

دليل العرض والإلقاء للمشاريع التنموية

مؤسسة العون للتنمية وشركاؤها

دليل اجرائي

2026 |

إعداد: الأستاذ / أمير يحيى شحره

بيانات ضبط الوثيقة

البند	البيان
اسم الوثيقة	دليل العرض والإلقاء للمشاريع التنموية
الجهة المالكة	مؤسسة العون للتنمية
نطاق الاستخدام	نسخة عامة للنشر والاستخدام من قبل المؤسسة وشركائها والجهات المنفذة والجمهور المهتم
طبيعة الوثيقة	دليل إجرائي مهني عام لا يتضمن تفاصيل تشغيلية داخلية
سنة الإصدار	2026
ملاحظة حوكمة	الإجراءات الداخلية التفصيلية ومسارات الاعتماد والمتابعة تُفصل في دليل إجرائي داخلي مستقل.

م	الموضوع	الصفحة
1	مقدمة الدليل وسياق إعدادة	4
2	الإطار المؤسسي لعروض المشاريع	5
3	قضايا مؤسسة العون وعلاقتها بالعروض	6
4	أنواع عروض المشاريع	6
5	مرحلة ما قبل إعداد العرض	7
6	تحليل الجمهور وأصحاب المصلحة	8
7	إجراءات صياغة الرسالة الرئيسية	9
8	إجراءات تحويل التقرير إلى عرض	10
9	هيكلية عرض المشروع	11
10	تبسيط البيانات والمؤشرات	11
11	إجراءات إظهار أثر المنح والتمويل التنموي	12
12	تصميم الشرائح الاحترافية	13
13	مهارات الإلقاء والتقديم	14
14	لغة الجسد والحضور المهني	15
15	نبرات الصوت والإلقاء المؤثر	16
16	إدارة الحوار والأسئلة والاعتراضات	17
17	الهوية البصرية والبروتوكول المؤسسي	17
18	الالتكيت والمظهر المهني	18
19	العروض أمام المانحين والشركاء	19
20	العروض الإعلامية والظهور العام	19
21	العرض الافتراضي	22
22	ما بعد العرض والتحسين	22
23	الأخطاء الشائعة	23
24	الخاتمة	24

1. مقدمة الدليل وسياق إعدادة

تزداد قيمة المشاريع التنموية عندما تُعرض بوضوح، وتُربط بالقضايا التي تخدمها، وتُقدم بلغة مهنية مدعومة بالبيانات والنتائج والأثر.

فالعرض الجيد ليس مجرد شرائح جميلة، بل أداة اتصال مؤسسية تساعد على بناء الفهم، وتحسين القرار، وتعزيز الشراكات، وإظهار أثر التدخلات التنموية بصورة صادقة ومقنعة.

يأتي هذا الدليل ليقدم منهجية إجرائية تساعد مؤسسة العون للتنمية وشركاءها والجهات المنفذة على إعداد وتقديم عروض مشاريع واضحة ومؤثرة، تنطلق من فهم الجمهور والاحتياج والقضية، وتنتقل من التقرير والبيانات إلى رسالة مختصرة تقود العرض وتدعم القرار، مع الالتزام بالهوية والبروتوكول وحماية البيانات.

الفكرة المركزية

العرض الناجح لا يعني أن تقول كل ما تعرفه عن المشروع؛ بل أن تقول ما يحتاجه الجمهور ليفهم، ويقتنع، ويتفاعل، ويتخذ قراراً أو موقفاً واضحاً.

أنواع العروض للمشاريع:

أُمثلة تطبيقية	مجال الاستخدام
تقديم فكرة أولية للإدارة أو شريك محتمل أو جهة داعمة.	عرض فكرة مشروع
توضيح الاحتياج والتدخل المقترح والمخرجات المتوقعة.	عرض مقترح مشروع
إظهار ما تحقق، وما تبقى، وما يحتاج إلى دعم أو قرار.	عرض تقدم مشروع
إبراز النتائج، التغيير، الدروس، والتوصيات.	عرض نتائج أو أثر المشروع
تقديم قضية أو مشروع لجذب شراكات أو دعم أو تنسيق.	عرض شراكة أو مناصرة
تعريف عام بالمشروع أو نتائجه بلغة مناسبة للجمهور العام.	عرض إعلامي مختصر
تقديم المشروع عبر Zoom أو Google Meet أو منصات رقمية مشابهة.	عرض افتراضي

3. الإطار المؤسسي لعروض المشاريع

عند تقديم مشروع تنموي مرتبط بمؤسسة العون، لا يكفي عرض الأنشطة أو الإنجازات فقط، بل ينبغي إظهار العلاقة بين المشروع والقضية التنموية التي يخدمها، والاحتياج الذي يستجيب له، والأثر الذي يسعى إلى تعزيزه، والشراكات التي تساعد على استدامته.

قاعدة مؤسسية

العرض المؤسسي الجيد يحافظ على الصورة المهنية للمؤسسة، ويعكس الدقة والالتزان والموضوعية، ويبرز أثر المشاريع دون مبالغة أو وعود غير معتمدة.

السلوك الاتصالي المطلوب	كيف تظهر المؤسسة في العرض؟
اربط المشروع بالنتائج والأثر لا بالأنشطة فقط.	مؤسسة تنموية تسعى إلى أثر مستدام
أبرز التكامل مع الشركاء والسلطات والمجتمع دون إلغاء دور أي طرف.	شريك في بناء الحلول
استخدم أرقاماً موثقة ورسائل منضبطة وخالية من المبالغة.	جهة ملتزمة بالحوكمة والشفافية
استخدم قصصاً وصوراً مسؤولة تحفظ الكرامة والخصوصية.	جهة تحترم المستفيدين وخصوصيتهم

مصادر المعلومات الرسمية عند إعداد العرض

- الموقع الرسمي للمؤسسة والأخبار المنشورة رسمياً.
- التقارير الفنية المعتمدة للمشروع.
- نتائج المتابعة والتقييم والمؤشرات المحدثة.
- البيانات والمعلومات التي تم اعتمادها للنشر أو المشاركة.
- الصور والقصص الموثقة والمصرح باستخدامها.

مرجعية المعلومات الخارجية

تعتمد المؤسسة في مرجعيتها للمعلومات الخارجية على التالي:

- 1- مكتب الأمم المتحدة لتنسيق الشؤون الإنسانية (OCHA)
- 2- الجهات الدولي في الكلسترات
- 3- الجهات الحكومية (الوزارات الحكومية والسلطات المحلية)
- 4- الشركاء المعتمدون أو الاستراتيجيون.

4. قضايا مؤسسة العون وعلاقتها بالعروض

إجراء ربط المشروع بالقضية

خطوات التطبيق

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	حدد القضية أو المسار الذي يخدمه المشروع من بين القضايا المعتمدة.	قضية واضحة تقود العرض.
2	اكتب الاحتياج الذي يستجيب له المشروع في جملة واحدة.	جملة احتياج قابلة للعرض.
3	اربط التدخلات بالمرجات والنتائج المتوقعة أو المتحققة.	منطق تدخل مختصر.
4	اختر دليلاً أو رقماً أو قصة مسؤولية يوضح أثر المشروع ضمن القضية.	دليل داعم للرسالة.
5	اختم بتوصية أو طلب مرتبط بالقضية وليس بالنشاط فقط.	قرار أو دعم أو شراكة واضحة.

المخرج العملي

صفحة أو شريحة توضح: القضية ← الاحتياج ← التدخل ← النتيجة ← الأثر ← التوصية.

5. أنواع عروض المشاريع

لا توجد صيغة واحدة تصلح لكل العروض. يختلف العرض بحسب الجمهور، القرار المطلوب، والمرحلة التي يمر بها المشروع. لذلك ينبغي تحديد نوع العرض قبل إعداد الشرائح.

نوع العرض	الهدف	الجمهور	الشرائح الأساسية
عرض فكرة مشروع	اختبار وضوح الفكرة والإقناع الأولي.	الإدارة أو شريك محتمل.	مشكلة، فكرة، فئة، قيمة مضافة، احتياج قرار.
عرض مشروع جديد	تقديم مشروع متكامل لجهة داعمة أو لجنة.	مانح، لجنة تقييم، شريك.	سياق، هدف، خطة، مؤشرات، نتائج متوقعة، توصية.
عرض تقدم	إظهار ما تحقق وما يحتاج متابعة.	إدارة، مانح، شريك.	خطة، إنجاز، مؤشرات، تحديات، احتياجات، توصيات.
عرض نتائج وأثر	توضيح التغيير الذي أحدثه المشروع.	مانح، مجتمع، شركاء.	مشكلة، تدخل، نتائج، أثر، قصة، توصية.
عرض إغلاق	تلخيص التنفيذ والدروس والاستدامة.	مانح، إدارة، شركاء.	ما تم، ما تحقق، الدروس، الاستدامة، توصيات مستقبلية، قصص نجاح.
عرض شراكة	فتح مسار تعاون أو تمويل مشترك.	شركاء، قطاع خاص، جهات رسمية.	القضية، فرصة الشراكة، القيمة، الأدوار، المطلوب.
عرض إعلامي مختصر	تعريف الجمهور بالرسالة والنتيجة.	إعلام وجمهور عام.	عنوان قوي، رقم، قصة، صورة، رسالة ختامية، وصول.

6. مرحلة ما قبل إعداد العرض

إجراءات التحضير قبل تصميم الشرائح

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	حدد نوع العرض: فكرة، مشروع جديد، تقدم، نتائج، أثر، إغلاق، شراكة، أو إعلامي.	نوع عرض واضح.
2	حدد الجمهور: مانح، شريك، سلطة محلية، مجتمع، لجنة، إعلام، أو إدارة.	زاوية خطاب مناسبة.
3	اكتب رسالة رئيسية واحدة تقود العرض من البداية إلى النهاية.	جملة رسالة أولية.
4	حدد القرار أو الاستجابة المطلوبة من الجمهور بعد العرض.	طلب أو توصية واضحة.
5	اجمع البيانات المعتمدة فقط، وتأكد من صلاحية مشاركتها.	ملف أدلة آمن.
6	اربط المشروع بالقضية التنموية التي يخدمها.	ربط مؤسسي واضح.
7	اختر الأدلة الأنسب: رقم، قصة، صورة، خريطة، مقارنة، شهادة، أو شراكة.	دليل داعم غير مزدحم.
8	ابن مخطط العرض في صفحة واحدة قبل تصميم الشرائح.	خريطة عرض مختصرة.

أخطاء يجب تجنبها

البدء بالتصميم قبل تحديد الرسالة؛
نسخ التقرير كاملاً إلى الشرائح؛
اختيار أرقام غير مراجعة؛
استخدام عرض واحد لكل جمهور.

7. تحليل الجمهور وأصحاب المصلحة

الجمهور	ما الذي يهمه؟	ما الذي يقلقه؟	نوع الدليل المناسب	الرسالة التي يجب أن يسمعها
المانح	الأثر، النتائج، الاستدامة، كفاءة الموارد.	عدم تحقق الأهداف أو ضعف الأثر.	أرقام، نتائج، قصص، شراكات، كفاءة.	المشروع يستجيب لاحتياج واضح ويحقق نتائج قابلة للقياس.
الشريك المنفذ	الأدوار، المسؤوليات، الموارد، التنسيق.	تداخل الأدوار أو غموض التوقعات.	خطة، أدوار، مؤشرات، جدول زمني.	الشراكة واضحة وتدعم تحقيق نتائج مشتركة.
السلطة المحلية	الأولويات المحلية، التنسيق، الاستدامة.	عدم المواءمة أو ضعف التنسيق.	خرائط، احتياجات، شواهد محلية.	المشروع يساند الأولويات المحلية ويعزز الخدمة.
المجتمع المحلي	الفائدة المباشرة، العدالة، وضوح التدخل.	عدم وضوح الاستفادة أو سوء الفهم.	أمثلة بسيطة، صور، قصص، لغة مباشرة.	المشروع يخدم احتياجاً واضحاً ويحترم المجتمع.
لجنة التقييم	المنطق، الأدلة، المخاطر، القابلية للتنفيذ.	ضعف التصميم أو المبالغة.	منطق تدخل، مؤشرات، مخاطر، توصيات.	العرض واضح ومنظم ومدعوم بالأدلة.
الإعلام والجمهور العام	الرسالة الواضحة، الرقم البارز، الصورة المؤثرة.	الغموض أو الإحالة الحساسة أو الإطالة.	عنوان، رقم، صورة، قصة مختصرة.	المشروع يعكس أثراً تنموياً واضحاً بلغة بسيطة.

إجراءات تحليل الجمهور

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	اكتب قائمة الحاضرين أو الجهات التي ستطلع على العرض.	خريطة جمهور أولية.
2	حدد ما يهم كل جمهور وما يقلقه.	زاوية خطاب مناسبة.
3	حدد مستوى معرفتهم بالمشروع والقضية.	مستوى شرح مناسب.
4	اختر نوع الأدلة التي تقنعهم دون إطالة.	أدلة موجهة.
5	حدد سؤالاً صعباً متوقعاً لكل جمهور وجهز إجابة منضبطة.	جاهزية للنقاش.

المخرج العملي

نموذج تحليل جمهور يوجه صياغة الرسالة ومستوى التفاصيل ونوع الأدلة.

8. إجراءات صياغة الرسالة الرئيسية

الرسالة الرئيسية هي الفكرة التي تقود العرض من بدايته إلى نهايته. وهي ليست عنوان المشروع، بل خلاصة المعنى الذي يجب أن يخرج به الجمهور. لذلك يجب صياغتها بإجراءات واضحة قبل البدء في تصميم الشرائح.

الإجراءات العملية لصياغة الرسالة

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	حدد الجمهور: من سيستمع؟ وما الذي يهمهم؟ وما القرار المتوقع منه؟	زاوية رسالة موجهة.
2	حدد القضية التنموية التي يخدمها المشروع.	قضية تقود المعنى.
3	صغ الاحتياج في جملة قصيرة: ما المشكلة؟ من المتأثر؟ لماذا الآن؟	جملة احتياج واضحة.
4	حدد التدخل الذي يقدمه المشروع لمعالجة الاحتياج دون تفاصيل طويلة.	وصف تدخل مختصر.
5	اختر الدليل الأكثر إقناعاً: رقم، مؤشر، نتيجة، قصة مسؤولة، صورة موثقة، أو شراكة.	دليل داعم.
6	حدد الأثر أو التغيير المتوقع أو المتحقق دون مبالغة.	معنى تنموي مقنع.
7	حدد الطلب أو التوصية: دعم، شراكة، اعتماد، تنسيق، توسع، متابعة، أو قرار.	نهاية عملية للعرض.
8	صغ الرسالة في جملة واحدة ثم اختبرها: هل تُقال في أقل من ثلاثين ثانية؟	رسالة نهائية قابلة للتذكر.

المخرج العملي

رسالة واحدة تقود العنوان، الافتتاح، اختيار الأدلة، والخاتمة.

صيغة عملية

يعالج مشروعنا [القضية/المشكلة] من خلال [التدخل]، مستنداً إلى [الدليل]، بما يسهم في [الأثر أو التغيير]، ويدعم [القرار أو التوصية المطلوبة].

9. إجراءات تحويل التقرير إلى عرض تقديمي

التقرير يوثق التفاصيل، أما العرض فيقود الجمهور إلى فهم مختصر وقرار واضح. لذلك لا ينبغي نقل التقرير كاملاً إلى الشرائح، بل استخراج الرسائل، الأدلة، الدلالات، والتوصيات.

خطوات تحويل التقرير إلى عرض

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	اقرأ التقرير بهدف العرض لا بهدف التلخيص: ابحث عن المشكلة، الإنجاز، النتيجة، المؤشر، التحدي، والتوصية.	قائمة عناصر مهمة.
2	استخرج الرسائل لا الفقرات: حوّل كل فقرة مهمة إلى جملة عرض مختصرة.	رسائل قابلة للشرائح.
3	حوّل الأرقام إلى دلالة: الرقم + المعنى + علاقته بالقرار.	أرقام مفسرة.
4	حدد ما يوضع في الشريحة وما يقال شفهيًا.	شرائح خفيفة وإلقاء غني.
5	ابن خريطة الشرائح وفق التسلسل: عنوان، قضية، هدف، تدخل، مؤشرات، نتائج، أثر، تحديات، توصية.	خريطة عرض منطقية.
6	راجع البيانات قبل إدراجها: الدقة، المصدر، صلاحية النشر، الحساسية، الارتباط بالرسالة.	عرض آمن وموثوق.

أخطاء يجب تجنبها

نسخ الجداول الكبيرة.
نقل نصوص التقرير حرفياً.
عرض أرقام بلا معنى.
استخدام بيانات غير صالحة للنشر.
تجاهل التحديات أو عرضها بلغة لوم.

قاعدة وضع المحتوى

الرقم الرئيسي يوضع في الشريحة.
تفسير الرقم يقال شفهيًا.
التفاصيل الكاملة تبقى في التقرير أو الملحق.
القصة تُروى شفهيًا مع صورة أو عبارة قصيرة.
التوصية تظهر بوضوح في الشريحة الأخيرة.

10. هيكلية عرض المشروع

العنصر	ماذا يتضمن؟	خطأ شائع	إجراء عملي
السياق / المشكلة	الاحتياج الذي يستجيب له المشروع، ومن يتأثر به، ولماذا الآن.	البدء بالأنشطة دون توضيح المشكلة.	اكتب جملة احتياج مدعومة بدليل واحد.
الهدف	التغيير الذي يسعى المشروع لتحقيقه.	خلط هدف المشروع بهدف العرض.	صغ هدفًا مختصرًا يفهمه غير المتخصص.
الخطة	المراحل أو الخطوات الرئيسية للتنفيذ.	تفاصيل كثيرة لا يحتاجها الجمهور.	اعرض ثلاث إلى أربع مراحل فقط.
المؤشرات	أرقام مختارة توضح التقدم أو النتيجة.	عرض كل الأرقام مرة واحدة.	اختر ما يخدم القرار فقط.
النتائج	ما الذي تغير نتيجة التدخل؟	الاكتفاء بسرد ما تم تنفيذه.	اربط النتيجة بالنشاط والدليل.
الأثر	المعنى الأوسع للتغيير المتوقع أو المتحقق.	ادعاء أثر غير موثق.	استخدم صياغة: أسهم في، عزز، دعم.
التحديات	ما واجه التنفيذ وكيف يمكن التعامل معه.	عرض المشكلات بصيغة لوم.	اعرض التحدي مع إجراء أو درس.
التوصية	ما القرار أو الخطوة المطلوبة؟	خاتمة عامة بلا طلب واضح.	اختم بطلب محدد ومبرر.

11. تبسيط البيانات والمؤشرات

البيانات مهمة، لكنها قد تضعف العرض إذا عُرِضت بكثرة أو دون تفسير. المطلوب هو اختيار البيانات التي تخدم الرسالة وتوضح التغيير أو الاحتياج أو القرار.

السؤال	الإجراء العملي
هل الرقم دقيق؟	استخدم أرقامًا معتمدة أو منشورة أو موثقة من مصادر موثوقة.
هل الرقم مناسب للجمهور؟	اختر مستوى التفاصيل بحسب الجمهور؛ فالمانح قد يحتاج مؤشرات، والجمهور العام يحتاج رسالة مختصرة.
هل عُرِضت دلالة الرقم؟	لا تكتفِ بالرقم؛ اشرح ماذا يعني وما الذي يدعمه من قرار.
هل الرقم قابل للفهم بصريًا؟	استخدم جدولاً بسيطاً أو رسماً بيانياً عند الحاجة.
هل هناك خصوصية؟	لا تعرض بيانات شخصية أو حساسة عن المستفيدين أو الجهات دون إذن أو اعتماد.

إجراءات تحويل الرقم إلى رسالة قرار

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	اكتب الرقم كما ورد في المصدر المعتمد.	رقم موثق.
2	اكتب ماذا يعني الرقم بلغة غير فنية.	دلالة واضحة.
3	اربط الرقم بهدف المشروع أو القضية التنموية.	صلة بالهدف.
4	حدد القرار الذي يدعمه الرقم: توسع، استمرار، تعديل، شراكة، متابعة.	اتجاه قرار.
5	ضع الرقم في الشريحة واطرح الدلالة شفهيًا.	عرض مختصر ومؤثر.

12. إجراءات إظهار أثر المنح والتمويل التنموي

إظهار أثر المنحة يعني تحويل التمويل أو الدعم من مدخل إلى تغيير موثق في حياة الناس والأنظمة والخدمات. لا يبدأ العرض بقيمة التمويل أو عدد الأنشطة، بل بالاحتياج الذي جاءت المنحة للاستجابة له، ثم يوضح مسار التحول من الدعم إلى الأثر.

خطوات إظهار أثر المنحة

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	حدد نوع المنحة أو الدعم: تمويل مشروع، دعم فني، تجهيزات، تدريب، بناء قدرات، شراكة، أو دعم مؤسسي.	نوع دعم واضح.
2	اربط المنحة بالاحتياج: ابدأ بالمشكلة أو الفجوة التي جاءت المنحة لمعالجتها.	سياق مقنع.
3	اعرض مسار المنحة: منحة/دعم ← تدخل ← مخرجات ← نتائج ← أثر ← استدامة.	منطق أثر واضح.
4	ميز بين النشاط والمخرج والنتيجة والأثر حتى لا يتحول العرض إلى سرد إجراءات.	لغة أثر منضبطة.
5	اختر أدلة الأثر: مؤشرات كمية، قصة مسؤولية، صورة موثقة، شهادة، مقارنة قبل/بعد، أو شراكة.	أدلة آمنة ومقنعة.
6	صغ قصة أثر مسؤولية تحفظ الكرامة ولا تعرض المستفيدين كحالات ضعف أو شفقة.	قصة مهنية.
7	اذكر دور المانح والمؤسسة والشركاء بتوازن ودون إلغاء دور أي طرف.	رسالة شراكة.
8	تجنب المبالغة واستخدم ألفاظاً مثل: أسهم في، عزز، دعم، أظهر مؤشرات، فتح مساراً.	صياغة موثوقة.

المخرج العملي

رسالة أثر تربط الدعم بالاحتياج والنتيجة والاستدامة دون مبالغة.

صياغة مهنية للأثر

استجابات المنحة لاحتياج يتمثل في [وصف الاحتياج]، من خلال [نوع التدخل]، مما أسهم في [نتيجة أو أثر]، وفتح مساراً لـ [استدامة أو توسع أو شراكة].

13. تصميم الشرائح الاحترافية

نوع الشريحة	وظيفتها	مكوناتها الأساسية	ملاحظة تصميمية
شريحة العنوان	تعريف العرض.	اسم المشروع، الجهة، المكان/الفترة، مقدم العرض.	استخدم صورة أو عنصراً بصرياً بسيطاً مرتبطاً بالمشروع.
شريحة السياق	توضيح المشكلة.	جملة مشكلة، رقم داعم، صورة أو خريطة.	العنوان يجب أن يحمل معنى لا مجرد وصف.
شريحة الهدف	توضيح التغيير المطلوب.	هدف واحد واضح وفئة مستهدفة.	اجعلها قصيرة جداً.
شريحة الخطة	عرض طريقة التنفيذ.	مراحل أو خطوات.	استخدم مخططاً بدل نص طويل.
شريحة المؤشرات	عرض بيانات مختارة.	3-5 مؤشرات فقط.	اربط المؤشر بدلالته.
شريحة النتائج	إبراز ما تغير.	3 نتائج بارزة.	لا تسرد الأنشطة فقط.
شريحة التحديات والدروس	عرض الواقع بمهنية.	تحدي + درس أو إجراء.	تجنب لغة اللوم.
شريحة التوصية	تحديد القرار المطلوب.	طلب أو توصية واضحة.	اختم بجملة قوية ومباشرة.

قواعد التصميم

- شريحة واحدة = رسالة واحدة.
- العنوان يحمل رسالة ودلالة، لا مجرد وصف عام.
- الشرائح لا تُقرأ؛ تستخدم كلمات مفتاحية ويشرح المتحدث المعنى شفهيًا.
- الجدول الكبير لا يوضع كاملاً في العرض؛ يُختصر بصرياً أو ينقل إلى الملحق.
- الألوان والخطوط ينبغي أن تكون منسجمة مع هوية المؤسسة وهادئة ومقروءة.

العنصر	مكانه الأفضل
الرقم الرئيسي	على الشريحة بشكل بارز.
تفسير الرقم	شفهياً أو بجملة قصيرة.
التفاصيل الكاملة	في التقرير أو الملحق.
القصة المختصرة	شفهياً مع صورة أو عبارة.
الجدول الكبير	لا يوضع كاملاً في العرض.
الرسالة الأساسية	تظهر بوضوح في عنوان الشريحة.
التوصية	تظهر في شريحة ختامية واضحة.

14. مهارات الإلقاء والتقديم

العرض المؤثر يحتاج إلى محتوى قوي وأداء مهني. فالصوت، والوقفة، ولغة الجسد، ونبرات التأثير، وإدارة القاعة كلها عناصر تجعل الرسالة أكثر وضوحاً وإقناعاً.

إجراءات الاستعداد للإلقاء

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	اقرأ الرسالة الرئيسية والافتتاحية بصوت مسموع قبل العرض.	افتتاح أكثر ثباتاً.
2	تدرب على العرض كاملاً دون قراءة الشرائح كلمة بكلمة.	حضور أكثر طبيعية.
3	حدد مواضع الوقفات عند الأرقام والرسائل المهمة.	إيقاع واضح.
4	تدرب على الانتقال بين الشرائح بجمل ربط مختصرة.	تسلسل سلس.
5	جهز الإجابات الأساسية للأسئلة المتوقعة.	ثقة أثناء النقاش.
6	اضبط زمن العرض واترك مساحة للنقاش.	التزام بالوقت.

المخرج العملي

مقدم عرض يعرف رسالته، يتحكم في زمنه، ويعرض بثقة دون قراءة مستمرة.

المهارة	الممارسة الجيدة	خطأ شائع
الاستعداد النفسي	تدرب على الافتتاحية والرسالة الرئيسية قبل العرض.	الدخول للعرض دون تدريب صوتي أو ذهني.
الصوت	اجعل الصوت واضحاً ومناسباً لحجم القاعة.	الصوت المنخفض أو المرتفع بشكل مزعج.
السرعة والإيقاع	نوع السرعة بحسب أهمية الفكرة.	الحديث بسرعة ثابتة أو بطيئة جداً.
الوقفة	قف بثبات واتزان ووجهك للجمهور.	إعطاء الظهر للجمهور أو الانشغال بالشاشة.
الثقة والحضور	تحدث من فهم عميق للمشروع لا من قراءة الشرائح.	قراءة الشرائح بشكل مستمر.
إدارة القاعة	حافظ على الانتباه ووجه النقاش واحترم الوقت.	ترك النقاش يتشتت أو الخروج عن هدف العرض.

15. لغة الجسد والحضور المهني

لغة الجسد هي النسخة الصامتة من الرسالة؛ قد تؤكد الثقة أو تضعفها حتى لو كان المحتوى قوياً. في السياق التنموي، لا يبحث الجمهور عن متحدث مبهر فقط، بل عن ممثل مؤسسي واثق ومحترم ومتزن.

إجراءات تطبيق لغة الجسد

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	قبل العرض: قف أمام المرآة أو الكاميرا وراجع الوقفة وحركة اليدين ومواقع النظر.	جاهزية جسدية أولية.
2	أثناء الافتتاح: افتح الجسد باتجاه الجمهور وابدأ بثبات دون حركة زائدة.	انطباع أول مهني.
3	أثناء الشرح: استخدم اليدين لتوضيح المعنى فقط، لا لتفريغ التوتر.	إيماءات داعمة.
4	أثناء عرض الأرقام: توقف لحظة، انظر للجمهور، ثم وضح الدلالة.	انتباه للرقم المهم.
5	أثناء النقاش: استمع باتجاه جسدي مفتوح، ولا تقاطع أو تدير ظهرك للسائل.	احترام وثقة.
6	بعد العرض: راجع تسجيلك إن وجد وحدد حركة واحدة تحتاج تحسيناً.	تحسين متدرج.

أخطاء يجب تجنبها

الوقوف الجامد، الحركة العشوائية، إخفاء اليدين، النظر المستمر إلى الشاشة، الانشغال بالهاتف أو الأوراق، أو استخدام تعبيرات وجه لا تناسب الرسالة.

العنصر	الممارسة الصحيحة	خطأ شائع
الوقفة	ثبات مع استرخاء الكتفين واتجاه الجسم للجمهور.	تمايل أو اتكاء على المنصة.
اليدين	حركة مفتوحة تخدم المعنى.	تشبيك عصبي أو إخفاء اليدين.
النظر	توزيع النظر على القاعة أو الكاميرا.	النظر للأرض أو الشاشة فقط.
الوجه	تعبير مناسب للمضمون.	جمود أو ابتسام في موضع غير مناسب.
المساحة	حركة محدودة هادفة.	تجوال بلا هدف.

16. نبرات الصوت والإلقاء المؤثر

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	ابدأ بنبرة هادئة واثقة في الافتتاح.	بداية مستقرة.
2	أبطئ عند الأرقام والمؤشرات المهمة.	فهم أفضل للبيانات.
3	استخدم وقفة قصيرة قبل الرسالة المهمة وبعدها.	تأكيد المعنى.
4	غير النبرة عند الانتقال من المشكلة إلى الحل ومن الحل إلى الأثر.	حيوية وإقناع.
5	اخفض السرعة عند التوصية أو الطلب النهائي.	خاتمة أوضح.
6	تجنب الرتابة عبر تنويع السرعة والنبرة دون مبالغة.	انتباه مستمر.
7	تدرب على الجملة الختامية ثلاث مرات قبل العرض.	ختام أكثر تأثيراً.

الموقف	النبرة المناسبة	ما يجب تجنبه
عرض المشكلة	هادئة وجادة.	مبالغة حزينة أو صوت مرتفع.
عرض الأرقام	بطيئة وواضحة.	قراءة سريعة بلا دلالة.
عرض الأثر	دافئة واثقة.	حماس زائد بلا دليل.
الإجابة عن اعتراض	ثابتة ومحترمة.	دفاعية أو حادة.
الختام	مركزة ومباشرة.	انخفاض مفاجئ في الطاقة.

17. إدارة الحوار والأسئلة والاعتراضات

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	استمع للسؤال كاملاً دون مقاطعة.	فهم السؤال وتقليل التوتر.
2	اشكر السائل أو اعترف بأهمية السؤال.	تقدير واحترام.
3	أعد صياغة السؤال إذا كان طويلاً أو متشعباً.	تحديد نقطة الإجابة.
4	أجب بما هو متاح وموثق فقط.	دقة ومسؤولية.
5	اربط الإجابة برسالة العرض أو دليل مناسب.	عدم تشتت النقاش.
6	إذا لم تكن المعلومة متوفرة، وضح أنها تحتاج مراجعة لاحقة.	حماية المصداقية.
7	لا تقدم وعوداً أو التزامات خارج نطاق العرض أو الصلاحية.	التزام مؤسسي.
8	وثق الأسئلة المهمة بعد العرض للاستفادة منها في التحسين.	تعلم مؤسسي.

المخرج العملي

نقاش منضبط لا يخرج عن هدف العرض ولا يضع المؤسسة أمام التزامات غير معتمدة.

سياسة التعامل مع بعض المواقف أثناء الحوار والمناقشة.

الموقف	رد مهني مقترح
سؤال لا توجد إجابته أثناء العرض	هذه نقطة مهمة، والمعلومة التفصيلية تحتاج مراجعة البيانات المعتمدة، وسنحرص على توثيقها ضمن ملاحظات اللقاء.
اعتراض على نتيجة أو مؤشر	نفهم هذه الملاحظة، والمؤشر الحالي يعكس ما تم قياسه وفق البيانات المتاحة، ويمكن تطوير القياس في المرحلة القادمة.
طلب وعد أو التزام	لا يمكن تقديم التزام الآن، لكن يمكن توثيق الطلب ورفعها للجهة المختصة لاتخاذ القرار المناسب.
إثارة مشكلة في التنفيذ	يمثل ذلك تحدياً مهماً، وقد تم التعامل معه من خلال إجراءات محددة، كما نوصي بتطويره في المرحلة التالية.
سؤال خارج نطاق العرض	السؤال مهم لكنه خارج نطاق العرض الحالي، ويمكن مناقشته لاحقاً في المسار المناسب.

18. الهوية البصرية والبروتوكول المؤسسي (إشارة إلى: بروتوكول الإعلام)

تعكس العروض صورة المؤسسة والشركاء، لذلك ينبغي الالتزام بالهوية البصرية واللغة المهنية وضوابط استخدام الصور والبيانات. ويستفاد من البروتوكول الإعلامي للمؤسسة بوصفه مرجعاً عاماً للهوية والتوثيق.

المجال	الموجه العام
الشعار	استخدم الشعار الرسمي دون تغيير نسبه أو ألوانه أو وضعه على خلفية تضعف وضوحه.
شعارات الشركاء	رتب الشعارات بطريقة متوازنة وواضحة بحسب طبيعة العلاقة والدور.
الألوان والخطوط	التزم بتناسق بصري هادئ ومهني، وتجنب الألوان الصاخبة أو الخطوط غير الواضحة.
الصور	استخدم صوراً موثقة ومناسبة وتحفظ كرامة المستفيدين وخصوصيتهم.
القصص	اعرض القصة بما يحفظ الخصوصية، وتجنب كشف بيانات حساسة.
الأرقام	تحقق من دقة الأرقام ومصدرها قبل عرضها أو نشرها.
التصريحات	لا تُنشر أو تُقال عبارات خارج الرسائل المعتمدة.

ملاحظة هامة:

عدم وضع شعار الجهة الا لعرض تم اعتماده من قبل الجهة المعروض لها.

إجراءات البروتوكول قبل العرض

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	راجع الغلاف والشعارات وترتيب الجهات المشاركة.	هوية صحيحة.
2	تأكد من صياغة أسماء الجهات والألقاب الرسمية.	احترام بروتوكولي.
3	راجع الصور والقصص والبيانات من زاوية النشر والخصوصية.	مواد آمنة.
4	جهز افتتاحاً مختصراً يذكر المؤسسة والشركاء والسياق دون إطالة.	افتتاح منضبط.
5	حدد من يجيب عن الأسئلة الفنية أو الرسمية إذا ظهرت.	أدوار واضحة.

أخطاء يجب تجنبها

تغيير الشعار، استخدام صور غير مصرح بها، ذكر أرقام غير معتمدة، ترتيب غير مناسب للشركاء، أو تقديم تصريحات خارج الصلاحيات.

19. الاتيكيت والمظهر المهني

الإتيكيت ليس مظهرًا شكليًا؛ هو لغة احترام تعكس نضج المؤسسة أمام ضيوفها وشركائها. يشمل ذلك الحضور في الوقت، اللباس المناسب، التعريف بالنفس، أدب الاختلاف، احترام الحديث، وإدارة الهاتف.

سلوك مهني مقبول	سلوك يجب تجنبه
الوصول المبكر والاستعداد.	الدخول المتأخر أثناء كلمة رسمية.
الإنصات وتدوين الملاحظات.	المقاطعة أو الجدل أمام الضيوف.
استخدام لغة تقدير واحترام.	السخرية أو التعليقات الجانبية.
لباس مهني متوافق مع المناسبة.	مظهر غير مناسب لطبيعة الفعالية.
إغلاق الهاتف أو جعله صامتًا.	استخدام الهاتف أثناء حديث الآخرين.

- احضر قبل الموعد بوقت كافٍ وتأكد من الجاهزية الفنية.
- عرّف بنفسك وصفك الوظيفي باختصار دون مبالغة.
- استخدم الألقاب الرسمية عند الحاجة، خصوصاً مع الضيوف والجهات الحكومية.
- لا تقاطع المتحدث؛ دوّن الملاحظة ثم اطلب الكلمة.
- اختتم العرض بشكر مهني واضح ومختصر.

20. العروض أمام المانحين والشركاء

إجراءات العرض أمام المانح

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	ابدأ بالاحتياج والفرصة التنموية لا بالتفاصيل الإدارية.	افتتاح يلفت الانتباه.
2	اربط المشروع بأولوية المانح أو مجال اهتمامه عند توفر ذلك بشكل معلن.	ملاءمة للشريك.
3	اعرض منطق التدخل والنتائج المتوقعة أو المتحققة بوضوح.	ثقة في التصميم والتنفيذ.
4	استخدم أرقاماً موثقة وقصصاً مسؤولة دون مبالغة.	دليل مقنع.
5	اعرض التحديات بشفافية مع إجراءات معالجة أو دروس مستفادة.	مصادقية.
6	اختم بطلب أو توصية واضحة: شراكة، توسع، تمويل، اعتماد، أو متابعة.	قرار قابل للنقاش.

أخطاء يجب تجنبها

الوعد غير المعتمدة، التفاصيل المالية غير المصرح بها، المبالغة في الأثر، تجاهل دور الشركاء، أو استخدام لغة عاطفية بلا أرقام.

21. العروض الإعلامية والظهور العام

الظهور العام يحتاج إلى رسائل قصيرة، لغة واضحة، ووعي بأن كل عبارة يمكن أن تُقتبس خارج سياقها. ينبغي الالتزام بالمعلومات المعتمدة، تجنب التفاصيل غير المصرح بها، وحماية المستفيدين والشركاء.

افعل	لا تفعل
استخدم رسائل معتمدة وقصيرة.	لا ترتجل في القضايا الحساسة.
اذكر الأرقام الموثقة فقط.	لا تنشر تقديرات غير معتمدة.
احم هوية المستفيدين.	لا تكشف أسماء أو صوراً بلا موافقة.
اربط الحديث برسالة المؤسسة.	لا تدخل في آراء سياسية أو شخصية.
راجع التسجيل أو النص قبل النشر إن أمكن.	لا تنشر مادة غير مراجعة.

قاعدة الرسائل الثلاث

رسالة رئيسية واحدة: ماذا نريد أن يتذكر الجمهور؟ رسالتان داعمتان: رقم موثق وقصة مسؤولة. عبارة ختامية: دعوة للعمل أو تأكيد على الشراكة والأثر.

إجراءات الظهور الإعلامي أمام التلفاز ومواقع التواصل

أولاً: قبل الظهور الإعلامي

الخطوة	الإجراء العملي
1	حدد هدف الظهور: توعية، إبراز أثر، توضيح مشروع، تغطية فعلية، أو تعزيز شراكة.
2	حدد الجمهور المستهدف: مجتمع، مانحون، شركاء، سلطات، مستفيدين، أو جمهور عام.
3	اكتب رسالة رئيسية واحدة لا تتجاوز جملتين.
4	جهّز رقماً أو دليلاً معتمداً يدعم الرسالة.
5	حدد ما لا يجوز ذكره: بيانات حساسة، أرقام غير معتمدة، أسماء مستفيدين، وعود، أو تفاصيل مالية.
6	راجع المظهر والخلفية والشعار والصوت والإضاءة قبل التسجيل أو البث.
7	جهّز إجابات مختصرة للأسئلة الحساسة أو المتوقعة.

ثانياً: أثناء الظهور التلفزيوني

المجال	الإجراء العملي
الافتتاح	ابدأ بتحية مختصرة، ثم ادخل مباشرة في الرسالة الأساسية.
الحديث	تحدث بجملة قصيرة وواضحة، وتجنب التفاصيل الطويلة.
الصوت	استخدم نبرة هادئة، واثقة، ومتزنة.
لغة الجسد	اجلس أو قف بثبات، وانظر للمذيع أو الكاميرا حسب الموقف.
الأرقام	اذكر الأرقام المعتمدة فقط، وشرح معناها باختصار.
الأثر	اربط المشروع بالتغيير أو الفائدة دون مبالغة.
الشركاء	اذكر دور الشركاء والمانحين بلغة تقدير وتوازن.
الأسئلة الصعبة	أجب بهدوء، ولا تدخل في جدال أو دفاعية.
الختام	اختم برسالة إيجابية مختصرة تؤكد الأثر والشراكة والاستدامة.

ثالثاً: أثناء الظهور في مواقع التواصل

الخطوة	الإجراء العملي
1	اجعل الفيديو قصيراً ومباشراً.
2	افتتح بجملة جاذبة عن القضية أو الأثر.
3	اشرح المشروع أو التدخل بلغة بسيطة.
4	اذكر نتيجة أو أثراً واحداً فقط بوضوح.
5	تجنب المصطلحات الفنية المعقدة.

الخطوة	الإجراء العملي
6	لا تذكر بيانات شخصية أو تفاصيل غير مصرح بها.
7	راجع الفيديو أو النص قبل النشر.
8	تابع التعليقات والأسئلة، ووثق المهم منها للرد أو التحسين.

رابعاً: إجراءات الدبلوماسية الإعلامية

الإجراء	التطبيق
تحدث باسم المؤسسة	لا تتحدث برأي شخصي أو موقف غير معتمد.
استخدم لغة تقدير	قل: "بالشراكة مع"، "ضمن الجهود المشتركة"، " بالتنسيق مع".
تجنب الجدل	لا تدخل في نقاش سياسي أو مناطقي أو شخصي.
لا تنتقد أي جهة	ركّز على الحلول والشراكات والتعلم.
لا تبالغ في الأثر	استخدم: "أسهم في"، "عزز"، "دعم"، "فتح مساراً".
لا تقدم وعوداً	قل: "يخضع ذلك للإجراءات المعتمدة" أو "يتم رفعه للجهة المختصة".
احم المستفيدين	لا تذكر أسماء أو صوراً أو تفاصيل شخصية دون موافقة.

خامساً: ما يجب تجنبه

- الوعود غير المعتمدة .
- الأرقام غير المؤكدة .
- كشف بيانات أو صور المستفيدين .
- التفاصيل المالية غير المصرح بها .
- الحديث عن خلافات أو تقييمات داخلية .
- المبالغة في الإنجازات .
- انتقاد الشركاء أو الجهات الرسمية .
- استخدام لغة شفقة أو استغلال معاناة المستفيدين .
- الارتجال في القضايا الحساسة .
- نشر فيديو أو تصريح قبل مراجعته عند الحاجة .

قاعدة مختصرة للمتحدث الإعلامي

تحدث بوضوح، أظهر الأثر بديل، احم الخصوصية، احترم الشركاء، ولا تقدم وعداً خارج الصلاحية.

22. العرض الافتراضي

العرض الافتراضي يحتاج إلى استعداد إضافي؛ لأن الكاميرا والصوت والإضاءة والتفاعل الرقمي تصبح جزءاً من جودة التقديم.

إجراءات العرض الافتراضي

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	اختبر الإنترنت والكاميرا والميكروفون قبل اللقاء.	تجنب الأعطال المفاجئة.
2	اضبط الإضاءة والخلفية واتجاه الوجه بحيث تكون متوسط الشاشة وخلفية عملية مرتبه.	صورة مهنية.
3	افتح الشرائح مسبقاً وجهاز نسخة PDF احتياطية.	استعداد فني.
4	انظر إلى الكاميرا غالباً وبالذات عند قول الرسائل المهمة.	تواصل بصري افتراضي.
5	اختصر الشرائح أكثر من العرض الحضوري؛ لأن الانتباه الرقمي أقل.	عرض أخف.
6	حدد طريقة استقبال الأسئلة: دردشة، رفع يد، أو مداخله منظمة.	تفاعل مضبوط.
7	سجل الملاحظات والأسئلة المهمة بعد انتهاء اللقاء.	متابعة وتحسين.

23. ما بعد العرض والتحسين

لا ينتهي العرض بانتهاء التقديم. فمرحلة ما بعد العرض تساعد على تحسين العروض القادمة، وتوثيق الأسئلة، ومتابعة القرارات أو التوصيات التي خرج بها اللقاء.

إجراءات ما بعد العرض

الخطوة	الإجراء العملي	المخرج المتوقع
1	وثق الأسئلة والملاحظات المهمة بعد انتهاء العرض مباشرة.	سجل ملاحظات واضح.
2	ميّز بين ما تمت الإجابة عنه وما يحتاج متابعة.	أولويات متابعة.
3	راجع ما إذا كانت هناك أرقام أو معلومات تحتاج تدقيقاً قبل إعادة استخدامها.	حماية المصادقية.
4	حدّث الشرائح بناء على الملاحظات المتكررة أو الدروس المستفادة.	نسخة محسنة.
5	احفظ النسخة النهائية والمواد المساندة في مكان منظم.	أرشفة مهنية.
6	اختر مهارة واحدة لتحسينها في العرض القادم: الرسالة، الصوت، الجسد، الشرائح، أو إدارة النقاش.	خطة تحسين عملية.

24. الأخطاء الشائعة في عروض المشاريع

الخطأ الشائع	أثره على العرض	البديل الصحيح
عرض الأنشطة دون نتائج.	يجعل المشروع يبدو كتنفيد فقط لا كتغيير.	اربط كل نشاط بنتيجة أو دلالة.
نقل التقرير كاملاً للشرائح.	يزيد التشويش ويضعف التركيز.	استخرج الرسائل والأرقام المهمة فقط.
استخدام أرقام دون تفسير.	لا يعرف الجمهور معنى الرقم.	اعرض الرقم مع دلالاته وعلاقته بالقرار.
ازدحام الشرائح.	يصعب القراءة والمتابعة.	اجعل كل شريحة حول رسالة واحدة.
قراءة الشرائح.	يضعف الحضور والثقة.	استخدم الكلمات المفتاحية وشرح شفهيًا.
تقديم وعود غير معتمدة.	يخلق التزامات غير منضبطة.	التزم بما هو معتمد ووثق الطلبات.
تجاهل الجمهور.	يفقد العرض تأثيره.	حلل الجمهور وخصص الرسالة له.
ضعف الخاتمة.	يضيع القرار المطلوب.	اختم بتوصية أو طلب واضح.
استخدام صور غير مناسبة.	قد يضر بصورة المؤسسة أو خصوصية المستفيد.	استخدم صوراً موثقة وتحفظ الكرامة.
الارتباك عند الأسئلة.	يضعف الثقة في العرض.	جهز الأسئلة المتوقعة وأجب بهدوء.

27. الخاتمة

العرض الجيد ليس تجميلاً للمشروع، بل وسيلة لتوضيح قيمته وأثره، وإيصال رسالته إلى الجمهور المناسب بطريقة مهنية ومنضبطة. وكلما كان العرض مرتبطاً بالقضية، مدعوماً بالبيانات، واضح الرسالة، ومقدماتاً بحضور مهني، زادت قدرته على دعم القرار وتعزيز الثقة والشراكة.

إن استخدام هذا الدليل بصورة عملية يساعد على رفع جودة عروض المشاريع، وتحويل التقارير والبيانات إلى رسائل مؤثرة، وتمكين مقدمي العروض من تمثيل مشاريعهم وجهاتهم بمهنية واتزان. وتبقى الممارسة، والتغذية الراجعة، والتطوير المستمر هي الطريق الحقيقي لتحسين مهارات عرض وتقديم المشاريع التنموية.

رسالة أخيرة

اعرض القضية بصدق، والأثر بدليل، والشراكة باحترام، والمؤسسة بهوية واحدة.