stress ou fatigués.

COMMENT ÊTRE PLUS EFFICACE ? VOS ATOUTS DISC, ET COMMENT NE PAS EN ABUSER

Cette typologie propose, sans a priori, une exploration des comportements à travers quatre dimensions primaires : o, i, s et c.

Si vous avez une dimension D élevée, vos principaux atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être facilement

- de prendre des décisions,
- de vous confronter à des questions et des situations difficiles,
- d'accepter le changement comme un défi,
- de maintenir l'équipe concentrée sur une tâche.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- donnez l'impression d'être inabordable,
- pouvez être insensible aux autres,
- démontrez de l'impatience avec les autres,
- tentez parfois de mobiliser l'équipe avant qu'elle ne soit prête.

Vous pouvez être plus efficace en

- étant plus patient,
- atténuant votre franc-parler et en posant plus de questions, en étant plus patient,
- travaillant votre langage corporel pour paraître plus abordable et en offrant des paroles encourageantes.

Si vous avez une dimension i élevée, vos atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être

- d'être disponible pour les autres,
- d'inspirer les autres,
- de répandre votre enthousiasme et votre attitude positive chez les autres,
- de donner du *feedback* positif à vos collègues.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être désorganisé,
- pouvez avoir une approche superficielle,
- manquez de suivi dans votre travail.

Vous pouvez être plus efficace en

- écoutant plus attentivement,
- étant plus organisé,
- fournissant plus de détails.

Si vous avez une dimension S élevée, vos atouts peuvent être

- d'avoir un bon esprit d'équipe,
- d'être sensible aux besoins des autres,
- de savoir écouter,
- d'être agréable.

Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être indécis,
- pouvez être indirect,
- pouvez être réfractaire au changement.

Vous pouvez être plus efficace en

- devenant plus assuré et direct,
- faisant mieux face au changement,
- ne portant pas le fardeau des problèmes des autres.

Si vous avez une dimension C élevée, vos atouts en tant que collègue de travail ou membre d'une équipe peuvent être

- d'être consciencieux et précis,
- de suivre les normes,
- de mettre l'accent sur la précision.

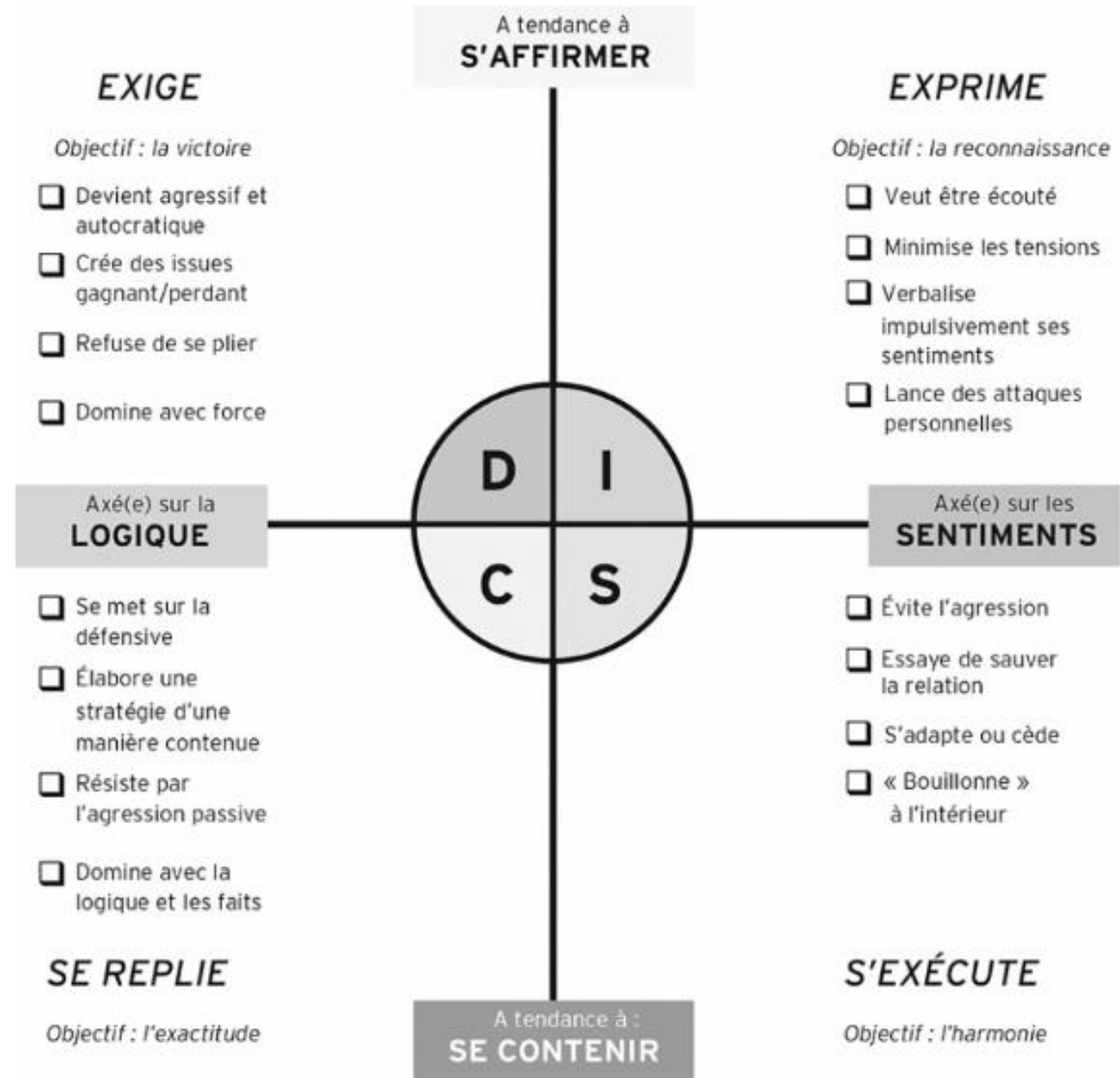
Les autres peuvent y voir des limites parce que vous

- pouvez être trop perfectionniste,
- pouvez vous montrer distant,
- avez tendance à entraver la créativité des autres en vous en tenant aux règles.

Vous pouvez être plus efficace en

- acceptant les différences,
- étant plus ouvert,
- mettant l'accent sur la communication.

CAS Les réactions de chaque style en situation de conflit



CHAPITRE 2 : PRÉSENTATIONS ÉCRITES

1. Définition d'une Présentation Ecrite / Orale
2. Différence entre une présentation écrite et une présentation orale
3. Types de documents scientifiques
4. Conclusion

DÉFINITION D'UNE PRÉSENTATION ÉCRITE / ORALE

- Une **présentation écrite** est un document formel utilisé pour communiquer des informations de manière structurée, précise et claire, souvent dans un contexte professionnel ou académique. Elle vise à transmettre des données, des analyses, ou des résultats de recherche à un public cible en utilisant un format spécifique, comme un rapport, un mémoire, un article scientifique, ou une thèse.
- Une **présentation orale** est une communication verbale structurée, réalisée devant un public, dans le but de transmettre des informations, des idées, ou des résultats. Elle est souvent accompagnée de supports visuels (comme des diapositives, des graphiques ou des vidéos) pour illustrer et clarifier les points clés abordés.

DIFFÉRENCE ENTRE UNE PRÉSENTATION ÉCRITE ET UNE PRÉSENTATION ORALE

La différence entre une **présentation écrite** et une **présentation orale** réside principalement dans la manière dont les informations sont communiquées et le contexte d'utilisation :

a) Mode de communication :

- **Présentation écrite** : Transmet l'information par écrit, sous forme de documents formels tels que des rapports, des articles, ou des mémoires. Le lecteur peut lire et interpréter les informations à son propre rythme.
- **Présentation orale** : Implique une communication verbale face à un public. Elle est souvent accompagnée de supports visuels et nécessite des compétences en expression et en gestion du temps.

b) Interaction avec le public :

- **Présentation écrite** : Généralement, il n'y a pas d'interaction directe avec le public pendant la lecture. L'auteur anticipe les questions ou les besoins d'information des lecteurs en structurant le document de manière claire et logique.
- **Présentation orale** : Permet une interaction directe avec l'audience, qui peut poser des questions ou réagir en temps réel. Le présentateur peut ajuster son discours en fonction des réactions ou des besoins de clarification exprimés par le public.

a) Structure et flexibilité :

- **Présentation écrite** : Suit une structure stricte, avec des sections clairement définies (introduction, développement, conclusion), et nécessite un langage précis et formel.
- **Présentation orale** : Bien que structurée (introduction, points clés, conclusion), elle offre plus de flexibilité dans l'intonation, le rythme, et les gestes, ce qui permet de capter l'attention et de rendre le contenu plus dynamique.

b) Supports utilisés :

- **Présentation écrite** : Utilise des éléments visuels (tableaux, graphiques) intégrés dans le texte pour soutenir l'argumentation de manière statique.
- **Présentation orale** : Utilise des supports visuels dynamiques (diapositives, vidéos) pour accompagner et illustrer le discours, ce qui peut rendre le message plus engageant et interactif.

En résumé, une présentation écrite se concentre sur la structuration et la clarté des informations de manière autonome, tandis qu'une présentation orale met l'accent sur la communication en direct, l'interaction, et l'engagement du public.

TYPES DE DOCUMENTS SCIENTIFIQUES

Les documents scientifiques se présentent sous plusieurs formes, chacune ayant un but et une structure spécifiques :

- **Rapports techniques** : Ils détaillent les résultats d'une étude ou d'une recherche technique en utilisant des sections bien définies comme l'introduction, la méthodologie, les résultats, et les conclusions. Ils servent souvent à informer une organisation ou un commanditaire.
- **Mémoires** : Utilisés généralement dans un cadre académique, ils sont plus longs et explorent en profondeur un sujet de recherche. Ils contiennent une revue de littérature, une analyse critique, et des recommandations.
- **Articles de recherche** : Publiés dans des revues scientifiques, ils suivent un format IMRaD (Introduction, Méthodologie, Résultats, Discussion) et se concentrent sur la présentation de nouvelles découvertes.
- **Communications de conférence** : Présentées dans des congrès ou conférences académiques, ces documents sont souvent plus courts et sont axés sur la présentation de recherches en cours ou de résultats préliminaires.
- **Thèses** : Similaires aux mémoires, mais plus longues et plus détaillées, elles sont nécessaires pour l'obtention d'un doctorat.

TYPES D'ARTICLES SCIENTIFIQUES PUBLIABLES DANS LES REVUES À COMITÉ DE LECTURE

Tout d'abord, il faut distinguer les recherches primaires (originales) des recherches secondaires. Mais qu'est-ce qu'une recherche originale ?

La recherche originale est considérée comme une source primaire. Un article est considéré comme une recherche originale si...

- il s'agit du rapport d'une étude rédigé par les chercheurs qui ont réalisé l'étude.
 - les chercheurs décrivent leur hypothèse ou leur question de recherche et le but de l'étude.
 - les chercheurs détaillent leurs méthodes de recherche.
 - les résultats de la recherche sont présentés.
 - les chercheurs interprètent leurs résultats et discutent des implications possibles.
- Une recherche de type « secondaire » comme son nom l'indique relèvera d'une recherche non plus basée sur des recherches originales, mais sur des travaux antérieurs, menés précédemment, par exemple en s'appuyant sur des études antérieures afin de mener une revue de la littérature.

LES 13 TYPES D'ARTICLES SCIENTIFIQUES

- 1) L'article de recherche original
- 2) L'article de synthèse
- 3) L'article de perspective (article d'opinion)
- 4) Les communications brèves, lettres à l'éditeur...
- 5) Les critiques d'ouvrage
- 6) Les articles de méthode/méthodologie
- 7) Les études de cas et études multi-cas
- 8) Les études de cas cliniques
- 9) L'essai clinique
- 10) Les suppléments de matériel
- 11) Les notes de données (Data notes, Data paper, Data article)
- 12) Le rapport enregistré (registered report)
- 13) Les articles sur les outils logiciels

1) L'ARTICLE DE RECHERCHE ORIGINAL

C'est l'article scientifique le plus connu et il relève d'une recherche originale. Ce type d'article est rédigé et publié après avoir mené une recherche de type empirique, quantitative, qualitative ou mixte.

C'est en principe la recherche la plus longue, mais bien sûr tout va dépendre du protocole de recherche.

L'exemple de l'article de recherche est [mon article scientifique](#) réalisé après un protocole mené auprès de plus de 200 sujets avec une enquête sur le terrain de plusieurs semaines (recueil de données) puis un traitement des données quantitatif. Enfin, la rédaction de l'article lui-même.

L'article de recherche peut se situer dans une démarche qualitative, quantitative ou mixte. Si le premier article relevait d'une démarche qualitative (cf. figure), l'article de la thèse de mon étudiante publié dans IEEE.

Ce type d'article de recherche originale est nommé « original article », « original paper », « research article », « research paper »... ou tout simplement « Research » dans les revues anglo-saxonnes.

[Journals & Magazines](#) > [IEEE Access](#) > [Volume: 12](#) 

FBMP-IDS: FL-Based Blockchain-Powered Lightweight MPC-Secured IDS for 6G Networks

Publisher: [IEEE](#)
[Cite This](#)
[PDF](#)

[Sabrina Sakraoui](#)  ; [Ahmed Ahmim](#)  ; [Makhlouf Derdour](#)  ; [Marwa Ahmim](#)  ; [Sarra Namane](#)  ; [Imed Ben Dhaou](#)  [All Authors](#)

312
 Full
 Text Views

 [Open Access](#)
 [Comment\(s\)](#)

[Under a Creative Commons License](#)

Abstract

Document Sections

- I. Introduction
- II. Related Works

Abstract:

The coming 6G wireless network is poised to achieve unprecedented data rates, latency, and integration with newer technologies like AI and IoE. On the other hand, along with this kind of growth in the AI domain and the large-scale connectivity in 6G. It is also going to raise many security concerns at the level of intrusion detection and prevention. For intrusion detection, centralized approaches won't be able to work effectively, therefore there is an utmost need to design decentralized and privacy preserving solutions. In this work, we propose a novel secure gradients exchange algorithm for distributed intrusion detection in 6G networks. Our proposed algorithm is based on the concept of Federated Learning (FL) and is designed to be lightweight and secure. The proposed algorithm is evaluated using a dataset of intrusion detection and prevention (IDS) and the results show that the proposed algorithm outperforms the existing state-of-the-art algorithms in terms of accuracy and detection rate.

2) L'ARTICLE DE SYNTHÈSE

Les articles de synthèse fournissent une analyse critique et constructive de la littérature publiée existante dans un domaine, par le biais d'un résumé, d'une analyse et d'une comparaison, en identifiant souvent des lacunes ou des problèmes spécifiques et en formulant des recommandations pour les recherches futures. Les articles de synthèse peuvent être de trois types, au sens large :

- 1.les revues de la littérature narratives ;**
- 2.les revues de la littérature systématiques (RDLS ou SLR en anglais) ;**
- 3.les méta-analyses.**

Les articles de synthèse peuvent être de longueur variable selon la revue et le domaine. Pour les revues narratives ou les revues de la littérature, la longueur peut varier entre 8000 et 40 000 mots, tandis que les revues systématiques comptent généralement moins de 10 000 mots. Cependant, certaines revues publient également des articles plus courts, d'environ 3000 à 5000 mots.

Les revues de la littérature surtout systématiques sont très lues (par exemple, par les chercheurs qui cherchent une introduction complète à un domaine) et également vous l'avez deviné, elles sont très citées. C'est en principe le type d'articles qui est le plus cité et c'est la raison pour laquelle les revues sont très preneuses de ce type d'article qui vient faire une synthèse récente sur un thème particulier. En ce sens, s'il n'existe pas de revues récentes dans votre domaine et sur votre sujet de recherche, il pourrait être opportun de vous lancer dans ce projet.

Cependant, ce type de revue a la particularité d'être longue à réaliser (plusieurs semaines voire plusieurs mois), car du point de vue de la méthode, comme elle est systématique, il y a des process par lesquels il faut impérativement passer pour la réaliser tout en étant exhaustif.

En effet, il faut documenter tout ce qui est réalisé, comment la revue a été réalisée, combien d'articles étaient initialement retenus puis finalement après des critères d'inclusion/excisions précis, combien ont été retenus finalement. Il faut également préciser dans quelles bases de données les recherches ont été menées afin que d'autres chercheurs puissent reproduire la recherche et obtiennent des résultats similaires. C'est en ça que la revue de la littérature systématique se différencie de la revue narrative « traditionnelle » dont on ne documente pas vraiment la méthode puisqu'elle n'est pas systématique ni exhaustive.

Sachez aussi qu'il existe certaines recommandations pour des revues spécialisées comme dans le champ de la santé, de la médecine avec les revues Cochrane qui définissent un standard de qualité et une marche à suivre (process) pour produire des données probantes et servir par la suite d'aide à la décision.

Je mets à votre disposition deux exemples de revues systématiques pour que vous voyiez la démarche de réalisation. [Exemple 1](#) et [Exemple 2](#).

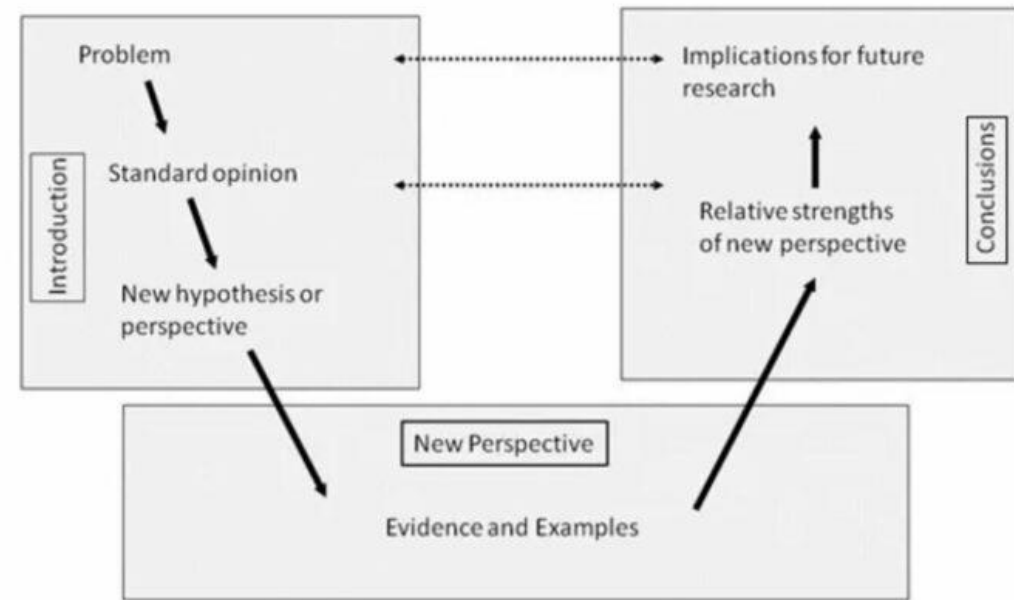
Il faut savoir que ce type de revue systématique est souvent complétée par ce que l'on appelle une méta-analyse, parfois publiée dans le même article ou séparément. Une méta-analyse réalise la synthèse statistique des études incluses dans une revue systématique, c'est donc une approche plus « mathématique » que littéraire.

3) L'ARTICLE DE PERSPECTIVE (ARTICLE D'OPINION)

Les articles de perspective (ou articles d'opinion) sont des articles qui vont traiter de concepts fondamentaux ou d'idées dominantes dans un domaine. Il s'agit généralement d'essais qui présentent un point de vue personnel critiquant des notions répandues dans un domaine pour amener éventuellement vers une autre perspective, un autre point de vue pour l'avenir.

Un article de perspective peut être un examen d'un seul concept ou de quelques concepts connexes. Ils sont considérés comme de la littérature secondaire et sont généralement des articles courts, d'environ 2000 mots.

Toutefois, on retrouve idéalement dans ces articles une structure en U qui évoque le passé, le background, le problème et l'opinion actuelle et l'on va amener une nouvelle perspective aujourd'hui et remonter ensuite en se projetant dans le futur en évoquant les perspectives futures possibles (cf. image ci-dessous).



A typical U-shaped narrative structure for a Perspective article

Je mets à votre disposition [un très bon article \(en anglais\)](#) qui décrit comment bien rédiger ce type d'article.

4) LES COMMUNICATIONS BRÈVES, LETTRES À L'ÉDITEUR...

Ces articles communiquent de brefs rapports de données issus de recherches originales qui, selon les rédacteurs, intéresseront de nombreux chercheurs et stimuleront probablement d'autres recherches dans le domaine.

Comme ils sont relativement courts, ce format est utile pour les scientifiques dont les résultats sont sensibles au facteur temps (par exemple, ceux qui travaillent dans des disciplines très compétitives ou qui évoluent rapidement).

Ce format a souvent des limites de longueur strictes, de sorte que certains détails expérimentaux peuvent ne pas être publiés avant que les auteurs n'écrivent un manuscrit complet de recherche originale. Ces articles sont aussi parfois appelés « communications brèves ».

Exemple d'une recherche par adaptation transculturelle d'une échelle de qualité de vie de l'anglais vers l'allemand. Les chercheurs ont adapté l'échelle de l'anglais vers la langue allemande, sachant que l'on ne traduit pas une échelle, mais on l'adapte. À l'issue d'un comité d'expert pour faire une synthèse de l'adaptation, les chercheurs ont publié rapidement cette adaptation transculturelle.

L'étape suivante aurait été de procéder à la validation psychométrique de l'outil en allant sur le terrain tester le questionnaire (auprès de centaines de sujets) et le valider dans la langue adaptée, l'allemand, mais ça n'a jamais été fait. Cependant, les chercheurs ont tout de même réussi à publier leur article scientifique dans une revue internationale. Vous trouverez leur publication [ici](#).

5) LES CRITIQUES D'OUVRAGE

Les critiques de livres sont publiées dans la plupart des revues universitaires. L'objectif d'une critique de livre est de fournir un aperçu et une opinion sur des livres savants récemment publiés. Les critiques de livres sont également des articles relativement courts et prennent moins de temps.

Les comptes rendus de livres sont une bonne option de publication pour les chercheurs en début de carrière, car ils leur permettent de se tenir au courant de la nouvelle littérature dans le domaine, tout en ajoutant à leur liste de publications.

Je vous invite à consulter [cette page web](#) (en anglais) qui vous précisera comment bien rédiger une critique d'ouvrage qui soit publiable.

En outre, je mets à votre disposition un [exemple d'article de critique d'ouvrage](#).

6) LES ARTICLES DE MÉTHODE/MÉTHODOLOGIE

Ces articles présentent une nouvelle méthode, un nouveau test ou une nouvelle procédure. La méthode décrite peut être totalement nouvelle ou offrir une meilleure version d'une méthode existante. L'article doit décrire une avancée démontrable par rapport à ce qui est actuellement disponible au niveau d'une méthode. Je ne développerai pas plus, car vous avez compris le principe et l'importance de ce type d'articles auquel on ne pense pas souvent.

7) LES ÉTUDES DE CAS ET ÉTUDES MULTI-CAS

Les études de cas et multicas évoquées ici ne relèvent pas d'une approche clinique. Il peut s'agir de cas au sein d'une/des organisation(s) ou d'une comparaison de cas entre plusieurs organisations, ce que l'on appelle l'étude de cas multiples.

8) LES ÉTUDES DE CAS CLINIQUES

Les études de cas cliniques présentent les détails de cas réels de patients issus de la pratique médicale ou clinique. Les cas présentés sont généralement ceux qui contribuent de manière significative aux connaissances existantes dans le domaine. L'étude doit aborder les signes, les symptômes, le diagnostic et le traitement d'une maladie. Ces études sont considérées comme de la littérature primaire et ont généralement un nombre de mots similaire à celui d'un article original. Les études de cas cliniques exigent beaucoup d'expérience pratique et peuvent ne pas être un format de publication approprié pour les chercheurs en début de carrière.

9) L'ESSAI CLINIQUE

Spécifiques au domaine de la médecine, les essais cliniques décrivent la méthodologie, la mise en œuvre et les résultats d'études contrôlées, généralement menées auprès de grands groupes de patients. Les articles sur les essais cliniques sont également longs, généralement de la même longueur qu'un article de recherche original. Les essais cliniques exigent également une expérience de travail pratique, ainsi que des normes élevées en matière d'éthique et de fiabilité. Ce format est donc plus utile pour les chercheurs expérimentés.

10) LES SUPPLÉMENTS DE MATÉRIEL

Beaucoup de revues médicales acceptent les suppléments de matériel de conférence. Il s'agit de publications en libre accès, évaluées par les pairs, permanentes et citables au sein de la revue.

Les suppléments de matériel de conférence enregistrent la recherche autour d'un fil conducteur, telle que présentée lors d'un atelier, d'un congrès ou d'une conférence, pour les archives scientifiques. Ils peuvent inclure les types d'articles suivants :

- Extraits de posters
- Extraits de conférence
- Extraits de présentation
- ...

11) LES NOTES DE DONNÉES (DATA NOTES, DATA PAPER, DATA ARTICLE)

Les notes de données sont un type d'article court évalué par les pairs qui décrit de manière concise les données de recherche stockées dans ce que l'on appelle en anglais un « *repository* », c'est-à-dire un espace de dépôt online, une collection de documents archivés en ligne. La publication d'une note de données peut vous aider à maximiser l'impact de vos données et à obtenir le crédit approprié pour votre recherche.

Les notes de données encouragent la réutilisation potentielle des données de recherche et expliquent en détail pourquoi et comment les données ont été créées. Elles ne comprennent pas d'analyse, mais elles peuvent être liées à un article de recherche incorporant l'analyse de l'ensemble de données publié, ainsi que les résultats et les conclusions.

12) LE RAPPORT ENREGISTRÉ (REGISTERED REPORT)

Un rapport enregistré se compose de deux types d'articles différents : un protocole d'étude et un article de recherche original.

Cela s'explique par le fait que le processus d'examen des rapports enregistrés est divisé en deux étapes. Au cours de la première étape, les examinateurs évaluent les protocoles d'étude avant la collecte des données. À l'étape 2, les évaluateurs examinent l'étude complète publiée en tant qu'article de recherche original, y compris les résultats et l'interprétation.

13) LES ARTICLES SUR LES OUTILS LOGICIELS

Un article sur les outils logiciels décrit les raisons du développement d'un nouvel outil logiciel et les détails du code utilisé pour sa construction.

L'article doit fournir des exemples d'ensembles de données d'entrée appropriés et inclure un exemple d'output que l'on peut attendre de l'outil et comment cet output doit être interprété.

L'output représente des données produites au niveau logiciel, comme le résultat d'un calcul, ou au niveau physique, comme un document imprimé. Un exemple de base d'output est le programme d'une calculatrice qui produit le résultat d'une opération mathématique.

CONCLUSION

- Comme vous avez pu vous en rendre compte, il existe différents types d'articles scientifiques que l'on peut rédiger et soumettre à publication dans des revues nationales et internationales.
- Certains relèvent d'une approche originale et primaire (article de recherche) alors que d'autres relèvent d'une démarche secondaire en reprenant d'autres études ou un existant (revue de la littérature, critique d'ouvrage, etc.).
- En fonction de vos possibilités et de vos travaux de recherche actuels ou antérieurs, je vous invite à vous lancer dans la rédaction de votre premier article scientifique (en français ou en anglais).
- Cependant, il faut savoir que si vous souhaitez publier à l'international, vous ne pourrez publier qu'avec la langue de Shakespeare, l'anglais. En effet, l'anglais est dorénavant LA langue unique pour publier dans des revues internationales qui sont majoritairement anglaises ou américaines.

CHAPITRE 3 : PRÉSENTATIONS ORALES



1. Préparation et planification de présentations orales.
2. Techniques de prise de parole en public.
3. Gestion du temps et de l'attention du public.



Que ce qu'un exposé oral?

Faire un exposé oral, c'est présenter le résultat d'un travail de recherche, sur un sujet donné, devant un auditoire.

Objectifs : Instruire, convaincre et charmer votre public...

c'est pourquoi l'exposé oral est nécessairement visuel et expressif, voire théâtral.

PRÉPARATION ET PLANIFICATION DE PRÉSENTATIONS ORALES

1. La préparation

Pour présenter un sujet de façon claire, précise, et illustrée, il faut avant tout trouver la problématique, et ensuite y répondre de façon argumentée. Par exemple, si on décide de parler du secteur tertiaire (les services), il faut décider si on en parle sous un angle historique, économique, géopolitique, ...

Pour argumenter et illustrer votre travail, vous disposez de différentes sources : le dictionnaire et des ouvrages généraux pour bien cerner le sujet. Vous pouvez aussi chercher dans les bibliothèques universitaires. Internet (attention à en faire un usage pertinent : les copié-collé sont à bannir! Quoiqu'il en soit triez vos sources et n'utilisez que les documents qui correspondent à votre sujet, pour les analyser. Rassemblez vos analyses dans un plan structuré en deux ou trois parties.

Étant donné que vous allez présenter votre travail oralement, il est important de suivre une logique argumentative simple et claire, pour que le reste de la classe puisse suivre votre développement. De même, pour une meilleure compréhension, n'écrivez que les mots-clefs, l'introduction et la conclusion, qui seront des supports à votre parole.

2. La présentation:

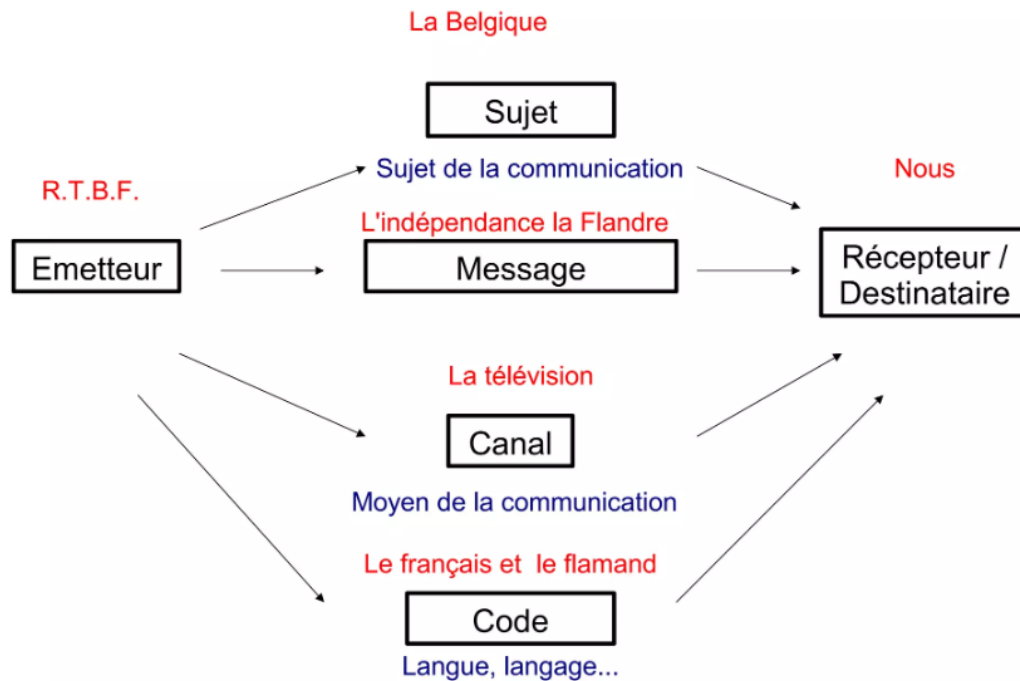
- Ne lisez pas vos notes, et pour éviter toute tentation, ne conservez avec vous qu'un ensemble de mots clefs lors de la présentation; en effet, une longue lecture aurait pour conséquence d'endormir votre auditoire. Variez les tons et parlez suffisamment fort pour capter l'attention de la classe.
- Adaptez votre registre à celui de vos camarades : n'utilisez pas de mots difficiles sans les expliquer. Soyez comme un professeur qui présente le fruit de son travail de recherche.
- Soyez avenant(e), exprimez-vous avec soin et notez les mots-clefs au tableau. Articulez avec soin et parlez lentement pour ceux qui veulent prendre des notes. Regardez la classe puisque c'est à elle que vous vous adressez.
- Respectez le temps qui vous est donné pour votre exposé et veillez à ce que vos différentes parties soient à peu près de taille égale. Conservez aussi un temps pour les questions de la classe, à la fin de l'exposé.

3. Les petits plus

- Pour mettre de la vie dans votre exposé, vous pouvez utiliser des dessins, des schémas, des vidéos....etc, qui sont en rapport avec le sujet.
- Vous pouvez aussi vous déplacer dans la classe de façon à maintenir l'attention de votre auditoire à travers le mouvement.

Schéma de communication

Une communication a pour objectif de transmettre des informations dans un but précis que l'on appelle les enjeux de la communication.



POURQUOI COMMUNIQUER-T-ON ?

- Pour transmettre
- Pour échanger
- Pour partager
- Pour convaincre
- Pour prouver qu'on existe

COMMENT SE TRANSFORME UN MESSAGE ?

Chaque élément des messages que nous communiquons à un interlocuteur subit, entre nous et notre interlocuteur, une distorsion croissante illustrée par l'échelle de déformation suivante...

- (100 %) Ce que j'ai à dire
- (90 %) Ce que je pense à dire
- (80 %) Ce que je sais dire
- (70 %) Ce que je dis effectivement
- (60 %) Ce qu'il entend
- (50 %) Ce qu'il écoute
- (40 %) Ce qu'il comprend effectivement
- (30 %) Ce qu'il admet
- (20 %) Ce qu'il retient
- (10 %) Ce qu'il dira ou répétera
- Entre chaque étape, environ 10 % de perte de message.

L'EXPRESSION ORALE ?

C'est la transmission 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 :

- 1- Le langage,
- 2- Soi-même,
- 3- Les autres,
- 4- L'ensemble du monde extérieur.

1-LE RAPPORT AU LANGAGE

Toute langue a une structure particulière qui réagit sur la pensée elle-même. Le langage est en relation avec l'image que l'on se fait de l'autorité et même de la structure sociale tout entière

2-LE RAPPORT A SOI-MEME

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

- Le corps, La voix (fort, moins fort), Les gestes, Les postures, *La "timidité".

3-LE RAPPORT AUX AUTRES

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.

4-LE RAPPORT AU MONDE EXTERIEUR

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.

TECHNIQUES D'EXPRESSION ORALE

I. LA RESPIRATION

- Elle conditionne la bonne émission du son.
- Elle favorise la détente musculaire et nerveuse.
- Elle est nécessaire à la mise en oeuvre de la fluidité mentale et verbale.

On constate trois types de respirations :

1/ THORACIQUE 2/ VENTRALE 3/ COSTALE

II. LA VOIX

Elle est le véhicule du message oral. La voix se caractérise aussi par :

1/ **L'INTENSITÉ** : C'est la force, la puissance avec laquelle on s'exprime.

2/ **L'INTONATION** : C'est le mouvement mélodique de la voix, caractérisé par des variations de hauteur. Par exemple, dans la phrase interrogative, il y a une intonation montante : "vous m'entendez ?" En fin de phrase affirmative la voix a tendance à tomber : "nous allons présenter les inconvénients.« En public il est indispensable de varier les intonations afin de capter l'attention de l'auditoire.

3/ LE DÉBIT

C'est la vitesse à laquelle on s'exprime. Souvent le trac amène une accélération excessive du débit. Il faut donner du mouvement à l'expression en variant les rythmes, en évitant l'uniformité, en usant du contraste. Pour cela : SYSTEME VOCAL

- Respirer entre les phrases,
- Ménager des pauses pour reprendre le souffle,
- Utiliser le silence.

4/ L'ARTICULATION

C'est le détachement et l'enchaînement correct des sons et en particulier, la netteté des consonnes. Elle peut être déficiente (faible) sur : les syllabes d'attaque, les syllabes internes, les finales.

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 : . des lèvres, . de la langue, . des mâchoires.

Une mauvaise articulation conduisant à la fusion de deux syllabes consécutives peut provoquer une amphibologie.

Ex. : Il frappa à la porte.

5/ LE RYTHME

Les changements de rythmes donnent à la prise de parole sa dynamique ; ils évitent la monotonie. Ils sont donnés par :

a/ La ponctuation : - La ponctuation parlée n'a rien à voir avec la ponctuation écrite.

- Lorsqu'on parle on peut s'arrêter à tout moment.
- Elle apporte du confort à l'écoute.
- Elle donne du poids aux mots, aux gestes.

b/ La modulation : Le ton de la voix varie en jouant sur les inflexions en prenant appui sur certains mots, certaines syllabes. On peut prendre appui : - sur le mot sujet ou complément,

- sur le verbe qui définit l'action,
- sur les mots outils (article, conjonction, pronom, ...). Exemple : « IL ouvre la porte »
- il OUVRE la porte (C'est la SCANSION), il ouvre LA porte, il ouvre la PORTE.

c/ l'utilisation des silences : Le silence paraît toujours plus long pour celui qui le fait que pour ceux qui l'écoutent.

- Il permet la fluidité verbale.
- Il marque les changements de rythmes.
- Il permet la respiration.
- Il valorise le geste.
- Il donne le temps de regarder l'auditoire.

6/ LA REPETITION

Si la répétition est, d'une manière générale, un défaut de l'écriture elle est une des qualités essentielles de l'art oratoire. Répéter un mot, une expression, un argument doit se faire en variant le ton. La répétition : - facilite la mémorisation, - valorise l'argument, - met en évidence les points forts, - peut pallier un trou de mémoire, - permet de décrocher le regard du texte écrit. Attention! cependant l'abus peut engendrer comique ou lassitude.

7/ LE TRAC

Le trac c'est la peur, l'angoisse que l'on ressent avant d'affronter un public, de subir une épreuve. Il se dissipe progressivement dans l'action.



1/ LES PRINCIPALES MANIFESTATIONS PHYSIQUES :

langue desséchée - crispations - transpiration, moiteur - ballonnements - tremblements - picotements - sentiment d'oppression - jambes molles - respiration accélérée - crampes - gorge serrée - nausées - palpitations - envie d'uriner - houle dans la gorge - froid dans le dos - noeud à l'estomac – paralysie.

2/ LES CONSÉQUENCES SUR LA PRISE DE PAROLE :

- les mots ne viennent plus, les phrases s'assemblent mal, les répétitions sont fréquentes, le débit se ralentit ou s'accélère confusément ;
- apparaissent les tics verbaux, les mots parasites : - n'est-ce-pas, - euh ! - je veux dire, -si vous voulez,
- les bafouillages, les toussotements, les raclements de gorges, les bégaiements se multiplient,
- les gestes parasites s'amplifient (autocontact...).

3/ LES RAISONS DU TRAC :

- La crainte d'être jugé par le public ou l'interlocuteur.
- La peur du décalage entre l'image que je pense donner de moi et l'autre, idéale à laquelle j'aimerais me conformer.
- L'enjeu lié à la situation(entretien d'embauche, ...).

COMMENT MAÎTRISER SON TRAC LES CONSTATS

-On ne peut pas supprimer le trac, mais on peut l'atténuer, le maîtriser, rendre ses manifestations plus facilement supportables.

-Toute expérience nouvelle de prise de parole, toute situation inédite peut faire réapparaître le trac.

-La situation peut être nouvelle par l'auditoire (personnalité, taille, composition), le lieu, le sujet dont il est question, l'enjeu de la prise de parole, etc

PRINCIPES FACILITANT LA GESTION DU TRAC

1-BIEN SE PRÉPARER

2-AMÉLIORER SA RESPIRATION

3-SE RELAXER PHYSIQUEMENT

4-SE RELAXER MENTALEMENT

5- S'ENTRAÎNER RÉGULIÈREMENT EN VARIANT LES MISES EN SITUATION

GESTION DU TEMPS ET DE L'ATTENTION DU PUBLIC

I. L'IMPORTANCE DU REGARD DANS LA COMMUNICATION

Par le regard, toutes les expressions, toutes les volontés, tous les sentiments peuvent être transmis. Le regard peut être synonyme de :

- Partage, il traduit la complicité (dans l'intimité par exemple), il est la preuve de l'attention que l'on porte à quelqu'un.

- Agression, il peut être violent ("fusiller du regard") ou investigateur, voire violeur, en proxémie rapprochée notamment ("fouiller dans les yeux", pour pénétrer dans l'intimité de l'autre) ;

- Domination, il affirme l'autorité et requiert la soumission ("regarder de haut") ; le statut s'exprime souvent par le regard.

Dans l'interaction, le regard peut être fuyant ("regarder ailleurs") ; les explications sont multiples :

- La réflexion, est favorisée par le déplacement du regard hors du champ de la relation directe
- La recherche de mots, d'idées est facilitée en regardant, par exemple, le plafond ou ses pieds
- Le besoin de prendre des distances, par rapport aux idées développées sera satisfait par un regard vers un autre lieu. - La nécessité de s'isoler, pour reprendre des forces psychiques par exemple, conduira à fixer son regard sur un point virtuel.

II. L'UTILISATION DU REGARD

Le contact visuel est fondamental. Il permet :

- De maintenir en éveil l'attention de l'auditoire,
- D'être présent aux autres,
- De percevoir les réactions du public.

Lors d'une prise de parole en public, il faut regarder tout le monde, en évitant les écueils suivants : -Balayer mécaniquement du regard, sans jamais se fixer sur les personnes.

- Livrer le discours morceau par morceau, en regardant certaines personnes pour les débuts de phrases et d'autres pour les fins de phrases.
- Regarder une partie de l'auditoire plus souvent et plus longtemps que l'autre (attention au côté préférentiel que possède chacun de nous) .
- Rester les yeux plongés dans ses notes.

III. LA DISTANCE INDIVIDUELLE [PROXÉMIE]

Nos gestes, nos postures, nos comportements, nos mouvements délimitent la place de notre corps dans l'espace. Nous véhiculons notre espace vital que nous délimitons aux yeux des autres.

Dans notre culture on peut définir plusieurs zones distinctes :

- **La zone intime** : C'est la distance de l'avant bras. Le contact physique y est possible. L'intrusion dans cet espace déclenche un sentiment d'insécurité et de gêne (ascenseur - bus).
- **La zone personnelle** : C'est la distance d'un bras tendu quand deux personnes se rencontrent dans la rue, elles s'arrêtent ordinairement à cette distance pour bavarder.
- **La zone sociale** : [1,20 m à 2,40] ou deux zones personnelles. Elle permet une communication verbale sans contact physique (ex. : guichets).
- **La zone publique rapprochée** : [jusqu'à environ 8 m] permet une information publique destinée à être entendue par un ensemble limité de personnes.
- **La zone publique lointaine** : [+ de 8 m]. C'est la distance pour un discours dans une réunion publique, celle du comédien sur la scène de théâtre. Ici l'interlocuteur est spectateur, récepteur passif.

Ces distances d'interaction varient suivant le contenu du message mais aussi suivant les individus, le niveau de relations et les cultures.

La compréhension et l'apprentissage de ces rapports déterminent donc en partie le succès ou les difficultés de la communication.

Tout espace s'organise avec un dedans, un dehors. Il possède un centre, une frontière, une limite, des zones privées, des zones publiques. L'occupation de l'espace n'est donc jamais accidentelle.

Selon la culture, le milieu et les relations hiérarchiques, les distances varient, les zones se rétrécissent ou s'étendent.

La façon de pénétrer dans le territoire d'autrui indique le rapport qui unit deux personnes [supérieur - subordonné].

Dans la relation avec les autres, par une meilleure communication, il est intéressant de bien percevoir :

- Quelle zone préférentielle utilise l'autre ?
- La cohérence entre la zone et ce qui est dit ?
- A quel moment il y a un changement de zone ?

IV. Structurer son intervention

Feriez-vous confiance à un guide qui hésite ou ne semble pas savoir où il va ? Un point commun à l'organisation de tout type de discours sera la règle de trois : **introduction, développement, conclusion.**

- Introduction : voilà ce que je vais vous dire
- Développement : voilà ce que je vous dis
- Conclusion : voilà ce que je vous ai dit Commencer et conclure une intervention sont des phases importantes et indispensables.

L'INTRODUCTION

L'introduction est un moment clé de l'intervention- Sorte de bonjour. Votre objectif est de vous faire entendre et comprendre.

Une introduction peut être mise au point à la fin, lorsque le sujet est structuré, que l'on connaît les différentes parties que l'on va traiter.

Deux objectifs

1-Accrocher l'auditoire : il s'agit dès les premières minutes de retenir l'attention de votre public, de l'inviter à être à l'écoute en utilisant une image frappante, une question, une citation, des faits le concernant... le tout en donnant de vous une image adaptée.

2-Informer sur ce qui va suivre, ce qui consiste à répondre aux questions :

- quoi ? Le sujet, le thème ;
- pourquoi ? L'intérêt du sujet ;
- comment ? La gestion du temps ; l'implication du public.

Que dire dans l'introduction ? La structure

1-Énoncer la question que vous allez traiter Il faut que le sujet soit clair dès le début.

2-Situer le sujet une fois l'avoir énoncé Pourquoi ce problème ? le préciser, le limiter, le définir...

3-Indiquer les points traités C'est l'annonce du plan

LE DÉVELOPPEMENT

Il existe différents types de plan pour agencer un discours (ou un texte écrit) :

Le plan chronologique. Articulation autour du temps (hier, aujourd'hui, demain... avant, maintenant, après...) ;

Le plan dialectique et ses variantes. Thèse antithèse-synthèse / pour ou contre / avantages-inconvénients.

Le modèle du diagnostic médical

- Qu'est-ce qui ne va pas ?
- Que pourrait-on faire pour que cela aille mieux ?
- Quelles seraient les conséquences de ces actions ?
- Quelle décision prend-on ?

Le modèle SOSRA

- Situation : situer le thème (temps, lieu), préciser les aspects qui seront envisagés, définir le contexte...
- Observation : donner des informations, décrire, comparer, distinguer.
- Sentiments : exprimer ce que l'on pense. Réflexion : expliquer pourquoi on pense cela.
- Action : conclure en évoquant le futur (modifications qui seront apportées, actions décidées...).

Le modèle de Laswell

Qui ? Dit quoi ? À qui ? Pourquoi ? Où ? Quand ? Comment ? Avec quel résultat ?

Aspects et critères

- À partir d'un thème X, évoquer et analyser les différents aspects ou critères : financier, scientifique, commercial, historique, sociologique, médical...
- Cette liste n'est pas exhaustive. Il ne s'agit pas de suivre à la lettre les modèles de plan, mais de les adapter au sujet, à l'auditoire et à sa personnalité.

LA CONCLUSION

Rappel : Le départ d'une intervention ne peut être convenablement orienté **que si nous savons où nous allons**. Sauf dans le cas de l'improvisation, l'ouverture d'un discours ne peut être composée sérieusement **qu'après une mise au point de l'ensemble**.

En règle générale, la conclusion et la structure de l'intervention se préparent donc avant de préparer l'introduction.

Comment conclure ?

Une première nécessité est donc de marquer nettement la conclusion. Quelques exemples de moyens :

- Marquer une pause, un silence, avant d'aborder la conclusion ;
- Jeter un regard panoramique sur les auditeurs pour les « reprendre » et les « avertir » ;
- Souligner par une diction différente le passage du développement à la conclusion (ralentissement, rupture de ton...) ;
- Remercier l'auditoire de son attention.

Bien conclure : c'est laisser

- Une trace, un rappel de ce que vous avez dit, dans la mesure où l'on retient mieux ce qui est le plus récent,
- Une dernière bonne image de vous. Une bonne conclusion doit être **précise et donc préparée. Elle doit résumer synthétiquement les idées principales développées (deux à trois phrases).**
- Elle peut « ouvrir » sur une interrogation, une prise de position personnelle, une invitation au débat ou au questionnement. Toute formule maladroite est à proscrire (« Et bien, voilà, j'ai fini »).

DÉFINIR UN OBJECTIF

Avant toute intervention, même de courte durée, vous devez savoir très clairement ce que vous visez.

« Pourquoi prendre la parole ? » Pour : informer, justifier, convaincre, introduire un débat, un questionnement, expliquer ; déclencher une action, distraire, expliquer...

Autant d'intentions qui doivent être claires pour vous et que le public doit pouvoir percevoir.

Définir un objectif revient à se poser une série de questions :

- Qu'est-ce que j'attends de l'auditoire ?
- Qu'est-ce que je veux qu'il fasse ?
- A la fin de mon exposé, quel sera le résultat ?
- si mon public ne devait retenir qu'une idée, quelle serait-elle ?

Autant de questions qui vous permettront de mieux cibler votre intervention.

CHOISIR ET ORGANISER SES IDÉES

Le travail de préparation s'effectuera en 3 phases.

1-Le « déballage d'idées ». En vrac, notez ce qui vous vient à l'esprit dans le cadre de l'objectif visé.

2-Le choix et la hiérarchie des idées : moment difficile, ce choix se fera par élimination en fonction du public, de l'objectif, du temps disponible. Se limiter à **deux ou trois idées-force** facilite la mémorisation. La hiérarchisation de ces idées permet à l'auditoire de recevoir et de retenir plus efficacement encore le message.

3-L'organisation des idées consiste à faire un plan qui sera le point de repère tant pour vous que pour votre auditoire, auquel vous l'aurez clairement annoncé.

ARGUMENTER SOLIDEMENT SON DISCOURS

- N'affirmez rien que vous ne puissiez justifier.
- Structurez votre message pour finir sur un temps fort.
- Choisissez vos arguments en fonction du public.
- Devancez certaines oppositions ou contre-argumentations.

CHOISIR UNE EXPRESSION VIVANTE

- Un vocabulaire riche, imagé, évocateur.
- Des situations concrètes, des anecdotes, du vécu. □ L'appel à l'imaginaire, au rêve, à l'irrationnel.
- Les fausses interrogations, les vraies questions.
- L'anticipation des réactions.
- L'appel à la curiosité, à l'humour, à l'émotion.
- L'implication de l'auditoire dans la démarche : • le prendre à témoin, • parler en son nom.

ILLUSTRER SES PROPOS PAR DES SUPPORTS VISUELS

Les supports visuels ont un intérêt pédagogique indéniable s'ils sont bien construits et bien utilisés. Ils doivent illustrer le discours de façon synthétique et imagée, sans redondance, afin de faciliter la mémorisation des points clés. L'orateur utilisera les moyens techniques actuels : les diapositives en Powerpoint sont préférables aux transparents quelque peu « démodés ».

- Ils doivent être peu nombreux. Cinq à douze diapos en Powerpoint (selon la durée du discours).
- Ils doivent être brefs. Pas plus de trente mots par diapositive.
- Ils doivent être lisibles. Les rédiger en minuscules, dans des lettres en corps 14 au minimum, sans abus de couleurs.
- Ils doivent être clairs. Un thème par diapositive, pas plus de trois idées, un style concis.
- Ils doivent être illustrés. Par une alternance de textes avec des graphiques, des schémas, des dessins.

Les « diaporamas Powerpoint » ne sont pas les seuls supports visuels existants. Penser également aux vidéos (pas plus de sept minutes).

Prévoir, dans la préparation, un temps d'installation et de test des matériels nécessaires.

SAVOIR ÉCOUTER

Laisser l'autre parler. On ne peut écouter l'autre, si l'on est en train de parler.

Mettre l'interlocuteur à l'aise. Lui montrer qu'il est libre de s'exprimer.

Montrer que l'on veut écouter. On est intéressé par ses propos, on ne fait pas autre chose en même temps.

Éviter toute distraction. Notre regard se dirige vers notre seul interlocuteur.

Se mettre à la place de l'autre. Il s'agit d'essayer de comprendre son point de vue. Être patient. C'est lui accorder le temps nécessaire, ne pas l'interrompre.

Rester calme. S'énervier ne peut qu'amener à donner de mauvaises significations aux mots. S'abstenir de critiquer. Elles entraînent des réactions de défense.

Poser des questions. Il s'agit d'écouter vraiment et d'encourager à continuer, à développer d'autres points. Et toujours rester attentif à l'autre.

Dieu nous a donné deux oreilles et une bouche, cela veut peut-être dire que nous devons écouter deux fois plus que nous ne parlons !

CHAPITRE 4 : PRÉSENTATIONS VISUELLES

1. Utilisation d'outils de présentation tels que PowerPoint, Keynote, etc.
2. Conception de diapositives efficaces et attrayantes.
3. Intégration de données visuelles (graphiques, tableaux) pour renforcer les points clés.

PRÉSENTATION VISUELLE

Une **présentation visuelle** est une méthode de communication qui utilise des éléments visuels pour transmettre des informations ou des idées de manière claire, attrayante et compréhensible. Elle repose sur des supports visuels pour capter l'attention, faciliter la compréhension et rendre un message plus mémorable.

Exemple

OBJECTIFS D'UNE PRÉSENTATION VISUELLE

- Rendre l'information plus accessible.
- Faciliter la compréhension rapide et l'engagement.
- Aider à retenir les messages grâce à l'impact visuel.

ÉLÉMENTS COURANTS D'UNE PRÉSENTATION VISUELLE

1. Texte structuré :

1. Titres, sous-titres, points clés.
2. Police lisible, hiérarchie visuelle (taille, couleur, gras...).

2. Images et graphiques :

1. Photos, illustrations, diagrammes, icônes.
2. Graphiques (camemberts, histogrammes, courbes...) pour représenter les données.

3. Couleurs :

1. Palette cohérente pour attirer l'œil tout en restant professionnel.
2. Usage des couleurs pour organiser ou hiérarchiser les informations.

4. Mise en page :

1. Alignement et espacement pour une présentation claire et bien organisée.
2. Équilibre entre les éléments visuels et le texte pour éviter la surcharge.

5. Animations et transitions (dans les supports numériques) :

1. Permettent de dynamiser la présentation.
2. Utilisées avec modération pour éviter les distractions.

6. Vidéos ou contenus interactifs :

1. Intégration de médias pour illustrer ou démontrer un point précis.

CONCEPTION DE DIAPOSITIVES EFFICACES ET ATTRAYANTES.

La conception de diapositives efficaces et attrayantes est essentielle pour captiver votre public, transmettre vos idées clairement et laisser une impression durable. Voici des conseils pratiques, des principes de conception, et une structure pour réussir vos diapositives.



CONSEILS POUR DES DIAPOSITIVES RÉUSSIE

a) Gardez les diapositives simples

- Un message clé par diapositive : Ne surchargez pas vos diapositives avec trop d'informations.
- Utilisez des mots-clés plutôt que de longues phrases.
- Respectez une disposition claire : espacez bien les éléments pour éviter la confusion.

b) Utilisez des éléments visuels impactants

- Privilégiez les images, icônes, graphiques et diagrammes pour illustrer vos idées.
- Évitez les images de mauvaise qualité : elles doivent être nettes et pertinentes.
- Les graphiques (barres, camemberts) doivent être simples et lisibles.

c) Adoptez une palette de couleurs cohérente

- Limitez-vous à 2 ou 3 couleurs principales.
- Utilisez des couleurs contrastées pour une bonne lisibilité (par exemple : texte clair sur un fond sombre).
- Évitez les combinaisons agressives ou trop saturées.

d) Choisissez une typographie lisible

- Privilégiez des polices simples comme Arial, Roboto, ou Open Sans.
- Limitez-vous à 2 polices maximum : une pour les titres et une pour le corps du texte.
- Assurez-vous que la taille du texte est assez grande, même pour les personnes situées au fond de la salle.

e) Ajoutez des animations avec modération

- Utilisez des animations simples pour mettre en valeur des points clés, mais évitez les effets excessifs qui peuvent distraire.
- Favorisez les transitions fluides entre les diapositives.

STRUCTURE RECOMMANDÉE POUR VOS DIAPOSITIVES

1. Introduction

- Titre accrocheur : Présentez le sujet de manière claire.
- Objectifs ou problématique : Expliquez brièvement pourquoi cette présentation est importante.
- Plan de la présentation : Donnez un aperçu des parties principales.

2. Contenu principal

□ Contexte et données clés :

- Présentez les informations de manière visuelle (graphiques, tableaux, images).
- Expliquez les concepts à l'aide de points concis.

□ Développement des idées :

- Séparez les différentes idées en plusieurs diapositives.
- Utilisez des titres explicites pour guider le public.

□ Exemples ou cas pratiques :

- Ajoutez des illustrations concrètes (captures d'écran, photos, ou vidéos).

3. Conclusion

- Résumé des points clés : Rappelez les idées principales.
- Appel à l'action ou perspectives : Terminez avec une question, une réflexion ou une proposition.

PRINCIPES DE DESIGN VISUEL

a) Règle des 3 ou 6 (pour le texte)

- 3 à 6 points maximum par diapositive.
- 6 à 8 mots maximum par point : évitez les paragraphes.

b) Utilisation des espaces blancs

- Laissez suffisamment d'espace autour des éléments pour éviter l'encombrement.
- Les espaces blancs permettent aux yeux de se reposer et de mieux se concentrer sur les points principaux.

c) Respectez une hiérarchie visuelle

- Titres en haut : Plus grands et mis en évidence.
- Sous-titres et contenu : Plus petits et moins dominants.
- Utilisez des couleurs ou des tailles différentes pour distinguer les niveaux d'information.

OUTILS RECOMMANDÉS POUR CRÉER VOS DIAPOSITIVES

Microsoft PowerPoint : Outil classique avec de nombreuses fonctionnalités.

Google Slides : Gratuit, collaboratif, et facile d'accès en ligne.

Canva : Parfait pour des designs modernes et attrayants avec des modèles préconçus.

Prezi : Pour des présentations interactives et non linéaires.

Keynote : Idéal pour les utilisateurs d'Apple.

Exemple



concevoir votre présentation PowerPoint avec des outils puissants assistée par l'IA

RÉSUMÉ DES BONNES PRATIQUES

- Un contenu clair et structuré : Utilisez des titres, des listes, et des éléments visuels.
- Design épuré et moderne : Des couleurs harmonieuses et une typographie lisible.
- Focus sur le message : Évitez les distractions.

THANK YOU 😊

