

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

مهارات الاتصال

مقرر (علم ٢٠٧) للشعبة (١١٤)

في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

المستوى الثاني

هذه هي المذكرة المعتمدة من قبل دكتور المادة شخصيا لطلاب وطالبات التعليم عن بُعد

في كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، ، المستوى الثاني

لعام ١٤٣٢ الفصل الأول

تنسيق اختكم

الندى ١٥

مفردات المقرر

مدخل إلى الاتصال

- ١- مفهوم الاتصال
- ٢- عناصر عملية الاتصال
- ٣- أنواع الاتصال
- ٤- وظائف الاتصال

مهارات الاتصال

مفهوم المهارة

١- مهارة الحديث:

- ١- مفهوم الحديث وأهميته.
- ٢- التخطيط للحديث.
- ٣- سمات (صفات) المتحدث الناجح.
- ٤- مستلزمات الحديث المؤثر.
- ٥- الأحاديث الحوارية.
- ٦- الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية.

ثانيا: مهارة الاستماع:

- ١- سمات الاتصال الشفوي.
- ٢- أهمية الاستماع وأهدافه.
- ٣- مصطلحات أساسية.
- ٤- معوقات الاستماع.
- ٥- تنمية مهارات الاستماع.

ثالثا: مهارة السؤال:

- ١- أهمية السؤال.
- ٢- أنواع الأسئلة.

رابعاً: مهارة القراءة:

- ١- مفهوم القراءة وأهميتها
- ٢- سمات القراءة الجيدة
- ٣- المهارات اللازمة للقراءة
- ٤- طبيعة عملية القراءة
- ٥- أهداف القراءة.
- ٦- مستويات القراءة
- ٧- تنمية مهارة القراءة

خامساً: مهارة الكتابة:

- ١- أهمية الكتابة
- ٢- مجالات الكتابة
- ٣- مراحل الكتابة
- ٤- التلخيص
- ٥- تنمية مهارة الكتابة

سادساً: مهارة الإقناع:

- ١- تحديد الجمهور المستهدف.
- ٢- تحديد الهدف
- ٣- استراتيجيات الإقناع

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الفصل الأول: مدخل إلى الاتصال

مفهوم الاتصال :

الاتصال هو عصب حياة المجتمعات البشرية، من خلاله يتبادل الناس المعلومات والمعاني والأفكار بصورة تحقق أهداف المتواصلين. فهي بمثابة خطوط تربط أوصال البناء أو الهيكل التنظيمي لأي مجتمع أو منشأة ربطا ديناميكيا. فليس من الممكن أن نتصور جماعة أيا كان حجمها ونشاطها يمكن أن تتفاعل دون عملية الاتصال التي تحدث بين أقسامها وبين أفرادها وتجعل منهم وحدة عضوية لها درجة من التكامل تسمح بقيامها بنشاطها.

والإتصال هو عملية إجتماعية يجري فيها تبادل المعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد والجماعات في رموز دالة لغوية وغير لغوية بوسائل متعددة لتحقيق أهداف معينة.

وكلمة اتصال تستخدم في سياقات مختلفة وتتضمن مدلولات متعددة،

فهي بصيغة المفرد (اتصال COMMUNICATION) تعني عملية الاتصال نفسها،

وفي صيغة الجمع (اتصالات COMMUNICATIONS) تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال.

عناصر عملية الاتصال :

الاتصال عملية تفاعلية يشترك في بنائها عناصر متعددة، بعضها رئيس لا يمكن أن تتم عملية الاتصال إذا فقد، وبعضها ثانوي يمكن أن تجري العملية الاتصالية دونه، لكنها حينئذ ستكون ناقصة.

١- العناصر الرئيسة:

١-١- المرسل (القائم بالاتصال)

هو الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال، ويكون المرسل هو مصدر الرسالة، وهذا ما يحدث عادة في الاتصال الشخصي والاتصال الوسيط والتفاعلي، وقد لا يكون المرسل هو مصدر الرسالة بل يكون ناقلا لها، وهذا ما يحدث عادة في الاتصال الجماهيري. وفي حالات أخرى يكون المرسل المباشر مجرد وسيط ينقل الرسالة كما جاءت من مصادر أخرى، وهذا يحدث كثيرا في وسائل الإعلام الرسمية وقد تمر الرسالة عبر سلسلة من الأشخاص (حراس البوابة) تتعرض عند كل واحد منهم إلى عدد من التعديلات والإضافات، وهذا يعني أن كل واحد من هؤلاء يساهم في تكوين الرسالة..

١-٢- المستقبل (المتلقي)

المستقبل (المتلقي) هو أهم حلقة في عملية الاتصال، فالقاري هو الشخص المهم عندما نكتب والمستمع هو الشخص المهم عندما نتحدث، ويجب أن يضع المصدر في اعتباره طبيعة المتلقي ويفهمها حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة. والمتلقي لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة وإنما يقوم بعمليات تنقيح وتنقية حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته، كما يتأثر المتلقي بما يطلق عليه عوامل الانتقائية وتشمل: التعرض الانتقائي، والإدراك الانتقائي، والاحتفاظ بالمعلومات بشكل انتقائي أيضا. وهذا يعني أن المتلقي ينتقي ما يريد أن يتعرض له من وسائل الاتصال وما يصل إليه من رسائل، كما ينتقي ما يريد أن يدركه ويبقى في ذهنه.

وكل ما يقال عن المرسل قد ينطبق أيضا على المتلقي؛ فهما متماثلان إلى حد كبير، وفي الاتصال المواجهي (الشخصي-) كثيرا ما يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، والرسائل التي تصدر عن أحدهما سوف تحددها الرسائل التي يتلقاها. وفي الاتصال التفاعلي يظهر تبادل الأدوار واضحا بين طرفي الاتصال المرسل والمتلقي

١-٣- الرسالة

الرسالة هي الفكرة أو المعلومة أو الطلب الذي يريد المرسل إيصاله للمتلقي، وهي مضمون العملية الاتصالية. والإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من الرسائل. ومعظم الرسائل ترسل وتستقبل بقصد، لكن هناك رسائل أخرى يتعرض لها الفرد بالمصادفة

كلما كان هناك تفاعل وفهم مشترك بين المرسل والمتلقي، وكلما استطاع المتلقي أن يستوقف المرسل لمزيد من الفهم، كلما اكتسبت الرسالة فعالية أكبر.

والمتلقي هو الذي يتخذ قرار التعرض أو عدم العرض للرسالة، فهو الذي يقرر هل ينصت إلى الخطيب أو يتجاهله، وهل يستمع إلى المذيع أو يغلقه، أو يدير مؤشر التلفزيون نحو قناة أخرى، أو يقرأ هذا المقال أو ذاك، أو يتجنب كل ذلك ويدير محادثة شخصية أو ينفرد مع ذاته. وكل هذه التصرفات تعتبر رسائل لمراقبي السلوك الاتصالي. وهناك عوامل كثيرة تؤثر في قرار المتلقي، وفي مدى وكيفية تعرضه للرسائل الاتصالية، بعضها نابع من المتلقي نفسه، وبعضها الآخر ناتج عن مؤثرات خارجية مرتبطة بالمرسل أو الرسالة أو بيئة الاتصال نفسها.

١-٤- الوسيلة

حتى تنتقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل تحتاج إلى وسيلة نقل؛ ويمكن أن تصل الرسائل للمتلقين عبر وسائل متعددة؛ فالرسائل الشخصية تستقبل عن طريق الحواس مثل: السمع، والنظر، والشم، واللمس، والتذوق. كما تستقبل أيضا عن طريق وسائل الاتصال الفردية مثل: الرسائل البريدية التقليدية والإلكترونية، والهاتف والفاكس. أما الرسائل العامة فتصل إلى المتلقي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية من الصحف، والمجلات، والإذاعة، والتلفزيون، والإنترنت. وبعض الوسائل أكثر فعالية من وسائل أخرى، وتؤثر طبيعة اختيار الوسيلة الموصلة في الرسائل المنقولة بحيث تزيد أو تقلل من فعاليتها. وتشير الدراسات إلى أن الأفراد يفضلون قنوات على أخرى.

وحيثما يريد المصدر توجيه الرسائل، عليه أن يتخذ قرارات بشأن الوسيلة التي يستخدمه. ويتوقف اختيار الوسيلة على قدرات المتلقي، وعلى قدرات المصدر. فقد تفضل فئة من الجمهور التلفزيون عن الإذاعة، وقد يكون المصدر قادرا على الكتابة أكثر من قدرته على الكلام.

٢- العناصر الثانوية:

رغم أن هذه العناصر جزء من مكونات فالاتصال إلا إنها ليست عنصراً أساسياً للعملية الاتصالية، فالعملية الاتصال يمكن أن تتم حتى لو فقد واحد أو أكثر من هذه العناصر، بل إن يساهم في إضعاف الاتصال فيسعى المرسل إلى التخلص منها. وهذه العناصر هي:

١-٢- الخبرة المشتركة:

كل فرد يحمل مجموعة من العقائد والأخلاق والتقاليد والخبرات والمعارف والدلالات اللغوية واللغة غير اللفظية، وكل ما كان هناك توافق بين المرسل والمتلقي في هذه الأمور كانت فرص التفاهم بينها أكبر، وصارت عملية الاتصال بينها أقرب إلى النجاح، ولهذا كون الاتصال بين الأقارب والأصدقاء وأبناء المجتمع الواحد والدين الواحد أكثر فاعلية.

٢-٢- التشويش (عوائق الاتصال)

التشويش هو أي عائق يحول دون إتمام عملية الاتصال على الوجه الأكمل سواء في مرحلة الإرسال أو الاستقبال. وهو بذلك عكس الخبرة المشتركة، فكلما زاد التشويش ضعفت فرصة نجاح العملية الاتصالية. وللتشويش ثلاثة مصادر رئيسة هي:

١-٢-٢- التشويش الفني:

ويعنى أي تداخل 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، أو خلل في شبكة الاتصال جهاز الحاسوب.

٢-٢-٢- التشويش الدلالي:

يقصد بالتشويش الدلالي العوامل المتعلقة باستخدام اللغة، وتحديد معاني الكلمات والتعبيرات المختلفة. ويعد التشويش الدلالي من أبرز مسببات فشل الرسالة الاتصالية في تحقيق هدفها. ويحدث التشويش الدلالي حين يخطئ المرسل في استخدام اللغة المناسبة التي تعبر بدقة عن الفكرة التي يريد توصيلها إلى المتلقي، كما يحدث حين يخطئ المتلقي في فهم ما حاول المرسل قوله أو كتابته. فالناس يحملون معاني مختلفة للكلمات والتعبيرات حتى لو كانوا يستخدمون اللغة نفسها، نتيجة لاختلاف الثقافة والبيئة الاجتماعية واللهجات.

٢-٢-٣- التشويش النفسي والثقافي

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

كما ينبج التشويش عن مؤثر جسائي مثل ضعف حاسة السمع أو البصر عند المتلقي، أو الصداع والألم.

والخبرة المشتركة بين أطراف العملية الاتصالية هي -كما مر- أحد العناصر التي تسهم في إنجاح أو إفشال الاتصال، ولذلك يكون

ضعفها من أهم مصادر التشويش. **ويظهر ضعفها من خلال الأبعاد التالية:**

١- اختلاف الدين والقيم الأخلاقية، والعادات والتقاليد الاجتماعية.

٢- اختلاف مستويات الفهم والإدراك.

٣- اختلاف المستويات الثقافية.

٤- ضعف الثقة في المرسل والخبرات السلبية عنه.

ويمكن 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، وأنها نجحت في تحقيق أهدافها.

٢-٣-٢- رجع الصدى والأثر^(١):

يقصد بـرجع الصدى ردة الفعل التي تحدثها الرسالة لدى المتلقي. والمرسل بأمس الحاجة إلى معرفة صدى رسالته لدى المتلقي حتى يستطيع أن

يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها أم فشلت في ذلك. **وينظر إلى رجع الصدى من خلال ثلاث طرق هي:**

١- قد يكون رجع الصدى إيجابيا أو سلبيا. ويشجع رجع الصدى الايجابي المصدر على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة، فهو يقوي ويدعم

السلوك بشكل مطرد، أما رجع الصدى السلبي فهو يتطلب تعديل شكل أو محتوى الرسائل التالية.

٢- رجع الصدى قد يكون فوريا، كما في الاتصال الشخصي والجمعي، وقد يكون متأخرا، كما في الاتصال الجماهيري.

٣- رجع الصدى يمكن أن يكون مباشرا حرا يصل من المتلقي إلى المرسل مباشرة وبدون عوائق أو تقنية، وقد يكون مقيدا بحراس البوابة

الإعلامية، ويستغرق ذلك وقتا أطول حتى يحقق أهدافه، وبعد الافتقار إلى رد الفعل الحر المباشر، والفوري أحد عيوب وسائل الاتصال

الجماهيرية التقليدية.

ويتيح رجع الصدى عدة فوائد لكل من المرسل والمتلقي على السواء، فهو يتيح للمرسل فرصة قياس مدى فهم الرسالة واستيعابها،

ويتيح للمتلقي التأثير في عملية الاتصال، فمثلا إذا أشار رجع صدى الجمهور إلى أن الرسالة غير مفهومة بالقدر المناسب فإن المرسل يستطيع إعادة

تقديم الرسائل بأساليب مختلفة، أو عبر قنوات أخرى لكي تحقق الرسالة أهدافها بشكل أفضل.

^١ الأفضل أن يسمى هذا العنصر (الصدى) بدل (رجع الصدى) لأن الصدى هو نفسه رجوع الصوت إلى مصدره، لكن الكتب العربية تستخدم الترجمة شبه الحرفية لكلمة (feed back)

الأثر :

هو الهدف الذي يسعى المرسل لتحقيقه، فإذا تحقق أثر الاتصال على المتلقي تكون عملية الاتصال قد نجحت، يكون المرسل قد

حقق هدفه. ويختلف الأثر باختلاف هدف المرسل. ويمكن أن يأخذ الأثر الأشكال التالية:

١- قد يكون الهدف مجرد إيصال معلومة أو خبر، وهنا يتحقق الأثر إذا علم المرسل أن المعلومة وصلت المتلقي وأنه فهمها كما أراد المرسل.

٢- قد يكون الهدف تغيير رأي أو موقف، سياسي أو اجتماعي أو نحو ذلك وهذا هدف أصعب من الأول، فقد تصل الرسالة إلى المتلقي ويفهمها، لكنه، رغم ذلك، لا يقبل ما تحاول إقناعه به.

٣- قد يكون الهدف تبني سلوك أو خلق معين كترك التدخين أو الحد من سرعة قيادة السيارة أو تنظيم الوقت، وإحداث هذا الأثر أصعب، لأن المتلقي قد يقتنع بصواب الفكرة، لكنه لا يستطيع، أو لا يرغب، في تحويل قناعته إلى سلوك يلتزم به.

٤- قد يكون الهدف تغيير دين المتلقي وعقيدته. وهذا أصعب الأهداف على الإطلاق، وهو هدف الدعاة إلى الإسلام كما أنه هدف المنصرين وغيرهم من دعاة الأديان والملل.

وكلما كان الأثر الذي يرغب المرسل في تحقيقه صعبا، كانت الوسائل والأساليب التي يجب عليه أن يستخدمها أكثر تنوعا وفاعلية، والمهارات التي يجب أن يمتلكها أكثر، وكان الجهد الذي يجب عليه أن يبذله أقوى.

والمرسل مهما كان هدفه يحتاج إلى قياس مدى نجاحه في تحقيق أهدافه وإحداث الأثر المنشود، ومن أجل ذلك تقوم الجهات الحكومية والمؤسسات الإعلامية ومراكز الأبحاث المعنية بالرأي العام بإجراء الدراسات لقياس مدى نجاح العمليات الاتصالية في الوصول إلى جمهورها وتحقيق أهدافها، ومعرفة معوقات فشلها. وينبغي على المعلم والداعية والخطيب أيضا أن يتحققوا من مدى تحقيق نشاطاتهم الاتصالية لأهدافها.

أنواع الاتصال:

هناك عدة تقسيمات للاتصال بناء على اعتبارات مختلفة، وذلك على النحو التالي:

١- أنواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة:

يرى المهتمون بالاتصال الإنساني أن كلمة (لغة) لا تقتصر على اللغة اللفظية وحدها، ولذلك فهم يعتبرون كل وسيلة منظمة ثابتة يمكنها أن تنقل معنى أو فكرة من إنسان إلى آخر فهي لغة قائمة بذاتها. وبناء على ذلك

يمكن تقسيم الاتصال الإنساني حسب اللغة المستخدمة إلى نوعين أساسيين هما:

١-١- الاتصال اللفظي:

يدخل ضمن هذا القسم كل أشكال الاتصال التي يستخدم فيها اللفظ اللغوي كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي، وقد يكون هذا اللفظ **منطوقاً** (شفهياً) فيدركه المستقبل بحاسة السمع، أو **مكتوباً** فيدركه بحاسة النظر، وقد يكون الاتصال الشفهي مباشراً: من الشفاه إلى الأذان، وقد يجري عبر وسائط اتصال آلية.

١-٢- الاتصال غير اللفظي

يدخل ضمن هذا التقسيم كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة غير اللفظية، ويطلق عليه أحياناً **اللغة الصامت**

ويقسم بعض العلماء الاتصال غير اللفظي إلى ثلاث لغات هي:

١-٢-١- لغة الإشارة: وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره.

وهناك نوعان من الإشارات: **البشرية والمادية**،

الإشارة البشرية: ما يصدر عن **الإنسان نفسه**، وتتضمن جميع الحركات التي يمارسها الإنسان لينقل إلى الغير ما يريد من معان أو مشاعر **مثل حركات الجسد** وتعبيرات الوجه. ومن أبرز هذا النوع من الاتصال لغة الإشارة التي يستخدمها فاقدو القدرة على السمع والنطق

الإشارات المادية: والرموز التي **تصنعها الإنسان كإشارات المرور ولوحات التحذير وأسهم الاتجاهات**. وبرامج الحاسوب مثلاً تستخدم عدداً ضخماً من الإشارات غير اللفظية التي يتقنها المستخدمون ويتواصلون من خلالها بسهولة، كما أن رسائل الجوال أنتجت إشاراتها الخاصة التي تكاد تكون لغة مستقلة.

٢- لغة الأشياء: ويقصد بها الملابس والأدوات، فالأزياء التي تستخدم على المسرح -مثلا- يقصد من اختيارها نقل الإحساس بيئة وزمان معين إلى المشاهدين لكي يعيشوا فيها أثناء عرض المسرحية، وارتداء ملابس سوداء في كثير من المجتمعات يقصد به إشعار الآخرين بالحزن الذي يعيش فيه من يرتديها. كما تستخدم الملابس تحديد طبقة الفرد في المجتمع أو وظيفته.

وظائف الاتصال غير اللفظي مع الاتصال اللفظي:

الاتصال غير اللفظي يصاحب الاتصال اللفظي في كثير من المواقف الاتصالية التي يمارسها الناس فهو يساعد الاتصال اللفظي من خلال الوظائف التالية: ١- التكرار أو الإعادة: حيث يقوم الاتصال غير اللفظي بإعادة ما يقال لفظيا ومثال ذلك: حين نذكر لشخص عن وجود شيء ما بالقول (هنا) ثم نشير إلى مكان هذا الشيء.

٢- التناقض: يمكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض السلوك اللفظي عند الحاجة. مثل: المدير الذي يطلب من موظف أن يحضر أوراقا معينة أمام أحد العملاء ثم يعطي الموظف إشارة ما بعدم إحضار هذه الأوراق، ويعود الموظف ليخبر المدير أنه لم يجد تلك الأوراق، في هذه الحالة تلتقى الموظف رسالتين إحداهما لفظية، والثانية غير لفظية.

٣- التبادل: يمكن للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلا للاتصال اللفظي فتعبيرات الوجه أحيانا تغني عن الاتصال اللفظي.

٤- التكميل: يكون الاتصال غير اللفظي مكملا للاتصال اللفظي، مثل: الابتسامة بعد أن نطلب شيئا من شخص، أو التجهم حين نهى شخصا عن عمل شيء ما.

٥- التأكيد: مثل: أن يقوم الشخص بالتركيز صوتيا على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية، وقد يصاحب ذلك تعبيرات الوجه الدالة على التأكيد.

٢- أنواع الاتصال من حيث عدد المشاركين فيه:

تختلف خصائص الاتصال ووسائله وتأثيراته حسب عدد المشاركين في العملية الاتصالية، وينقسم الاتصال من حيث

عدد المشاركين فيه من المرسلين والمستقبلين، إلى خمسة أنواع رئيسية هي :

١-٢- الاتصال الشخصي:

وهو الاتصال المباشر أو الاتصال المواجهي، حيث يمكن فيه أن نستخدم حواسنا الخمس، ويتيح هذا الاتصال التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك. ونتيجة الاتصال المواجهي تتكون الصداقات والعلاقات الحميمة بين الأفراد.

ويتيح هذه النوع من الاتصال فرصة التعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة، ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو أقناعا.

وللاتصال الشخصي عدة مميزات هي:

- ١- انخفاض تكلفة الاتصال بالقياس إلى الوسائل الأخرى، ويتطلب ذلك جمهوراً معروفاً ومحدوداً وغير مشتت.
- ٢- إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدث إليهم.
- ٣- سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة ورجع صداها.
- ٤- تلقائية الاتصال وتظهر في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة، وهذا يزيد فرص تدعيم الصداقة والتعاون وإزالة التوتر بين المتواصلين.

لكن الاتصال الشخصي يعاني من عدة سلبيات أهمها:

- ١- جمهوره قليل، حيث يصعب فيه الوصول إلى أعداد كبيرة من الناس.
- ٢- في معظم الحالات يكون الاتصال الشخصي مرتجلاً وهذا يجعله عرضة للنقص والأخطاء.
- ٣- قد يتأثر المتواصلون سلباً بالعوامل الشخصية.

٢-٢- الاتصال العام أو الجمعي

وهو شكل من أشكال الاتصال الشفهي، لذلك يكون التفاعل بين أطرافه مرتفعاً نسبياً، كما يكون هدفهم من الاتصال واحداً بشكل عام. وعادة ما يتم هذا النوع من الاتصال في أماكن التجمعات أو تلك التي تقام خصيصاً لهذه الأغراض.

ويأخذ الاتصال العام عدة أشكال أبرزها:

٢-٢-١- الخطبة: من أقدم وسائل الاتصال في المجتمعات الإنسانية، وكانت وسيلة الإقناع الممتازة في العصور الأولى. تغلب عليها مخاطبة العواطف وإثارة المشاعر. لذلك فهي أفضل وسيلة لمخاطبة الجمهور العام. ومن أبرز المناسبات التي تستخدم فيها الخطبة المناسبات الدينية، والحملات الانتخابية.

٢-٢-٢- المحاضرة: شكل حديث نسبياً من أشكال الاتصال بالجمهور. وهي تعتمد غالباً على الحجج العقلية والمعلومات والإحصاءات. ولذلك فهي أنسب وسيلة لمخاطبة الفئات المثقفة والمتخصصة.

٢-٢-٣- الندوة: هي مناقشة متكاملة بين عدد من المتحدثين في موضوع واحد. ويكون الاتصال فيها ذو اتجاهين، وتتميز بالتفاعل بين المتحدثين والجمهور. ومن أبرز أشكالها المؤتمرات الصحفية والعلمية.

٢-٣- الاتصال الوسطي

الاتصال الوسطي هو الذي يجري عبر وسائط آلية، مثل الهاتف، والدوائر التلفزيونية المغلقة. ويسمى هذا النوع بالاتصال الوسطي لأنه يحتل مكانا وسطا بين الاتصال المواجهي والاتصال الجماهيري. فهو يشبه الاتصال الشخصي- من حيث قلة عدد المشاركين في الاتصال -قد يكون المتلقي شخصا واحدا- وهم عادة ذوو ثقافة مشتركة ومرتبون باتصال شخصي. وفي نفس الوقت يحمل الاتصال الوسطي بعض خصائص الاتصال الجماهيري، إذ يمكن أن يكون جمهوره غير متجانس، ويمكن أن يكون المشاركون فيه بعيدين مكانيا عن بعضهم، حيث يستقبلون نفس الرسالة في أماكن متعددة. وكذلك فإن الرسالة تنقل بسرعة وتصل الأفراد في آن واحد، وقد يكون المتصل شخصا عاديا، أو عضوا في مؤسسة. كما يشبه الاتصال الوسطي الاتصال الجماهيري من حيث استخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية في نقل الرسالة.

٢-٤- الاتصال الجماهيري

هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، وتتميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات، ولأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال، تصلهم الرسالة في نفس اللحظة، وبسرعة فائقة، مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلا، والمقدرة على نقل الأفكار والمعارف والترفيه. وتشمل وسائل الإعلام الجماهيرية تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس، وتمثل مقدرتها الاتصالية في استخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية **مثل:** الصحف والمجلات والكتب والسينما والراديو والتلفزيون، وقد نشأت هذه الوسائل وتطورت في ظل ظروف تاريخية واجتماعية ودولية.

٢-٥- الاتصال الإلكتروني:

مر مصطلح الإعلام الإلكتروني بثلاث مراحل لكل منها سماتها المختلفة. فقد كان يطلق على البث الإذاعي والتلفزيوني بشكل عام، كما أطلق على نظامي التيتكست والفديوتكست. ثم أطلق على الإعلام بمساعدة الحاسوب (Computer Assisted "CAR" Reporting). حين بدأ الإعلاميون في استخدام الحاسوب للمساعدة في أداء العديد من العمليات الإعلامية. فقد كان الحاسوب وشبكات المعلومات تستخدم في جمع المعلومات من مصادر متعددة، وتدقيقها، ثم تخزينها بعد نشرها لتكون قاعدة معلومات خاصة للوسيلة الإعلامية، كما كان الحاسوب يستخدم أيضا لكتابة المواد الإعلامية وتحريرها وتجهيزها للطباعة.

هذا بالإضافة إلى استخدامه في تصميم وإخراج المطبوعات.

أما المرحلة الثالثة لمفهوم الإعلام الإلكتروني فقد بدأت مع التوسع في استخدام شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال متعددة الأغراض والأشكال. وبعض الباحثين يفضل استخدام مصطلح (إعلام الشبكة) بدل مصطلح الإعلام الإلكتروني حتى لا تختلط المراحل الثلاث للمفهوم. ويصعب تحديد تعريف دقيق للاتصال الإلكتروني لأنه يظهر بكل أشكال الاتصال وأنواعه، فهو اتصال لفظي وغير لفظي، شفهي وكتابي، شخصي-والجمعي والجهيري. ويمكن تعريفه بأنه الاتصال الذي يجري عبر وسائط الاتصال الحديثة، ويستخدم التقنيات الاتصالية المتطورة.

٢-٥-١- سمات الاتصال الإلكتروني:

١-التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ (مشاركين) بدلا من مصادر وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية. ورغم أن الاتصال بكل أشكاله عملية تفاعلية، لكن في هذا النوع من الاتصال يأخذ التفاعل أقوى مظاهره.

٢-النص الفائق: وهو الربط بين نصوص والمواد الإعلامية المختلفة عبر بعض الكلمات أو الرموز التي تتضمنها تلك النصوص والمواد.

٣-التحديث الفوري والمستمر: الإعلام الإلكتروني يتفوق على كل وسائل الإعلام التقليدية في قدرته على تحديث مواده بسرعة خاصة الأخبار الساخنة والطارئة.

٤-الوسائط المتعددة: أتاح الاتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة والعكس. ومعظم المواقع توفر مواد إعلامية بأشكال مختلفة: نصوص وصور وأفلام وأصوات.

٥-اللاتزامن: تعني إمكانية إرسال واستقبال الرسائل في الوقت المناسب للمتصل، ففي البريد الإلكتروني يمكن توجيه الرسائل في أي وقت.

٦-سهولة استخدام قواعد المعلومات الإلكترونية: تستطيع الوسائل الإلكترونية أن تصل إلى المعلومات الهائلة المتوفرة في قواعد المعلومات عبر العالم، كما تستطيع استخدامها في موادها الخاصة بسهولة لأنها تستخدم نفس التقنيات.

٧-سهولة الوصول إلى الأعداد السابقة: تتحول مواد الإعلام الإلكتروني السابقة نفسها إلى قواعد معلومات يسهل على القراء وسائل الإعلام الأخرى الوصول إليها والاستفادة منها.

٨-التفتيت: وتعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها ليلائم الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلا من توحيد الرسائل ليلائم الجماهير العريضة.

٩-الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية يجري فيها الاتصال بكل أشكاله الشخصية والجهيرية بسهولة من أقصى الأرض إلى أقصىها.

٣- أنواع الاتصال من حيث الهدف

٣-١- الاتصال المعلوماتي

هو الذي يهدف فقط إلى إعطاء معلومات وأخبار

٣-٢- الاتصال الإقناعي

هو الذي يهدف إلى إقناع المتلقي بتبني أو التخلي عن فكرة، أو الموافقة على اقتراح، أو الالتزام بسلوك أو التخلي عن آخر. التداخل بين النوعين: استخدام المعلومات للإقناع، واستخدام إستراتيجيات الإقناع في عرض المعلومات

وظائف الاتصال:

إذا كان الإنسان كائنا اجتماعيا بفطرته، فالاتصال هو عصب هذه الحياة الاجتماعية. ولا يمكن أن تتخيل مكانا يعيش فيه أكثر من فرد دون أن يكون بينهما تفاعل اتصالي بشكل من الأشكال.

والوظائف التي يؤديها الاتصال في الحياة البشرية يصعب حصرها. وقد تعدد وجهات نظر الباحثين حول طبيعة هذه الوظائف وفوائدها للأطراف المتعددة في العملية الاتصالية. ومرد ذلك اختلافهم في تفسير عملية الاتصال نفسها وتحديد دورها في المجتمع. كما يرجع ذلك أيضا إلى أن لكل نوع من أنواع الاتصال وظائفه الفرعية الخاصة.

يضاف إلى ذلك أن الاتصال -بصفته عملية تفاعلية يشترك فيها عدة أطراف- يؤدي وظائف مختلفة لكل طرف من تلك الأطراف، بناء على ذلك يمكن تقسيم الاتصال إلى مجالين اثنين هما:

١-١- الاتصال الاجتماعي: أفراد المجتمع وفئاته المختلفة تمارس الاتصال كجزء من الحياة اليومية، تستخدمه لتنظيم حياتها

الأسرية والعملية، كما تناقل من خلاله أديانها وخبراتها وتجاربها. ويمكن تلخيص أهم وظائف الاتصال الاجتماعي بما يلي:

١- نقل الدين بعقائده وأحكامه وأخلاقه من جيل إلى جيل.

٢- تناقل الخبرات والتجارب والتقاليد الاجتماعية.

٣- تحقيق التواصل الاجتماعي وتنمية الشعور بالانتماء.

٤- تحقيق الأمن النفسي للفرد.

١-٢- الاتصال الجماهيري (العام): الحكومات والمؤسسات التجارية والمنظمات الأهلية لكل منها أهدافه حين ينشئ وسائل الإعلام، وحين تقرر نشر مادة إعلامية ما، والمتلقي (الجمهور) له أهدافه حين يقرر الإطلاع على تلك الوسيلة وقراءة هذه المادة أو مشاهدة ذلك البرنامج. وأبرز وظائف الاتصال الجماهيري بشكل عام هي:

- ١- الإعلام.
- ٢- الدعاية السياسية.
- ٣- الدعوة الدينية والفكرية.
- ٤- التعليم والتثقيف والتوعية.
- ٥- الإعلان التجاري.
- ٦- الترفيه والتسلية.

١-٣- الاتصال الإداري

- ١- تحسين عمل المنظمة وتسريع الإنجاز
- ٢- بناء علاقات جيدة بين العاملين
- ٣- زيادة معرفة العاملين والمجتمع الخارجي بإعمال المنظمة وإنجازاتها
- ٤- المساعدة على توفير المال وخفض النفقات

الفصل الثاني: مهارات الاتصال

مفهوم المهارات

مهارات: جمع مفردة مهارة، من مهر في الشيء **أتقنه** وصار به حاذقاً متقناً ومجوداً، كما تعرف المهارة بأنها التفوق في تحويل المعرفة إلى سلوك، فالإنسان يحتاج إلى أن يتدرب حتى يتحول المعرفة التي اكتسبها إلى سلوك يطبقه، ويعزز هذا التدريب مرات ومرات، ويناقش النصوص المعدة للتدريب، ويحللها ويجعلها خاضعة للفهم والاستيعاب. ثم يحاكيها وينسج على منوالها، وينجح أخيراً في اكتشاف مثلها أو ابتداع شبيهه بها، أو تطبيقها في مجالات أخرى. فمهارة الحوار مع الآخرين مثلاً، أو مهارة مناقشتهم وتعليمهم وإقناعهم وحفزهم على سلوك معين، تحتاج إلى المران والتدريب المتعدد مع توافر المهبة والرغبة والنضج لتترسخ في الإنسان وتصبح سلوكاً سهلاً يمارسه. كما أن المهارة تعني: **توفر القدرة اللازمة لأداء سلوك معين** بكفاءة تامة وقت الحاجة إليه. كالقراءة والكتابة، ولعب الكرة، والسباحة، وقيادة السيارة وما إلى ذلك.

وأدوات الاتصال هي: الحديث، والاستماع، والسؤال، والقراءة، والكتابة،

وكل هذه الأدوات تحتاج إلى مهارات خاصة لإتقانها. كما أن هناك مهارة أخرى كثيراً يحتاجها المتواصلون وهي مهارة الإقناع.

مهارات الاتصال الشفهي

الاتصال الشفهي أقدم أنواع الاتصال على الإطلاق، فالإنسان مارس هذا النوع من الاتصال منذ هبط جدانا آدم وحواء إلى الأرض. ورغم تطور وسائل الاتصال فمزال الاتصال الشفهي هو الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداماً في كل المجتمعات والحضارات، وفي معظم الظروف الاتصالية، بل إن وسائل الاتصال الحديثة نفسها تعتمد بشكل رئيس على هذا النوع من الاتصال. الاتصال الشفهي هو الذي يجري من خلال الصوت والأذن البشريين، سواء بشكل مباشر من خلال الاتصال المواجهي، أو عبر وسيط آلي كالهاتف، ومكبر الصوت، والإذاعة، والتلفزيون، والإنترنت. لكن هذه الوسائط تختلف من حيث قرب التواجه، ومدى التفاعل، ورجع الصدى.

ويتكون الاتصال الشفهي من ثلاثة عناصر رئيسة هي: المتحدث _ والحديث (الرسالة) _ المستمع.

وكلا طرفي الاتصال الشفهي: المتحدث والمستمع يعتمد اعتماداً كبيراً على الطرف الآخر في نجاح العملية الاتصالية. وكل منهما على السواء يحتاج إلى تنمية مهارات خاصة تمكنه من تحقيق أهدافه من العملية الاتصالية التي يجريانها.

مهارة الحديث

الحديث هو التعبير الشفهي عن الأفكار والمعلومات والمشاعر والحاجات. ومنذ يستيقظ الإنسان وحتى يسلم نفسه للنوم وهو يتجاذب أطراف الحديث مع الآخرين. ولأن القدر الأكبر من أحاديث الناس تجري بعفوية فطرية، يعتقد أكثرهم أن ممارسة التخاطب والحديث عملية سهلة وطبيعية، ولا يعطون اهتماماً كبيراً لتعلم (كيف تتحدث). ورغم صحة ذلك في حالات كثيرة وخاصة في الظروف اليومية الاعتيادية، إلا أن هناك حالات حديثة تستلزم التفكير المسبق والإعداد الجيد لضمان نجاح الحديث في تحقيق هدفه. فخطب الجمعة، ومحاضرات الجامعة، وكلمات الاحتفالات، وتقديم عروض لأعمال، والحديث في اجتماعات العمل، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، كل هذه أشكال للحديث الذي يحتاج إلى مهارات ومجهود. كما أن الأحاديث الاجتماعية التي تتناول حالات طارئة، كالمشكلات الأسرية، وطلبات الزواج، تربية المراهقين، تحتاج أيضاً إلى مهارات اتصالية خاصة.

١-١-١-١ - مراحل التخطيط للحديث

١-١-١-١ - مرحلة إعداد الحديث: في هذه المرحلة يجب على المتحدث أن يجري الخطوات التالية:

١-١-١-١-١ - تحديد الموضوع وعناصره: يقتصر كثير من المتحدثين على تحديد عنوان الحديث ظناً منه أن ذلك يعني حتماً موضوع الحديث. وهذا الخلط هو السبب الرئيس لظاهرة خروج المتحدث عن موضوع الحديث وتشتته بين موضوعات عديدة، بل كثيراً ما ينسى المتحدث عنوان حديثه بعد دقائق من بدئه في الحديث. إن عنوان الحديث وحده لا يستطيع حصر - موضوعه وتحديد عناصره، فيجب على المتحدث أن يعد ذلك كتابة.

١-١-١-٢ - تحديد الهدف: التحديد المسبق لهدف الحديث والأثر الذي يرغب المتحدث في إحداثه يسهم كثيراً في صياغة بقية الخطوات، لأنه - كما مر - يختلف الجهد الذي يجب أن بذل في العملية الاتصالية باختلاف الهدف منه. فقد يكون مجرد تبادل لحديث عام وقصص وأخبار عامة، لا يهيم المتحدث إن صدقها المستمع أو ردها. وهذا هدف كثير من حالات الاتصال الشفهي العفوي، وهو هدف سهل التحقيق.

أما حين يسعى المتحدث إلى إحداث أثر معين في المستمع أو المستمعين، كأن يحاول إعلامهم بأخبار مهمة أو معلومات قد تؤثر في حياتهم، أو يسعى إلى إقناعهم برأي أو تغيير سلوكهم، حينئذ تكون مهمة حديثه أصعب. وهذا هدف الاتصال الجمعي والاتصال الجماهيري، كم يكون هدف الاتصال الشخصي في حالات كثيرة.

١-١-١-١-٣- تحديد بيئة الحديث: في الأحاديث الشخصية ينبغي على المتحدث أن يختار البيئة المناسبة من حيث الوقت والمكان والظروف النفسية له وللمستمع المستهدف. فيتجنب الأوقات الضيقة والأماكن المفتوحة والنفسية المضطربة أو المرهقة. وكذلك في المقابلات الإعلامية والندوات يجب الاتفاق على موعد يناسب الضيف لضمان استعداده النفسي والعقلي.

١-١-١-٤- تحديد المستمعين: ينبغي للمتحدث أن يتعرف على أكبر قدر يستطيعه من سمات مستمعيه وخصائصهم النفسية والاجتماعية والتعليمية والفكرية أما عندما تجري مقابلة صحفية فيجب ندقق في اختيار المتحدث ومعرفة شخصيته واتجاهاته وميوله وذلك قبل إجراء الحديث معه، ونفس الشيء للمحاضرات والندوات، لا بد من دراسة الجمهور فنحن في حاجة لوضع الناس الذين سنتحدث إليهم في الاعتبار وتعرف على أهدافهم في الاتصال ومستواهم العلمي وأعمارهم.

١-١-٣- مرحلة إلقاء الحديث: وتتضمن جوانب عدة منها :

اجتذاب المستمعين عبر النظرات والحركات. حسن الاستهلال
 عدم الإفراط في الاستعانة بالأوراق. التنظيم والتركيز على الموضوع.
 الإيجاز وتنظيم الوقت حسب عناصر الموضوع. استخدام اللغة المناسبة تجنب التعالي والتعالم.
 حسن الختام.

١-٢- سمات المتحدث الناجح

١-٢-١- الوضوح: المتحدث الناجح هو الشخص الذي يستطيع التعبير عن أفكاره بدقة، وبلغة سهلة وجمل قصيرة مختصرة، وصوت واضح، سرعة معتدلة.

١-٢-٢- الحماسة: لا يكفي أن تعرف كل شيء عن موضوعك وتؤمن به، ولكن ينبغي أن تكون تواقاً للحديث عنه، والحماس يجعل المتحدث أكثر حيوية وحرارة ولا شك أن إدراك الجمهور حماس المتحدث يعطي فاعلية وحيوية للتفاعل والنقاش والحوار. لكن يجب أن يكون المتحدث متحكماً في انفعالاته ولديه القدرة على امتصاص الغضب من المستمعين وحسن معاملتهم.

١-٢-٣- قوة الذاكرة: أن يكون حاضر الذهن متقد الذاكرة سريع التذكر حتى لا يظهر الفتور فيما يقدم للناس أثناء الحديث وأن يضيف معلومات مما يذكر من نقاش سابق، ليربط بين المعلومات السابقة والمعلومات الجديدة.

١-٢-٤- المهارة في استخدام اللغة غير اللفظية: الحديث الشفهي لا يقتصر على استخدام اللغة اللفظية فقط، بل يسندها باللغة غير اللفظية مثل: المؤثرات الصوتية كتغيير نبرة الصوت جهوراً أو همساً. وإذا كان لا يستطيع أن يغير صوته من

حيث صفاته الخلقية إلا أنه يمكنه تغيير طريقة النطق، من خلال التحكم في الصوت، رفعه أو خفضه وضبط نغمته وضبط سكتاته وفقاً للفكرة التي يتناولها والأثر الذي يسعى إلى إحداثه في المستمعين. وإذا كان المتحدث مرئياً فسيستخدم لغة الحركة كإيماءات اليدين وحركات الجسم.

مهارات الاستماع:

الاستماع هو العنصر الثاني من عناصر الاتصال الشفهي، فحتى تفهم الناس من حولك لا بد أن تستمع لهم، وتستمع بكل عناية، إذ لا يكفي أن تسمع حديثهم وأنت تفكر فقط في الرد عليهم، ولا يفيد أن تحاول إدارة دفة الحديث لصالحك في كل جلسة الحديث، فهذا لا يسمى استماعاً، بل ترصصاً بالطرف الآخر.

١-٢- مصطلحات الاستماع:

١-١- السمع: هو عملية جسمية (فسيولوجية) لا إرادية تتلقى من خلالها الأذن المشيرات الصوتية في حدود القدرة السمعية لدى الإنسان. وجهاز السمع محكوم بحد أدنى وحد أعلى من القوى والترددات، تشكل منطقة السمع لديه. أما ما دون ذلك وما فوق ذلك من القوى والترددات فيقع خارج قدرة السمع.

وقدرة الإنسان على السمع تفوق قدرته على القراءة والنطق، فبينما يستطيع أن يسمع حوالي ٣٠٠ كلمة في الدقيقة، لا يستطيع أن ينطق أكثر من ١٢٥ كلمة تقريباً في الدقيقة.

وحاسة السمع أكثر أهمية في عملية الاتصال من حاسة البصر؛ فالإنسان يفقد حاسة البصر ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التي يعيش فيها بفضل حاسة السمع. أما الأصم فقدراته الاتصالية ضعيفة جداً. ولذلك برز في التاريخ العلمي والأدبي كثير من المكفوفين، ونادراً ما يبرز شخص أصم. والسمع كذلك شرط أساسي للنمو اللغوي بصفه عامة، كما أنه يتقدم المهارات الاتصالية زمنياً في إطار النمو اللغوي.

٢-١-٢- الاستماع: عملية عقلية إرادية يتعمد فيها المستمع الإنصات والإصغاء للمتكلم، ومحاولة إدراك وفهم ما يقول.

٢-١-٣- السكوت والصمت مترادفان وهما من أساليب الاتصال التي يمكن استغلالها بأكثر من طريقة، بل يمكن استخدامه للتعبير عن معانٍ متناقضة، حسب طبيعة كل موقف. ففترة صمت قد تستغل كفاصل بين أجزاء الرسالة، أو لخلق جو من التوتر. كذلك يمكن استغلالها للتعبير عن الإعجاب، أو عدم الإعجاب، أو التقدير أو الاحتقار، وذلك أيضاً حسب اللغة غير اللفظية المصاحبة لعملية الاتصال.

٢-٢- عناصر عملية الاستماع

٢-٢-١- المتحدث

هناك عدة عوامل تتعلق بالمتحدث تؤثر في فاعلية حديثه وقدرة المستمع على متابعته وفهمه، من أهمها:

٢-١-١- مكانة المتحدث ومصادقته: صاحب السلطة أو النفوذ أو الخبرة أو المكانة العلمية أو الاجتماعية يكون اهتمام

المستمعين بما يقوله أقوى، ولذلك يكون احتمال فهمهم له أقوى، كما أن مصداقته لديهم تسهم في تقبلهم لما يقول.

٢-١-٢- جاذبية المتحدث (الكارزما): يتمتع بعض المتحدثين بجاذبية شديدة تنتج عادة من قسما وجهه ومن حركات جسمه

ويديه أثناء الحديث، وكذلك من كلام المعجبين به. هذه الجاذبية تسهم بشكل كبير في رغبة المستمعين في الإنصات له والتأثر به.

وهذه السمات تظهر في الحديث المباشر كما في الخطبة والمحاضرة، كما تظهر في البرامج التلفزيونية. ورغم أنها لا تظهر في الحديث

الإذاعي، إلا أن المستمع يمكن أن يتخيلها إذا كان يعرف المتحدث.

٢-١-٣- سرعة المتحدث: المعدل الطبيعي للحديث يتراوح بين ١٢٥ و ١٧٥ كلمة، بينما معدل التفكير والفهم يتراوح بين

٤٠٠ و ٨٠٠ كلمة في الدقيقة. والفرق بين معدل الحديث ومعدل التفكير، يعطي الفرصة للمستمع للاستيعاب ولتنظيم ما يحصل

عليه من معلومات وتقييمها وتصور ما لم يقله المتحدث ولتحديد الاستجابة. ولذلك فكلما زادت سرعة المتحدث ضعفت فرصة

المستمع للاستيعاب والفهم.

٢-١-٤- صوت المتحدث ولهجته: الصوت الواضح يسهم بشكل بارز في قدرة المستمع على المتابعة، وكذلك اللهجة الفصحى أو

القريبة منها تساعد أيضا على فاعلية عملية الاستماع. ولذلك فأصحاب الأصوات المتداخلة، والذين يستخدمون لهجتهم المحلية

يصعب على الآخرين الاستماع إليهم وفهمهم. كما يفضل أن ينوع المتحدث في نبرة الصوت ارتفاعاً وانخفاضاً وفقاً لدرجة الحماس

والانفعال. حتى إن ذلك يضيف جالاً للحديث.

٢-١-٥- درجة الانفعال: المتحدث الذي ينفعل بما يقول أكثر قدرة على جذب المستمع وعلى جعله يستمع بعناية وبدقة ويقوي

التفاعل بينهما. أما إذا كان المتحدث نفسه غير مهتم بالموضوع أو غير مقتنع أو ليس لديه ما يضيفه للمستمع فسينعكس ذلك سلباً

على عملية الاستماع. لكن يجب تجنب المبالغة في الانفعال حتى لا يتحول إلى افتعال.

٢-٢-٢- الرسالة:

٢-٢-١- موضوع الرسالة:

إذا كان لموضوع الرسالة أهمية خاصة لدى المستمع فإن الفهم والاستيعاب سيكون أعلى. وعندما تحمل الرسالة قيماً واتجاهات أو وجهات نظر تتفق مع المستمع فإن الاستماع يكون سهلاً كذلك. أما عندما تحمل الرسالة أفكاراً ومعتقدات معارضة لقيم المسموع، أو عندما تكون المعلومات التي تتضمنها الرسالة صعبة على المستمع فسيجد صعوبة في الاستماع للمتحدث ومتابعته.

٢-٢-٢- بناء الرسالة:

الرسالة الناجحة هي التي يكون موضوعها محددًا، وأفكارها وعناصرها مرتبة، ومدتها معتدلة. وكثيراً ما يخسر المتحدث مستمعيه بسبب خلل في واحد أو أكثر من هذه الجوانب، كأن يتناول عدة موضوعات، أو تكون مشتتة الأفكار، أو طويلة جداً. كما أن لغة الرسالة يجب أن تكون واضحة، مناسبة لمستوى المستمعين اللغوي والعقلي ولتخصصهم واهتماماتهم، فالمحاضرة التي تعطى لطلاب الجامعة ليست كالمحاضرة لطلاب المتوسط أو الثانوي وكذلك اللغة المستخدمة لمستمعين من تخصص معين لا يفهمها أصحاب تخصص آخر. وللأطفال لغتهم وللأميين لغتهم...

٢-٢-٣- اللغة غير اللفظية:

تعد تعبيرات الوجه وحركة العينين، وإيماءات الجسم واليدين لغة مساندة؛ فالعيون الفرصة للتحكم والسيطرة في الموقف الاتصالي، وتعكس المشاعر النفسية للمتحدث: الإعجاب، الغضب، التهديد، الارتياح، الاقتناع، الموافقة. كما أن العيون تنقل رسالة إلى المتحدث نفسه: أننا قد فهمناك، أو أنك قد أقنعتنا، أو العكس.

كما يمكن للمتحدث من خلال حركة جسمه للأمام وللخلف وإلى الجانبين، وحركة الأيدي والأصابع أن يعزز معنى الرسالة والموضوع الذي يتحدث عنه. لكن زيادة الحركات قد يشوه المعاني ويشوش على المستمع، فيشغله عن متابعة الرسالة نفسها. أما بالنسبة للمستمع، فالحركة الهادئة للجسم، وإسناد الجسم على ظهر الكرسي، حركات هامة لتشجيع أو تثبيط همة المتحدث في الاستمرار في الحديث. وقد ألفت العديد من الكتب حول الرموز والمعاني التي تحملها إيماءات الجسد.

٢-٢-٤- المستمع:

وهو الطرف الأساسي في عملية الاستماع. وهو الذي يستقبل الصوت ويضفي عليه المعنى الذي يدركه. وبنجاح المتحدث في جعل المستمع يفهم معانيه كما أرادها هو تكون عملية الاتصال قد حققت هدفها.

٢-٣- معوقات الاستماع

المستمع عضو أساسي في عملية الاتصال الشفهية، ويجب أن يكون مشاركاً فعالاً، وعلى نجاحه في الاستماع الجيد يتوقف تحقيق أهداف الحديث الاتصالية. وأهم أقسام معوقات الاستماع هي:

١-٣-٢- متزامنة القولية: يعاني كثير من الناس من (متزامنة القولية) حيث يعتمد تصنيفاً دينياً وفكرياً واجتماعياً وسياسياً مسبقاً للأفراد، ويستخدم هذا التصنيف كحارس لبوابة عقله، يقرر على ضوءه كيفية الاستماع ومدى تفهم الأفكار. ورغم أن الأفراد الذين يتحدثون والذين يستمعون غالباً ما يؤمنون بأفكار ومواقف معينة، إلا أن ذلك يجب ألا يعيق عملية الاستماع الموضوعية.

٢-٣-٢- الخبرة السابقة: في بعض الأحيان تكون الخبرة السابقة معيقة للتعلم ولوصول الرسالة الجديدة حينما تتناقض معها. والخبرة السابقة ليست مجرد تعليمية بل قد تكون نفسية.

٢-٣-٣- الشرود الذهني واللامبالاة: عدم اهتمام المستمع سواء طالب أو غيره بالمادة التعليمية أو الإرشادية أو صعوبتها نتيجة تعب أو إرهاق. وقد يكون سرحان أو تشويش عقلي فيكون المستمع مشغولاً ذهنياً بمشاكله.

٢-٣-٤- سيطرة الانطباعات السلبية: يعاني بعض المستمعين من سيطرة مواقفه وانطباعاته الشخصية السلبية على قدرته على التفاعل مع المتحدث، فقد يكون لديه موقف من المتحدث لا علاقة له بموضوع الحديث، ومع ذلك يتخذ هذا الموقف حكماً على الحديث نفسه. كما أن السلوك النقدي المتعجرف لدى المستمع يعوق الاستماع الجيد، لأن كل اهتمامه يكون مركزاً على النقد لا على الإنصات والفهم.

٢-٣-٥- تفاوت المستوى اللغوي: يسبب تفاوت المستوى اللغوي بين المتحدث والمستمع مشكلات متعددة عند نقل الرسالة، نتيجة لاختلاف الخلفيات العلمية والثقافية والخبرات المتراكمة لدي المتلقين، ولذلك على المرسل أن يتأكد عن طريق رجوع الصدى من أن الرسالة قد وصلت بالمعنى المطلوب. وقد يكون لبعض الكلمات الشائعة عدد كبير من التفسيرات، حسب اللهجة

٢-٣-٦- سوء بيئة الاستماع: كالضوضاء، ورداءة أو عطل مكبرات الصوت، أو رداءة الجو، أو انقطاع الإرسال.

٢-٤- تنمية مهارة الاستماع:

ليحقق المستمع هدفه من الاستماع يجب أن يبني في نفسه مجموعة من المهارات هي:

- ١- سعة الأفق والقدرة على تفهم الآراء والمواقف المختلفة.
- ٢- معرفة المتحدث من حيث اتجاهاته الفكرية ومواقفه.
- ٣- التخلص من المشتتات المادية والنفسية
- ٤- تمييز الأفكار الرئيسة من الفرعية، وتمييز العلاقات والفوارق بينها.
- ٥- استرجاع الأفكار والربط بينها.
- ٦- التمييز بين المعلومات والحقائق من جهة والآراء ووجهات النظر من جهة أخرى.
- ٧- التمييز بين البراهين العقلية والاستمالات العاطفية.
- ٨- ملاحظة التناقضات بين اللغة الشفهية وغير الشفهية للمتحدث.

٢-٥- نموذج تدريبي لتنمية مهارات الاستماع

هذا مجموعة من الخطوات التي يمكن أن تسهم في تنمية مهارات الاستماع
عرض تسجيل لبرنامج حوارى، أو قراءة جزء من موضوع:

لتنمية القدرة على فهم البناء اللغوي:

يطلب من المستمع:

- ذكر المفردات التراكيب التي أعجبته.

- تحديد الكلمات الصعبة.

- الاستعانة بالسياق العام للنص لفهم تلك الكلمات.

- تحديد أسلوب الحديث من حيث: طول الجمل وقصرها، والوسائل اللغوية التي استعان بها الكاتب في عرض أفكاره
كاستخدام أساليب التوكيد، والتشبيهات أو الاستعارات، والصور الجمالية المختلفة.

لتنمية مهارة فهم المضمون:

يطلب من المستمع:

- ذكر أسماء أشخاص الحوار.

- ذكر أكبر قدر من القضايا التي استمع إليها.

- ترتيب القضايا حسب ورودها في الحوار.

- تحديد إستراتيجيات الحديث: عقلية أو عاطفية أو مختلطة.

- ذكر الحجج والأدلة والشواهد التي تضمنتها الإستراتيجيات.

- ذكر المشاعر التي أثارها الحوار لديه، ومدى معاشته لها

مهارات السؤال

٣-١- مفهوم السؤال وطبيعته:

السؤال أداة إيجابية للحصول على المعارف والمعلومات في مختلف أنشطة الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية. وفي مختلف مجالات البحث والدراسة والممارسات التطبيقية، فهو من أهم مهارات التفاعل الاجتماعي..

والسؤال هو: طلب الحصول على معنى أو فكرة أو معلومة

٣-٢- أهمية السؤال: للسؤال أهمية كبرى في كثير من المجالات منها:

١-مجالات الحياة العامة، فالإنسان يحتاج إلى استخدام السؤال في كل شؤون حياته اليومية، يكتسب من خلاله المعلومات والأفكار والآراء والرغبات والمشاعر.

٢-مجالات التفاوض الإداري والسياسي، فالسؤال يشكل أساس عمليات التفاوض، وهو يستخدم في هذه الحالة لجذب الانتباه أو الحصول على المعلومات أو إعطائها.

٣-مجالات التعليم المختلفة، فهنا تبدو للأسئلة أهمية خاصة، فقد تستخدم للتذكير فتجعل المتعلم يتمكن من استرجاع المادة التي تعلمها، أو للتفسير، فتجعل المتعلم يربط من خلاله بين فكرتين، أو يستخلص المعنى الضمني.

٤-مجالات الإدارة، فالسؤال مهم في مقابلات التوظيف والاجتماعات الدورية والدورات التدريبية والمؤتمرات السنوية وغيرها، ويستخدم السؤال في مجال اتخاذ القرارات والتقييم وفي مجال ابتكار الأفكار وحل المشكلات.

٥-الإعلام، فلا يمكن الاستغناء عن السؤال في هذا المجال سواء للحصول على الأخبار أو لجمع مادة التحقيقات والأحاديث والتقارير والمقالات الصحفية.

٣-٣- وظائف السؤال:

على ضوء دراسة اللغويين والبلاغيين وعلماء الاجتماع هناك أكثر من ٥٢ وظيفة يمكن للسؤال أن يؤديها، وهذا يعني أنه يستخدم في كل النشاطات والوظائف اللغوية، ومن أهم استخداماته:

الاستدلال والتهميد، الاستطلاع، التذكير، الطمأنة والتهنئة، التوجيه، التحدي والإحراج، التعظيم، الاستثارة، النفي، التحقير، الإرباك، التأكيد، الإنكار، الاستنكار، التشويق، اللوم، التنفير، الاسترسال، المقاطعة والتشتيت، التبسيط، التعقيد، التبليغ، التثبيط، التشجيع، تحريك العاطفة، تحريك الذهن، التحييد، الكشف، التمويه، التركيز، المباغنة، المجاملة، الإلحاح، الاستيفاء، الممانعة، التنفيس، التهديد، التكيف، التراجع، إضاعة الوقت، التشفي، قياس العقل، قياس الأعصاب، إثارة الذكريات، قياس الغرائز، قياس الذاكرة، الترفيه، إنهاء الحديث

٣-٤- خطوات توجيه الأسئلة:

طرح الأسئلة ليس مجرد سلوك عشوائي، بل عملية فكرية يجب أن تخضع لخطوات منتظمة، وتستلزم ضوابط وإجراءات عديدة. وتحتاج إلى مجهود كي يكتسب الفرد مهارة توجيه الأسئلة الذكية. وتتم عملية توجيه السؤال بأربع خطوات رئيسة هي:

٣-٤-١- الاستعداد، وتتضمن:

أ- تحديد الهدف من السؤال

ب- تحديد الشخص المسؤول

ج- التفكير والصيغة

٣-٤-٢- طرح السؤال.

٣-٤-٢-١- الطرح الفعال للسؤال يتضمن:

أ- تجنب العصبية والتوتر.

ج- اختيار التوقيت المناسب.

ب- السيطرة على الخ

د- تجنب الإفراط في طرح الأسئلة

٣-٤-٣- الاستماع إلى الإجابة وتقويمها ورجع الصدى.

الهدف دائماً من توجيه السؤال هو الحصول على إجابة محدودة وإذا لم ينصت السائل للإجابة فلن يتحقق هدفه (تذكر

مهارات الاستماع) وعليه أن ينتبه لمحاولة المسؤول التهرب عن الإجابة من خلال:

- الرفض الصريح: لن أجب على هذا السؤال.

- التهرب عن الإجابة: وذلك بكلام غير متصل بالموضوع.

- إعطاء إجابة كاذبة.

- المراوغة: بأن يجيب عن السؤال بسؤال آخر.

وعلى السائل أن يقيم الإجابة ليتأكد من أنها تحقق هدفه أو بعضه، ومن ثم إما أن يتوقف عن طرح الأسئلة ويشكر المسؤول،

أو يعيد طرح السؤال بصياغة أكثر وضوحاً ودقة. وعليه

٣-٥- أنوع الأسئلة:

تختلف الأسئلة التي يستخدمها الإنسان في مجالات أنشطته الاتصالية المختلفة وفقاً لطبيعة النشاط ومستوى الحوار ووفقاً لطبيعة قدراته على استخدامها كما الموقف الواحد قد يحتاج العديد من أنوع الأسئلة وفقاً لأهدافه وظروفه.

٣-٥-١- الأسئلة الاستهلالية

وهي أسئلة البداية الحسنة، وغرضها تهيئة المناخ لنجاح المناقشة أو المقابلة أو الحوار، وذلك من خلال محاولة اكتساب ثقة المتحدث وطمأنته عبر الإشارة إلى مجالات عمله أو أنشطته الشخصية، أو إبراز مجالات الاتفاق بين الطرفين.

٣-٥-٢- الأسئلة الرئيسة:

هي الأسئلة المرتبطة أساسياً بموضوع المحادثة، والتي تهدف إلى الحصول على الحقيقة أو الخبر أو الموقف أو الرأي أو المعلومة التي يريد السائل. وهذه الأسئلة عادة تكون مفتوحة وتتطلب من المجيب استخدام عمليات ذهنية عالية، كما أنها تعكس قدرة الفرد على الإلمام بموضوع السؤال، وتتطلب قدرة كبيرة على التفكير واستدعاء المعلومات.

٣-٥-٣- الأسئلة الثانوية:

هي الأسئلة التي يقصد بها الحصول على معلومات تفصيلية وفرعية. ويتوقف استخدام هذا النوع من الأسئلة على ذكاء السائل ومدى إلمامه بموضوعه فهو بعد حصوله على إجابة سؤاله يقرر في أجزاء من الثانية هل الإجابة تستدعي سؤالاً تفصيلياً. وتختلف الدوافع وراء توجيه الأسئلة الثانوية، فقد يقصد بها تشجيع المتحدث على استكمال الإجابة أو تعميق الإجابة إذا كانت إجابته سطحية أو توضيحها إذا كانت غامضة أو لدفعه للتعبير عن شعوره واتجاهاته باتجاه موضوع الحديث أو لدفعه للدخول في الموضوع أو الإجابة بدقة.

٣-٥-٤- الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة:

الأسئلة المفتوحة هي التي تتطلب إجابة غير محددة أو محصورة فيمكن الإجابة عنها بعبارات يضعها المجيب نفسه. الأسئلة المغلقة هي التي تكون إجابتها محدودة بعدة اختيارات فيختار المجيب واحدة منها. وهذا النوع من الأسئلة يبدأ بنعم أو لا أو باختيار البديل المحدد في السؤال مثل هل أنت سعيد أم حزين؟

٣-٥-٦- الأسئلة المحايدة والأسئلة الإيجابية..

الأسئلة المحايدة هي الموضوعية، والأسئلة الإيجابية أو الموجبة هي التي تصاغ بطريقة تحاول الإيحاء للمسؤول بالإجابة التي يريد السائل.

مهارة القراءة

رغم كثرة قنوات الاتصال وتنوع وسائل الحصول على المعرفة تظل القراءة هي الوسيلة الأفضل لبناء الإنسان دينيا وثقافيا وعلميا.

مفهوم القراءة: هي الاتصال بنص مكتوب لفهم محتواه

وظائف القراءة:

- ١- التعلم المدرسي المنهجي.
- ٢- التعرف الشخصي .
- ٣- الترفيه والاستمتاع.
- ٤- تنمية المهارات الكتابية، فالقراءة أفضل وسيلة لتنمية كل المهارات اللغوية:
 - أ- تمد القارئ بالكلمات والمصطلحات الجديدة ومعانيها المختلفة.
 - ب- تساعد على فهم الأساليب المختلفة ومن ثم يستطيع استخدامها في كتاباته.
- ٥- في مجال الإدارة والأعمال من الضروري قراءة وفهم الخطابات ونصوص عقود العمل والاتفاقيات... كل ذلك يسهم بالتالي في تنمية عقل القارئ وفهمه لدينه وحياته والناس والكون

طبيعة عملية القراءة :

- أ- القراءة الصامتة: أسرع وهي الاستخدام الطبيعي للقراءة الذاتية
 - ب- القراءة الجهرية: أبط لكنها ضرورية للقراءة للآخرين
- مستويات القراءة:** أ- قراءة المسح السريعة؛ - للصحف والمطبوعات العامة
- للتعرف **المبدئي** على موضوعات كتاب
- ب- قراءة **الفحص العميقة:** للكتب الثقافية والروايات المطولة للنصوص الإدارية والتجارية
 - ج- قراءة الاسترجاع:

لمذاكرة المقررات الدراسية

تنمية مهارة القراءة :

- ١- تحديد الهدف: تذكر وظائف القراءة
- ٢- توفير البيئة: البيئة غير المريحة يشهد ذهن القارئ وينفره من القراءة: الجو، الكرسي، الإنارة، الهدوء، فترات الراحة ...
- ٣- التأكد من مستوى البصر في عينيك
- ٤- التركيز والتفهم: ضعف التركيز أثناء القراءة حالة عامة يعاني منها معظم الناس.

قائلات 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 إلى مزيد من التركيز.
- ٣- شرود الذهن: هناك خواطر وذكريات تفرض نفسها على القارئ فيشرد ذهنه بعيداً دون أن يشعر

- ١- ابدأ 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 أنه يحمل الأفكار الجديدة.
- ٤- القراءة تنمي مهارة القراءة: كلما قرأت أكثر كلما تطورت مهارة القراءة لديك
- ٥- لا تتقف عند كل كلمة بل حاول أن تقرأ العبارة دفعة واحدة
- ٦- لا تكتر من إعادة القراءة، فالعبارات القادمة قد تساعدك على فهم الكلمات والعبارات السابقة.
- ٧- لا حاجة إلى نطق الكلمات، فذهنك هو الذي يقرأ لا لسانك.
- ٨- معظم الكتب تميل إلى الإطناب وعليك أن تتذكر دائماً الموضوع الرئيس للنص الذي تقرؤه لتركز على الأفكار والعناصر المرتبطة به مباشرة وتتجاوز الإضافات والعناصر الثانوية.
- ٩- استخدم القلم العادي أو قلم التمييز الملون لتحديد العبارات المهمة ليسهل عيك الرجوع إليها.
- ١٠- استخدم التلخيص (يناقش لاحقاً)

مهارة الكتابة

ليس من المبالغة القول إن الكتابة الجيدة مهارة يحتاجها كل إنسان يعيش في هذا العصر، فقلما يمر شأن من شؤونه الخاصة والعامة لا يحتاج فيه إلى شكل من أشكال الكتابة، ابتداءً من ملحوظة قصيرة يكتبها لزميله أو واحد من أهل بيته وأصدقائه، إلى تقرير مطول عن مهمة أوكلت إليه، فضلاً عن أولئك الذين يسهمون في الكتابة عبر وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، وبخاصة شبكة الإنترنت.

استخدامات الكتابة:

المجالات التي يحتاج فيها الإنسان الكتابة لا يمكن حصرها، فهي تفرض نفسها في معظم الحالات الاتصالية. وقد فرضت تقنيات الاتصال الحديثة مزيداً من الفرص لاستخدام الكتابة، فهناك رسائل الجوال وشريط الرسائل في قنوات التلفزيون والأهم من كل هذا مواقع الإنترنت المختلفة كالمنتديات والمدونات...

ويمكن تلخيص استخدامات الكتابة بشكل عام في الأغراض التالية:

- ١- الاستخدامات الشخصية: الرسائل: القصيرة والطويلة، المذكرات الشخصية...
- ٢- الاستخدامات التعليمية: كتابة المحاضرات من شرح الأستاذ، تلخيص الكتب الدراسية، كتابة الأبحاث...
- ٣- الاستخدامات الأدبية: كتابة القصص القصيرة، والروايات، والشعر...
- ٤- الاستخدامات الإعلامية: المقالات الصحفية، المشاركة في المنتديات الإلكترونية، المدونات الشخصية...
- ٥- الاستخدامات الإدارية: الخطابات، العقود، الاتفاقيات التجارية، التقارير الإدارية...

أهداف الكتابة :

كذلك **تتعدد الأهداف** التي يسعى الكاتب إلى تحقيقها من خلال استخداماته المختلفة للكتابة،

وهذه أبرز ما يهدف إليه معظم الكتاب:

- ١- الإعلام والتحليل: تقديم الأخبار والمعلومات الجديدة عن الأحداث أو القضايا أو المشاكل التي تشغل الرأي العام، أو شرحها والتعليق عليها.
- ٢- التوعية السياسية: شرح سياسة الحكومات والهيئات والمنظمات ومواقفها المختلفة من قضايا المجتمع، حتى يكون القارئ قادراً على فهم مواقف كل طرف من الأمور المثارة حوله، وبالتالي يستطيع اتخاذ رأيه وتحديد موقفه.
- ٣- الدفاع عن الدين والمقدسات والقيم والمبادئ والأخلاق، ضد دعوات الإلحاد وانتهاك المقدسات والخروج عن القيم والمبادئ.

- ٤- **التثقيف:** نشر المعارف الإنسانية المختلفة التي تضيف إلى القارئ أبعاداً جديدة عن الموضوع أو القضية التي تتناولها المادة المكتوبة. والتعريف بالأفكار والفلسفات والدفاع عنها ضد خصومها أو منافسيها.
- ٥- **التوعية الاجتماعية،** بالحث على حياة فاضلة في البيت والمجتمع وتشجيع الناس على المساهمة في التنمية الوطنية. ومعالجة الأخطاء التي يقع فيها بعض أفراد المجتمع
- ٦- **أداء الأعمال الإدارية:** صياغة القرارات والخطابات والاتفاقيات والعقود...
- ٧- **الكتابة للعلاقات العامة:** السعي لترويج سمعة حسنة عن المؤسسة والدفاع عنها...
- ٨- **التسلية والترفيه:** تخفيف العبء عن النفوس والعقول، وتجعل الحياة محتملة رغم ما فيها من متاعب، ووظيفة الإمتاع ذات أثر نفسي حميد، وتحقق هذه الوظيفة من خلال المقالات الطريفة والساخرة. ورسائل الجوال والمشاركة في المنتديات...

عناصر الكتابة :

كل مادة مكتوبة تتكون من عناصر أساسية هي: عنصر الأفكار والمضمون، عنصر اللغة، وعنصر الأسلوب أو الصياغة.

أولاً: عنصر الأفكار والمضمون:

الكتابة لا تبدأ من فراغ، بل لابد أن يكون لدى الكاتب فكرة أو أفكاراً تعبر عن وجهة نظره أو معلومة يجب أن ينشرها. ولا يتخيل المرء مادة مكتوبة دون فكرة مهما كانت قيمتها. والمصادر الرئيسة للأفكار هي التجارب الشخصية للكاتب وللمحيطين به، والثقافة التي يبنها الكاتب من خلال تعليمه وقراءاته المستمرة وإطلاعه على وسائل الإعلام.

ثانياً: عنصر اللغة: ١- الكلمات:

الوحدة الأساسية للمادة المكتوبة هي الكلمات والمصطلحات. والكاتب الناجح هو الذي يستطيع استخدام الكلمات المناسبة للأفكار والمعلومات التي يريد التعبير عنها. وكثيراً ما يكون الخطأ في استخدام الكلمات سبباً في إساءة أو صعوبة فهم المادة المكتوبة.

أبعاد الكلمة:

لكلمة ثلاثة أبعاد مختلفة لكنها متناسقة:

أ- البعد الدلالي: أي معنى الكلمة، ولدلالة الكلمة ثلاث مستويات:

١- المستوى الأصلي وهو المعنى اللغوي الأصلي للكلمة. مثلا: نزيف الماء يعني خروجه من البئر ونزيف الدم يعني خروجه من الجسم

٢- المستوى السياقي: وهو المعنى الخاص الذي تكتسبه الكلمة إذا جاءت ضمن نص معين. مثلا: نزيف العقول يعني هجرة العلماء خارج دولهم.

٣- المستوى الاصطلاحي: وهو المعنى الذي يستخدمه العلماء في أي حقل علمي، مثلا: المعنى الأصلي لكلمة (اقتصاد) هو التوسط والاعتدال، والمعنى الاصطلاحي للاقتصاد هو العلم الذي يدرس كيفية إدارة الموارد وإنتاج السلع وتوزيعها.

ب. البعد الصرفي: الكلمة تكتسب معاني مختلفة في اشتقاقاتها المختلفة،

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

ج. البعد الوظيفي: تنقسم الكلمات من حيث الوظيفة التي تؤديها في الكلام إلى نوعين هما:

١- كلمات المعنى: وهي الكلمات التي تحمل بنفسها معنى محدد، وهي: الأسماء والأفعال والصفات.

٢- كلمات الوظيفة: وهي التي لا تحمل معنى مستقلا لكنها يؤدي وظائف محددة داخل الكلام، وهذه

وظيفة كل الحروف كحروف الجر والاستفهام، وبعض الأسماء مثل أسماء الشرط والاستفهام.

شروط الاستخدام الجيد للكلمة:

١- تجنب الكلمة العامية والمحلية.

٢- تجنب الكلمة قليلة الاستخدام.

٣- تجنب الكلمة الصعبة القراءة.

٤- تجنب الكلمة الأجنبية.

٥- تجنب المصطلح العلمي أو التخصصي الدقيق.

٦- تجنب الأخطاء النحوية والكتابية (الإملائية).

ثانياً: **الجملة:**

وهي مجموعة من الكلمات تكون معنى جزئياً، **والجملة من حيث الحجم نوعان:**

الجملة البسيطة: وهي الجملة النحوية التي تتكون من فعل وفاعل أو من مبتدأ وخبر.

الجملة المركبة: وتتكون من عدة عناصر نحوية بالإضافة إلى مكونات الجملة البسيطة **ففيها واحد أو أكثر من هذه المكونات:**

حرف جر واسم مجرور، أو ظرف، أو صفة، أو حال...

شروط الاستخدام الجيد للجملة

١- يجب أن تكون الجملة كاملة

٢- تجنب تداخل الجمل

٣- الجملة القصيرة أفضل من الطويلة

٤- الإيجاز وهو صياغة الفكرة بأقل عدد ممكن من الكلمات.

٥- يحسن استخدام الضمائر بدل الأسماء الظاهرة مع تجنب الغموض.

٦- تجنب الفصل الطويل بين العناصر الأساسية للجملة، مثل: المبتدأ والخبر، أو الفعل والفاعل والمفعول به، واجعل

الجمل المعترضة قصيرة جداً بحيث لا تباعد بين أجزاء الجملة ولا تؤدي إلى غموضها، مثل:

إن تقديم موعد الاختبار الفصلي الذي قرره الأستاذ بحجة الاستعداد للامتحان النهائي

الذي سيبدأ بعد شهرين كان ضاراً بالطلاب

ويمكن أن نقول:

كان تقديم موعد الاختبارات الفصلي ضاراً بالطلاب، رغم أن الأستاذ قرره بحجة

الاستعداد للامتحان النهائي الذي سيبدأ بعد شهرين.

مثال للفصل الطويل بين أجزاء الجملة

الأصل:

تصدر فيلم "أم الطفل Baby Mama" الذي تدور أحداثه حول سيدة الأعمال الناجحة كيت هولبروك التي منحت ولفترة طويلة الأولوية لحياتها المهنية، لكنها حين تقرر إنجاب طفل بعد بلوغها الخامسة والثلاثين من العمر، تكتشف أن فرصتها في الحمل لا تتجاوز واحداً في المليون، فتعثر على امرأة أخرى توافق على أداء هذه المهمة نيابة عنها، إيرادات الأفلام في أمريكا مسجلاً ١٨,٣ مليون دولار، وهو من إخراج مايكل ميكلير وبطولة تيني في وامي بوهيلير

التحرير:

تصدر فيلم "أم الطفل Baby Mama" إيرادات الأفلام في أمريكا مسجلاً ١٨,٣ مليون دولاراً. تدور أحداث هذا الفيلم حول سيدة الأعمال الناجحة كيت هولبروك التي منحت ولفترة طويلة الأولوية لحياتها المهنية، لكنها حين تقرر إنجاب طفل بعد بلوغها الخامسة والثلاثين من العمر، تكتشف أن فرصتها في الحمل لا تتجاوز واحداً في المليون، فتعثر على امرأة أخرى توافق على أداء هذه المهمة نيابة عنها. الفيلم من إخراج مايكل ميكلير وبطولة تيني في وامي بوهيلير

ثالثاً: الفقرة:

تتكون الفقرة من مجموعة من الجمل المرتبطة معنوياً مع بعضها، وتتناول فكرة أو عنصراً من عناصر الموضوع. وترتب الجمل داخل الفقرة لتطوير عرض هذه الفكرة وبلورتها، كما ترتب الفقرات في نظام منطقي واحد.

وسائل الربط

هي أدوات (حروف وأسماء) مهمتها الربط بين الكلمات والربط بين الجمل وبين العلاقة المنطقية بينها، ورغم أهمية الروابط إلا أنها لا تستخدم إلا عند الحاجة فالفصل بين الجمل أفضل من الربط بينها.

وأدوات الربط بين الكلمات هي حروف العطف:

الواو ، الفاء ، ثم ، وهي تربط بين الجمل أيضاً

أما أدوات الربط بين الجمل فهي كثيرة منها:

روابط التعداد والترتيب: أولاً، ثانياً، ثالثاً، أو: الأول، الثاني، الثالث، وبعد ذلك، ثم ...

روابط الإضافة: بالإضافة إلى، وزيادة على، وفوق هذا، ونقطة أخرى، وإلى جانب ذلك...

الأمثلة: مثال ذلك، وشاهد على ذلك،

الاستدلال: وما يدل على ذلك، ونستدل على ذلك...

التأكيد، ولاشك في، ومن المؤكد أن، والحق أن، وفي الحقيقة أن ...

الاستنتاج: ولهذا، ولذلك، نتيجة لذلك...

التلخيص: وخلاصة القول، ونلخص إلى أن، ومن هناك يمكن القول

الاستطراد: فضلاً عما سبق، بالإضافة إلى ذلك، كما يمكن القول

الاستدراك: ولكن، وبالرغم من ذلك، ومع ذلك

التفسير: أي، بمعنى أنه، يعني، بلفظ آخر ...

التخيير: أو

التفصيل: أما، هناك نوعان من الطلاب؛ أما الأول فهو ... وأما الآخر

ثالثاً : عنصر الأسلوب :

مهما اتفق الذين يمارسون الكتابة في الموضوع والأفكار الرئيسة فإنه سيكون لكل واحد منهم أسلوبه الخاص، بل كثيراً ما تختلف بعض تفاصيل الأسلوب حتى لو أعاد الشخص نفسه كتابة موضوع سبق له أن كتبه. فاللغة لديها القدرة على التعبير عن فكرة واحدة بأساليب متعددة متنوعة.

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

وكما أن لكل كاتب أسلوبه بشكل عام فإن لكل موضوع وجمهور أسلوبه أيضاً. فالموضوعات العامة الموجهة لجمهور غير متخصص والتي تنشر في وسائل الإعلام العامة يختلف أسلوب كتابتها عن المواد العلمية البحتة التي تنشر- في كتب أو دوريات علمية ولا يقرأها إلا المتخصصون.

ففي الكتابة الأدبية يستطيع الكاتب أن يوظف الخيال، فيكتب بلغة مليئة بالاستعارات والصور الفنية، بينما يتجنب كاتب المادة العلمية هذا الأسلوب، ويستخدم كاتب المادة العلمية مصطلحات علمية لا يعرفها غير المهتمين أو المتخصصين، ولكنه يضطر إلى التخفف من المصطلحات التخصصية عندما يكتب لجمهور عام في جريدة أو مجلة عامة أو منتدى.

كما يختلف القراء من حيث اهتماماتهم ومستوياتهم الفكرية والثقافية، كما يتفاوتون في قدراتهم على فهم النص المكتوب. وهذا الاختلاف يؤثر تأثيراً كبيراً في نجاح أي مادة مكتوبة في تحقيق هدفها. والكاتب الناجح هو الذي يعرف نوع قرائه ويكتب ما يناسبهم بالأسلوب الذي يناسبهم.

بناء المادة المكتوبة

المادة المكتوبة بناء يتكون من عدة لبنات، ولن تكون الكتابة سليمة جيدة إلا إذا وجدت فيها كل هذه اللبنات
والإ إذا رتبت ترتيباً سليماً. ومعظم أشكال الكتابة تتكون من البنات التالية:

- ١- العنوان. ٢- المقدمة. ٣- الجسم. ٤- الخاتمة.

العنوان:

العنوان يؤدي وظيفتين مهمتين في الوقت نفسه: فهو مفتاح المادة المكتوبة الذي يدل على مضمونها، وهو أيضاً وسيلة لجذب القارئ وإثارة اهتمامه لقراءة هذا المضمون.

ورغم أن صياغة العناوين تنسم بالمرونة، إلا أن العنوان الجيد هو الذي يتصف بالسمات التالية:

١- الإيجاز، فكلّيات العنوان يجب أن تكون محدودة جداً.

٢- عناوين المقالات والمواد الظرفية تكون جذابة ولافتة لانتباه القارئ.

٣- عناوين المواد العلمية والإدارية تكون موضوعية ومباشرة جداً.

المقدمة:

يجب أن تشمل المقدمة على جملة محورية تحتوي الفكرة الرئيسية التي سوف يتم مناقشتها، وقد تكون هذه الجملة الشاملة الجملة الأولى في المقالة غالباً، وقد ترد في منتصف المقدمة، ويجوز تأخيرها بحيث تختم بها فقرة المقدمة. ومهمة المقدمة تهيئة القارئ للموضوع، وإعطاؤه فكرة عامة عنه ولهذا يستحسن أن تحرص على إثارة اهتمام القارئ أو استغرابه. ففي مقدمة مقالة "الكتاب" لأمين الريحاني: "يقال إن الكتاب نوعان، نوع يكتب ليعيش ونوع يعيش ليكتب، وقد فات من قال هذا القول أن هناك كاتباً آخر يستحق أن يرفع فوق الاثنين ألا وهو الكاتب الذي يعيش ويكتب." فهذه العبارة تظهر الفكرة الرئيسية التي سيناقشها المقال.

الجسم:

يشكل هذا القسم الجزء الرئيس في المقال. ففيه يعرض الكاتب الحقائق والأدلة التي تؤيد الفكرة، أو تعدد تفاصيل الفكرة وعناصرها الفرعية...

وجسم المقالة يُشكل المجال الحيوي الذي يحاول فيه الكاتب إقناع القارئ بوجهة نظره، بأسلوب يعتمد على التسلسل المنطقي في عرض الأفكار، وتقديم المعلومات الضرورية وتحليل وتفسير ما هو بصدده عرضه من أفكار أو ظواهر أو أعمال أو منجزات.

ويتكون جسم **المقالة من عدة فقرات**، وكل فقرة يجب أن تتسم بالوحدة والتناسك، والترتيب المنطقي بحيث تؤدي الفكرة إلى الفكرة الأخرى، **وتختتم الفقرة عادةً بجملة استنتاجية**.

وكي يتحقق إتقان كتابة الفقرة يجب صياغة جملة الفكرة الأساسية أو الفرعية في كل فقرة بوضوح، كما يجب أن تكون الفقرة منظمة تنظيماً جيداً، بحيث يمكننا تتبع فكرة مركزية واحدة فيها.

وأهم أشكال الترتيب المنطقي للأفكار والفقرات:

أولاً: الترتيب الزمني: وهو يناسب الأحداث والوقائع، فيرتبها حسب تاريخ وقوعها.

ثانياً: الترتيب المكاني: وهو يناسب وصف الأماكن، كما في وصف الرحلات أو بعض حالات التحقيقات الأمنية.

ثالثاً: الانتقال من الخاص إلى العام أو العكس: كالانطلاق من الحديث عن حادثة أو حوادث معينة للوصول إلى اقتراح يعالج مشكلة عامة، أو إبداء وجهة نظر عامة... أو العكس.

رابعاً: الانتقال من البسيط إلى المعقد ومن المؤلف إلى غير المؤلف: فيبدأ الكاتب بفكرة بسيطة أو قاعدة متفق عليها، ليصل إلى فكرة معقدة أو مختلف عليها.

وأخيراً فإن فقرات المقال يمكن أن ترتب بأشكال غير نهائية وفق موهبة الكاتب وطريقته في الكتابة، كما أن طبيعة الموضوع أو الفكرة تؤثر في بناء الفقرة.

الخاتمة:

يتقدم الكاتب في خاتمة مقاله ملخصاً لرأيه واستنتاجاته، ولذلك تمثل الخاتمة خلاصة ما يريد الكاتب قوله، فقد يكون ذلك تقييماً أو دعوة للمشاركة أو اتخاذ المواقف أو عبرة للناس أو غير ذلك، مما يؤدي **هدفه ويوصله إلى الغاية التي كتب من أجلها** مقاله. ويعمد بعض الكتاب إلى العودة إلى المقدمة التي انطلق منها ليربط بها خاتمته.

التلخيص

تزداد الحاجة إلى التلخيص مع تعقد الحياة المعاصرة وكثرة ما يجب قراءته، فالطالب يحتاج أن يلخص دروسه وما يطلب منه في المقررات المختلفة. ودور النشر تقدم ملخصات لمنشوراتها في الصحف وعلى الإنترنت، ورؤساء الدوائر في مختلف المجالات لا وقت لديهم لقراءة نصوص طويلة مفصلة، فيكتفون بقراءة ملخصات تمكنهم معرفة الأفكار الرئيسة.

عادة يأخذ التلخيص شكل المقال، سواء أكان تلخيصاً لبحث أو دراسة أو كتاب كبير. كما أن المقالة نفسها يمكن أن تلخص في عدد محدود من السطور دون الإخلال بأفكارها أو الرئيسة،

التلخيص هو: عملية تحويل نص طويل إلى نص قصير يحوي الأفكار الرئيسة للنص في عبارات واضحة.

وليس للتلخيص نسبة معينة من النص الأصلي، بل يكون بحسب حاجة الملخص، فمقياس الجودة هو التلخيص مما لا فائدة منه والإبقاء على المهم سواء كان ذلك فكرة أساسية أو فرعية.

والخلاصة: هي استخراج جوهر الفكرة بأقل عدد من الكلمات، فهي أكثر تركيزاً من التلخيص، فالتلخيص قد يطول بحسب

الملخص، أما الخلاصة فلا تتجاوز -عادة- فقرة واحدة، أو فقرتين، وتقوم على ضغط النص في عبارات غاية في الإيجاز.

ولا بد للتلخيص الجيد من ركيزتين أساسيتين هما: القدرة على التفكير، والقدرة على الكتابة.

فوائد التلخيص:

١- توفير الوقت والجهد في الاطلاع على الأبحاث والتقارير المطولة.

٢- تدريب على الكتابة، فهو تعبير الملخص عن النص الأصلي.

٣- تنمية القدرة على التقاط العناصر الأساسية، والتخلص من الزوائد.

٤- تدريب العقل على التركيز والاستيعاب، ودقة الملاحظة، والنظام.

٥- يمنح ثقة المسؤولين في كاتب التلخيص، ويكسبه رضاهم.

خطوات التلخيص:

لتحصل على ملخص متميز عليك اتباع الخطوات التالية:

أولاً: اقرأ النص مرة أو أكثر قراءة متمكنة لتستوعب مضمونه وتكتشف أفكاره الأساسية والفرعية، وتعرف ما هو مهم وما ليس كذلك.

ثانياً: ضع خطوطاً تحت الأفكار المهمة، أو اكتبها جانبا مرتبة حسب النص الأصلي.

ثالثاً: اكتب تلك الأفكار بأسلوبك على شكل فقرات كتابة أولية (مسودة).

رابعاً: أعد قراءة النص الأصلي مرة أخرى للاطمئنان إلى أن الملخص ليس فيه إخلال بالمعنى أو الأفكار.

خامساً: اكتب الصياغة النهائية للملخص

سادساً: ضع مقدمة للتلخيص في فقرة واحدة.

سابعاً: لا تنس العنوان

مبادئ التلخيص:

١- تجنب تغيير أفكار النص أو تأويلها.

٢- تخلص من الاستطرادات والهوامش واقتصر على مثال واحد إن احتجته.

٣- استخدم الضمائر، وتخلص من مترادفات الكلمات والمجمل.

٤- اكتب الملخص بلغتك الخاصة، ولا تنقل جملاً كاملة من النص الأصلي، ولا تخلط عبارات النص وعبارات التلخيص.

تنمية مهارة الكتابة

الناس يختلفون باختلاف تكويناتهم النفسية والاجتماعية والثقافية، ويختلفون باختلاف تجاربهم ومهاراتهم. وهذا يسهم

بشكل كبير في التأثير في أساليبهم الكتابية. وقد اشتهر بعض الكتاب بسهولة الأسلوب، مثل مصطفى لطفى المنفلوطي، وعلي

الطنطاوي، وغازي القصبي، في حين اشتهر آخرون بصعوبة أسلوبهم، مثل عباس محمود العقاد وأبو عبدالرحمن بن عقال

الظاهري.

ومن حيث المبدأ تعد الكتابة موهبة فطرية وملكية إبداعية يهبها الله تعالى لمن شاء من الناس. وليس هناك خطة جاهزة يمكن للكاتب بواسطتها اكتساب مهارة الكتابة. والمواهب أيا كان مجالها لا تكتشف ولا تنمو إلا بالمحاولة والتدريب. ولأن الفرد لا يعلم هل منحه الله موهبة الكتابة المتميزة فعليه أن يسعى إلى اكتشاف ذلك عن طريق الخطوات التالية:

أولاً: القراءة هي ماء الكتابة وغذاؤها، فلا بد لمن يسعى إلى أن يدمن على قراءة الكتب والمقالات الجادة في مختلف الموضوعات. وتؤدي القراءة عدة وظائف تسم في تطوير مهارة الكتابة:

١ - **تبنى ثقافة الكاتب** وأفكاره فتساعده على تكوين اهتماماته وميوله الثقافية، كما تسهم في تحديد مواقفه واتجاهاته الخاصة حول القضايا والموضوعات التي يهتم بها، والتي ستنناولها كتاباته.

٢ - **تمد الكاتب بالكلمات والمصطلحات الجديدة** ومعانيها واستخداماتها المختلفة. فالكاتب لا يتعلم الكلمات من القواميس اللغوية بل من المواد المكتوبة.

٣- **تساعد الكاتب على فهم الأساليب المختلفة**، ومن ثم يستطيع استخدامها في كتاباته. وليس هناك مصدر للاطلاع على الأساليب والتعبيرات إلا الكتب والمجلات.

ثانياً: تربية مهارات الفهم والتذوق والاستيعاب أثناء الاطلاع والقراءة، بحيث لا يقتصر القارئ على مجرد الحفظ والترداد.

ثالثاً: يبدأ الكاتب مقلداً لغيره - عادة - ثم ينفرد بأسلوبه الخاص، فيبتعد عن التعبيرات الشائعة المبتذلة، أو الخاصة بكاتب أو أديب معين.

رابعاً: ممارسة النقد الذاتي الدائم، وعدم الرضا عن النفس أو الانخداع بالمجاملات. والكاتب يستطيع من خلال المراجعة والتمحيص أن يكتشف نقاط الضعف والثغرات في أسلوبه ويعمل على التخلص منها.

خامساً: استشارة المختصين وذوي الخبرة، وعلى الكاتب المبتدئ ألا يخشى النقد حتى ولو كان قاسياً، فالنقد شبيه بالدواء المر الذي لا بد للمريض من شربه. كما أن على الكاتب المبتدئ معرفة مدى تفاعل القراء المعنيين مع ما يكتب، وذلك من خلال عرض كتاباته على عدد من أصدقائه وزملائه.

مهارة الإقناع

هو عملية اتصالية يقوم بها طرف بهدف تغيير رأي طرف آخر أو سلوكه

استخدامات الإقناع

يصعب حرص الحالات التي تحتاج فيها إلى إقناع الآخرين، **لكن من أبرزها:**

- الأسرة والتربية
- العلاقات الاجتماعية والصدقات
- الدعوة والنصيحة
- مراجعات الدوائر الحكومية
- حملات التوعية
- الإدارة والأعمال: التفاوض لعقد الصفقات وإبرام العقود

أنواع الإقناع

- **التكوين:** تكوين موقف أو سلوك ليس له أو لعكسه أي وجود لدى المتلقي: عملية تنشئة الأطفال
- **التدعيم:** تدعيم وتقوية موقف أو سلوك موجود لدى المتلقي.
- **التغيير:** تغيير موقف أو سلوك موجود لدى المتلقي بموقف أو سلوك مختلف عنه: مكافحة التدخين والمخدرات.
- حملات التوعية تسعى إلى التدعيم (الإعلام الوقائي) وإلى التغيير حسب حالة كل متلقي

مستويات الاقتناع

- عدم الاقتناع مطلقا
- الاقتناع المؤقت، (الاقتناع الخادع)
- الاقتناع الدائم

استراتيجيات الإقناع:

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: الإستراتيجية العقلية: سماتها:

- المتلقي يعرف أن المرسل يحاول إقناعه،
- المرسل يستخدم الحجج والمعلومات الصادقة فقط.
- تستخدم في الحوارات العلمية

ثالثاً: الإستراتيجية المزدوجة (العقلية العاطفية):

- وهي التي تستخدم في معظم الحالات

عوامل نجاح عملية الإقناع

١. تحتاج إلى معظم المهارات التي درستها في المحاضرات الماضية: الحديث، الاستماع، السؤال، الكتابة
٢. اكتسب الثقة والمصداقية وكون لنفسك شخصية مقبولة عند الآخرين. وهذا هدف طويل المدى يجب أن تسعى إلى تحقيقه قبل أن تحتاجه.
٣. تجنب اليأس وكن واثقا من مهاراتك.
٤. حدد هدفك من العملية بدقة، أي ما الشيء الذي تريد أن تفعل فيه المتلقي.
٥. ليكون هدفك خيرا نافعا للمتلقي، تجنب استغلال مهاراتك لتخدع الآخرين أو تبتزهم
٦. اجعل هدفك واقعا يمكن تحقيقه، فليست كل الأهداف الإقناعية يمكن تحقيقها.
٧. افهم شخصية المتلقي: النفسية والثقافية والاجتماعية
٨. فكر أي استراتيجيات الإقناع أفضل للمتلقي
٩. افترض دائما أن المتلقي شخص رشيد وذكي فلا تحتقره
١٠. تذكر أن المتلقي لديه ما يرد به على حججك، فاستعد وفكر في الموقف جيدا
١١. يمكن أن تجري تجربة (بروفة) مع صديق ليساعدك على تحديد نقاط ضعفك ونقاط قوتك.
١٢. اختر الظروف المكانية، والزمانية، والنفسية، المناسبة للطرفين: أنت والمتلقي
١٣. تفاعل لكن لا تنفعل:

○ تجنب الشدة في الأسلوب و الحدة في الصوت

○ اختر ألطف الكلمات والتعبيرات

١٤ . استخدم أسلوب المنطق: المقدمات والنتائج: أمثلة:

○ ثبت علميا أن التدخين يسبب أمراضا خطيرة، وأنت تدخن بشراهة، إذن هناك احتمال كبير في أن

تتعرض لواحد من هذه الأمراض

○ هذا المقرر صعب جدا، إذن هو تحتاج منك إلى جهد كبير وفي وقت مبكر

١٥. إذا توتر الموقف ووصل إلى طريق مسدود فتوقف، ثم كرر المحاولة:

○ في نفس الجلسة بأساليب مختلفة

○ في جلسات تالية إذا لم تنجح الأولى

١٦. إذا كان لديك أكثر من هدف فيمكنك استخدام واحدة من طريقتين حسب تقييمك للموقف وسهات المتلقي وهما:

○ البدء بالطلب الصعب ثم السهل،

○ أو العكس

١٧. استدرج المتلقي: اجعله يقر -دون أن يعلم- بالحقائق التي ستبني عليها حججك:

○ أليس هذا المقرر صعب؟

○ كلما زادت سرعة السيارة صعب عليك التحكم فيها، أليس كذلك؟

تم بحمد الله

مراجع المقرر:

المراجع الرئيسة

- ١- مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة محمد منير حجاب.
- ٢- مهارات الاتصال محمد عبد الغني حسن هلال.
- ٣- فن الإلقاء محمد عبد الرحيم عدس.
- ٤- فن الكلام - مدخل إلى الاتصال العام أحمد بن راشد بن سعيد.
- ٥- الاتصال والسلوك الإنساني (مترجم) برنت روبن.
- ٦- مهارات الاتصال بثقة دايانا بووهر.
- ٧- الاتصال الفعال هالة منصور.
- ٨- الاتصال والسلوك الإنساني (مترجم) برنت روبن.
- ٩- فن المقالة صالح أبو إصبع ومحمد عبيد الله

مراجع مساعدة:

- ١- فن الخطابة دايل كارنيجي.
- ٢- فن الكتابة الصحفية فاروق أبو زيد.
- ٣- فن الإلقاء طه عبد الفتاح مقلد.
- ٤- تعلم طرق الخطابة والإلقاء رآكان عبد الكريم حبيب.
- ٥- مبادئ التمثيل والإخراج محمد سعيد الجوخدار.
- ٦- كيف تقنع الآخرين عبد الله محمد العوشن.

تنسيق هذه المذكرة أخذ مني الوقت الكثير ،،، فلا تنسوني بدعوة في ظهر الغيب ولكم مني جزيل الشكر

وفقنا الله وإياكم إلى العمل الصالح والخالص لوجه الكريم

أختكم

ندى ١٥