

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



مقياس مهارات الاتصال في العلاقات العامة

مطبوعة بيداغوجية مقدمة لطلبة ماستر السنة الأولى اتصال و علاقات عامة

من إعداد
د. لعجال عفيفة

السنة الجامعية. 2025-2026

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

مواصفة عرض تكوين ماستر أكاديمي

المؤسسة	الكلية/ المعهد	القسم
جامعة محمد بوضياف-المسيلة	كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	قسم علوم الإعلام والاتصال

التخصص: **الاتصال و العلاقات عامة**

الفرع: الإعلام والاتصال

الميدان : علوم إنسانية

السادسي: الثاني

عنوان الماستر: الاتصال و العلاقات العامة

اسم الوحدة: وحدة التعليم الأساسية

الأستاذ المسؤول عن الوحدة التعليمية:

اسم المادة 3: مهارات الاتصال في العلاقات العامة

الرصيد: 5 المعامل: 2

أهداف التعليم: تمكين الطالب في التحكم المعرفي في مفاهيم متشابهة ومعقدة كالانصات و حسن التفكير و نعني بالمهارة القدرة على عمل شئ و هي درجة الكفاءة و الجودة في الاداء أي تمكين الطالب من حسن استخدام المعلومات بفعالية و التنفيذ و الاداء بسهولة و من بين المهارات الضرورية لمن يتولى عملية الاتصال التحدث بمهارة وذلك باستخدام الجمل و الفقرات و طريقة صياغتها في التأثير على فهم المتلقي للرسالة

المعارف المسبقة المطلوبة : معارف نظرية عن نظريات الاتصال، حسن التحدث و الانصات و استغلال المعلومات و ذلك لتمكين الطالب من استخلاص النتائج بسرعة و التي تساعده في اتخاذ القرارات

محتوى المادة: دراسة مفاهيمية وتطبيقية

مفهوم و دور و أهداف الاتصال

مفهوم و عناصر الاتصال الاداري

مهام ووسائل و تصنيفات الاتصال

مهارات الاتصال و فعاليته

مهارة الانصات

مهارة التفكير

مهارة الحصول على المعلومات

مقومات الاتصال في التعامل

معوقات الاتصال و طرق تحسين الاتصال

طريقة التقييم: امتحان كتابي + أعمال أخرى + بطاقة قراءة

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
/	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
	المحاضرة الأولى: أساسيات العلاقات العامة
11	تمهيد
11	1- مفهوم العلاقات العامة.
12	2- أهمية العلاقات العامة.
13	3- مبادئ العلاقات العامة.
14	4- أهداف العلاقات العامة.
15	5- متطلبات العلاقات العامة.
16	6- وظائف العلاقات العامة.
17	7- جمهور العلاقات العامة.
18	8- إدارة العلاقات العامة.
18	خلاصة
	المحاضرة الثانية: تنظيم وإدارة العلاقات العامة
20	تمهيد
20	1- مفهوم التنظيم في العلاقات العامة.
20	2- متطلبات تنظيم إدارة العلاقات العامة.
21	3- العوامل المؤثرة في التنظيم.
22	4- مكانة إدارة العلاقات العامة.
22	5- الاعتبارات المحددة لمكانة إدارة العلاقات العامة.
23	خلاصة

	المحاضرة الثالثة: عناصر التنظيم في العلاقات العامة
25	تمهيد
25	1- مبادئ التنظيم في العلاقات العامة.
26	2- أهداف التنظيم في العلاقات العامة.
27	3- عناصر التنظيم في العلاقات العامة.
27	4- أساليب التنظيم في العلاقات العامة.
29	5- أدوات التنظيم في العلاقات العامة.
29	خلاصة
	المحاضرة الرابعة: عملية الاتصال في العلاقات العامة
31	تمهيد
31	1- مفهوم الاتصال الإداري
31	2- أهمية الاتصال الإداري.
32	3- أهداف الاتصال الإداري.
33	4- أشكال الاتصال التنظيمي.
33	4-1- الاتصالات الرسمية.
33	4-2- الاتصالات غير الرسمية.
34	5- اتجاهات الاتصالات الإدارية.
34	5-1- الاتصال الداخلي.
35	5-2- الاتصال الخارجي.
35	خلاصة

	<h3>المحاضرة الخامسة: عناصر عملية الاتصال</h3>
38	تمهيد
38	1- وسائل الاتصال في العلاقات العامة.
38	1-1- الوسائل المكتوبة.
39	1-2- الوسائل المسموعة.
39	1-3- الوسائل المرئية.
40	1-4- الوسائل المرئية المسموعة.
41	1-5- الوسائل الرقمية.
41	2- نماذج الاتصال.
43	3- شبكات الاتصال.
46	4- خطوات الاتصال الفعال.
47	5- مقومات الاتصال الفعال.
48	6- معوقات الاتصال الإداري.
48	1-6- المعوقات الشخصية.
49	2-6- المعوقات البيئية.
50	خلاصة
	<h3>المحاضرة السادسة: مهارات الاتصال في العلاقات العامة</h3>
53	تمهيد
53	1- مفهوم المهارة.
53	2- مفهوم مهارات الاتصال.
54	3- أهمية مهارات الاتصال.
55	4- خطوات اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة.
55	5- أساليب اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة.
56	خلاصة

	المحاضرة السابعة: فن التأثير بالآخرين
58	تمهيد
58	1- مهارات الإقناع.
58	1-1- تعريف مهارة الإقناع.
58	1-2- عناصر الإقناع.
59	1-3- مبادئ الإقناع.
60	1-4- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة الإقناع.
60	1-5- قواعد مهارة الإقناع.
61	1-6- تحليل مهارة الإقناع.
62	2- مهارات اجتماعية للتفاعل مع الآخرين.
63	3- المهارات الأساسية للتعامل مع الآخرين.
63	خلاصة
	المحاضرة الثامنة: مهارة التحدث في العلاقات العامة
66	تمهيد
66	1- مهارة التحدث.
66	2- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة التحدث.
67	3- سمات المتحدث الجيد.
67	4- عناصر التحدث.
68	5- أغراض التحدث.
69	6- طرق تحسين مهارات الحديث.
69	خلاصة
	المحاضرة التاسعة: مهارة الإنصات والإصغاء في العلاقات العامة
72	تمهيد

72	1- مفهوم مهارة الإنصات والإصغاء.
72	2- مراحل عملية الإنصات والإصغاء.
73	3- صفات المنصت الجيد.
74	4- أنواع الإنصات والإصغاء.
74	5- مهارات الإنصات والإصغاء الجيد.
75	6- كيف تحقق مهارة الإنصات والإصغاء.
75	خلاصة
المحاضرة العاشرة: مهارة الكتابة في العلاقات العامة	
77	تمهيد
77	1- مفهوم مهارة الكتابة.
77	2- أنواع الكتابة.
78	3- مستويات مهارة الكتابة.
78	4- أساليب الكتابة.
79	5- مهارات الكتابة.
80	خلاصة
المحاضرة الحادية عشر: مهارة القراءة في العلاقات العامة	
82	تمهيد
82	1- مفهوم مهارة القراءة.
82	2- أهمية مهارة القراءة.
83	3- العوامل المؤثرة في مهارة القراءة.
83	4- مهارات القراءة.
84	5- وسائل اكتساب مهارة القراءة.
85	6- أساليب تنمية مهارة القراءة.
86	خلاصة

	<p>المحاضرة الثانية عشر: مهارة القدرة على التفكير في العلاقات العامة</p>
88	تمهيد
88	1- مفهوم التفكير.
88	2- خصائص مهارات التفكير.
89	3- أهمية تعليم مهارات التفكير.
90	4- تنمية مهارات التفكير.
91	5- أنواع التفكير.
92	6- مستويات التفكير.
92	7- معوقات اكتساب مهارات التفكير.
93	خلاصة
	<p>المحاضرة الثالثة عشر: أنواع أخرى من مهارات الاتصال في العلاقات العامة (بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال)</p>
95	تمهيد
95	1- مهارة بناء الثقة بالنفس.
95	1-1- مفهوم الثقة بالنفس.
95	1-2- أهمية الثقة بالنفس.
96	1-3- مقومات الثقة بالنفس.
97	1-4- مظاهر الثقة بالنفس.
97	2- مهارة المقابلة.
97	1-1- مفهوم مهارة المقابلة.
98	2-2- عناصر المقابلة.
98	2-3- أنواع المقابلة والهدف منها.
99	2-4- مقترحات عامة تؤدي إلى نجاح المقابلات المختلفة.
100	خلاصة

	<p>المحاضرة الرابعة عشر: أنواع أخرى من مهارات الاتصال في العلاقات العامة (بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال مع نشاط الجماعة)</p>
102	تمهيد
102	1- مهارة الانترنت والاتصال الالكتروني.
102	1-1- تقنيات الاتصال الالكتروني.
103	1-2- مزايا الاتصال الالكتروني.
104	1-3- معوقات استخدام الانترنت والاتصال الالكتروني.
104	2- مهارة إدارة الاجتماعات.
104	1-2- مفهوم إدارة الاجتماعات.
105	2-2- أهمية إدارة الاجتماعات.
105	2-3- العوامل المؤثرة على إدارة الاجتماعات.
106	2-4- أساليب إدارة الاجتماعات.
107	خلاصة
108	خاتمة
109	قائمة المصادر والمراجع

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
12	يوضح تصميم عملية العلاقات العامة كنظام متكامل	01
16	يوضح متطلبات العلاقات العامة	02
28	يوضح التنظيم الوظيفي والاتصالي	03
34	يتضمن مختلف أنواع الاتصالات السائدة في المنظمة	04
43	يوضح شبكة اتصال العجلة	05
44	يوضح شبكة اتصال السلسلة	06
45	يوضح شبكة الاتصال الدائري	07
45	يوضح شبكة الاتصال العنقودي	08
46	يوضح شبكة الاتصال النجمي	09

تعد مهارات الاتصال من اللبنة الجوهرية التي يقوم عليها علم وممارسة العلاقات العامة فهي تمثل الوسيط الحيوي الذي من خلاله يتم نقل الأفكار وتبادل المعلومات وبناء الفهم المشترك بين المؤسسات وجمهورها المختلفة، إن الاتصال في جوهره ليس مجرد عملية فنية تتمثل في إرسال رسالة واستقبالها بل هو سلوك اجتماعي مركب يتضمن مجموعة من العناصر النفسية والاجتماعية والثقافية التي تجعل منه أداة فاعلة في التأثير والإقناع وتكوين الانطباعات.

ويكتسب الاتصال في ميدان العلاقات العامة بعدا استراتيجيا إذ إنه يستخدم كوسيلة لتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة وتدعيم الثقة والتفاعل مع الجمهور الداخلي (مثل الموظفين والعاملين) والجمهور الخارجي كالمستهلكين ووسائل الإعلام والمجتمع المحلي من أجل تحقيق التفاهم المتبادل والوصول إلى الأهداف المشتركة، ومن هنا فإن نجاح أنشطة العلاقات العامة لا يرتبط فقط بوضع الخطط أو تنفيذ الحملات الإعلامية بل يعتمد بدرجة كبيرة على مدى امتلاك الممارس لمهارات الاتصال الفعال سواء كانت شفوية أو كتابية أو رقمية.

وتشمل مهارات الاتصال في العلاقات العامة جملة من الكفاءات منها مهارة التحدث، مهارة الإصغاء الجيد، مهارة القراءة، القدرة على التفكير، مهارات التفاوض والإقناع، كما أصبحت المهارات الرقمية المرتبطة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والمنصات التفاعلية جزءا لا يتجزأ من منظومة الاتصال الحديثة التي يمارسها مختص العلاقات العامة في ظل العولمة والانفتاح الإعلامي، وقد أظهرت الدراسات الحديثة أن المنظمات الناجحة هي تلك التي تولي اهتماما كبيرا بتطوير مهارات الاتصال لدى فرقها وتعتبرها ركيزة لتحقيق رضا العملاء وتعزيز الولاء المؤسسي وحل النزاعات وإدارة الأزمات بفعالية، كما أن طبيعة عمل العلاقات العامة التي تتطلب التفاعل المستمر مع أطراف متعددة تفرض على العاملين في هذا المجال أن يكونوا على قدر عال من المرونة واللباقة والقدرة على قراءة المواقف وفهم اختلافات الجمهور وثقافته وحاجاته.

إن التحديات المعاصرة التي تواجه المؤسسات مثل سرعة تداول المعلومات وتصاعد مطالب الجمهور وتغير أنماط التفاعل الاجتماعي جعلت من مهارات الاتصال في العلاقات العامة عنصرا حاسما في تحديد مصير العلاقة بين المؤسسة وبيئتها الاتصالية، ولهذا لم تعد مهارات الاتصال ترفا وظيفيا بل أصبحت جزءا من الكفاءة المهنية الأساسية التي تبني عليها سمعة المؤسسة ومكانتها، ومن خلال هذا السياق يتضح أن الاتصال في العلاقات العامة يتجاوز المفهوم التقليدي لنقل الرسائل ليصبح أداة للتأثير والتفاعل والتوجيه مما يجعل من الضروري تسليط الضوء على أبرز مهارات الاتصال التي يجب أن يتحلى بها أخصائي العلاقات العامة والأساليب التي تعزز هذه المهارات وتوظيفها في خدمة أهداف المؤسسة.

المحاضرة الأولى: أساسيات العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم العلاقات العامة.
- 2- أهمية العلاقات العامة.
- 3- مبادئ العلاقات العامة.
- 4- أهداف العلاقات العامة.
- 5- متطلبات العلاقات العامة.
- 6- وظائف العلاقات العامة.
- 7- جمهور العلاقات العامة.
- 8- إدارة العلاقات العامة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

في ظل التطورات المتسارعة في وسائل الاتصال والتغير في طبيعة الجمهور يرى البعض أن العلاقات العامة لم تعد تقتصر على نقل المعلومات أو تحسين صورة المؤسسة بل أصبحت أداة إستراتيجية لإدارة العلاقات وبناء الثقة.

ناقش هذه المقولة موضحاً إلى أي مدى تتوافق أو تختلف مع ما درسته حول مفهوم العلاقات العامة وأهدافها، وظائفها، متطلباتها وطبيعتها جمهورها.

تمهيد

في ظل التحولات السريعة التي يشهدها العالم في مجالات الاتصال والإعلام وتكنولوجيا المعلومات لم تعد العلاقات العامة مجرد نشاط ترويجي أو وظيفة ثانوية داخل المؤسسات بل غدت أحد المكونات الأساسية في رسم السياسات الاتصالية وبناء الثقة وتعزيز الروابط بين المؤسسة و جماهيرها بمختلف فئاتهم، ويرجع ذلك إلى الدور الحيوي الذي تلعبه العلاقات العامة في التفاعل الإيجابي مع البيئة المحيطة حيث يعد الإلمام بأساسيات هذا المجال شرطاً ضرورياً لكل من يسعى إلى ممارسته بكفاءة سواء في القطاع العام أو الخاص أو ضمن منظمات المجتمع المدني، إذ إن الفهم الدقيق للمفاهيم الجوهرية والمبادئ الأساسية والأهداف والوظائف المتعددة إلى جانب الإلمام بطبيعة الجمهور ومتطلبات العمل يمكن الممارس من أداء دوره بوعي ومهنية عالية.

وانطلاقاً من هذه الأهمية تهدف هذه المحاضرة إلى تقديم إطار مفاهيمي متكامل أساسيات العلاقات العامة من خلال تناول أبرز عناصره الأساسية التي تعد بمثابة المدخل لفهم هذا الحقل ومركزاً لتطبيقاته في مختلف السياقات التنظيمية.

1- مفهوم العلاقات العامة:

من حيث البناء اللفظي تعني كلمة علاقات عملية الصلة والاتصالات والارتباطات التي تتوفر بين هيئة أو مؤسسة و الجماهير المتعاملة معها، أما كلمة عامة فتعني كل جماعة أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها ومع كل جمهور العاملين أو العملاء أو الموردين أو حملة الأسهم أو الممولين أو الهيئات الحكومية. (شداد، 2016، صفحة 55)

تعرف الجمعية الدولية للعلاقات العامة على أنها "وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة أو الخاصة عن طريقها أن تحقق مع من تتعامل أو يمكن أن تتعامل معهم التفاهم والتأييد والمشاركة، وفي سبيل هذه الغاية على المؤسسة أن تستقصي رأي الجمهور نحوها وان تكيف معه بقدر الإمكان سياستها وتصرفاتها وأن تصل عن طريق تطبيقها لبرامج الإعلام الشامل إلى تعاون فعال يؤدي إلى تحقيق جميع المصالح المشتركة". (عبد العال والسيد، 2023، صفحة 22)

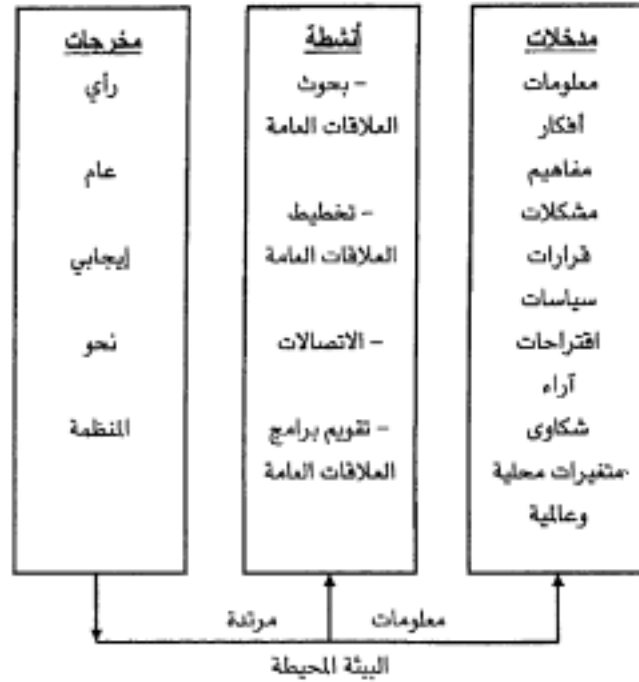
كما تعرف العلاقات العامة بأنها "عبارة عن الاتصالات وفهم العلاقات الإستراتيجية بين المؤسسة والأطراف الداخلية والخارجية، وهي الجهد الدائم والمنتظم التي من خلاله تسعى المؤسسات الخاصة والعامة لإنشاء مفهوم، تعاطف ودعم للدوائر العامة التي يجب أن تتوقع معها الحصول على الاتصال". (الدليمي ع.، 2019، صفحة 95)

العلاقات العامة حسب تعريف "الدكتور ياس خضير وآخرون" هي "نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معا باستخدام العلوم والفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين بهدف كسب الجمهور وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الإقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والإلكترونية، بما يتناسب مع القوانين وخصوصيات المجتمع وفلسفته وأخلاقياته، ورغبات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية ومصالح المؤسسة وتطلعاتها". (عمر، 2013، صفحة 23)

العلاقات العامة هي "فن وعلم اجتماعي يهدف إلى تحليل الاتجاهات والتنبؤ بها ومن ثم تنفيذ البرامج الهادئة إلى خدمة متطلبات كل من المؤسسة وجماعيتها". (Dennis L & al, 1989, p. 25)

يعرف "محمد العزازي" العلاقات العامة بأنها "ذلك الكل المركب من الأجزاء أو الأنشطة والتي ترتبط فيما بينها بعلاقات تأثير متبادل داخل بيئة معينة وفي سبيل تحقيق أهداف محددة وبما يؤدي إلى تحقيق فعالية المنظمة". (العزازي، 1996، صفحة 139)

الشكل رقم 01: يوضح تصميم عملية العلاقات العامة كنظام متكامل



المصدر: محمد العزازي أحمد أبو إدريس. (1996). العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الإدارة. المكتبة العلمية للنشر والتوزيع. ص 140

2- أهمية العلاقات العامة:

تبرز أهمية العلاقات العامة في أن المؤسسات بمختلف أنواعها ونشاطاتها تقدم مجموعة من الخدمات أو تنتج العديد من السلع التي تهدف لإيصالها إلى أيدي المستفيدين والمشتريين والمستثمرين وهي في ذلك ترتبط بالموردين والمنشآت الأخرى التي تتعاون معها وتمدها باحتياجاتها المختلفة، بالإضافة إلى احتياج جمهورها الداخلي الذي يتمثل في الموظفين والعمال إلى من يربطهم بالمنشأة وأهدافها ويحببهم فيها ويزيد من إخلاصهم وولائهم لها وتبدو أهمية العلاقات العامة في أن المنشأة تسعى دائما إلى تنمية هذه الاتصالات وتكوين الآراء حول السلع التي تنتجها المؤسسة، كما تبرز أهميتها في أنها تؤدي وظيفة مهمة وحيوية للإدارة العامة إذ أصبح من واجب الإداريين أن يخبروا الجماهير بسياساتهم ويجسوا نبض الرأي العام قبل هذه السياسات ومن حقهم أيضا أن يردوا على النقد ويبرروا تصرفاتهم التي تشغل الرأي العام. (شداد،

2016، صفحة 62)

لا يقتصر دور العلاقات العامة على التعريف بأنشطة الجهاز بل يمتد لاستقبال المعلومات من الجمهور ليتم العمل من خلال هذه المعلومات على تطوير الجهاز، وكما أن لها دور في تلبية رغبات وحاجات الجمهور الداخلي من نواح مختلفة فان لها دور هام وفعال في خلق صورة ذهنية ايجابية للمؤسسة لدى الجمهور الخارجي. (صبيح، 2012، صفحة 47)

تحدد "يسرا حسني" أهمية العلاقات العامة في العناصر التالية: (حسني، 2014، صفحة 18)

- تزايد تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما تطلب ضرورة تبني جمهورها للخطط التي تصنعها والقرارات التي تتخذها وتمس حياة المواطنين.

- اتساع وزيادة حجم الإنتاج وتعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة هدفها جذب أكبر عدد من المستهلكين مما حدا بمؤسسات الأعمال استخدام كافة الوسائل من ترويج وإعلان وإعلام.

- تعاضم قوة الرأي العام وانتشار الديمقراطية وازدياد ثقافة الجمهور مما تطلب اتصال الدولة ومؤسسات الأعمال بجمهورها، والانتفاع الأمثل من جهود إدارات العلاقات العامة لضمان رعاية مصالح الجمهور وسلامة بيئته والتعرف على مشاكله وآماله وتطلعاته.

- التقدم الذي رافق وسائل الاتصال من أجهزة الكترونية وأقمار صناعية وكذلك التقدم في الطباعة والإخراج مما سهل الوصول للجمهور وذلك الصعوبات التي تواجهها العلاقات العامة سواء أكانت صعوبات مكانية أو زمانية.

- بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها وذلك لدعم بقائها واستمراريتها وتأكيد هويتها.

3- مبادئ العلاقات العامة:

لابد أن ترتكز وظيفة العلاقات العامة على ثلاثة مبادئ رئيسية هي: (عبد العال والسيد، 2023، صفحة 23)

- الاستعلام السليم عن حاجات البيئة وموقفها من المنظمة للوصول إلى مؤشرات دقيقة عن رغبات الجمهور وموقفها من نتائج المنظمة (السلع أو الخدمات أو الأفكار).

- التنسيق الجيد مع إدارة المنظمة والمشاركة في رسم سياساتها الإدارية (خاصة الإنتاجية والتسويقية) وصولاً إلى الحد الأعلى الممكن من إشباع حاجات البيئة.

- الإعلام الصادق عن سياسات المنظمة ونتائجها بما يساعد على تعريف البيئة بإسهاماتها وتوعية جمهورها بأفضل صيغ الانتفاع الجيد من نتائجها.

ويمكن صياغة هذه المبادئ في المعادلة التالية:

العلاقات العامة = الاستعلام السليم + التنسيق الجيد + الإعلام الصادق.

وحسب "عبد الرزاق الدليهي" هناك مجموعة من المبادئ التي تلتزم بها العلاقات العامة في تنفيذ أعمالها وتحديد

إطارها، وفيها يلي أهم هذه المبادئ التي تعتمد عليها الممارسة السليمة للعلاقات العامة: (الدليهي ع.، 2019، صفحة 51)

1- الاستناد إلى أداء حقيقي وانجازات ملموسة.

2- المبادرة والمبادرة.

3- الإعلام الصادق (الابتعاد عن التكتم وإتباع سياسة كشف الحقائق).

4- العلاقات العامة مهمة لجميع العاملين بالمؤسسة.

5- العمل وفقاً لمنهج علمي (البحث، التخطيط، التنفيذ، المتابعة).

6- الرأي العام أساس عمل العلاقات العامة (احترام رأي الفرد وإيمان بقوة الرأي العام).

7- كل الأنشطة تخدم بناء سمعة المؤسسة.

8- العلاقات العامة وظيفة من وظائف الإدارة.

9- العلاقات العامة عملية ديناميكية.

10- المسؤولية الاجتماعية.

11- قيم الفضيلة والأخلاق والجمال غلاف لأنشطة العلاقات العامة.

4- أهداف العلاقات العامة:

تتمثل أهداف العلاقات العامة فيما يلي: (الجبوري، 2001، صفحة 65)

- بناء اسم المنشأة وإصباح هذا الاسم بسمعة وشهرة تلقى استحسان الجماهير التي تتعامل معها المنشأة.
- ضمان توظيف أفضل العناصر البشرية في المنشأة وذلك بضم أكبر الكفاءات التي ترغب في العمل بالمنشأة إذا ما اشتهرت تلك المنشأة وعرفت بالسمعة الجيدة.
- نصيح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي اتجاهات الرأي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة والاستعانة بالمعلومات المرتدة من تلك الجماهير في توقع مستوى نجاح تلك السياسات.
- استخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات وتطبيقها مثل عمل الاستقصاءات وإتباع أسلوب المعاينة لاستطلاع آراء الجمهور وتطبيق بحوث الرأي العام وذلك بغرض المساعدة على تحقيق الأهداف التي حددتها الإدارة.
- الحصول على رضا المجتمع واعتراف الرأي العام وكسب تأييده ومحاولة جعل المنشأة متفهمة لخططها وسياستها وخلق الانطباع المناسب والجيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور.
- مساعدة إدارة البيع على زيادة مبيعات المنشأة وتحسين خدماتها للجمهور ودعم سمعتها.
- مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة أو المنشأة ومساعدتها على تجاوز تلك المواقف بأقل خسارة ممكنة، ويتمثل دور العلاقات العامة في مثل هذه الظروف في التنبؤ المبكر بالأزمات وذلك من خلال التحليل المستمر لاتجاهات الرأي العام ومن ثم معرفة تطور أي أزمة حجمها ومعرفة البدائل المختلفة لحلها وعرضها على إدارة المنشأة.

كما يمكن تلخيص أهداف العلاقات العامة في الآتي: (الجبالي، 2016، الصفحات 87-88)

- تهدف العلاقات العامة إلى توعية الجماهير بالأهداف العامة للدولة وتعليم الجمهور عن السياسة العامة ومسؤوليته في تنفيذها.
- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات طيبة وزيادة فرص التفاهم المتبادل والتوافق والانسجام بين المنظمة والجماهير.
- تسعى العلاقات العامة إلى القيام بالأعمال المتنوعة التي تقوم بها الإدارات الأخرى و مساعدتها فهي تقوم مثلاً بمساعدة إدارة العلاقات الصناعية باجتذاب الممتازين من الموظفين والعمال، وهي تشجع الاتصال بين المستويات العليا في الإدارة والمستويات الدنيا وبالعكس، وهي تساعد إدارة المبيعات في ترويج منتجات ساء المنتجات الحالية أو الجديدة.

- تهدف العلاقات العامة إلى رفع الكفاية الإنتاجية بتوفير العامل المادي والمعنوي وزيادة الفوائد التي تعود على أصحاب الشركة وعمالها ومستهلكي منتجاتها والجماعات التي تعمل فيها وذلك عن طريق وضع برنامج لتحسين المصانع والمنتجات والاستغناء عن الآلات البالية وتنفيذ برنامج لتكريب أحدث أنواع الآلات وكذلك العمل على إنتاج السلع الجديدة في أقرب موعد يتناسب مع الانتهاء من الاختبارات اللازمة وإعادة تنظيم الأعمال المكتتبية وزيادة منافذ التوزيع.

- تهدف العلاقات العامة إلى إقامة علاقات ودية مع المساهمين وهؤلاء ينحصر اهتمامهم في تأمين استثماراتهم والوقوف على أحدث تطورات الإنتاج والمشروعات التوسعية والأسواق الجديدة ومن ثم ينبغي إحاطتهم علما بجميع خطط الشركة ومشروعاتها مع تعليلها وتبيان ما ينظر أن يعود عليهم من منفعة من حيث ضمان أموالهم المستثمرة ومن حيث فائدة كافية لرأس المال.

5- متطلبات العلاقات العامة:

تستند العلاقات العامة في تحقيق أهدافها إلى مجموعة من المتطلبات الأساسية والتي تعتبر بمثابة أركان رئيسية لا غنى عنها وأبرز هذه المتطلبات أربع خطوات مترابطة ومتكاملة، هي: (حسني، 2014، صفحة 67)

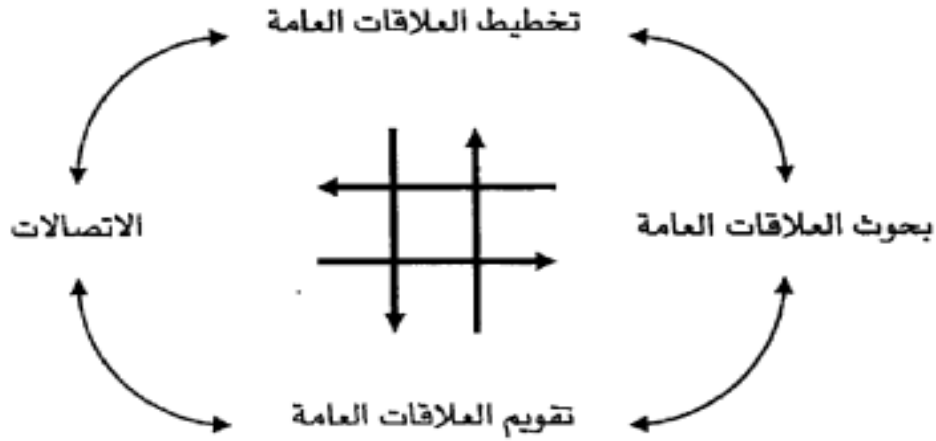
- البحث (Research): يعد الخطوة التمهيديّة لأي نشاط علاقات عامة ناجح حيث يتم من خلاله جمع وتحليل المعلومات حول اتجاهات الجمهور واحتياجاته ومشكلاته إلى جانب دراسة البيئة الداخلية والخارجية للمنظمة، يمكن هذا البحث القائمين على العلاقات العامة من اتخاذ قرارات مبنية على معطيات دقيقة.

- التخطيط (Planning): بعد جمع المعلومات تأتي مرحلة التخطيط التي تتضمن وضع أهداف محددة وصياغة الاستراتيجيات المناسبة للتعامل مع الجمهور وتحقيق أهداف المؤسسة سواء على المدى القصير أو الطويل.

- الاتصال (Communication): وهو جوهر عملية العلاقات العامة إذ يتم عبره نقل الرسائل الإعلامية إلى الجماهير بأساليب مدروسة سواء كانت رسائل مباشرة أو غير مباشرة باستخدام الوسائط المناسبة، ويعتبر الاتصال عملية تفاعلية وليس مجرد نقل معلومات حيث يشمل التفسير والتأثير والاستجابة.

- التقييم (Evaluation): تعد هذه المرحلة أساسية لمعرفة مدى نجاح أنشطة العلاقات العامة في تحقيق أهدافها ويتم فيها تحليل نتائج الاتصال ومردود الخطط الموضوعية مما يسمح بإجراء التعديلات أو التصحيحات اللازمة لتحسين الأداء في المستقبل.

الشكل رقم 02: يوضح متطلبات العلاقات العامة



المصدر: يسرا حسن. (2014). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية (الإصدار الطبعة الأولى). الجيزة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي. ص 67

6- وظائف العلاقات العامة:

يشير "أحمد صبيح" إلى أن هناك وظيفتان أساسيتان للعلاقات العامة هما: البناء (الوقاية) والتصحيح (العلاج): (صبيح، 2012، الصفحات 43-44)

- وظيفة البناء في مجال العلاقات العامة:

تعني وظيفة البناء خلق سمعة طيبة للمنظمة ودعم ثقة الجمهور فيها وكفالة إيمانه واقتناعه برسالة المنظمة وأهدافها وكفاءتها وبرامجها وانجازاتها والمحافظة على علاقات وصلات قوية من خلال ما تقدمه العلاقات العامة من وسائل ايجابية بناءة.

- وظيفة التصحيح في مجال العلاقات العامة:

تهتم هذه الوظيفة بتصحيح الصورة السيئة للمنظمة لدى جماهيرها وهي الصورة التي قد تكونت بسبب سلوكيات غير سليمة أو معلومات خاطئة وهنا تحرص هذه الوظيفة على استعادة ثقة الجمهور للمنظمة، كما تشمل هذه الوظيفة معاونة الإدارة في وضع استجابات بناءة لمختلف القضايا والمشاكل الهامة هذا فضلا عن الرد على ما يواجه المنظمة من انتقادات أو اعتراضات أو دعايات كاذبة أو شائعات مغرضة تزعزع من ثقة الجمهور بالمنظمة و يكون دور العلاقات العامة هنا هو إعداد برنامج مخطط يكفل اتخاذ الوسائل السريعة والفعالة والعمل على توازن المنظمة وإعادة ثقة الجمهور فيها وفي رسالتها ومعالجة المواقف والمشكلات الصعبة التي تواجه المنظمة فور ظهورها والتي يحتمل أن تؤثر على صورة المنظمة لدى جماهيرها.

إذ يشير "روبينسون" أيضا إلى العديد من الوظائف، هي كالآتي: (Robinson, 1966, p. 39)

- 1- قياس وتقويم وتفسير اتجاهات الجماهير التي لها صلة بالمنظمة.
- 2- مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها، وقبول هذه الجماهير للمنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين فيها.
- 3- تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف مصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها.

4- تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية إلى كسب رضا الجماهير

كما صنف مجموعة من الباحثين في مجال الاتصال وظائف العلاقات العامة كما يلي: (عمر، 2013، الصفحات

(28-27)

- وظيفة البحث: وتتمثل هذه الوظيفة في كافة الجهود المتعلقة بمعرفة اتجاهات وآراء الجمهور حول ممارسة العلاقات العامة سواء كان فردا أو مؤسسة وتختلف هذه الجهود حيث تستخدم في الممارسة الحديثة للعلاقات العامة كافة السبل المتاحة لقياس ومعرفة آراء الجمهور ورغباته.

- وظيفة التخطيط: وتعد من أهم الوظائف بل هي لأنها معينة وضع التصور المتكامل لأنشطة العلاقات العامة وبرامجها، وتحديد الأهداف المرجوة من تلك البرامج والأنشطة مع اقتراح الأدوات والوسائل لتنفيذها في حدود الإمكانيات المتاحة.

- وظيفة التنسيق: والتي تكمن في مدى قدرة العلاقات العامة على التقريب بين مكونات شبكة العلاقات الخاصة بالمنشأة على المستويين الداخلي والخارجي كذلك تفعيل العلاقة بين مكونات شبكة العلاقات لأجل خدمة أهداف المنشأة.

- وظيفة الإدارة: وتقوم العلاقات العامة فيها بدور الداعم لمختلف الإدارات والأقسام في المؤسسة والمعاون لها على أداء مهامها، وتختلف المهام الإدارية للعلاقات العامة بحسب اختلاف الأدوار لتلك الأقسام والإدارات.

- وظيفة الإنتاج: وهي عملية إعداد وتهيئة المواد والبرامج الإعلامية المختلفة التي يكون هدفها تحسين الصورة الذهنية للجمهور تجاه المؤسسة وقد أتاحت التكنولوجيا الحديثة العديد من المجالات التي تخدم أهداف العلاقات العامة.

7- جمهور العلاقات العامة:

الجمهور اصطلاح فني يقصد به خبراء العلاقات العامة جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة حيث يرتبط أفرادها بروابط معينة، كما يستخدم مصطلح الجمهور في العلاقات العامة من قبل الباحثين للإشارة إلى الجماهير الفعلية أو المحتملة أو المستهدفة من الرسائل الاتصالية، يستخدم أيضا للإشارة إلى قطاع معين من السوق وتعني جماعات ذات خصائص ديموغرافية وثقافية مشتركة تجعلها تستجيب للرسالة بطريقة متشابهة، وقد يشير مصطلح الجمهور إلى الجماعات التي لديها خبرات وقيم ورموز مشتركة وهي التي تسمى المجتمعات الصغيرة، وقد يشير الجمهور أيضا إلى جماعات الناخبين المستهدفين من حملات التسويق السياسي ولتعدد وتنوع الجماهير التي تتعامل معها المنظمة من جماعات فاعلة ونشطة أطلق الباحثون على الجماهير المدعمة للمنظمة أو المساندة مصطلح "الجماهير الأساسية" وهي التي يمكن أن تتأثر بسلوكيات المنظمة وتؤثر فيها. (جفال، 2014، صفحة 45)

لكل مؤسسة من المؤسسات جمهورها الذي تتعامل معه وترتبط به بصورة مباشرة أو غير مباشرة والعلاقات العامة الناجحة تستند إلى شعار أساسي وهو "اعرف جمهورك" إذ أن معرفة الجمهور هي الخطوة الأولى للاتصال الفعال المؤثر به وتوجد مجموعة أساسية من الجماهير تتعامل معها المؤسسة داخليا وخارجيا تتمثل في: (شيبه، 2016، الصفحات 252-253)

- المجتمع المحلي: وتعتمد العلاقة بالمجتمع المحلي على طبيعة المؤسسة وما تقدمه من سلع أو خدمات وتعد سياسة حسن الجوار Good Neighbors Policy أكثر السياسات حكمة كي تتبعها إدارة العلاقات العامة.

- جمهور المؤسسات العامة: ويتمثلون في الأفراد الذين يوجدون في مؤسسات أخرى ويرتبطون بعلاقات خاصة مع المؤسسة وقد لا يكونون أعضاء في مؤسسة معينة بالذات وإنما يقدمون خدماتهم لكل مؤسسة أو مجموعة مؤسسات ويكونون بمثابة ناقلين للصورة الذهنية الجيدة عن المؤسسة.

- الجمهور الداخلي: ويتكون الجمهور الداخلي من كافة العاملين في المؤسسة في المستويات الإدارية المختلفة والعاملين بالأقسام والفروع التي تضمها المؤسسة وتسعى العلاقات العامة إلى تدعيم علاقاتها بالجمهور الداخلي كخطوة أساسية للانطلاق إلى علاقات جيدة مع الجمهور الخارجي.

- الجمهور الخارجي: ويشمل جميع الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج ويرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر وينقسم الجمهور الخارجي إلى جمهور نوعي باختلاف علاقاته بالمؤسسة.

- الجماهير النوعية (الداخلية والخارجية): هي عبارة عن جماعات من الأفراد لها مصلحة أو مصالح واحدة وتميزها المهن والمهارات التي تملكها أوجه النظر التي تجمع أفرادها في بعض الأمور أو القضايا الخاصة أو النشاطات التي تمارسها وتؤثر تلك الجماهير النوعية في الرأي العام فيما يخص بالموضوعات والأمور محور اهتمامها.

8- إدارة العلاقات العامة:

تعتبر إدارة العلاقات العامة من الركائز الأساسية في البنية التنظيمية المعاصرة للمؤسسات لما لها من دور محوري في تعزيز التواصل الفعال وبناء علاقات قوية مع مختلف الفئات التي تتفاعل معها المؤسسة سواء على الصعيد الداخلي مثل الموظفين والإدارات أو على المستوى الخارجي كوسائل الإعلام والعملاء والجمهور العام، وتعنى هذه الإدارة بتنظيم مجموعة من الأنشطة الاتصالية المخطط لها بعناية بحيث تهدف إلى تحقيق نوع من التوافق والتفاهم المشترك بين المؤسسة وبيناتها المختلفة وهو ما يساهم في تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة في أذهان الجمهور وهي صورة تتسم بالثقة والمصداقية. (الزعيبي والسميعات، 2019، صفحة 07)

خلاصة

يتضح من خلال التناول النظري لأساسيات العلاقات العامة أن هذا المجال لم يعد مجرد وظيفة تكميلية داخل المؤسسات بل أصبح عنصراً جوهرياً في بناء استراتيجيات الاتصال، فالعلاقات العامة بما تستند إليه من مبادئ وأهداف وأساليب مهنية تمثل وسيلة فعالة لتعزيز التفاعل الإيجابي بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة في تحقيق استقرارها وتوسيع دائرة تأثيرها المجتمعي.

إن الفهم العميق لمتطلبات هذه الممارسة والوعي بخصائص الجمهور المستهدف يشكلان مرتكزا ضروريا لكل من يسعى إلى توظيف العلاقات العامة بشكل احترافي ومؤثر، وبهذا المعنى فإن الإلمام بأساسيات هذا المجال لا يقتصر على الجانب المعرفي فقط بل يتطلب أيضا استعدادا عمليا للتفاعل مع متغيرات البيئة الإعلامية والتواصلية بما يضمن استمرارية العلاقة بين المؤسسة ومحيطها ضمن إطار من المسؤولية والمصداقية.

المحاضرة الثانية: تنظيم وإدارة العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم التنظيم في العلاقات العامة.
- 2- متطلبات تنظيم إدارة العلاقات العامة.
- 3- العوامل المؤثرة في التنظيم.
- 4- مكانة إدارة العلاقات العامة.
- 5- الاعتبارات المحددة لمكانة إدارة العلاقات العامة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

كيف يؤثر كل من مفهوم التنظيم ومتطلبات إدارته والعوامل المحيطة به في تحديد مكانة إدارة العلاقات العامة داخل المؤسسة مع الإشارة إلى أهم الاعتبارات التي يجب مراعاتها لترسيخ هذه المكانة ضمن الهيكل التنظيمي؟

تمهيد:

تعد العلاقات العامة من الوظائف الحيوية داخل المؤسسات المعاصرة لما تؤديه من دور محوري في بناء جسور التواصل والتفاعل مع الجمهور الداخلي والخارجي. ويزداد هذا الدور أهمية عندما يمارس ضمن إطار تنظيمي واضح وإدارة فعالة قادرة على تنسيق الجهود وتوجيهها نحو تحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة حيث لم يعد من الممكن تصور فعالية العلاقات العامة بمعزل عن التنظيم والإدارة الواعية لهذا النشاط الحيوي إذ لم تعد العلاقات العامة وظيفة اتصالية عفوية أو هامشية بل غدت عنصراً استراتيجياً يتطلب تخطيطاً دقيقاً وهيكلة واضحة وإدارة فعالة تتكامل مع باقي أنشطة المؤسسة.

ويعد التنظيم والإدارة من المقومات الأساسية التي تضمن نجاح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها سواء من خلال تحديد موقعها ضمن الهيكل التنظيمي أو عبر توزيع الأدوار وتنسيق الجهود داخل الفريق الاتصالي، كما ترتبط فاعلية العلاقات العامة بقدررة الإدارة على اتخاذ قرارات اتصالية مدروسة وتوجيه الموارد بما يخدم بناء الصورة الذهنية للمؤسسة وتعزيز علاقاتها مع مختلف الفئات المستهدفة.

1- مفهوم التنظيم في العلاقات العامة:

يقصد بالتنظيم بأنه "حصر الأنشطة اللازمة لإنجاز الخطة وتقسيمها إلى اختصاصات للأفراد والأقسام والإدارات وتحديد وتوزيع سلطة كل منها بما يتكافأ مع مسؤولياتها ووضع إطار رسمي لعلاقات العمل بينها بغرض تمكين الأفراد من العمل في انسجام وتعاون بما يحقق الأهداف المطلوبة بأعلى كفاءة ممكنة". (أيوب وآخرون، 2016، صفحة 217)

يرى جيمس موني أن التنظيم هو "الطريقة التي يتم بموجبها التعاون الإنساني من أجل تحقيق هدف مشترك". (الصيرفي، 2005، صفحة 75)

كما يرى كونتر واوذنيل بأن التنظيم هو "إقامة السلطة مع إيجاد تنسيق هيكلي رأسي وأفقي بين المناصب التي أسندت إليها الواجبات المتخصصة اللازمة لتحقيق أهداف المشروع". (الصيرفي، 2005، صفحة 76)

كما يكمن القول بأن التنظيم لا يعتبر هدفاً في حد ذاته وإنما يعتبر وسيلة لتحقيق أهداف المنشأة أو المنظمة ولذلك نجد أن عدد المختصين في كل قسم من إدارة العلاقات العامة يتناسب بالضرورة مع حجم المنشأة فقد يقوم بجميع أعمال العلاقات العامة واحد أو عدد محدود من أفراد منشأة صغيرة. (أيوب وآخرون، 2016، صفحة 217)

2- متطلبات تنظيم إدارة العلاقات العامة:

إن أي تنظيم لإدارة العلاقات العامة مهما كانت تسميتها إدارة أو قسم أو جهاز أو غير ذلك، يجب أن يراعي ما يلي: (محب، 2024، صفحة 66)

- العلاقات العامة جهاز يتبع الإدارة العليا في المؤسسة.
- العلاقات العامة نشاط اتصالي يجب أن تسمح له مرونة التنظيم بالحركة والاتصال المباشر بجمهورها الداخلي والخارجي.

- إن طبيعة أنشطتها الاتصالية مختلفة وتحتاج إلى مهارات متعددة والى كوادر ماهرة في الاتصال والعلاقات الإنسانية لتنفيذه.

- طبيعة أنشطتها في التنبؤ والتخطيط والتعرف على طبيعة الجمهور وسمعة الشركة و صورتها، تحتاج إلى قسم للبحوث والتخطيط.

3- العوامل المؤثرة في التنظيم:

هناك عوامل مؤثرة في المستوى والشكل التنظيمي المناسب للعلاقات العامة يختلف من منظمة إلى أخرى، ويمكن القول بأنها نفسها التي تحدد بناءا عليها أهداف المؤسسة أو تنطلق منها أهمها: (العدوي، 2011، الصفحات 192-193)

- حجم المنظمة: تختلف المنظمات في أحجامها ونوع جمهورها وهذان الأمران يؤثران في المكان الذي يجب أن توضع فيه دائرة العلاقات العامة حسب أهميتها بالنسبة لهذه المنظمة مدى تأثيرها فيها، حيث يقاس حجم المنظمة بعدد العلاقات التي تعيشها المنظمة في علاقاتها الداخلية والخارجية على اعتبار أن اتساع هذه العلاقات يمثل دليلا على حيوية المنظمة ومدى توسعها.

- طبيعة الإدارة العليا للمنظمة ومدى تقديرها لدور العلاقات العامة: مما لا شك فيه أنه كلما كانت الإدارة العامة متفتحة وناضجة لابد من قيامها بتقدير دور العلاقات العامة وإعطائها دورا بارزا في هيكلية المنظمة حيث يؤثر مدى اقتناع الإدارة بدور العلاقات العامة على قدرتها على مساعدتها في القيام بأدوارها المختلفة وفي مقدمة هذه الأدوار وضع السياسات الخاصة بإدارة المنظمة والمرتبطة باتجاهات الرأي العام وبفئات جمهور المنظمة من أجل الحصول على تأييدهم لسياسة وأهداف المنظمة.

- طبيعة نشاط المنظمة ومدى ارتباطه بالجمهور: إن نشاط العلاقات العامة في أي منظمة يرتبط ارتباطا وثيقا بمنتجات هذه المنظمة ونوعية جمهورها الذي يطلب هذه المنتجات.

- حجم ونوعية الجمهور: إن نوع الجمهور الذي يتعامل مع المنظمة وحجمه من الأمور المهمة التي تحدد اختيار الشكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة فكلما زاد عدد الناس الذين نريد أن نوصل إليهم رسالة العلاقات العامة كلما تطلب قيام إدارة قوية وفاعلة، وكلما زاد عدد الجماهير المرتبطة بالمنظمة كلما صار من المتوقع أن تتسع وظيفة العلاقات العامة وتتنوع أقسامها بما يتفق مع رسالتها وأهدافها في التعامل مع الجمهور بمختلف فئاته كذلك كلما كانت نوعية الجمهور متميزة وعالية كلما تطلب منا زيادة الاهتمام بدور العلاقات العامة.

- حجم العلاقات العامة وأهدافها: كلما كبر حجم دائرة العلاقات العامة وزادت أهدافها لابد وأن تعطيها المنظمة أهمية أكبر لأن الأهداف الكبيرة والحجم الكبير من العمل يتطلب أن يكون هناك كادر يناسب هذا العبء من حيث الكم والكيف.

- مدى توفر الموارد والإمكانيات المالية للمنظمة: إن قوة المركز المالي لأي منظمة يحدد مكان وشكل العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي فالمنظمة التي تعاني من أزمة مالية لا تستطيع إقامة برامج علاقات عامة كبيرة ومزدهرة عكس المنظمات الغنية التي تستطيع أن تقيم علاقات غنية وواسعة أي تنعكس على وظيفة العلاقات العامة داخل المنظمة وتغز مكناتها، فالعلاقات العامة عادة ما تكون أول ضحايا الاهتزاز المالي للمنظمة.

كما يحدد الدكتور محمد محب عبد الحميد العوامل المؤثرة في تنظيم إدارة العلاقات العامة في العناصر الآتية:

(محب، 2024، صفحة 67)

- حجم المؤسسة أو الهيئة.
- حجم ميزانية العلاقات العامة.
- نظرة الإدارة العليا إلى إدارة العلاقات العامة.
- خلفية مدير العلاقات العامة.
- 4- مكانة إدارة العلاقات العامة:

تعتبر مكانة إدارة العلاقات العامة في المؤسسة مؤشرا على مدى اهتمام المؤسسة بالعلاقات العامة ومدى ما تتيحه لها من تسهيلات وإمكانات وفي المؤسسات التي تحتل فيها إدارة العلاقات العامة مكانة متساوية لباقي الإدارات الأخرى نجد أن لها دورا فعالا في اتخاذ القرارات العليا وطالما أن الهدف الأساسي لأعمال العلاقات العامة هو مساعدة الإدارة العليا على وضع السياسات المختلفة للمؤسسة إزاء فئات الجمهور المختلفة للحفاظ على الثقة والتأييد فان أعمال العلاقات العامة لا بد وأن توضع في التنظيم العام للمؤسسة على مقربة من الإدارة العليا وتحت إشرافها المباشر بحيث يكون المسئولين عن العلاقات العامة نفس المستوى الإداري لمديري الأقسام الإدارية المختلفة، وتحتل العلاقات العامة في المجتمعات المتقدمة مكانة عليا بحيث تكاد تكون أهم إدارة في بعض المؤسسات أما بالنسبة للمجتمعات النامية فإنها تتخذ حلا وسطا فتنشئ بها إدارة متوسطة الحجم وربما ترفع توصياتها إلى الإدارة العليا قد يؤخذ بها أو لا يؤخذ، وفي بعض المؤسسات تكون إدارة العلاقات العامة صغيرة الحجم وغالبا ما يأتي جهدها ضعيفا قاصرا بلا فعالية. (الصحن، 1993، صفحة 58)

لا يمكن أن تقوم العلاقات العامة بوظيفتها كما ينبغي إلا إذا أخذت المكانة التي تسمح لها بدراسة العوامل التي تؤثر في الجمهور وتحلل اتجاهاته الفكرية والنفسية والنفاذ إلى عقل هذا الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وبالعامل كمستشار شخصي لأعضاء مجلس الإدارة ولجميع الأفراد في المستويات الإدارية العليا وقد أجمع الباحثون على أن المكان الطبيعي لجهاز العلاقات العامة هو بجانب رئاسة المنشأة على مقربة من رئيس مجلس الإدارة أو نائب رئيس مجلس الإدارة حسبما يتراءى لإدارة المنظمة أو المنشأة ذلك أن اتصال العلاقات العامة مباشرة بالإدارة العليا من الأمور الحيوية والضرورية للنجاح في أعمالها، كما أن مدير العلاقات العامة لا يمكن بل ولا يستطيع أداء واجبه كما ينبغي ما لم يشغل منصبا يوازي مديري الإدارات الكبرى وإلا تعذر عليه المشاركة في رسم السياسات العامة لمنظمة. (أيوب وآخرون، 2016، صفحة 221)

5- الاعتبارات المحددة لمكانة إدارة العلاقات العامة:

هناك ثلاثة اعتبارات تحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة. تتمثل في: (البادي،

1978، صفحة 09)

تحدد مكانة إدارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لأي مؤسسة بمجموعة من الاعتبارات الجوهرية التي تبرز طبيعتها كوظيفة إستراتيجية ذات امتدادات تأثيرية داخلية وخارجية، وقد أشار "البادي محمد" إلى ثلاثة اعتبارات رئيسية

تعد أساساً لتحديد موقع هذه الإدارة داخل البناء التنظيمي وتؤكد على أهمية منحها مكانة متقدمة في الهيكل الإداري و التي تتمثل في: (البادي، 1978، صفحة 09)

- تعد إدارة العلاقات العامة جهة متخصصة في إدارة الاتصال المؤسسي وتتحمل مسؤولية دعم الإدارات الأخرى في تعاملها مع مختلف جماهير المؤسسة سواء الداخلية منها كالعاملين والموظفين أو الخارجية كوسائل الإعلام والعملاء والمجتمع العام، ويأتي هذا الدور من إيمان راسخ بأن العلاقات العامة تمارس تأثيراً مباشراً على مواقف الجماهير واتجاهاتها وتسهم في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة بشكل إيجابي أو سلبي حسب أدائها.

- تتولى إدارة العلاقات العامة وظيفة رقابية غير مباشرة على أنشطة الإدارات الأخرى ليس من باب التدخل في عملها التنفيذي وإنما من منطلق الحرص على عدم ارتكاب ما من شأنه أن يضعف التأثير الاتصالي المرجو أو أن يضر بالصورة العامة للمؤسسة، فهناك علاقة تكاملية تفرض على كل إدارة أن تتناغم في أدائها مع متطلبات العلاقات العامة لتفادي التضارب في الرسائل أو السلوكيات التي قد تفهم سلباً من طرف الجمهور.

- تشكل التقارير التي ترفعها إدارة العلاقات العامة بشأن توجهات الجمهور ومواقفه وانطباعاته مرجعاً أساسياً للإدارة العليا في المؤسسة إذ تسهم في رسم السياسات العامة واتخاذ القرارات المناسبة في ضوء معطيات الواقع الاجتماعي والتواصلي، فهذه التقارير تمكن الإدارة العليا من تعديل استراتيجياتها أو تطوير ألياتها بما يضمن التوفيق بين مصالح المؤسسة واحتياجات جمهورها النوعي وبما يخدم التوازن بين الأهداف التنظيمية والمسؤولية المجتمعية.

وانطلاقاً من هذه الاعتبارات مجتمعة يتضح أن من الضروري أن تتبوأ إدارة العلاقات العامة موقعاً متقدماً داخل الهيكل الإداري بحيث تكون على صلة مباشرة بأعلى سلطة إدارية في المؤسسة وذلك لضمان استقلالية القرار الاتصالي وتعزيز فعاليتها في صياغة توجهات المؤسسة وصورتها العامة، فكلما اقتربت العلاقات العامة من مركز اتخاذ القرار ازدادت قدرتها على التأثير والمساهمة في رسم السياسات الاتصالية والتنظيمية بفعالية واحتراف.

خلاصة

يمثل تنظيم وإدارة العلاقات العامة أحد الركائز الأساسية لنجاح الوظيفة الاتصالية داخل المؤسسات إذ يسهم في تحقيق الانسجام بين الأهداف الإستراتيجية والتنفيذ العملي للأنشطة الإعلامية والتواصلية وتكمن فعالية هذا المجال في اعتماده على أسس تنظيمية واضحة وهيكلية إدارية متناسقة وكفاءات بشرية قادرة على التفاعل مع متغيرات البيئة الداخلية والخارجية، وعليه لا تقاس جودة العلاقات العامة فقط من خلال الرسائل التي تقدمها أو الوسائل التي تعتمدها بل من خلال مدى قدرتها على الاندماج ضمن منظومة مؤسسية شاملة تقوم على التخطيط والتنفيذ المحكم والتنسيق الفعال والتقويم المستمر، وبهذا التوجه تصبح إدارة العلاقات العامة عنصراً فاعلاً في دعم استقرار المؤسسة وتحقيق تواصل فعال مع مختلف فئات الجمهور مما يعزز مكانتها ويسهم في تحقيق أهدافها على المدى البعيد.

المحاضرة الثالثة: عناصر التنظيم في العلاقات العامة

تمهيد.

- 1- مبادئ التنظيم في العلاقات العامة.
- 2- أهداف التنظيم في العلاقات العامة.
- 3- عناصر التنظيم في العلاقات العامة.
- 4- أساليب التنظيم في العلاقات العامة.
- 5- أدوات التنظيم في العلاقات العامة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

اذكر أهداف التنظيم في العلاقات العامة وبين كيف يمكن تطبيقها عمليا داخل إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة موضحا الأثر الذي تتركه في تحسين كفاءة الأداء الاتصالي؟

تمهيد

تلعب عناصر التنظيم في العلاقات العامة دوراً محورياً في بناء جهاز فعال قادر على تحقيق أهداف المؤسسة الاتصالية إذ لا يمكن لأي إدارة علاقات عامة أن تنجح دون توافر عناصر تنظيمية واضحة تحدد طبيعة عملها وهيكلها ومهامها وتشمل هذه العناصر عدداً من المكونات الأساسية لا تعد مجرد جوانب إدارية بل تشكل الأساس العملي الذي ينظم الأداء ويوجه الجهود نحو التفاعل الإيجابي مع جماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، ومن خلال فهم هذه العناصر يصبح من الممكن تحقيق الانسجام بين وظائف العلاقات العامة وباقي إدارات المؤسسة وضمان الاتساق في الرسائل والصورة الذهنية للمؤسسة.

1- مبادئ التنظيم في العلاقات العامة:

- تبنى عملية التنظيم الإداري على مجموعة من المبادئ الأساسية التي ينبغي الالتزام بها لضمان فاعلية الأداء التنظيمي وتحقيق الانسجام الداخلي، ومن أبرز هذه المبادئ ما يلي: (شعبان، 2008، الصفحات 83 - 84)
- ❖ يجب تحديد وتوزيع السلطات والمسؤوليات بوضوح بين الرؤساء والمرؤوسين مع التأكيد على ضرورة وعي جميع الأطراف بأبعاد تلك الصلاحيات وحدودها.
 - ❖ يتعين أن تتناسب السلطة الممنوحة مع حجم المسؤولية المفروضة فلا يجوز منح سلطة دون مسؤولية ولا تحميل فرد مسؤولية دون تمكينه من السلطة المناسبة لأدائها.
 - ❖ ينبغي توزيع الموارد البشرية والمادية بشكل عادل بين الأقسام والإدارات بما يحقق التوازن التنظيمي ويدعم الكفاءة الإنتاجية.
 - ❖ يتطلب التنظيم الفعال تعيين قيادات إدارية رشيدة تتصف بالحكمة والكفاءة لقيادة الوحدات التنظيمية المختلفة.
 - ❖ يعد من غير المقبول انتقاد الرؤساء أمام مرؤوسهم لما لذلك من أثر سلبي على الهيبة الوظيفية والنظام التنظيمي.
 - ❖ يجب أن يتلقى الموظف توجيهاته من رئيس مباشر واحد فقط تفادياً لتضارب التعليمات وضماناً لوحدة القيادة.
 - ❖ من الضروري الالتزام بالتسلسل الإداري في إصدار الأوامر دون تجاوز الرؤساء المباشرين في توجيه التعليمات إلى المرؤوسين.
 - ❖ يجب أن يكون الرئيس المباشر على علم وموافقة مسبقة على أي حوافز أو جزاءات تقرر في حق المرؤوسين.
 - ❖ ينبغي عدم إهمال العلاقات البسيطة بين الرؤساء والعمل على حلها بسرعة تجنباً لتطورها وتعطيل سير العمل.
 - ❖ يفضل تشجيع بيئة عمل قائمة على الاحترام والتعاون والابتعاد عن النقد الشخصي بين الموظفين.
 - ❖ يجب أن يسود مبدأ وحدة القيادة وتوحيد الأهداف لجميع قطاعات المنظمة لضمان التوجه الجماعي نحو تحقيق الرسالة المؤسسية.

- ❖ من المهم إرساء نظام عادل للحوافز والجزاءات بما يحقق الانضباط ويعزز الأداء الإيجابي.
- ❖ يتعين تحقيق الانسيابية في العمل عبر التنسيق المستمر بين الإدارات والأقسام لضمان تكامل الجهود التنظيمية.
- ❖ يجب أن يتسم التنظيم بالمرونة الكافية التي تتيح له التكيف مع المتغيرات وتبني التعديلات المستمرة بناء على نتائج التقييم والدراسات الدورية.
- ❖ تشكل هذه المبادئ الإطار المرجعي الذي يضمن ضبط العلاقات التنظيمية وتحقيق فاعلية الأداء الإداري ضمن بيئة عمل منظمة ومنسقة.

2- أهداف التنظيم في العلاقات العامة:

يحقق التنظيم الجيد في العلاقات العامة الأهداف والمزايا التالية: (محمودي، 2022، صفحة 132)

- تحديد خطوط السلطة: إن إعطاء الأوامر والصلاحيات للمنطقة الصحيحة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة هي جوهر السلطة، والسلطة متأصلة في الأشخاص والمناصب فلا يمكن تصورها كجزء من المسؤولية، كما أن وحدة مصدر الأوامر تساهم في تقليل الاضطرابات الوظيفية أو التداخل في العمل.
- تجنب الصراع التنظيمي: يمكن تعريف الصراع من وجهة نظر إدارية بأنه "إرباك للعمل أو تعطيل له ولوسائل اتخاذ صفة مميزة للسلوك الإداري في كثير من التنظيمات"، ومن الأمثلة عن ذلك العلاقات بين الجهات صاحبة الحق في اتخاذ القرارات وبين أعضاء الهيئة الاستشارية، فهذه التناقضات يمكن أن تبدأ وتتطور لتكون صحية وتتمخض عن التعرف إلى الآراء والاتجاهات المختلفة والاستفادة منها ايجابيا بدل من أن تنفجر وتقضي على الهدف الذي من أجله قامت المؤسسة.
- تحقيق التنسيق الجيد: ويكون ذلك بين الوحدات الإدارية التي تتكون منها إدارة العلاقات العامة وبين الموظفين العاملين فيها، بحيث يعمل جميع الموظفين كفريق عمل واحد وليس كمجموعة أو كوحدات منفصلة عن بعضها البعض.
- تحقيق رقابة إدارية فعالة: وذلك بمراجعة المهام والتحقق من تنفيذ أنشطة العلاقات العامة ومقارنتها بما يجب تنفيذه واتخاذ اللازم في حالة اختلاف مسار الاثنين، كما أن الرقابة تساهم في التسيير الجيد لبقيّة وظائف العلاقات العامة ولا تقتصر فقط على الشؤون الإدارية.
- توفير بيئة عمل مناسبة في إدارة العلاقات العامة: إن البيئة الجيدة والملائمة لتحقيق أهداف المنظمة وبناء سمعة جيدة عنها من خلال مؤشرات الصورة الذهنية الحسنة عنها ينمو فيها التعاون الاختياري بين الوحدات الإدارية وبين الموظفين العاملين فيه.

كما تتجسد الأهداف الأساسية لعملية التنظيم ضمن ميدان العلاقات العامة في النقاط الآتية: (امام، 1996،

صفحة 59)

- يسعى التنظيم إلى تجنب الهدر في الوقت والموارد من خلال اعتماد أقصر السبل لتحقيق الأهداف مع تقليل التكاليف إلى الحد الأدنى الممكن.
- يهدف التنظيم إلى تنمية روح التعاون بين العاملين وتوحيد جهودهم في إطار هدف مشترك يعزز الانسجام ويزيد من فعالية الأداء الجماعي.

- يركز التنظيم على جمع المهام والمسؤوليات المتقاربة في طبيعتها ضمن إدارة واحدة متكاملة مما يسهل التنسيق بين وحداتها ويؤدي إلى أداء أكثر دقة وكفاءة مع تقليل الجهد والتكاليف.

تبرز هذه الأهداف أهمية التنظيم كركيزة لضمان الفاعلية والانسجام الداخلي في نشاط العلاقات العامة داخل المؤسسات.

3- عناصر التنظيم في العلاقات العامة:

تتطلب عملية التنظيم توافر مجموعة من العناصر الأساسية لضمان فعاليتها وتحقيق الأهداف المنشودة وتمثل هذه العناصر فيما يلي: (شعبان، 2008، الصفحات 81 - 82)

- المهمة: تشير إلى الأعمال أو الأنشطة أو الواجبات التي يقوم بها التنظيم سعياً لتحقيق الأهداف المحددة وهي تشكل جوهر النشاط التنظيمي.

- الإمكانيات: وتعني الموارد المتاحة للتنظيم سواء كانت مادية كالمال والمعدات أو غير مادية كالمعلومات والمعارف التي يستند إليها في أداء المهام بكفاءة.

- السياسات: وهي مجموعة القواعد والتوجيهات والضوابط المتفق عليها والتي يجب على العاملين الالتزام بها أثناء تنفيذ أعمالهم بما يسهم في تحقيق الانضباط وتوحيد الإجراءات داخل التنظيم.

- النظم والإجراءات: تمثل الخطوات أو المراحل المحددة التي يتبعها في أداء الأعمال وهي مرتبة بشكل منطقي يبدأ من نقطة انطلاق محددة وينتهي بإنتاج الخدمة أو السلعة المطلوبة، وتعرف أيضاً بما يصطلح عليه بـ"الروتين التنظيمي".

- الهيكل التنظيمي: يتمثل في توزيع الأعمال والمهام على الوظائف المختلفة وتحديد مواقع الأفراد داخل هذا الترتيب إلى جانب توضيح خطوط السلطة والمسؤولية وانسياب العلاقات الوظيفية داخل التنظيم.

- الأفراد: وهم العنصر البشري القائم على تنفيذ الأعمال باختلاف مستوياتهم من حيث التأهيل العلمي والخبرة والسلطة والمسؤولية، ويعد هذا العنصر من أكثر مكونات التنظيم أهمية وتأثيراً باعتباره القوة المحركة والمحورية لأي تنظيم إداري.

تجدر الإشارة إلى أن كل عنصر من هذه العناصر يسهم بشكل متكامل في نجاح عملية التنظيم غير أن الأفراد يظلون العنصر الأكثر حساسية وخطورة في السياق التنظيمي لكونهم المحرك الأساسي لكافة العمليات الإدارية.

4- أساليب التنظيم في العلاقات العامة:

تتمثل أساليب التنظيم في العلاقات العامة فيما يلي: (أيوب وآخرون، 2016، الصفحات 222-223)

- التنظيم الاتصالي: وهو مبني على أساس الاتصالات والعلاقات بفئات الجمهور المختلفة حيث يختلف كل جمهور اختلافاً تاماً عن النوع الثاني مثل العلاقات الداخلية، قسم المنظمات الدولية، علاقة الصحافة، علاقات الحرفيين، وعلاقات المزارعين... الخ.

- التنظيم الوظيفي: وهو مبني على تقسيم أنشطة العلاقات حسب أنواعها، فأعمال الصحافة والإذاعة في وحدة إدارية والبحوث في وحدة إدارية أخرى والخدمات العامة في وحدة ثالثة والإنتاج في وحدة أخرى وهكذا، ومن مزايا هذا التقسيم التخصص في المعرفة والخبرة والإشراف الكامل على كل نوع من العمليات.

- التنظيم الوظيفي الاتصالي: وهو الذي يجمع بين الأسلوبين الاتصالي والوظيفي حيث يوزع العمل على أقسام تختص بالوظائف وأقسام أخرى تتفرع وتتعدد حسب فئات الجمهور والأجهزة.

الشكل رقم 03: يوضح التنظيم الوظيفي والاتصالي



المصدر: أنعام حسن أيوب، وآخرون. (2016). العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية. عمان: دار ومكتبة

الحامد للنشر والتوزيع. ص 223

كما توجد مجموعة من الأساليب المتبعة في تنظيم نشاط إدارة العلاقات العامة وهي بإيجاز: (شيبه، 2016،

الصفحات 192-193)

- الأسلوب الاتصالي العام: وتوزع مسئوليات الأقسام وفقا لهذا الأسلوب على أساس وسائل الاتصال التي توجه رسائلها للجمهور العام أو الخاص فيكون هناك قسم للصحافة مهمته صياغة البيانات الصحفية وتوزيعها وعقد المؤتمرات الصحفية وإصدار صحيفة خاصة بالمؤسسة وقسم للإذاعة والتلفزيون، وآخر للإنتاج السينمائي وآخر للندوات وأقسام أخرى لإنتاج المطبوعات والنشرات ويعتمد ذلك الأسلوب على الوسيلة الإعلامية ولذلك يسمى بالأسلوب الإعلامي أو الوظيفي.

- الأسلوب الاتصال النوعي: في هذا الأسلوب يتم توزيع العمل على الأقسام على أسس الجماهير النوعية للمؤسسة حسب طبيعة نشاط المؤسسة وعلاقتها، ويعتمد ذلك الأسلوب في تقسيماته وتوزيع مسئولياته واختصاصاته على علاقات المؤسسة بكل جمهور من جماهيرها النوعية.

- الأسلوب الاتصالي المزدوج: ويعتمد هذا الأسلوب على تخصيص بعض أقسام الإدارة للاتصال بقطاعات الجماهير المؤثرة على المؤسسة بشكل مباشر، بالإضافة إلى بعض الأقسام الإعلامية التي توم بإنتاج مواد الاتصال لخدمة الجمهور العام والنوعي.

- الأسلوب المركزي واللامركزي: قد تتبع بعض المؤسسات الأسلوب المركزي في إدارة العلاقات العامة حيث يتركز جميع العاملين بالإدارة في المقر الرئيسي وعنه تصدر الأنشطة ومنه يتحرك بعض الأخصائيين لممارسة وظيفته في فروع المؤسسة وفقا للخطة الموضوعية، وقد تلجأ بعض المؤسسات إلى الأسلوب اللامركزي بحيث يصبح لكل فرع من فروع

المؤسسة إدارة العلاقات العامة خاصة به تمارس نشاطها من خلاله طبقا لظروفها المتغيرة وفي حدود الإمكانيات المتاحة ويمكن الجمع بين النظامين حتى لا تهمل الإدارات الإقليمية.

5- أدوات التنظيم في العلاقات العامة:

حتى تكتمل عملية التنظيم بصورة فعالة من الناحية العملية لا بد من توظيف مجموعة من الأدوات التي تسهم في دعم وتيسير هذه العملية، ومن أبرز هذه الأدوات ما يلي: (العدوي، 2011، صفحة 189)

✓ الملفات والسجلات: تستخدم لحفظ المعلومات والبيانات بطريقة منظمة بما يضمن سهولة الرجوع إليها عند الحاجة ويساعد في تتبع سير العمل وتوثيقه.

✓ التقارير (الدورية والعادية): تعد أداة أساسية لمتابعة الأداء وتوثيق الأنشطة والإنجازات وتقييم مدى التقدم نحو تحقيق الأهداف التنظيمية.

✓ الخرائط التنظيمية: تستخدم لبيان الهيكل الوظيفي وتسلسل السلطات والعلاقات الإدارية داخل المؤسسة مما يسهم في توضيح الأدوار والمسؤوليات.

✓ أدلة التنظيم: وهي وثائق تحتوي على معلومات إجرائية وتنظيمية تهدف إلى تسهيل عمليات الاتصال الداخلي وتحسين فعالية الأداء.

✓ أدوات الاتصال الكتابي ومواد أخرى مشابهة: تشمل الوسائل التي تسهم في التواصل الرسمي مثل المذكرات والنماذج والنشرات الداخلية وغيرها من الوثائق التي تدعم التواصل الإداري وتنقل التعليمات والمعلومات بدقة ووضوح.

تعد هذه الأدوات بمثابة الوسائل الأساسية التي تعزز من كفاءة العمل التنظيمي وتسهم في بناء بيئة عمل منظمة ومتناسقة.

خلاصة

إن عناصر التنظيم في العلاقات العامة تشكل البنية الأساسية التي يقوم عليها نجاح الجهاز الاتصالي داخل المؤسسة فهي تحدد الإطار العام الذي تنطلق منه الوظائف الاتصالية وتضمن الانسجام بين الأدوار والمهام المختلفة ومن خلال تنظيم دقيق وواضح يصبح من الممكن تحقيق التنسيق والتكامل بين الجهود ومواجهة التحديات بكفاءة وتوجيه الأنشطة الاتصالية بما يخدم أهداف المؤسسة الإستراتيجية، ومن هنا فإن فهم عناصر التنظيم وتطبيقها بفعالية يعد شرطاً أساسياً لتطوير عمل العلاقات العامة وتحقيق تأثير فعلي ومستدام في الجمهور الداخلي والخارجي.

المحور الرابع: عملية الاتصال في العلاقات العامة

تمهيد.

- 1- مفهوم الاتصال الإداري
- 2- أهمية الاتصال الإداري.
- 3- أهداف الاتصال الإداري.
- 4- أشكال الاتصال التنظيمي.
 - 1-4- الاتصالات الرسمية.
 - 2-4- الاتصالات غير الرسمية.
 - 5- اتجاهات الاتصالات الإدارية.
 - 1-5- الاتصال الداخلي.
 - 2-5- الاتصال الخارجي.

خلاصة

سؤال تقويبي:

ناقش كيف يسهم الاتصال الإداري بأشكاله المختلفة في تحقيق أهداف العلاقات العامة داخل المؤسسة مبرزاً أهمية هذا الاتصال في دعم كفاءة العمل الإداري وتعزيز التفاعل بين المستويات التنظيمية؟

تمهيد

تشكل عملية الاتصال العمود الفقري الذي تستند إليه ممارسات العلاقات العامة داخل أي مؤسسة فهي ليست مجرد تبادل معلومات بل هي عملية إستراتيجية تهدف إلى التأثير والإقناع وبناء العلاقات مع الجماهير المستهدفة، وفي سياق العلاقات العامة ينظر إلى الاتصال على أنه أداة لتحقيق الانسجام والتفاهم المتبادل بين المؤسسة وبيئاتها المختلفة من خلال نقل الرسائل المؤسسية بطريقة مدروسة تعكس أهداف المؤسسة وتستجيب لتوقعات الجمهور، وتتسم عملية الاتصال في هذا المجال بخصوصية تميزها عن غيرها إذ تعتمد على التخطيط المسبق وتوظيف الوسائل المناسبة وتحليل الفئات المستهدفة وتوفير تغذية راجعة فعالة تسهم في تحسين الأداء الاتصالي وتعزيز مصداقية المؤسسة، لذا فإن فهم طبيعة الاتصال وعناصره داخل إدارة العلاقات العامة يعد شرطاً أساسياً لتفعيل الدور الاتصالي للمؤسسة بشكل ناجح ومستدام.

1- مفهوم الاتصال الإداري:

يعرف الاتصال الإداري بأنه «عملية تواصل تتم بين الأفراد داخل المؤسسة وتهدف إلى تبادل المعلومات والتعليمات والأفكار بما يضمن تنسيق الجهود وتنظيم العلاقات فيما بينهم وذلك بما يسهم في تنفيذ الأعمال والمهام الموكلة إليهم بكفاءة وفعالية، وفقاً للأنظمة واللوائح المعمول بها داخل كل مؤسسة بما يعزز تحقيق أهدافها العامة».

(مؤتمن وآخرون، 2002، صفحة 25)

الاتصال الإداري هو عملية يتم من خلالها تبادل المعلومات والأفكار والمعاني بين العاملين داخل المنظمة بهدف تحقيق فهم مشترك وتعزيز الثقة بينهم مما يسهم في تكوين وحدة عضوية متماسكة ذات مستوى من التكامل يتيح لهم أداء مهامهم بشكل يسهم في تحقيق أهداف المنظمة. ويتم هذا الاتصال إما عبر القنوات الرسمية أو من خلال الشبكات غير الرسمية داخل التنظيم. (رويم، 2012، صفحة 51)

2- أهمية الاتصال الإداري:

يمكن إيجاز الأهمية التي تنطوي عليها الاتصالات في المنظمة على النحو التالي: (جرادات و الشامي، 2009، صفحة 115)

- الاتصالات نشاط إداري واجتماعي ونفسي داخل المنظمة حيث أنها تسهم في نقل المفاهيم والآراء والأفكار عبر القنوات الرسمية لتوثيق التماسك بين مكونات المنظمة وبالتالي تحقيق أهدافها.
- الاتصال وسيلة أساسية لانجاز الأعمال والمهام والفعاليات المختلفة في المنظمة.
- تعد عملية الاتصال بين الأفراد ضرورية وأساسية في توجيه والتعبير عن السلوك الفردي والجماعي للعاملين في المنظمة.
- الاتصال وسيلة هادفة لضمان التفاعل والتبادل المشترك للأنشطة المختلفة للمنظمة.

- يتم من خلال عملية الاتصال اطلاع الرئيس على نشاط مرؤوسيه لما يستطيع التعرف على مدى تقبلهم لأرائه وأفكاره وصيغ عمله داخل المنظمة، فان الاتصال يمثل وسيلة رقابية وإرشادية لنشاطات الرئيس في مجال توجيه فعاليات المرؤوسين.

- يتم من خلال عملية الاتصال نقل المعلومات والبيانات والإحصاءات والمفاهيم عبر القنوات المختلفة مما يسهم بشكل أو بآخر في اتخاذ القرارات الإدارية، وتحقيق نجاح المنظمة ونموها وتطورها، ومن هنا يتضح عمق الدور الذي يلعبه الاتصال في إطار المنظمة الإنسانية.

3- أهداف الاتصال الإداري:

يعد الاتصال الإداري أحد الركائز الأساسية لنجاح المؤسسات الحديثة حيث لا يقتصر دوره على مجرد تبادل المعلومات بل يمتد ليشمل تعزيز العلاقات الإنسانية وتنمية روح الفريق وترسيخ الثقة والانتماء بين العاملين، فالاهتمام بالبعد الإنساني في التنظيم يعد من أهم عوامل نجاح المؤسسات في حين أن تجاهله قد يؤدي إلى انتشار مشاعر الاستياء والإحباط مما ينعكس سلباً على الأداء العام ويهدد بتحقيق الأهداف المنشودة، وفي هذا الإطار يبرز الاتصال الداخلي كوسيلة فعالة لتحقيق مجموعة من الأهداف الحيوية، نلخصها فيما يلي: (العززي، 2010، الصفحات 16-17)

- تحقيق التنسيق بين التصرفات والأفعال:

يلعب الاتصال الداخلي دوراً محورياً في تحقيق التنسيق بين تصرفات وأفعال العاملين في مختلف أقسام وأجزاء المنظمة، فمن خلال تبادل المعلومات والتوجيهات يتم ضمان انسجام الجهود الفردية وتحويلها إلى عمل جماعي متكامل، أما في حال غياب قنوات الاتصال الفعالة فإن العاملين يعملون كجزر معزولة مما يؤدي إلى ضعف التنسيق، وصعوبة تحقيق الأهداف بدقة وسرعة، إذ أن كل وحدة قد تتحرك في اتجاه مختلف دون وعي بأهداف المؤسسة الكلية.

- المشاركة في المعلومات:

يمثل الاتصال وسيلة رئيسية لتبادل المعلومات داخل المنظمة مما يعزز الوعي الجماعي بأهداف المؤسسة وخططها الإستراتيجية، ويمكن تلخيص دوره في هذا الجانب في النقاط التالية:

- توجيه سلوك الأفراد: من خلال تزويدهم بالمعلومات الضرورية يتم توجيه سلوك العاملين نحو تحقيق الأهداف المرسومة بما يتماشى مع القيم والسياسات التنظيمية.

- تعريف الأفراد بمهامهم وواجباتهم: يساهم الاتصال الواضح في تحديد الأدوار والمسؤوليات مما يقلل من الغموض والازدواجية في أداء المهام.

- إعلام الأفراد بنتائج أداؤهم: يوفر الاتصال فرصة لتعزيز ثقافة التغذية الراجعة (Feedback) حيث يتم تعريف العاملين بنتائج جهودهم مما يحفزهم على تحسين أداؤهم باستمرار.

- دعم عملية اتخاذ القرارات:

تحتاج عملية اتخاذ القرار داخل المؤسسات إلى توفر معلومات دقيقة وكاملة وهنا تبرز أهمية الاتصال الإداري في تزويد القائمين على اتخاذ القرار بالمعطيات اللازمة، فكلما كانت المعلومات متوفرة وشفافة زادت قدرة القادة الإداريين على اتخاذ قرارات رشيدة تساهم في تحقيق الأهداف بأقل قدر من المخاطر.

- التعبير عن المشاعر الوجدانية:

بالإضافة إلى الجوانب العقلانية يخدم الاتصال حاجات العاملين الوجدانية حيث يوفر لهم متنفسا للتعبير عن مشاعرهم تجاه بيئة العمل وزملائهم ورؤسائهم سواء كان ذلك التعبير عن السعادة أو القلق أو الثقة أو الإحباط فإن الاتصال يساهم في تعزيز الصحة النفسية للأفراد ويقلل من التوترات التي قد تؤثر سلبا على جو العمل العام مما يؤدي إلى خلق بيئة عمل أكثر انسجاما ودعما.

4- أشكال الاتصال التنظيمي:

تتضمن فعاليات الاتصال السائدة داخل المنظمة أنواعا متعددة تعكس طبيعة التفاعلات الرسمية وغير الرسمية السائدة فيها وتتمثل فيما يأتي:

4-1- الاتصالات الرسمية:

تقسم الاتصالات الرسمية إلى أربعة أنواع رئيسية هي: (جرادات والشامي، 2009، الصفحات 115-116)

- الاتصالات العمودية: وتنقسم بدورها إلى اتصالات نازلة وصاعدة، فالاتصالات النازلة تتضمن الاتصالات من الرئيس إلى مرؤوسيه حيث يحقق هذا النوع من الاتصال تعريف العاملين بطبيعة العمل وكيفية أدائه، بينما تتضمن الاتصالات الصاعدة نشاطات من المرؤوسين إلى الرئيس وتضم نتائج تنفيذ الخطط وشرح المعوقات والصعوبات في التنفيذ والملاحظات والآراء الصاعدة إلى الرئيس.

- الاتصالات الأفقية والجانبية: تمثل الاتصالات القائمة بين الأفراد والجماعات في المستويات المتقابلة، ويعزز هذا النوع من اتصالات العلاقات الضرورية بين المستويات الإدارية المختلفة وتؤدي الثقة المتبادلة بنجاح المنظمة في تحقيق الأهداف المطلوبة إلى تعزيز هذه الاتصالات.

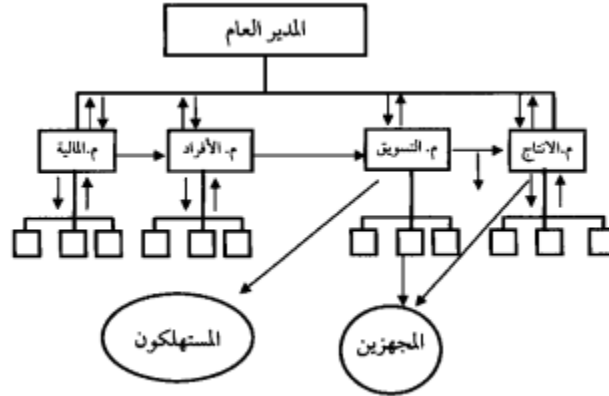
- الاتصالات المتقابلة أو المحورية: تشمل الاتصالات بين المديرين وجماعة العمل في إدارات غير تابعة لهم تنظيميا، ويحقق هذا النوع من الاتصالات التفاعلات الجارية بين مختلف التقسيمات في المنظمة ولا يظهر هذا النوع من الاتصالات عادة في الخرائط التنظيمية وإنما يظهر من خلال الصيغ المتعارف عليها والمألوفة في الاتصالات وخصوصا في المنظمات الكبيرة.

- الاتصالات الخارجية: وتضم الاتصالات الجارية بين المديرين والأطراف الأخرى خارج المنظمة مثل المجهزين والمستهلكين والمستعملين الصناعيين وغيرهم، وتساهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الأداء وتحقيق الفرص المتاحة والاستثمار الأفضل للموارد.

4-2- الاتصالات غير الرسمية:

وهي بمثابة الاتصالات التي تتم بين الأفراد والجماعات وتكون عادة من دون قواعد محدودة وواضحة وتمتاز بسرعتها قياسا بالاتصالات الرسمية. (جرادات والشامي، 2009، صفحة 117)

الشكل رقم 04: يتضمن مختلف أنواع الاتصالات السائدة في المنظمة



المصدر: عبد الناصر أحمد جرادات، ولبنان هاتف الشامى. (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق.

الأردن - عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. ص 117.

5- اتجاهات الاتصالات الإدارية:

تعد عملية الاتصال الإداري شريان الحياة في المنظمات الحديثة حيث تسير هذه العملية في اتجاهين رئيسيين: داخلي وخارجي ولكل منهما دور حيوي في دعم الأهداف التنظيمية وضمان استمرار التفاعل بين مختلف الأطراف المعنية.

1-5- الاتصال الداخلي:

يشير الاتصال الداخلي إلى تدفق المعلومات والأوامر والتعليمات داخل حدود المنظمة، بين فروعها وأقسامها المختلفة. ويتم هذا التدفق في عدة اتجاهات رئيسية:

➤ الاتصالات الهابطة (من أعلى إلى أسفل):

يقصد بها انتقال المعلومات من قمة الهرم الإداري (الإدارة العليا) إلى القواعد التنفيذية الأدنى، وتشمل هذه المعلومات والأوامر، التعليمات، القرارات وتوضيح السياسات والأهداف تهدف هذه الاتصالات إلى توجيه العاملين نحو تحقيق الغايات التنظيمية وضمان فهمهم للخطط والبرامج والسياسات المعتمدة. تعتبر هذه الاتصالات ضرورية لممارسة الإدارة الفعالة فهي توفر الإرشادات اللازمة لتنفيذ الأنشطة وتساهم في بناء جسور الثقة بين الإدارة والمرؤوسين. (دليو، 2003، صفحة 116)

➤ الاتصالات الصاعدة (من أسفل إلى أعلى):

في هذا النمط من الاتصال تتدفق المعلومات من المستويات الدنيا نحو المستويات العليا في الهيكل التنظيمي، يتم التعبير عن هذه الاتصالات عبر التقارير، الشكاوى، المقترحات، الأفكار، المذكرات والأبحاث التي يقدمها العاملون للإدارة العليا، ورغم أن الاتصالات النازلة أكثر شيوعاً إلا أن الاتصالات الصاعدة تحظى بأهمية إستراتيجية إذ تتيح للإدارة التعرف على مشكلات التنفيذ والانحرافات المحتملة وتعزز مبدأ المشاركة

الفعالة للعاملين في تحسين الأداء المؤسسي، وهي تشكل تغذية راجعة ضرورية للإدارة لتقويم استراتيجياتها وخططها التنفيذية. (El-Uteibi, 2005, p. 18)

الاتصالات الأفقية (بين الإدارات على نفس المستوى):

تتمثل هذه الاتصالات في تبادل المعلومات بين الإدارات أو الأقسام المختلفة الواقعة على نفس المستوى الإداري دون الحاجة إلى المرور عبر تسلسل هرمي رسمي، تتيح الاتصالات الأفقية تنسيق الأعمال وتبادل الخبرات وتسريع حل المشكلات المشتركة بما يعزز التعاون ويقلل من الصراعات الإدارية التي قد تنتج عن غموض الأدوار أو التكرار في الجهود، كما أن هذا النوع من الاتصالات يتجاوز العوائق الهرمية التقليدية ويعزز مرونة العمل الجماعي. (الطائي، 2005، صفحة 94)

2-5- الاتصال الخارجي:

يعنى الاتصال الخارجي بالعلاقات التي تنشئها المنظمة مع البيئة المحيطة بها، بما في ذلك: (العززي، 2010، صفحة

(19)

- المنظمات الأخرى.

- العملاء والمستهلكين.

- الوسطاء التجاريين.

- النقابات العمالية والمهنية.

- الجهات الحكومية والهيئات التنظيمية.

ويأخذ الاتصال الخارجي عدة أشكال منها التسويق والعلاقات العامة والتفاوض والشراكات الإستراتيجية، وكلها تهدف إلى تعزيز موقع المنظمة في بيئتها التنافسية وضمان تحقيق أهدافها الاقتصادية والاجتماعية، فالمنظمات المعاصرة لا يمكن أن تعيش في عزلة عن محيطها بل تعتمد على شبكة معقدة من الاتصالات الخارجية للحفاظ على استمراريتها وتطورها. (العززي، 2010، صفحة 20)

خلاصة

في ضوء ما سبق يتضح أن الاتصال يمثل الركيزة الأساسية التي تبنى عليها ممارسات العلاقات العامة فهو الأداة التي تستخدم لنقل الرسائل وتعزيز الانتماء وبناء صورة إيجابية لدى الجمهور وإن نجاح المؤسسة في تحقيق تواصل فعال لا يعتمد فقط على ما تقوله بل على كيفية قولها، ولمن، وفي أي وقت وبأي وسيلة، لذا فإن تطوير عملية الاتصال من حيث التخطيط والدقة واختيار الوسائل المناسبة والتقييم المستمر يعد أمراً حيوياً لرفع كفاءة الأداء الاتصالي

وتعزيز مكانة المؤسسة في محيطها الداخلي والخارجي ومن هنا تبرز أهمية الاستثمار في تطوير مهارات الاتصال داخل إدارة العلاقات العامة كعنصر استراتيجي لا غنى عنه في عصر الإعلام الحديث.

المحاضرة الخامسة: عناصر عملية الاتصال

تمهيد

1- وسائل الاتصال في العلاقات العامة.

1-1- الوسائل المكتوبة.

1-2- الوسائل المسموعة.

1-3- الوسائل المرئية.

1-4- الوسائل المرئية المسموعة

1-5- الوسائل الرقمية.

2- نماذج الاتصال.

3- شبكات الاتصال.

4- خطوات الاتصال الفعال.

5- مقومات الاتصال الفعال.

6- معوقات الاتصال الإداري.

6-1- المعوقات الشخصية.

6-2- المعوقات البيئية.

خلاصة

سؤال تقويمي:

اختر أحد نماذج الاتصال التي تناولناها في المحاضرة وفسر كيف يمكن تطبيقه في مجال العلاقات العامة داخل المؤسسة؟

تمهيد

في جوهر كل تفاعل إنساني تكمن عملية الاتصال كآلية ديناميكية تنظم السلوك وتشكل العلاقات وتعيد رسم ملامح التنظيمات الاجتماعية والإدارية فالإدارة والاتصال ليس فعلا عفويا يتم بمعزل عن نظام بل هو بنية ذات طابع منظم تتكون من مسارات ووسائل تخضع الفكرة لرحلة معقدة من التحويل والتفسير والاستقبال، وتتجلى أهمية الاتصال داخل المؤسسات لا بوصفه أداة لنقل التعليمات فحسب بل بوصفه منظومة تكاملية تشكل البنية التحتية للتنسيق والقيادة وبناء الثقة ومع تزايد التحديات التنظيمية والتقنية أصبحت فعالية الاتصال مرهونة بمدى الوعي بمكوناته وآلياته والمعوقات التي قد تعترضه، ومن هذا المنطلق يصبح فهم الاتصال أمرا يتجاوز النظرة التقنية، ليمس البعد الثقافي والاجتماعي والإداري حيث لا تكتمل كفاءة المؤسسات إلا بإتقان فن الاتصال في أبعاده المتعددة.

1- وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

تعد وسائل الاتصال في مجال العلاقات العامة من الركائز الأساسية التي تستند إليها المؤسسات في تواصلها مع جماهيرها الداخلية والخارجية، ومن ثم يتعين على أخصائي العلاقات العامة الإلمام التام بخصائص هذه الوسائل وأساليبها المتنوعة كي يضمن تحقيق أهدافه بكفاءة، وقد قدم خبراء العلاقات العامة تصنيفات متعددة لهذه الوسائل في دراساتهم لكن التصنيف الأكثر شيوعا يقسمها إلى خمس فئات رئيسية: الوسائل المكتوبة، والوسائل المسموعة، والوسائل المرئية، والوسائل المرئية-المسموعة، بالإضافة إلى الوسائل الرقمية.

1-1- الوسائل المكتوبة:

تعتبر الوسائل المكتوبة أو المطبوعة من أهم قنوات الاتصال في مجال العلاقات العامة لما تحققه من انتشار واسع وقدرة على توثيق الرسائل ومرجعيتها، ويتجلى أهمها في ما يلي: (الأمين، 2016، الصفحات 126-127)

- الصحف: تشكل الصحف إحدى أقوى أدوات الاتصال والإعلام المطبوعة وتتمتع بقاعدة قراء واسعة رغم تطور التكنولوجيا الحديثة، فالصحيفة هي مطبوعة دورية تحمل عنوانا مميزا يكتب فيها مجموعة من الصحفيين المتخصصين وتغطي قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية.

- مجلة المؤسسة: هي مطبوعة تصدر بصورة دورية (شهرية أو فصلية أو سنوية) أو بمناسبة أحداث معينة وتحتوي على مقالات وتقارير متعمقة، تهدف هذه المجلة إلى التواصل مع فئات الجمهور الداخلي والخارجي عبر تزويدهم بمعلومات وتوضيحات تعزز صورة المنظمة ومصداقيتها.

- النشرات: تعتبر النشرات من أكثر وسائل الاتصال الجماهيري شيوعا في العلاقات العامة لسهولة إعدادها وتكلفتها المنخفضة وسرعة توزيعها، فقد تصدر النشرات الداخلية للعاملين أو الخارجية للعملاء والمستفيدين وتقدم في شكل مطويات توزع مجانا وتركز كل نشرة على موضوع واحد يقدم بأسلوب موجز وواضح.

- الكتيبات والمطويات: هي مطبوعات صغيرة الحجم لا تتجاوز عادة خمسين صفحة تتناول موضوعاً أو أكثر بعمق نسبي مثل شرح برنامج جديد أو خدمة مميزة، وتهتم المؤسسات باختيار نوعية الورق والغلاف والتصميم الفني والعناوين لتعكس الصورة الراقية التي ترغب في إبرازها.
- الملصقات: هي عبارة عن لوحات مرئية تصمّم على ورق كبير وتعلق داخل إطارات أو على الجدران في الأماكن العامة، تجمع الملصقات بين الكلمات والصور أو الرسوم البيانية فتوصل الرسالة بسرعة ويسر شأنها في ذلك شأن القدرة على التكرار لما يشاهد الملصق في مواقع متعددة.
- التقرير السنوي: يحتل التقرير السنوي مكانة بارزة في قنوات الاتصال مع المساهمين والشركاء والموردين والعملاء، حيث يضم هذا التقرير معلومات أساسية عن المؤسسة، توجهاتها المستقبلية، منتجاتها الجديدة إضافة إلى بيانات مالية وإنتاجية وتسويقية وغيرها من المعطيات المهمة.
- الفاكس: يعد الفاكس من أسرع وسائل الاتصال المكتوبة استخداماً داخل المنظمات نظراً لقدرتها على نقل المستندات والرسائل في الوقت الحقيقي ما يسهم في تجاوز الحواجز الجغرافية والجدولية وتسريع تبادل المعلومات.
- من خلال تنوع هذه الوسائل المكتوبة يتمكن أخصائي العلاقات العامة من صياغة إستراتيجية اتصال فعالة تضمن إيصال الرسالة بدقة ووضوح إلى مختلف فئات الجمهور.

1-2- الوسائل المسموعة:

- تشكل الوسائل المسموعة جزءاً أساسياً من قنوات الاتصال في العلاقات العامة حيث تعتمد على الصوت لنقل الرسائل بسرعة وتأثير عالٍ في الجمهور، نعرض فيما يلي أبرز هذه الوسائل: (الأمين، 2016، صفحة 128)
- الإذاعة: تعد الإذاعة إحدى أكثر وسائل الاتصال الصوتي انتشاراً لما لها من قدرة كبيرة على التأثير في الرأي العام حيث يفضل الكثيرون متابعة "الصحافة الناطقة" عبر البرامج الإذاعية المتنوعة التي تنقل الأخبار والحوارات والإعلانات بشكل حي وفعال، ويمكن لأخصائي العلاقات العامة الاستفادة من هذه القناة في بث البيانات الرسمية وعقد اللقاءات الإذاعية، وإرسال الرسائل الصوتية المعدة مسبقاً إلى المستمعين.
- الهاتف: يعتبر الاتصال الهاتفي وسيلة شخصية ومباشرة للغاية في مجال العلاقات العامة إذ يتيح تبادل الحديث الصوتي الفوري بين المتحدثين ما يعزز التأثير النفسي مقارنة بالرسائل المكتوبة، كما تمنح المكالمات الهاتفية الفرصة للنقاش الحي وتبادل الآراء بسهولة إذ تتميز بالسرعة والبساطة في الاستخدام، بالإضافة إلى استخدام الهاتف للتواصل الداخلي بين مسؤولي المؤسسة وللتواصل الخارجي مع العملاء والموردين والمستثمرين وغيرهم من أصحاب العلاقة.

1-3- الوسائل المرئية:

- تعنى بعرض المعلومات عبر عناصر بصرية ثابتة تجذب الانتباه وتسهم في ترسيخ الرسالة، ومن أبرزها: (طيار، 2018، صفحة 261)
- المعارض: تعد من أهم قنوات الإعلام المرئي سواء كانت صناعية أو تجارية أو زراعية أو غيرها حيث تستخدم لإبراز نماذج من أعمال وخدمات المؤسسة مدعمة بخرائط ورسوم بيانية إلى جانب عرض عينات من منتجاتها مما يتيح للزائرين الاطلاع المباشر والتفاعل مع ما تقدمه المنظمة.

- التصوير الفوتوغرافي: يعتبر التصوير الفوتوغرافي وسيلة بصرية دقيقة وفعالة لتوثيق الأحداث والمنتجات والعمليات التي يصعب شرحها نصيا حيث تساعد الصورة القوية في توصيل الفكرة بسرعة كما أن أثرها يبقى في ذاكرة المشاهد فترة أطول مقارنة بالنصوص المكتوبة.

- لوحات الإعلانات: تصمم اللوحات الإعلانية لتعلق في مواقع إستراتيجية داخل الشركة أو في الأماكن العامة فتصل إلى الموظفين أو الجمهور بسهولة، كما تستخدم لنشر معلومات مهمة كالمسابقات وجدول الاجتماعات وساعات العمل وافتتاح الأقسام الجديدة بصياغة مختصرة وواضحة بحيث يكون مدير العلاقات العامة أو أحد موظفيه مسئولاً عن تحديث هذه اللوحات وضمان دقة المحتوى المعروض.

4-1- الوسائل المرئية المسموعة:

تعد هذه الفئة من أهم وسائل الاتصال في العلاقات العامة لأنها تجمع بين الصوت والصورة المتحركة لخلق تأثير قوي ودائم على الجمهور، ونستعرض أبرز هذه الوسائل: (طيار، 2018، الصفحات 261-262)

- التلفزيون: يقترن فيه الصوت بالصورة المتحركة في الوقت نفسه ما يمنح الرسالة قدرة أكبر على البقاء في ذاكرة المشاهد والتأثير في مشاعره لفترة أطول مقارنة بوسائل أخرى.

- الأفلام السينمائية: تعرض في صالات السينما أمام جمهور حاضر بتركيز وانتباه فتصل الرسالة بوضوح وعمق إذا أعد الفيلم بعناية فنية ومحتوى مدروس.

- الفيديو: يستخدم لتوثيق الفعاليات مثل تسجيل الحفلات والمناسبات والاجتماعات الرسمية (مجالس الإدارة أو الجمعيات العمومية) واستعراض الآراء ونتائج النقاش مما يعزز الشفافية وينقل الأجواء الحية للمؤسسة.

- الندوات: تجمع القيادات الإدارية والخبراء والجمهور في إطار حوار يهدف إلى مناقشة موضوعات محددة ودراسة قضايا معقدة بغية التوصل إلى توصيات أو قرارات مشتركة.

- المؤتمر الصحفي: هو اجتماع تنظمه المؤسسة لدعوة الصحفيين ووسائل الإعلام لتغطية حدث أو إعلان رسمي، يجب أن تكون إدارة العلاقات العامة جاهزة بالمعلومات والحقائق اللازمة للإجابة على استفسارات الصحفيين بدقة ووضوح.

- الزيارات الميدانية: تنظيم جولات وزيارات للمرافق والأقسام داخل المؤسسة أو إلى مواقع خارجية خاصة بالشركاء والعملاء لزيادة التفاعل والاحتكاك المباشر الذي يساهم في ترسيخ صورة إيجابية وموثوقة عن المنظمة.

- الاحتفالات: هي مناسبات تقيمها المؤسسة بأشكال مختلفة (بنكهة رسمية أو احتفالية) يشارك فيها موظفوها من جميع المستويات وربما ضيوف مختارون من الجمهور الخارجي مثل مناسبات التأسيس أو إطلاق منتجات جديدة أو مناسبات وطنية للاستفادة منها في عرض رؤى الشركة وأهدافها وطموحاتها.

- الدعوات الخاصة: هي فعاليات خاصة تدعو إليها إدارة العلاقات العامة مجموعة من الأفراد وفقاً للغرض (اجتماع عمل، حفل عشاء، مؤتمر صغير، ورشة عمل، إلخ)، تجهز الدعوة والعناصر اللوجيستية (المكان والطعام والشراب) مسبقاً ويراعى أن تحمل الدعوة قيمة إخبارية وتعزز سمعة المؤسسة وصورتها لدى الحضور.

باستخدام هذه الوسائل المتنوعة ضمن إستراتيجية متكاملة يتمكن أخصائي العلاقات العامة من إيصال رسائله بفاعلية وتأثير أكبر لدى مختلف فئات الجمهور.

5-1- الوسائل الرقمية:

تمثل الوسائل الرقمية عبر شبكة الإنترنت أبرز الأساليب الحديثة التي تعتمد عليها إدارات العلاقات العامة في تنفيذ استراتيجياتها نظرا لما توفره من سرعة نشر وتحديث فوري للمحتوى وإمكانيات التخصيص وقياس الأداء بدقة، وتشمل الاستخدامات الرئيسية ما يلي: (الجرادة، الصفحات 297-298)

- الموقع الإلكتروني الرسمي: وذلك من خلال تصميم الموقع على الويب ليكون واجهة المؤسسة الرقمية يعرض معلومات عن الهوية والمنتجات والخدمات ويتيح التواصل المباشر مع الزوار عبر نماذج الاتصال والاستفسارات.
- قواعد البيانات على الشبكة: وذلك عن طريق جمع وتخزين الأخبار والمعلومات والبيانات الخاصة بالسوق والجمهور والمنافسين للاستفادة منها في إعداد التقارير وتحليل الاتجاهات.
- البريد الإلكتروني (Email): يستخدم لإرسال نشرات دورية أو عروض خاصة ومعلومات مخصصة لفئات محددة من الجمهور مع إمكانية تتبع معدلات الفتح والنقر لقياس فعالية الرسائل.
- البحوث عبر الإنترنت: وذلك عن طريق إجراء مقابلات واستبيانات إلكترونية مع العملاء أو الشركاء أو الموظفين ما يتيح جمع معلومات مباشرة وسريعة دون الحاجة للتنقل.
- مراقبة سمعة المؤسسة على الويب: تتيح رصد ما ينشر عن المؤسسة في وسائل الإعلام الرقمية ومنصات المنافسين وآراء المستخدمين على الإنترنت لاتخاذ الإجراءات المناسبة واستباق الأزمات.
- وسائل التواصل الاجتماعي: وذلك عن طريق استخدام المنصات الأكثر رواجاً مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام ويوتيوب لنشر المحتوى المتنوع (نصوص، صور، فيديو) والتفاعل الفوري مع الجمهور عبر التعليقات والرسائل والقصص.

يتيح التنوع في هذه القنوات الرقمية لأخصائي العلاقات العامة بناء إستراتيجية اتصال شاملة تجمع بين السرعة والتفاعلية والقدرة على تحليل البيانات ما يساعد على تحقيق الأهداف المرجوة بفعالية واحترافية.

2- نماذج الاتصال:

حدد الباحثون ثلاثة نماذج رئيسية لفهم طبيعة عملية الاتصال وهي تختلف من حيث درجة التعقيد والتفاعلية وقد تطورت هذه النماذج استجابة لحاجات معرفية وسياقية مختلفة لفهم كيفية انتقال الرسائل وتفسيرها بين الأطراف، ويمكن توضيحها كما يلي: (علي، 2018، صفحة 62)

- النموذج الخطي (أحادي الاتجاه): يعد هذا النموذج من أقدم نماذج الاتصال وأكثرها بساطة حيث يصور الاتصال على أنه عملية ذات اتجاه واحد فقط ينتقل فيها المحتوى من مرسل إلى مستقبل دون وجود تغذية راجعة، يفترض في هذا النموذج أن المستقبل يتلقى الرسالة بشكل سلبي دون تفاعل أو استجابة فورية، ومن الأمثلة عليه الإعلانات المطبوعة أو الخطابات الإذاعية أو المحاضرات الجامدة ورغم بساطته إلا أن هذا النموذج لا يعكس الطبيعة الديناميكية للاتصال الإنساني ويتنقد لافتراضه أن الرسالة تفهم كما أرسلت دون انحراف أو سوء تأويل.
- النموذج التبادلي (ثنائي الاتجاه): يتسم هذا النموذج بقدر أكبر من الواقعية حيث ينظر إلى الاتصال باعتباره عملية متبادلة بين طرفين يتبادلان الأدوار بين الإرسال والاستقبال فكل من المتحدث والمستمع يعد مرسلاً ومستقبلاً في آن

واحد، وتعتبر التغذية الراجعة عنصرا جوهريا فيه إذ تسمح بتعديل الرسالة أو توضيحها بناء على استجابة الطرف الآخر، كما يستخدم هذا النموذج لتفسير الحوارات والمفاوضات والمقابلات الشخصية ويبرز أهمية التفاعل المستمر وفهم السياق الزمني والنفسي والاجتماعي الذي يحيط بعملية الاتصال.

- النموذج التفاعلي: يعد النموذج التفاعلي تطورا للنموذج التبادلي حيث يراعي بشكل أعمق البيئة المحيطة والسياق الثقافي والاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال وهو لا يكتفي بفكرة التبادل بل يشير إلى أن الرسالة تمر بعمليات تفسير وتأويل مستمرة تتأثر بالخبرات السابقة لكل طرف واللغة المستخدمة وطبيعة العلاقة بين المتصلين، كما يأخذ في الحسبان التشويش والعوامل التي قد تعيق الفهم أو تشوه الرسالة ويستخدم هذا النموذج بشكل موسع في ميدان العلاقات العامة والاتصال الإداري لكونه يحاكي الطبيعة المعقدة والواقعية للتواصل في البيئات التنظيمية والاجتماعية الحديثة.

إلى جانب النماذج الأساسية الثلاثة (الخطي، التبادلي، التفاعلي) طور الباحثون نماذج أخرى أكثر عمقا وارتباطا بالسياق الاجتماعي والثقافي والنفسي وقد أصبحت هذه النماذج من الأكثر شيوعا في دراسات الاتصال خصوصا في مجالات العلاقات العامة، ومن أبرزها: (القميزي، 2012، الصفحات 25-27)

- النموذج التقليدي: يركز هذا النموذج على التصور الأساسي للاتصال باعتباره عملية نقل للمعلومة من مصدر إلى مستقبل عبر وسيلة معينة ويمتاز هذا النموذج بالبساطة والتركيز على عناصر الاتصال الكلاسيكية (مرسل، رسالة، وسيلة، مستقبل، تغذية راجعة) غالبا ما يستخدم في البيئات الرسمية أو التعليمية التي تكون فيها الرسائل محددة الأهداف وواضحة البنية مع تركيزه على الجانب الوظيفي أكثر من التفاعلي في الاتصال وهو قريب في تركيبه من النموذج الخطي لكنه يتيح مرونة أكبر بقبول بعض أشكال التغذية الراجعة.

- نموذج الاتصال الرمزي: يعتمد هذا النموذج على فكرة أن الاتصال هو نظام رمزي معقد لا يتم فقط بنقل الكلمات بل أيضا من خلال الرموز غير اللفظية كاللغة الجسدية والإيماءات والصور والنغمات، ويبرز هذا النموذج أهمية السياق الثقافي والتجريبي في تفسير المعاني حيث لا تحمل الرسائل معنى ثابتا بل تفهم تبعا لرمزية العناصر المستخدمة فيها، ويستخدم هذا النموذج بكثرة في تحليل الرسائل الإعلامية والإعلانات والعلاقات العامة لأنه يفسر كيف يتفاعل الأفراد مع الرسائل وفقا لمرجعياتهم النفسية والثقافية.

- النموذج الموقفى (نموذج الملائمة): يرى هذا النموذج أن الاتصال الفعال لا يمكن فهمه أو قياسه إلا في إطار الملائمة السياقية أي أن فعالية الرسالة تتوقف على مدى توافقها مع الوضع أو البيئة التي يجري فيها الاتصال، في هذا النموذج لا توجد قواعد اتصال ثابتة تصلح لجميع الحالات بل يجب تعديل أسلوب الخطاب والوسيلة والنغمة حسب الجمهور والمكان والزمن والمحتوى، كما يستخدم هذا النموذج خاصة في العلاقات العامة والإدارة والخطاب السياسي حيث يفترض أن نجاح الاتصال يتوقف على مدى ملاءمته للسياق اللحظي.

- نموذج الاتصال الإقناعي: يركز هذا النموذج على كيفية استخدام الاتصال من أجل التأثير في المواقف والاتجاهات والسلوكيات ويعد حجر الزاوية في حملات العلاقات العامة والإعلانات والدعاية السياسية ويستند إلى عناصر محددة تتمثل في مصدر الرسالة (المصدقية) والرسالة نفسها (أسلوب عرضها وتنظيمها) والجمهور المستهدف (خصائصه

واستجاباته النفسية)، كما يعطي هذا النموذج أهمية كبيرة للجوانب العاطفية والمعرفية في الاستجابة ويهدف إلى إحداث تغيير أو تعزيز موقف معين لدى الجمهور مما يجعله نموذجا تطبيقيا بامتياز في حملات التأثير والتسويق الاجتماعي.

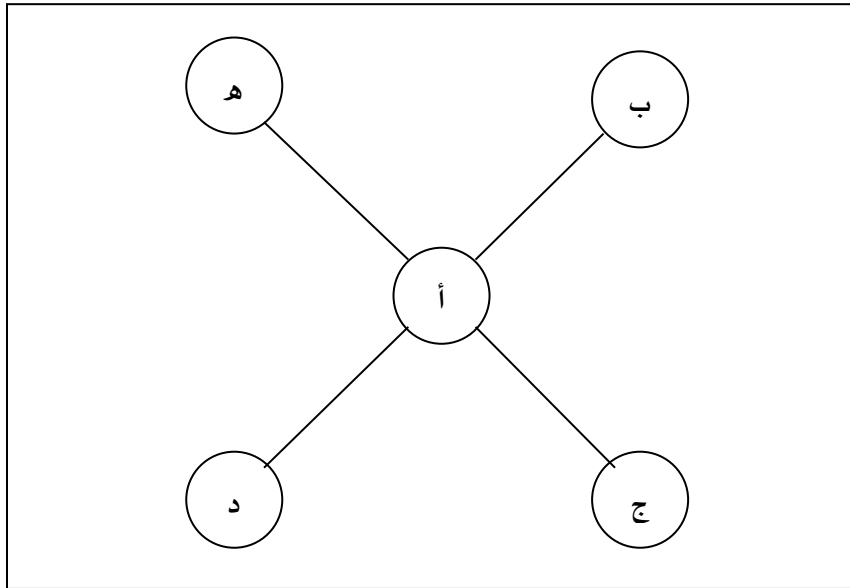
3- شبكات الاتصال:

تصنف شبكات الاتصال على النحو الآتي:

- شبكة اتصال العجلة:

تعد شبكة اتصال العجلة من أبرز أنماط شبكات الاتصال التنظيمي التي تجسد بوضوح مبدأ مركزية السلطة والتحكم الإداري حيث تركز جميع الاتصالات وتدفقات المعلومات حول شخصية واحدة تشكل محور الاتصال وغالبا ما يكون هذا الشخص هو المدير أو القائد الأعلى في قمة الهرم التنظيمي، وفي هذا النموذج يتولى القائد مسؤولية الاتصال المباشر مع جميع المرؤوسين على نحو فردي دون وجود قنوات فرعية أو وسطاء بينهم مما يمنحه سيطرة كاملة على حركة المعلومات داخل المنظمة، وتستخدم شبكة العجلة في المواقف التي تتطلب انضباطا إداريا عاليا وسرعة في إصدار الأوامر والتعليمات مثل الحالات الطارئة أو في المؤسسات ذات الطابع العسكري أو البيروقراطي حيث يكون من الضروري اتخاذ قرارات سريعة وواضحة من طرف القيادة دون تأخير ناتج عن التفاعل الجماعي أو تعدد وجهات النظر، ويمتاز هذا الشكل من الاتصال بطابعه أحادي الاتجاه إلى حد كبير إذ يتم فيه التواصل من القائد إلى المرؤوسين بينما لا يتاح للمرؤوسين أنفسهم فرصة التواصل المباشر فيما بينهم مما يضعف من مستوى التفاعل الجماعي ويحد من تبادل الخبرات والأفكار على المستوى الأفقي، كما أن اعتماد هذا النموذج لفترات طويلة قد يؤدي إلى إضعاف روح الفريق ويكرس الانكالية على القائد في اتخاذ القرارات وهو ما قد يعيق نمو المهارات القيادية لدى الأفراد الآخرين داخل المؤسسة. (خضير، 2002، صفحة 128)

الشكل رقم 05 : يوضح شبكة اتصال العجلة

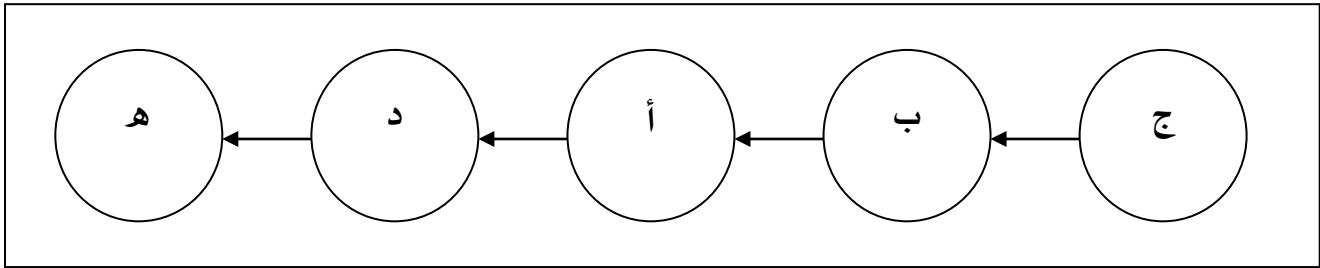


المصدر: خضير كامل محمود. (2002). السلوك التنظيمي. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 128

- شبكة اتصال السلسلة:

تمثل شبكة السلسلة أحد النماذج التنظيمية التي تستخدم في تسهيل عملية الاتصال الإداري داخل المؤسسات حيث ينظم التواصل بين الأفراد بطريقة خطية متسلسلة تعكس التدرج الوظيفي في الهيكل التنظيمي، وفي هذا النموذج يتم التواصل بين الرئيس ومرؤوسيه أو بين الأفراد العاملين وفق تسلسل محدد بحيث يكون لكل فرد الحق في الاتصال المباشر بشخص واحد فقط ضمن السلسلة التنظيمية سواء كان أعلى منه أو أدنى منه رتبة، ويعتبر هذا الشكل من الاتصال مناسباً خاصة في المنظمات الصغيرة أو متوسطة الحجم حيث يكون عدد الموظفين محدوداً ما يمكن المدير أو القائد من التواصل مع معاونيه بصورة مباشرة وسريعة دون الحاجة إلى الاعتماد على قنوات اتصال معقدة أو وسطاء متعددين، وتساهم بساطة هذا النموذج في توضيح الأدوار والمسؤوليات وضمان انتقال المعلومات والتعليمات بشكل منظم ومنسجم مع السلم الإداري. (خضير، 2002، صفحة 128)

شكل رقم 06: يوضح شبكة اتصال السلسلة

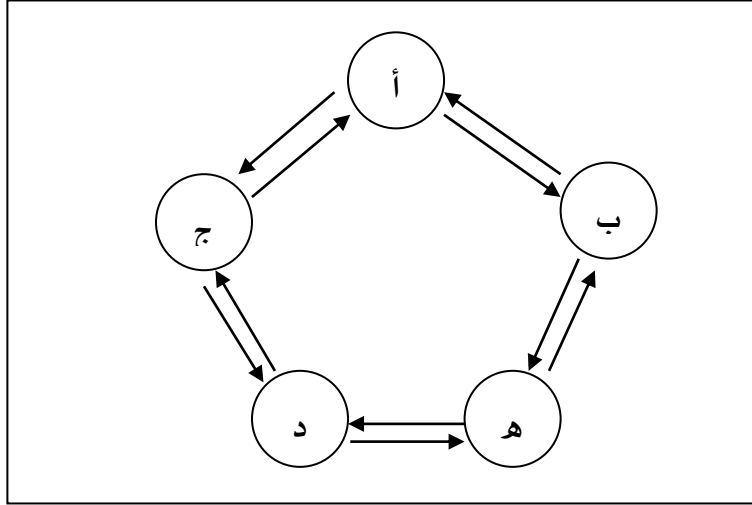


المصدر: خضير كامل محمود. (2002). السلوك التنظيمي. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 128

- شبكة الاتصال الدائري:

تعرف أحيانا باسم "الشبكة شبه الكاملة" وهي نمط من أنماط الاتصال التنظيمي يتميز بتوزيع نسبي في السلطة الاتصالية بين الأعضاء في هذا النمط يتمكن المدير من التواصل المباشر مع اثنين فقط من معاونيه بينما يقوم كل معاون بالتواصل مع شخص آخر لتتكون بذلك حلقة مغلقة من الاتصالات، تتيح هذه الشبكة نوعاً من الترابط التفاعلي بين الأفراد حيث يكون كل عضو قادراً على إرسال واستقبال المعلومات من عضوين آخرين في الحلقة مما يعزز من تدفق المعلومات بشكل أكثر سلاسة مقارنة ببعض الشبكات الهرمية أو الخطية، كما يساهم هذا النموذج في تحسين التنسيق بين الأعضاء لأنه يمنح الجميع فرصة للمشاركة النسبية في عملية الاتصال، ومع ذلك فإن فعالية شبكة الاتصال الدائري ليست ثابتة بل تتأثر بعوامل متعددة مثل طبيعة الأعمال التي يقوم بها التنظيم وعدد الأفراد المنخرطين في الشبكة فقد تكون هذه الشبكة مناسبة للتنظيمات المتوسطة أو الصغيرة التي تحتاج إلى تبادل سريع ومرن للمعلومات دون الحاجة إلى الرجوع إلى مركزية صارمة في اتخاذ القرار لكن في التنظيمات الكبيرة أو تلك التي تعتمد على قرارات معقدة قد تواجه هذه الشبكة بعض القيود في الكفاءة وسرعة الاستجابة. (أبو أصعب، 2004، صفحة 59)

الشكل رقم 07: يوضح شبكة الاتصال الدائري



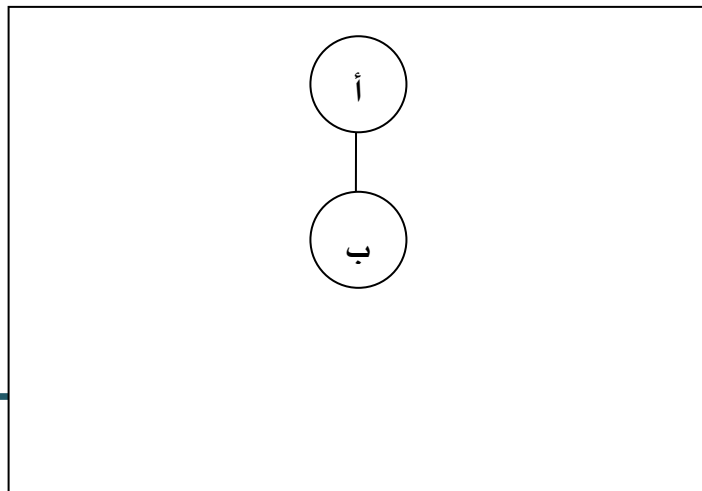
المصدر: صالح خليل أبو أصبع. (2004). العلاقات العامة والسلوك الإنساني. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع. ص

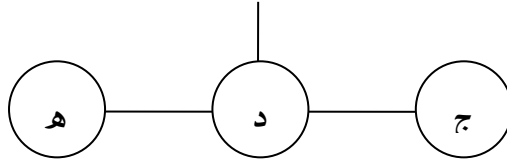
59

- شبكة الاتصال العنقودي:

تمثل هذه الشبكة نموذجا تنظيميا يتميز بوجود قيود واضحة في تدفق المعلومات بين الأعضاء في هذا النمط يكون المدير قادرا على التواصل المباشر مع أربعة أفراد فقط لكن هؤلاء الأفراد لا يمتلكون القدرة على التواصل المباشر فيما بينهم، وهو ما يخلق نوعا من الانفصال أو الانعزال داخل الشبكة، وفي هذا السياق غالبا ما يعتمد المدير على أحد هؤلاء الأفراد الذي يعرف اصطلاحا بـ"عنق الزجاجة" لنقل المعلومات إلى بقية الأعضاء هذا الشخص يصبح حلقة الوصل الأساسية بين الإدارة والمرؤوسين ما يجعل من دوره محوريا في سلسلة الاتصال وعلى الرغم من أن هذا الأسلوب قد يسهل على المدير التحكم في تدفق المعلومات واتجاهها إلا أنه في الوقت نفسه يضع عبئا كبيرا على الوسيط المعني وقد يؤدي إلى حدوث اختناقات معلوماتية، كما يعد هذا النموذج أقل مرونة مقارنة بالشبكات الأكثر انفتاحا لأنه يعتمد على فرد واحد لنقل الرسائل مما يزيد من احتمال تأخر وصول المعلومات أو تعرضها للتشويه نتيجة لسوء الفهم أو النقل غير الدقيق ولهذا السبب فإن كفاءة الاتصال في الشبكة العنقودية غالبا ما تكون محدودة خاصة في البيئات التي تتطلب استجابة سريعة أو تنسيقا عالي المستوى بين أعضاء الفريق. (خضير، 2002، صفحة 129)

الشكل رقم 08: يوضح شبكة الاتصال العنقودي



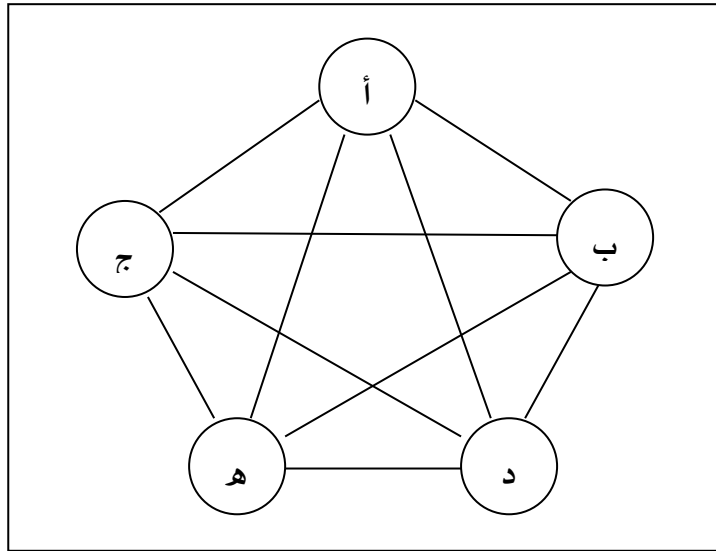


المصدر: خضير كامل محمود. (2002). السلوك التنظيمي. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 129

- شبكة الاتصال النجمي (على شكل نجمة):

تعد شبكة الاتصال النجمي من أكثر أنماط الاتصال فعالية وشمولا وتصور على هيئة نجمة يتصل فيها كل فرد بجميع الأفراد الآخرين بصورة مباشرة، ويتميز هذا النموذج بمثاليته في تعزيز قنوات التواصل داخل المنظمة حيث يفترض أن جميع العاملين يتمتعون بفرص متساوية في إيصال واستقبال المعلومات، كما أن البيانات والمعارف المتاحة لأي عضو تكون متوفرة لباقي الأعضاء بشكل متكافئ مما يجعل هذا النمط مثالا على الاتصال الديمقراطي الكامل، وبفضل ما يوفره من انفتاح وتشارك يعد هذا النمط الأكثر قدرة على دعم فعالية التنظيم وتحقيق أهدافه مقارنة ببقية شبكات الاتصال الأخرى. (أبو أصبع، 2004، صفحة 59)

الشكل رقم 09: يوضح شبكة الاتصال النجمي



المصدر: صالح خليل أبو أصبع. (2004). العلاقات العامة والسلوك الإنساني. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع. ص

يعتمد نجاح العملية الاتصالية في مجال العلاقات العامة على مجموعة من الخطوات المنهجية التي تهدف إلى ضمان وصول الرسالة وتحقيق التأثير المطلوب، وتتمثل أبرز هذه الخطوات فيما يلي: (عجوة، 1985، صفحة 67)

✚ تحديد الجمهور المستهدف:

يعد فهم الجمهور أحد العناصر الأساسية في الاتصال الفعال فقبل البدء في أي عملية اتصالية من الضروري التعرف بدقة على الفئة أو الفئات المستهدفة وتحديد خصائصهم السوسيو-ديموغرافية (كالسن، الجنس، المستوى التعليمي، البيئة الاجتماعية...) بالإضافة إلى دراسة اهتماماتهم واحتياجاتهم مما يساهم في توجيه الرسالة بما يتناسب مع تطلعاتهم.

✚ اختيار الوسيلة المناسبة:

تتوفر في العصر الحديث وسائل متعددة للاتصال تتفاوت في مدى فعاليتها حسب نوع الرسالة والجمهور المستهدف ومن هنا تبرز أهمية انتقاء الوسيلة الأنسب لتحقيق أعلى درجات الوصول والتأثير ويعتمد ذلك على معرفة خصائص الوسائل المختلفة ومدى توافقها مع عادات الجمهور وسلوكياته الاتصالية.

✚ توقيت إرسال الرسالة:

تلعب اللحظة الزمنية دوراً محورياً في تحقيق فعالية الرسالة فاختيار الوقت الملائم لإرسال الرسالة يجب أن يراعي الإيقاع اليومي لحياة الجمهور، بالإضافة إلى الأحداث والسياقات الاجتماعية والثقافية المحيطة فالتوقيت الجيد يعزز فرص الانتباه والتفاعل مع الرسالة.

✚ صياغة الرسالة بطريقة مناسبة:

تقتضي الرسالة الناجحة أن تكون واقعية ذات صلة مباشرة باهتمامات الجمهور ومحتواها يقدم قيمة مضافة أو حلولاً لمشكلاتهم اليومية، وتتطلب هذه الخطوة فهماً عميقاً لتوجهات الجمهور وخلفياته الثقافية ومستوى وعيه إضافة إلى استخدام لغة مفهومة ومؤثرة مما يساهم في بناء الثقة وتعزيز التفاعل الإيجابي.

✚ التأكد من فهم الرسالة (التغذية الراجعة):

لا تكتمل العملية الاتصالية دون التأكد من مدى استيعاب المستقبل للرسالة، وهنا تظهر أهمية التغذية الراجعة التي تتيح للمرسل تقييم فعالية الرسالة وتعديلها عند الحاجة، كما تعد المتابعة جزءاً مهماً من هذه الخطوة لضمان تحقيق الأهداف الاتصالية المرجوة.

5- مقومات الاتصال الفعال:

يمكن تلخيص الدعائم الأساسية لنجاح الاتصال في العناصر الآتية: (حسني، 2014، صفحة 93)

- مصداقية المصدر: الثقة العالية من جانب الجمهور في المصدر هي أساس التعرض للرسالة والقابلية للاقتناع بها، وهذه الثقة تنشأ من تخصص المصدر ومقدرته على معالجة الموضوع بالإضافة إلى مهاراته الاتصالية ومركزه الاجتماعي.
- التعبير عن الواقع: بمعنى أن تتفق الرسالة مع الواقع المحيي بها وأن تتماشى مع الأحداث التي تجري في المجتمع.
- المعلومات التي لها مغزى: فالمستقبل لابد أن يجد في الرسالة مضمونا بعينه ويتفق مع نظامه القيمي، كما أن الأفراد يتابعون مواد الاتصال التي تحقق لهم أكبر فائدة وتشبع عندهم رغبات معينة.
- الوضوح: يجب أن تصاغ الرسالة في عبارات سهلة وأن تعني للمستقبل ما تعنيه نفسه للقائم بالاتصال، كما أنه ينبغي تبسيط الموضوعات المعقدة وعرضها في أسلوب جذاب، ومن الضروري أن يكون للمتحدث خط فكري واضح يعبر عن المؤسسة التي يمثلها بشكل ثابت.
- الاستمرارية والاتساق: الاتصال عملية مستمرة لا تنتهي كما أن التكرار ضروري لضمان أكبر نسبة تعرض للرسالة وإدراكها على النحو المقصود والتنوع في التكرار ضروري لزيادة المثيرات الاقناعية التي تتسق مع ظرف الأفراد والجماعات.
- إمكانات المستقبل: ينبغي أن يضع القائم بالاتصال في اعتباره قدرات الجمهور المستهدف على استيعاب الرسالة أو ما يعرف بمهارات المستقبل في إكمال العملية الاتصالية من حيث المعرفة والقدرة على القراءة وعادات الاتصال.
- الوسائل المناسبة: ينبغي اختيار الوسائل التي يتعرض لها الجمهور المستهدف والتي تصلح لتناول الفكرة المطروحة تبعا لمراحل انتشارها.

6- معوقات الاتصال الإداري:

يقصد بمعوقات الاتصال جميع العوامل والعناصر التي تعيق أو تؤخر وصول المعلومات إلى المستقبل أو تؤدي إلى تحريفها أو تشويهها أو التقليل من أهميتها مما يحول دون تحقيق الأهداف المنشودة من عملية الاتصال، ولأن هذه المعوقات متعددة ومتنوعة، يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1-6- المعوقات الشخصية:

وهي تلك المعوقات التي ترجع أساسًا إلى كل من المرسل والمستقبل أثناء عملية الاتصال، وتحدث غالبًا نتيجة الفروق الفردية بين الأشخاص حيث تختلف أحكامهم وعواطفهم ومستويات فهمهم واستجاباتهم للمعلومات بالإضافة إلى فقدان الثقة المتبادل مما يعرقل التعاون ويؤدي إلى إخفاء المعلومات الحيوية، ومن أبرز هذه المعوقات: (رويم، 2012، الصفحات 53-54)

- صعوبات اللغة:

تمثل اللغة غير المفهومة عائقًا حقيقيًا أمام الاتصال الفعال خاصة عند استخدام مصطلحات تقنية متخصصة أو ألفاظ غامضة أو متعددة المعاني، كما أن الأساليب اللغوية الإنشائية المعقدة أو المطاطة قد تضعف من وضوح الرسالة مما يعوق تحقيق الغرض المطلوب منها.

- البعد المكاني بين المرسل والمستقبل:

يؤثر تباعد المسافة بين العاملين خاصة في المؤسسات الكبرى ذات الفروع المتعددة والأقاليم الواسعة سلباً على فعالية الاتصال رغم تطور وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت والهاتف.

- تعدد المستويات الإدارية:

يؤدي انتقال الرسائل عبر عدة مستويات إدارية إلى احتمالية تحريف المعلومات أو تغييرها أو فقدان جزء منها خصوصاً إذا لم تتبع بإجراءات متابعة وتدقيق مناسبة.

- الفروق الشخصية بين المرسل والمستقبل:

اختلاف العادات والقيم والخبرات والمشاعر والسلوكيات بين الأفراد قد يؤدي إلى تباين في تفسير الرسالة وفهمها مما يقلل من فاعلية الاتصال.

- الحالة النفسية:

تؤثر الحالة النفسية لكل من المرسل والمستقبل بشكل مباشر على كيفية إعداد الرسالة أو استقبالها فمشاعر الخوف أو القلق أو عدم الثقة تضعف التفاعل مع مضمون الرسالة بخلاف الشعور بالارتياح والروح المعنوية العالية الذي يسهم في تعزيز الموضوعية وفهم الرسائل بشكل أفضل.

- المبالغة أو التقليل من الاتصال:

إن الإفراط في عقد الاجتماعات واللقاءات قد يسبب إرهاقا للعاملين وإهدارا للوقت بينما يؤدي نقص التواصل إلى غموض الأهداف وحجب المعلومات الأساسية مما يضعف فعالية الاتصال ويؤدي إلى فشله .

2-6- المعوقات البيئية:

تشير المعوقات البيئية إلى المشكلات التي تحد من فعالية الاتصال نتيجة لعوامل خارجية متعلقة بالمجتمع أو المحيط الذي يعمل فيه الأفراد سواء داخل المنظمة أو خارجها، ومن أبرز هذه المعوقات: (رويم، 2012، صفحة 56)

- الظروف الفيزيائية السيئة:

مثل ارتفاع أو انخفاض درجة الحرارة، سوء الإضاءة، ضعف التهوية، الضوضاء الشديدة وضيق المساحات داخل مقرات العمل مما يؤدي إلى توتر الأفراد ويعيق الاتصال السلس خاصة في المؤسسات التي تشهد اكتظاظا كبيرا بالمراجعين، كما أن المساحات الواسعة جدا قد تؤدي إلى تباعد العاملين وتأخر وصول المعلومات في الوقت المناسب.

- الجو النفسي والاجتماعي:

سوء العلاقات الشخصية، التحيز، العنصرية، التنافس غير الصحي وانعدام التعاون داخل المنظمة كلها عوامل تضعف البيئة الاجتماعية وتؤثر سلباً على فعالية الاتصال.

- البيئة المهنية غير العادلة:

إن سيادة النمطية والروتين ورتابة العمل دون تشجيع على الابتكار والتجديد تعرقل من فعالية الاتصال وتجعل بيئة العمل طاردة ومحفزة لضعف الأداء الاتصالي.

كما يحدد (Madhukar, 2003, p. 67) مجموعة من المعوقات التي تؤثر سلباً على جودة الرسائل المتبادلة

وفهمها وتفسيرها بين الأطراف المعنية، ومن أبرز هذه المعوقات:

- ✚ اختيار وسيلة اتصال غير مناسبة: من أبرز المعوقات التي تؤدي إلى فشل عملية الاتصال هو عدم ملائمة وسيلة الاتصال المستخدمة لطبيعة الرسالة أو لجمهور المستقبل، فعلى سبيل المثال قد يستخدم البريد الإلكتروني لنقل تعليمات تتطلب حضوراً شخصياً مما يقلل من فاعلية الرسالة لذلك يتطلب الأمر من المرسل تقييم طبيعة الرسالة واختيار الوسيلة الأنسب لضمان إيصال المعنى بوضوح.
- ✚ الإفراط في الحشو غير المبرر داخل الرسالة: عندما تحتوي الرسالة على تفاصيل زائدة لا تخدم الهدف الأساسي منها يشعر المتلقي بالملل وقد يؤدي ذلك إلى تجاهله للمحتوى الجوهرى للرسالة خاصة في الرسائل المكتوبة أو الرسمية هذا الأمر يقلل من دقة الفهم ويضعف تأثير الاتصال.
- ✚ الاتجاهات السلبية لدى المرسل أو المستقبل: وجود مشاعر سلبية أو توترات بين أطراف الاتصال أو غياب العلاقات الودية والثقة يؤثر مباشرة على الاستعداد الذهني والنفسي لتلقي الرسائل وتفسيرها بشكل إيجابي وبالتالي تصبح عملية الاتصال مشوشة وغير منتجة.
- ✚ ضعف المهارات الاتصالية لدى أحد الأطراف: إن غياب المهارات الأساسية مثل القدرة على التحدث بوضوح والكتابة الدقيقة والاستماع الفعال والتفكير المنطقي يقلل من جودة الاتصال فحتى لو تم استخدام الوسيلة الصحيحة فإن ضعف التعبير أو التفسير يؤثر سلباً على فهم الرسالة.
- ✚ الاختلاف في الإدراك والتفسير: تختلف تفسيرات الأفراد لنفس الموقف أو الرسالة بحسب خلفياتهم الثقافية والاجتماعية وأعمارهم وتجاربهم السابقة هذا التباين في الإدراك قد يؤدي إلى سوء الفهم خصوصاً إذا لم يتم توضيح المعاني أو تبسيط المفاهيم المشتركة.
- ✚ غياب اللغة المشتركة بين أطراف الاتصال: عندما لا يشترك أطراف الاتصال في فهم واضح للمفاهيم والمصطلحات أو الرموز المستخدمة تنشأ الالتباسات وتعدد التفسيرات مما يعوق تحقيق الفهم الصحيح للرسالة ويتعاضم هذا الإشكال في بيئات العمل المتعددة الجنسيات أو الثقافات.
- ✚ التحيز أو التصفية للمعلومات في الاتصال الصاعد: كثيراً ما يحدث في قنوات الاتصال الصاعد أي من المسؤولين إلى الإدارة أن تحذف أو تعدل بعض المعلومات بشكل انتقائي من قبل المرسل إما بقصد تحسين صورته أمام الإدارة أو لإخفاء تقصير أو مشكلات مهنية وهذا التلاعب يؤثر سلباً على دقة المعلومات المستخدمة في الرقابة وصنع القرار.

خلاصة

وعليه، يتضح أن عملية الاتصال لا تعد مجرد تبادل معلومات بل هي نظام متكامل يتطلب وعياً بالعناصر المتداخلة التي تؤثر على فعاليته بدءاً من اختيار الوسيلة المناسبة في العلاقات العامة ومروراً بفهم النماذج النظرية وشبكات الاتصال التنظيمي وانتهاء بتطبيق خطوات الاتصال الفعال يتعين على العاملين في المؤسسات امتلاك المهارات والمعرفة اللازمة لضمان جودة الاتصال، كما أن التعرف على مقومات الاتصال ومعوقاته يتيح فرصاً لتجاوز المشكلات وتحسين الأداء الاتصالي في بيئة العمل، ولذلك فإن تطوير الاتصال الإداري وتحسين بنيته داخل المؤسسة يساهم في

تحقيق تواصل أكثر فعالية ويعزز من كفاءة العلاقات الداخلية والخارجية ويعد من المقومات الأساسية لنجاح أي تنظيم إداري أو اجتماعي في عالم يتسم بالتغير والتعقيد.

المحاضرة السادسة: مهارات الاتصال في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم المهارة.
- 2- مفهوم مهارات الاتصال.
- 3- أهمية مهارات الاتصال.
- 4- خطوات اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة.
- 5- أساليب اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

كيف تسهم مهارات الاتصال في تعزيز فعالية ممارسات العلاقات العامة داخل المؤسسة؟ استند إلى مفهوم المهارة وأحد أساليب اكتسابها لتوضيح إجابتك.

تمهيد

تعد مهارات الاتصال جوهرًا أساسيًا في ميدان العلاقات العامة إذ تقوم عليها معظم الأنشطة التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز تواصلها مع جمهورها الداخلي والخارجي فالقدرة على إيصال الرسائل بفعالية وفهم احتياجات الآخرين والتفاعل معهم تمثل ركائز أساسية في العمل الاتصالي الناجح، وتكتسب هذه المهارات أهمية مضاعفة في ظل ما تشهده بيئة الأعمال المعاصرة من تحولات رقمية وسرعة في تبادل المعلومات مما يتطلب من ممارسي العلاقات العامة امتلاك كفاءات اتصالية متطورة سواء كانت لفظية أو غير لفظية، فردية أو جماعية، تقليدية أو إلكترونية بهدف تحقيق التواصل الفعال وحل المشكلات وبناء الثقة مع الأطراف ذات العلاقة.

1- مفهوم المهارة:

- لغة: من مهر وتمهر بمعنى أجاد و أتقن، ورجل ماهر أي حاذق متقن لما أسند إليه من مهام دون إخلال، ومهر في العلم وغيره (يمهر) بفتحين (مهورا) و(مهارة) فهو (ماهر) أي حاذق عالم بذلك، و(مهر) في صناعته و(مهر بها) و(مهرها) أتقنها معرفة. (الدخيل الله، 2014، صفحة 15)

- اصطلاحا:

تعرف المهارة بأنها "القدرة الأدائية لأداء عمل أو نشاط معين وهذا الأداء تتحكم فيه العديد من العوامل والمتغيرات فمن المسلم بان المهارة تقوم على ثلاث عوامل أساسية هي الاستعداد الفطري والعلوم المعرفية والتدريب بالممارسة، كما أنها قدرة أو استطاعة الفرد أو الجماعة على أداء الوظائف المكلفة بها بكفاءة وفعالية وهذه المهارات قد تكون إدارية أو تنظيمية أو تكنولوجية".

كما تعرف بأنها "أنماط متعلمة من التفاعل الناجح مع البيئة لتحقيق للفرد ما يهدف إليه وهي القدرة على القيام بالأعمال المطلوبة من الفرد بسهولة ودقة، وتعرف بأنها القدرة على انجاز المهام المطلوبة بإتقان وفي الوقت المحدد مع وجود الرغبة لدى الشخص لتحقيق ذلك". (بركان، 2017، صفحة 650)

2- مفهوم مهارات الاتصال:

تعرف مهارات الاتصال بأنها "مجموعة من السلوكيات والمظاهر والقدرات تتعلق بالاتصال بالآخرين حيث تتيح الفرصة للفرد أن يتفاعل بكفاءة ويحدث تأثيرا في الآخرين، إذن فمهارات الاتصال هي نوع من مشاركة الآخرين في أفكارهم ومحاولة التأثير في سلوكهم والتعرف على رغباتهم وبذلك يمكن دفعهم نحو تحقيق أهدافهم وأهداف المؤسسة والمجتمع ككل". (بركان، 2017، صفحة 650)

كما تعرف بأنها "مجموعة من السلوكيات والمظاهر والقدرات تتعلق بالاتصال مع الآخرين حيث تتيح الفرصة للفرد أن يتعامل بكفاءة ويحدث تأثيرا في الآخرين، وهي أيضا فهم طبيعة الاتصال الإنساني والتعرف على فنونه ووسائله ثم توظيفه بمقدرة وحكمة لاختيار كيفية الاستخدام الأمثل لاتصال فعال يؤثر ويقنع الناس الآخرين ويحقق الأهداف بنجاح". (علي، 2018، صفحة 43)

3- أهمية مهارات الاتصال:

تتجلى أهمية المهارات الاتصالية فيما يلي: (الكافي، 2019، صفحة 48)

- يحتاج الفرد في عمله إلى هذه المهارات سواء كانت شفوية أو كتابية حتى يستطيع التواصل مع زملائه ورؤسائه وكذلك التواصل مع عملاء المؤسسة.
- يعتمد على هذه المهارات في نقل وتبادل المعلومات والأفكار بين الأفراد وهذا ما يجعلها تلعب دورا أساسيا في إحداث تقدم هائل في شتى المجالات سواء كانت الاجتماعية أو الاقتصادية أو الثقافية.
- تمنح المؤسسات والشركات فرصة للتقدم والإزهار وذلك لان العلم الجماعي يعتبر أحد أهم أساليب تحقيق الأهداف وبالطبع وراء النجاح هو إلمام بجميع أعضاء الفريق بمهارات الاتصال.
- تساهم هذه المهارات في إيجاد حلول فعالة لمختلف المواقف التي يتعرض لها الإنسان في حياته.
- تجعل الفرد أكثر قدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة وذلك لأنها تتيح له القدرة للحصول على كم هائل من المعلومات والأفكار.

4- خطوات اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة:

يمكن تطوير مهارات الاتصال في مجال العلاقات العامة من خلال إتباع مجموعة من الخطوات المنهجية التي تضمن اكتساب المهارة بشكل فعال ومستدام، وهي كالتالي: (هيز، 2010، صفحة 69)

✚ تحديد الهدف من المهارة:

تبدأ عملية اكتساب مهارات الاتصال بتحديد الغرض الأساسي من استخدامها سواء كان ذلك بهدف تحقيق أهداف شخصية أو تحقيق أهداف المؤسسة أو خدمة المجتمع بشكل عام، وبناء على هذه الأهداف يتم تحديد نوع المهارة التي يحتاجها المتخصص في العلاقات العامة أو المسئول عن عملية الاتصال وذلك لضمان أن تكون المهارة مناسبة لسياق العمل ومتطلباته.

✚ تجميع البيانات والمعلومات:

تتطلب كل مهارة اتصال قاعدة معرفية متينة تشمل الجوانب الاجتماعية، النفسية والعملية المرتبطة بها لذلك يجب على المتعلم جمع المعلومات المتعلقة بالمهارة من مصادر علمية دقيقة مثل الكتب، الدراسات والأبحاث المتخصصة، هذا يساعد على فهم النظريات والقواعد التي توجه الممارسة مما يشكل أساسا قويا قبل الشروع في التدريب العملي.

✚ تحديد مجالات الممارسة المهنية:

تختلف مهارات الاتصال حسب المجال الذي يمارس فيه العمل فمثلا مهارات الاتصال المطلوبة في المجال الصحي تختلف عن تلك في المجال التعليمي أو الإعلامي، لذا من المهم على القائم بعملية الاتصال تحديد المجال المهني الذي ينتمي إليه حتى يستطيع التركيز على المهارات الخاصة به وتطويرها بشكل يتناسب مع طبيعة عمله واحتياجات بيئته المهنية.

✚ تحديد إجراءات المهارة:

لكل مهارة خطوات وإجراءات محددة يجب تعلمها وفهمها بوضوح قبل البدء في التدريب والممارسة فمثلا خطوات مهارة إجراء المقابلات تختلف عن خطوات مهارة الملاحظة أو الحوار لذا يتعين على المتعلم التعرف على هذه الإجراءات بشكل مفصل ليتمكن من تطبيقها بشكل صحيح خلال ممارسة المهارة.

✚ التدريب على استخدام المهارة:

في هذه المرحلة يقوم المدرب بتوجيه القائم بالاتصال خلال التدريب العملي على خطوات المهارة ويتحقق من إتقان المدرب لها من خلال مراقبة أدائه وتطبيقه لبعض التمارين العملية والاختبارات يهدف هذا التدريب إلى تعزيز فهم المدرب لجميع خطوات المهارة وإدراكه لكيفية استخدامها في المواقف المهنية المختلفة.

5- أساليب اكتساب مهارات الاتصال في العلاقات العامة :

تعد مهارات الاتصال من الركائز الأساسية في مجال العلاقات العامة إذ تساهم في بناء علاقات متينة وفعالة مع مختلف الأطراف، ولكي يتمكن الفرد من اكتساب هذه المهارات توجد العديد من الأساليب التعليمية التي تهدف إلى تطوير القدرات التواصلية بشكل ممنهج ومنظم، من أبرز هذه الأساليب: (سعيد وآخرون، 2001، صفحة 109)

✚ التعليم باستخدام المحاضرات:

في هذا الأسلوب يقوم المدرب بعرض شامل ومفصل لمختلف جوانب مهارة الاتصال التي يراد تعلمها حيث يعتمد على تقديم المعلومات النظرية مع أمثلة توضيحية ونماذج تطبيقية تساعد المتدربين على فهم كيفية ممارسة المهارة في الواقع العملي، كما يشجع المدرب المتدربين على التفاعل خلال المحاضرة من خلال طرح الأسئلة وإجراء التمارين القصيرة مما يعزز عملية التعلم ويجعلها أكثر فعالية، هذا الأسلوب يتيح للمتدرب الحصول على معرفة أساسية وشاملة قبل الانتقال إلى مراحل التطبيق العملي.

✚ استخدام القاعات التدريبية المتخصصة:

تعتبر بيئة التدريب من العوامل المهمة التي تؤثر في فعالية اكتساب المهارات لذلك يتم إعداد قاعات تدريبية مجهزة بأحدث وسائل الاتصال السمعية والبصرية مثل شاشات العرض وأجهزة التسجيل الصوتي والفيديو، كما تصمم مقاعد هذه القاعات على شكل دائري أو نصف دائري ليتمكن جميع المتدربين من رؤية بعضهم البعض ورؤية المدرب في الوقت نفسه مما يعزز التفاعل الجماعي ويشجع على المشاركة الفعالة هذه البيئة مثالية لتدريب مهارات مثل المناقشة الجماعية وإدارة الاجتماعات والتفاوض حيث يتيح هذا الترتيب التواصل البصري المستمر وتبادل الأفكار بسهولة.

✚ التعليم باستخدام نماذج واقعية:

يهدف هذا الأسلوب إلى ربط الجانب النظري بالتطبيق العملي من خلال عرض نماذج مهنية واقعية تم تطبيقها بنجاح في مواقف عملية سابقة حيث يعرض المدرب للمتدربين هذه النماذج ليتمكنوا من دراسة الخطوات والاستراتيجيات التي اتبعت أثناء تنفيذ المهارة، هذه الطريقة تساعد المتدربين على فهم كيفية التعامل مع المواقف الحقيقية وتعلم كيفية اتخاذ القرارات المناسبة، بالإضافة إلى التعرف على التحديات التي قد تواجههم وكيفية التغلب عليها.

✚ إعداد برنامج مهني للتدريب على المهارة:

يمثل هذا الأسلوب خطوة متقدمة حيث يشارك المتدربون بفاعلية في تصميم برنامج تدريبي خاص بهم تحت إشراف المدرب حيث يتضمن البرنامج المهارات التواصلية والمهنية التي يسعون إلى تطويرها ويتم تخطيطه بحيث يشمل خطوات التعلم المختلفة والتمارين العملية وطرق التقييم، كما يساعد هذا الأسلوب المتدربين على فهم عملية التخطيط

والتنظيم ويجعلهم مسئولين عن سير عملية تعلمهم مما يزيد من التزامهم ويعزز قدرتهم على تطبيق المهارات في سياقات عملهم المستقبلية.

خلاصة

في ضوء ما تقدم، يتضح أن مهارات الاتصال ليست مجرد أدوات تقنية تستخدم في تنفيذ المهام بل هي مكونات إستراتيجية تسهم في ترسيخ مكانة المؤسسة وتعزيز صورتها الذهنية لدى الجمهور فكلما كانت مهارات الاتصال أكثر اتساقا وفعالية زادت قدرة العلاقات العامة على تحقيق أهدافها الاتصالية سواء في مجال الإعلام أو التفاوض أو إدارة الأزمات، لذا فإن الاستثمار في تطوير هذه المهارات يعد من أهم متطلبات النجاح المهني في هذا المجال خصوصا في عصر المعلومات والتفاعلية المتسارعة حيث أصبح الاتصال الفعال أحد أبرز معايير التميز التنظيمي والتواصل المجتمعي.

المحاضرة السابعة: فن التأثير بالآخرين

تمهيد

- 1- مهارات الإقناع.
- 1-1- تعريف مهارة الإقناع.
- 2-1- عناصر الإقناع.
- 3-1- مبادئ الإقناع.
- 4-1- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة الإقناع.
- 5-1- قواعد مهارة الإقناع.
- 6-1- تحليل مهارة الإقناع.
- 2- مهارات اجتماعية للتفاعل مع الآخرين.
- 3- المهارات الأساسية للتعامل مع الآخرين.

خلاصة

سؤال تقويمي:

كيف تساعد مهارات الإقناع والتفاوض والمهارات الاجتماعية على تعزيز قدرة الفرد في التأثير على الآخرين وتحقيق تواصل فعال معهم؟

تمهيد

يعد التأثير في الآخرين أحد أهم الفنون التي تميز الشخصية الفعالة في الحياة الاجتماعية والمهنية وهو ليس مجرد قدرة على التأثير اللحظي بل عملية متكاملة تتطلب مهارات متعددة ومعرفة دقيقة بالذات وبالآخر، ففن التأثير لا يقوم على السيطرة أو الهيمنة بل على الإقناع والتفاوض والتفاعل الإيجابي ومن هنا تبرز أهمية امتلاك الفرد لمجموعة من المهارات التي تمكنه من بناء علاقات ناجحة وتوجيه سلوك الآخرين نحو أهداف مشتركة، ويتناول هذا الموضوع ثلاثة عناصر أساسية تشكل جوهر التأثير في الآخرين وهي مهارات الإقناع بوصفها أداة لتغيير الاتجاهات والآراء والتفاوض بوصفه وسيلة لإدارة الاختلاف وتحقيق التفاهم إضافة إلى المهارات الاجتماعية التي تسهم في تعزيز التفاعل الإنساني الإيجابي وبناء جسور الثقة والاحترام المتبادل.

1- مهارات الإقناع:

1-1- تعريف مهارة الإقناع:

تعتبر مهارة الإقناع من المهارات الاتصالية الأساسية التي تهدف إلى التأثير في الآخرين ودفعهم لتبني وجهة نظر معينة أو دعم فكرة ما، ويعرف الإقناع بأنه "القدرة على التأثير في تفكير الآخرين وسلوكهم من خلال عرض الحقائق والمعلومات بطريقة تكسب المتلقي قناعة تؤدي إلى تقبله للفكرة أو الموقف". (خضر، 2013، صفحة 88)

كما يعرف بأنه "نوع من الاتصال سواء أكان شفويا أو مكتوبا أو بصريا أو سمعيا يستهدف التأثير في المعتقدات أو الاتجاهات أو التصرفات عبر استخدام المنطق والحجة والنصح". (الدليهي، 2019، صفحة 162)

يعرف الإقناع بأنه "عملية تهدف إلى إحداث تغيير أو تعزيز في المواقف أو القيم أو السلوكيات وذلك من خلال أسلوب اتصالي مدروس يعتمد على أدوات تأثير نفسية واجتماعية تتوافق مع طبيعة الجمهور المستهدف، ويعد الإقناع جهدا منظما يهدف إلى إقناع الآخرين بوجهة نظر معينة عبر وسائل متعددة تبني على فهم عميق لطبيعة المتلقي وخصائصه". (سليمان خ.، 2022، الصفحات 107-108)

2-1- عناصر الإقناع:

لكي يكون الإقناع مؤثرا حقا يجب توافر ثلاثة عناصر أساسية وهي: الثقة، المنطق، العاطفة. (خضر، 2013،

صفحة 88)

- **الثقة (Credibility):** تشير الثقة إلى قدرة المرسل على إقناع المتلقي من خلال بناء صورة إيجابية عن ذاته تظهر في سلوكه وطريقة تعبيره واستعداده النفسي، وتتجلى الثقة في لغة الجسد المتزنة ونغمة الصوت الثابتة والهيئة الخارجية التي تعكس الجدية والاحترام إلى جانب الثقة المعرفية بمحتوى الرسالة، فكلما بدا المقنع واثقا فيما يقول مدعما حججه بأدلة واضحة ومعلومات دقيقة زادت قابلية الطرف الآخر لتصديقه والتفاعل مع أفكاره، كما أن الثقة تمكن المقنع من الرد على التساؤلات والاعتراضات بثبات وهدوء مما يعزز من مكانته في نظر الجمهور.

- **المنطق (Logic):** ويمثل المنطق الجانب العقلي في عملية الإقناع حيث يتطلب من المتحدث أن يعرض أفكاره بشكل منظم ومترابط مستخدما استدلالا عقلانية وأمثلة واضحة تعزز من فهم المتلقي للموضوع، فكلما كانت وجهة النظر مبنية على أسس منطقية وتم تنظيم الحديث بطريقة متسلسلة ومترابطة أصبح من السهل على المتلقي أن يتبع الفكرة

ويفهمها دون لبس، كما أن المنطق يضيف على الرسالة طابعا موضوعيا يبعدها عن التحيز أو العاطفة الزائدة مما يمنحها قبولا لدى من يفضلون التفكير العقلاني.

- العاطفة (Emotion): تمثل العاطفة الجانب الإنساني في عملية الإقناع إذ تسعى إلى الوصول إلى وجدان المتلقي وتحريك مشاعره نحو القضية المطروحة ويعد البعد العاطفي عنصرا أساسيا لا يمكن تجاهله خاصة إذا كانت الرسالة تتعلق بقضايا إنسانية أو اجتماعية أو ذات طابع شخصي، ومن خلال إظهار الاهتمام الصادق بمصلحة المتلقي وبيان النوايا الطيبة يمكن للمقنع أن يخلق نوعا من القرب الوجداني والتعاطف الذي يمهد لتقبل وجهة النظر المطروحة فحين يشعر المتلقي أن الهدف ليس فرض رأي بقدر ما هو محاولة للمساعدة أو الإرشاد تزداد فرص التقبل والانفتاح على ما يعرض عليه.

1-3- مبادئ الإقناع:

لما كان الإقناع يقوم على الاتصال الهادف إلى مخاطبة عقل الجماهير في محاولة لإقناعها بفائدة مضمون الاتصال وبالتالي كسب تأييدها كنتيجة للتقبل والرضا فإنه يمكننا إعادة صياغة مبادئ الإقناع التي يستهدي ويسترشد بها العاملون في كافة المجالات الاتصالية لإقناع جمهورهم الذي يتعاملون معه وذلك على النحو التالي: (سليمان خ.، 2022، صفحة 108)

✚ مبدأ المعرفة (Knowledge Principle): يقوم هذا المبدأ على ضرورة أن يبين مضمون الرسالة الإقناعية للجمهور كيف يؤثر المقترح المطروح بشكل مباشر على مصالحه واحتياجاته فالجماهير لا تتفاعل إيجابيا مع الرسائل إلا إذا أدركت ما يعود عليها من منفعة أو قيمة، لذا يجب على القائم بالاتصال أن يربط بين مضمون الاقتراح وحياة الجمهور اليومية موضحا مدى ارتباط الرسالة بمصالحهم الخاصة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو نفسية.

✚ مبدأ الحركة (Action Principle): يرتكز هذا المبدأ على فكرة أن الإقناع لا يكتمل بمجرد عرض الفكرة بل يجب أن يتضمن توضيحا عمليا لكيفية تنفيذها فالجمهور يحتاج إلى معرفة ما يجب عليه فعله بعد اقتناعه بالمضمون، ومن ثم يجب أن تحتوي الرسالة الإقناعية على خطوات واضحة قابلة للتنفيذ تظهر الطريقة التي يمكن من خلالها تحقيق الفائدة المرجوة من الاقتراح مما يسهل عملية الانتقال من الاقتناع النظري إلى التطبيق الفعلي.

✚ مبدأ الثقة (Credibility Principle): الثقة عنصر حاسم في عملية الإقناع إذ يشترط أن تصدر الرسالة أو الاقتراح عن مصدر يتمتع بسمعة طيبة ومصداقية عالية في نظر الجمهور سواء أكان هذا المصدر شخصا أو مؤسسة فإن سلوك المصدر وتاريخه المهني وشفافيته تؤثر بشكل كبير في مدى تقبل الجمهور للمضمون فكلما زادت ثقة الجمهور بالمصدر زادت فرص الاستجابة الإيجابية للرسالة.

✚ مبدأ الوضوح (Clarity Principle): يتعلق هذا المبدأ بضرورة أن تكون الرسالة الإقناعية خالية من الغموض أو التعقيد ومصاغة بلغة بسيطة ومباشرة يسهل على الجمهور فهمها، فالغموض يضعف الفاعلية الاتصالية ويربك المتلقي بينما يسهم الوضوح في تسهيل الفهم والاستيعاب ويمنح الرسالة طابعا موضوعيا يعزز من فرص تقبلها والانخراط فيها.

وبناء على ما سبق فإن الالتزام بهذه المبادئ الأربعة، المعرفة، الحركة، الثقة والوضوح يعد أساسيا لأي عملية إقناعية ناجحة ويسهم في تحويل الرسالة من مجرد فكرة تطرح إلى واقع يقبل وينفذ بإرادة الجمهور وتأييدهم.

4-1- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة الإقناع:

لكي يكون الإقناع فعالا ويحقق النتائج المرجوة لا بد لمن يسعى إلى التأثير في الآخرين أن يراعي عددا من الاعتبارات الأساسية التي تسهم في تعزيز فرص النجاح في إقناع الطرف المقابل وهذه الاعتبارات تشكل خطوات عملية يجب إتباعها لبناء حوار إقناعي متوازن ومؤثر، وهي: (مدحت، 2009، صفحة 169)

- البداية القوية تترك أثرا دائما لذا يجب أن يسعى المقنع إلى تقديم نفسه بصورة إيجابية ولبقة سواء من خلال المظهر أو طريقة الحديث أو أسلوب التعامل فذلك يفتح الطريق أمام تفاعل إيجابي وبناء.

- من المهم التعرف على خصائص المتلقي سواء من حيث نوع شخصيته (عقلانية، عاطفية، مترددة...) أو اهتماماته وخبراته لأن فهم هذه الجوانب يتيح للمقنع اختيار الأسلوب واللغة والوسائل الأكثر فاعلية في التأثير عليه.

- قبل محاولة التأثير ينبغي تحديد ما إذا كان المتلقي مؤيدا، معارضا، أو مترددا تجاه الموضوع المطروح لأن طريقة الخطاب ستختلف بحسب هذا الموقف مما يجعل الرسالة أكثر واقعية وتحديدا.

- الإقناع ليس مجرد إلقاء حجج بل هو حوار تفاعلي والإنصات الفعال يعكس الاحترام ويكشف عن وجهات نظر المتلقي مما يساعد المقنع على تعديل خطابه وتكييف حججه بشكل يتماشى مع ما سمعه.

- لكي يكون الخطاب الإقناعي شاملا ومؤثرا يجب أن يوازن بين الجانب المنطقي العقلي (المعلومات، الحقائق، الأرقام...) والجانب العاطفي (القيم، المشاعر، الانفعالات) لأن التأثير الحقيقي يحدث عندما يتم استهداف العقل والقلب في آن واحد.

- لا يكفي أن تكون الحجة صحيحة بل يجب أن تقدم بأسلوب منطقي ومتسلسل يسهل على المتلقي متابعته مع استخدام أساليب جذابة تلفت الانتباه وتحفز الاهتمام مثل الأمثلة الحية أو القصص القصيرة أو الإحصائيات المقنعة.

- الغموض أو المبالغة يفقدان الرسالة مصداقيتها لذلك يجب أن تكون الرسالة الإقناعية صريحة خالية من التناقض ومبنية على معلومات دقيقة يسهل التحقق منها.

- لا شيء يؤثر في الآخرين أكثر من الصدق فعندما يلمس المتلقي الصدق في الحديث والنوايا يشعر بالثقة والاطمئنان مما يدفعه إلى تقبل الرسالة بسهولة أكبر.

5-1- قواعد مهارة الإقناع:

هناك بعض قواعد مهارة الإقناع إذا اتبعها الشخص باهتمام ودقة سوف يكون من أكثر الناس حبا وقبولا من الآخرين، ومن أهم هذه القواعد ما يلي: (سليمان، 2014، صفحة 208)

- ينبغي أن تكون العملية الإقناعية موجهة بنية صادقة وخالصة لوجه الله تعالى لا بدافع الغلبة أو الانتصار للذات بل بنية توصيل الحق أو الخير أو المنفعة للطرف الآخر، فالإخلاص يكسب المتحدث صفاء في النية وانعكاسا إيجابيا على طريقته في الحديث.

- قبل البدء في أي محاولة للإقناع من المهم أن يلجأ الإنسان إلى الله بالدعاء وطلب التوفيق والهداية راجيا أن يظهر له الحق ويوفقه إلى تقديمه للآخرين بأسلوب مؤثر ومقبول.

- يشترط في المقنع أن يكون مقتنعا بالفكرة التي يطرحها اقتناعا راسخا وأن يمتلك قدرة واضحة على شرحها وتوضيحها للآخر مع الجرأة والثقة في عرضها، كما ينبغي أن يتحلى بصفات شخصية مثل الصدق والالتزان واللباقة والقدرة على الإصغاء وكلها صفات تعزز من مصداقيته كمصدر للإقناع.

- لا بد من دراسة شخصية الطرف الآخر بعمق بما في ذلك قيمه واحتياجاته وترتيب أولوياته وقد يتطلب الأمر أحيانا محاولة "تقمص" شخصيته أي التفكير من زاويته لفهم دوافعه ومواقفه، كما ينبغي الانتباه إلى أساليب التحايل أو المقاومة التي قد يستخدمها حتى لا يقع المقنع في فخاخها أو يتشتت بسببها.

- من الضروري تحديد نقاط القوة في الفكرة أو الموضوع المطروح مع معرفة المآخذ التي قد تثار ضدها سواء كانت واقعية أو مبنية على تصورات خاطئة، ويستحسن إعداد ردود منطقية ومقنعة لتفنيد تلك الاعتراضات وتقديم تبريرات واضحة تعزز من قبول الفكرة.

- تلعب الظروف المحيطة دورا كبيرا في نجاح عملية الإقناع لذا يجب اختيار الوقت والمكان المناسبين مع مراعاة الحالة النفسية والجسدية للطرف الآخر، فالكلمة قد تكون صحيحة لكن إذا قدمت في توقيت غير ملائم أو في بيئة غير مناسبة فقد ترفض أو تساء فهمها لذلك فإن اقتناص اللحظة المثلى يعد من فنون الإقناع الأساسية.

1-6- تحليل مهارة الإقناع:

تعد مهارة الإقناع من المهارات الاتصالية المعقدة التي تقوم على بناء منطقي ونفسي متوازن يراعي طبيعة الفكرة المطروحة وسلوك المتلقي وظروف الحوار، ويمكن تحليل هذه المهارة إلى مجموعة من العناصر والخطوات الأساسية التي تضمن تحقيق التأثير المطلوب إذا ما أحسن توظيفها، ووفقا لما أورده سليمان فإن تحليل مهارة الإقناع يشمل ما يلي: (سليمان، 2014، صفحة 208)

- ينبغي أن يبدأ الخطاب الإقناعي بعرض حقائق ومسلمات يشترك الطرفان في قبولها إذ إن وجود أرضية مشتركة يسهل بناء الحجّة ويكسب الطرح مصداقية مما يمهّد لتقبل النتائج لاحقا دون مقاومة.

- يجب أن تبني النتائج أو الاستنتاجات المطروحة على المقدمات بشكل منطقي ومتسلسل بحيث يشعر المتلقي بأن ما توصل إليه المقنع هو نتيجة حتمية ومعقولة مما يعزز من فاعلية الإقناع.

- الدخول في جدال أو تحد للطرف الآخر أو التشكيك في نواياه يؤدي إلى إثارة روح الدفاع والمكابرة مما يضعف من فرص تقبل الفكرة لذا يجب اعتماد الحوار الهادئ والبناء الذي يركز على الموضوع لا على الأشخاص.

- عندما يرغب الشخص في تقديم فكرة جديدة ضمن بيئة معينة يستحسن أن يمهّد لها مسبقا من خلال طرحها على الأشخاص المؤثرين في تلك البيئة وكسب تأييدهم مما يجعل تقبلها أوسع وأيسر عند تقديمها للجماهير العام.

- تعد المقارنة أداة فعالة في دعم الفكرة المطروحة حيث تساعد على إبراز إيجابيات أحد الخيارات مقابل سلبيات الآخر مما يوضح الفارق ويعزز من قبول وجهة النظر المراد الدفاع عنها.

- من المهم أن يضع المتحدث حدا زمنيا ومدى موضوعيا لحديثه بحيث لا يطيل بلا داع ولا يتجاوز النقطة التي يصل فيها الإقناع إلى ذروته فالإطالة غير المحسوبة قد تؤدي إلى الملل وفقدان التركيز.

- يستحسن خلال الحديث أو في نهايته إعادة تلخيص الأفكار المحورية بأسلوب موجز وواضح كي لا تضيع وسط التفاصيل أو التفرعات ولضمان ترسيخها في ذهن المتلقي.

- الانضباط الانفعالي ضروري جدا في عملية الإقناع إذ يفترض بالمقنع أن يتحلّى بالهدوء والثبات وألا يسمح لأي استفزاز خارجي أن يخرجّه عن تركيزه، كما يجب أن تكون لغة الجسد داعمة للحديث منسجمة معه دون أن تظهر ارتباكاً أو انفعالا قد يضعف موقفه.

2- مهارات اجتماعية للتفاعل مع الآخرين:

المهارات الاجتماعية هي مجموعة من المهارات التي يمارسها الفرد يوميا في سياق تفاعله وتواصله مع الآخرين وتشمل كل ما يمكنه من بناء علاقات اجتماعية بصورة فعالة سواء من خلال وسائل لفظية أو غير لفظية، ويتجلى التواصل اللفظي في القدرة على التحدث بوضوح والمشاركة في المناقشات والعروض والتفكير المنطقي والتعبير عن الأفكار، أما التواصل غير اللفظي فيعبر عنه باستخدام الإيماءات ولغة الجسد وتعبيرات الوجه والتواصل البصري ونبرة الصوت بالإضافة إلى مهارة الإنصات، ولا شك أن هذه المهارات تعد سلوكيات مكتسبة يمكن تطويرها وقياسها من خلال الطريقة التي يتفاعل بها الفرد مع من حوله ومدى فعالية ردود أفعاله في مختلف المواقف الاجتماعية. (الخولي، 2024، صفحة 70)

تعد العلاقات الاجتماعية الناجحة عنصرا أساسيا في تحقيق الذات والقدرة على بلوغ الأهداف ويعتمد بناء هذه العلاقات على مجموعة من المهارات الاجتماعية التي تسهم في التفاعل الإيجابي مع الآخرين، ومنها: (عاشورث، 2024، الصفحات 229-231)

- توجيه الإطراء وتقبله: غالبا ما يهمل الناس تقديم المديح حتى عندما يعجبون بشخص ما أو بعمله المميز معتقدين أن إعجابهم واضح بما فيه الكفاية غير أن معظم الأفراد يحبون سماع كلمات التقدير مهما اختلفت ردود أفعالهم، لذا من المهم أن توجه الإطراء بشكل صادق دون تردد أو خجل مع الانتباه إلى الطريقة التي يقدم بها فالإطراء الفعال يتطلب صوتا واضحا وثقة بالنفس واتصالا بصريا مباشرا مما يعزز من أثره في النفس ويساهم في بناء الثقة المتبادلة ويقوي مهارة اجتماعية تسعد الآخرين وتنعكس إيجابا على صاحبها.
- تسهيل المحادثة: القدرة على بدء الحديث وإدارته تعد من المهارات المهمة في بناء علاقات اجتماعية جديدة وتجاوز المواقف المحرجة فبعض الأشخاص يترددون في التحدث مع الغرباء ويؤجلون المبادرة بينما يندفع آخرون للسيطرة على الحوار فالشخص الواثق من نفسه يعرف كيف يبدأ الحديث ويبقيه مستمرا بما يخدم مصلحته دون مبالغة أو انسحاب.
- التعبير عن الأفكار الإيجابية: قد ينجز أحدهم شيئا يستحق التقدير أو يظهر شجاعة في موقف معين لكن عدم التعبير عن هذا التقدير يفقده قيمته ويفوت فرصة توثيق العلاقة بإبداء الإعجاب مثل: "لقد أعجبت بمرونتك في تقبل رأي الجماعة رغم اختلافك معها" أو "أدهشتني طريقتك في التعامل مع الموقف الصعب" يعزز من التواصل الإنساني ويسعد الطرف الآخر ويشعر الشخص نفسه بالرضا لكونه عبر عن مشاعره الصادقة.
- الاعتراف بالتقصير: كثيرون يظنون أن الاعتراف بعدم المعرفة أو التقصير يضعف صورتهم أمام الآخرين لكنه في الواقع يظهر صدقهم ويعكس ثقتهم بأنفسهم فالاعتراف بنقاط الضعف لا يقلل من مكانة الفرد بل يقربه من

الآخرين ويشجعهم على التفاعل معه بصدق وانفتاح على عكس التبرير الذي قد يفقد المصدقية ويعيق بناء علاقة قائمة على الثقة.

3- المهارات الأساسية للتعامل مع الآخرين:

هناك ست مهارات أساسية في التعامل مع الآخرين من شأنها أن تحدث تحولا حقيقيا في إدراك الفرد لعلاقاته الاجتماعية، وهي: (ماثيو وآخرون، 2021، الصفحات 337-338)

- تحديد ما تريده من العلاقة: تبدأ العلاقات الفعالة بفهم الذات ففي كثير من الأحيان قد يشعر الفرد بالارتباك أو القلق دون أن يعرف السبب وهنا تكمن أهمية التأمل الذاتي والانتباه للمشاعر الداخلية حيث يتطلب الأمر البحث عن وسيلة لتحديد ما يشعر به الفرد بوضوح مما يساهم في توجيه سلوكياته بطريقة بناءة داخل العلاقة.
- التعبير عن الاحتياجات بطريقة تحافظ على العلاقة: يعد الإفصاح الواضح عن الاحتياجات من دون اتهام أو تهجم أساسا في التواصل السليم فبدلا من انتقاد الطرف الآخر ينصح بصياغة الطلبات في شكل سلوكي واضح وقابل للتنفيذ مما يعزز من فرص الاستجابة الإيجابية ويجنب الصراعات.
- التفاوض بشأن الاحتياجات المتعارضة: في العلاقات الصحية لا ينبغي أن يكون هناك "رابح" و"خاسر" بل يفترض أن تكون احتياجات الطرفين مشروعة وقابلة للتفاهم حيث يعتمد التفاوض الفعال على الرغبة في تقديم تنازلات متبادلة تراعي مصالح كل طرف بهدف تحقيق التوازن والرضا المتبادل.
- جمع المعلومات حول الآخر: تعد القدرة على اكتشاف ما يحتاجه الطرف الآخر وما يخشاه أو يأمله من المهارات الجوهرية في التعامل الفعال، فكلما ازداد وعيك بدوافع وسياقات الطرف المقابل زادت قدرتك على بناء علاقة قائمة على الفهم العميق والتقدير المتبادل.
- قول "لا" بأسلوب يحافظ على العلاقة: لرفض الطلبات أو المواقف غير المناسبة يمكن للفرد أن يسلك أحد ثلاث طرق: الطريقة الأولى وهي الضعيفة والمتردة تفقده احترامه لذاته والطريقة الثانية وهي العدوانية تثير نفور الآخرين، أما الطريقة الثالثة وهي الطريقة المؤكدة فتظهر احترام الفرد لاحتياجاته واحتياجات الآخرين على حد سواء مع رسم حدود واضحة تحمي العلاقة من الانهيار.
- التصرف بما يتوافق مع القيم الشخصية: التعامل بأسلوب سلبي أو عدواني يؤدي غالبا إلى فقدان احترام الذات واحترام الآخر لأنه يتجاهل احتياجات أحد الطرفين، لذا فإن تحديد المبادئ التي يرغب الفرد في أن تحكم سلوكياته مع الآخرين والتصرف على أساسها يعد خطوة محورية نحو علاقات أكثر نضجا وتوازنا.

خلاصة

إن فن التأثير في الآخرين ليس مجرد مهارة تمارس في المواقف اليومية بل هو علم وفن يستند إلى فهم عميق لطبيعة العلاقات الإنسانية وآليات التواصل الفعال فكل من مهارات الإقناع والقدرات التفاوضية والمهارات الاجتماعية تشكل دعائم أساسية في عملية التأثير حيث يتكامل الإقناع في توجيه الأفكار والتفاوض في إدارة الاختلافات والمهارات الاجتماعية في بناء الجسور الإنسانية القائمة على الاحترام والثقة، ومن هنا فإن الشخص القادر على التأثير هو من يتقن

هذه العناصر ويوظفها بذكاء ليس بهدف السيطرة أو فرض الرأي بل بهدف الوصول إلى التفاهم وتحقيق الأهداف المشتركة بأسلوب متوازن وإنساني، وبالتالي فإن امتلاك فن التأثير يعني امتلاك القدرة على قيادة الذات والآخرين نحو التغيير الإيجابي وهذا ما يجعل من هذه المهارات ضرورة لا غنى عنها في مختلف ميادين الحياة.

المحاضرة الثامنة: مهارة التحدث في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مهارة التحدث.
- 2- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة التحدث.
- 3- سمات المتحدث الجيد.
- 4- عناصر التحدث.
- 5- أغراض التحدث.
- 6- طرق تحسين مهارات الحديث.

خلاصة

سؤال تقويمي:

كيف تسهم طرق تحسين مهارات التحدث في تطوير أداء أخصائي العلاقات العامة وتحقيق تواصل فعال مع الجمهور؟

تمهيد

تعد مهارة التحدث من المهارات المحورية في عمل أخصائي العلاقات العامة إذ تشكل الأداة الأساسية التي يعبر بها عن سياسات المؤسسة ويوصل عبرها رسائلها إلى الجمهور فالعلاقات العامة تعتمد بالدرجة الأولى على التفاعل الإنساني ولا يمكن تحقيق هذا التفاعل دون قدرة عالية على التحدث بوضوح وبطريقة تناسب مع طبيعة الجمهور والسياق الاتصالي، إن الحديث الجيد لا يقاس فقط بطلاقة اللسان بل بقدرة المتحدث على التأثير والإقناع وعلى بناء علاقة إيجابية قائمة على الثقة والاحترام المتبادل لذلك فإن إتقان مهارة التحدث يمثل شرطاً أساسياً لنجاح الاتصال المؤسسي وتحقيق أهداف العلاقات العامة سواء في إدارة الأزمات أو تنظيم الفعاليات أو التفاوض أو تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة.

1- مهارة التحدث:

تعد مهارة التحدث من أهم المهارات اللغوية الأساسية إذ تركز على الاهتمام بمحتوى الحديث ومضمونه مع مراعاة الفروق الفردية بين الأشخاص واختيار الوقت المناسب لإجراء الحديث بالإضافة إلى فهم تأثيره المحتمل على الآخرين. (مسلم، 2015، صفحة 26)

ينظر إلى مهارة التحدث على أنها الوسيلة الأبرز في عملية الاتصال بين المسول ومرؤوسيه حيث تستخدم للتأثير والإقناع ونقل الأفكار أو القرارات بالكلام ليس مجرد ألفاظ منطوقة بل هو عملية إدراكية تبدأ بدافع للتحدث ثم تنتقل إلى مضمون يتم التعبير عنه وفق هدف معين، كما أن التحدث يعد تفاعلاً اجتماعياً وانفعالياً يجري بين طرفين هما المتحدث والمستمع ويتبادلان الأدوار بشكل مستمر فيتحول المتحدث إلى مستمع والعكس والغاية من هذه المهارة هي إيصال المعاني بوضوح والتأثير في سلوك الطرف الآخر وتكمن فاعلية المتحدث في قدرته على التعبير عن أفكاره أو معلوماته أو قراراته بلغة صحيحة ونطق سليم وصوت ملائم للموقف. (بركان، 2017، صفحة 652)

2- الاعتبارات الواجب مراعاتها في مهارة التحدث:

هناك اعتبارات ضرورية يجب على القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة مراعاتها وهي كالآتي: (عليوات، 2017،

صفحة 28)

- من الضروري أن يحرص المتحدث وخاصة في مجال العلاقات العامة على معرفة جيدة بالأشخاص الذين يتوجه إليهم بالحديث من حيث وظائفهم ومستوياتهم العلمية والثقافية وظروفهم النفسية والاجتماعية إضافة إلى فهم دوافعهم واحتياجاتهم، كما يجب أن يكون محتوى الحديث مستنداً إلى معلومات دقيقة وصحيحة مع مراعاة ترتيب الأفكار بشكل منطقي ليتناسب مع مستوى المستمعين.

- ينبغي تجنب اللزمات اللفظية والحركية التي قد ترافق الحديث دون داع مثل تكرار بعض العبارات أو الحركات العصبية لأنها تشتت انتباه الجمهور وتؤثر سلباً على فعالية الحديث، كذلك من المهم تجنب الإكثار من الحديث عن الذات أو التحيز للرأي أو تركيز النظر على شخص واحد فقط أثناء الحديث.

- يستحسن إظهار قدر من الانفعالات الإيجابية المناسبة لمحتوى الحديث بهدف تعزيز التفاعل مع المستمعين وتحقيق مشاركة وجدانية فعالة، كما يجب على المتحدث أن يراعي استيعاب الجمهور لحديثه ويشجعهم على طرح الأسئلة لتوضيح أي فكرة غير مفهومة.

- من المهم أيضا ضبط مستوى الصوت أثناء التحدث بحيث لا يكون مرتفعا بشكل مزعج إلا إذا تطلب الموقف ذلك مع التركيز على الكلمات المفتاحية والتأكيد على المفردات المهمة لضمان وضوح الرسالة.

3- سمات المتحدث الناجح:

حتى يكون الشخص متحدثا ناجحا لا بد أن يتحلى بعدة سمات تساهم في جعله أكثر تأثيرا وقدرة على إيصال أفكاره بفعالية وقد صنفت هذه السمات إلى ثلاث فئات رئيسية، وهي: (الطيب، 2016، الصفحات 64-65)

✚ **السمات الشخصية:** تتمثل السمات الشخصية في مجموعة من الصفات التي تعزز حضور المتحدث وثقته أمام الآخرين من أبرزها الموضوعية، أي قدرة المتحدث على التصرف وإصدار الأحكام بشكل حيادي دون تحيز، كما يعد الصدق عنصرا جوهريا فكلما كان المتحدث صادقا زاد تأثيره في مستمعيه، ويضاف إلى ذلك الوضوح في الطرح إذ ينبغي أن تكون اللغة المستخدمة بسيطة والمحتوى منظما ومتسلسلا بشكل منطقي والكلمات واضحة وغير معقدة، ومن الصفات الضرورية أيضا الدقة سواء في اختيار الألفاظ التي تعبر عن المعنى بدقة أو في صحة المعلومات المقدمة، كما يسهم الحماس في إضفاء الحيوية والديناميكية على أداء المتحدث مما يزيد من جاذبية حديثه وأخيرا القدرة على التذكر وهي مؤشر على حضور الذهن وسرعة الاسترجاع أثناء الحديث.

✚ **السمات الصوتية:** يعتبر الصوت أداة رئيسية في نجاح المتحدث فمع أن طبيعة الصوت قد لا تكون قابلة للتغيير التام إلا أن طريقة استخدامه قابلة للتحكم والتطوير ويشمل ذلك ضبط ارتفاع الصوت أو خفضه وتغيير نغمته بما يتلاءم مع طبيعة الموقف، كما أن إدراك العوامل المؤثرة على الأداء الصوتي كالحالة النفسية أو البيئية يساعد المتحدث على تحسين نطقه والتأثير في الآخرين بشكل أكثر فاعلية.

✚ **السمات الإقناعية:** الإقناع من أهم السمات التي يجب أن يتحلى بها المتحدث الناجح فهو لا يهدف فقط إلى نقل المعلومات بل يسعى إلى كسب تأييد المستمعين لوجهة نظر أو فكرة معينة ويتحقق ذلك من خلال تقديم أدلة منطقية وبراهين قوية تدعم الرسالة الموجبة، كما تشمل القدرة الإقناعية مهارات مثل التحليل العميق والابتكار في طرح الأفكار والقدرة على العرض والتعبير بوضوح إلى جانب التحكم في الانفعالات أثناء الحديث ولا تقل أهمية عن ذلك قابلية المتحدث لتقبل النقد بصدر رحب مما يعكس نضجه وثقته بنفسه.

4- عناصر التحدث:

إن التحدث لا يتم بصورة عشوائية بل يعتمد على مجموعة من العناصر التي تعد بمثابة الدعائم الأساسية لبنائه وتقويته تماما كما أن لكل قول أسبابه التي يستند إليها، ومن بين أبرز هذه العناصر ما يلي: (حسين، 2010، الصفحات 140-141)

- الحاجة: تعد الحاجة الدافع الأول والأساسي وراء الحديث فالإنسان لا يتحدث إلا بدافع داخلي لتحقيق غرض معين سواء كان ذلك الغرض تعلم شيء جديد أو الاستفسار عن أمر ما أو البحث عن وظيفة أو إيصال فكرة أو رسالة فكلما وجدت الحاجة نشأ الحديث لتلبية تلك الضرورة الحياتية والمعاشية التي يواجهها الفرد في حياته اليومية.

- موضوع الحديث: لا يمكن أن يتم الحديث دون موضوع محدد يدور حوله النقاش أو الكلام فكل موقف أو سياق يتطلب مضمونا معيناً يتناسب معه فالحديث أمام جمهور غاضب يختلف جذريا عن محاضرة علمية تلقى على نخبة من المتخصصين وكذلك يختلف الحديث الجانبي مع صديق عن نقاش يتعلق بقضايا الأسرة أو العمل أو حتى السياسة والأدب، لذلك فإن تحديد موضوع الحديث بدقة يعد أمراً ضرورياً لضمان انسجام الكلام مع السياق والغاية المرجوة منه.

- الأسلوب: للأسلوب أهمية كبيرة في عملية التحدث إذ إنه يتغير تبعاً لموضوع الحديث وطبيعته فلكل موقف أسلوبه المناسب فأسلوب الإلقاء الرسمي يختلف عن أسلوب الحوار العفوي وأسلوب الجدل يختلف عن أسلوب الدفاع أو المطالبة بالحقوق كما أن اختيار الألفاظ والمعاني يجب أن يكون منسجماً مع الفكرة المراد التعبير عنها، وقد أشار الجاحظ إلى هذه الفكرة بقوله إن أسلوب الإنسان في الحديث يعكس خلقه وطباعه وأن الناس يختلفون في طرق تعبيرهم بحسب طبقاتهم وخصائصهم النفسية والاجتماعية.

- طبقات الصوت: تعد نبرات الصوت وتحولاتها جزءاً لا يتجزأ من مضمون الحديث حتى وإن لم يشعر المتحدث بها بشكل واع فنبرة الصوت الحادة تعبر عن الغضب أو الانفعال بينما تعكس النبرة اللينة الرضا أو الهدوء، كذلك فإن الضغط على بعض الحروف أو طريقة نطق الكلمات قد تدل على طبيعة الموضوع المطروح فمثلاً الهمس يشير إلى حديث سري أو شخصي بينما يفهم من الضحك والقهقهة أن الحديث يدور حول أمر طريف أو مسل، أما الصوت الأمر أو الجازم فيوحي بأن المتحدث في موقع السلطة في حين يستدل من النبرة المتوسلة أو الراجية على أن المتحدث في موضع طلب أو حاجة.

5- أغراض التحدث:

للتحدث أغراض عديدة كونه وسيلة التعامل الأساسية نوجزها فيما يلي: (حسين، 2010، الصفحات 141-

(142)

- يعد التحدث من الوسائل الأساسية في التفاعل الإنساني فهو ليس مجرد أداة للتواصل بل هو حاجة يومية لا تقل أهمية عن الحاجات البيولوجية كالغذاء والماء، فالفرد في حياته اليومية لا يستطيع الانخراط في المجتمع أو تسيير شؤونه الشخصية والمهنية دون امتلاك القدرة على التحدث والتعبير عن ذاته الأمر الذي يجعل من هذه المهارة ضرورة لا غنى عنها في مختلف المواقف والعلاقات.

- من أبرز أغراض التحدث تحسين الأداء الوظيفي حيث أصبحت مهارة التعبير الشفهي عنصراً رئيساً في كثير من الوظائف لاسيما تلك التي تتطلب التفاعل المباشر مع الآخرين كالمبيعات والتعليم والإعلام والإدارة، فالقدرة على الحديث بلباقة ووضوح وإقناع تعد من بين المعايير التي ينظر إليها عند التوظيف لأنها تمثل دلالة على الكفاءة المهنية والقدرة على التأثير في الآخرين وإيصال الأفكار بطريقة فعالة.

- يلعب التحدث دوراً مهماً في الدعوة إلى الأفكار والمناهج والاتجاهات الفكرية أو الدينية أو السياسية إذ يعد التحدث هنا وسيلة للتأثير والتعبير ووسيطاً فعالاً لإيصال المعتقدات والقيم إلى الآخرين، لذلك فإن الدعاة والمصلحين وقادة الرأي هم من أكثر الناس حاجة لإتقان هذه المهارة لأنها تمكنهم من تقديم أفكارهم بلغة طليقة وأسلوب مؤثر وصورة جاذبة تثير اهتمام المستمع وتقنعه.

مهارة التحدث في العلاقات العامة

- يسهم التحدث من الناحية النفسية والاجتماعية في بناء الشخصية وتشكيل ملامحها الخارجية والداخلية فالشخص الذي يمتلك القدرة على الحديث بوضوح وثقة ينظر إليه غالبا كشخص واضح ومؤثر قادر على التعبير عن نفسه والدفاع عن آرائه وتكوين علاقات اجتماعية ناجحة، كما أن السعي إلى امتلاك هذه المهارة يعكس رغبة في تطوير الذات وتكميل الشخصية من حيث حضورها الاجتماعي وقوتها التعبيرية وجاذبيتها التفاعلية.

باختصار فإن التحدث لا يقتصر فقط على كونه وسيلة لنقل المعلومات بل يتجاوز ذلك ليصبح أداة للتأثير وبعدا أساسيا في الأداء المهني ومقوما رئيسا في بناء الشخصية ووسيلة فعالة للدعوة إلى الأفكار وتقديمها بأسلوب مؤثر وجاذب.

6- طرق تحسين مهارات الحديث:

تشير العديد من الدراسات إلى وجود أساليب فعالة لتطوير مهارات الاتصال الشفهي أثناء الحديث، ومن أبرزها ما يلي: (الطيب، 2016، صفحة 68)

- ✓ تعد مهارات الحديث من الركائز الأساسية للتواصل الفعال إذ لا تقتصر على مجرد نطق الكلمات بل تشمل الطريقة والأسلوب الذي يعرض بهما المحتوى مما يؤثر بشكل مباشر على تفاعل الطرف الآخر واستيعابه.
- ✓ من أبرز الأساليب التي تساعد في تحسين مهارات الحديث هو اعتماد نبرة صوت مرنة وسلسلة فالنبرة المعتدلة تضفي على الحديث طابعا مريحا وتسهل التفاعل خاصة إذا ترافقت مع إيقاع لفظي بسيط وغير متكلف.
- ✓ من المستحب أيضا أن يخاطب المتحدث المستمع باسمه إن أمكن فذلك يعكس اهتماما واحتراما ويشعر الآخر بأهمية دوره في التفاعل شرط أن يكون ذلك متناسبا مع طبيعة العلاقة الاجتماعية.
- ✓ توظيف المعلومات المألوفة والواضحة يعد من الخطوات المهمة فكلما كانت الرسائل اللفظية قريبة من خبرات المستمع ومفاهيمه كان فهمها أسرع وأكثر عمقا كما يفضل تجنب الخوض في التفاصيل التقنية أو المصطلحات المعقدة التي قد تربك أو تنفر المتلقي.
- ✓ التحلي بالصراحة عند الرد على تساؤلات الآخرين يعزز المصداقية ويقوي الثقة إذ ينبغي تقديم الإجابات بوضوح مع تزويد المستمع بأكبر قدر ممكن من المعلومات ذات الصلة دون تكرار ممل أو إطالة غير ضرورية.
- ✓ الدعابة عنصر فعال في كسر الجمود وبت الارتياح في الحوار لكن استخدامها يجب أن يكون معتدلا وملائما للسياق حتى لا تفقد المحادثة طابعها الجاد أو تتحول إلى نوع من التهكم غير المرغوب فيه.
- ✓ التعابير الوجهية لاسيما حركات الشفتين والحاجبين تكمل الرسالة المنطوقة وتعبر عن المشاعر والانفعالات المصاحبة للكلام ومن المهم أن تنسجم هذه التعابير مع مضمون الحديث لتكون أكثر صدقا وتأثيرا.
- ✓ يعد ضبط سرعة الإلقاء من العوامل الحاسمة في تحسين جودة الحديث إذ يجب أن يكون الإيقاع متوازنا لا بطيئا مملا يشتت الانتباه ولا سريعا يربك الفهم بل معتدلا يسمح للمستمع بمتابعة الأفكار دون عناء أو إجهاد.

خلاصة

في ضوء ما سبق يتضح أن مهارة التحدث تمثل جوهر العملية الاتصالية في العلاقات العامة إذ تسهم في تعزيز فعالية التواصل وتحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها ومن خلال التحدث المؤثر يستطيع أخصائي العلاقات

العامّة توصيل الرسائل بدقة والتفاعل مع المواقف المختلفة بحنكة وبناء علاقات قائمة على الثقة والمصداقية، لذا فإنّ تنمية هذه المهارة وتطويرها بشكل مستمر يعد استثماراً حقيقياً في جودة الأداء الاتصالي للمؤسسات خاصة في ظل ما يشهده العصر الحديث من تحولات متسارعة في أنماط الاتصال وأساليبه.

المحاضرة التاسعة: مهارة الإنصات والإصغاء في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم مهارة الإنصات والإصغاء.
- 2- مراحل عملية الإنصات والإصغاء.
- 3- صفات المنصت الجيد.
- 4- أنواع الإنصات والإصغاء.
- 5- مهارات الإنصات والإصغاء الجيد.
- 6- كيف تحقق مهارة الإنصات والإصغاء.

خلاصة

سؤال تقويبي:

في ظل تسارع الحياة الحديثة وتعدد وسائل التواصل هل ما زالت مهارة الإنصات تعد مهارة أساسية في بناء العلاقات الناجحة؟ ناقش ذلك من خلال عرض رأيين مختلفين ثم وضع رأيك مدعماً بمراحل الإنصات، أنواعه وصفات المنصت الجيد كما وردت في المحاضرة.

تمهيد

تعد مهارة الإنصات والإصغاء من الركائز الأساسية في مجال العلاقات العامة إذ لا يقتصر دور الممارس على إيصال الرسائل فحسب بل يتعداه إلى استقبال وفهم الرسائل الصادرة عن الجمهور بطريقة واعية وفعالة، فالإنصات ليس مجرد عملية سماع سلبي بل هو فعل اتصالي نشط يتضمن التركيز والانتباه وتحليل المحتوى وفهم المشاعر والدوافع التي تقف خلف الكلمات، وتزداد أهمية هذه المهارة في ظل التفاعل المتواصل بين المؤسسة وجمهورها حيث يشكل حسن الإصغاء أداة فعالة في بناء الثقة واحتواء الأزمات وفهم حاجات المتلقين، إن أخصائي العلاقات العامة الذي يتقن مهارة الإنصات يظهر احتراماً للآخرين ويعزز من جودة التواصل ويساهم في اتخاذ قرارات مدروسة ومبنية على فهم واقعي للتوقعات والانطباعات السائدة.

1- مفهوم مهارة الإنصات والإصغاء:

تعد مهارة الإنصات والإصغاء من المهارات الاتصالية الحيوية التي تعتمد على قدرة الفرد على الانتقال بوعي وفعالية عبر مستويات الاستماع الثلاثة من الاستماع السطحي إلى الإنصات اليقظ ثم إلى الإنصات المركز، ويتحقق ذلك عندما يتمكن المستمع من وضع نفسه موضع المتحدث فيسعى لفهم أفكاره ومشاعره بعمق مع التركيز الكامل على ما يقال دون تشتيت ثم ربط تلك الرسالة بخبراته ومعلوماته السابقة، بعد ذلك يقوم المستمع بتحليل المحتوى بناء على أدواته المعرفية ويصل إلى استنتاجات منطقية تمكنه من إدارة التفاعل الاتصالي بطريقة فعالة وتكتسب هذه المهارة أهمية خاصة في السياقات المهنية مثل الاجتماعات والمقابلات الرسمية والتواصل مع المراجعين حيث تساهم في تحسين جودة الفهم واتخاذ القرارات المناسبة. (وصوص والجوارنة، 2014، صفحة 314)

تعد مهارة الإصغاء وفهم الكلام ومعانيه من أكثر المهارات تعقيداً إذ تتطلب جهداً مستمراً للسيطرة على الرغبة في التحدث والتركيز على ما يقوله الآخر، ويشمل ذلك الانتباه الدقيق لكلماته ومتابعة نبرات صوته والتدقيق في مخارج الحروف لتحديد المعنى والمقصد فليس كل ما يقال يحمل بالضرورة معنى واضحاً أو دلالة محددة إذ إن جوهر الحديث لا يكمن في الكلمات ذاتها بل في ما تتضمنه من مضامين ومعانٍ، ومن هنا فإن اكتساب مهارة الإصغاء لا يتحقق إلا من خلال تدريب الذات المستمر على الإنصات الواعي والتركيز العميق. (بن شدة ومحرزي، 2021، صفحة 241)

2- مراحل عملية الإنصات والإصغاء:

تعد عملية الإنصات سلسلة متكاملة من المراحل الذهنية والحسية التي تهدف إلى استقبال الرسالة وفهمها والتفاعل معها وعليه فقد تم تحديد ست مراحل رئيسية تمر بها هذه العملية، وهي: (خضر، 2013، الصفحات 74-75) ✓ الاستماع (الاستقبال السمعي): تبدأ عملية الإنصات باستقبال الأصوات والكلمات عبر حاسة السمع حيث تتحول الموجات الصوتية إلى ذبذبات تنتقل إلى الدماغ عن طريق العصب السمعي وهي المرحلة الحسية الأولية التي تمثل البوابة الفسيولوجية للإدراك السمعي.

- ✓ التفسير: في هذه المرحلة يعمل الدماغ على تحويل الذبذبات السمعية إلى معان وأفكار أي أن الصوت يتحول من إشارات فسيولوجية إلى محتوى له دلالة عقلية.
- ✓ الاستيعاب: يقصد به فهم المعاني والأفكار المستمعة وهو مستوى أعمق من مجرد التفسير حيث يتأثر بعدة عوامل مثل خبرات الفرد السابقة ومستواه الثقافي وحالاته النفسية إضافة إلى المعلومات البصرية غير اللفظية (مثل تعبيرات الوجه أو الإيماءات) التي تعزز الفهم وتصل عبر حاسة البصر.
- ✓ التذكر: بعد الفهم يعمل الدماغ على مقارنة المعاني الجديدة بالمعلومات المخزنة في الذاكرة مما يساعد على تحليل المحتوى والوصول إلى مضمونه ثم يضاف هذا المعنى إلى الرصيد المعرفي للفرد.
- ✓ التقييم: في هذه المرحلة يحدد المتلقي المعنى النهائي من وجهة نظره الخاصة ويقيم الرسالة بناء على فهمه وتحليله ليقرر ما إذا كانت المعلومة مقبولة أو مرفوضة حقيقية أو مشكوكا فيها وهو ما يمهد لاتخاذ رد فعل مناسب.
- ✓ الاستجابة: تمثل هذه المرحلة الناتج النهائي لعملية الإنصات حيث يظهر تفاعل المتلقي في صورة رد فعل لفظي (كالإجابة أو التعليق) أو غير لفظي (مثل الإيماء أو التعبير الانفعالي) وهو ما يعيد دورة الاتصال إلى المرسل ويغلق الحلقة التواصلية.

3- صفات المنصت الجيد:

- يتمتع المنصت الجيد يتمتع بمجموعة من الخصائص النفسية والسلوكية التي تمكنه من التواصل الفعال وفهم الرسائل المسموعة بعمق، ومن أبرز هذه الصفات: (البدوي، 2014، صفحة 28)
- يمتلك رغبة حقيقية في الإنصات ويكون مؤهلا نفسيا وعقليا للتركيز كما يكون مدربا على مهارات الاستماع الجيد.
 - يفكر في مضمون الرسالة أثناء الاستماع ولا يتردد في طلب التوضيح من المتحدث عند مواجهته كلمات أو أفكار غير مفهومة.
 - يولي اهتماما خاصا بعلامات الاتصال غير اللفظي مثل تعبيرات الوجه وحركات الجسد ونبرة الصوت لما تحمله من معانٍ إضافية.
 - يبدي استجابات تتناسب مع محتوى الرسالة وهدفها سواء كانت استجابات فورية (كالفرح أو الحزن أو تنفيذ أمر) أو استجابات مؤجلة (كالعمل بنصيحة أو إتباع إرشادات).
 - يسهل على المتحدث التعبير عن أفكاره ومشاعره بوضوح من خلال التفاعل الإيجابي وخلق بيئة مريحة للحوار.
 - لا يقاطع المتحدث أثناء حديثه إلا في حال الاستئذان أو عند انتهاء المتحدث من كلامه احتراما لسير الحوار وتسلسله.
 - يعبر عن مشاعره بشكل متوازن بما في ذلك الانفعالات التي قد تكون مكبوتة مما يضيء بعدا إنسانيا على التفاعل.
 - يحرص على توفير جو اتصالي ملائم يشعر فيه المتحدث بالراحة ويتترك لديه انطبعا إيجابيا يشجعه على الاستمرار في التعبير.

4- أنواع الإنصات والإصغاء:

يمكن تصنيف الإنصات إلى أربعة أنواع رئيسية تختلف باختلاف الهدف والسياق الذي يتم فيه الاستماع، وهي:

(الهاشمي والعزاوي، 2005، صفحة 66)

- الإنصات بهدف الحصول على المعلومات: يتمثل هذا النوع في الاستماع من أجل جمع الحقائق والمعارف المتعلقة بموضوع معين ويتطلب من المستمع أن يركز على النقاط الأساسية في الرسالة الاتصالية ويحدد الفائدة الجوهرية التي يسعى المتحدث إلى إيصالها مع الانتباه للتفاصيل والمضامين المهمة.

- الإنصات النقدي: يركز على تقييم مضمون الرسالة وما تتضمنه من أفكار ومعلومات ويعنى بتحليل دوافع المتحدث ومدى منطقية طرحه، وتبرز أهمية هذا النوع من الإنصات خاصة عند الاستماع إلى الرسائل الإقناعية أو الخطابات التي تتطلب تفكيراً نقدياً وتمحيصاً للمحتوى قبل قبوله أو رفضه.

- الإنصات العاطفي: يقصد به الاستماع الذي يقوم على التفاعل الوجداني مع المتحدث ويستخدم في مواقف الاتصال الشخصي، يهدف المستمع من خلاله إلى مشاركة الآخر مشاعره وفهم حالته النفسية ودعمه نفسياً أو اجتماعياً دون إصدار أحكام أو تقديم حلول فورية.

- الإنصات بهدف الاستمتاع: هو الإنصات الذي يقوم به الفرد بدافع ذاتي بغرض الترفيه أو تحقيق إشباع شخصي كأن يستمع إلى مقطوعة موسيقية أو قصة إذاعية أو برنامج حوار، وقد يستخدم المستمع في هذا السياق جميع مهارات الإنصات لأن الرسالة تمثل له نوعاً من المتعة أو الراحة الذهنية.

5- مهارات الإنصات والإصغاء الجيد:

تصنف مهارات الإنصات الجيد إلى أربعة محاور رئيسية تتكامل فيما بينها لتحقيق عملية استماع فعالة وعميقة،

وهي: (بركان، 2017، الصفحات 651-652)

- مهارة الفهم ودقته: تقوم هذه المهارة على قدرة المستمع على تركيز الانتباه الذهني أثناء الاستماع وفهم الرسالة المنطوقة بدرجة عالية من الوضوح، وتشمل هذه المهارة القدرة على الإنصات بوعي وتجنب التسرع في إطلاق الأحكام وطرح الأسئلة التوضيحية لفهم وجهة نظر المتحدث مع إظهار اهتمام حقيقي بما يقال، كما تتضمن إدراك الفكرة العامة للحديث وتحديد الأفكار الأساسية إضافة إلى فهم الإشارات غير اللفظية المصاحبة للكلام.
- مهارة الاستيعاب: تتجلى في قدرة المستمع على تلخيص محتوى ما سمعه وربط الأفكار ببعضها البعض بطريقة منطقية، وهي تشمل أيضاً إدراك العلاقات بين المفاهيم المطروحة وتصنيف المعلومات وفق محاور محددة بما يسهل من تفسيرها وفهم السياق العام للحديث.
- مهارة التذكر: تعد الذاكرة جزءاً جوهرياً في عملية الإنصات إذ تتيح للفرد استرجاع المعلومات المسموعة وربطها بمعلوماته السابقة ومن أجل تحقيق ذلك لا بد من تنظيم ما يسمعه المستمع بطريقة تساعده على ترسيخه في الذاكرة، وتعد مهارتنا الفهم والاستيعاب أساسيتين لدعم عملية التذكر نظراً لما تساهمان به في بناء روابط معرفية بين ما هو جديد وما هو مخزون سابقاً.

- مهارة النقد: تعكس هذه المهارة القدرة على تقييم ما يقال من حيث القوة والضعف والتفكير في مسار الحديث والتنبؤ بنهاياته، كما تشمل التفاعل الإيجابي مع المتحدث من خلال طرح الأسئلة الهادفة والمشاركة الوجدانية عبر تعبيرات الوجه والانفعالات التي تظهر الانتباه والتفاعل الحقيقي.

6- كيف تحقق مهارة الإنصات والإصغاء:

- تتحقق مهارة الإنصات والإصغاء من خلال أساليب معرفية وأدائية واهتمامات وجدانية، ولكي ننجح في الوصول إلى هدف الإنصات الجيد علينا أن نقوم بالآتي: (حسين، 2010، صفحة 105)
- ✓ من الضروري أن ندرب أنفسنا على الاستماع الجاد حتى يصبح سلوكا طبيعيا نألفه لا عادة مملة نتفادها فكلما مارسنا الاستماع بوعي أصبح جزءا من شخصيتنا الاتصالية.
- ✓ يحتاج الإنصات الجيد إلى ضبط النفس وتحكم ذهني ويمكن تحسينه بالتدريب المنتظم من خلال اختبارات ذاتية تساعدنا على تقييم مدى انتباهنا وجودة تركيزنا بعد كل موقف استماعي.
- ✓ لا يمكن تحقيق الإنصات دون قدرة على التركيز، ومهارة في المتابعة المستمرة مع الابتعاد عن كل ما قد يشتت الانتباه وهذا يتطلب صبرا وتحملا أثناء الاستماع حتى النهاية.
- ✓ الإنصات الفعال يبدأ بنية الفهم أولا لا بمجرد الاستماع السلبي أي أن نستمع لأننا نريد أن نفهم لا لأننا مضطرون لذلك.
- ✓ عندما نستمع يجب أن نميز بين ما نعرفه سلفا وما هو جديد علينا هذا يساعد في التعلم ويدفعنا إلى طرح الأسئلة عند وجود ما لا نفهمه.
- ✓ من المفيد أن ننهي الحس النقدي لدينا أثناء الاستماع فنقف عند النقاط التي تستحق التفكير أو التي قد نملك تجاهها وجهة نظر خاصة.
- ✓ علينا أن نفرق أثناء الاستماع بين ما هو حقيقة مثبتة وما هو رأي أو تفسير شخصي وكذلك التمييز بين التعبير الموضوعي والمحتوى العاطفي.
- ✓ لا تعتمد جودة الإنصات على المستمع فقط بل تتأثر أيضا بعوامل مثل وضوح صوت المتحدث وطبيعة المحتوى المسموع وبيئة المكان والحالة النفسية للطرفين فكلما كانت هذه الظروف مهيأة زادت فرص تحقيق إنصات فعال.

خلاصة

في ضوء ما سبق، يتضح أن مهارة الإنصات والإصغاء لا تقل أهمية عن مهارات التحدث أو الكتابة في ميدان العلاقات العامة بل تعد عنصرا محوريا في تحقيق التفاهم وبناء العلاقات الإيجابية بين المؤسسة وجمهورها، فهي تمكن أخصائي العلاقات العامة من التقاط الإشارات اللفظية وغير اللفظية والتعامل بذكاء مع ردود الفعل وتقديم استجابات مدروسة تعكس فهما حقيقيا للرسالة المتلقاة، ولهذا فإن تطوير هذه المهارة بالتدريب والممارسة المستمرة يعتبر استثمارا فعالا في تعزيز الأداء الاتصالي للمؤسسة ويسهم في ترسيخ صورة إيجابية قائمة على الاحترام المتبادل والتواصل الإنساني الهادف.

المحاضرة العاشرة: مهارة الكتابة في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم مهارة الكتابة.
- 2- أنواع الكتابة.
- 3- مستويات مهارة الكتابة.
- 4- أساليب الكتابة.
- 5- مهارات الكتابة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

وضح كيف تساهم معرفة أنواع وأساليب ومستويات الكتابة في تحسين الأداء الكتابي ثم بين العلاقة بين هذه الجوانب ومهارات الكتابة التي يجب أن يمتلكها الكاتب الناجح؟

تمهيد

تعد مهارة الكتابة من أبرز المهارات المهنية التي يجب أن يتحلى بها أخصائي العلاقات العامة لما لها من دور فعال في صياغة الرسائل الاتصالية ونقلها إلى الجمهور بأسلوب مؤثر ومنظم، فالكتابة ليست مجرد وسيلة لنقل المعلومات بل هي أداة إستراتيجية تستخدم للتأثير والإقناع وبناء الصورة الذهنية للمؤسسة في أذهان الجماهير، وتتميز الكتابة في مجال العلاقات العامة بخصوصيتها إذ تتطلب القدرة على التكيف مع طبيعة الرسالة ونوع الوسيلة الإعلامية وتوقعات الجمهور المستهدف مع الحفاظ على الدقة والوضوح والاحترافية، كما أن أخصائي العلاقات العامة مطالب بكتابة أنواع متعددة من النصوص مثل البيانات الصحفية والخطابات والتقارير والمحتوى الرقمي مما يجعل من مهارة الكتابة عاملا حاسما في نجاح الحملات الاتصالية وتحقيق أهداف المؤسسة، في ظل هذا السياق يصبح تعلم مهارة الكتابة وتطويرها باستمرار ضرورة مهنية في عصر يتسم بسرعة تداول المعلومات وتعدد قنوات الاتصال.

1- مفهوم مهارة الكتابة:

تعرف مهارة الكتابة على أنها "قدرة عقلية وتنظيمية تهدف إلى إنتاج نصوص مكتوبة بشكل موضوعي ودقيق خالية من الأخطاء الإملائية واللغوية وتعكس مستوى جيدا من التفكير والأسلوب وتتطلب هذه المهارة تدريب العاملين على تحسين قدراتهم اللغوية وتوسيع حصيلتهم المعرفية وتطوير أساليبهم في التعبير الكتابي خاصة في السياقات الإدارية والمهنية". (مسلم، 2015، صفحة 26)

كما تعد مهارة الكتابة "عملية ذهنية متسلسلة تمر بعدة مراحل مترابطة تبدأ بالتخطيط ثم إعداد المسودة يليها التفاعل مع ردود فعل القارئ ثم التنقيح والتقييم وأخيرا الوصول إلى الكتابة المتقدمة وباستكمال هذه العمليات تصبح المادة المكتوبة جاهزة للعرض أو النشر بما يحقق الفعالية والوضوح في التواصل المكتوب". (عاشور ومقدادي، 2005، صفحة 205)

2- أنواع الكتابة:

هناك أربعة أنواع رئيسية من الكتابة تختلف فيما بينها من حيث الغرض والمحتوى والأسلوب، وهي: (الطائي و

العلاق، 2009، صفحة 106)

- الكتابة التعبيرية: ترتبط هذه الكتابة بتجارب الكاتب الشخصية وخبراته الذاتية حيث تعبر عن مشاعره وانفعالاته وانطباعاته تجاه موضوع معين، وتعد هذه الكتابة وسيلة للكشف عن شخصية الكاتب وفهم نظرته الخاصة للأشياء من حوله.

- الكتابة الإقناعية: تهدف إلى التأثير في القارئ وإقناعه بتبني وجهة نظر أو فكرة محددة. ويعتبر تفاعل القارئ مع النص عنصرا محوريا في هذا النوع من الكتابة إذ يسعى الكاتب إلى بناء حجج منطقية مدعومة بالأدلة لتغيير قناعة القارئ أو تعزيزها.

- الكتابة الأدبية: تركز على الجانب الجمالي والإبداعي في التعبير حيث يستخدم الكاتب الصور البلاغية والتشبيهات والتعبيرات الراقية بهدف إمتاع القارئ وإثارة خياله، وتعد الكتابة الأدبية مجالاً واسعاً للفن والتصوير الرمزي والخيالي.

- الكتابة الأكاديمية: تستهدف مناقشة المفاهيم العلمية والنظريات والأفكار بطريقة موضوعية بعيدة عن التأثيرات الانفعالية والشخصية، ويتطلب هذا النوع من الكتابة الدقة في الطرح والتحليل المنهجي ويستخدم عادة في المجالات التعليمية والبحثية لنقل المعرفة بشكل منظم ومحايد.

3- مستويات مهارة الكتابة:

تتكون مهارة الكتابة من مستويين رئيسيين يكمل أحدهما الآخر، وهما: (حمادي، 2022، صفحة 157)

❖ **المستوى الظاهري:** يعنى هذا المستوى بالجانب الشكلي للكتابة ويشمل جودة الخط، التهجئة الصحيحة، تنظيم الجمل والفقرات، علامات الترقيم والتهميش، ويهتم المتعلم في هذا المستوى بتطبيق القواعد الفنية المتعلقة بشكل الحرف من حيث حجمه وطريقة اتصاله بالحروف الأخرى ومدى وضوحه وميوله واستقامته إلى جانب مراعاة ملء الفراغات وتناسب الطول والقصر، ويهدف هذا المستوى إلى تمكين المتعلم من الكتابة بسرعة مقبولة بخط واضح وسهل القراءة من خلال تدريب اليد والأعصاب الحركية على رسم الحروف بدقة وكتابة الكلمات وفق القواعد الإملائية السليمة وتكوين جمل منظمة ومتراصة.

❖ **المستوى الباطني:** يركز هذا المستوى على مضمون الكتابة وبناء المعنى ويشمل القدرة على توليد الأفكار وتنظيمها وتسلسلها بشكل منطقي ومتراصة، وهو يتطلب توظيف مجموعة من المهارات العقلية والجسدية والحسية الحركية ويعد الجانب الأكثر تعقيداً في الكتابة لأنه يعكس التفكير النقدي والتحليلي للكاتب، ويختلف التربويون حول أي المستويين ينبغي تعليمه أولاً هل يفضل التركيز أولاً على الجانب الشكلي أم على تنمية المحتوى والمعنى؟ لكن المتفق عليه أن التوازن بين المستويين ضروري لتكوين كاتب فعال قادر على التعبير بوضوح ودقة.

4- أساليب الكتابة:

تتنوع أساليب الكتابة تبعاً لطبيعة الموضوع والهدف من الكتابة، ويمكن تصنيفها إلى ثلاثة أساليب رئيسية:

(عاشور ومقدادي، 2005، الصفحات 205-207)

✚ الأسلوب الأدبي:

يعبر هذا الأسلوب عن الطريقة الإبداعية التي يستخدمها الكاتب للتعبير عن أفكاره ومشاعره بأسلوب فني مميز، فالكاتب الأدبي لا ينقل المعنى فقط بل يضفي على نصه لمسة شخصية تظهر فيها ملامح فنه وأسلوبه الخاص وغالباً ما تكون الكتابة الأدبية مرتبطة بالقيم الإنسانية والخيال حيث يرى الكاتب في هذا الأسلوب انعكاساً لواقعه أو تصوره الذهني للحياة وهو بذلك يعبر عن ذاته بأسلوب تعبيرى راق يظهر انسجاماً بين إحساسه وفكره.

✚ الأسلوب العلمي:

يهدف الأسلوب العلمي إلى تقديم المعرفة والمعلومات بوضوح ودقة وموضوعية وتتميز الكتابة العلمية باستخدام مفردات محددة المعنى خالية من الخيال أو الزخرفة اللغوية إذ يبني النص وفق تسلسل منطقي يركز على إيصال

الحقائق بأقل قدر من التجميل اللفظي فالهدف من هذا الأسلوب هو ضمان فهم القارئ للمحتوى دون تشويش أو غموض ناتج عن الصور البلاغية أو التعبيرات المجازية.

✚ الأسلوب العلمي المتأدب:

يجمع هذا الأسلوب بين دقة المعلومة العلمية وجاذبية الأسلوب الأدبي حيث يقدم الكاتب موضوعاً علمياً أو اجتماعياً بلغة واضحة دون أن يخلو النص من لمسات فنية تؤثر في وجدان القارئ، ويستخدم هذا الأسلوب غالباً في الكتابات ذات الطابع الإنساني أو الاجتماعي مثل قضايا التربية أو الفقر أو العلاقات الأسرية إذ تعرض الحقائق مع شيء من التصوير البلاغي الذي يضيف بعداً وجدانياً للنص دون أن يخل بالمضمون العلمي والنتيجة هي إنتاج خطاب علمي رصين يشد القارئ بأسلوبه المتوازن بين الفكر والإحساس.

5- مهارات الكتابة:

يشير الطائي والعلاق إلى مجموعة من المهارات الأساسية التي يجب أن تتوفر في الاتصال الكتابي الفعال، ويمكن تلخيصها فيما يلي: (الطائي والعلاق، 2009، صفحة 109)

- تحديد الهدف بدقة: يبدأ الاتصال الكتابي الناجح بتحديد واضح للغرض من الكتابة وذلك بالإجابة على سؤال: لماذا أكتب؟

- معرفة طبيعة الجمهور المستهدف: من الضروري إدراك خصائص المرسل إليه مثل مستواه العلمي وعدد المستقبلين ومستوى الفهم والثقافة المشتركة بينهم.

- تلبية احتياجات القارئ المعرفية: يجب على الكاتب تقديم المعلومات المطلوبة بشكل كاف مع توقع أسئلة القارئ واهتماماته والعمل على إشباعها.

- التخطيط المسبق للكتابة: يتضمن ذلك ترتيب الأفكار الرئيسية وتحديد النقاط الأساسية التي ينبغي التركيز عليها أثناء الصياغة.

- التركيز على الفكرة المحورية: يجب أن تدور الرسالة حول هدف رئيسي مدعوم بعدد من المعلومات والأفكار التي تخدمه.

- استخدام لغة واضحة وبسيطة: يفضل اختيار مفردات مفهومة مع شرح أي مصطلحات قد تكون غامضة بالنسبة للقارئ.

- تنظيم النص بشكل منطقي: ينبغي تقسيم المحتوى إلى فقرات مترابطة مع الحفاظ على تسلسل منطقي يسهل على القارئ متابعة الأفكار.

- اللباقة والاحترام في التعبير: خصوصاً عند تقديم الرفض أو النقد ويستحسن تضمين عبارات شكر وتقدير للقارئ.

- استخدام أسلوب حيوي وجذاب: من خلال تجنب التكرار والجمود اللغوي والاستفادة من أدوات البلاغة لإثارة مشاعر القارئ.
- إعطاء انطباع أولي إيجابي: وذلك بالاهتمام بشكل الرسالة مثل جودة الورق والخط وطريقة الاستمالة التي تترك أثرا طيبًا.
- الدقة في المعلومات: يجب التأكد من صحة ما يكتب إذ إن الأخطاء المعلوماتية تضعف ثقة القارئ وغالبًا ما تنتج عن التسرع أو الإهمال.
- اكتمال عناصر الرسالة: فالرسالة غير المكتملة قد تؤدي إلى سوء فهم أو تقدير خاطئ مثل نسيان ذكر تفاصيل مهمة كمكان أو موعد.
- الاختصار دون الإخلال بالمحتوى: ويقترح استخدام أسلوب شبيه بالبرقيات حيث تحذف الكلمات الزائدة مع الحفاظ على المعنى الكامل.
- الترابط بين الجمل والفقرات: عبر استخدام أدوات الربط المناسبة لضمان انسجام وتماسك الرسالة بشكل يسهل فهمها واستيعابها.

خلاصة

ختامًا يمكن القول إن مهارة الكتابة ليست مجرد أداة تقنية في مجال العلاقات العامة بل هي جوهر العملية الاتصالية التي تبني عليها علاقة المؤسسة بجمهورها الداخلي والخارجي فهي تعبر عن هوية المؤسسة وتنقل رسائلها وتؤثر في صورتها العامة وتشكل جزءًا كبيرًا من مصداقيتها واحترافيتها لذا فإن امتلاك هذه المهارة وصقلها باستمرار يعكس مدى كفاءة ممارس العلاقات العامة وقدرته على التعبير عن أهداف المؤسسة بلغة واضحة ومؤثرة ومراعية لحساسية السياقات المختلفة، وفي ظل التنافس الشديد في عالم الاتصال الحديث تزداد الحاجة إلى كتاب يتمتعون بالمرونة والدقة والإبداع مما يجعل الكتابة واحدة من أهم المهارات التي تستحق التدريب المستمر والاهتمام المتواصل من كل من يعمل في هذا المجال الحيوي.

المحاضرة الحادية عشر: مهارة القراءة في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم مهارة القراءة.
- 2- أهمية مهارة القراءة.
- 3- العوامل المؤثرة في مهارة القراءة.
- 4- مهارات القراءة.
- 5- وسائل اكتساب مهارة القراءة.
- 6- أساليب تنمية مهارة القراءة.

خلاصة

سؤال تقويي:

يرى البعض أن مهارة القراءة يمكن أن تكتسب بسهولة دون الحاجة إلى تدريب أو تطوير مستمر هل تتفق مع هذا الرأي؟ ولماذا؟

تمهيد

تعد مهارة القراءة من الركائز الأساسية التي يقوم عليها الأداء الفعال في ميدان العلاقات العامة حيث تشكل الوسيلة المعرفية الأولى لاكتساب المعلومات ومواكبة التطورات في بيئة الاتصال المؤسسي والاجتماعي فالقراءة لا تقتصر على كونها نشاطا ذهنيا فرديا بل تمثل أداة إستراتيجية لفهم الجمهور وتحليل المحتوى الإعلامي وتطوير الرسائل الاتصالية الموجهة، وتزداد أهمية هذه المهارة في مجال العلاقات العامة بالنظر إلى طبيعته القائمة على التفاعل المستمر مع المصادر المكتوبة من تقارير ودراسات وبيانات صحفية مما يستدعي مستوى عاليا من الوعي القرائي النقدي والتحليلي، ومن هذا المنطلق تمثل القراءة الفاعلة حجر الزاوية في بناء كفاءة متخصص العلاقات العامة في التفسير والتقييم وصنع القرار الاتصالي.

1- مفهوم مهارة القراءة:

تعرف مهارة القراءة على أنها "عملية عقلية وانفعالية ذات طابع دافعي تهدف إلى تفسير الرموز والأشكال المكتوبة التي يستقبلها القارئ بصريا ويعمل على فهم معانيها وربطها بخبراته السابقة بما يتيح له القدرة على التحليل والاستنتاج والنقد والتذوق وحل المشكلات". (مقداد، 2022، صفحة 40)

كما تعرف على أنها "عملية تفسيرية تهدف إلى إضفاء معنى على الرموز اللفظية المكتوبة أو المطبوعة وهي قراءة تهدف أساسا إلى الفهم حيث يتم فيها التفاعل بين إدراك القارئ لتلك الرموز وبين ما يمتلكه من مهارات لغوية، ويسعى القارئ من خلالها إلى فك شفرة المعاني التي أراد الكاتب إيصالها وتعد القراءة عملية عقلية معقدة تتداخل فيها الحواس مع مجموعة من المهارات المعرفية كما تتأثر بدرجة ذكاء القارئ وخبراته السابقة". (شاوي، 2016، صفحة 168)

2- أهمية مهارة القراءة:

تتمثل أهمية القراءة في الأتي: (الحموي، 2007، صفحة 72)

- تساعد القراءة لاسيما الجهرية منها في الكشف عن الأفراد الذين يتمتعون بأصوات رخيمة ومميزة مما يفتح المجال أمام تنمية هذه المواهب وتوجيهها بالشكل الأمثل سواء في المجال التعليمي أو الإعلامي أو الثقافي بما يخدم الأهداف المنشودة.
- إن القراء النشطين ذوي الحيوية والحركة يمكن توظيف طاقاتهم الإيجابية في التدريب على مهارات القراءة السريعة وخاصة عندما يكون لديهم وعي داخلي بالحاجة إلى تحسين هذه المهارة بما يتناسب مع طبيعة المواد المقروءة وهو ما يعزز من كفاءتهم القرائية بمرور الوقت.
- القراءة المتنوعة توسع آفاق القارئ الفكرية وتمنحه مادة معرفية غنية تمكنه من المشاركة الفعالة في النقاشات والحوارات ما ينمي لديه روح المبادرة ويرسخ قيم التفاعل والمشاركة في الحياة الاجتماعية والثقافية.
- من خلال التمرس على القراءة يكتسب القارئ القدرة على تحليل النصوص واستيعاب مضامينها ثم التعبير عنها شفويا بلغته الخاصة وهو ما ينمي لديه مهارات التلخيص والتعبير الذاتي ويعكس مدى فهمه للنصوص المقروءة.

- تساعد القراءة المنتظمة على رفع قدرة القارئ على التركيز والانتباه مما يسهل عليه فهم النصوص بطريقة أعمق وأكثر دقة ويجعله أكثر قدرة على التعامل مع المحتوى بشكل متماسك ومتواصل.
- تسهم القراءة في تنمية المهارات النقدية لدى القارئ حيث يصبح قادرا على مناقشة الأفكار وتحليلها وإبداء الرأي حولها بناء على ما يمتلكه من معارف وخبرات مما يعزز من استقلاليته الفكرية وتقييمه الموضوعي للمحتوى.
- من خلال الاطلاع على تجارب الشعوب السابقة وأحوالهم والقيم التي تمسكوا بها وارتقوا من خلالها يمكن للقارئ أن يثري رصيده الثقافي ويعمق من فهمه للحياة وللأبعاد الأخلاقية والمعرفية التي شكّلت الحضارات.
- توفر القراءة للقارئ أدوات معرفية تساعد على التعلم الذاتي دون الاعتماد الكامل على المعلم أو المصادر الخارجية مما يمكنه من مواصلة توسيع معارفه ومهاراته بشكل مستقل ويعزز قدرته على التعلم المستمر مدى الحياة.
- بناء عليه فإن القراءة ليست مجرد وسيلة لاكتساب المعلومات بل هي عملية شاملة تساهم في بناء الإنسان معرفيا وثقافيا ونفسيا وتؤهله ليكون فاعلا ومؤثرا في مجتمعه.

3- العوامل المؤثرة في مهارة القراءة:

من العوامل المؤثرة في مهارة القراءة وسرعتها ما يلي: (عليوات، 2017، صفحة 29)

- الحالة النفسية للقارئ: تعد الحالة النفسية من أهم المحددات التي تؤثر في قدرة الفرد على القراءة بفعالية، فالقراءة عملية عقلية تتطلب تركيزا ذهنيا وهدوءا نفسيا يسمح للقارئ بالتفاعل مع النص بشكل واع ومنظم فعندما يكون القارئ في حالة من القلق أو التوتر أو الاضطراب النفسي أو الانفعالي فإن قدرته على التركيز تضعف مما يؤدي إلى انخفاض مستوى الفهم والاستيعاب وبالتالي تتأثر جودة قراءته وسرعته، ولذلك ينصح بتهيئة بيئة هادئة ومستقرة نفسيا عند ممارسة القراءة لتسهيل عملية الانخراط الذهني والتفاعل الإيجابي مع المحتوى المقروء.
- مستوى الذكاء: يؤثر الذكاء بدرجة كبيرة في قدرة القارئ على فهم النصوص إذ يمثل عاملا حاسما في سرعة تحليل المعلومات وربطها واستنتاج المعاني فالأشخاص ذوو الذكاء المرتفع يكونون عادة أكثر قدرة على إدراك العلاقات بين الأفكار وفهم البنية العامة للنصوص واستنباط المعاني الضمنية، ومن المهم الإشارة إلى أن الذكاء ليس سمة ثابتة بالكامل بل يمكن تنميته عبر التحفيز المستمر للعقل وتنمية المهارات المعرفية واكتساب تجارب متنوعة والمداومة على التدريب الذهني من خلال القراءة المنتظمة وحل المشكلات والتفكير النقدي، هذه الأساليب كلها تساهم في تعزيز المرونة العقلية وبالتالي تحسين مهارة القراءة.
- إتباع أسلوب قراءة سليم وفعال: يشكل الأسلوب الذي يتبعه القارئ أثناء القراءة أحد العوامل الجوهرية التي تحدد مدى سرعته وفهمه للنصوص فالقراءة الفعالة لا تعني فقط المرور السريع على الكلمات بل تعني التفاعل مع المعاني الكامنة وراء النصوص والتركيز على الفكرة الرئيسية بدل الانشغال بالحروف والكلمات المنفردة، كما أن خبرة القارئ السابقة بالمجال أو الموضوع المقروء تلعب دورا كبيرا في تسهيل القراءة وتسريعها، إذ يصبح بإمكانه توقع الأفكار واستيعابها بسرعة أكبر إلى جانب ذلك فإن وجود دافع داخلي ورغبة حقيقية في القراءة يعززان القدرة على الانتباه والاستمرار في الفهم مما يؤدي إلى أداء قرائي أفضل وأكثر سلاسة وفاعلية.

4- مهارات القراءة:

تعد مهارات القراءة من الركائز الأساسية التي تقوم عليها عملية الفهم والتفاعل مع النصوص المكتوبة وهي تتفرع إلى مجموعة من المهارات الفرعية التي يجب أن يمتلكها القارئ حتى يتمكن من القراءة بكفاءة وفعالية، ووفقا لما ورد في العديد من الدراسات فإن هذه المهارات تتوزع على النحو التالي: (بركان، 2017، الصفحات 654-655)

✚ مهارة التعرف على الرموز اللغوية (أو مهارة التعرف): تشير هذه المهارة إلى قدرة القارئ على إدراك الرموز المكتوبة (الحروف والكلمات) ومعرفة المعاني التي تشير إليها هذه الرموز ضمن السياق الذي ترد فيه ويتطلب ذلك ضبطا دقيقا وصحيحا للكلمات من حيث التشكيل الإعرابي لأن تغيير الحركة قد يغير المعنى كليا، كما تشمل هذه المهارة القدرة على إدراج الكلمة في سياقها المناسب مما يسهل على القارئ فهم معناها دون الحاجة إلى الرجوع المتكرر إلى المعاجم إلا عند الضرورة وعند مواجهة كلمات غير مألوفة يستحسن استخدام القاموس كأداة لفهم دقيق ما يعزز من ثقة القارئ بنفسه وقدرته على توسيع معجمه اللغوي.

✚ مهارة الفهم والاستيعاب: تعبر هذه المهارة جوهر عملية القراءة فهي تتعلق بقدرة القارئ على الربط بين الرمز المكتوب والمعنى المقصود وعلى استخراج هذا المعنى من السياق العام للنص لا من خلال الانطباع الشخصي أو الفهم الانتقائي، ويقتضي الفهم السليم موضوعية في التعامل مع النص دون تحريف للمعنى تبعاً للأهواء الذاتية، كما تشمل هذه المهارة القدرة على تنظيم الأفكار الواردة في النص وتذكرها وربطها بما سبق معرفته ثم استخدامها لاحقا في مواقف حياتية أو دراسية سواء كانت أنية أو مستقبلية وتتوسع مهارة الفهم لتشمل إدراك العلاقات بين الكلمات ضمن الجمل وفهم الجمل باعتبارها أجزاء من الفقرات ورؤية الفقرات في إطار البنية الكلية للنص مما يعزز من الفهم الشمولي والهيكلية للمادة المقروءة.

✚ مهارة النطق السليم (أو مهارة الإلقاء): تتعلق هذه المهارة بجانب الأداء الصوتي للقراءة حيث يقصد بها القدرة على نطق الحروف والمقاطع والكلمات بدقة ووضوح مع إخراجها من مخارجها الصحيحة وتجنب التلعثم أو التقطيع غير المناسب، وتكمن أهمية هذه المهارة في القراءة الجهرية على وجه الخصوص إذ يعاني بعض الأفراد من ضعف في النطق يجعلهم يترددون أو يشعرون بالقلق عند مطالبتهم بالقراءة أمام الآخرين ويؤدي هذا القلق إلى فقدان الثقة بالنفس وبالتالي قد يعيق تطوير مهاراتهم القرائية، ولهذا فإن العمل على تحسين النطق وتصحيح الأخطاء الصوتية أمر ضروري لتقوية الأداء القرائي وتعزيز المشاركة في المواقف التعليمية أو العامة.

5- وسائل اكتساب مهارة القراءة:

تعد مهارة القراءة من المهارات المكتسبة التي يمكن تنميتها وتطويرها من خلال مجموعة من الوسائل العملية والتربوية، والتي بوصفها خطوات منهجية يتبعها القارئ لتحسين أدائه القرائي وزيادة فعاليته في الفهم والاستيعاب، ومن أبرز هذه الوسائل ما يلي: (حسين، 2010، صفحة 116)

- الاهتمام باختيار الكتب واقتنائها بما يتناسب مع الميول والاهتمامات: يمثل حسن اختيار الكتب نقطة انطلاق أساسية لاكتساب مهارة القراءة، إذ يفضل أن يراعي القارئ في اختياره نوعية الكتب من حيث الموضوع والأسلوب ومستوى اللغة ومدى وضوح المحتوى وسهولته بما يتماشى مع رغباته وميوله المعرفية والثقافية فالكتاب الذي يثير اهتمام القارئ يشجعه على الاستمرار ويزيد من رغبته في الاطلاع والتعمق.

- إتباع مبدأ التدرج في القراءة من حيث الكم والنوع: لا يمكن للقارئ أن ينتقل فجأة إلى قراءة النصوص المعقدة أو المطولة دون إعداد تدريجي، لذلك ينصح بالبداة بقراءة نصوص قصيرة وسهلة ثم الانتقال تدريجياً إلى نصوص أكثر تعقيداً وطولاً مع تنوع في الموضوعات والأنواع الأدبية أو العلمية ما يسهم في توسيع الأفق وتحسين الفهم.

- وضع خطة قرائية واضحة ومنظمة: إن التخطيط المسبق للقراءة من خلال تحديد الكتب التي سيتم قراءتها وتوزيع الوقت المخصص لها يساعد القارئ على تنظيم جهده وتوجيه قراءته نحو أهداف معرفية محددة مما يمنع التشتت ويزيد من فعالية العملية القرائية.

- استثمار الأوقات الضائعة في القراءة: يعد استغلال الأوقات الفارغة كفترات الانتظار في الأماكن العامة أو أثناء التنقل أو قبل النوم من الوسائل الذكية لاكتساب مهارة القراءة إذ يمكن تحويل هذه الأوقات من لحظات ضياع إلى فرص لتعزيز المطالعة واكتساب المعرفة مما يسهم في جعل القراءة عادة يومية مستمرة.

- التدوين والتأشير أثناء القراءة: يعتبر التفاعل مع النص عن طريق وضع خطوط تحت العبارات المهمة أو تدوين الملاحظات والأفكار الرئيسية على هامش الكتاب وسيلة فعالة في تعزيز الفهم وتسهيل الرجوع إلى المعلومات لاحقاً، كما أن هذا الأسلوب يساعد القارئ على التركيز والانخراط النشط في عملية القراءة.

- الاستمرار في التدريب والممارسة المنتظمة: لا يمكن لأي مهارة أن ترسخ دون ممارسة متكررة فكلما داوم الفرد على القراءة ازداد تمكنه من استيعاب النصوص بسرعة أكبر وفهم أعمق، وتعتبر القراءة المستمرة مفتاحاً أساسياً لتحسين الطلاقة اللغوية وتوسيع الرصيد المعرفي واللغوي.

إن الالتزام بهذه الوسائل يساعد القارئ بشكل كبير على اكتساب مهارة القراءة وتحسين أدائه فيها مما ينعكس إيجاباً على تحصيله الدراسي وتواصله الثقافي والمعرفي مع محيطه.

6- أساليب تنمية مهارة القراءة:

يمكن تنمية مهارة القراءة وتطويرها من خلال مجموعة من الأساليب التربوية والذهنية التي تساعد القارئ على تحسين أدائه وفهمه لما يقرأ، وفيما يلي عرض لأهم هذه الأساليب: (بركان، 2017، صفحة 655)

- التركيز على القراءة الصامتة إذ تعد من الأساليب الفعالة في تنمية القدرة على الفهم العميق للنصوص حيث تتيح للقارئ فرصة التأمل والتفكير في المحتوى دون تشتيت سمعي أو لفظي مما يعزز من تركيزه على الأفكار والمعاني الكامنة في النص.

- تدريب الذات على مراعاة الشكل الصحيح للكلمات حيث يسهم الالتزام بالشكل الإملائي والنحوي السليم للكلمات في تعزيز مهارات القراءة الدقيقة ويؤدي تجاهل هذه الجوانب إلى سوء الفهم وتشويش المعنى لذا من الضروري توعية القارئ منذ المراحل المبكرة على الانتباه لصياغة الكلمات بطريقة صحيحة.

- لا ينبغي الاكتفاء بالحفظ المجرد لمعاني المفردات بل يجب تدريب القارئ على تحليل المعاني ضمن السياق العام للنص مما يساعده على تجاوز الفهم السطحي إلى إدراك المعاني الضمنية والرمزية.

- علاج صعوبات النطق والتلفظ حيث يمثل التخلص من مشكلات النطق خطوة أساسية نحو تحسين مهارة القراءة الجهرية على وجه الخصوص كما أن النطق الصحيح يعكس الفهم السليم ويسهم في إيصال المعنى بدقة سواء للقارئ أو للمستمع.

- ربط المعلومات الجديدة بالمخزون المعرفي السابق حيث تعتبر هذه الإستراتيجية من أهم آليات الفهم إذ يسهم الربط بين الأفكار المستجدة والمعلومات المخزنة في الذاكرة طويلة الأمد في تعزيز الاستيعاب وتنمية التفكير النقدي والتحليلي.

- إن جعل القراءة عادة يومية ومتكررة يساعد على ترسيخ المهارات القرائية وتوسيع الحصيلة اللغوية والمعرفية للقارئ كما يفتح أمامه آفاقا جديدة من الفهم والتذوق الثقافي والأدبي.

- تدريب القارئ على استخراج الكلمات المفتاحية فالقدرة على تحديد هذه الكلمات في النصوص مهارة إستراتيجية تسهم في تحسين الفهم السريع وتحديد الفكرة الرئيسة للنص كما تساعد في بناء ملخصات دقيقة وتحليل النصوص بشكل فعال.

إن إتباع هذه الأساليب يسهم بشكل كبير في ترسيخ مهارات القراءة وتنميتها سواء في البيئة التعليمية أو في الحياة اليومية ويعد ركيزة أساسية لتطوير الكفاءة اللغوية والثقافية لدى الأفراد.

خلاصة

إن مهارة القراءة في العلاقات العامة ليست مجرد قدرة على فك رموز النصوص بل هي ممارسة معرفية واتصالية تسهم في تشكيل رؤية شاملة للعالم المحيط بالمؤسسة ومن خلالها يتمكن الأخصائي من إدراك الاتجاهات واستيعاب حاجات الجمهور وتوظيف المعلومات بفعالية في رسم السياسات الاتصالية، فالقراءة الواعية تنمي من حس المسؤولية الاتصالية وتدعم التحليل النقدي والابتكار في معالجة الرسائل والمضامين الإعلامية وعليه فإن الاستثمار في تنمية هذه المهارة لا يعد خيارا بل ضرورة مهنية لضمان أداء مؤثر واستجابة ناجعة لمتغيرات الساحة الاتصالية الحديثة.

المحاضرة الثانية عشر: مهارة القدرة على التفكير في العلاقات العامة

تمهيد

- 1- مفهوم التفكير.
- 2- خصائص مهارات التفكير.
- 3- أهمية تعليم مهارات التفكير.
- 4- تنمية مهارات التفكير.
- 5- أنواع التفكير.
- 6- مستويات التفكير.
- 7- معوقات اكتساب مهارات التفكير.

خلاصة

سؤال تقويبي:

اختر أحد أنواع التفكير التي تم تناولها في المحاضرة وناقش كيف يمكن لممارس العلاقات العامة توظيف هذا النوع من التفكير في معالجة المواقف الاتصالية المعقدة داخل المؤسسة مع الإشارة إلى أبرز المعوقات التي قد تعيق تنمية هذه المهارة؟

تمهيد

تعد القدرة على التفكير إحدى المهارات العقلية العليا التي لا غنى عنها في ممارسات العلاقات العامة حيث تتطلب طبيعة هذا المجال التفاعل المستمر مع الجمهور وتحليل المواقف والتخطيط للمضامين الاتصالية والتعامل مع التحديات بشكل مرن وفعال، فالعلاقات العامة لا تقوم على التواصل السطحي أو الآني فقط بل تعتمد بشكل كبير على عمق التفكير ودقته سواء في بناء الرسائل الاتصالية أو في قراءة الواقع الاجتماعي والإعلامي، ويقصد بمهارة التفكير هنا تلك القدرة الذهنية التي تساعد الممارس على فهم المعطيات وتفسيرها وتقييمها من أجل اتخاذ قرارات رشيدة ومبنية على منطق وتحليل وتشمل هذه المهارة عدة أنماط مثل: التفكير الناقد والإبداعي والاستراتيجي وكلها ضرورية في صناعة الرسائل وإدارة الأزمات وبناء الصورة الذهنية للمؤسسة، وفي بيئة اتصالية تتسم بالديناميكية والتعقيد يصبح امتلاك مهارة التفكير عنصراً حاسماً في تحقيق التوازن بين متطلبات المؤسسة واحتياجات الجمهور مما يجعلها من المهارات الأساسية التي يجب تنميتها لدى العاملين في العلاقات العامة.

1- مفهوم التفكير:

التفكير هو "عملية عقلية معرفية معقدة يقوم بها الفرد عندما يتعامل مع المعلومات والمعطيات بهدف الفهم والتحليل والتفسير واتخاذ القرارات أو حل المشكلات، وهو نشاط داخلي غير منظور يتضمن استخدام الرموز والخبرات السابقة لإعادة تنظيم الأفكار والتوصل إلى استنتاجات جديدة". (الكبيسي، 2013، صفحة 19)

كما يعرف بأنه "عملية عقلية معرفية تتضمن إدراك المعلومات وتحليلها وتنظيمها وتفسيرها من أجل التوصل إلى استنتاجات أو حلول أو قرارات، وهو نشاط ذهني واع يستخدم لفهم الظواهر وحل المشكلات واتخاذ القرارات والتخطيط ويعتمد على التفاعل بين الخبرات السابقة والمعطيات الجديدة في ضوء السياق الاجتماعي والثقافي للفرد، ويعد التفكير مهارة مكتسبة يمكن تطويرها من خلال التعلم والتدريب وهو أساس التقدم المعرفي والإبداعي في حياة الإنسان". (معمار، 2010، الصفحات 31-32)

2- خصائص مهارات التفكير:

تتميز مهارات التفكير بعدة خصائص تجعلها من أهم المهارات الذهنية والمعرفية التي تسهم في نمو الفرد معرفياً وسلوكياً، ومن أبرز هذه الخصائص: (الكبيسي، 2013، صفحة 20)

- التفكير ليس نشاطاً عشوائياً بل هو عملية عقلية منطقية ومنظمة تهدف إلى معالجة المعلومات وتحليلها واستنتاج النتائج مما يعزز دقة الفهم وفعالية التعلم.

- رغم أن بعض القدرات العقلية فطرية إلا أن مهارات التفكير يمكن تنميتها وتدريب الأفراد عليها من خلال الممارسة والتوجيه وهو ما يجعلها أداة تعليمية قابلة للتحسين المستمر.

- التفكير لا يحدث في فراغ بل يعتمد على الخبرات السابقة والمخزون المعرفي للفرد ويعيد تنظيمها بطريقة تسهم في حل المشكلات أو اتخاذ القرارات أو فهم الواقع.
- من أهم وظائف التفكير أنه يستخدم لتحديد البدائل وتقييمها واختيار الأنسب ما يجعله جوهريا في القرارات اليومية والمواقف المهنية والتعليمية.
- مهارات التفكير ليست نمطا واحدا بل تشمل أنماطا متعددة (ناقد، إبداعي، استدلالي، ما وراء معرفي...) ويستخدم كل نوع حسب طبيعة الموقف مما يمنح التفكير مرونة عالية.
- يعتمد التفكير بدرجة كبيرة على اللغة كوسيط للتعبير والتنظيم إذ يتم غالبا باستخدام الكلمات أو العبارات أو الرموز الذهنية وهو ما يربطه بالاتصال والتعبير.
- من خلال التحليل والاستنتاج يمكن للفرد من خلال التفكير التوقع بالمستقبل أو فهم احتمالاته مما يساعد على اتخاذ مواقف استباقية مدروسة.
- التفكير الجيد يمكن الفرد من مراقبة تفكيره ذاته وتنظيمه وتقييم مدى فاعليته وهو ما يعرف بمهارات التفكير العليا أو التفكير فوق المعرفي.

3- أهمية تعليم مهارات التفكير:

- يمثل تعليم مهارات التفكير أحد الركائز الأساسية في بناء نظام تعليمي فعال إذ لا يقتصر التعلم الحقيقي على اكتساب المعلومات بل يتعداه إلى تنمية القدرات العقلية التي تمكن المتعلم من استخدام تلك المعلومات بفاعلية في مواقف الحياة المختلفة، وتكمن أهمية تعليم مهارات التفكير فيما يلي: (عمرو، 2016، صفحة 19)
- يساعد تعليم مهارات التفكير على تكوين متعلم قادر على تحليل المعلومات واتخاذ قرارات منطقية دون الاعتماد الكامل على المعلم أو مصادر خارجية مما يعزز لديه روح المبادرة والمسؤولية الفردية.
- من خلال تدريب المتعلمين على استخدام التفكير الناقد والاستدلالي والتباعدي يصبح بإمكانهم التعامل مع المشكلات بطرق منهجية وعقلانية والبحث عن حلول متعددة تتناسب مع طبيعة كل موقف.
- عندما يدمج التفكير في التعلم ينتقل المتعلم من مجرد الحفظ والتلقين إلى الفهم والتحليل والتطبيق مما يزيد من فعالية التعلم ويطيح من عمر المعلومات في الذاكرة طويلة المدى.
- يسهم تعليم مهارات التفكير التباعدي والحدسي في تحفيز التفكير الإبداعي وهو ما يعد ضروريا في عالم متغير يتطلب إنتاج حلول جديدة وغير تقليدية في جميع الميادين سواء العلمية أو المهنية أو الاجتماعية.

- في ظل التطور التكنولوجي والمعرفي المتسارع يصبح التفكير أداة أساسية تمكن الأفراد من التكيف مع المستجدات وفهم المعلومات المتضاربة والتعامل بمرونة مع التحديات الجديدة.

- يساعد تعليم مهارات التفكير المتعلمين على مراقبة طريقة تفكيرهم وتقييم استراتيجياتهم الذهنية مما يحسن من أدائهم الأكاديمي والمهني ويسهم في تنمية مهارات التنظيم الذاتي.

- إن تعليم مهارات التفكير ليس ترفاً فكرياً بل هو استثمار حقيقي في بناء جيل واع، ناقد، مبدع ومؤهل للمساهمة بفعالية في مجتمعه، ولهذا فإن دمج مهارات التفكير ضمن المناهج التعليمية والممارسات الصفية يعد ضرورة لا يمكن تجاهلها لتحقيق التنمية الشاملة للفرد والمجتمع.

4- تنمية مهارات التفكير:

هناك مجموعة من المداخل والأساليب التي تسهم بفعالية في تنمية وتطوير مهارات التفكير، ومن أبرزها: (سالمي وجراب، 2021، الصفحات 178-179)

- الأساليب المعرفية: تلعب الأساليب المعرفية دوراً محورياً في تنمية مهارات التفكير إذ تشير إلى الطريقة التي يعتمد عليها الفرد في معالجة المعلومات وفهمها وتنظيمها وهي أنماط ثابتة نسبياً تختلف من شخص لآخر مثل التفضيل بين التحليل والتكريب أو الميل إلى الدقة مقابل الشمول، ومن خلال التعرف على هذه الأساليب لدى المتعلمين يمكن للمعلم أن يكيف استراتيجيات التدريس لتتلاءم مع أنماطهم الإدراكية مما يسهم في تنمية التفكير النقدي والتحليلي لديهم، كما تساعد هذه الأساليب على تنشيط العمليات العقلية العليا كالمقارنة والاستنتاج والتقويم لأنها تعتمد على استخدام قدرات معرفية متباينة تؤدي في النهاية إلى بناء معرفة أكثر عمقا وفاعلية.

- استراتيجيات التعلم: تعد استراتيجيات التعلم من الوسائل الفعالة التي تعزز قدرة المتعلم على تنظيم المعرفة واستخدامها بطرق تنمي التفكير وتشمل هذه الاستراتيجيات مجموعة من العمليات الذهنية مثل التلخيص وتكوين الأسئلة والتصنيف ورسم الخرائط الذهنية وغيرها، فعندما يتعلم المتعلم كيف يستخدم هذه الأدوات بشكل منهجي فإنه لا يكتفي بفهم المعلومات بل يحللها ويعيد تنظيمها ويعيد إنتاجها بطريقة إبداعية، ومن هنا تسهم استراتيجيات التعلم في تمكين المتعلم من التعامل مع المواقف المعرفية المختلفة مما يعزز الاستقلالية في التفكير وينمي قدراته في حل المشكلات واتخاذ القرار.

- طريقة ستيرنبرج: تركز طريقة ستيرنبرج على تنمية التفكير من خلال تكامل ثلاثة أنماط رئيسية: التفكير التحليلي والتفكير الإبداعي والتفكير العملي، فالتفكير التحليلي ينمى من خلال تدريب المتعلم على تفكيك المشكلات إلى عناصرها الأساسية وفهم العلاقات بينها، أما التفكير الإبداعي فيعزز من خلال تشجيع المتعلم على ابتكار حلول جديدة وغير تقليدية في حين أن التفكير العملي ينمى من خلال ربط المعرفة النظرية بالتطبيقات الواقعية والمواقف الحياتية

وتعد هذه الطريقة شاملة ومتكاملة حيث تساعد المتعلم على تطوير نمط تفكير مرن ومتوازن قادر على مواجهة التحديات المعقدة التي تتطلب فهما عميقا وسلوكا تطبيقيا فعالا .

- دليل المتابعة: يستخدم دليل المتابعة كأداة منهجية لمراقبة مدى تقدم المتعلمين في اكتساب وتنمية مهارات التفكير ويتضمن هذا الدليل مؤشرات واضحة وقابلة للقياس مثل القدرة على المقارنة وتحليل المواقف وتوليد الأفكار واتخاذ القرار ويمكن المعلمين من تتبع تطور تفكير المتعلمين بمرور الوقت كما يساعدهم على تعديل أساليب التدريس وفقا لاحتياجات كل متعلم وتكمن أهمية هذا الدليل في كونه يحول التفكير من مهارة ضمنية إلى عملية مرئية قابلة للتقييم ما يعزز وعي المتعلمين بتفكيرهم ويمنحهم فرصة لتحسين الأداء من خلال التغذية الراجعة المستمرة.

- طريقة باير: تعد طريقة باير من أبرز النماذج المعتمدة في تعليم مهارات التفكير بشكل مباشر ومنهجي وتركز هذه الطريقة على مهارات محددة مثل التمييز بين الحقائق والآراء والتعرف على التحيزات وبناء الحجج المنطقية وتحليل الأدلة، وتعتمد طريقة باير على إدماج هذه المهارات في المقررات الدراسية من خلال أنشطة تعليمية موجهة تركز على تنشيط العقل وتدريب المتعلم على استخدام التفكير الناقد والإبداعي في آن واحد، وتتميز هذه الطريقة بوضوحها وبنائها المنطقي مما يجعلها مناسبة لمختلف المراحل التعليمية وتساهم في تكوين شخصية عقلانية ناقدة قادرة على التعامل الواعي مع المعلومات والمواقف الحياتية.

5- أنواع التفكير:

تتنوع أنماط التفكير تبعا للأسلوب الذي يستخدمه العقل في معالجة المعلومات وتعد هذه الأنواع أدوات أساسية في بناء المعرفة وحل المشكلات، ومن بين أبرز هذه الأنواع: (عمرو، 2016، الصفحات 19-20)

- التفكير التقاربي: يعرف أيضا بالتفكير المركز وهو النمط الذي يسعى إلى الوصول إلى حل واحد صحيح أو إجابة محددة بناء على المعطيات المتوفرة، كما يستخدم في المسائل التي تتطلب استنتاجا دقيقا ومنطقيا مثل اختبارات الذكاء أو حل المشكلات ذات الإجابة الواحدة ويعتمد على التحليل والاستنتاج.

- التفكير التباعدي: يقابل التفكير التقاربي ويعرف بأنه التفكير الذي ينتج عدة حلول أو أفكار متعددة لمشكلة واحدة، يستخدم في المواقف التي تتطلب الإبداع والابتكار مثل تصميم الحملات الإعلامية أو حل المشكلات المعقدة حيث يتميز بالمرونة والطلاقة والقدرة على الربط بين مفاهيم مختلفة.

- التفكير الاستدلالي: هو التفكير الذي يعتمد على استخلاص النتائج أو التوصل إلى استنتاجات من خلال الربط بين المقدمات والمعطيات، كما يستخدم في التحليل العلمي وصياغة الفرضيات وتفسير السلوك البشري أو الظواهر الاتصالية ويعد أساسا مهما في البحث والاستقصاء.

- التفكير الحدسي: هو تفكير يعتمد على الحدس أو الشعور الداخلي دون الاعتماد على تحليل منطقي دقيق قد يظهر في اتخاذ قرارات سريعة بناء على الخبرة أو الإحساس الشخصي ويستخدم أحيانا في المواقف التي تتطلب رد فعل فوري أو في تفسير سلوكيات الجمهور دون بيانات صريحة.

- التفكير ما وراء المعرفي: يشير إلى قدرة الفرد على مراقبة تفكيره وتقييمه وتنظيمه يتضمن وعي الشخص بأسلوب تفكيره ومعرفته متى وكيف يستخدم استراتيجيات معينة في التعلم أو حل المشكلات، كما يعد من أعلى مستويات التفكير ويسهم في تحسين الأداء الذهني واتخاذ قرارات مدروسة.

6- مستويات التفكير:

تنقسم عمليات التفكير إلى مستويين رئيسيين يعكسان مدى تعقيد النشاط العقلي الذي يمارسه الفرد عند معالجته للمعلومات أو حل المشكلات، وهما: (معمار، 2010، الصفحات 31-32)

- التفكير الأساسي (أو التفكير ذو المستوى الأدنى): يشير هذا النوع من التفكير إلى أبسط أشكال النشاط العقلي وهو الذي يعتمد على المهارات الأولية التي يكتسبها الإنسان في المراحل الأولى من التعلم، يتضمن هذا المستوى عمليات معرفية بسيطة مثل التذكر، الفهم، الحفظ، التقليد وإعادة الصياغة دون تغيير أو تحليل وهو لا يتطلب مجهودا ذهنيا معقدا أو قدرة على معالجة المعلومات بشكل معمق بل يعتمد في الأساس على استرجاع المعلومات المخزنة في الذاكرة واستخدامها كما هي دون تعديل أو تطوير، هذا النوع من التفكير ضروري وأساسي إذ يعد القاعدة الأولى في بناء المعرفة وهو مقدمة لا غنى عنها للانتقال إلى مستويات أعلى من التفكير ومع ذلك فإن الاقتصار عليه وحده لا يكفي لتنمية القدرات العقلية العليا التي يحتاجها الفرد في الحياة اليومية أو في التعامل مع المواقف المعقدة.

- التفكير المركب (أو التفكير ذو المستوى الأعلى): يعتبر هذا المستوى أكثر تعقيدا وعمقا إذ يتطلب استخدام عدد من المهارات العقلية المتقدمة التي تتجاوز مجرد الحفظ أو الفهم السطحي، ويشمل هذا النوع من التفكير عمليات مثل التحليل، التركيب، المقارنة، التقويم، اتخاذ القرار، حل المشكلات والتفكير النقدي والإبداعي، كما أن التفكير المركب يفرض على الفرد التفاعل النشط مع المعرفة والمعلومات والتساؤل حولها وربطها بخبراته السابقة ومحاولة تطبيقها في سياقات جديدة إذ يستلزم منه استخدام منطقته الشخصي واستخلاص النتائج وإصدار أحكام مبنية على أساس علمي أو تجريبي، وعليه يعد هذا المستوى من التفكير ضروريا لتنمية الاستقلالية في التفكير واتخاذ المواقف المناسبة في المواقف الحياتية كما يرتبط ارتباطا وثيقا بالنجاح الأكاديمي والمهني والاجتماعي في المجتمعات الحديثة.

7- معوقات اكتساب مهارات التفكير:

تشير الأدبيات التربوية إلى أن هناك جملة من العوامل التي تعيق تنمية واكتساب مهارات التفكير لدى الأفراد، ومن أبرزها ما يلي: (سالي و جخراب، 2021، صفحة 180)

- تعتمد كثير من الأنظمة التعليمية التقليدية على أسلوب التلقين بدلا من التحفيز على التساؤل والاستنتاج مما يؤدي هذا النمط إلى تهميش التفكير النقدي والتحليلي ويضعف القدرة على التعامل مع المشكلات بطرق إبداعية فالحفظ لا يبنى التفكير بل يكرس التلقي السلبي للمعلومة.

- تنشئة الفرد في بيئة تعاقب الخطأ وتكافئ الإجابة الصحيحة فقط تخلق رهبة من التفكير الحر وتحد من الجرأة على التجريب أو طرح أفكار جديدة مما يقيد تطوير مهارات التفكير المستقل.

- إن غياب بيئة تعلم غنية ومحفزة على الحوار والتساؤل والمشاركة الفكرية يجعل عملية التفكير محدودة في أطر تقليدية فغياب النقاشات الصفية وتدني استخدام أساليب التدريس النشط يحرم المتعلمين من فرص تنمية التفكير المتعدد الأبعاد.

- تلعب الأسرة والمجتمع دورا كبيرا في تشكيل التفكير وعندما تربي الأجيال في بيئة تقدر الطاعة العمياء وتمنع التعبير عن الرأي فإن التفكير النقدي والابتكاري يصبحان من المحظورات ما يضعف مهارات التفكير العليا.

- عندما لا يجد المتعلم دافعا ذاتيا أو بيئة مشجعة نحو التعلم يقل انخراطه العقلي ويصبح تفكيره آليا أو شكليا فقط وهذا يؤثر على قدرته في تطبيق مهارات التفكير في المواقف المختلفة.

- قد يفتقر بعض المعلمين إلى الكفاءة اللازمة في تنمية مهارات التفكير لدى الطلبة إما بسبب ضعف التكوين الأكاديمي أو بسبب افتقارهم إلى استراتيجيات تدريس التفكير الناقد والإبداعي مما ينعكس سلبا على تنمية هذه المهارات داخل الصف.

- التركيز على نوع معين من التفكير كالتفكير التحليلي فقط دون الانفتاح على باقي أنماط التفكير (كالحدسي، أو الإبداعي، أو الناقد) يفقد المتعلمين المرونة اللازمة لفهم المواقف من زوايا متعددة ويحد من شمولية تفكيرهم.

خلاصة

ختاما، يمكن القول إن مهارة القدرة على التفكير تعد حجر الأساس في التميز المهني داخل مجال العلاقات العامة إذ تسهم بشكل مباشر في تحسين جودة الاتصال وتوجيه السلوك الاتصالي بشكل يتناسب مع الأهداف المرجوة، فالتفكير الواعي والمنظم يمكن أخصائي العلاقات العامة من التعامل مع البيانات المتغيرة واستيعاب تعقيدات الرأي العام والتفاعل مع المواقف الحساسة بكفاءة عالية، كما أن التفكير الناقد يعزز من قدرة الفرد على التمييز بين المعلومات الدقيقة والمضللة بينما يفتح التفكير الإبداعي آفاقا جديدة لتصميم حملات مبتكرة وفعالة أما التفكير الاستراتيجي فيسهم في رسم مسارات طويلة الأمد تخدم أهداف المؤسسة وتعزز مكانتها، لذلك فإن تطوير هذه القدرة لا يجب أن ينظر إليه كجانب ثانوي بل ينبغي أن يحتل مكانة مركزية في برامج التدريب والتعليم الخاصة بالعلاقات العامة لما له من أثر بالغ في بناء اتصال مؤثر وناجح ومستدام.

المحاضرة الثالثة عشر: أنواع أخرى من مهارات الاتصال في العلاقات العامة
(بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال)

تمهيد

- 1- مهارة بناء الثقة بالنفس.
 - 1-1- مفهوم الثقة بالنفس.
 - 2-1- أهمية الثقة بالنفس.
 - 3-1- مقومات الثقة بالنفس.
 - 4-1- مظاهر الثقة بالنفس.
- 2- مهارة المقابلة.
 - 1-2- مفهوم مهارة المقابلة.
 - 2-2- عناصر المقابلة.
 - 3-2- أنواع المقابلة والهدف منها.
 - 4-2- مقترحات عامة تؤدي إلى نجاح المقابلات المختلفة.

خلاصة

سؤال تقويمي:

كيف تسهم مهارات الاتصال غير التقليدية (مثل إدارة الوقت، الثقة بالنفس ومهارة الاستذكار...) في تعزيز فعالية أخصائي العلاقات العامة داخل المؤسسة؟

تمهيد

تعد مهارات الاتصال من الركائز الأساسية في مجال العلاقات العامة إذ يعتمد نجاح القائم بالاتصال على قدرته في توصيل الرسائل بفعالية والتأثير في الجمهور المستهدف وبناء علاقات قائمة على الثقة والمصداقية، ومع تعقد بيئة الاتصال وتعدد أطرافه لم يعد من الكافي الاكتفاء بالمهارات التقليدية بل أصبح لزاما على الممارس أن يمتلك مجموعة متقدمة من القدرات الشخصية والسلوكية التي تمكنه من التعامل مع المواقف المختلفة وإدارة الحوار والتفاعل بطريقة مدروسة ومحترفة، فالالاتصال في العلاقات العامة لا يقتصر على نقل المعلومات فحسب بل يشمل أيضا فهما عميقا للطرف الآخر واستيعابا للسياق الثقافي والاجتماعي المحيط بالإضافة إلى امتلاك القائم بالاتصال لسمات تمكنه من تمثيل المؤسسة بفعالية وتحقيق أهدافها التواصلية بصورة مؤثرة ومستدامة.

1- مهارة بناء الثقة بالنفس.

1-1- مفهوم الثقة بالنفس:

هي "التقدير والتصور الإيجابي الذي يحمله الفرد عن ذاته والذي يتجلى في إدراكه لقدراته ومواهبه واستعداداته وشخصيته ومزاجه وكفاءته في التعامل مع الآخرين ومواجهة المواقف المختلفة بطريقة فعالة، كما تشير إلى مدى وعي الفرد بقدراته ومهاراته وسماته الجسدية والنفسية والاجتماعية واللغوية والتي تمكنه من التفاعل الإيجابي مع مختلف المواقف والتحديات التي يواجهها في حياته اليومية". (بن عطا الله ورافع، 2022، صفحة 373)

تعرف على أنها " شعور داخلي لدى الفرد بامتلاكه الإمكانيات والقدرات التي تمكنه من التعامل مع مختلف المواقف الحياتية وتتطور هذه الثقة تدريجيا من خلال تحقيق الأهداف الشخصية والتي تنطلق من أفكار كامنة في ذهن الفرد ثم تتحول إلى واقع ملموس عبر التخطيط الجيد والاستفادة من الخبرات السابقة". (تمطاوسين، 2023، صفحة 219)

2-1- أهمية الثقة بالنفس:

تتجلى أهمية الثقة بالنفس في العديد من الجوانب التي تؤثر بشكل مباشر في حياة الفرد، ومن أبرزها ما يلي: (ناصر باي وآخرون، 2018، الصفحات 94-95)

- تحقيق التوافق النفسي: ترتبط الثقة بالنفس ارتباطا وثيقا بالصحة النفسية والشعور بالسعادة، فالإحساس بالطمأنينة والارتياح النفسي لا يتحقق إلا من خلال توفر قدر من الثقة بالنفس والشخص المتوافق نفسيا هو من يتمتع بثقة داخلية تجعله أكثر قدرة على التكيف مع مختلف المواقف والظروف.

- استمرار اكتساب الخبرة: يولد الإنسان خاليا من الخبرات والتي تكتسب لاحقا من خلال نوعين هما خبرات لا شعورية ولا إرادية وخبرات شعورية وإرادية، وتعد الثقة بالنفس أحد العوامل الجوهرية التي تدفع الفرد إلى السعي لاكتساب هذه الخبرات والتدريب عليها مما يساهم في نمو شخصيته وتطوره.

(بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال)

- النجاح في العمل: يعد الإيمان بالقدرة على الإنجاز من المقومات الأساسية للنجاح المهني، فالمعرفة والمهارات لا تكفي وحدها ما لم يصاحبها شعور داخلي بالقدرة على الإنجاز وتحمل المسؤوليات فالثقة بالنفس تمنح الفرد الحافز للاستمرار والتميز في أداء المهام.

- حب الآخرين: الحاجة إلى حب الآخرين وتبادل المشاعر معهم تعد من الحاجات الأساسية للوجود الإنساني فالشخص الوديع بنفسه لا يسعى إلى كسب حب الناس بدافع أناني بل يقوم بذلك على احترامه لذاته وللآخرين، كما أن الثقة بالنفس ترسخ مفهوم التقدير المتبادل والاحترام وهي عامل رئيسي في تكوين علاقات صحية.

- مواجهة الصعوبات والمشكلات: تلعب الثقة بالنفس دورا جوهريا في تمكين الفرد من التصدي للتحديات وحل المشكلات التي تعترض طريقه فهي تمنحه قوة على التحمل ومرونة نفسية وطاقات ذهنية تدفعه إلى المثابرة وتحقيق أهدافه رغم العقبات.

وعليه تشكل الثقة بالنفس ركيزة أساسية في بناء شخصية متوازنة وفعالة إذ تمنح الفرد شعورا بالراحة النفسية سواء في حالات النجاح أو الإخفاق وتبقي لديه الأمل الدائم في بلوغ التفوق والتميز.

3-1- مقومات الثقة بالنفس:

تعد الثقة بالنفس إحدى الركائز الأساسية لتكوين شخصية متزنة وهي تلعب دورا محوريا في النمو النفسي وتحقيق التوازن والاستقرار والصحة النفسية وتتأثر هذه الثقة بعدة مقومات رئيسية تسهم في تعزيزها، وأبرزها: (ناصر باي وآخرون، 2018، الصفحات 106-107)

- المقومات الجسدية: ترتبط الثقة بالنفس ارتباطا وثيقا بالصحة الجسدية واللياقة البدنية فعندما يتمتع الفرد بصحة جيدة يكون أكثر شعورا بالقوة والنشاط مما يرفع من معنوياته ويعزز ثقته بذاته ويزيد من قدرته على التفكير السليم

- المقومات العقلية: تشمل القدرات العقلية مثل قوة الذاكرة واستعداد الفرد للتعلم واكتساب الخبرات الجديدة والقدرة على حل المشكلات التي تواجهه، كما تبرز أهمية توجيه الطاقات نحو أهداف واضحة وتحقيق أعلى مستويات الإنتاجية من خلال استثمار الفرص التعليمية والمعرفية وهي جميعها عوامل تعزز من ثقة الفرد بنفسه.

- المقومات النفسية: يتطلب تعزيز الثقة بالنفس تكوين صورة إيجابية للفرد عن ذاته أمام الآخرين مع الوعي بنقاط القوة والاعتراف بنقاط الضعف غير أن العنصر الأكثر أهمية يتمثل في احترام الفرد لذاته إذ يعد هذا الاحترام حجر الأساس لكل ثقة بالنفس.

- المقومات الاجتماعية: يشكل شعور الفرد بالتقدير والاحترام من قبل الجماعة التي ينتمي إليها دافعا قويا لتنمية اعترازه بذاته مما ينعكس على ارتفاع ثقته بنفسه وتعزيز شعوره بالقوة الاجتماعية والانتماء.

- المقومات الاقتصادية: توجد علاقة طردية بين مستوى الدخل والثقة بالنفس فالفرد الذي يمتلك دخلا كافيا يستطيع تلبية احتياجاته الأساسية دون الاعتماد على الآخرين مما يمنحه إحساسا بالاستقلال والكرامة، كما أن الاستقرار الاقتصادي يمكنه من الاهتمام بمظهره الخارجي ومواكبة مظاهر التحضر وهو ما يعزز احترام الآخرين له ويزيد من ثقته بنفسه.

4-1- مظاهر الثقة بالنفس:

تتجلى الثقة بالنفس في مجموعة من السلوكيات والمواقف التي تعكس تصورات الفرد عن ذاته وقدرته على التعامل مع المحيط، ومن أبرز هذه المظاهر ما يلي: (مسعود، 2018، الصفحات 39-40)

- القدرة على مواجهة مشكلات الحياة حيث يظهر الشخص الواثق من نفسه قادرا على التعامل مع تحديات الحاضر واستشراف المستقبل ويتسم بحسن البت في الأمور، واتخاذ القرارات المناسبة وتنفيذ الحلول، وفي المقابل فإن ضعف الثقة بالنفس يرتبط بالشعور بالعجز عن مواجهة المشكلات والاعتماد المفرط على الآخرين حتى في الأمور اليومية والحاجة المستمرة لتأييدهم إضافة إلى التردد والتراجع والمبالغة في الحذر.

- تقبل الذات والآخرين حيث يتسم الفرد الواثق من نفسه بقبول ذاته والشعور بتقدير واحترام الآخرين له. بينما يعاني من ضعف الثقة بالنفس من القلق بشأن تصرفاته وضعوباته الشخصية ويظهر حساسية مفرطة تجاه النقد ويميل إلى الشك في نوايا الآخرين ويخشى المنافسة ويستاء من الهزيمة رغم ترحيبه المفرط بالمديح والسعي المبالغ فيه نحو الإتيان والمثالية كما يضطر إلى المسيرة هربا من النقد.

- الارتياح في التعامل مع الكبار حيث يمتاز الشخص الواثق بنفسه بالطمأنينة عند التفاعل مع الأشخاص الأكبر سنا أو ذوي السلطة ويثق بهم ويتعامل معهم دون توتر، أما الفرد الذي يفتقر إلى الثقة بالنفس فإنه غالبا ما يشعر بالخجل والارتباك ويتجنب التعامل مع الكبار.

- يتجلى الشعور بالأمن والثقة في التفاعل الإيجابي مع الأقران والمشاركة الفعالة معهم بينما يعاني الشخص ضعيف الثقة من القلق والانكماش في المواقف الاجتماعية ويحجم عن التفاعل والمشاركة.

- يرحب الشخص الواثق بنفسه بالعلاقات والتجارب الجديدة ويتعامل معها بإيجابية على عكس من يعاني من ضعف الثقة حيث يشعر بالخوف والخجل والارتباك عند مواجهة مواقف جديدة.

2- مهارة المقابلة.

1-2- مفهوم مهارة المقابلة:

تعد مهارة المقابلة من المهارات الأساسية في مجال الاتصال الإنساني وهي تشير إلى أسلوب متخصص من التفاعل الشخصي اللفظي يهدف إلى تحقيق غرض محدد، وتقوم هذه المهارة على استخدام التواصل المباشر بين طرفين غالبا ما يكون أحدهما المقابل (كالباحث أو الأخصائي) والآخر هو المجيب مع التركيز على جمع بيانات ومعلومات دقيقة ترتبط ارتباطا وثيقا بموضوع المقابلة مع استبعاد أي معلومات جانبية أو غير ذات صلة، وتمثل المقابلة شكلا من أشكال التفاعل المنظم حيث يتخذ كل طرف دورا محددا يتناسب مع طبيعة المقابلة والغرض منها فالقائم بالمقابلة يسعى إلى توجيه الحوار بشكل ممنهج بينما يكون الطرف الآخر مصدرا للمعلومات التي يتم استقصاؤها. (باية، 2005، صفحة 205)

كما تعرف بأنها "محادثة موجهة تتم وجها لوجه بين شخص أو أكثر بهدف استخلاص معلومات محددة تستخدم في البحث العلمي أو في مجالات التوجيه والتشخيص والعلاج، وتتضمن المقابلة مجموعة من الأسئلة والاستفسارات التي

تطرح بهدف الحصول على إجابات وتعقيبات مفيدة من الأشخاص المعنيين أو من يمثلون العينة المستهدفة في الدراسة أو التشخيص". (غواظي، 2021، صفحة 181)

2-2- عناصر المقابلة:

تعد المقابلة أداة تواصل فعالة تستخدم في العديد من المجالات الإدارية والاجتماعية والنفسية وتستند في نجاحها إلى ثلاثة عناصر جوهرية تشكل البناء الأساسي الذي تركز عليه، والتي تتمثل في الأتي: (وجيه، 2001، الصفحات 96-97)

- **الضمين (المحتوى):** يعتبر جوهر المقابلة ومضمونها المعرفي ويشير إلى الموضوع الرئيسي الذي تتمحور حوله المقابلة ويشمل ذلك ما يتم تناوله من أسئلة وما يطرح من قضايا والمعلومات المتبادلة بين الطرفين، ويعد الضمين من أهم مكونات المقابلة لأنه يمثل الهدف العملي منها فمثلا في مقابلة توظيف يتمحور الضمين حول المؤهلات والكفاءات أما في مقابلة إرشادية فيتمحور حول المشكلة النفسية أو الاجتماعية التي يعاني منها المستفيد، كما يعتمد نجاح المقابلة بدرجة كبيرة على مدى وضوح الضمين وتركيزه ومدى ارتباطه بهدف المقابلة إضافة إلى جودة التحضير المسبق من حيث اختيار الأسئلة المناسبة وتنظيم محاور النقاش.

- **السيطرة (التحكم):** تشير إلى قدرة القائم بالمقابلة على توجيه مجريات الحديث وإدارته بشكل فعال بحيث يظل الحوار في حدود الموضوع المطلوب دون تشتت أو انحراف، وهي عنصر ضروري لضمان الانضباط الزمني وضبط مسار المقابلة وتنظيم أدوار الحديث بين الأطراف، كما تشمل السيطرة التعامل مع الانفعالات والمواقف غير المتوقعة أثناء الحوار وضبط التوتر أو الارتباك إلا أن هذه السيطرة يجب ألا تكون تسلطية أو قمعية بل ينبغي أن تكون مرنة قائمة على الاحترام المتبادل بحيث تمنح الطرف الآخر مساحة للتعبير بحرية ضمن الإطار المرسوم، فالمقابلة الناجحة هي التي تدار بحزم مرن وهدوء متزن.

- **المودة (الاندماج):** تمثل البعد الإنساني في المقابلة وهي تعني خلق مناخ من الألفة والثقة بين القائم بالمقابلة والطرف الآخر فعندما يشعر الشخص محل المقابلة بالراحة والاحترام يكون أكثر استعدادا للانفتاح والتحدث بصراحة خاصة في المقابلات ذات الطابع النفسي أو الاجتماعي، كما أن تنمية المودة تتطلب من القائم بالمقابلة مهارات تواصل إنسانية مثل التفاعل الإيجابي واستخدام لغة الجسد المناسبة والإنصات باهتمام وإظهار التعاطف وتعد هذه الأجواء الوجدانية من العوامل الأساسية في إنجاح المقابلة لأنها تقلل من الحواجز النفسية وتشجع على الإفصاح عن المعلومات بصدق.

2-3- أنواع المقابلة والهدف منها:

يختلف الهدف المراد تحقيقه من وراء كل نوع من أنواع المقابلات يمكن أن نذكر الأنواع الآتية من المقابلات التي تجرى داخل المنشآت مع توضيح الهدف من كل واحدة: (هيكل، الصفحات 242-243)

- **مقابلة التوظيف:** تهدف هذه المقابلة إلى تقييم المتقدمين لشغل وظيفة معينة من حيث مؤهلاتهم وخبراتهم ومهاراتهم ومدى توافقهم مع متطلبات الوظيفة وثقافة المؤسسة وتعد خطوة حاسمة في اختيار الكفاءات المناسبة.

(بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال)

- مقابلة توصيل المعلومات: يستخدم هذا النوع لنقل معلومات مهمة إلى الموظف مثل شرح المهام الوظيفية الجديدة أو التغييرات التنظيمية أو السياسات الجديدة داخل المؤسسة، ويراعى في هذه المقابلة الوضوح والدقة لضمان فهم الرسالة كما ينبغي.

- مقابلة الحصول على المعلومات: تجرى بهدف جمع بيانات أو آراء أو تقييمات من الموظف حول قضية معينة مثل أداء العمل أو مشاكل داخل الفريق أو مدى رضا الموظفين، وهي أداة مهمة لاتخاذ قرارات مستندة إلى تغذية راجعة دقيقة.

- المقابلة الإقناعية: يقصد بها التأثير على موقف الموظف أو توجيهه تجاه أمر معين مثل إقناعه بقبول تكليف إضافي، أو تبني تغيير إداري، ويجب أن تعتمد على أساليب التواصل الفعالة ومهارات الإقناع.

- مقابلة تحليل الوظائف: تستخدم لفهم تفاصيل وظيفة معينة من خلال مناقشة المهام والأنشطة والمسؤوليات المطلوبة مع الموظف الذي يشغلها أو المسئول عنها، الهدف منها هو تحسين توصيف الوظيفة أو إعداد دليل وظيفي دقيق.

- مقابلة الإرشاد النفسي: تركز على دعم الموظف نفسياً واجتماعياً خاصة إذا كان يواجه ضغوطاً أو مشكلات تؤثر على أدائه حيث تدار هذه المقابلة غالباً من طرف مختص أو مسئول مدرب وتهدف إلى تحسين الصحة النفسية وتحقيق التوازن الوظيفي.

4-2- مقترحات عامة تؤدي إلى نجاح المقابلات المختلفة:

نعرض فيما يلي بعض المقترحات التي تؤدي إلى حالة الأخذ إلى تحقيق قدر من النجاح للمقابلات التي تجرى داخل المنشآت على اختلاف أشكالها وأنواعها: (هيكل، الصفحات 249-250)

- يعتبر وضوح الهدف خطوة أولى وأساسية لضمان فعالية المقابلة فقبل البدء بأي مقابلة يجب أن يكون لدى القائم بها تصور دقيق لما يرغب في تحقيقه من خلالها سواء كان الهدف جمع معلومات أو حل مشكلة أو تقييم أداء أو اتخاذ قرار معين يساعد ذلك في رسم مسار المقابلة وتوجيه الحوار بما يخدم الغرض المقصود.

- يجب مراعاة أن يكون الوقت المختار مناسباً لجميع الأطراف بحيث لا يشعر أي منهم بالتسرع أو الضغوط الزمنية، كما ينبغي أن يكون الشخص الذي يدير المقابلة في حالة من الصفاء الذهني والارتياح الجسدي والعاطفي لأنه سيكون مطالباً بالتركيز والانتباه واتخاذ قرارات مدروسة فالإرهاق البدني أو النفسي قد يؤدي إلى ضعف في التفاعل أو سوء تقدير للمواقف.

- تختلف طبيعة المكان المطلوب بحسب نوع المقابلة فمثلاً في مقابلات الشكاوى أو حل المشكلات يستحسن أن يجرى اللقاء في مكان هادئ مؤثث بشكل مريح يسمح للطرف الآخر بالجلوس براحة نفسية وجسدية تساعده على التعبير بحرية، كما يفضل أن يكون المكان معزولاً عن الحركة والضوضاء لتوفير أجواء من الخصوصية والطمأنينة.

(بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال)

- تختلف المقابلات من حيث أهدافها وأدواتها لذا يجب أن يكون الشخص المسئول عن إدارتها ملماً بالجوانب الفنية المرتبطة بنوع المقابلة التي يجريها فمثلاً تختلف أساليب التعامل في مقابلة توظيف عن مقابلة إرشاد أو تحليل وظيفة وكلما زادت خبرة القائم بالمقابلة كان أكثر قدرة على توجيه الحوار وفهم التفاصيل الدقيقة واتخاذ قرارات ملائمة.
- على الإداري أو الأخصائي الذي يدير المقابلة أن يكون على دراية بعلم النفس الإنساني وعوامل السلوك المختلفة مثل الحاجات والدوافع والانفعالات والفروق الفردية، هذا الفهم العميق يتيح له التفاعل مع الأفراد بمرونة وتقدير ظروفهم واستيعاب ردود أفعالهم ضمن سياقها الطبيعي.
- من المهم أن يدخل القائم بالمقابلة وهو مزود بالمعلومات الضرورية المتعلقة بالشخص أو الموضوع قيد المناقشة، فالإعداد الجيد يعزز من قدرة المقابل على إدارة الحديث بفعالية وطرح الأسئلة المناسبة والتوصل إلى نتائج دقيقة وتقديم حلول مدروسة أو تقييمات واقعية.
- إن التواصل الجيد هو مفتاح نجاح أي مقابلة، لذلك يجب أن يتمتع من يدير المقابلة بمهارات تواصل فعالة تشمل القدرة على التحدث بوضوح ولباقة وحسن الاستماع وقراءة لغة الجسد وتقدير مشاعر الطرف الآخر، هذه المهارات تساهم في بناء علاقة من الثقة والتفاهم وتزيد من فاعلية المقابلة وجودة نتائجها.

خلاصة

ختاماً، يمكن القول أن القائم بالاتصال لم يعد يؤدي دوراً تقنياً بحتاً بل أصبح يلعب دوراً استراتيجياً يتطلب منه امتلاك مجموعة واسعة من المهارات المتقدمة التي تتكامل مع مهارات الاتصال الأساسية، فنجاحه في أداء مهامه لم يعد مرهوناً فقط بقدرته على التحدث أو الكتابة بوضوح بل بات مرتبطاً بشكل وثيق بقدرته على التفاعل بذكاء وتحليل المواقف بدقة وبناء علاقات قائمة على الثقة والمصداقية، ومن هنا فإن تعزيز هذه المهارات لدى القائمين بالاتصال يجب أن يكون ضمن أولويات المؤسسات الراغبة في ترسيخ مكانتها وتعزيز علاقاتها مع جمهورها، فكل مهارة إضافية يمتلكها القائم بالاتصال تعني قدرة أكبر على التأثير ومرونة أعلى في إدارة المواقف وكفاءة أكبر في تحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة.

المحاضرة الرابعة عشر: أنواع أخرى من مهارات الاتصال في العلاقات العامة
(بعض المهارات التي تخص القائم بالاتصال مع نشاط الجماعة)

تمهيد

1- مهارة الانترنت والاتصال الالكتروني.

1-1- تقنيات الاتصال الالكتروني.

2-1- مزايا الاتصال الالكتروني.

3-1- معوقات استخدام الانترنت والاتصال الالكتروني.

2- مهارة إدارة الاجتماعات.

1-2- مفهوم إدارة الاجتماعات.

2-2- أهمية إدارة الاجتماعات.

3-2- العوامل المؤثرة على إدارة الاجتماعات.

4-2- أساليب إدارة الاجتماعات.

خلاصة

سؤال تقويبي:

وضح أهمية مهارة الاتصال داخل فريق العمل بالنسبة للقائم بالاتصال أثناء تفاعله مع الجماعة؟ وبين كيف يمكن لهذه المهارة أن تسهم في نجاح العملية الاتصالية داخل المؤسسة؟

تمهيد

تعد العلاقات العامة عنصراً أساسياً في بناء الصورة الإيجابية للمؤسسات وتعزيز التفاعل مع الجمهور المستهدف ولتحقيق هذا الدور الحيوي لا يقتصر نجاح القائم بالاتصال على امتلاكه لمهارات الاتصال الأساسية فقط، بل يتطلب الأمر إتقان مجموعة من المهارات الإضافية التي تتناسب مع طبيعة نشاط الجماعة التي يتعامل معها، فلكل جماعة خصوصياتها الثقافية والاجتماعية والسلوكية ما يفرض على القائم بالاتصال أن يكون مرناً وملماً بأساليب متعددة في إيصال الرسالة وبناء الثقة وتحفيز التفاعل، في هذا السياق تبرز أنواع أخرى من مهارات الاتصال التي تكمل المنظومة الاتصالية وتساهم في تعزيز فعالية العلاقات العامة وتحقيق أهدافها الإستراتيجية.

1- مهارة الانترنت والاتصال الالكتروني:

1-1- تقنيات الاتصال الالكتروني:

تعددت تقنيات الاتصال الالكتروني نذكر منها: (العلاق والطائي، 2020، الصفحات 50-51)

- الإنترنت: هي شبكة عالمية ضخمة تربط بين ملايين الأجهزة حول العالم وتعد الوسيلة الأساسية للتواصل وتبادل المعلومات في العصر الحديث تتيح هذه الشبكة للمستخدمين إمكانية تصفح المواقع الإلكترونية، إرسال واستقبال الرسائل، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، إجراء المحادثات الصوتية والمرئية وتحميل أو مشاركة مختلف أنواع الملفات

- الإنترنت: هي شبكة داخلية خاصة تستخدمها المؤسسات والمنظمات لربط موظفيها ضمن بيئة رقمية مغلقة وآمنة حيث تمكن هذه الشبكة المستخدمين من الوصول إلى مستندات الشركة والنماذج الإدارية والرسائل الداخلية والجدول الزمنية مما يسهل التواصل والتنسيق بين الأقسام المختلفة داخل المؤسسة.

- الإكسترانت: هي شبكة اتصال مخصصة تربط المؤسسة بأطراف خارجية مثل الشركاء أو العملاء أو الموردين وتتيح لهم الوصول إلى معلومات محددة داخل نظام المؤسسة بطريقة آمنة، وهي تعد امتداداً للإنترنت لكنها تمنح صلاحيات محدودة لأشخاص من خارج المؤسسة من أجل تسهيل التعاون وتبادل البيانات مثل الطلبات أو الجداول الزمنية أو تقارير الأداء، هذه التقنية تعزز التكامل بين المؤسسات وشركائها التجاريين.

- الهواتف النقالة: أصبحت من الوسائل الأساسية للتواصل الفوري في العصر الرقمي حيث تتيح إجراء المكالمات وإرسال الرسائل النصية والوسائط المتعددة إلى جانب تصفح الإنترنت واستخدام التطبيقات المختلفة ومع تطور الهواتف الذكية بات بالإمكان عقد الاجتماعات وإرسال البريد الإلكتروني ومتابعة الأعمال اليومية من أي مكان في العالم مما يجعل الهاتف النقال أداة متعددة الوظائف في الاتصال الإلكتروني.

- البريد الإلكتروني: هو وسيلة اتصال إلكترونية تتيح إرسال واستقبال الرسائل المكتوبة عبر شبكة الإنترنت سواء بين الأفراد أو داخل المؤسسات، كما يستخدم في المراسلات الرسمية وغير الرسمية ويمكن إرفاق ملفات وصور ووثائق مع

الرسائل، يتميز البريد الإلكتروني بسهولة الاستخدام وسرعة الإرسال وإمكانية الاحتفاظ بالرسائل وتنظيمها مما يجعله أحد أكثر وسائل الاتصال الإلكتروني شيوعاً.

- البريد الصوتي: هو خدمة تمكن المتصلين من ترك رسائل صوتية في حال عدم تمكن المتلقي من الرد على المكالمات حيث يتم تسجيل الرسالة ليستمع إليها المستقبل لاحقاً مما يضمن عدم ضياع أي معلومة مهمة، وتستخدم هذه الخدمة في الهواتف الأرضية والنقالة على حد سواء وهي تعد أداة مفيدة في بيئة الأعمال لتوثيق الرسائل الصوتية وتأمين استمرارية الاتصال.

- مؤتمرات الفيديو: هي تقنية تتيح للأفراد أو الفرق التواصل عبر الصوت والصورة في الوقت الحقيقي بغض النظر عن أماكن تواجدهم الجغرافي، تستخدم هذه التقنية في الاجتماعات المهنية والتعليم عن بعد والورشات التدريبية وغيرها من السياقات عبر تطبيقات مثل Zoom أو Microsoft Teams، وتعد هذه الوسيلة فعالة جداً في تقليل التكاليف المرتبطة بالسفر وتوفير الوقت مع الحفاظ على التفاعل المباشر بين الأطراف.

- الشبكات التلفزيونية التفاعلية: تتيح هذه التقنية للمشاهدين إمكانية التفاعل مع المحتوى المعروض مثل التصويت أو اختيار برامج أو الوصول إلى خدمات معينة بناء على الطلب، هذه التقنية تحول المشاهد من مجرد متلق سلبي إلى طرف فاعل ومشارك في العملية الإعلامية مما يعزز تجربة المشاهدة ويمنح الجمهور حرية أكبر في اختيار المحتوى المناسب.

2-1- مزايا الاتصال الإلكتروني:

يتميز الاتصال الإلكتروني بعدة مزايا جعلته خياراً مثالياً في البيئات التنظيمية والمهنية المعاصرة، ومن أبرز هذه المزايا ما يلي: (العلاق، 2006، صفحة 100)

- ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة في تقليص المدة الزمنية المطلوبة لنقل الرسائل بين الأطراف إلى أدنى حد ممكن إذ أصبح بالإمكان إيصال المعلومات في اللحظة نفسها أو خلال ثوان معدودة مما يزيد من كفاءة الأداء ويسرع اتخاذ القرارات.

- يمتاز الاتصال الإلكتروني بالدقة في نقل الرسائل ووضوح محتواها الأمر الذي يسهم في الحد من التشويش أو اللبس الذي قد يصاحب عملية الاتصال التقليدية، وبالتالي يتم ضمان جودة أعلى في إيصال المعاني والمضامين المقصودة.

- يوفر الاتصال الإلكتروني بيئة تفاعلية تمكن الأطراف من تبادل الآراء والملاحظات بشكل سريع وفوري مما يعزز من فعالية التواصل ويسهل الوصول إلى التوافقات أو الحلول المشتركة في زمن قياسي.

- يتيح الاتصال الإلكتروني اختيار القنوات الاتصالية المناسبة سواء على المستوى الجماعي أو الفردي وهو ما ينعكس إيجاباً على تقليل الجهد المبذول والنفقات المرتبطة بعمليات الاتصال خاصة عند النظر إلى الأثر التراكمي طويل الأمد لتلك الوسائل الرقمية.

- الحد من الشكاوى الناتجة عن سوء الفهم وذلك من خلال القدرة على صياغة الرسائل باستخدام وسائط متعددة مثل النصوص والصور والفيديوهات والعروض التقديمية يمكن توصيل المعاني بدقة أكبر وهو ما يقلل بشكل كبير من

فرص حدوث سوء فهم أو تأويل خاطئ للمحتوى، وبالتالي يسهم في تقليل الشكاوى والاعتراضات المتعلقة بفهم الرسائل الاتصالية.

3-1- معوقات استخدام الإنترنت والاتصال والالكتروني:

بيد أن الاتصالات الالكترونية قد لا تكن متاحة للجميع رغم أنها كونية المنشأ أو الاتساع، وهذا يعود لعدة أسباب أهمها: (العلاق والطائي، 2020، صفحة 51)

- محدودية انتشار الإنترنت والشبكات الرقمية الأخرى فعلى الرغم من التقدم التكنولوجي لا تزال العديد من المناطق حول العالم خصوصا النائية أو الفقيرة تعاني من ضعف التغطية أو غيابها كليا وتشير التقديرات إلى أن أكثر من نصف سكان العالم لا تتوفر لديهم إمكانية الانتفاع الفعلي بهذه الوسائل الحديثة.

- ضعف الكفاءة الرقمية لدى الأفراد إذ يفتقر كثير من الناس خاصة في الدول النامية إلى المهارات الأساسية التي تتيح لهم استخدام التقنيات الحديثة بكفاءة فعدم الإلمام باستخدام الإنترنت أو الأجهزة الذكية يحول دون تحقيق الفائدة المرجوة من هذه الأدوات.

- ارتفاع تكاليف التكنولوجيا حيث تمثل التكلفة المرتفعة لاقتناء الأجهزة أو الاشتراك في خدمات الإنترنت عائقا كبيرا أمام ذوي الدخل المحدود، ويعد هذا التحدي من أبرز أسباب ضعف الانتشار الفعلي للتقنيات الاتصالية في المجتمعات ذات القدرة الاقتصادية الضعيفة.

- الاتصالات الإلكترونية مجرد أدوات فمن المهم التأكيد على أن هذه التقنيات ليست سوى وسائط وأن فعاليتها تعتمد على المستخدم ذاته، فالمحتوى الجيد والرسائل المؤثرة والمعلومات الدقيقة كلها ناتجة عن الإنسان وليس الأداة لذا لا فائدة من هذه الوسائل إذا لم يمتلك الفرد القدرة على استخدامها لتحقيق أهدافه.

2- مهارة إدارة الاجتماعات:

1-2- مفهوم إدارة الاجتماعات:

تعرف إدارة الاجتماعات بأنها "عملية تنظيم وتنسيق تجمع عددا من الأفراد قد يكونون اثنين أو مجموعة كبيرة تصل إلى مئة شخص يشتركون في علاقة مهنية أو تنظيمية ويجتمعون تحت قيادة شخص مسئول بهدف مناقشة موضوع معين يهمهم جميعا، ويتم خلال هذا التفاعل تبادل الآراء والأفكار حول القضية المطروحة من أجل التوصل إلى قرارات جماعية أو اقتراحات بناءة تساعد في حل المشكلات أو تطوير الأداء داخل المؤسسة". (الجازي، 2015، صفحة

(11)

كما تعرف بأنها "عملية منظمة تهدف إلى تحقيق الاستفادة القصوى من الطاقات البشرية والمعرفية والإدارية للمشاركين من خلال جمعهم في إطار منظم لمناقشة قضايا أو موضوعات محددة تهم المجموعة أو المؤسسة، وتقوم إدارة الاجتماعات على قدرة الشخص المسئول سواء كان قائدا إداريا أو مختصا في إدارة الموارد البشرية على توجيه الحوار والتفاعل بين الأعضاء المشاركين وتوظيف قدراتهم بما يحقق الأهداف المرجوة من الاجتماع، كما تتطلب مهارة عالية في

تنظيم الوقت وتحديد جدول الأعمال وتوزيع الأدوار وإدارة النقاشات وصولاً إلى اتخاذ قرارات فعالة تراعي مصلحة الجماعة". (عودة وحسين، 2023، صفحة 32)

2-2- أهمية إدارة الاجتماعات:

- تعد إدارة الاجتماعات من الأدوات الإدارية الحيوية التي تسهم في تعزيز فعالية العمل الجماعي داخل المنظمات وتتجلى أهميتها في عدة جوانب أساسية، من أبرزها ما يلي: (الجازي، 2015، صفحة 15)
- توفر الاجتماعات بيئة مناسبة لدراسة الموضوعات الكبرى بشكل شامل ومتأن حيث يسهم تنوع الخبرات والتخصصات بين الأعضاء في إثراء النقاش مما يضمن التوصل إلى قرارات مدروسة تعتمد على المشورة الجماعية وتبادل الرؤى.
- تتميز القرارات الصادرة عن الاجتماعات بطابعها الجماعي الذي يجنبها التحيز الشخصي والانفرادية على عكس القرارات الفردية التي قد تتأثر بوجهات نظر ضيقة أو مصالح خاصة إذ تتسم القرارات الجماعية بالمصادقية والاتزان نتيجة النقاش الجماعي والتقييم المتبادل.
- تسهم الاجتماعات في خلق حالة من التكامل بين مختلف الإدارات والأقسام داخل المنظمة كما تتيح فرصاً للتنسيق مع منظمات وجهات خارجية عند الحاجة ما يسهل العمل المشترك ويعزز الانسجام في الأداء المؤسسي.
- تعتبر الاجتماعات وسيلة فعالة لتطوير قدرات الموظفين حديثي العهد بالعمل إذ تتيح لهم فرصة الاحتكاك بمن هم أكثر خبرة وتجربة مما يعزز اكتسابهم للمهارات العملية ويعمق فهمهم للبيئة التنظيمية.
- توفر الاجتماعات قناة اتصال مهمة تمكن القادة الإداريين من إيصال توجيهاتهم ووجهات نظرهم إلى العاملين بشكل غير مباشر عبر ممثلهم في الاجتماعات، كما تستخدم أيضاً لنقل مطالب وشكاوى العاملين إلى الإدارة العليا مما يعزز التفاعل المتبادل بين مختلف المستويات الإدارية.
- رفع معنويات العاملين وتعزيز مشاركتهم فمن خلال إشراك الأعضاء في النقاشات وصنع القرار يشعر المشاركون بقيمتهم داخل المؤسسة ما يسهم في رفع معنوياتهم وزيادة ولائهم التنظيمي خاصة عندما يمنح لهم المجال للتعبير عن آرائهم ومقترحاتهم بحرية.

2-3- العوامل المؤثرة على إدارة الاجتماعات:

- تتأثر فعالية إدارة الاجتماعات بعدد من العوامل التي تنعكس بشكل مباشر أو غير مباشر على جودة الحوار واتخاذ القرار، ومن أبرز هذه العوامل ما يلي: (سلامة م.، 2022، صفحة 390)
- تؤثر العلاقات التي تربط المشاركين بجهات أو أفراد خارج الاجتماع في المناخ العام للجلسة إذ قد تفرض هذه العلاقات تحفظات أو مواقف مسبقة تؤثر في سير النقاش وموضوعيته.
- إن منظومة القيم والمعتقدات التي يتبناها كل مشارك تؤثر بدرجة كبيرة في سلوكياته أثناء النقاش وتنعكس في مدى انفتاحه على آراء الآخرين أو قبوله لمخرجات الاجتماع.
- قد تؤدي الضغوط الناتجة عن المسؤوليات أو التوترات السابقة إلى إضعاف قدرة الأفراد على التركيز والتفاعل الإيجابي مما يستدعي توفير أجواء مريحة تساعد على التخفيف من حدة هذه الضغوط.

- تشكل القواعد التي تنظم سير الاجتماع مثل احترام الوقت وتوزيع الأدوار والمحافظة على النظام عاملاً حاسماً في إنجاح اللقاء وتحقيق أهدافه.
 - إن تهيئة بيئة مادية مناسبة من حيث توفير القاعات المناسبة وأدوات العرض والأجهزة التقنية يعد شرطاً أساسياً لتهيئة الظروف المواتية لانعقاد اجتماع فعال.
 - يعتمد نجاح الاجتماع على كيفية تطبيق الخطة المقررة من حيث ترتيب الموضوعات وتوزيع الوقت وطرق إدارة النقاش وكلها عوامل تؤثر على جودة المخرجات.
 - تسهم أدوات الدعم مثل السبورات الذكية والبرمجيات التفاعلية ووسائل العرض التوضيحي في تمكين المشاركين من إيصال أفكارهم بوضوح وفعالية.
 - تلعب القناعات العامة للمشاركين حول أهمية الاجتماع ونتائجه المحتملة دوراً كبيراً في تحديد مدى انخراطهم الفعلي وتحفيزهم للمساهمة الفعالة.
 - قد تؤثر أعباء العمل أو الانشغالات الخارجية للمشاركين على مستوى التركيز والانتباه لديهم أثناء الاجتماع مما يقلل من التفاعل الإيجابي أو الإسهام البناء.
- 4-2- أساليب إدارة الاجتماعات:

- تعتمد أساليب إدارة الاجتماعات على الأسلوب القيادي الذي يتبعه رئيس الاجتماع حيث تتنوع الأساليب المستخدمة وفقاً لطبيعة الموقف ونمط القيادة ومدى مشاركة الأعضاء في عملية اتخاذ القرار، وفيما يلي أبرز هذه الأساليب: (سلامة م.، 2022، صفحة 391)
- الإدارة الأوتوقراطية للاجتماعات: في هذا الأسلوب يتولى رئيس الاجتماع المسؤولية الكاملة عن سير الاجتماع حيث يقتصر دور المشاركين على الاستماع والمتابعة دون تدخل فعال في عملية اتخاذ القرار، ويتبع هذا النمط تسلسلاً تنظيمياً دقيقاً يشمل افتتاح الاجتماع من خلال إعلان رسمي يتضمن بيان الهدف من الاجتماع والأجندة المطروحة للنقاش وعرض الموضوعات بطريقة منظمة توضح للمشاركين طبيعة القضية المطروحة وأبعادها الحالية والتطورات المستقبلية المتوقعة ثم تلخيص النتائج عبر تقديم خلاصة النقاشات التي جرت خلال الاجتماع وبيان آراء المشاركين وتحديد إجراءات المتابعة اللازمة مع توضيح أسباب اتخاذ القرارات التي تم التوصل إليها.
 - إدارة الاجتماعات بأسلوب طلب الرأي: في هذا النمط يقوم رئيس الاجتماع بعرض مشكلة معينة أو قضية تحتاج إلى قرار ويطلب من المشاركين التعبير عن آرائهم ومقترحاتهم بشأنها غير أن سلطة اتخاذ القرار تبقى حصرية بيد رئيس الاجتماع ويحتفظ بحقه في البت النهائي في القضية، وفي حال تعدد الآراء بشكل يعوق الوصول إلى توافق يمكن لرئيس الاجتماع رفع الموضوع إلى الجهات الإدارية الأعلى للحسم.
 - الإدارة الديمقراطية للاجتماعات: يتميز هذا الأسلوب بمشاركة جميع الأعضاء في عملية صنع القرار حيث تتاح لهم فرصة مناقشة القضايا المطروحة بحرية ويعتمد التصويت كوسيلة رسمية لاتخاذ القرارات النهائية، يتحول دور رئيس

الاجتماع هنا إلى منسق وموجه فقط إذ يسعى إلى تنظيم الحوار وضبط مجريات النقاش وضمان تفاعل إيجابي ومتوازن بين الحضور.

- الإدارة الحرة للاجتماعات: في هذا النوع من الإدارة يقوم رئيس الاجتماع بتعيين نائب عنه لإدارة الجلسة بينما يتنحى عن الواجهة ويجلس في الصفوف الخلفية يترك للمشاركين حرية اختيار أسلوب التفاعل والنقاش الذي يرونه مناسباً وغالباً ما يقسم الحاضرون إلى مجموعات عمل أو فرق نقاش تمنح مساحة واسعة للحوار الحر دون تدخل مباشر من رئيس الاجتماع.

خلاصة

وفي الختام، يتضح أن مهارات الاتصال في العلاقات العامة لا تقتصر على الأساسيات التقليدية فقط بل تمتد لتشمل مجموعة من المهارات الأخرى التي يجب أن يتحلى بها القائم بالاتصال خصوصاً عند تعامله مع جماعات مختلفة ومتنوعة في أنشطتها واهتماماتها، فكلما زادت قدرته على فهم طبيعة هذه الجماعات وتكييف رسائله وأساليبه بما يتلاءم معها زادت فرص النجاح في تحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة، ومن هنا تصبح هذه المهارات الإضافية ضرورة لا غنى عنها في عالم العلاقات العامة الذي يقوم أساساً على التفاعل الإنساني الفعال وبناء جسور الثقة والتفاهم بين المؤسسة وجمهورها.

تمثل مهارات الاتصال حجر الأساس في ممارسة العلاقات العامة فهي الأداة التي من خلالها تتحقق الفعالية في التفاعل مع الجمهور وتبنى جسور التفاهم والثقة وتصاغ صورة المؤسسة في الأذهان ومن خلال ما تم عرضه يتضح أن الاتصال ليس مجرد عملية فنية قائمة على نقل المعلومة بل هو فعل استراتيجي يتطلب إدراكا عميقا للسياق ووعيا باختلاف المتلقين وقدرة على التكيف مع المواقف المختلفة، فمهارات مثل الإنصات الفعال وضبط الانفعالات والحديث المقنع تمثل أدوات لا غنى عنها في يد ممارس العلاقات العامة وهي المهارات التي تمنحه القدرة على بناء علاقات متوازنة وإدارة المواقف الصعبة والتأثير الإيجابي في الجمهور، وتكمن قوة هذه المهارات في كونها تجمع بين الجوانب النفسية والسلوكية واللغوية وهو ما يجعل تطويرها يتطلب تدريبا مستمرا وخبرة ميدانية متراكمة.

في ظل التغييرات السريعة في بيئة الاتصال لاسيما مع صعود الإعلام الرقمي وتغير أنماط الجمهور وتوقعاته أصبحت الحاجة إلى إتقان مهارات الاتصال أكثر إلحاحا من أي وقت مضى، فالعلاقات العامة اليوم لم تعد مقتصرة على التصريحات والنشرات الصحفية بل باتت تتطلب تواصلا يوميا مرنا متعدد الوسائط قادرا على التعامل مع الأزمات وتوجيه الرأي العام وبناء صورة ذهنية متميزة ومستقرة ، وعليه فإن تنمية مهارات الاتصال يجب أن تدرج ضمن أولويات تكوين أخصائي العلاقات العامة سواء على مستوى التدريب الأكاديمي أو التطوير المهني المستمر لأنها تمثل الأساس الحقيقي لنجاح المهام اليومية ولتحقيق تأثير فعال وموثوق في محيط شديد التغير والتعقيد.

وباختصار يمكن القول إن مستقبل العلاقات العامة مرهون بمدى ما يمتلكه العاملون فيها من كفاءة اتصالية عالية ومرونة سلوكية ووعي استراتيجي بأهمية التواصل الإنساني كأداة للتأثير والإقناع والتغيير.

قائمة المصادر والمراجع:

- قائمة المصادر والمراجع العربية:

- ابراهيم امام. (1996). فن العلاقات العامة والاعلام (الإصدار الطبعة الثانية). القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- ابراهيم خليل خضر. (2013). مهارات الاتصال (الإصدار الطبعة الأولى). القدس: دار الجندي للنشر والتوزيع.
- أحمد الطيب هيكل. سلسلة المدرب العملية: مهارات التعامل مع الناس. مجموعة النيل العربية.
- أحمد تمطاوسين. (2023). دور حصة التربية والرياضية في تنمية الثقة بالنفس لدى تلاميذ الطور الثانوي. مجلة تفوق في علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية ، 08 (01)، 214-232.
- أحمد صبيح. (2012). استراتيجية العلاقات العامة والاعلام بمصلحة الجمارك. القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع.
- آسيا طيار. (2018). وسائل الاتصال في العلاقات العامة بالادارات العمومية "دراسة حالة المديرية العامة للضرائب". مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (25)، 256-270.
- اسماعيل عبد الفتاح الكافي. (2019). تنمية مهارات الاتصال (الإصدار الطبعة الأولى). الأردن: المكتب العربي للمعارف.
- أماني عبد الفتاح علي. (2018). مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الانسانية. مكتبة الانجلو المصرية.
- أنعام حسن أيوب، و آخرون. (2016). العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- ايمان مقداد. (2022). طرق وأساليب تدريس مهارة القراءة وتنميتها لدى المتعلم في المرحلة الابتدائية. مجلة التعليمية ، 12 (02)، 38-51.
- بسام عبد الرحمان الجرايدة. (2013). ادارة العلاقات العامة. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- بشير العلاق. (2006). الاتصالات الإلكترونية التسويقية (مدخل تحليلي تطبيقي). عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- بشير العلاق، و حميد الطائي. (2020). أساسيات الاتصال نماذج ومهارات. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- ثائر عاشور. (2024). ذكاء الاعمال (اتصالات متقدمة.. رسائل مختصرة.. تميز). دار الخليج للنشر والتوزيع.

قائمة المصادر والمراجع

- جون هيز. (2010). مهارات التواصل بين الأفراد في العمل. (مروان طاهر الزعبي، المترجمون) الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- حمد القميري. (2012). تقنيات التعليم ومهارات الاتصال. دار زوابط للنشر والتوزيع.
- حمدي شعبان. (2008). وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات). القاهرة - مصر: الشركة العربية المتحدة.
- حمزة الجبالي. (2016). تنمية وإدارة العلاقات العامة. دار الأسرة ميديا ودار عالم الثقافة للنشر.
- حميد الطائي، و بشير العلق. (2009). أساسيات الاتصال نماذج ومهارات. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- خالد سليمان. (2022). التسويق فن التحدث والتفاوض والاقناع. وكالة الصحافة العربية.
- دخيل بن عبد الله الدخيل الله. (2014). المهارات الاجتماعية: المفهوم والوحدات والمحددات (الإصدار الطبعة الأولى). الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- دعاء محمود عبد العال، و خالد عبد الحق السيد. (2023). أخلاقيات العلاقات العامة. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- دليلة بركان. (2017). مهارات الاتصال: تحديات المسير الناجح. مجلة العلوم الانسانية (46)، 645-659.
- ديمة محمد وصوص، و المعتصم بالله سليمان الجوازنة. (2014). الاشراف التربوي ماهيته - تطوره - أنواعه - أساليبه. عمان - الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع.
- راتب قاسم عاشور، و محمد فخري مقداي. (2005). المهارات القرائية والكتابية: طرائق تدريسها واستراتيجياتها. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- ربيعة حمادي. (2022). تعليمية مهارة الكتابة وأشكالها وتوظيفها في التعليم. مجلة الخليل في علوم اللسان ، 01 (02)، 146-165.
- رشاد عودة، و عبد القادر حسين. (2023). ادارة المعرفة ودورها في ادارة الاجتماعات من وجهة نظر موظفي البلديات في محافظة الخليل. مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية ، 05 (01)، 28-51.
- سامية جفال. (2014). الاتصال في العلاقات العامة... الوسائل والجمهور. مجلة العلوم الانسانية - جامعة محمد خيضر بسكرة (الثالث والثلاثون)، 29 - 49.
- سناء محمد سليمان. (2014). سيكولوجية الاتصال الانساني ومهاراته. عالم الكتب للنشر.

- سي يوسف باية. (2005). تقنيات قياس الجمهور وأهمية المقابلة والملاحظة. المجلة الجزائرية للاتصال ، 10 (19)، 199-219.
- سيد صالح عبد العزيز عمرو. (2016). استراتيجية البنتاجرام لتنمية مهارات التفكير وحل المشكلات. مكتبة الأنجلو المصرية.
- شدون علي شيبة. (2016). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.
- شريف الحموي. (2007). مهارات الاتصال. الأردن: دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
- صالح خليل أبو أصبع. (2004). العلاقات العامة والاتصال الانساني. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- صلاح صالح معمار. (2010). علم التفكير. دار المنهل للنشر والتوزيع.
- طلال الجازي. (2015). ادارة الاجتماعات الذكية. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- عبد الرحمان شداد. (2016). العلاقات العامة. مجلة التراث (الرابع والعشرون)، 55 - 72.
- عبد الرحمن الهاشمي، و فائز العزاوي. (2005). تدريس مهارة الاستماع من منظور واقعي. الاردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق الدليبي. (2019). العلاقات العامة وادارة الازمات. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق الدليبي. (2019). علوم الاتصال في القرن الحادي والعشرين. دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- عبد الرزاق حسين. (2010). مهارات الاتصال اللغوي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- عبد الكريم راضي الجبوري. (2001). العلاقات العامة فن وابداع: تطوير المؤسسة ونجاح الادارة. لبنان: دار البحار.
- عبد اللطيف حمزة القراري. (2016). الاستراتيجية ..النظرية والتطبيق.
- عبد الله حسن مسلم. (2015). مهارات الاتصال الاداري والحوار. دار المعتر للنشر و التوزيع.
- عبد الناصر أحمد جرادات، و لبنان هاتف الشامي. (2009). أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. الأردن - عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- عبد النبي عبد الله الطيب. (2016). مهارات الاتصال الفعال. دار المنهل للنشر والتوزيع .

قائمة المصادر والمراجع

- عبد الواحد حميد الكبيسي. (2013). التفكير الجانبي (تدريبات وتطبيقات عملية). مركز دبيونو .
- العزوية سالمي، و محمد عرفات جخراب. (2021). واقع استخدام مهارات التفكير في مرحلة التعليم الابتدائي من وجهة نظر المعلمين. مجلة العلوم النفسية والتربوية ، 07 (04)، 174- 192.
- علي عجوة. (1985). الأسس العلمية للعلاقات العامة (الإصدار الطبعة الثانية). القاهرة: عالم الكتاب.
- علي فلاح مفلح الزعبي، و مروان بدر السميعات. (2019). ادارة العلاقات العامة (مدخل صناعة العلاقات العامة). دار اليازوري العلمي للنشر والتوزيع.
- علي محسن عطية. (2008). مهارات الاتصال اللغوي وتعليمها. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع .
- عماد الدين تاج السر فقير عمر. (2013). اعداد وانتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
- فاطمة مسعود. (2018). الطموح الاكاديمي والثقة بالنفس. مركز الكتاب الأكاديمي.
- فائزة رويم. (2012). معوقات الاتصال الاداري في المؤسسة المهنية وسبل المواجهة. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية (07)، 50 - 59.
- فتيحة شاوي. (2016). مهارات القراءة وأبعادها الفكرية لدى المتلقي. مجلة آفاق للعلوم (04)، 167- 171.
- فضيل دليو. (2003). اتصال المؤسسة (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة: دار الفجر للنشر.
- فهمي محمد العدوي. (2011). مفاهيم جديد في العلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). الاردن - عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- كامل محمود خضير. (2002). السلوك التنظيمي. الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- كريمة ناصر باي، و آخرون. (2018). الثقة بالنفس وعلاقتها بدرجة التفاؤل لدى الطلبة المقبلين على التخرج. مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية (09)، 97 - 120.
- كريمة ناصري باي، و آخرون. (2018). تكييف وتقنين مقياس الثقة النفس على طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية جامعة البويرة - الجزائر. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية ، 04 (02)، 89 - 110.
- محسن أحمد الخضير. (2003). مبادئ التفاوض (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة: مجموعة النيل العربية.

قائمة المصادر والمراجع

- محمد أبو النصر مدحت. (2009). مهارات الاتصال الفعال مع الآخرين (الإصدار الطبعة الثانية). مصر- القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- محمد أحمد أبو ادريس العزازي. (1996). العلاقات العامة المعاصرة وفعالية الادارة. المكتبة العلمية للنشر والتوزيع .
- محمد البادي. (1978). البنيان الاجتماعي للعلاقات العامة. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- محمد السيد البدوي. (2014). الدليل المبسط للسكراتارية التنفيذية والعلاقات العامة. دار العلوم للنشر والتوزيع.
- محمد الصيرفي. (2005). ادارة العلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر و التوزيع.
- محمد بشير محمودي. (2022). آليات تنظيم ادارة العلاقات العامة في صناعة الجمهور. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، 10 (02)، 127 - 135.
- محمد بن عطا الله، و أحمد رافع. (2022). علاقة الثقة بالنفس بتقدير الذات لدى طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية. مجلة الابداع الرياضي ، 13 (02)، 370-387.
- محمد سلامة. (2022). تصميم أنشطة اثرائية لتنمية مهارات ادارة الاجتماعات وكتابة التقارير الادارية لدى طلاب مدارس السياحة والفنادق. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية ، 16 (11)، 368-415.
- محمد عبد الحميد محب. (2024). مدخل الى العلاقات العامة (الإصدار الطبعة الأولى). ألمانيا - برلين: المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.
- محمد عبد الله العززي. (2010). أثر الاتصالات الادارية في تحقيق فاعلية القرارات الادارية. جامعة الشرق الأوسط.
- محمد عبد حسين الطائي. (2005). المدخل الى نظم المعلومات الادارية (الإصدار الطبعة الأولى). عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- محمد عليوات. (2017). مهارات الاتصال الفعال للقائم بالعلاقات العامة في المؤسسة التربوية - ثانوية ناصر باي سليمان نموذجا. مجلة دراسات نفسية وتربوية (19)، 25 - 33.
- محمد فريد الصحن. (1993). العلاقات العامة: المبادئ و التطبيق. القاهرة: الدار الجامعية.
- مرتضى البشير الأمين. (2016). الاتصال في العلاقات العامة. عمان - الأردن: دار أمواج للنشر والتوزيع.

قائمة المصادر والمراجع

- مكاي ماثيو، و آخرون. (2021). الدليل العملي لمهارات العلاج الجدلي السلوكي. (أبو زيد عبد الجواد خليفة، المترجمون) مكتبة الأنجلو المصرية.
- مليكة بن شدة، و مليكة محرز. (2021). الاصغاء الفعال وأهميته في تحقيق الغايات الانسانية لعملية التواصل. مجلة دراسات انسانية واجتماعية ، 10 (03)، 239 - 250.
- مليكة غواظي. (2021). المقابلة كأداة من أدوات جمع المعطيات. مجلة العلوم الانسانية ، 05 (02)، 179 - 187.
- منى عماد الدين مؤتمن، و آخرون. (2002). دليل الاتصال الاداري الفعال. عمان - الأردن: وزارة التربية والتعليم.
- هشام عبد الرحمن الخولي. (2024). قضايا معاصرة في الصحة النفسية والتربية الخاصة. مكتبة الأنجلو المصرية.
- يس عامر سعيد، و آخرون. (2001). ادارة الأفراد. القاهرة: مركز وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الاداري.
- يسرا حسني. (2014). العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية (الإصدار الطبعة الأولى). الجيزة: أطلس للنشر والانتاج الاعلامي.

— قائمة المصادر والمراجع الأجنبية:

- Dennis L, W., & al. (1989). Public Relations Strategies Tactics. New York: Happer Collins Publishers.
- El-Uteibi, S. (2005). Effective Communication and Personal Business Skills. Amman: Dar Al Hammed.
- Madhukar, K. (2003). Business Communication and Customer Relations. New Delhi: Vikas Publishing House Pvt Ltd.
- Robinson, E. J. (1966). Comunication And Public Relation