

كثير من مشاكلنا سببها الرئيسي هو ضعف مهارتنا في الاتصال وليس بسبب وجود مشكلات في القضية ذاتها

الاتصال والتواصل البشري هو عصب الحياة البشرية.

كل من يحاول أن ينقل فكره أو رأي أو معلومة لشخص آخر فهو يقوم بعملية اتصال

خطورة الاتصال:

ليس كل الأفكار التي في ذهنك والتي تريد أن توصلها إلى الآخرين تستطيع أن توصلها بسهولة بل في كثير من الأحيان تفشل في إيصال ما تريد وتظن أن الآخر هو الذي أساء فهمك. ربما تكون أنت الذي أسئت عملية الاتصال.

- نجاح الحياة البشرية ، نجاح العلاقات بين البشر بشكل عام تعتمد اعتماد كبير على مدى نجاحهم في التواصل .
- مهارة الاتصال ليست خاصة بحقل معين أو بتخصص معين أو بنشاط اجتماعي معين.
- كل الأفراد في كل المستويات الاجتماعية بحاجة إلى مهارة الاتصال. الأم و الابن والأب وإمام المسجد والجيران ...
- إذا فشلت العملية التي تجري في طرف من الأطراف في حال استخدام مهارات الاتصال فإن السبب ليس عملية اتصال بل سبب خارجي آخر.
- من هنا نفهم أن الاتصال ليس عملية سهلة رغم أننا نتصل مع بعض بطريقه فطريه طبيعيه ورغم أن الناس لا يدرسون مهارات الاتصال ومع ذلك كثير منهم ناجح في الاتصال لكن ليس كل عمل ينجح فيه بعض الناس يعني هذا انه لا يحتاج إلى دراسة بل إن هؤلاء الناس اللذين ينجحون هم نموذج يجب إن يدرس.

تساؤلات:

- ✓ لماذا ينجح بعض الناس فالانصال ويفشل البعض الآخرين
- ✓ لماذا نقول إن بعض الناس متفهم طيب القلب صريح الخ ونتهم الآخرين باللف والدوران والغموض.
- هذا دليل أن فعلا عند بعض الناس مهارة طبيعيه لم يتعلمها من مقرر ولا غيره وبعض الناس وهذا الغالبية عنده ضعف في مهارة الاتصال ولا يعرف إن عنده ضعف في مهارة الاتصال.
- وكثير من الناس في مسألة الاتصال أو غيرها من القضايا الاجتماعية يميلون إلى تحميل الآخرين أخطائهم، ولذلك حتى الشخص الذي عنده ضعف في مهارة الاتصال وتحدث مشاكل له مع الآخرين بسبب ضعفه هو في الاتصال سيتهم الآخرين بأنهم .
- النية الطيبة والإخلاص والصدق وكل هذه الصفات الطيبة الممتازة لا تكفي لأن تُنجح عملية الاتصال.

الاتصال يأخذ أشكال مختلفة ومتنوعة من حيث:

١- الوسيلة التي نستخدمها في الاتصال :

وسائل الاتصال توسعت وكثرت جدا لكن يبقى أن المهارات ضرورية مهما اختلفت وسيلة الاتصال قد تكون مهارات الاتصال تختلف من وسيلة إلى أخرى من موقف اتصالي إلى آخر..

٢- حجم الجمهور الذي نتواصل معه:

مثل الاتصال بين شخصين له طابع معين الاتصال في خطبة الجمعة له طابع آخر الاتصال عبر التلفزيون و الإذاعة و الصحيفة في وسائل الإعلام العامة له صفة خاصة.

هدف الاتصال: إيصال فكرة، معلومة، أو رأي من ذهن شخص إلى شخص آخر.

٣- بيئة الاتصال:

من أهم ما يحتاجه المتصل هو معرفة بيئة المتصل به _بيئة المتلقي_.
فالسبب الرئيسي الذي يعيق التفاهم بين الشعوب هو أن ليس لدى الشعوب و الثقافات والأديان قدره على استيعاب ثقافة بعضها لبعض بالقدر الكافي الذي يجعلها تفهم هذه البيئة وهذا الدين وهذه الثقافة.

مفهوم الاتصال:

((الاتصال هو عملية اجتماعية يجري فيها تبادل المعلومات والآراء الأفكار بين الأفراد

والجماعات في رموز دالة لغوية وغير لغوية بوسائط متعددة لتحقيق أهداف معينة))

وإذا كان الإنسان اجتماعي بطبعه كان بأمس الحاجة إلى تفاعل مع أفراد المجتمع الآخرين فهو بحاجة إلى التواصل معهم .

الاتصال ليس هدفة فقط تحقيق أهداف ايجابية هناك من يستخدم الاتصال ويستخدم مهارات الاتصال في تحقيق أهداف سيئة.

الفرق بين الاتصال والاتصالات :

كلمة اتصال تستخدم في سياقات مختلفة وتتضمن مدلولات متعددة ، فهي بصيغة:

١- المفرد(اتصال) COMMUNICATION) تعني عملية الاتصال نفسها.

عادة الاتصال يطلق على الفكرة نفسها على عملية الاتصال نفسها على عملية نقل المعلومات والآراء والأفكار من ذهن إلى ذهن أو من فرد إلى مجموعة من أفراد وهي جاءت من كلمه أصلها لاتينية COMMUNICATION.

٢- الجمع (اتصالات) COMMUNICATIONS) تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون

الاتصال.

الاتصالات COMMUNICATIONS تعني أدوات الاتصال وسائل الاتصال بما

فيها اللغة أو التلفزيون أو الكتابة كل هذه تسمى اتصالات أي أدوات للاتصال...

مكونات أو عناصر الاتصال إلى فرعين رئيسيين:

أولاً/ عناصر الاتصال الرئيسية

ثانياً/ العناصر الثانوية

*عناصر الاتصال الرئيسية هي:

١- المرسل ٢- الرسالة ٣- الوسيلة ٤- المتلقي

المرسل :

((الشخص أو الجهة الذي لديه فكره يريد إيصالها للطرف الآخر

الرسالة:

هي الفكرة أو المعنى أو المعلومة أو الأمر أو النهي أو أي فكره في ذهن شخص يريد إيصالها إلى شخص أو أشخاص آخرين.

الوسيلة:

((إذا كان لدي مرسل لديه فكره أو رسالة يريد إيصالها إلى شخص آخر أو جهة أخرى فلا بد

أن يستخدم وسيلة من الوسائل.

المتلقى:

((هو المتلقي أو المستقبل الذي توجه له الرسالة.

- هناك سؤال يُثار دائماً بالذات في الاتصال الإعلامي من هو المرسل؟ الإعلامي نفسه أم جهات غير

إعلامية : حكومات ملاك وسائل الإعلام ،معلنون جماعات ضغط ..؟

- المرسل هو الشخص الذي أبدع الفكرة هو الذي لديه أصل الفكرة أو المعنى أو الأمر أو النهي أو التوجيه.

- الشخص الذي نقله سواء وسيلة إعلام أو أشخاص آخرين فهم يكاد يكونون وسائل مثلهم مثل بقية الوسائل

عوامل تتحكم في استخدام وسيلة الاتصال:

١- طبيعة الموضوع

فالموضوع الذي فيه حركة يحتاج إلى حركة يحتاج إلى شرح ، في حين أن الموضوع النظري شخص يلقي كلام نظري وقد يكون لظهور الشخص بعض الآثار النفسي على .

٢- خصائص الجمهور المستهدف

أنا موجه رسالتي لمن؟ من هو المتلقي؟ هل هو جمهور تلفزيون، هل هو جمهور أذاعه، ...

٣- تكاليف الوسيلة

هناك وسائل باهظة الثمن وهناك وسائل مجانية كوني أتحدث مع شخص مباشره هذا بحمد الله مجانية لكن أنا لا أستطيع أن أخاطب الناس عبر التلفزيون إلا إذا كان لدي إمكانيات مادية إذا كانت هذه سأضعها مادة إعلانية فأنا سأدفع ثمن الإعلان

٤- الوقت المتاح للاختيار

هذا عنصر أساسي إلى ابعاد الحدود أحيان ليس لدي وقت لكتابة رسالة منمقه لصاحبي فأنا مضطر إنني أكلمه مباشرة لأمر لا يقتضي التأخير ربما الرسالة التي تحتاج إلى كتابة وتحرير أو حتى إرسال بالبريد أو عن طريق شخص آخر الخ و إذا كان الأمر ملح فأنا مضطر إلى اختيار أسرع وأسهل وسيله قادر على الحصول عليها بسهولة

٥- مزايا الوسيلة

وهذا مرتبط بطبيعة الموضوع وكل وسيله لها مزايا تتمتع بها مناسبة لهذا الموضوع أو غير مناسبة فالتلفزيون فيه الصوت فيه الحركة فيه الصورة فيه الألوان هل أنا بحاجة إلى هذه المزايا فأخذها وإذا كنت لست بحاجة إليها فربما أضيع وقتي وجهدي ومالي بمميزات أنا لست بحاجة إليها و أنا انظر بمزايا كل وسيله وما تحققه لهذا الموقف الاتصالي.

العناصر الثانوية للاتصال:

١- الخبرة المشتركة

الفرد يحمل مجموعة من العقائد والأخلاق والتقاليد والخبرات والمعارف والدلالات اللغوية واللغة الغير اللفظية، وكل ما كان هناك توافق بين المرسل والمتلقي في هذه الأمور كانت فرصة التفاهم بينهما أكبر وصارت عملية الاتصال بينهما اقرب إلى النجاح ولهذا صار الاتصال بين الأقارب والأصدقاء وأبناء المجتمع الواحد والدين الواحد أكثر فاعليه

٢- التشويش

فني (ميكانيكي) - نفسي - دلالي - وثقافة

هناك ما نسميه التشويش وهو أي عملية تعرقل الاتصال خلال نقل الرسالة أو حتى قبل نقل الرسالة ويمكن أن نقسمه إلى عدة أقسام:

• التشويش الفني

يعني أي خلل فني بقصد أو بغير قصد، يطرأ على إرسال الإشارة في رحلتها من المرسل إلى المتلقي مثل وجود عيوب في صوت المرسل أو استخدام ترددات غير مناسبة في الإرسال (يحدث من المرسل كما يحدث من المتلقي).

• التشويش النفسي والجسدي

يحدث التشويش نتيجة مؤثر نفسي مثل انشغال المتلقي بموضوع آخر أثناء تلقيه الرسالة، أو استغراقه في التفكير.

كما ينتج عن مؤثر جسماني مثل ضعف حاسة السمع أو البصر عند المتلقي أو الصداق والألم

• التشويش الدلالي

العوامل المتعلقة باستخدام اللغة، وتحديد معاني الكلمات والتعبيرات المختلفة وهو من ابرز مسببات فشل الرسالة الاتصالية في تحقيق هدفها (يحدث من المرسل كما يحدث من المتلقي)

* إذا كانت عملية الاتصال تتعرض إلى هذا القدر من التشويش فماذا نفعل كيف نتغلب على التشويش...؟

يمكن التغلب على التشويش من خلال تكرار الرسالة بأساليب مختلفة ووسائل اتصال متعددة حتى يضمن المرسل أن رسالته قد وصلت إلى المتلقي وأنه فهمها كما أرادها المرسل وأنها نجحت في تحقيق أهدافها. في عمليات التوعية والحملات الإعلامية في قضايا معينة نلاحظ استخدام وسائل إعلامية كثيرة وتستخدم عبارات كثيرة وتقنيات مختلفة الهدف منها:

- التغلب على المعوقات
- التغلب على عناصر التشويش
- التأكد ان الرسالة وصلت إلى أكبر قدر من الناس
- التأكد ان أكبر قدر من الناس فهم الرسالة كما أرادها المرسل وإن الأفكار والمضامين الموجودة في ذهن المرسل وصلت الى المتلقي كما أرادها المرسل تماماً فهذه أفضل الوسائل لتخلص من التشويش وان كان قدر ما منه سيبقى عائق ومؤثر على الرسالة

٣- رجوع الصدى :

من الأفضل ان نسميه صدى ولا نسميه رجوع الصدى .
الصدى: هو الصوت الذي تسمعه عندما يصطدم صوتك بحائط أو جبل ويعود الصوت إليك مره أخرى وتسمعه .
وأخذت هذه الفكرة من ماذا كانت ردة فعل المتلقي تجاه الرسالة وهذا هو المقصود بـرجع الصدى ، كيف تفاعل المتلقي مع الرسالة.

رجع الصدى.:

-ردود أفعال المتلقين تجاه الرسالة :

- * ايجابي أو سلبي ، يوافق على فكرة الرسالة أو يرفضها
- * فوري أو مؤجل ، يتلقاه المرسل مباشرة ، أو يستغرق وقتاً.
- * مباشر أو مراقب : يصل إلى المرسل مباشرة ، أو يحصل عليه عبر دراسات وقياسات للرأي العام.

٤- الأثر:

هو الهدف الذي يريد تحقيقه المرسل أن تحققه عملية الاتصال

لماذا قمت بالاتصال؟ لا بد لهدف معين وهي تنقسم لثلاث مراحل:

•مراحل الأهداف.:

– مجرد إيصال معلومة(مرحلة سطحية)

فعندما أقول ترتفع جبال الهملايا ترتفع ٣٠٠٠ او ٥٠٠٠ متر أو أكثر وأقولها لشخص ما لا يعنيني إلا أن تصل إليه هذه المعلومة.

-محاولة إقناع المتلقي برأي أو موقف (مرحلة أعمق)

وهو ان يكون لدي هدف بأن أؤثر على رأى هؤلاء الناس الذين أقوم معهم بعملية الاتصال هدف في ان أقنعهم بموقف معين.

- محاولة إكساب المتلقي سلوك أو ترك آخر (مرحلة أكثر عمقاً)

وهو تغيير السلوك ليس فقط الإقناع بأن هذا حسن وهذا سيئ فأحياناً ن فشل في تحويل قناعات الناس إلى سلوك وخاصة إذا كان سلوك سلبي راسخ او السلوك الذي نريد تطبيقه صعب

أنواع الاتصال.:

ويمكن ان نقسمها على حسب عوامل مختلفة فهناك أنواع للاتصال (حسب اللغة المستخدمة) وأنواع (حسب حجم الجمهور)

من حيث اللغة ينقسم قسمين: لفظي ، غير لفظي.

١- الاتصال غير اللفظي.:

أ-الوسائل القديمة.:

الإشارات، الدخان، الطبول، حركات الجسم وتعبيرات الوجه .

ب- الإشارات الحديثة

مثل إشارات المرور واللوحات الإرشادية المنتشرة

ج- كل ما يدل على معنى أو رمز

مثل مظهر الملابس ، ومراسم الحفلات والتقاليد الاجتماعية .

٢- الاتصال اللفظي.:

منطوقة مسموعة – مكتوبة مقروءة

أ- اللغة اللفظية المنطوقة.:

– لغة منطوقة.

– لغة مكتوبة .

ب - من حيث حجم الجمهور.:

هو الاتصال من حيث حجم المشاركين في عملية الاتصال وبلا شك أن الاتصال يختلف سماته

ومكوناته و إجراءاته العملية حسب حجم الجمهور المشارك فيه .

-أنواع الاتصال حسب الجمهور:

١ - الاتصال الشخصي وجهاً لوجه.

أي شخصين يتكلمون مع بعض أو في حدود ثلاثة أشخاص ولا يتجاوزون عدد أصابع اليد

٢ - الاتصال العام

أي الاتصال في المحاضرات في الخطب يعني جمهور محدود موجود في مكان واحد ولكنه ليس فردي أو شخصي

٣ - الاتصال الوسيطى

وسمي الوسيطى لأنه يجمع بين الاتصال الشخصي والاتصال الغير شخصي _ عبر وسائل مثل الهاتف ، وانه بين شخصين او ناس محدودين جداً لا كنه ليس اتصال مواجهي.

٤ - الاتصال الجماهيري

وهو أضخم أنواع الاتصال من حيث الجمهور ولذلك سمي بالجماهيري ويتم عبر وسائل الإعلام التقليدية الإذاعة التلفزيون الصحافة.

٥ - الاتصال الإلكتروني

وهو أحدث أنواع الاتصال ونقصد بالالكتروني هنا وتحديداً أننا نستخدمه بالانترنت بالدرجة الأولى.

س / ما مميزات وسلبيات كل نوع من أنواع الاتصال ..؟

١ - الاتصال الشخصي و الاتصال العام..:

بينهم جوامع مشتركة كثيرة ونضعهما في خانة واحده

•مميزات هذا النوع

أ - انخفاض تكلفته

ففي الاتصال الشخصي يكاد يكون مجاناً في بعض الحالات . (تتكلم مع شخص ، خطبة).

ب -القدرة على استخدام اللغة المناسبة للمتلقين.

يعني أن اعرف مع من اتصل _ مع شخص معين اعرفه هل هو ذكر أو أنثى أو كبير أو صغير_ وهذا بلا شك يسهل لغة الاتصال وهي المصطلحات والتعبيرات بينك وبين المتلقين كخطيب الجمعة حينما يلقي خطبة فهو يعرف أنه لا يحدث غير مسلمين

ج- الاستفادة من عناصر الاتصال الغير اللفظي.

استخدام تعبيرات الوجه وحركات الأيدي تساعد الاتصال اللفظي

د- سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة والتبوء بمدى تأثيرها.

سهولة قياس رد الفعل ورجع الصدى وسهولة تقدير مدى فهم وتلقي الجمهور فهل المتلقي بدأ يتضابق أو يتململ.

هـ - كلما زاد عدد المشاركين في هذا النوع من الاتصال كلما انخفضت فاعلية هذه المميزات.

وهنا الاتصال بين شخصين أفضل من الاتصال بعشرة أشخاص وهكذا.

• أهم السلبيات

أ- قلة جمهوره.

فمهما كثر جمهوره فهو محدود لا يقارن بجمهور وسائل الإعلام والانترنت .

ب- التأثير السلبي بالعوامل الشخصية للقائم بالاتصال.

وذلك حين يكون المرسل نفسه شخصيته غير مناسبة يكون متوتر أو لغته توحى بتعالي أو شي من هذا القبيل .

٢- الاتصال الوسيطى:.

وسمي الاتصال الوسيطى لأنه يتم عبر واسطة وليس مباشرة، ورغم انه في بعض الأحيان قد يكون بين شخصين في اتصال هاتفى او في البريد العادي او الالكتروني والدوائر المغلقة الانترنت عن طريق الماسنجر و الإيميل .

خصائصه:.

١- الاعتماد على تقنيات الاتصال والنقل.

٢- عمومية الجمهور وعدم تجانسه.

٣- عمومية الرسائل التي يحملها رغم ان هناك إعلام متخصص

٤- - تعدد حراس البوابة.

٥- تأخر رجع الصدى، خاصة في الوسائل المطبوعة.

كل إعلام اتصال وليس كل اتصال إعلام

٣- الاتصال الجماهيري:.

هو الذي يستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية :الصحافة و الإذاعة والتلفزيون ، وسمي بذلك لأنه يتخاطب مع جماهير الناس

خصائصه:

١- يعتمد على تقنية الاتصال والنقل. أي ليس اتصال مباشر إنما يحتاج إلى تقنيات اتصال، مثل وسائل

الإرسال والتصوير....

٢- عمومية الجمهور وعدم تجانسه.

٣- عمومية الرسائل التي يبثها بناء على عمومية الجمهور.

- ولذلك من أهم المهارات التي يكتسبها الإعلامي هو قدرته على صياغة المواد المتخصصة بأسلوب عام يناسب الجمهور العام ويتماشى مع هذه الخاصية.

٤- حراس البوابة. والمقصود بحراس البوابة هو الشخص الذي تمر من خلاله المواد التي ستنتشر في وسائل الإعلام فإوافق على نشرها أو لا يوافق أو يحدف أو يعدل.
٥- تأخر رجوع الصدى فرجع الصدى في وسائل الإعلام يتأخر .

٤- الاتصال الإلكتروني:

يستخدم شبكة الانترنت . لأنها وسيلة تجمع كل الوسائل في وسيلة واحدة وأهم خصائص الاتصال الإلكتروني ونركز عليه وليس الإعلام الإلكتروني لأنه جزء من الاتصال الإلكتروني ومن أهم خصائص الانترنت وبالذات كوسيلة اتصال جماهيريته.

خصائصه:

١- التفاعل بين المتواصلين

عبر الانترنت يمكن ان يقرأ المتلقي مقال او خبر في احد المواقع الالكترونية ويعلق عليه مباشرة وفي بعض المواقع يرد الكاتب يرد على القارئ فهنا أصبحت القضية حوار تفاعل تواصل بين المرسل و المتلقي .

٢- النص الفائق والوسائط المتعددة

ونقصد بالنص الفائق (الروابط) فتجد في داخل النص كلمات باللون الأزرق عادةً فتتقر عليها فتفتح صفحة أخرى فيها نص آخر

وكلمة الوسائط المتعددة (Multimedia) تعني الإذاعة والتلفزيون والصحافة والوسائل التي فيها الصوت والوسائل التي فيها الصورة والوسائل التي فيها الحركة.

٣- التحديث الفوري والمستمر

ونقصد بالتحديث الفوري أنه في نفس اللحظة التي يحدث فيها الخبر الجديد يمكن ان يحدف الخبر القديم ويوضع مكانه أي يمكن تحديثه.

٤- سهولة استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية.

وذلك باستخدام محركات البحث الداخلية ومحركات البحث العامة حيث تدخل وتتخلل المواقع الإلكترونية الموجودة وقواعد المعلومات الموجودة في العالم كله تقريباً وتقدم لك كم هائل من المعلومات حول أي موضوع تحتاجه .

٥- التشخيص كل شخص يحدد ما يريد

والمقصود به ان اصنع لموقعي الخاص حتى من هذه المواقع العامة تتيح لي فرصه إنني أعيد تنسيق هذا الموقع العام ليناسبني فيكون لي صفحتي الخاصة وتسمى باللغة الانجليزية (ماي ياهو) او (ماي قوقل) .

٦- اللاتزامن الزمن ليس عائق

نقصد لا قيمة للزمن بل افتح الموقع في أي وقت .

٧-العالمية التواصل بين كل بقاع العالم

ونقصد بها ان جميع المواقع متاحة لجميع الناس في جميع أنحاء العالم .

أنواع الاتصال من حيث الهدف الذي يقصده المرسل من عملية الاتصال تنقسم إلى هدفين :

الأول : الاتصال المعلوماتي (هدف إعطاء معلومة) :
المقصود به (هو الذي يهدف فقط إلى إعطاء معلومات و أخبار) و لا يعني أن يصدق أو لا يصدق.
الثاني : الاتصال الإقناعي (هدف إقناع بشيء ما) :
(هو الذي يهدف إلى إقناع المتلقي بتبني أو التخلي عن فكرة أو الموافقة على اقتراح ، أو الالتزام بسلوك أو التخلي عنه).

التداخل بين النوعين :

استخدام المعلومات للإقناع ، و استخدام استراتيجيات الإقناع في عرض المعلومات

*** نقطة مهمة :** هناك خلط متعمد وغير متعمد بين الاتصال المعلوماتي و الاتصال الإقناعي ، فإذا كان الاتصال المعلوماتي يظهر نفسه بأنه برئ ، ليس لديه هدف إلا إعطاء الناس معلومات و ثقافة ، وكثير من الأحيان أصحاب الاتصال المعلوماتي يتهمون أصحاب الاتصال الإقناعي بأنهم يغسلون عقول الناس و يعيدون تكوينها و إلى آخره ، ودائما الاتصال في الإعلام الليبرالي في الغرب يتهم الاتصال في الدول النامية أو الدول التي كانت تسمى الدول الاشتراكية أيام الإتحاد السوفيتي بأن إعلامها إقناعي يقوم على خداع الناس ، بينما الإعلام الغربي الليبرالي يدعي لنفسه أنه فقط يقوم بإعطاء معلومات للناس ، و الناس هي التي تقوم باتخاذ آرائهم و مواقفهم بناءً على هذه المعلومات المحايدة و المتوازنة لتعرض لهم ، لكن في الحقيقة أنه في كثير من الأحيان

*المعلومات المعروضة تسهم في إقناع الناس ، بل ثبت أن إعطاء المعلومات أفضل بكثير من محاولات الإقناع عن طريق العاطفة و الإثارة وغيره.

وظائف الاتصال

إذا كان بشكل عام الاتصال ينقسم إلى إقناعي و غير إقناعي ، فإنه يؤدي بتفصيل أكثر إلى وظائف متعددة ، و يمكن أن نقسم الاتصال إلى :

اتصال اجتماعي إعلامي:

هو الذي يحدث بين الناس في حياتهم الاجتماعية العادية ، مثل : اتصال الأسري ، اتصال

المدرسة وغيره .

الاتصال الإداري .

و هو اتصال لممارسي عمل الإدارة.

وظائف الاتصال من الناحية الاجتماعية هي :

١ - نقل الدين بعقائده و أحكامه و أخلاقه من جيل إلى جيل .

- ٢- السيطرة والتنظيم الاجتماعي .
- ٣- تناقل الخبرات و التجارب والعلوم والمعارف و التقاليد الاجتماعية .
- ٤- تحقيق التواصل الاجتماعي وتنمية الشعور بالانتماء .
- ٥- مراقبة البيئة .
- ٦- تحقيق الأمن النفسي للفرد .

وظائف الإعلام و الاتصال بشكل عام تدور حول القيم الاجتماعية لأفراد المجتمع .

وظائف الإعلام الخاصة :

- ١- الإعلام
- ٢- الدعاية
- ٣- الدعوة
- ٤- التربية و التعليم و التثقيف
- ٥- الإعلان
- ٦- الترفيه

*الاتصال له دور حيوي جداً في الأمور الإدارية و الأعمال ، لأن النشاط الإداري هو عملية اتصالية ،

فما الدور الذي يؤديه الاتصال في الأعمال الإدارية ؟؟

الوظائف الإدارية للاتصال :

- ١- تحسين عمل المنظمة و تسريع الإنجاز .
- ٢- بناء علاقات جيدة بين العاملين .
- ٣- زيادة معرفة العاملين و المجتمع الخارجي بأعمال المنظمة و إنجازاتها .
- ٤- المساعدة على توفير المال و خفض النفقات .

مهارات الاتصال

مهارات : جمع مهارة ، من مهر في الشيء أتقنه و صار به حاذقاً متقناً و مجوداً ، كما تعرف المهارة بأنها التفوق في تحويل المعرفة على سلوك ،
كما أن **المهارة تعني :** توفر القدرة اللازمة لأداء سلوك معين بكفاءة تامة وقت الحاجة إليه . كالقراءة و الكتابة و لعب الكرة و السياحة و قيادة السيارة و ما إلى ذلك .

الإنسان يكتسب معرفة و يفهمها و يحفظها لكي تتحول إلى سلوك ، فمن الإتقان بحفظه و فهمه و معرفته تأتي المهارة و تحويل المعرفة إلى سلوك. و الماهر هو الذي يطبق هذه المعرفة و يحولها إلى سلوك، و المهارة مرتبطة ارتباطاً كبيراً بالتدريب ، فهي تأتي بالممارسة.

أدوات الاتصال:

- ١- الحديث
- ٢- الاستماع
- ٣- السؤال
- ٤- القراءة
- ٥- الكتابة .

* فقد تكون متحدثاً أو مستمع ، فبكل الحالتين أنت تحتاج إلى مهارة. * تحتاج إلى معرفة مهارة السؤال، * الكتابة من أهم وسائل الاتصال.

مهارة الاتصال الشفهي

وهو أهم أنواع الاتصال ، و هو الاتصال الذي يتم مشافهة عن طريق الكلام من خلال الصوت والأذن البشرية مباشرة أو من خلال وسيط كالهاتف .

عناصر الاتصال الشفهي :

١- المتحدث .

٢- الحديث (الرسالة) .

٣- المستمع .

المتحدث والمستمع:

عملية الاتصال الشفهي تعتمد اعتماد كلي على الطرفين معاً ، وكل واحد منهم يحتاج إلى مهارات ، فالمتحدث يحتاج إلى مهارة الحديث ، و المستمع يحتاج إلى مهارة الاستماع ،

أهمية التكامل بين طرفي الاتصال الشفهي :

١- كل طرف يعتمد على الآخر .

٢- كل طرف يحتاج إلى تنمية مهارات خاصة تمكنه من تحقيق هدفه

الحديث: هو التعبير الشفهي عن الأفكار و الآراء والمواقف والمعاني والأوامر والنواهي لينقلها المتحدث إلى المستمع ،

كيف تخطط لحديث جيد :

أولاً: مرحلة إعداد الحديث

- تحديد الموضوع وعناصره الرئيسية إلى عنوان الحديث لا يكفي .
- عدم التحديد سبب الخروج عن الموضوع .
- إذا لم يكن للمتحدث ذاكرة قوية منظمة فعليه أن يكون عناصره الرئيسية :وهي:

- ١- تحديد الهدف : يختلف الجهد الذي يجب أن يبذله المتحدث في العملية الاتصالية باختلاف الهدف منه : ترفية وتبادل أخبار وإقناع وتأثير .
- ٢- يجب تحديد بيئة الحديث وظروفه : يجب اختيار الوقت والمكان والظروف النفسية المناسبة .
- ٣- معرفة المستمعين : طبائعه وخصائصهم النفسية والاجتماعية والتعليمية والفكرية .

ثانياً / مرحلة إلقاء الحديث

- حسن الاستهلال .
 - أن تبدأ بداية جميلة وحسن الاستهلال الهدف منه شيئين:
 - ١- أن أعطي انطباعاً أولياً إيجابياً للمتلقى.
 - ٢- أن يكون مدخلاً جميلاً .
 - التنظيم والتركيز على الموضوع .
 - استخدام اللغة المناسبة وتجنب التعالي والتعالم .
 - اجتذاب المستمعين اللغة غير اللفظية .
 - حركات اليد والتعبيرات في الوجه.
 - عدم الإفراط في الاستعانة بالأوراق .
 - الإيجاز وتنظيم الوقت حسب عناصر الموضوع .
 - فأنا لذي وقت ولذي عناصر يجب أن أقسمها ليس التساوي إنما كل عنصر على حسب ما يحتاجه من حديث.
 - حسن الختام .
 - فكما نحتاج إلى حسن الاستهلال نحتاج إلى حسن الختام ليكون لدينا انطباع.

ثالثاً/سمات المتحدث الناجح

- الوضوح في الصوت واللغة
- الحماسة
- قوة الذاكرة
- المهارة في استخدام اللغة غير اللفظية

الاستماع:

- العنصر الثاني من عناصر الاتصال الشفهي
- كما ان للمتحدث أهدافه من الحديث فإن للمستمع أهدافه الخاصة
- ضعف مهارة الاستماع مثل ضعف مهارة الحديث تعيق تحقيق أهداف الطرفين

مصطلحات الاستماع

أ/ السمع:

- عملية جسمية (فسيولوجية) لا إرادية
- حاسة السمع أكثر أهمية في عملية الاتصال من حاسة البصر
- كما انه يتقدم المهارات الاتصالية زمنيا في إطار النمو اللغوي

ب/ الاستماع

- عملية عقلية إرادية يعتمد فيها المستمع الإنصات والإصغاء للمتكلم ومحاولة إدراك وفهم ما يقول
- السكوت والصمت مترادفان :مصطلح الاختلاف بين السكوت والصمت وهما مصطلحات مترادفان أي تفي نفس
- سكوت المتلقي وصمته لا يغني دائما على انه يسمع.

عناصر عملية الاستماع

- المتحدث .. هناك عوامل تتعلق بالمتحدث تؤثر في درجه متابعه المستمع له وفهمه
- مكانه المتحدث ومصادقته
- جاذبيه المتحدث (الكارزما)
- أداء المتحدث:

١- سرعته في الحديث: معتدلة او بطيئة او سريعة

٢- صوته ولهجته: واضح ، معتادة

٣- درجه انفعاله: معتدلة -بروده - مبالغه

الرسالة :

- موضوع الرسالة : أهميتها ومدى اتفاقها مع مواقف المستمع.
- بناء الرسالة : موضوعها محدد ، وأفكارها مرتبه ، لغتها واضحة ، ومدتها معتدلة.

المستمع :

- وهو الطرف الأول في عملية الاستماع . فهو الذي يستقبل الصوت ويعطيه المعنى.
- بنجاح المتحدث في جعل المستمع يفهم معانيه كما أرادها هو تكون عملية الاتصال قد حققت هدفها.

معوقات الاستماع:

- متزامنة القولية : تصنيف المتحدث دينيا وفكريا أو أخلاقياً

- سيطرة الانطباعات الشخصية : وجود مواقف سلبية خاصة مع المتحدث
- الخبرة السابقة : تصورات سابقة لدى المستمع تختلف عما يقوله المتحدث.
- الشرود الذهني واللامبالاة
- تفاوت المستوى اللغوي : لغة متخصصة لمستمع غير متخصص
- سوء بيئة الاستماع : حرارة الجو ، أجهزة الصوت ...
- تنمية مهارة الاستماع
- سعة الأفق والقدرة على تفهم الآراء والمواقف المختلفة
- معرفة المتحدث من حيث اتجاهاته الفكرية ومواقفه.
- التخلص من المشتتات المادية والنفسية.
- تمييز الأفكار الرئيسية من الفرعية، وتمييز العلاقات والفوارق بينها.

التمييز بين المعلومات والحقائق من ناحية و بين الآراء والمواقف ووجهات النظر من ناحية أخرى.
ملاحظة التناقضات بين اللغة الشفهية والغير الشفهية أي اللغة اللفظية وغير اللفظية.

السؤال:

السؤال وسيلة اتصال لا تقل أهمية عن غيره من الوسائل والسؤال هو كما يقول بعض العلماء هو مفتاح

العلم .

تعريفه: هو طلب الحصول على معنى أو فكرة أو معلومة من شخص آخر

أهمية السؤال

المجال الاجتماعي :

المجال السياسي : أثناء التفاوض لعقد الاتفاقيات وحل النزاعات ...

المجال التعليمي : المتعلم يسأل والمعلم يسأل

أهمية السؤال :

- المجال الإداري: في مقابلات التوظيف والاجتماعات الدورية والدورات التدريبية والمؤتمرات، وقبل اتخاذ القرارات.

- الإعلام: فلا يمكن الاستغناء عن السؤال في هذا المجال سواء للحصول على الأخبار أو

لجمع مادة التحقيقات والأحداث والتقارير والمقالات الصحفية

مفهوم السؤال ووظائفه:

- الهدف الأساس للسؤال هو طلب معلومة أو فكرة أو معنى من شخص آخر
- لكن هذا واحد فقط من أهداف الأسئلة فهناك أكثر من ٥٢ وظيفة يؤديها السؤال ،

بعض وظائف السؤال: الاستدلال والتمهيد، الاستطلاع، التذكير، الطمأنة والتهئية، التوجيه، التحدي والإحراج، النفي، التحقير، الإرباك، التأكيد، الإنكار، الاستنكار...

أنواع الأسئلة:

أولاً : من حيث الهدف: الأسئلة الاستهلاكية:

الهدف منها البداية في الموضوع والدخول في الموضوع شد الانتباه للموضوع.

الأسئلة الرئيسية:

والتي هي فعلاً الهدف من الموضوع التي تتناول العناصر الرئيسية في الموضوع مقابلها هناك الأسئلة الثانوية

الأسئلة الثانوية:

قد يكون الهدف منها فقط تناول قضايا ثانوية.

الأسئلة المحايدة

ما رأيك في الإنترنت في استخدام الشباب للإنترنت هذا سؤال محايد

الأسئلة الإيحائية

كأني أوحى للمسئول بأن يجيب بهذه الإجابة . إذا قلت ألا تعتقد أن الإنترنت يشكل خطراً على قيم الشباب وأخلاقهم ودينهم هذا سؤال إيحائي وكثير من الأحيان يستخدم السؤال الإيحائي بهدف الحصول على إجابة معينة..

ثانياً : من حيث الشكل :

الأسئلة المفتوحة

هي التي تتيح للمجيب أن يجيب بما يشاء

الأسئلة المغلقة

بينما الأسئلة المغلقة إجابتها محدودة جداً إما بنعم أو لا أو بشي من هذا القبيل أو أحيانا بموافق أو غير موافق إلى آخره.

خطوات توجيه الأسئلة

الخطوة الأولى: الاستعداد، وتتضمن:

تحديد الهدف من السؤال

تحديد الشخص المسئول: اسأل من تثق به

تحديد الشخص المسئول أيضاً صيغة السؤال تعتمد على الشخص المسئول.

التفكير وصياغة السؤال

فلا بد أن أعرف أنا أسأل من ثم أفكر في صياغة السؤال بعد أن أعرف هدفي من السؤال

والشخص الذي أنا أوجه له السؤال أضع الصيغة المناسبة للسؤال.

الخطوة الثانية: طرح السؤال، الطرح الفعال للسؤال يتضمن:

تجنب العصبية والتوتر.

السيطرة على الخجل.

اختيار التوقيت المناسب.

تجنب الإفراط في طرح الأسئلة.

الخطوة الثالثة : الاستماع إلى الإجابة وتقييمها

ما الهدف من توجيه السؤال؟

في معظم الحالات هو الحصول على إجابة محدودة واذا لم ينصت السائل للإجابة فلن يتحقق هدفه

نذكر مهارات الاستماع

#انتبه لمحاولة المسئول التهرب عن الإجابة من خلال:

• الرفض الصريح: لن أجيب على هذا السؤال

• التهرب عن الإجابة بكلام غير متصل بالموضوع

• إعطاء إجابة كاذبة

• المراوغة بأن يجيب عن السؤال بسؤال آخر

مهارة القراءة:

تعريفها:

الوصول إلى المعلومات عن طريق قراءة نص مكتوب او هي الاتصال بنص مكتوب لفهم محتواه

نحن نحتاج القراءة في مجالات واسعة جداً أبرزها :

وظائف القراءة

• التعلم المدرسي المنهجي.

• التثقيف الشخصي .

• الترفية والاستمتاع .

• في مجال الإدارة والأعمال من الضروري قراءة وفهم الخطابات ونصوص عقود العمل

والاتفاقيات .

وظائف القراءة:

- تنمية المهارات الكتابية فالقراءة أفضل وسيلة لتنمية كل المهارات اللغوية
 - تمد القارئ بالكلمات والمصطلحات الجديدة ومعانيها المختلفة
 - تساعده على فهم الأساليب المختلفة فيستطيع استخدامها في كتاباته
- طبيعة عملية القراءة:**

- قراءة صامتة
 - قراءة جهرية
- إذا لم تكن بحاجة إلى القراءة الجهرية فالمفترض أن تدرب نفسك على القراءة السرية .
١. حتى لاتزعج الآخرين .
 ٢. من اجل أن تقرأ أسرع.
 ٣. من اجل أن تفهم ما تقرأ.

مستويات القراءة :

أ- قراءة المسح السريعة

- للصحف والوسائل المطبوعة
- للتعرف المبدئي على موضوعات كتاب

المسح "Scanning" ففي العربية معناها الطمس لكن هنا المقصود فيه المرور بسرعة على النص ،

ب - قراءة الفحص العميقة

- للكتب الثقافية والروايات المطولة
- للنصوص الإدارية والتجارية

قراءة الفحص العميق الكتب الثقافية والروايات المطولة ، والنصوص الإدارية والتجارية ، هذه لا يكفيها الاطلاع السريع او المسح ، هذه تحتاج إلى قراءة معمقة لأفهم تفاصيلها ولأعرف ما بين السطور .

ج - قراءة الاسترجاع

- لمذاكرة المقررات الدراسية

قراءة الاسترجاع المقصود فيها إنني سأقرأ وادري أنني مضطر إلى إعادة القراءة في الاختبار ، لأنني سأرتجع المعلومات التي أقرأها في وقت لاحق

تنمية مهارة القراءة :

الخطوة الأولى: هي أن اعرف هدفي من القراءة

في كل مادة أنا أقرأها يجب أن اعرف أنا أقرأ لماذا ؟.

هل أقرأ لمجرد الاستمتاع وقضاء الوقت .؟ أم هل أقرأ من اجل الثقافة العامة.؟ أم هل أقرأ من اجل

الاستذكار.؟ أم أقرأ من اجل العمل.؟

الخطوة الثانية : توفير البيئة المناسبة:
الخطوة الثالثة : التركيز والتفهم

أسباب ضعف التركيز:

- ١- ضعف الدافع: إذا لم يكن لدى القارئ دافع قوي ورغبة ملحة في القراءة فسيعاني من ضعف التركيز
- ٢- صعوبة الفهم: كلما واجه القارئ صعوبة في الفهم كلما ضعف تركيزه بينما صعوبة الفهم تحتاج الى مزيد من التركيز
- ٣- شرود الذهن: هناك خواطر وذكريات تفرض نفسها على القارئ فيشرد ذهنه بعيداً دون ان يشعر

خطوات تنمية مهارة القراءة :

- ١- أن تبدأ بالفهرس لتعرف موضوعات الكتاب
- ٢- اقرأ المقدمة لتعرف الجديد الذي يقدمه الكتاب
- ٣- ليس كل ما في الكتاب الجديد جديد فانتقل إلى الفصل الذي تعتقد انه يحمل الافكار الجديدة ا
- ٤- القراءة تنمي مهارة القراءة : كلما قرأت اكثر كلما تطورت مهارة القراءة لديك
- ٥- لا تقف عند كل كلمة بل حاول أن تقرأ العبارة دفعة واحدة
- ٦- لا تكثر من إعادة القراءة، فالعبارات القادمة قد تساعدك على فهم الكلمات والعبارات السابقة.

تنمية مهارة القراءة

- معظم الكتب تميل إلى الأطناب وعليك أن تتذكر دائماً الموضوع الرئيسي للنص الذي تقرأه لتركز على الأفكار والعناصر المرتبط به مباشرة وتتجاوز الإضافات والعناصر الثانوية
- استخدام القلم العادي أو قلم التميز الملون لتحديد العبارات المهمة ليسهل عليك الرجوع إليها
- استخدام التلخيص

مهارة الكتابة

- الكتابة الجيدة مهارة يحتاجها كل إنسان يعيش في هذا العصر :
- الاستخدامات الشخصية- الرسائل القصيرة والطويلة - المذكرات الشخصية

- الاستخدامات التعليمية كتابة المحاضرات من شرح الأستاذ تلخيص الكتب الدراسية ، كتابة الأبحاث

استخدامات الكتابة

- الاستخدامات الأدبية: كتابة القصص القصيرة والروايات والشعر
- الاستخدامات الإعلامية: المقالات الصحفية ، المشاركة في المنتديات الالكترونية، المدونات الشخصية
- الاستخدامات الإدارية: الخطابات ، العقود ، الاتفاقيات التجارية ، التقارير الإدارية

أهداف الكتابة:

- الدعوة إلى الدين والقيم والأخلاق والدفاع عنها ضد دعوات الإلحاد وانتهاك المقدسات والخروج عن القيم والمبادئ
- نشر الأخبار تحليلها تقديم المعلومات الجديدة عن الأحداث او القضايا او المشاكل التي تشغل الرأي العام وشرحها والتعليق عليها
- التوعية السياسية شرح سياسة الحكومات والهيئات والمنظمات ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع
- التثقيف: نشر المعارف الإنسانية المختلفة والتعريف بالأفكار والفلسفات
- التوعية الاجتماعية بالحث على حياة فاضلة في البيت والمجتمع والمؤسسات وتشجيع الناس على المساهمة في التنمية الوطنية
- أداء الأعمال الإدارية : صياغة القرارات والخطابات والاتفاقيات والعقود
- الكتابة للعلاقات العامة : السعي لترويج سمعة حسنه عن المؤسسة والدفاع عنها
- التسلية والترفيه : تخفيف العبء عن النفوس والعقول وتجعل الحياة محتمله رغم ما فيها من متاعب ووظيفة الإمتاع ذات اثر نفسي حميد وتحقق هذه الوظيفة من خلال المقالات الطريفة والساخرة

عناصر الكتابة /

- ١- الأفكار والمضمون ٢- اللغة ٣- الأسلوب أو الصيغ .

- كل مادة مكتوبة تتكون من عناصر اساسيه هي:-

عنصر الافكار والمضمون ، عنصر اللغة ، عنصر الاسلوب أو الصياغة

- عنصر الافكار:

- وهو الموضوع الذي يرغب الكاتب في كتابته عنه

- يجب ان تكون عناصر الموضوع وجوانبه المختلفه حاضره في ذهن الكاتب

عنصر اللغة : وتتكون من ثلاث عناصر

-العنصر الاول الكلمات وهي الوحده الاساسيه للماده المكتوبه

-الكاتب الناجح هو الذي يستخدم الكلمات المناسبه

- كثيراً ما يكون الخطاء في استخدام الكلمات سببا في اساءة أو صعوبة فهم الماده المكتوبه

ابعاد الكلمه ثلاثه:-

-البعد الدلالي : أي معنى الكلمه ولدلالة الكلمه ثلاث مستويات:-

-المستوى الاصلي وهو المعنى اللغوي الاصلي للكلمه مثلاً : نزيف الماء يعني خروج الماء من البئر ونزيف

الدم يعني خروجه من الجسم

-المستوى السياقي : وهو المعنى الخاص الذي تكتسبه الكلمه اذا جاءت ضمن نص معين مثلاً نزيف

العقول يعني هجرة العلماء خارج دولهم

-المستوى الاصطلاحي: وهو المعنى الذي يستخدمه العلماء في أي حقل علمي مثلا المعنى الاصلي لكلمة

(اقتصاد) هو التوسط و الاعتدال والمعنى الاصطلاحي للاقتصاد هو العلم الذي يدرس كيفية ادارة الموارد

وانتاج السلع

-البعد الصرفي : الكلمه تكتسب معاني مختلفه في اشتقاقاتها المختلفه

مثل : خرج ، استخرج ، خروج ، مخرج ، مستخرجات ، مخرجات

-البعد الوظيفي : تنقسم الكلمات من حيث الوظيفة التي تؤديها في الكلام الى نوعين

• **كلمات المعنى :** وهي الكلمات التي تحمل بنفسها معنى محدد وهي الأسماء والأفعال والصفات

• **كلمات الوظيفة :** وهي التي لا تحمل معنى مستقلاً لكنها تؤدي وظائف محدوده داخل الكلام

وهذه وظيفة كل الحروف كحروف الجر والاستفهام وبعض الاسماء مثل اسماء الشرط والاستفهام

شروط الاستخدام الجيد للكلمه

-تجنب الكلمه العاميه والمحليه

-تجنب الكلمه قليلة الاستخدام

-تجنب الكلمه صعبة القراءه

-تجنب الكلمه الاجنبيه

-تجنب المصطلح العلمي أو التخصص الدقيق الا للحاجه

-تجنب الاخطاء النحويه والكتابه (الاملأئيه)

عناصر الكتابة :

العنصر الثاني هو الجملة :

اقسام الجملة من حيث الحجم:

١- الجملة البسيطة

شروط الاستخدام الجيد للجملة

١- يجب أن تكون الجملة كاملة .

٢- تجنب تداخل الجمل

٣- الجمل القصيرة أفضل من الطويلة

٤- الإيجاز وهو صياغة الفكرة بأقل قدر ممكن من الكلمات

٥- يحسن استخدام الضمائر بدل الأسماء الظاهرة مع تجنب الغموض

٦- تجنب الفصل الطويل بين العناصر الأساسية للجملة.

٧- تجنب الجمل المعترضة و إذا كنت مضطر اجعلها قصيرة.

واستغنى عنها بطريقتين

١- إما أن لا يكون لها حاجة ملحة فأحذفها نهائياً .

٢- أو اذكرها بعد الجملة الأساسية كتكملة في جملة منفصلة .

لأنه كلما طالت الجملة المعترضة زاد الفصل أجزاء الجملة الأساسية.

العنصر الثالث الفقرة :

- تتكون من مجموعة من الجمل المرتبطة معنوياً مع بعضها
- تتناول فكرة او عنصر من عناصر الموضوع
- ترتب الجمل داخل الفقرة لتطوير عرض هذه الفكرة وبلورتها

- ترتب الفقرات في نظام منطقي واحد

ومن فوائدها :

- ١- إعطاء شكل جميل للنص .
- ٢- تساعد الكاتب على تقسيم عناصره والفصل بينها .
- ٣- تساعد الكاتب على إعادة تحرير الكتابة والتقديم والتأخير بسهولة.
- ٤- يساعد القارئ وهذا مهم جدا على أن يقرأ النص قراءة سريعة.

الترتيب المنطقي للأفكار:

وهي أن نجد وسيلة لترتيب أفكارنا في كل فقرة وبالتالي نرتب كل الفقرات بعضها بعد بعض حسب

ترتيب معين

أشكال الترتيب المنطقي للأفكار في الفقرات

- الترتيب الزمني: وهو يناسب الأحداث والوقائع فيرتبها حسب تاريخ وقوعها
- الترتيب المكاني، وهو يناسب وصف الرحلات او بعض حالات التحقيقات الأمنية
- الانتقال من الخاص الى العام او العكس كالانطلاق من الحديث عن حادثه او حوادث معينه للوصول الى اقتراح يعالج مشكله عامة او يبدأ وجهة نظر عامة او العكس

الانتقال من الخاص إلى العام

فأبدأ بظرف شخصي ، بحالة محددة ثم أعمم هذه الحالة على الوضع العام أو اعمل العكس.

الانتقال من البسيط إلى المعقد أو العكس من المعقد إلى البسيط.

في القضايا المعقدة نبدأ بأمثله أو حالات بسيطة توضح الفكرة ثم أنتقل إلى الموضوع الأساسي.

وتختلف هذه التنظيمات وهذا الترتيب المنطقي من حالة إلى حالة، كالكتب العلمية والمقالات

تختلف عن التقارير الإدارية والخواطر التي يكتبها الشخص لوحدة.

الأسلوب الأمثل التي تتبعه في الترتيب :

يختلف من حاله إلى أخرى . لكن المهم هو وجود الترتيب نفسه وهذه الطرق التي ذكرناها مجرد أمثله

فقط ، وإمكان الكاتب إيجاد أساليب مختلفة .

وسائل الربط

أدوات الربط هي حروف وأسماء تربط الكلمات أو الجمل بعضها ببعض، وتبين العلاقة المنطقية بين الجمل والكلمات. رغم أهميتها ألا أنه من الأفضل عدم الإكثار منها في الربط.

الأدوات الأكثر والأبرز هي

- حروف العطف (الواو ، الفاء ، ثم) هذه تربط بين كلمات وتربط بين جمل .
- أدوات ربط تستخدم للعد والترتيب . فحينما أريد أن ارتب أحداث وأفكار . أقول أولاً وثانياً وثالثاً . ومثلها أيضاً أقول: بعد ذلك، ثم حدث ذلك.
- روابط الإضافة: فأقول: بالإضافة إلى ذلك، زيادة على ذلك، فوق هذا. هذه كلها تعبيرات تفيد الإضافة كأن أضيف دليل أو مثال . والأفضل أن نوع من استخدامها حتى ليحدث التكرار.
- روابط الأمثلة . فأقول : مثال ذلك ، وشاهد ذلك .
- روابط الاستدلال . أقول: ومما يدل على ذلك، ونستدل على ذلك، والدليل على ذلك .
- روابط التأكيد: ولاشك في، ومن المؤكد أن، والحق أن، وفي الحقيقة أن....،
- روابط الاستنتاج . ولهذا ، ولذلك ، ونتيجة ذلك ، نستخدمها عند الوصول إلى نتيجة .
- روابط التلخيص . وخلاصة القول، ونلخص إلى أن ، ومن هنا ، ويمكن القول .
- روابط الاستطراد . إذا كنت أريد أن أقول المزيد من الكلام عن هذه الفكرة التي أتحدث عنها. أقول: فضلاً عما سبق، بالإضافة إلى ذلك، كما يمكن القول.
- روابط الاستدراك : إذا قلت كلام قد يفهم منه أكثر مما أريد أو يفهم منه شيء لا أريده فأقول : لكن ، وبالرغم من ذلك ، ومع ذلك .
- يلاحظ في عدد من الطلاب يخطأون في استخدام (لكن) في استخدامات خاطئة . بحيث أنهم يقولون : فلان طويل لكنه كريم . هنا لا يمكن أن تستثني هذه من هذه . ويقولون أيضاً : فلان

مجتهد لكنه ينجح بتقدير ممتاز . فهذا خطأ والأصح أن نقول (ولهذا) لأنها نتيجة وليست استدراك .

- روابط التفسير : أقول : بمعنى ، يعني ، وبمعنى آخر ، وبلطف آخر ، أي .
- روابط التخيير . مثل ، أو ،
- روابط التفصيل : أما . فنقول : هناك نوعان من الطلاب ؛ أما الأول فهو .. وأما الآخر فهو.

العنصر الرابع من عناصر الكتابة الأسلوب :

مجموع الكلمات والجمل وال فقرات تكون الأسلوب .

تعريفه:

هو نتاج مجموع الاختيارات الكتابية التي يمارسها الكاتب : فهو مزيج الكلمات والجمل والفقرات والترتيب النهائي للمادة التي كتبها .

كما أن لكل كاتب أسلوبه بشكل عام فإن لكل موضوع و جمهور أسلوبه أيضاً

- في الكتابة الأدبية يوظف الكاتب الخيال ، و يستخدم الصور الفنية , بينما يتجنب كاتب المادة العلمية و الإعلامية هذا الأسلوب.
- يستخدم كاتب المادة العلمية مصطلحات علمية لا يعرفها غير المتخصصين ، و لكنه يتجنبها عندما يكتب لجمهور عام.

بناء المادة المكتوبة :

معظم أشكال الكتابة تتكون من الأجزاء التالية:

أ / العنوان:

يؤدي وظيفتين :

- مفتاح المادة المكتوبة الذي يدل على مضمونها.
- وسيلة لجذب القارئ لقراءة هذا المضمون

سمات العنوان الجيد:

- الإيجاز ، فكلمات العنوان يجب أن تكون محدودة جداً.
- عناوين المقالات و المواد الطريفة تكون جذابة و لافتة انتباه القارئ..
- عناوين المواد العلمية و الإدارية تكون موضوعية و مباشرة جداً.

ب / المقدمة:

- هي مدخل القارئ إلى المادة المكتوبة.
- يجب أن تشتمل على الفكرة الرئيسية التي يتناولها الكاتب.
- تتكون من فقرة واحدة.

ج - الجسم:

- يتضمن تفصيلات الفكرة وعناصر الموضوع
- يرتب منطقياً في عدة فقرات

د- الخاتمة:

*يؤدي واحدة من عدة مهام:

- إما التلخيص.
- أو اقتراح حل.
- أو نهاية طريفة.

التلخيص:

تعريفه:

هو عملية تحويل نص طويل إلى نص قصير يحوي الأفكار الرئيسية للنص في عبارات واضحة

الحاجة إلى التلخيص

- الطالب يحتاج إلى أن يلخص دروسه و ما يطلب منه في المقررات
- دور النشر تقدم ملخصات لمنشوراتها في الصحف و الانترنت
- و رؤساء الدوائر في مختلف المجالات لا وقت لديهم لقراءة نصوص طويلة مفصلة ، فيكتفون بقراءة ملخصات تمكنهم معرفة الأفكار الرئيسي.

فوائد التلخيص:

- توفير الوقت و الجهد في الإطلاع على النصوص الطويلة.
- تدريب على الكتابة ، فهو تعبير المُلخص عن النص الأصلي بأسلوبه الخاص.
- تنمية القدرة على التقاط العناصر الأساسية ، و التخلص من الزوائد
- يمنح ثقة المسؤولين كاتب التلخيص ويكسبه رضاهم

ليس للتلخيص نسبة معينة من النص الأصلي ، بل يكون بحسب حجم الأصل و الهدف من التلخيص

لكن حجم التلخيص يختلف حسب أمرين؛

١- الحجم الأصلي للنص.

٢- و حسب الحاجة من التلخيص و نوع استخدامه.

خطوات التلخيص:

أولاً : اقرأ النص مرة أو أكثر قراءة ممكنة لتستوعب مضمونه و تكشف أفكاره الأساسية و الفرعية
ثانياً : ضع خطوطاً تحت الأفكار المهمة ، أو اكتبها جانباً مرتبة حسب النص الأصلي
ثالثاً : اكتب تلك الأفكار بأسلوبك على شكل فقرات كتابة أولية (مسودة)
رابعاً : اعد قراءة النص الأصلي مرة أخرى للاطمئنان إلى أن الملخص ليس فيه إخلال بالمعنى أو الأفكار

لا بد من إعادة النص الأصلي للنص للتأكد أنك أخذت العناصر الأساسية منه.

خامساً : اكتب الصياغة النهائية للملخص

سادساً : ضع مقدمة للتلخيص في فقرة واحدة.

سابعاً : لا تنس العنوان..

مبادئ التلخيص:

- ✓ لا تغير أفكار النص
- ✓ تخلص من الاستطرادات و الهوامش و اقتصر على مثال واحد إن احتجته
- ✓ استخدم الضمائر ، و تخلص من مترادفات الكلمات و الجمل.
- ✓ اكتب الملخص بلغتك الخاصة.
- ✓ لا تنقل جمل كاملة من النص الأصلي
- ✓ لا تخلط عبارات النص وعبارات التلخيص
- ✓ ليس للتلخيص نسبة معينة من النص الأصلي بل يكون بحسب حاجة الملخص وطبيعة

الموضوع

تنمية مهارة الكتابة

لتسهي مهارتك الكتابية أياً كان مجال كتابتك و موضوعاتها:

أولاً : القراءة هي ماء الكتابة و غذاؤها ، فالقراءة تؤدي عدة وظائف تسهم في تطوير مهارة الكتابة:

- ✓ تبني ثقافة الكاتب و أفكاره فتساعد على تكوين اهتماماته وميوله الثقافية ، كما تسهم في تحديد مواقفه و اتجاهاته الخاصة حول القضايا و الموضوعات التي يهتم بها ، و

التي ستناولها كتاباته....

- ✓ تمد الكاتب بالكلمات والمصطلحات الجديدة ومعانيها واستخداماتها المختلفة
- ✓ فالكاتب لا يتعلم الكلمات من القواميس اللغوية بل من المواد المكتوبة
- ✓ تساعد الكاتب على فهم الأساليب المختلفة ومن ثم يستطيع استخدامها في كتاباته
- ✓ وليس هناك مصدر للإطلاع على الأساليب والتعبيرات ألا الكتب والمجلات

- ثانياً : الحرص على فهم ما تقرأ و استيعابه و تذوقه ، فلا تقتصر على مجرد الحفظ
- ثالثاً : يمكن أن تبدأ بتقليد كاتب متميز ثم تكون لنفسك أسلوبك الخاص.
- رابعاً : تجنب التعبيرات الشائعة المبتذلة.
- خامساً : مارس النقد الذاتي لكتاباتك ، حتى تكتشف نقاط قوتك و نقاط ضعفك.
- سادساً : استشر المختصين ذوي الخبرة ، و لا تقلق من النقد حتى ولو كان قاسياً.
- سابعاً : تعرف على تفاعل القراء العاديين (أصدقاءك و زملاءك) مع ما تكتب .

مهارة الإقناع:

تعريفها:

هو عملية اتصالية يقوم بها طرف بهدف تغيير رأي طرف اخر او سلوكه

استخدامات الإقناع

يصعب حصر الحالات التي تحتاج فيها الى اقناع الاخرين ومنها:

- ✓ الأسرة والتربية،العلاقات الاجتماعية والصدقات:
- ✓ الدعوة والنصيحة
- ✓ مراجعات الدوائر الحكومية
- ✓ حملات التوعية
- ✓ الإدارة والإعمال :التفاوض لعقد الصفقات وايرام العقود

مستويات الإقناع

- **التكوين:** تكوين موقف او سلوك ليس له او لعكسه أي وجود لدى المتلقي عملية تنشئة الأطفال
- **التدعيم:** تدعيم وتقوية موقف او سلوك موجود لدى المتلقي
- **التغيير:** تغيير موقف او سلوك موجود لدى المتلقي بموقف او سلوك مختلف عنه، مكافحة التدخين والمخدرات
- **حملات التوعية** تسعى الى التدعيم (الإعلامي الوقائي) والى التغيير حسب حالة كل متلقي

مراحل الإقناع :

كما أن للإقناع مستويات فله أيضاً مراحل .

١ - عدم الإقناع مطلقاً

٢ - الإقناع المؤقت (الإقناع الخادع)

٣ - الإقناع الدائم

استراتيجيات الإقناع :

هناك ثلاث استراتيجيات للإقناع أو نقول اثنتان والثالثة تمزج الاثنتين

أولاً : الإستراتيجية العاطفية سماتها ::

- يحاول المرسل إخفاء هدفه والمتلقي قد لا يعي هدف المرسل
- المرسل يستخدم كل الطرق الممكنة للتأثير على عواطف المتلقي ، التخويف، الإغراء، التمييز ..
- المرسل يستغل ضعف وعي المتلقي تستخدم في الإعلانات التجارية والدعاية السياسية

ثانياً: الاستراتيجية العقلية سماتها::

- المتلقي يعرف ان المرسل يحاول اقناعه
- المرسل يستخدم الحجج والمعلومات الصادقة فقط
- تستخدم في الحوارات العلمية

ثالثاً: الاستراتيجية المزدوجة (العقلية العاطفية)وهي تستخدم في معظم الحالات

وهي ما تجمع بين العاطفة والعقل وفي الحقيقة أنه معظم الإقناع تستخدم هذه الطريقة سواء الحملات السياسية أو الإعلانات أو الحياة الشخصية نحن دون أن نشعر نستخدم الاستراتيجيه العقلية والعاطفية حسب كل موقف ووكل حالة وكل شخص .

العوامل التي تساعد على نجاح عملية الإقناع:

هناك قواعد عامه أو عوامل ربما تساعد كثيراً على الإقناع إذا طبقناها بحرفية إذا جاز التعبير:

- ١ - أنت تحتاج إلى معظم المهارات التي تحدثنا عنها في الحلقات الماضية تحدثنا عن مهارة الحديث ومهارة الاستماع ومهارة
- ٢ - اكتسب الثقة والمصداقية إذا لم تكتسب الثقة أمام الطرف الآخر فلن تستطيع إقناعه مهما بذلت
- ٣ - تجنب اليأس وكن واثقاً من مهارتك الإقناع كما قلت مراراً ليس عملية سهلة وإذا كنت سريع اليأس ليس لديك ثقة بنفسك وبقدراتك فستتوقف سريعاً.
- ٤ - حدد هدفك من العملية بدقة يجب أن تكون واضح أمامك ما هو الشيء الذي تريد إقناع هذا الشخص فيه.
- ٥ - يجب أن يكون هدفك أيضاً نبيلاً وخيراً
- ٦ - اجعل هدفك أيضاً واقعياً.

