جامعة محمد بن أحمد وهران 2

كلية الاقتصاد وعلوم الإدارة والعلوم التجارية

قسم العلوم التجارية

مطبوعة بيداغوجية

الاتصال والتحرير الإداري

لطلبة السنة الأولى ماستر في جميع التخصصات



الدكتورة بوملاح عزيزة

أهداف الدروس:

تهدف هذه الدروس، المخصصة لطلاب الماستر من جميع التخصصات، إلى تمكين الطلاب من تحديث معارفهم ومهاراتهم في استخدام اللغة، واكتساب أساليب معالجة المعلومات المكتوبة والشفوية، وتصميم التقارير الموجزة المكتوبة وعرضها الشفهي، وكتابة الوثائق الإدارية، بما في ذلك طلبات التوظيف ورسائل التغطية والسير الذاتية.

كما تهدف هذه الدروس إلى تحسين مهارات الكتابة لدى الطلاب، وتتيح لهم تعميق معرفتهم بقواعد اللغة مع الالتزام بالأسلوب الإداري.

* الهدف العام من هذا التدريس هو أن يكون المتعلم قادراً على:

- استيعاب قواعد وأساليب صياغة الوثائق الإدارية (الرسائل، والمذكرات، والمحاضر، والتقارير، وما إلى ذلك).

* الأهداف المحددة: -كتابة وثائق مهنية وفقًا لقواعد التعبير الكتابي،

- القيام بتطبيق الأسلوب المناسب لطبيعة كل وثيقة مهنية.

- إنتاج أعمال كتابية فعالة.

الفهرس

مقدمـــة.....

الفصل الأول: الاتصال والمعلومات .....

القســم 1: مفهــوم المعلومــات: .....

القســـم 2: مفهـــوم الاتصـــال .....

القسم 3: الاتصال الإداري .....

الفصــل الثــاني: الكتابــة الإداريــة .....

القسـم 1: متطلبـات الكتابـة الجيـدة .....

القســم 2: الرســـالة في الإدارة .....

القسـم 3: البنيــة الهرميــة للنصــوص.....

القسم 4: الأسس النظرية للكتابة الإدارية.....

الفصل الثالث: الرسالة الإدارية .....

القسم 1: الرسالة الإدارية .....

القسم 2: أدوات الكتابة الإدارية الأخرى .....

القسم 3: رسائل الاتصال الداخلي الرئيسية ....

الفصل 4: الرسالة التجارية .....

القسم 1: مقدمة عن الرسالة التجارية .....

القسم 2: هيكل الرسالة التجارية .....

القسم 3: أنواع الرسائل التجارية الإلكترونية ....

الفصل 5: المستندات الإدارية ....

القسم 1: طلب التوظيف ....

القسم 2: السيرة الذاتية ....

القسم 3: رسالة التغطية .....

الفصل السادس: الكتابة عبر الإنترنت:

(استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات) .....

القسم 1: كتابة بريد إلكتروني احترافي ....

القسم 2: طلب وظيفة عبر الإنترنت ورسالة تعريفية ....

القسم 3: السير الذاتية على الشبكات المهنية: السيرة الذاتية 2.0 .....

الخاتمة .....

المراجع .....

جدول المحتويات.....

الملاحق .....

مقدمة:

إن الكتابة لا تقل أهمية عن الكلام. فالكتابة تُترجم إلى علامات -كلمات وعلامات ترقيم -مُرتبة بدقة وانتظام للتعبير عن فكرة، أو إصدار أمر، أو إيصال رسالة. أما الكلام، فيتكون من أصوات تُصدر بطريقة محددة، ومُرتبة أيضاً لتحقيق نفس الغاية. وبناءً على هذه المبادئ، لا يمكن أن توجد كتابة بدون قواعد ومعايير وأسلوب. لذا، تلتزم الكتابة الإدارية بهذه الضرورات، ولا يمكنها الخروج عنها في عملياتها اليومية، وفي تفاعلاتها مع بيئتها الداخلية والخارجية. تُشكل الوثيقة الإدارية دليلاً ملموساً على تعليمات مُحددة، أو قرار تنظيمي صادر لتنظيم... يجب إيلاء الكتابة أقصى درجات العناية والاهتمام لضمان وضوح محتوى المراسلات، وبالتالي، وضوح الغرض من الوثيقة. في الواقع، يعتمد تنفيذ التعليمات أو إيصال المعلومات على هذه الدقة. في جميع المجالات، يُطلب من الأفراد، سواء لأغراض أكاديمية، أو أنشطة مهنية، أو لأسباب شخصية، إنتاج كمية كبيرة من الوثائق الإدارية. علاوة على ذلك، فإن تطبيق نظام التعليم العالي (بكالوريوس، ماجستير، دكتوراه) في الجزائر يُلزم الجامعات بإعداد الطلاب لمسيرتهم المهنية المستقبلية، حيث يتعين عليهم توظيف مهاراتهم التواصلية، ولا سيما التواصل الكتابي. لذا، وبناءً على ما سبق، تُدرَّس الكتابة الإدارية كمادة أساسية في جميع برامج الماجستير المتخصصة. وتشمل هذه المادة المراسلات بجميع أشكالها، ووثائق العلاقات، والإجراءات الإدارية، وفقًا لأهدافها ومضمونها. مع ذلك، من المهم الإشارة إلى أن الكتابة وحدها لا تكفي؛ بل يجب أيضًا امتلاك البلاغة، وإتقان قواعد النحو والإملاء، والقدرة على تقديم نصوص واضحة ومنظمة. إضافة إلى ذلك، يجب أن يكون الكاتب قادرًا على تنظيم أفكاره منطقيًا لإيصال الرسالة المقصودة بفعالية.

يلي ذلك قواعد أخرى مفيدة يجب معرفتها، والتي "تُسهم في استمرار عملية الصياغة". تتضمن هذه العملية إنتاج كم هائل من المعلومات المكتوبة على وسائط مختلفة: الورق، والأقراص المدمجة، وذاكرة الفلاش، وغيرها، والتي يجب حفظها، ومن هنا تأتي ضرورة حماية هذه الوثائق وتخزينها قبل أرشفتها. سيُقسّم هذا العمل إلى ستة فصول: يتناول الفصل الأول التواصل والمعلومات، وهما أساس جميع الكتابات الإدارية. يدرس الفصل الثاني الكتابة الإدارية، وأسسها النظرية، ويعرض التسلسل الهرمي للنصوص التشريعية والتنظيمية والتنفيذية. يتناول الفصل الثالث الرسالة الإدارية. كما سنلقي نظرة على الوسائط الإدارية الأخرى التي تستخدمها الإدارة، بالإضافة إلى بعض أدوات التواصل الداخلي. يُخصص الفصل الرابع لدراسة رسالة العمل. يغطي الفصل الخامس الوثائق الإدارية مثل طلبات التوظيف، والسير الذاتية،

وخطابات التغطية. وأخيرًا، يُعلّمنا الفصل السادس كيفية كتابة بريد إلكتروني احترافي، وكيفية استخدام الشبكات المهنية لطلبات التوظيف ونشر السير الذاتية عبر الإنترنت (السيرة الذاتية 2.0).

الفصل الأول: الاتصالات والمعلومات:

القسم 1

مفهوم المعلومات:

1.1 التعريف: الاتصال والمعلومات مصطلحان مختلفان، لكنهما يعتمدان على بعضهما البعض. لدينا عدة تعريفات تتعلق بالمعلومات.

يُعرّف قاموس لاروس المعلومات بأنها أي معلومة تُعرض على شخص أو على الجمهور. وفي علم الحاسوب، تُعدّ المعلومات عنصرًا من عناصر المعرفة (صوت، بيانات، صورة) يمكن تخزينه أو معالجته أو نقله باستخدام وسيط.

هو منتج يتم نقله أو بثه عن طريق وسائل الاتصال: الراديو، التلفزيون، الصحافة، الملصقات، الإنترنت.

التواصل هو عملية إقامة علاقة مع الآخرين

نشر المعلومات هو عملية نشر الحقائق والأفكار... هل يمكن أن توجد معلومات بدون تواصل؟ إذا لم تكن هناك إمكانية للتبادل مع الآخرين، فلا يوجد تواصل.

1.2 الخصائص:

* موثوق؛ المصدر معروف أو يمكن تحديده بوضوح.

* ذو صلة: يجب أن يلبي حاجة.

* معلومات حديثة: المعلومات حديثة ويتم تحديثها بانتظام.

* جديد: يجب ألا تكون موجودة بالفعل في المنظمة.

* متاح: 'يمكن الحصول عليه بسهولة.

1.3 أشكال المعلومات المختلفة:

من بين الأشكال المختلفة التي يمكن أن تتخذها المعلومات، فإن أكثرها شيوعاً هي:

* المعلومات الشفوية. مثال: المعلومات المقدمة خلال المقابلة السنوية بين الموظف وصاحب العمل.

* معلومات مكتوبة: مثال: العناصر الموجودة في قسيمة الراتب.

* معلومات مرئية. مثال: الرسم البياني الذي يلخص أداء فريق المبيعات خلال الاجتماع

* معلومات سمعية بصرية: أسبوعية. مثال: عرض توضيحي مسجل بكاميرا فيديو، ثم يُبث على التلفزيون.

* أمثلة: مثال: عدد المنافسين في قطاع معين.

القسم 2:مفهوم التواصل المعلوماتي النوعي:

منتجات جديدة يبيعها المنافسون. معلومات كمية: لقد وُجدت وسائل الاتصال منذ فجر التاريخ.

لا يمكن أن يوجد إنسان بدون مجتمع، وبالتالي لا يمكن أن يوجد مجتمع بدون تواصل. لقد وضع الإنسان قواعد للتواصل من خلال الكلام، وإيماءات اليد، والأصوات، والكتابة...

التواصل عمليةٌ تتخلل جميع جوانب السلوك البشري، لا سيما داخل المؤسسات. يشمل التواصل بين الأفراد المناقشات المباشرة، والاجتماعات، والمكالمات الهاتفية، والتقارير، والرسائل، وكلها تهدف إلى نقل المعلومات وتبادلها. ويُعدّ نجاح هذه العملية مؤشراً على كفاءة المؤسسة. ونظراً لتأثيرها المتزايد على التنمية والأفراد، تُسهّل تقنيات المعلومات والاتصالات التواصل بين الناس في القرن الحادي والعشرين.

وبالتالي، تكتسب الاتصالات أهمية بالغة في حياة الشركات الحديثة ضمن هذا المناخ المعقد، مما يزيد من أهميتها في الحياة المهنية. وسيكون المدير مسؤولاً عن تحفيز فريقه وتدريبه وإطلاعه على المستجدات.

أصبحت الاتصالات ركيزة أساسية للشركات، فلا يمكن لأي منظمة أن تقوم بدونها.

2.1 التعريف: وفقًا لقاموس لاروس، فإن كلمة "**الاتصال**" مشتقة من الكلمة اللاتينية "ommunicac"، والتي تعني المشاركة أو الجمع. وهي تعني نقل رسالة، والتواصل مع الآخرين، باستخدام عملية ثنائية الاتجاه. وهي نقل المعلومات من مُرسِل بهدف إعلام أو التأثير على شخص أو مجموعة من المُتلقين.

2.2 نظرية الاتصال: لقد وُجد الاتصال منذ أن بدأ البشر يعيشون في جماعات ويتفاعلون مع بعضهم البعض. وقد طُوّرت هذه النظرية ودُرست من قِبل كلود شانون ونوربرت وينر من خلال "نظريتهما الرياضية للاتصال" في عام 1946.

وصف لاسويل(1947) منهجين: الأول يصف آليات العملية: رسالة تُرسل من مُرسِل إلى مُستقبِل عبر سلسلة من العناصر كالمصدر والقناة. أما الثاني فيركز على العملية التي تُحدث تغييرًا في سلوك المُستقبِل، مُحوّلةً إياه إلى مُرسِل من خلال التغذية الراجعة.

يجب أن يكون كل فاعل اجتماعي (مرسل/مستقبل) قادراً على تحديد وتصور عالم الآخر والتوصل إلى فهمه ومعرفته دون فقدان كل الاستقلالية والحس النقدي.

2.2.1 عملية الاتصال: تستند هذه العملية إلى العناصر التالية (لاسويل1947) من: المرسل ماذا يقول: محتوى الرسالة بأي وسيلة: القناة إلى: المتلقي ما هو التأثير: الأثر تم تطوير هذه العملية بواسطة نوربرتوونر في عام 1946.

تتدفق المعلومات من المرسل، الذي يرغب في إيصال رسالته، إلى المتلقي. وينتقل هذا التدفق عبر قناة نقل. تُشفّر الرسالة ثم تُفكّ شفرتها وفقًا للوسيلة المستخدمة. وتحدث التغذية الراجعة عندما يصبح المتلقي بدوره مرسلاً.

2.2.2 معوقات الاتصال: تتشوه المعلومات بسبب أنواع مختلفة من التشويش، والتي يمكن أن تكون:

*التقنيات (التداخل على خط الهاتف)

*متعلق بهيكل الشركة: كلما زاد عدد الوسطاء، كلما ازداد تشوه التواصل.

*متعلقة بالأفراد: اضطرابات النطق، حدة السمع؛ الضوضاء الخارجية المزعجة

* متعلق باللغة المستخدمة: لغة تقنية للغاية

2.3 أساليب الاتصال تكشف هذه العملية عن جانب نفسي من جوانب التواصل

1/ النمط اللفظي: الكلمات، نبرة الصوت -التنغيم

2/ التواصل غير اللفظي: تعابير الوجه والإيماءات. وفقًا لبحث (مككونيل، 1989)، تُنقل الرسالة في التواصل على النحو التالي: 55٪ من خلال تعابير الوجه، و38٪ من خلال نبرة الصوت، و7٪ من خلال الكلمات نفسها. التواصل الفعال هو الذي يستطيع المتلقي فهمه بالتركيز على الكلمات وملاحظة نبرة وتعبير المرسل. من المهم القدرة على فك شفرة جميع العناصر على مستوى المحتوى (الرسالة اللفظية) وطريقة إيصالها.

2.3.1 مستويات التواصل:

* **التواصل المباشر:** عملية تبادل المعلومات مع الآخرين وجهاً لوجه

***التواصل التقني:** التواصل عن بُعد باستخدام تقنيات الاتصال. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

* أصبح التواصل الاجتماعي ضرورة اجتماعية واقتصادية في عالم منفتح

2.4 بعض أدوات الاتصال:

* الصور: وسيلة يفهمها الجميع بغض النظر عن أصلها أو اللغة المستخدمة (التلفزيون؛ الأفلام).

* الهاتف: يستخدم للتواصل بين شخصين لحل المشاكل المتعلقة بالشركة.

* يقوم علم الحاسوب بجمع وفرز الحقائق عن طريق ترميزها وفك ترميزها بسرعة كبيرة.

أصبحت معالجة النصوص الوسيلة الأكثر استخدامًا على نطاق واسع في الشركات.

* مقاطع الفيديو والأفلام والأشرطة المسجلة: تتطلب فعالية هذه الوسائط وجود متخصصين أثناء استخدامها.

* أجهزة العرض العلوي، أجهزة عرض البيانات

يُستخدم البريد الإلكتروني لتبادل الرسائل في الوقت الفعلي إذا كان المستلم متصلاً بالإنترنت.

2.5 أشكال التواصل:

2.5.1 التواصل الشفهي: يُعدّ التواصل الجيد أساسيًا للجميع. فالتواصل الفعال يُحدد القدرة على النجاح في الحياة الشخصية والمهنية على حدٍ سواء. وبفضل التواصل الجيد، يستطيع الأفراد التعبير عن أفكارهم وشخصياتهم بسهولة خلال المقابلات والاجتماعات وغيرها من التفاعلات. ويتمثل النهج العام للتواصل الشفهي في فهم سياق الفرد أو المجموعة (المكانة، العمر، الخلفية الثقافية، إلخ)، وبناء علاقة قائمة على المساواة (تجنب السلوك العدواني أو المتطلب)، والاستماع بانتباه، والتأكد من فهم الفرد أو المجموعة للرسالة، مع مراعاة الهدف.

الصفات المطلوبة للتواصل الشفهي الجيد اللغة، بما في ذلك استخدام فترات الصمت. تُضفي فترات الصمت انطباعًا بالإتقان والثقة، وهي ضرورية لجذب انتباه المستمع وضمان فهم أفضل. ثانيًا، تُعدّ

المفردات مهمة؛ إذ ينبغي استخدام لغة مباشرة وعبارات إيجابية. يجب أن يتميز الأسلوب بجمل قصيرة وواضحة ودقيقة. أما الصفة الرئيسية الثانية فهي العناصر اللفظية كالصوت؛ فالنطق الواضح ضروري لفهم أفضل. من المهم مراقبة جودة الصوت وتحسينها لتعزيز المصداقية.

الصفة الثالثة هي سرعة الكلام، والتي تتضمن التحدث بهدوء وتأنٍ مع تغيير السرعة لتجنب الملل، والتأكيد على مقطع أو كلمة معينة، ورفع أو خفض الصوت للتعبير عن المشاعر بشكل أفضل. أما الصفة الثالثة فهي السلوك غير اللفظي، والذي يتضمن تقديم عرض مناسب للجمهور؛ فالاسترخاء يؤدي إلى تواصل أفضل.

النظرة تجذب الانتباه وتخلق تواصلاً؛ الإيماءات أيضاً تنقل رسالة، وتكمل الكلام، وتدعم الحوار، والوقوف باستقامة، والقيام بإيماءات إيجابية...

ما هي تقنيات الاتصال الأساسية الأربع؟

1-اطرح أسئلة

إن طرح الأسئلة هو وسيلة للشركاء للتعرف على بعضهم البعض، واستكشاف موقف ما، والحصول على معلومات، والتعمق في نقاط معينة، والاستعداد للتصرف.

تساهم أنواع الأسئلة المختلفة في جعل التواصل فعالاً. وتكون الأسئلة ذات صلة إذا كانت مناسبة لموقف التبادل وإذا سمحت بجمع المعلومات المتوقعة من الشخص الآخر.

تُستخدم الأسئلة المغلقة للحصول على المعلومات.

هذه أسئلة محددة تتضمن إجابات دقيقة تسمح لنا باستكشاف موضوع ما أو جمع معلومات أساسية عنه.

على سبيل المثال: ما هو: ما موضوعه؟ من: عمن؟

مثال:
- هل أنت متفرغ صباح الخميس؟ الجواب: نعم/لا. - هل توافق على الاقتراح الذي قدمته لك للتو؟

من المتوقع أن يقدم الشخص الذي يتم التحدث إليه إجابة بنعم أو لا، والتي قد يجادل فيها بعد ذلك.

الأسئلة المستهدفة (الحقائق).

هذه أسئلة مغلقة. متى: في أي وقت حدث هذا؟ أين: أين وقع الحدث؟ لماذا: ما الذي تسبب في حدوث هذه الظاهرة؟ كيف: كيف تطورت الأمور؟

أسئلة الاختيار من متعدد.

النطاق المعروض أوسع؛ هذه أسئلة تُطرح في الاستطلاعات، على سبيل المثال.

الأسئلة المفتوحة تشجع على التفكير وتعبئة الأفكار حول موضوع معين.

إنها تغطي الموضوع برمته، والإجابة مفتوحة تماماً. هذه أسئلة تتطلب من المُستَجوب التفكير، وتستلزم مشاركة شخصية، وقد تؤدي أحياناً إلى استطرادات أو مأزق.

مثال: ما رأيك في هذا الاقتراح؟

السؤال المفتوح لا يحتوي على إجابته الخاصة، ويترك المجال للمتحاور للتعبير عن رأيه ووجهة نظره بشكل حقيقي.

السؤال المفتوح لا يعطي الشخص الآخر فكرة دقيقة عن الشكل الذي يجب أن تتخذه إجابته: "ما رأيك في المنتج X؟"

إن طرح الأسئلة المفتوحة يشجع على النقاش حول مشكلة أو موضوع أو التعبير عن شعور أو وجهة نظر.

2-الاستماع

هل تعرف دائماً كيف تستمع بشكل صحيح؟

يبدو الاستماع إلى الشخص الذي تتحدث إليه أمراً بسيطاً. ولكن في الواقع، ما معنى الاستماع حقاً؟

يبدأ الإنصات بالصمت. قد يبدو هذا بديهياً، ولكن كم مرة يتحدث شخصان في نفس الوقت أثناء النقاش؟

كم مرة يتم مقاطعة أحدهم، أو إيقاف تسلسل أفكاره، أو حتى مواجهته بتعبير عن رأي، أو باستنتاجات متسرعة أو حجج عدوانية؟

الاستماع لا يقتصر على الصمت فحسب. كم مرة لاحظت أن محاورك لم يسمع كلمة واحدة مما قلته؟ ألم تفعل الشيء نفسه في كثير من الأحيان؟ هل كنت مشتت الذهن؟ هل كنت تفكر في ردك؟ باختصار، هل كنت لا تستمع؟

في حين أن الاستماع هو أسلوب التواصل الأكثر وضوحًا وفعالية، إلا أنه أيضًا الأسلوب الذي يُساء استخدامه في أغلب الأحيان.

غالباً ما يكون عدم الإنصات هو السبب الجذري لسوء الفهم والصراعات في الحياة المؤسسية.

على المدى الطويل، يعد الاستماع أيضاً وسيلة لإقامة علاقة ومناخ مرضيين بين الأفراد أو المجموعات.

من الخطأ الفادح الاعتقاد بأن الاستماع فعل سلبي. فالكلمات التي تسمعها لا تتحول إلى أفكار ومعلومات دون تدخلك.

وبما أنك تقضي ثلاثة أرباع وقتك في أنشطة التواصل الشفهي مع الآخرين، فمن الأفضل أن تجعل هذا الوقت مثمراً قدر الإمكان.

ما يجب القيام به:

- دع الشخص الآخر يتحدث دون مقاطعة، وحدد النقاط المهمة، وحجج كلام الشخص الآخر، وانتبه إلى نبرة الصوت، والإيماءات، وكل ما يكشف عن المشاعر.
- ركز على ما يقوله المتحدث دون التفكير فيما ستقوله "لو أنه توقف فقط"، وخذ وقتك للتسجيل بشكل صحيح وفكر فيما يقال.
- ركز على محتوى الرسالة والأفكار المهمة دون الانشغال بالحقائق المنعزلة من أجل الحصول على فكرة عامة وشاملة عما تسمعه.
- امنح نفسك وقتًا للتفكير لتقييم الموقف قبل التصرف (رد فعل متأخر)، واستمع قبل الحكم أو
- التدخل، ودع الأفكار الجديدة والمختلفة تصل إليك.

3-التحدث أمام الجمهور

إن التعبير عن وجهة نظر المرء أو مشاعره ينمي العفوية، وهذا يعني:

- زخم و/أو
- اكتساب ثقافي و/أو
- استجابة جديدة ومناسبة لموقف جديد (مورينو)

يعزز التعبير الحر انخفاض القلق الشخصي ويساهم في تطور ديناميكيات المجموعة.

حدود الخطابة العامة:

- ما تقوله ليس بالضرورة ما مررت به.
- ما تم فهمه ليس ما قلته
- ما يتم تفسيره ليس بالضرورة ما يتم فهمه

4-إعادة الصياغة: متى ولماذا يتم استخدام إعادة الصياغة.

إعادة الصياغة هي تدخل شفوي يهدف إلى إعادة صياغة ما تم التعبير عنه للتو من قبل شخص ما، بمعنى آخر، بطريقة أكثر إيجازًا أو وضوحًا.

إعادة الصياغة لا تعني التكرار، بل إعادة صياغة ما قاله الآخر بكلمات مختلفة. إنها أداةٌ للاستماع الفعال، تُحسّن مهارات الاستماع، وتشجع الجميع على المشاركة، وتُبرز مساهماتهم. كما تُساعد على التحقق من صحة الكلام، وتصحيحه بلطف، وتخفيف التوتر المُحيط به.

2.5.2 الاتصال الكتابي: في الحياة المهنية، غالباً ما يواجه الأفراد صعوبة في كتابة رسالة مكتوبة، ويرجع ذلك أساساً إلى حكم الآخرين، وعدم ورود الأفكار إلى الذهن، وعدم إيجاد الكلمة أو العبارة المناسبة، أو ببساطة عدم معرفة قواعد وأعراف الكتابة المهنية المختلفة: فالرسالة والتقرير والملخص لا تُكتب بنفس الطريقة.

كيف يمكننا التغلب على هذه المعوقات المختلفة؟

يتطلب التغلب على صعوبات الكتابة اتباع المنطق والتسلسل الزمني. ببساطة، اجمع الوثائق اللازمة أو استشر الأشخاص المعنيين، ثم اختر المعلومات وابدأ الكتابة. بالنسبة للرسالة، يتيح لنا ذلك عرض الحقائق، وتطوير الحجج المناسبة، والتوصل إلى استنتاج ملائم؛ أما بالنسبة للتقرير، فيتيح لنا تلخيص الحقائق وتقديم اقتراحات مفيدة. يكمن السر في الإيجاز والوضوح، مع مراعاة لغة المتلقي. وفيما يتعلق بقواعد الكتابة المهنية، من الضروري الإلمام بقواعد ومعايير كل نوع من أنواع الوثائق.

التحدي الثاني هو إتقان الإملاء والقواعد؛ وإذا لم يكن الأمر كذلك، فسيكون استخدام القاموس ضروريًا. لحسن الحظ، يقوم مدقق الإملاء المدمج في برامج معالجة النصوص بعمله على أكمل وجه. لتحقيق النجاح في الكتابة الاحترافية، فإن الخطوة الأولى هي توليد الأفكار.

أفضل طريقة هي استخدام مخطط الشجرة أو خريطة الأفكار: ببساطة، اكتب الفكرة الرئيسية في منتصف الصفحة، ثم انشر منها جميع الأفكار الفرعية. بعد ذلك، رتب هذه الأفكار وفقًا لخطة، تختلف باختلاف نوع الوثيقة. بعد تبادل الأفكار، تأتي مرحلة الكتابة، لأن الكتابة لا تكون فعّالة إلا إذا كانت مُصممة خصيصًا للجمهور المستهدف. يتضمن ذلك تحديد الهدف بإيجاز، باستخدام مصطلحات ملموسة وإيجابية. ثم، استهدف القارئ، مع مراعاة شخصيته، لإيجاد الحجج المناسبة والمفردات الملائمة. خطوة أخرى هي اختيار الكلمات المناسبة. بالنسبة للجمل، احرص على أن تكون قصيرة ومنظمة جيدًا، وتحتوي على أكبر قدر ممكن من المعلومات.

من المهم أيضًا عرض فكرة واحدة في كل فقرة لتسهيل فهم القارئ وحفظه. ينبغي أن تكون الجمل موجزة بتجنب الضمائر الموصولة وحروف العطف وصيغ المضارع التام، والأهم من ذلك، التعبير عن الأفكار مباشرةً. استخدم عبارات انتقالية لعرض الحجج وفقًا لخطة محددة. فالعبارات الانتقالية المناسبة تُسهّل القراءة والفهم.(مثال: أولًا، أخيرًا، مع ذلك، في الواقع، لكن، لذلك، من ناحية أخرى، بالتالي...)

أشكال اللغة: تسمح اللغة الإيجابية بوجود الكلمات، مما يوفر تفسيراً لأي شيء قد يبدو غامضاً. الأسلوب: يُفضل الأسلوب الفعلي على الأسلوب الاسمي؛ استخدم صيغة المبني للمعلوم. أما بالنسبة للزمن، فإن المضارع هو الأنسب لأنه مرادف للفعل المباشر والملموس.

علامات الترقيم: قد تؤدي علامات الترقيم غير الصحيحة أو غير المناسبة إلى تشويه الأفكار المعبر عنها وإفساد حتى أفضل الجمل كتابةً. لذا، ينبغي أن تراعي عملية التدقيق اللغوي كلاً من المحتوى والشكل.

-**فيما يتعلق بالمضمون:** يجب أن تحتوي الوثيقة على جميع المعلومات اللازمة للمراسل وما إذا كنا نجيب على جميع أسئلته.

- **فيما يتعلق بالشكل:** يجب التحقق من الإملاء، وكذلك القواعد النحوية، وعلامات الترقيم، ودقة الأرقام، ووضوح الجمل.

- جذب انتباه القارئ والحفاظ عليه: سيختار متلقي الرسالة وثيقة واحدة على أخرى لأن الأسلوب أصلي، والموضوع يثير اهتمامه... كيف نتابع؟

- تحسين التصميم من خلال إدارة تباعد الأسطر بشكل فعال.

- قم بتنويع طول الفقرات واستخدم القوائم

- ابحث عن عنوان مُحفّز؛ فهذا العنوان يُمكن أن يُعلن عن الرسالة الأساسية، أو الموضوع، أو يُسلّط الضوء على أهم تفاصيل الرسالة. ابتكر عبارة افتتاحية أصلية.

- قم بتقديم الرسومات والصور. اجذب انتباه القارئ.

- تجنب رتابة الكتابة.

القسم 3: الاتصالات الإدارية:

3.1 تعريف الإدارة: هي مجموعة الخدمات المسؤولة عن ضمان سير عمل الدولة أو السلطة المحلية أو الخدمة العامة. وهي النشاط التنظيمي الموجه، أي الذي يهدف إلى إنشاء أو تعديل الروابط التي تضمن انسجام (تنسيق) الحياة الجماعية والمجتمعية للأفراد. كما أنها الجهاز المسؤول عن إدارة الشؤون العامة.

كما نشير إلى إدارة الشركة بالإدارة الخاصة لتمييزها عن الإدارة العامة.

3.2 خصائص الإدارة: تُعدّ الاتصالات عمومًا، وإنتاج المعلومات داخل الإدارة خصوصًا، ذات أهمية قصوى، إذ إنها ضرورية لحسن سير العمل الإداري وللوفاء بالتزاماتها تجاه المصلحة العامة على أكمل وجه. علاوة على ذلك، فإن الحاجة إلى حفظ السجلات وتنوّع حالات التواصل داخل الإدارة يستلزم استخدام أنواع مختلفة من الوثائق، بما في ذلك الإيصالات والمذكرات والتقارير والمحاضر والملاحظات الإدارية والرسائل.

3.3-تعريف الإدارة العامة: تُعدّ الهيئة الحكومية إدارة عامة. ويشمل ذلك الحكومة، والدولة، والمؤسسات، والمنشآت العامة التي تُنفّذ السياسات العامة، أو تُقدّم خدمات غير ربحية، أو تبيع السلع والخدمات على أساس تكميلي. علاوة على ذلك، تجدر الإشارة إلى أن صياغة وثيقة إدارية تتطلب خبرة متخصصة نظـرًا لخصوصية شكلها، ومضمون رسالتها، وأسلوب كتابتها الخاص بالكتابة الإدارية.

. 1.3.3-أهداف الإدارة العامة:

من بين الأهداف الموجودة التي ينبغي أن تعمل الإدارة العامةعلى تحقيقها، ومن ثم على المحـرر الإداريـو التقيد بها والعمل على تحقيقها ما يلي: -

القدرة على الإدارة والتسيير وممارسة المسؤولية.

- القدرة على تسير المواد البشرية والمالية والمادية وتطوير النشاطات المختلفة

-القدرة على قراءة الوثائق الإدارية والمراسلات، وفهمها واستغالها استغلالا سليما.

-القدرة على تحرير المراسلات الإدارية من رسائل ومحاضـر وتقـارير ...الخ الـتي تسـمح بتحديـد المهـام والمسؤوليات بوضوح.اتخاذ الإجراءات المناسبة في حينه.

-القـدرة على التوقعـات القـدرة على الإعلام والاتصـال والتبليـغ والتواصـل والتفاعـل مـع كـل مصـادرها ومحيطها.

التشبع بروح العمل الجماعي والقدرة على القيادة الجماعية.

-التحكم في مسك الملفات والسجلات والوثائق وكل المسندات الخاصة بتسيير شؤون الإدارةوالموظفين.

. 2.3.3-:وظائفالعمليةللإدارة العامة:

تتألف العملية الإدارية بشكل عام من الوظائفالتالية

:1-التخطيط:

هو التحديد المسبق لما ينبغي أن تنجزه المؤسسة أو الإدارة وطريقة تحقيق الأهداف، كما يتمثـل في وضـع البرامج والخطط اللازمة لكل عمل أو نشاط خلال فترة زمنية معينة.

2-التنظيم:

أي تنظيم اختصاصاتهم، هو عبارة تقسيم العمل بين الموظفين وتوزيع الأدوار عليهم حسب قد ارتهم ومهامهم والتنسيق فيما بينهم حتى يتمكنوا من الوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة، وعليه فإن التنظيم يعتبر بمثابة الشكل والقالب الطي يفرغ فيه الجهد الجماعي لتحقيق الأهداف المسطرة

.3-التوجيه:

يقصد به تسهيل وتسيير العمل عن طريق إصدار الأوامر والتعليمات من طرف المسؤولين الرامية إلى تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية.

4-التنسيق:

هو عملية تنشيط الأعمال الإدارية داخل المصلحة الواحدة، والتنسيق بين عناصر ها، والتنسيق بين عناصر مصلحة معينة من جهة،وما بين المصالح من جهة أخرى فالمسؤول الناجح هو الذي يولي التنسيق الأهمية التي يستحقها ويعمل على بلورته على كل الأصعدة داخل المصالح وفيما بينها مع الهيئات الفاعلة والشركاء بصفة عامة، فهو إذن يعمل على تحسين الأداء ورفع المردود ويساهم في تذليل الصعوبات ويقرب الفاعلين وآراءهم، ويثمن العمل الجماعي المشترك كما ينمي رو التعاون والانسجام.

5-الرقابة:

هي مقارنة العمل بمعيار معين أو مقارنة ما تم إنجازه على ضوء ماهو مخطط له ضمن الخطة أوالبرنامج فعملية الرقابة تسمح بتقدير مدى تنفيذ الأعمال والنشاطات المختلفة،ويتطلعبها جميع الفاعلين بالمؤسسة من لهم مسؤولية معينة تربطهم بالرؤساء الإداريين ورؤساء المشاريع والمفتشين والمراقبين كل حسب اختصاصه.

التقييم:

هو عملية من العمليات الأساسية في كل عمل أو مشروع فهي تساعد على اكتشاف النقائص والوقوف على أسباب تردي المردود والعلم على تصحيحها مع مجموعة من الوظيفييينوبواسطتهم.

-4.3-القواعد العامة للاتصال الكتابي:

- لا تكرر العناصر

- ضع خطة: للمساعدة في اختيار المعلومات وتحديد أولوياتها: الترتيب الزمني، من الخاص إلى العام، من الحقائق إلى الآراء، من الملاحظات إلى التشخيص، من الأساسي إلى التفصيلي:

- المقدمة تذكر الغرض من المراسلة (الرسالة السابقة أو المسألة المعنية)

- يقدم النص تفسيرات أو يحدد الحجج أو اللوائح؛

- يُظهر الاستنتاج بوضوح القرار المتخذ، أو الحل المعتمد، أو الاقتراح المطروح.

- ضع في اعتبارك الشخص المتلقي. قد لا يكون بالضرورة على دراية بالأمر.

- أعد صياغة الطلب، في حالة الرد.

- أعد المعلومات إلى سياقها.

- اختيار الحجج: عند الكتابة للإقناع أو تقديم التوصيات، ابدأ بسرد الحجج التي ستطرحها. هذه طريقة جيدة لتجنب نسيان أي منها، ووضعها ضمن تسلسل خطتك، وإدراك أن بعضها غير ذي صلة أو غير مقنع.

- اختر كلماتك بما يتناسب مع محاورك؛ ستختار كلمات من المرجح أن تكون جزءاً من مفرداته. وعموماً، ستتجنب المصطلحات التقنية المعقدة.

- احترام قواعد سهولة القراءة

- التخلص من المصطلحات المتخصصة والكلمات الأكاديمية؛

- شرح معنى الاختصار من أول استخدام

- استخدم جملًا قصيرة وقم بتطوير فكرة واحدة في كل جملة؛

- تبسيط الجمل عن طريق تقليل عدد الجمل التابعة؛

- تأكد من توازن الفقرات

- إذا كانت المراسلات تتكون من عدة صفحات، فتأكد من إظهار ذلك بوضوح (ترقيم الصفحات، .../...).

- اختر النبرة المناسبة

تجنب استخدام نبرة عاطفية أو استباقية. يمكنك استخدام صيغة الشرط، أو الظروف، أو صيغة الاستفهام.

- الوصول إلى صلب الموضوع: في الكتابة الاحترافية، الهدف هو الكفاءة، الأمر الذي يتطلب الوصول إلى صلب الموضوع بسرعة.

- اذكر الحقائق. اذكر الحقائق دائمًا كما شاهدتها أو كما تم إبلاغك بها. قدّم الأرقام والتواريخ والإحصائيات كلما أمكن ذلك.

- استخدم الصيغ الموجبة

- قلل من التكرار. قد يكون تكرار المعلومات مفيدًا ومقصودًا في بعض الأحيان، لكنه في أغلب الأحيان غير مقصود ويدل على نقص في الدقة. عند التدقيق اللغوي، احذف التكرارات أو الإسهاب غير الضروري.

5.3-الأسلوبالإداري: يتضمن ذلك احترام قواعد معينة للتواصل الإداري الجيد.

- **كن مهذباً**: تجنب أي أحكام قيمية.

- **كن موضوعيًا**. لا مكان للآراء الشخصية في الوثائق الرسمية. يُمثل المُوقِّع (الذي قد يختلف عن كاتب الوثيقة) الدولة؛ لذا، فهو يعمل ضمن إطار القوانين واللوائح. يجب أن يكون كل ما هو مكتوب قابلاً للتحقق، لا سيما من خلال الرجوع إلى النصوص الرسمية.

كن واضحًا. بما أن دور الإدارة هو إعداد القرارات أو اتخاذها، يجب التعبير عن الإجراء بوضوح ليفهمه المتلقي. حاول استخدام كلمات بسيطة. يجب أن تكون كل جملة مفيدة، وبالتالي تقدم معلومات جديدة.

- **كن منطقياً**: يجب أن يكون النص مكتوباً على شكل عرض توضيحي.

- **أن يكون مسؤولاً**: يكتب الكاتب نيابةً عن السلطة العامة. ويستخدم ضمير المتكلم "أنا"، دلالةً على المسؤولية التي يتحملها.

- **استخدام المصطلحات الإدارية**: هناك مصطلحات إدارية أصلية تعبر في معظم الأحيان عن الاحترام الأساسي للتسلسل الهرمي.

6.3-الصيغالمستخدمة:

1.6.3-الصيغ التمهيدية التي تشير إلى عنصر سابق:

يشرفني أن أؤكد استلام رسالتكم المؤرخة في...

إلحاقاً برسالتكم المؤرخة في...،

بناءً على طلبكم...

رداً على رسالتكم المؤرخة في...،

بناءً على طلبكم...

بموجب رسالة مؤرخة...

بحسب الرسالة المذكورة في المرجع...

عن طريق الرسالة المذكورة في عنوان الموضوع...

(نستشهد بالإشارة،)

(يشير عنوان الموضوع إلى) من خلال اتصالك الهاتفي بـ...

وفقًا للتعميم رقم ... الصادر بتاريخ ...، فقد لفتتم انتباهي إلى ... لقد تفضلتم مشكورين بلفت انتباهي إلى ...

لقد أذهلني...

لقد تم اطلاعي على...

أخبرتني أن...

- عدم الإشارة إلى عنصر سابق: يمكن أن تبدأ الرسالة بعبارة "يشرفني..."، متبوعة، بحسب المُرسَل إليه، بما يلي: للفت انتباهكم إلى...

لإعلامكم بـ...

لإعلامكم بذلك...

سُئلت إلى أي مدى...

لقد لفت انتباهي أن...

لقد أُبلغت بأن...

- للمراسلات الموجهة إلى رئيس أعلى:

لتحقيق...

لإرسال الرجال ...

لأكشفك...

أرجو منك أن...

- للمراسلات الموجهة إلى شخص مساوٍ أو أدنى منه رتبة:

لأخاطبكم...

للتذكير...

أرجو منك أن ...

لإعلامكم بذلك...

2.6.3. صيغ الطلبات: تنعكس الفروق الهرمية في استخدام الأفعال:

- الرئيس: يُبلغ

أُبلغ.....

أُعلن لـ.....

تجدر الإشارة إلى أن.....

يسأل.....

أتمنى لك التوفيق.....

مرتبط.....

- المرؤوس: يقدم تقارير عن

التعرض ل.....

طلب لـ.....

يقترح.....

لو سمحت.....

3.6.3 الجمل الخبرية (بعبارات دقيقة): الأفعال في صيغة المضارع: أضيف، ألاحظ، أشير، أؤكد، أحدد، أشدد، أعتبر، ألاحظ، أتذكر. غالبًا ما تسبق هذه الأفعال في صيغة المصدر عبارات مثل: أسمح لنفسي، أعتقد أنه يجب عليّ، لا يسعني إلا... بأسلوب أكثر حزمًا.

- أدون ملاحظة...

أشعر أنه يجب عليّ أن ألفت انتباهكم إلى...

- أنا لا أستهين بالأمر... ولكن...

- يرجى ملاحظة صيغ التفسير (المصطلحات الأكثر مرونة) ...

لا يخفى على أحد أنه لا ينبغي عليهم تفويت ذلك...

أن يجد المرء نفسه مدعوًا إلى...

لا شك في أن...

من الممكن أن...

من المفهوم أن...

لا تتجاهل ذلك ...

لا أفقد أي شيء...

4.6.3-الصيغ العامة: إضفاء قيمة على تسليم نسخة، اتخاذ قرار بشأن ملاحظة حقيقة، معالجة نقطة، قبول حل، إلغاء اجتماع، تأجيل اجتماع، دعم طلب، ضمان النشر، تأجيل التنفيذ، تقييم مزايا منح التفويض، تأكيد شروط التوصل إلى حل.

تُستخدم كلمات الربط لربط الفقرات المتتالية. وتلعب دورًا حاسمًا في فهم محتوى رسالتك: من جهة...، من جهة أخرى...، أولًا...

ثانية...

ليس هذا فحسب...، بل...

أولاً...،

بعد ذلك...

أخيراً...

علاوة على ذلك...

بالإضافة إلى...

التعبيرات التي تسمح بالانتقال من فكرة إلى أخرى، ومن فقرة إلى أخرى.

في رأيي...

أما أنا...

في رأيي...

بالإضافة إلى...

أما أنا...

علاوة على ذلك...

عبارات تُستخدم لوصف أهمية حجة أو وصفة: في المقام الأول...

كإجراء استثنائي...

كمسألة ثانوية،

للعلم فقط...

على سبيل المثال: أود أن أشير، بالمناسبة، إلى أن...

كلمات وأدوات تعبر عن القيود والتحفظات. ومع ذلك...

لكن...

لكن...

تعابير توفر دقة زمنية: من الآن فصاعدًا... بالفعل...

بدون تأخير...

دون مزيد من التأخير، يتم التوصل إلى الاستنتاج عمومًا من خلال عبارات مثل: أيضًا، ...

في ظل هذه الظروف، ...

وفقاً لذلك، ...

وتتبع ذلك صيغ مختلفة حسب الحالة.

تجدر الإشارة إلى أن استخدام الصيغ المختلفة يرتبط ارتباطًا مباشرًا بالمكانة الهرمية للكاتب:

- وبالتالي، بشكل عام، في المراسلات الوظيفية، يُفضل استخدام الشرط: على سبيل المثال، "أود بشدة أن..." (رسالة إلى مسؤول منتخب) لأن الوضع القانوني لا يسمح للمرء بالمطالبة؛

- سيخاطب المرؤوس رئيسه بنفس الطريقة؛

- من ناحية أخرى، قد يستخدم الرئيس (وكثيراً ما يرغب في) صيغة المضارع: "أطلب منكم ضمان التنفيذ السليم لهذا التوجيه ...".

5.6.3-الصيغ الختامية (العبارات غير الشخصية) من المناسب أن...

هناك حاجة إلى...

من المهم أن...

الأمر متروك لك لـ...

انه ضروري،

من المستحسن،

من المناسب أن...

هناك حاجة إلى...

ذلك مرغوباً فيه.

إنه أمر لا غنى عنه.

من الأفضل أن...

لذلك، يجب تنفيذ الحكم المذكور على الفور؛

- من الضروري أن تتدخل بشكل فعال؛

- يُنصح بأن تطلب...

تُخفف الصيغ الختامية باستخدام صيغة المستقبل أو صيغة الشرط:

سأكون ممتناً لك...

سأكون ممتناً...

الصيغ الختامية (العبارات الأمر): قرر أن...

للالتزام بـ...

لطلب ذلك...

دعوة إلى...

دعوة إلى...

لو سمحت...

أحتفظ بالحق في...

لو سمحت...

مثال: -قررت عدم متابعة هذه المسألة أكثر من ذلك...

أطلب (أو أرغب) في الالتزام الصارم بهذه التعليمات...

- يرجى إبلاغي بأي صعوبات محتملة...

أحثكم على بذل أقصى درجات الاجتهاد...

تُضفي العبارات الختامية القوية قيمةً على...

يرجى التأكد من صحة الطلب...

سأكون ممتناً لو تفضلتم بـ... تعابير أخرى

أحثكم...

أدعوكم...

لو سمحت...

أدعوكم...

أنا أوظفك...

سأحرص على...

سأولي اهتماماً خاصاً لـ...

سأكون ممتناً...

سأكون ممتناً لو تفضلتم...

بعض الأخطاء التي يجب تجنبها: تعابير غير صحيحة، تعابير صحيحة. بقلم:

أُبلغكم بموجب الرسالة المذكورة آنفاً... بموجب الرسالة المشار إليها في المرجع

يشرفني أن أقدم لكم هذا التقرير.....

اتفقنا على اللقاء مرة أخرى.....

اتفقنا على اللقاء مرة أخرى.....

لكن.....

بغرض.....

مقارنة ب.....

مرتكز على.....

اتصل بشخص ما.....

حل مشكلة.....

سأكون ممتناً.....

على الجانب الآخر.....

بغرض.....

عن.....

مرتكز على.....

للتواصل مع شخص ما.....

حل مشكلة.....

سأكون ممتناً.....

7.3-الجملة في صيغة الأمر: أن جميع النصوص تظهر بوضوح جملًا جيدة البناء تبدأ بحرف كبير وتنتهي بنقطة.

أهم سمات الأسلوب هي البساطة والوضوح. من الأفضل عموماً صياغة جملتين تتناولان فكرة واحدة بدلاً من جملة واحدة تتناول فكرتين.

انتبه إلى صيغة اسم الفاعل (الماضي أو المضارع) في بداية الجملة!

اسم الفاعل في بداية الجملة مطابقة فاعل الجملة الفرعية. مثال خاطئ: "مُتَوَكَّلٌ عَلَى تَسْلِيمِكُمْ، تَقْبِلُوا خَالصَ سَادَةً. " كلمة "مُتَوَكَّلٌ عَلَى تَسْلِيمِكُمْ، تَقْبِلُوا أخطاءنا." الجملة الصحيحة: "مُتَوَكَّلٌ عَلَى تَسْلِيمِكُمْ، تَقْبِلُوا..." انتبهوا لعبارة "مُعَبَّرٌ"! لاحظوا قاعدة المطابقة المحددة: تتطابق عبارة "مُعَبَّرٌ" مع الاسم الذي تشير إليه عندما تأتي بعده. مثال: "والذي ستجدون النسخة مُعَبَّرًا" (صفة، وبالتالي مطابقة). وهي ثابتة عند وضعها قبل الاسم. مثال: "أطلب منكم أن تجدوا النسخة مُعَبَّرًا" (ظرف، وبالتالي ثابت).

8.3-علامات الترقيم: يجب الالتزام بقواعد علامات الترقيم بدقة، تمامًا كما هو الحال مع قواعد الإملاء. النقطة (.): تُشير إلى نهاية الجملة، أي اكتمال شرح الفكرة. الفاصلة المنقوطة (؛): تفصل وتربط أجزاء الجملة المركبة، وتأتي بعد جملة فرعية ذات معنى كامل، ولكنها مرتبطة أيضًا بالجملة التالية (التي تُقدم، على سبيل المثال، معلومة جديدة). الفاصلة (،): تفصل بين العناصر المتشابهة (القوائم) أو العناصر

المختلفة (الجمل التوضيحية، الجمل الاعتراضية). كما تُستخدم قبل حروف العطف: لأن، لكن، لـذلك، مـع ذلك... ولكنها لا تُستخدم عادةً قبل "و" و"أو".

تُستخدم النقطتان الرأسيتان (:) لتقديم شرح أو قائمة، وللتأكيد على علاقة ما، غالباً ما تكون علاقة سبب أو نتيجة. تُستخدم أحياناً لتقديم كلام مباشر أو اقتباس، وفي هذه الحالة تُتبع بعلامات اقتباس. أما علامة الاستفهام (؟) فتُستخدم لإنهاء الجمل أو أجزاء الجمل التي تحتوي على سؤال.

تتجنب الإدارة استخدام علامات الاستفهام في المراسلات (مبدأ الحياد). في الواقع، يُفترض بها الإجابة عن الأسئلة، لا طرحها. وعندما تتضمن الوثائق الإدارية أسئلة، فإنها تفعل ذلك بشكل غير مباشر، باستخدام عبارات ملتوية مثل: "يثور التساؤل حول ما إذا كان...".

ملاحظة: لا داعي لوضع علامة استفهام بعد السؤال غير المباشر. مثال: أتساءل إن كان من الأفضل إيجاد حل آخر. يجب تجنب علامة التعجب (!) في جميع المراسلات الرسمية! علامات الحذف (...)

في مجموعات من ثلاثة، تشير هذه الكلمات إلى أن الرسالة غير مكتملة أو متقطعة، وأن الجملة يمكن أن تستمر.

لا يمكنك استخدام "إلخ. زائد ثلاث نقاط". يجب عليك اختيار إما "إلخ." أو "...".

الأقواس () تُستخدم لعزل شرح أو تأمل أو مرجع أو استطراد عن النص الرئيسي.

تُستخدم الشرطات بدلاً من الأقواس.

- من خلال تحديد فصل أقل حدة

– في حكم إداري حيث يؤدون نفس الدور.

تُستخدم علامات الاقتباس (" ") لتضمين اقتباس، أو لعزل مصطلح للتأكيد عليه، أو للإشارة إلى الاستخدام غير المألوف لكلمة ما. كما تُستخدم أيضًا لاقتباس عناوين الكتب أو الصحف.

تُستخدم المسافات لفصل الكلمات؛ كما توجد أيضًا بعد الفواصل.

النقطة وعلامة الحذف، وكذلك قبلها وبعدها بالنسبة لجميع علامات الترقيم الأخرى.

موضع علامات الترقيم: لا توضع علامات الترقيم في بداية السطر.

الأقواس وعلامات الاقتباس: مفتوحة، ولا توضع أبدًا في نهاية السطر؛ مغلقة، ولا توضع أبدًا في بداية السطر.

فاصل الفقرة هو الفصل الذي يتم إنشاؤه ببدء سطر جديد، أي بترك السطر الحالي غير مكتمل وبدء السطر الجديد بمسافة بادئة. يمثل فاصل الفقرة وقفة ملحوظة ويستخدم بشكل أساسي عند الانتقال من مجموعة أفكار إلى أخرى.

9.3-استخدام الأحرف الكبيرة: يجب استخدام الأحرف الكبيرة:

⇒ بعد علامات الاستفهام، وعلامات التعجب، وعلامات الحذف إذا كانت تُشير إلى نهاية الجملة. أما إذا لم تُنهِ علامة الاستفهام أو علامة التعجب الجملة، فتُعتبر هذه العلامات فاصلة أو فاصلة منقوطة، ويتبعها حرف صغير. ملاحظة: لا يُستخدم حرف كبير بعد النقطتين الرأسيتين (:) أو الفاصلة المنقوطة (؛)؛

⇒ في بداية الرسالة، بعد التحية:

مثال: سيدي المدير، أرجو منكم التكرم بـ...

⇒ للاختصارات والمختصرات بشكل عام. ولكن يمكن كتابتها بأحرف صغيرة (باستثناء الحرف الأول). تأخذ حرفًا كبيرًا:

⇒ أسماء الأماكن: المدن، والمناطق، والأنهار، والبحار، والجبال، والمعالم الأثرية...، بالإضافة إلى الصفات التي تميز المصطلح الجغرافي (والتي تعتبر حينها أسماء أعلام) ....

⇒ الأسماء الشخصية، وأسماء العائلة، والأسماء الأولى؛

⇒ أسماء الصحف: على سبيل المثال، لوموند؛

⇒ الأسماء المشتقة من الأماكن للدلالة على سكانها –. لكن الصفة المشتقة من اسم مكان تأخذ حرفًا صغيرًا: يسمح لنا استخدام الأحرف الكبيرة بالتعرف على معنى محدد للكلمة:

تُكتببعض الأسماء الشائعة بحروف كبيرة عندما يكون لها معنى محدد، بينما تُكتب بحروف صغيرة في غير ذلك. وينطبق هذا على العديد من المصطلحات التاريخية والمؤسسية والجغرافية.

⇒ عادةً ما نكتب الأحرف الكبيرة في الأسماء التي تشير إلى المجال الذي يتعامل معه الوزير أو الوزارة ... مثال: وزارة المالية، رئيس الجمهورية، وزير الخارجية ... لكننا لا نكتب الأحرف الكبيرة في الرئيس،

الوزير ... إلا في أشكال المخاطبة والتهذيب ⇒ الدولة، مجلس الشيوخ، المديرية ... تأخذ حرفًا كبيرًا عندما تشير إلى المؤسسة، الكيان القانوني؛

تبدأأسماء الهيئات الرسمية والجمعيات والشركات بحرف كبير. على سبيل المثال، مجلس الوزراء. ويمكن استخدام الأحرف الكبيرة كدليل على الاحترام.

عندمخاطبة شخص ما مباشرةً كتابةً، نستخدم عادةً حرفًا كبيرًا. على سبيل المثال: سيدتي ، سيدي...

(صيغة المخاطبة، صيغة مهذبة، مخاطبة)؛

⇒ يُستخدم هذا المصطلح غالبًا مع أسماء المناصب والألقاب والوظائف. مثال: السيد الرئيس، السيد المدير... هام: تُكتب الصفة في كلمة رئيس الوزراء بحرف كبير كعلامة على الاحترام؛

⇒ تبدأ بعض الألقاب التشريفية دائمًا بحرف كبير. على سبيل المثال: صاحب الجلالة، صاحب السعادة...

⇒ تُكتب أسماء الأعياد بحرف كبير: رأس السنة الميلادية...

⇒ أيام الأسبوع والشهور تُكتب بحرف صغير. مثال: الخميس، 15 يناير؛

⇒ تُكتب أداة التعريف بحرف كبير عندما تكون جزءًا من اسم علم.

⇒ يكون الاستخدام أكثر ترددا فيما يتعلق بأسماء العائلات.

تُكتب أدوات التعريف والتنكير عادةً بحرف كبير. يُنصح عمومًا بما يلي: الحد من استخدام الأحرف الكبيرة؛ استخدام علامات التشكيل؛ اعتماد حل موحد في نفس المستند.

4-بنيةالرسالة: سواء كانت رسمية أو شخصية، تتبع الرسالة نفس قواعد الكتابة. المقدمة

⇒ يعرض الحالة أو السؤال أو المشكلة التي سيتم التعامل معها، بطريقة سريعة وكاملة؛

⇒ يلخص الأفكار الأساسية للطلب؛

يجب أن يتضمن دائمًا جميع العناصر اللازمة لفهم كامل للمشكلة المطروحة، ولكن بإيجاز قدر الإمكان. التطوير

⇒ قم بفحص جوهر القضية أو السؤال أو المشكلة التي يتم تناولها. وهذا يؤكد أهمية الحجة، والتي ستستند إلى النصوص التنظيمية والتشريعية ولكن أيضًا إلى الحقائق الفعلية؛

⇒ عرض الحقائق والحجج بطريقة تدريجية (أي من الأقل أهمية إلى تلك التي تبرر القرار)؛

⇒ متوازن بين أجزائه المختلفة، مفصولة بانتقالات تسمح باحترام الوحدة والتقدم؛

⇒ احترم العناصر الخمسة: الوضوح، والشمول، والإيجاز، والإقناع (الموضوعية)، والصحة (اللباقة، وحسن العرض). الخاتمة

⇒ هي النتيجة المنطقية للمقدمة والتطوير؛

⇒ ينقل، بطريقة دقيقة لا لبس فيها، قرار الإدارة (سواء كان الرد إيجابياً أو سلبياً أو معلقاً)؛

كثيراً ما تُستخدم عبارتا في الصيغ الختامية. ومن الجدير بالذكر ما يلي:

⇒ إن عبارة تنقل فكرة الاحترام واللباقة. ويستخدمها المرؤوس عند مخاطبة رئيسه؛

إنّ عبارة " أن تُحسِن الأداء" هي أمرٌ ضمني. من يستخدمها يريد تحقيق غايته. لذا، يستخدمها الرئيس عند مخاطبة مرؤوسه. في الواقع، يؤكد الظرف "جيد" الذي يلي الفعل على معناها.

الفصل الثاني:

القسم 1: الكتابة الإدارية:

تعتمد الاتصالات داخل الإدارة على الاتصالات الكتابية، بغض النظر عن الوسيلة: سواء كانت ورقية أو وسائل توفرها تقنيات الاتصال الجديدة، على سبيل المثال البريد الإلكتروني، وبوابات الإنترانت، والمواقع الإلكترونية).

يشير مصطلح الكتابة الإدارية إلى أي وثيقة مكتوبة تنقل المعلومات إما داخل نفس الإدارة لصالح الجمهور، أو بين إدارات مختلفة.

لذا، تخضع صياغة الرسائل الإدارية (والمستندات الداعمة لها) لقواعد صارمة في الشكل والعرض لضمان إيصال الرسالة بفعالية، والأهم من ذلك، بشكل متسق بين جميع الأقسام. والسؤال الذي يتبادر إلى الذهن، والذي نطرحه على أنفسنا، هو: لماذا نكتب؟

هل التواصل الكتابي أنسب للوضع الحالي من الاتصال الهاتفي؟ ما هي الصيغة التي سيتخذها: الفاكس، البريد الإلكتروني، الرسالة، المذكرة، التقرير...؟

تتيح لنا الكتابة نقل المعلومات وتوثيقها، كما أنها تحدّ من التحريفات والشكوك والشائعات بشكل أفضل من الكتابة الشفهية. القسم الأول: متطلبات الكتابة الإدارية الجيدة.

لا يختلف الكتابة الإدارية عن الكتابة العامة إلا في استخدام بعض التعبيرات والصيغ وقواعد العرض. ولكتابة الوثائق الإدارية بشكل صحيح، يجب على المرء أن يطور عادات جيدة في التعبير عن أفكاره كتابةً، وتلخيص أفكار الآخرين، وسرد الأحداث، وتحليل المواقف، وبالتالي إيصال الرسالة.

لكي يعبر المرء عن نفسه من خلال الكتابة، يحتاج إلى معرفة جيدة باللغة، والإملاء، والقواعد، والنحو، والمفردات.

يجب توسيع نطاق هذه المفاهيم، لأنها مجرد أدوات لخدمة الأسلوب. يُكتسب الأسلوب ويُحسّن من خلال الممارسة اليومية للكتابة والقراءة.

1.1 ماذا تتضمن عملية الكتابة؟

الكتابة تفترض أن لديك ما تقوله وأنك تعرف كيف تعبر عنه بوضوح وبترتيب منطقي. وهذا يتضمن **5 عمليات:**

- المعرفة والإدراك والفهم: الشرط الأول هو وجود ما يُقال. يبدو هذا بديهيًا، ومع ذلك يبدأ العديد من الكُتّاب كتابة رسالة أو تقرير دون أي فكرة عما سيكتبونه. من الضروري فهم القضية فهمًا دقيقًا، ومعرفة الردود التي يجب تقديمها، أو المسار المناسب للعمل.

- جمع العناصر أو الحقائق أو الأفكار: في أغلب الأحيان، ستركز القراءات والبحوث على الأحداث أو القرارات أو النصوص التشريعية أو التنظيمية....

- مع تقدم التحقيقات، ستتخذ المشكلة التي يتعين معالجتها شكلاً أكثر دقة في مجملها وفي تفاصيلها.

سنستخدم الملاحظات أثناء إجراء بحثنا، مع ذكر الأفكار أو الحقائق ومصادر كل وثيقة. بعد جمع هذه الوثائق، نحتاج إلى وضع خطة.

- التنظيم، ووضع خطة: هذه مهمة أساسية (تستمد منها قيمة ونطاق الكتابة).

1.2 الكتابة -اختيارالنبرة: بمجرد وضع الخطة، سيكون من الضروري مراعاة النبرة التي سيتم استخدامها اعتمادًا على الموضوع والأشخاص الذين يتم توجيهها إليهم والظروف.

يلعب الأسلوب المباشر أو غير المباشر المناسب، وكذلك القواعد النحوية، دورًا مهمًا لأنه يسمح لك باختيار الزمن المناسب (المضارع أو الماضي التام)

-إيقاع الجملة: بعد تحديد النبرة، يصبح الأمر مسألة اعتماد إيقاع جملة يتوافق مع نوايا الفكرة المراد تطويرها.

سيكون هذا الإيقاع بطيئًا في التعبير عن الهدوء والسكينة؛ وسيكون سريعًا في التعبير عن الفرح والعاطفة؛ وسيكون متوترًا في التعبير عن النشوة والحماسة.

1.2 **المراجعة والتحرير:** بعد كتابة النص، من الضروري إعادة قراءته بعناية. خلال هذه القراءة، قد يتضح وجود كلمة أو جملة أو فقرة محذوفة، مما يُسهم في توضيح النص. كما يجب تجنب تكرار الكلمات.

القسم 2: الرسالة في الإدارة:

2.1 الرسالة:

تُعدّ الرسالة الرسمية أداةً أساسيةً للتواصل في العلاقات المهنية والتجارية والإدارية. يتميز هذا النوع من الرسائل بقواعد صارمة في كلٍّ من المحتوى والشكل، ويخضع لقواعد دقيقة فيما يتعلق بالتنسيق وأسلوب الكتابة. في المقابل، لا تلتزم الرسالة الشخصية بقواعد صارمة في الكتابة أو العرض، إذ تتيح حريةً كبيرةً للكتابة إلى الأصدقاء أو العائلة أو الزملاء حول أمور غير رسمية. 2.2 أهمية الرسالة ودورها: تلعب الكتابة دورًا محوريًا في أي إدارة أو عمل تجاري. وعندما تُصاغ الرسالة بإتقان، فإنها تُسهم بفعالية في نجاحه. وهي عبارة عن تواصل كتابي يتعلق بالعمليات الإدارية (أو التجارية) بين الموظفين الإداريين والإدارات الإدارية أو التجارية أو الصناعية الأخرى، أو بين فرد وإدارة، أو بين الأفراد أنفسهم. أما بالنسبة للمحتوى، فيُقدّر لدقته الإدارية، المُعبَّر عنها بأسلوب أنيق يُناسب الظروف. يُمكننا التمييز بين فئتين من الرسائل: الرسالة الرسمية (الإدارية) والرسالة غير الرسمية (الودية). تُعدّ الرسالة الرسمية أداةً أساسيةً للتواصل في العلاقات المهنية والتجارية والإدارية. هذا النوع من الرسائل يخضع لقواعد صارمة في كل من المحتوى والشكل، إذ يلتزم بقواعد دقيقة فيما يتعلق بالتنسيق وأسلوب الكتابة. في المقابل، لا تلتزم الرسالة الشخصية بقواعد صارمة في الكتابة أو العرض، بل يتمتع كاتبها بحرية كبيرة في مراسلة الأصدقاء أو العائلة أو الزملاء بشأن أمور غير رسمية.

لأن الرسالة الرسمية ملزمة لكاتبها وقد تترتب عليها عواقب وخيمة على المتلقي، يجب أن تخلو من أي لبس. فاللغة المبهمة غير مقبولة؛ بل يجب استخدام لغة دقيقة والتزامات واضحة لا لبس فيها.

2.3 أهداف الرسالة: تُستخدم الرسالة من أجل:

- لنقل المعلومات،
- لنشر القرارات،
- طلب المعلومات والوثائق
- قم بتقديم طلب،
- تقديم المطالبات لتأكيد الحقوق،

- الترويج لمنتج، والمجادلة لإقناع المستهلك.

2.4 قواعد محتوى الرسالة الرسمية:

* الموضوع: سيُمكّنك الغرض من الرسالة من كتابة الموضوع: الموضوع هو مجموعة الأسباب التي أدت إلى هذه المراسلة. ويأخذ شكل ملخص موجز للغاية للحدث. ويتمثل دوره في تمكين المُتلقي من فهم طبيعة المشكلة التي ستُعرض عليه على الفور، والرد عليها بأكبر قدر ممكن من الفعالية.

* تُستخدم التحية لمخاطبة الشخص وجذب الانتباه، ولكن أيضًا لتحديد وظيفة أو لقب متلقي الرسالة.

أكثر التعبيرات شيوعاً هي:

سيدي، سيدتي (عادةً عندما يكون دور المتلقي غير معروف).

- السيد (المدير، رئيس الجامعة، العميد، رئيس البلدية، الرئيس، إلخ)، السيدة (المديرة، الرئيسة،

* كتابة المحتوى

* الصيغة المهذبة

2.5 تنسيق الرسالة: يُعدّ تنسيق الرسالة بالغ الأهمية لضمان قراءة المتلقي لها وفهمها. تُكتب الرسالة عادةً على ورقة A4 (29.7 × 21 سم) وتخضع لقواعد محددة، فهي موحدة. 2.6 بنية الرسالة:

- مقدمة تعرض الحقائق، وتستذكر موقفاً سابقاً...

- تطور يوفر عناصر إضافية لطرح الأسئلة والإقناع...

- خاتمة تلخص القرارات أو التوقعات، أو توضحها.

- صيغة مهذبة.

2.7 أنواع مختلفة من المراسلات:

* مراسلات شخصية

* المراسلات الإدارية

* مراسلات تجارية.

التقرير الإداري: **2.8**

التقرير هو وثيقة إدارية تحرر وتوقع ثم ترفع من المرؤوس إلى الرئيس، قصد إفادتـه بواقعـة معينـة متبوعة باقتراحـات تسـتهدف الحصـول على موافقـة الـرئيس لاتخـاذ قـرارات حـول وضـعية معينـة عاجلة.

ويتضمن التقرير وصفا أو تحليل مجريات مصـلحة أو مؤسسـة أو عمليـة من العمليـات أو حادثـة أو واقعة تتميز بمجموعة من المواصفات في الشكل والمضمون هي:

- دقة الوصف والتحليل؛
- بساطة اللغة؛
- الإيجاز في التعبير؛
- وحدوية الموضوع.

الهدف من تحرير التقرير:

يهـدف التقريـر إلى تحقيـق أغـراض مختلفـة بحسـب المواضـيع والمعلومـات المـراد تبليغهـا إلى المسؤول الإداري وهي:

- بيان حالة وضعية مصلحة في فترة زمنية معينة؛

- تحليل وضعية من الوضعيات؛

-استقصاء معلومات وإحصاءات؛

- وصف حادثة أو واقعة وتحليلها واقتراح الحلول المناسبة لها؛

- التبليغ عن حالة طارئة؛

- تشخيص وطرح مشكلة. كما يهدف تحرير الت قرير إلى مساعدة المرسل إليه على فهم وضعية ما، وإبداء رأيه فيها، وذلك بقبولها أو برفضها أو بتعديلها.

1-2-8-أنواع التقارير: على ضوء ما سبق يتضح أنّ التقارير تختلـف بـاختلاف أغراضـها، كمـا تتباين نوعية التقارير:أيضا حسب قطاع النشاط المعني، ونورد فيما يلي أهم أنواع التقارير:

1-التقارير الدراسية أو تقارير الخبرة:

هي تقارير كثيرة الصفحات نسبيا، تدرس مشكلة أو موضوع معين بشكل معمـق بغيـة البحث عن الحلول واسـتخلاص النتـائج من أجـل اتخـاذ القـرارات أو الإجـراءات اللازمـة، يتـولى تحريرهـا

خبراء مختصون، مثال ذلك التقارير الصادرة عن مكاتب الخبرة المعتمدة والباحثين الجامعيين، وعن مجلس المحاسبة، وعن المحللين الاقتصاديين....

2-التقارير **الرقابية**: هي تقاريرتهدف إلى إعلام الرؤساء الإداريين أو الوصاية أو هيئات الرقابة والتفتيش بوضعية مرفق معين أو طريقة تسييره أو التحقيق في ملابسات وحيثيات أحداث أو خروقات أو تجاوزات، ويتطلب تحرير هذه التقارير إجراء عمليات تفتيش وتحقيق ورقابة ميدانية، ومثال ذلك تقارير مفتشي المالية، ومفتشي الصحة، مفتشي الضرائب...، وغيرهم.

3-**التقارير الإعلامية**: هي تقارير هدفها إبلاغ وإطلاع الرؤساء الإداريين والوصاية، بوقائع أحداث ومستجدات تتعلق إما بسير العمل في الإدارة، أو بالعلاقات بين الموظفين أو مع الأطراف الخارجية، مع اطلاعهم على الإجراءات المتخذة بصدد تلك الأحداث، أو اقتراح حلول وإجراءات إذا كانت ضمن صلاحيات الوصاية.

4-**التقارير الدورية للأنشطة**: تم هذه التقارير بتقييم ومتابعة كيفية ومدى إنجاز الأنشطة والأعمال في مصلحة أو مرفق ما خلال فترة زمنية محددة ودورية (يوميا، أسبوعيا، شهريا، سداسيا أو سنويا).

عناصر التقرير: يشتمل التقرير على العناصر الشكلية المعتادة في المراسلات والوثائق الإدارية الأخرى

-الرأسية؛

-الطابع؛

الرقم التسلسلي؛

عبارة "تقرير" وسط الصفحة؛

-الصفة الوظيفية للمرسل إليه؛

-موضوع التقرير؛

-المرفقات: وثائق مدعمة لمضمون التقرير؛

- خطة التقرير (فهرس المحتويات إذا تعلق الأمر بتقارير طويلة ومتعددة العناصر)؛

-نص التقرير.

يذيل التقرير بذكر المكان والتاريخ متبوعا بالصفة ا لوظيفية للموقع وتوقيعه فياية الصفحة الأخيرة؛ يتضمن نص التقرير مجموعة من الأجزاء المتناسقة:

- التقديم: يهدف إلى جلب الانتباه إلى أهمية الموضوع المطروح؛

- العرض والتحليل: يطرح المحرر الشروح والمبررات والتفاصيل المتعلقة بموضوع التقرير؛ الخاتمة: تشتمل على الاستنتاجات، الاقتراحات والتوصيات.

القسم 3:

مجالات التسلسل الهرمي للنصوص: يتم تمييز ثلاثة مجالات في التسلسل الهرمي للنصوص:

3.1 النصوص التشريعية:

(المعاهدات، الدساتير، القوانين، المراسيم):

3.1.1 الدستور: تحتل القواعد الدستورية أعلى مكانة في النظام القانوني، فهي تشكل الإطار الذي يحكم تنظيم الدولة وعملها. يحدد الدستور ما يندرج ضمن نطاق القانون، الذي يجب على البرلمان - السلطة التشريعية

- أن يسن فيه القوانين، وما يندرج ضمن نطاق اللوائح، أي المجالات التي يمكن للحكومة والإدارات اللامركزية (الولي) فيها اعتماد القواعد بموجب مرسوم أو أمر.

3.1.2 القانون: يُقر القانون وفقًا للإجراءات التشريعية من قبل البرلمان (الجمعية الوطنية ومجلس الشيوخ)، ويمكن اعتماده بمبادرة من البرلمان (ويُسمى حينها مشروع قانون) أو من الحكومة (مشروع قانون). يصبح القانون ملزمًا للجميع بمجرد إصداره ونشره في الجريدة الرسمية. وتتفوق القوانين على المراسيم والأوامر الوزارية في التسلسل الهرمي للنصوص القانونية؛ ويجوز أن تنص على إصدار مراسيم من قبل الحكومة لتحديد إجراءات تنفيذه. ولا يُطبق القانون إلا في حدود اعتماد ونشر لوائحه التنفيذية، مما قد يؤدي إلى تأخير كبير بين نشر القانون ونشر مراسيمه التنفيذية.

3.1.3 الترتيب:

هذا إجراء تتخذه الحكومة في مجال يسود فيه القانون عادةً. يُعرف هذا الإجراء بالإجراء التشريعي المفوض. وعلى عكس المرسوم، يتطلب هذا الإجراء موافقة البرلمان أو الدستور ليصبح ساري المفعول. ويُستخدم المصطلح أيضاً في الإجراءات القانونية للإشارة إلى قرار يصدره قاضٍ، كإجراء يُنفذ لحل قضية مؤقتاً.

3.2 النصوص التنظيمية:

(المراسيم والأوامر): تشكل هذه الأمور الأساس والإطار القانوني للإدارة.

3.2.1 المرسوم:

هو إجراء تنظيمي تصدره الحكومة دون استشارة البرلمان (الجمعية الوطنية ومجلس الشيوخ)، ويوقعه إما رئيس الجمهورية أو رئيس الوزراء. تُصدر المراسيم عادةً لتنفيذ قانون ما، وهي توضحه. وقد تُستكمل بأوامر وزارية. وتُنظم هذه المراسيم وفقًا للقانون الذي أقره البرلمان.

3.2.2 الأمر:

قرار إداريذو نطاق عام أو خاص (يختص بنشاط أو منطقة جغرافية). ويجوز إصدار الأوامر من قبل الوزراء (أوامر وزارية أو مشتركة بين الوزارات)، أو الأولياء (أوامر ولايات)، أو رؤساء المجالس المحلية (أوامر بلديات). ويستند الأمر إلى مرسوم ويحدد إجراءات تنفيذه. 3.3 النصوص التنفيذية (التعليمات، والتعاميم، والمذكرات، والأوامر)

3.3.1 التعميم:

يقع التعميم في أدنى مستويات التسلسل الهرمي، وهو من حيث المبدأ لا يحمل أي قيمة تنظيمية، وإنما يحدد فقط كيفية تطبيق النصوص. وهو عبارة عن تعليمات خدمة مكتوبة موجهة من جهة أعلى إلى جهات تابعة لها بحكم سلطتها الهرمية، ولا يُلزم الأطراف الثالثة.

3.3.2 التعليمات:

تتناول التعليمات بالتفصيل كيفية تطبيق أمر أو حتى مرسوم.

تتسم كل من التعاميم والتعليمات بطابع فني، وهي موجهة بالدرجة الأولى إلى المسؤولين المتخصصين. وتتشابه التعليمات في شكلها، إذ تُعد وثيقة أساسية وأداة عمل رئيسية للموظفين الميدانيين. أما التعاميم، فهي أقصر وتتناول نقاطًا محددة، وتوضح التفسيرات، وتُذكّر الجمهور، ولا سيما المسؤولين، بالأحكام التي قد تُنسى، وتؤكد على التطبيق الصارم للوائح.

القسم 4:

الأسس النظرية للكتابة الإدارية:

تختلف الكتابة الإدارية عن الكتابة التجارية. فهي تتميز بأسلوب خاص ناتج عن الطبيعة المحددة للعمل الإداري ومعاييره الخاصة بالغرض.

4.1 -معايير الكتابة الإدارية:

وهذه المعايير هي:

* الموضوعية: لا يوجد عنصر ذاتي أو رأي شخصي؛

* الإنصاف والمساواة والحياد: يجب أن تكون القرارات مبررة بعناصر قانونية وأن تتكيف مع الوضع الذي تمت مواجهته؛

* السعي لتحقيق المصلحة العامة: يجب أن يكون هدف عمل الإدارة دائماً هو البحث عن مصلحة عامة محددة.

4.2 -قواعد التواصل الكتابي في الإدارة:

* الشعور بالمسؤولية يتحمل الموقع مسؤولية محتوى الوثيقة، حتى وإن لم يكن هو المؤلف. وهذا له آثار على الصياغة الإدارية فيما يتعلق بتحديد هوية المؤلف، والتوقيع، والتزامات السرية.

* الموضوعية: الإدارة في خدمة الجميع. لذلك، يجب أن تتسم الكتابة الإدارية بالموضوعية والحياد. يجب على الكاتب تجنب التعبير عن رأيه أو مشاعره، مع إيلاء اهتمام دقيق للكلمات والعبارات التي يستخدمها. لا مكان للردود الشخصية في الوثائق الرسمية.

* المجاملة: يجب الالتزام الصارم بمبدأ حسن السلوك بين الإدارة والجمهور، وكذلك بين الخدمات الإدارية.

* الوضوح والمنطق: بما أن دور الإدارة هو إعداد القرارات أو اتخاذها، فيجب التعبير عن الإجراء بوضوح حتى يفهمه المتلقي (استخدم كلمات بسيطة).

4.3 -بنية النص:

ينبغي أن يساعد التسلسل المنطقي للحجج على الفهم.

تقدم المقدمة (بأقل قدر ممكن من الإيجاز) معلومات عن الموضوع، وتحدد الفكرة الرئيسية، وتفصلها إذا لزم الأمر.

يتناول متن النص الموضوع بالترتيب المعروض. ينبغي أن تبدو الحجج والاستدلالات واضحة وبسيطة للمتلقي. يجب أن يكون الترتيب منطقيًا: من العام إلى الخاص، ومن القاعدة إلى الاستثناء.

في ظلّ الوضع الإداري الحالي الذي يشهد "كثرة في الرسائل المكتوبة"، يُنصح بالوصول إلى صلب الموضوع بأسرع وقت ممكن في بداية النص أو الرسالة.

4.4 -أسلوب الكتابة:

كن واضحاً، موجزاً، بسيطاً، صادقاً، دقيقاً.

*لا مصطلحات تقنية، ولا اختصارات، ولا صيغ تفضيل، ولا صيغة اسم الفاعل، ولا تكرار...

*يفضل الأسلوب المباشر، والصيغة الشخصية، والضمير المتكلم، والزمن المضارع، والصيغة المبنية للمعلوم، والصيغ الإيجابية، والجمل والكلمات القصيرة، وفكرة واحدة في كل جملة.

استخدم علامات الترقيم والروابط لتسهيل القراءة. انتبه جيداً للتنسيق والعرض والإملاء.

*إحدى الطرق البسيطة لتحسين سهولة القراءة هي أن يقوم شخص أو أكثر من خارج السياق بمراجعة المستند.

الفصل الثالث:

الرسالة الإدارية:

الرسالة الإدارية:

يُستخدم هذا الأسلوب لتوجيه رسالة إلى أحد أعضاء الإدارة في أي جهة حكومية. تُكتب الرسالة بصيغة المتكلم. مع أن الرسالة الرسمية قد تُوجّه مباشرةً إلى المُستلم، إلا أنها غالبًا ما تُعمّم داخليًا أولًا، وفقًا للتسلسل الإداري.

3.1 -محتوى الرسالة الإدارية:

تستند الرسالة الإدارية إلى أكثر النماذج شيوعًا، وتخضع لعرض موحد وقواعد دقيقة: من حيث الأسلوب والصياغة، وما إلى ذلك، على عكس المراسلات الخاصة التي تتبع قواعد أقل صرامة. وتشمل ما يلي:

3.1.1-العنوان: غالبًا ما تتضمن الرسائل الرسمية "عنوانًا" يتألف من اسم الولاية. ويظهر هذا الاسم عادةً في وسط الرسالة وأعلاها، بأحرف كبيرة.

3.1.2 -الختم أو الشعار: هو مجموعة العناصر المطبوعة الموجودة في أعلى اليسار. ويحتوي على المعلومات اللازمة لتحديد الجهة الإدارية التي صدرت منها الرسالة بدقة.

- اسم الوزارة أو الولاية؛

-اسم القسم؛

- إشارة إلى المكتب أو القسم الذي كُتبت فيه الرسالة.

3.1.3 -رقم الطلب: يُستخدم هذا الرقم كمرجع للوثيقة، ويُشار إليه عندما يكون الخطاب صادرًا عن جهة إدارية.

3.1.4 -المكان والتاريخ: باختصار، يجب أن تتضمن كل رسالة هذه التفاصيل.

3.1.5 -الإيداع: في الرسائل المتبادلة بين الإدارات، يُدرج أسفل التاريخ بيانٌ يُشير إلى الجهة المُصدرة والجهة المُستلمة. ويجب استكمال هذا البيان، عند الاقتضاء، بـ"إيداع فرعي" يُحدد أن الرسالة قد مرت عبر القنوات الهرمية. يُحدد هذا الإيداع مصدر الرسالة من الناحية الإملائية، مُجيبًا على سؤال "من المتحدث؟"، وكذلك من الناحية الرمزية، مُجيبًا على سؤال: من يُضفي على النص مصداقيته، ومن يضمن صحته؟

3.1.6 -الموضوع: يهدف هذا القسم إلى مساعدة المتلقي على فهم طبيعة الاهتمام الذي ينبغي عليه إيلاؤه للنص، وتسهيل عملية حفظ المستند. وقد يشير إلى رسالة سابقة، أو محادثة هاتفية، أو مستند إداري ذي صلة مباشرة بالرسالة.

3.1.7 -المرفقات: يشير هذا البند إلى عدد وطبيعة المستندات التي ترافق الرسالة.

3.1.8 -متن الرسالة: كما هو الحال مع أي نص، يجب أن تتبع الرسالة خطة مُحددة مسبقًا. تُوجز المقدمة بإيجاز، ولكن بشكل كافٍ، النقاط الأساسية للموضوع الذي تتناوله الرسالة. يجب أن يُقدم الجزء الرئيسي من الرسالة، بنظرة سريعة، لمحة عامة عن الموضوع. عمومًا، تتناول الرسالة مشكلة واحدة فقط أو سلسلة واحدة من المشكلات المترابطة. تتضمن الخاتمة إما توجيهًا (إذا كانت الرسالة من رئيس) أو اقتراحًا (إذا كان كاتبها مرؤوسًا).

3.1.9-التوقيع. يجب أن يكون التوقيع مكتوبًا بخط اليد، مسبوقًا بلقب المُوقِّع ومتبوعًا باسمه الكامل. يُثبت التوقيع صحة الوثيقة، ويُلزم المُوقِّع بمسؤوليته، ويُعدّ علامة احترام للمُستلِم. لذا، فإن الرسالة غير المُوقَّعة، أي المجهولة المصدر، لا قيمة قانونية لها، وبالتالي لا يُمكن العمل بها.

يمكن أن يكون التوقيع:

* بالتفويض: في هذه الحالة، يتم توثيقه بوثيقة مكتوبة: أمر تفويض التوقيع. تقرر السلطة الرقابية، بحكم وظيفتها، تفويض توقيعها، وبالتالي اختصاصها، إلى واحد أو أكثر من موظفيها.

يُعدّ تفويض التوقيع شخصيًا ومؤقتًا، على سبيل المثال، تعيين الموظفين في مناصب جديدة.

*بالتفويض: وهو نوع من "شبه" التفويض، ولكنه غير مُصاغ رسميًا بأمر رسمي: حيث تُخوّل الجهة الرقابية موظفيها بتوقيع المراسلات ضمن نطاق مسؤولياتهم.

*بواسطة أو نيابةً عن: يُوقّع الموظف نيابةً عن مديره (رئيس القسم)؛ وقد يرتبط هذا النوع من التوقيع بعوامل مختلفة: الثقة، والعادة، والمسافة الجغرافية، وأسلوب الإدارة، والهيكل التنظيمي الداخلي، إلخ.

*بالنيابة: يُوقّع الموظف في غياب المدير المُعتاد، المُعيّن بهذه الصفة.

3.2 -أشكال الرسائل الإدارية:

هناك شكلان للمراسلات: الشكل الإداري والشكل الشخصي.

3.2.1 النموذج الإداري:

تُستخدم الرسالة الإداريـة في المراسـلات بين الجهـات الحكوميـة، أو بين فـرد أو شـركة والحكومـة. وتخضع لمعايير مختلفة عن تلك الخاصة بالرسائل التجارية المستخدمة في القطاع الخـاص، وتتمـيز بطابع رسمي أكثر. يُستخدم هذا النوع من الرسائل في المراسلات بين جهـتين حكوميـتين منفصـلتين لأغراض مهنية: مثال 1: يرد مـدير التـدريب المهـني في الولايـة على طلب من الـوالي بشـأن تنفيـذ سياسة تنمية القطاع في الولاية.

يُستخدم هذا النوع من الرسائل أيضًا في المراسلات بين المُرسِل والمُستَلِم داخل نفس الجهة الإداريـة (يكتب مدير الولاية إلى أحد رؤساء المؤسسات في ولايته). مثال 2: يُقدِّم مُـدرِّب طلبًـا للعمـل بـدوام جـزئي أو لتقـييم مهاراتـه إلى رئيسـه المباشـر (المديريـة) عـبر رئيس قسـمه. في الصـيغة الإداريـة الرسمية، تتضمن التحية لقب المُرسِل دون اسمه. يُعرَّف المُرسِل بلقبـه فقـط، بينمـا يُخـاطَب المُسـتَلِم بلقب السيد أو السيدة.

احتراماً للتسلسل الهرمي، يُذكر اسم المُرسَل إليه أولاً، ثم أسـماء الجهـات الوسـيطة، ثم يعـود الأمـر إلى المُرسِل (على سبيل المثال، يكتب المعلم إلى مدير الجامعة عبر رئيس المؤسسـة). وفي الرسـائل الشخصية، إذا كان المُرسَل إليه يشغل منصباً رسـمياً (مثلاً، رئيس المجلس العـام أو رئيس جمعيـة)، فيجب ذكر هذا المنصب في التحية والخاتمة.

3.2.2-النموذجالشخصي:

يُستخدم هذا النوع من الرسائل في المراسلات بين الإدارة والمستخدم، سواء كـان فـردًا، أو مسـؤولًا منتخبًا محليًا (إذا لم يكن المُرسَل إليه مهنيًا)، أو شركة أو كيانًا قانونيًا، أو جمعية، أو نقابة، أو شركة عامة أو خاصة. مثال 1: يُجيب مفتش الصحة والسـلامة على طلب صـاحب مطعم معلومـاتٍ حـول التزاماته المتعلقة بنظافة الأغذية. مثال 2: يُبلغ مدير الخدمات البيئية رئيس بلديةٍ بالتزاماتـه الجديـدة في مجال الصرف الصحي.

3.3 -بعض النصائح في الكتابة:

* استخدم جملًا قصيرة
* قبل الكتابة، تأكد من ترتيب المعلومات حسب أهميتها أو مدى إلحاحها.
* لا تعيد صياغة فقرة: الرسالة وحدة متكاملة؛ من الأفضل إعادة كتابتها بالكامل.
* أعد قراءة رسالتك، وتجنب التكرار.

* استخدم لغة بسيطة (يفهمها أكبر عدد من القراء، خاصة بالنسبة للمنشورات الدورية)، دقيقة وواضحة.

* استخدم أقل قدر ممكن من المصطلحات القانونية المعقدة، لأنها قد تكون غير مألوفة للقارئ.

* يجب أن تكون "الرسالة الجيدة" معروضة بشكل جيد وسهلة القراءة، ويجب أن يكون لها إيقاع، وأن تكون منظمة: تذكير بالقضية، والسوابق القضائية المتعلقة بالموضوع، وقرار الإدارة في ضوء المشكلة المطروحة واللوائح السارية.

* احرص دائمًا على وجود قاموس في مكتبك.

3.4 -الصيغ الشائعة للكتابة الإدارية:

1.3.4-الصيغ التمهيدية، بالإشارة إلى عنصر سابق

* بموجب رسالة مؤرخة...

* رداً على...

* بالإشارة إلى...

* بموجب الرسالة المشار إليها أعلاه...

يشرفني أن أشكركم على استلام...

* كمتابعة لما ورد في بداية المراسلة (وليس "متابعة").

* عن طريق محادثة هاتفية مؤرخة في ... (سبق أن جرى تبادل للآراء حول الموضوع قيد النظر؛ لذلك من الضروري الإشارة إليه حتى لو لم يكن هناك سجل مكتوب ...)

يشرفني أن أبلغكم (من الرئيس إلى المرؤوس) ويشرفني أن ألفت انتباهكم (من المرؤوس إلى الرئيس)

* لقد أتيحت لي الفرصة للملاحظة...

لقد لفت انتباهي أن...

2.3.4نماذج "الطلب" التمهيدية النموذجية:

سأكون ممتناً لو تفضلتم... من فضلكم (بأدب).

سأكون ممتناً لو تفضلتم... من فضلكم (بصيغة الأمر)

سأكون ممتناً لو تفضلت (بصيغة الشرط المهذبة)

سأكون مديناً لك (بشكل أكثر إلحاحاً أو عاجلاً)

سأكون ممتناً لو تفضلتم (أو ستتفضلون) (نفس الملاحظة المذكورة أعلاه).

*سأعرفك (أو سأعرفك): نفس الشيء (احذر من الخطأ الشائع جدًا: "سأكون ممتنًا لو..."

3.3.4-صيغ العبارات: لتقديم حجة، يمكنك: ملاحظة، رصد، تقدير، تحديد، تسطير، إضافة، تأكيد، الإشارة، تذكر، اعتبار...

للإعلان عن استنتاجك: في الختام، بالتالي، باختصار، في نهاية المطاف، لنختتم...

4.3.4-صيغ التعداد * أولاً، ثانياً، في المقام الأول، بشكل فرعي، ثم، أولاً وقبل كل شيء، أخيراً، من جهة ... من جهة أخرى (احرص على الاحتفاظ بكلا مصطلحي التعداد)

5.3.4-صيغ التحية واللباقة: هذه تميز الرسائل ذات الشكل الشخصي فقط.

1.5.3.4 صيغة التحية:

* الأفراد الخاضعون للسلطة العامة والإدارية:

الاستخدام يفضل صيغة المذكر، لذلك يمكن القول: السيد المدير، السيدة الوالي, السيد النائب العام

*الوظائف والمهن:

يؤدي الاستخدام إلى تأنيث الألقاب بطبيعة الحال، لذلك يمكن للمرء أن يقول: (سيدتي المعلمة)، (سيدتي الرئيسة)، (سيدتي المديرة)، (سيدتي المفتش)، (سيدتي المديرة العامة)، إلخ.

2.5.3.4التحية الختامية: للرسائل اليومية: تفضلوا بقبول تحياتي، سيدي/سيدتي، مع خالص تقديري (قبول = استلام برضى).

أرجو قبول، سيدي/سيدتي، تأكيدي على تقديري الكامل.

ملاحظة: بالنسبة للصيغ المهذبة المخصصة للسلطات العليا (الشخصيات السياسية والمسؤولين المنتخبين): السفراء، البرلمانيون، رئيس المجلس المؤسسي، إلخ ...

تفضلوا بقبول فائق تقديري، أيها الضباط الكبار، سيدي.

رؤساء المقاطعات، رئيس حزب المؤتمر الشعبي العام

أرجو أن تتقبل، سيدي، تعبيري عن أسمى درجات التقدير.

- سيداتي وسيداتي الشابات، أرجو منكن أن تصدقن، سيدتي/آنستي، تأكيد تقديري الخاص؛ أو أرجو منكن أن تقبلن، سيدتي/آنستي، تعبيراً عن احترامي وتقديري.

ملاحظة:-لا يجوز بأي حال من الأحوال التعبير عن المشاعر تجاه امرأة؛

- سيتم تجنب عبارات مثل "أقبل" و "يرجى القبول".

3.5.3.4 صيغ أخرى:

*تهدف الصيغ التالية إلى إعطاء المستخدم فكرة عن الإجراء الذي ينبغي اتباعه؛ لذا يجب استخدامها بحذر ودقة. وهي عمومًا تُعرّف بقرار الإدارة أو الإجراء الواجب اتباعه.

من المناسب أن...

* تقع على عاتقك مسؤولية... (المهمة تقع صراحةً على عاتق المتلقي)

*يبدو لي من الضروري أن... (مفهوم النصيحة)

*من الضروري أن..... (مفهوم الالتزام و/أو الإلحاح).

3.6.3.4 صيغ **لتجنب** التكرار:

- أو حتى.....
- التعاون معًا.....
- الهدف النهائي.....
- بديلان.....
- لأنه في الواقع.....
- ومرة أخرى.....
- على سبيل المثال.....
- خطط مسبقًا ثم بعد ذلك.....
- الإلغاء التام.....
- أضف بالإضافة إلى ذلك.....

* أخطاء اللغة العربية

- ها هو ذا: يعلن عما سيتبع
- ها هو ذا: يلخص ما قيل للتو
- هذا: يلخص ما سيأتي لاحقاً
- هذا: يستذكر ما سبق
- هذا: يشير إلى أقرب عنصر في الجملة
- ذلك العنصر: يشير إلى العنصر الأبعد.

القسم 2:

مواد أخرى للكتابة الإدارية: توجد أدوات أخرى متاحة للكتابة الإدارية؛ وسنذكر أهمها.

2.1 المذكرة:

هذه وثيقة معلومات داخلية، غالباً ما تكون من شخص لآخر، وتحتوي على معلومات تختلف اختلافاً كبيراً حسب الموضوع.

لا يستهدف هذا الأمر مستخدمي الخدمة العامة، ولكن:

- إلى رئيس أعلى هرمياً أو قسم آخر لتلخيص قضية أو للحصول على تحديث بشأن مسألة ما
- إلى أحد المرؤوسين لإعطاء تعليمات العمل (التوجيهات) المتعلقة بمسألة روتينية.

الغرض من المذكرة هو توضيح مسألة ما أو توجيه التعليمات. وتتميز بإيجازها واختصارها؛ وقد لا تتضمن عنوانًا أو تحية ختامية. ولا تُعدّ المذكرة وثيقة إدارية، وإنما هي مجرد وسيلة لنشر المعلومات (على سبيل المثال، إرسال إحصائية أو جدول أو نسخة من مقال صحفي إلى جهة داخلية معنية).

لاحظ أن صيغة "ملاحظة إلى عناية ..." هي صيغة قياسية وليس لها دلالة هرمية.

2.1.1 أنواع مختلفة من الدرجات:

- **مذكرة الخدمة:** تُعلم الموظفين بنص رسمي يتعلق بتنظيم الخدمة.
- مذكرة الإرسال: تُرفق بالملف.

-ملاحظة توضيحية: تزود المتلقي بالتفاصيل من خلال إضافة شروحات لموضوع تمت تغطيته بالفعل.

- ملاحظة هامة: يرجى ذكر الأخطاء والسهو.
- مذكرة موجزة: وثيقة واضحة ودقيقة ومتماسكة تستند إلى معلومات متنوعة من مصادر مختلفة، بل ومتناقضة؛ فهي تمكن من اتخاذ القرارات.

2.2 التعميم: وثيقة إدارية يتم تداولها داخلياً، بطريقة تنازلية ثم أفقية.

- يصل إلى جمهور واسع النطاق، ويجب أن يكون نطاق اشتراكه شاملاً. - يجب أن يُكتب بأسلوب بسيط ومباشر يفهمه جمهور متنوع.
- يجب ترتيب المعلومات التي يحتويها حسب أهميتها.
- يجب أن يكون دقيقاً وموجزاً، ويجب ألا تترك الصيغ المستخدمة مجالاً لتفسير القراء.

2.3 الاستدعاء: وثيقة تهدف إلى دعوة شخص أو أكثر إلى اجتماع.

- يتخذ الاستدعاء شكل رسالة إدارية شخصية أو مذكرة.

- يتضمن ذلك الغرض من الاجتماع، وجدول الأعمال، والتاريخ والوقت، والمكان بالتحديد، واسم رئيس الاجتماع، وقائمة المدعوين. - وقد يشير أيضاً إلى أي أعمال تحضيرية مطلوبة أو مستندات يجب إحضارها.

الاستدعاء يكون من الرئيس إلى المرؤوس، وإلا فهو دعوة.

2.4 إيصال الإرسال: يرافق إرسال المستند الذي يتم التنازل عنه؛ لذلك، من الضروري إعادة قراءته بعناية لأنه في بعض الأحيان يكون ضمانًا لتسليم مستند واحد (مثل ملف الطالب) ومن ثم الحاجة إلى الإشارة إليه للمستلم.

يتضمن هذا النموذج العناصر المعتادة للمراسلات الإدارية، ويشمل: الموضوع، والوصف، وعدد العناصر التي يحتويها، والأهم من ذلك، سبب إرساله والإجراءات التي يتعين على المستلم اتخاذها. تقديم إيصال الإرسال

- العمود الأيسر: تحديد المستندات المراد إرسالها؛

- العمود المركزي: عدد المستندات المرسلة أو التي سيتم إرسالها؛

- العمود الأيمن: الملاحظات.

2.5 محضر الاجتماع: وثيقة تسجل كل أو جزء من محتوى اجتماع أو نشاط ما. يُعد المحضر سجلاً فردياً وجماعياً في آن واحد، ويمكن الرجوع إليه عند الضرورة للتحقق مما جرى.

2.6 محضر الاجتماع: هو وثيقة إدارية رسمية تُسجل ما قيل أو فُعل في اجتماع أو جلسة. وهو يسرد مناقشات جلسة عمل جماعية، ويسجل الماضي بإيجاز ودقة. ولا يتضمن أي رأي أو وجهة نظر كاتبه، بل يُسجل حقيقة أو حدثًا يجب حفظ سجله لمصلحة المجتمع.

وبعبارة أخرى، هو التقرير الرسمي لاجتماع قانوني أو تنظيمي يشكل دليلاً على ما قيل، وعلى الامتثال للإجراءات الشكلية الإلزامية (النصاب القانوني، الأغلبية، الملاحظات).

يُصاغ هذا النظام بدقة متناهية وفقًا لقواعد صارمة. والغرض منه أن يكون مرجعًا، ودوره أن يُعتبر مرجعًا موثوقًا. ويجب تدوين محاضر الاجتماعات بعد كل اجتماع رسمي، أي الاجتماع المنصوص عليه في اللوائح، لتسجيل جلسات الهيئات ذات السلطة التشريعية (التداولية).

2.7 التقرير: هو سجل للأفكار أو الحقائق المستخدمة داخل نفس القسم أو الإدارة، بين الموظف أو الوكيل ورئيسه المباشر. وهو وثيقة تتيح عرضًا أو دراسة تفصيلية لمشكلة (قضية أو ملف). ويتضمن تحليلًا نقديًا، وملخصًا، ومقترحات تعكس وجهة نظر كاتب التقرير (على عكس المذكرة الإدارية).

لذا، تُعدّ هذه أداة عمل قيّمة للمديرة لمساعدتها على اتخاذ قرار هادئ ومدروس، أي بعد التفكير والتأمل اللازمين. ويجب أن تكون دقيقة وشاملة ومنظمة تنظيماً جيداً ومدعومة بالحجج.

ينبغي أن يأخذ التقرير في الاعتبار النقاط المهمة التالية التي تثير القلق:

- غياب التحيز: يجب أن تسود الموضوعية والحياد، دون إصدار أحكام قيمية؛
- غياب السلبية: يجب أن يكون الكاتب مشاركاً من خلال كونه مصدراً للمقترحات
- غياب التبعية (حالة العبودية): يجب أن يكون للبحث عن حلول تصب في مصلحة الجماعة الأولوية وأن يتجاوز المصالح الفردية.

يُشبه عرض التقرير رسالة إدارية بصيغة رسمية.

في مناسبات أخرى، سيكون عبارة عن عرض لمشكلة تم الإبلاغ عنها. ووفقًا لخطة مُعلنة مسبقًا (زمنية، منطقية)، تتضمن هذه الوثيقة مقدمة، ومتنًا، وخاتمة. وهي تعرض حقائق موضوعية، وتستشهد بمصادر المعلومات، وتستخدم أسلوبًا إداريًا رسميًا.

باختصار، تتمثل الخصائص الأساسية للتقرير فيما يلي:

* في الشكل: الحياد
* باختصار: الاقتراح المطلوب تقديمه أو الدليل المطلوب إثباته. يجب أن يؤدي التقرير أولاً وقبل كل شيء إلى استنتاج يُقترح فيه حل أو يُوصى به.

القسم 3:

رسائل الاتصال الداخلي الرئيسية: وظيفتها ليست فقط إعلام الآخرين، بل أيضاً جذبهم وإقناعهم. يتكون هيكلها بشكل أساسي من النصوص والرسوم التوضيحية. ويساهم السعي وراء الجماليات في تعزيز صورة الشركة.

3.1 الرسالة الإعلانية:

تنقل معلومات تجارية لجذب المتلقي وتشجيعه على اتخاذ إجراء. مثال: منشور إعلاني، ملصق إعلاني.

3.2 إعلان التوظيف:

ينقل معلومات عن الشركة ويسعى أيضاً إلى جذب المرشحين. الهدف هو إقناعهم بالانضمام إلى المؤسسة.

3.3. التقارير السنوية:

هي تقارير إلزامية تُقدّم معلومات عن الوضع الاجتماعي والمحاسبي والمالي للشركة. وهي مُخصصة للمساهمين (تواصل داخلي)، ولكن المعلومات التي تحتويها تهمّ أيضًا المصرفيين والعملاء والمساهمين والمستثمرين المحتملين (تواصل خارجي).

3.4. الرسائل التجارية:

تُسهّل هذه الرسائل تبادل المعلومات بين الشركة ومختلف الجهات الخارجية. وهي وثائق مُلزمة قانونًا تُلزم الشركة. وتؤدي الرسائل وظائف مُتعددة، منها على سبيل المثال: رسالة عرض عمل، ورسالة متابعة، وطلب أو قبول عرض سعر، وفاتورة، وأمر شراء.

بما أن الرسالة التجارية هي الشكل الأكثر شيوعاً للتواصل، فسوف نتناولها بالتفصيل في الفصل التالي.

الفصل الرابع: الرسالة التجارية:

الرسالة الرسمية: في سياق الأعمال، لا يمكنك دائمًا اتباع أسلوبك الخاص. لكي تبدو محترفًا وجادًا أمام العملاء، من المهم صياغة رسالة رسمية جيدة.

القسم 1: عرض الرسالة التجارية:

1.1 التعريف:

تُعتبر أي مراسلة مكتوبة موجهة بين شريكين تجاريين رسالة عمل. ويشمل ذلك: طلبات الشراء، والعروض، وتأكيدات الطلبات، وعروض الأسعار أو قوائم الأسعار، وإشعارات الاستلام، والفواتير، والمستندات الداعمة، ورسائل الإعلان الموجهة إلى مستلم...

يوصى في جميع هذه الاتصالات بالاتساق في الشكل.

1.2 الخصائص:

- إنها وسيلة أساسية للتواصل في العلاقات بين الشركات؛ فهي تتجنب السفر ولكنها تؤكد المقابلات الشفوية، وتسهل عمليات التبادل.
- لها أهمية قانونية وهي وسيلة للإثبات.
- تحتوي الرسائل التجارية عموماً على معاملة تجارية.

لذلك، يمكن أن تكون هذه عمليات تبادل بين الشركات (B2B) أو بين الشركات والمستهلكين (B2C). ينبغي التمييز بوضوح بين الرسائل التجارية والرسائل الخاصة، التي تُستخدم لتبادل المعلومات الشخصية بين الأفراد.

هذه هي السمة الأساسية للرسالة؛ يجب أن يكون كل ما يُكتب بسيطًا وواضحًا. باختصار:

- ► قانونياً: الرسالة وثيقة مكتوبة يمكن استخدامها كدليل. لذلك، يجب اختيار صياغتها بعناية.
- ► بإذن من: تجاري
- ► الدقة: يجب أن توضح الرسالة التجارية غرضها دون تفاصيل زائدة، أي أن تذكر ما هو مفيد، ولكن أيضًا دون إغفال أو غموض.
- ► الوضوح: يجب على الكاتب دائمًا استخدام عبارات مهذبة؛ ولذلك، يجب أن يمتلك صفات التعليم والتهذيب والولاء والأمانة، والتي بدونها تتخذ العلاقات مع الآخرين منحى غير سار.

1.3 / محتوى الرسالة التجارية:

يجب تضمين المعلومات التالية:

* مكان وتاريخ كتابة الرسالة

* العنوان البريدي وعنوان البريد الإلكتروني

* الاسم الكامل للشركة

* الشكل القانوني للشركة ومقدار رأس المال.

1.4. هيكل الرسالة التجارية:

سيُكوّن الشركاء التجاريون والعملاء رأيًا حول مدى احترافية الشركة عند استلامهم الرسالة. لذا، من الضروري أن تترك الرسالة انطباعًا جيدًا وأن تكون مُصممة خصيصًا لتلبية احتياجاتهم. غالبًا ما ينظر المتلقون إلى الأسلوب غير التقليدي على أنه غير احترافي، مما قد يُثير الشكوك وانعدام الثقة.

* رأس الصفحة: يتضمن معلومات عن المُرسِل والمُستلِم، والموقع، والتاريخ. يقع رأس الصفحة في أعلى المستند. عادةً ما تُوضع العناصر الرسومية، مثل شعارات الشركات أو الشعارات الترويجية، في رأس الصفحة. شعار الشركة أو المؤسسة،

- اسم الشركة وعنوانها،

- رقم الهاتف،

- رقم الفاكس،

- عنوان البريد الإلكتروني

- الشكل القانوني ومقدار رأس مال الشركة

- رقم تسجيل السجل التجاري،

* عنوان المستلم

* معلومات المرسل: يجب أن تكون معلوماتك الشخصية على الجانب الأيسر. وعادةً ما تُكتب أعلى المعلومات الأخرى بقليل.

فيما يتعلق بالمستلم، إليك بعض المعلومات التي يجب تضمينها: الاسم الأول واسم العائلة، رقم الهاتف (بما في ذلك رمز البلد)، رقم الفاكس، البريد الإلكتروني

* المكان والتاريخ: يُدوّن التاريخ في الزاوية العلوية اليمنى. تجدر الإشارة إلى أن الرسالة التي لا تحمل تاريخًا لا تُعتبر رسالة رسمية من الناحية القانونية.

اذكر المكان الذي تكتب منه، ثم التاريخ.

*موضوع الرسالة موضوع الرسالة هذا ملخص في بضع كلمات لموضوع الرسالة، وهو الموضوع الذي تحته خط.

فهو يوفر وقت القارئ ويسهل بالتالي عمليات البحث داخل الملفات.

يجب أن يرتبط عنوان الرسالة مباشرةً بموضوعها، وأن يتيح للمتلقي فرصة فهم سبب كتابتك لها. وهذا ليس بالأمر السهل، إذ ينبغي أن يكون العنوان موجزًا (سطرين كحد أقصى). ويمكن أن يتضمن رقم المعاملة أو مرجعًا إذا لزم الأمر.

* نص الرسالة والصيغ المهذبة: من الأفضل وضع نص الرسالة والصيغ المهذبة على مسافة 2.5 سم من الهامش الأيسر للصفحة.

يُفضّل وضع التحية الختامية الأولى في الرسالة الرسمية بعد سطر واحد على الأقل من سطر الموضوع. هذا يُتيح مساحة كافية ويُساعد على تنظيم الرسالة بفعالية.

سيُضاف سطر آخر بعد هذه الصيغة. إذا كنت تعرف اسم الشخص الذي تتحدث إليه، فاستخدمه: السيد س، السيدة ص. أما إذا كنت لا تعرف اسم الشخص الذي تتحدث إليه، فمن المعتاد كتابة "سيدتي أو سيدي"،

ينبغي أن تختتم الرسالة بتحية مهذبة. يمكن أن تكون هذه التحية رسمية للغاية: "مع خالص التحيات"، "مع أطيب التحيات"، "مع أطيب التحيات"، أو غير رسمية (إذا كنت تعرف الشخص وتقدم له، على سبيل المثال، عرضًا شخصيًا): "مع خالص التحيات"، "مع أطيب التحيات". كما يمكن أن توضح ما تتوقعه: "أتطلع إلى تلقي ردكم، وتفضلوا بقبول فائق الاحترام، سيدتي". أخيرًا، اختم الرسالة بكتابة اسمك إذا كانت سياسة شركتك تسمح بذلك.

* التوقيع: لا تُعتبر الرسالة غير الموقعة صالحة قانونياً وقد تُرفض. يجب دائماً ترك مساحة كافية للتوقيع.

* ملاحظة: تُكتب دائمًا أسفل التوقيع ويتم الإعلان عنها بالأحرف الأولى P.S.

*/الملاحق/ المرفقات: تهدف هذه المرفقات إلى إعلام القارئ بوجود مستندات مرفقة بالرسالة التي يتلقاها، وتُذكر دائمًا في أسفل الصفحة الأولى، مسبوقة بالأحرف الأولى ENT. **1.5** **نصائح لكتابة رسالة عمل:**

*اكتب الرسالة بلغة واضحة (تساهم رسالة العمل في بناء صورة شركتك).

*الرسائل التي تحتوي على أخطاء تعطي انطباعاً بعدم الجدية والمهنية.

*تجنب استخدام النفي أو الكلمات ذات الدلالات السلبية.

القسم 2:

هيكل الرسالة التجارية:

يجب تنظيم الأفكار الواردة في الرسالة وربطها ببعضها بشكل صحيح. **2.1 هيكل الرسالة:** تُعدّ خطة الصياغة خطوة تمهيدية أساسية. يتم تنظيم الرسالة على النحو التالي:

* المقدمة: تعني مقدمة الرسالة البدء بجملة أو أكثر توضح سبب إرسالها. مثال: كانت زيارة ممثلكم، السيد (س)، في [التاريخ] ذات أهمية بالغة بالنسبة لنا، ونشكركم عليها.

مدير مبيعات شركة Mx في ..... بتقديم الطلب:

لقد فوجئنا بمحتوى رسالتكم... نؤكد استلام رسالتكم المؤرخة في... لقد وصلتنا رسالتكم المؤرخة في.....

قرأنا رسالتكم باهتمام. وقد أبلغنا ممثلكم للتو...

* التطوير: تطوير موضوع الرسالة يعني تفصيله، وهو يشمل عادةً ما يلي:

- ملخص للأحداث السابقة مُقدمة بترتيب زمني.

- بيان الحقائق التي حدثت للتو، وإرسال قدر معين من المعلومات التي تتضمن بيان هذه الحقائق.

- طلب أو اقتراح الحل إذا كانت المشكلة بحاجة إلى حل

*الخلاصة: تعبر عن أمنية أو أمل. مثال: نأمل أن نكون قد حققنا رضاكم.

نأمل أن يرضيكم عرضنا.

نأمل أن توافقوا على شروطنا وأحكامنا.

القسم 3:

أنواع مختلفة من الرسائل التجارية الإلكترونية:

سنركز بشكل أساسي على فئتين من الحروف:

3.1 رسالة الأعمال من الشركات إلى المستهلكين (B to C): يتم توجيهها إلى الأفراد: العملاء الحاليين أو السابقين للشركة، إما بنية "التسويق" (الترويج، المتابعة، إلخ) أو بهدف المعلومات أو الإدارة (معلومات عن وقت التسليم، متابعة الدفع، إلخ).

الرسالة، التي يكون غرضها تجارياً (تسويقياً)، والموجهة إلى مجموعة من العملاء، هي عادة جزء من حملة بريدية أو حملة بريدية مباشرة، يتم إنشاؤها من ملف العميل، مما يسمح بتخصيص الرسالة.

غالباً ما تتضمن هذه الرسالة سطراً افتتاحياً جذاباً (أحياناً مكتوباً بخط اليد)، بخط كبير، في أعلى الرسالة. والهدف من ذلك هو جذب انتباه القارئ وتشجيعه على مواصلة القراءة.

تمت صياغة الفكرة الرئيسية بعبارات دقيقة.

ثم يتم الإعلان عن الحل، وعرض المنتج.

الأسلوب مباشر، والصياغة إيجابية، واللغة بسيطة ودقيقة. يهدف هذا النوع من الرسائل إلى بناء علاقة مع المتلقي.

وتختتم الرسالة بتفاصيل حول الجوانب العملية للشراء والعضوية، وما إلى ذلك. وغالبًا ما تتضمن هذه الرسائل ملحقًا (ملاحظة ختامية) . يشجع الملحق القارئ على قراءة الرسالة من خلال تقديم حجة قوية تدفعه إلى الرغبة في معرفة المزيد.

عادةً ما تتضمن رسالة ولاء العملاء إشارات إلى التفاعلات السابقة، وتذكير المتلقي بالمشتريات السابقة، وتأكيدًا على مراقبة حسابه. وبدلًا من عبارة "السيد/السيدة المحترم/ة"، تبدأ الرسالة بعبارة "عميلنا العزيز" أو "السيد فلان". أما رسالة المتابعة، فتُوجه إلى العملاء السابقين بهدف إعادة التواصل معهم. وكما هو الحال مع رسالة الولاء، تُصمم هذه الرسالة خصيصًا لكل عميل، وتُساعده على فهم مزايا الاستجابة لهذا "العرض الأخير".

وأخيرًا، يمتد مصطلح "الرسالة التجارية" أيضًا إلى العديد من أنواع المراسلات الأخرى: متابعة العملاء بعد إصدار الفواتير، وتذكيرات الدفع، ومعلومات حول توافر المنتج أو عدم توافره، ومعلومات إضافية عن الخدمات، وأوقات التسليم، وما إلى ذلك.

3.2 الرسائل التجارية في مجال الأعمال بين الشركات (B2B). يُعدّ استخدام البريد العادي أقل شيوعًا في مجال الأعمال بين الشركات (B2B)، والذي يتعلق بالتبادلات بين الشركات. وتحافظ الشركات على علاقات منتظمة مع عملائها وموردیها ومقاولیها من الباطن.

تتم هذه المراسلات في أغلب الأحيان عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف أو الفاكس. وتُرفق المستندات المتبادلة بإيصالات إرسال بدلاً من الرسائل.

تُستخدم الرسائل التجارية عندما يكون من الضروري الاحتفاظ بسجل، في حالة النزاعات، أو تذكيرات الدفع، أو الاتفاقيات التي يجب التحقق من صحتها بشأن شروط البيع، أو المواعيد النهائية، وما إلى ذلك.

3-3 -الاتصال غير التجاري مع المنظمات الأخرى أو الاتصالالاجتماعي:

له أسماء مختلفة تبعاً لطبيعة المعلن.

3-3-1-الاتصال مع الجمهور:

ينشأ هذا الأمر من الإدارات والسلطات المحلية والحكومة. ومن خلال مخاطبة المواطنين، والأشخاص الخاضعين للإدارة، وموظفي هذه الإدارات، وعامة الجمهور، فإنه يهدف بشكل خاص إلى نشر أعمال المؤسسة وإضفاء الشرعية عليها.

- تتمثل أهداف التواصل الحكومي في إعلام المواطنين واطلاعهم على التوجيهات والقرارات المتخذة، وحثهم على دعمها.
- ينشأ التواصل مع الجمهور من وزارة أو دائرة حكومية، ويهدف إلى التأثير على سلوك الجمهور. وقد يشمل ذلك أيضاً حملاتٍ لقضايا رئيسية، تقودها جمعيات ذات أهداف مماثلة.
- تأتي الاتصالات من السلطات المحلية من البلديات، ومجموعات البلديات، والإدارات، والمناطق.

3-3-2-الاتصال التشاركي:

تعمل الجمعيات في القطاعات الثقافية والإنسانية والترفيهية والرياضية. وتُخصص مواردها بالكامل لعملياتها.

تهدف جهود التواصل التي تبذلها الجمعيات إلى رفع مستوى الوعي، واستقطاب المتطوعين، وجمع التبرعات. وتساهم هذه الجهود بشكل كبير في إبراز قيمة عملها وتعزيز مصداقيتها.

3-3-3-الاتصال السياسي:

يشمل هذا المجال جميع أنشطة التواصل التي تهدف إلى الترويج لشخصية عامة أو حزب سياسي. وقد لوحظ في السنوات الأخيرة استخدام نفس التقنيات والموارد المستخدمة في أنواع التواصل

الأخرى (الإنترنت، واللوحات الإعلانية، والنشر، والعلاقات العامة، والفعاليات، إلخ). ويخضع هـذا المجال لأنظمة محددة.

الفصل الخامس: الوثائق الإدارية:

القسم 1:

طلب التوظيف: البحث عن وظيفة مُعدّ جيداً يفتح أبواب النجاح.

في نهاية دورة التدريب الخاصة بك، تصبح باحثًـا عن عمل، ومن الضروري العثور على وظيفة بسرعة.

للعثور على عروض عمل تتناسب مع مؤهلاتك، عليك التعامل مع سوق العمل بكفاءة ومنهجية. يمكن لرسالة تعريفية مكتوبة بشكل جيد وسيرة ذاتية مُنسقة أن تلعبا دورًا حاسمًا في الحصول على الوظيفة التي ترغب بها. من المهم إدارة هذين الأمرين بفعالية لزيادة فرصك إلى أقصى حد.

1.1 التعريف :

الطلب هو طلب رسمي. يأتي المصطلح من الفعل "يسأل"، الذي يعني الرغبة في شيء مـا أو البحث عنه. أما التوظيف، فهو مصطلح له معانٍ متعددة، ولكنه في حالتنا يشير إلى مهنة أو عمل أو وظيفة. وبالتالي، يرتبط مفهوم طلب التوظيف برسالة النية التي يرسلها الشخص إلى شركة أو مؤسسة بهدف التقدم لشغل وظيفة. وهذا يعني أن المرشح يتواصل مع الشركة لعرض خدماته للعمل فيها.

1.2 الخصائص:

*يمكن أن يكون طلب التوظيف عفوياً عندما يكتب العامل إلى الشركة ويرفق سيرته الذاتية ليتم النظر فيه في حالة وجود وظائف شاغرة.

*يمكن إدارتها من قبل الشركة التي تقوم بتطوير نماذج الطلبات القياسية التي يجب على المتقدمين تعبئتها.

*يتمثل الجانب الرئيسي في طلب التوظيف في إظهار اهتمام المرشح بالوظيفة وتفصيل خبرته ومعرفته ومهاراته.

*يوصى عموماً باستخدام أسلوب رسمي يعبر بدقة وبشكل لا لبس فيه عما يريده المرشح في طلبه.

1.3 كيفية التقدم لوظيفة:

الخطــوة الأولى للعثــور على وظيفــة هي البحث عن إعلانــات الوظــائف. من خلال هــذا البحث، وأسلوب كتابة متقن، وتواصل فعّـال، يكـون المرشـح على الطريـق الصـحيح لتلقي اتصـال وإجـراء مقابلة.

1.3.1 خطوات التقديم: اختيار الوظيفة التي تحتاجها:

الأمر يتعلق بمعرفة ما تريد القيام بـه، والمهـارات المطلوبـة لوظيفـة معينـة، والبحث عن الشـركات التي توظف، وزيارة أقسام التوظيف في موقع الشركة الإلكتروني لتحديد الوظائف الشاغرة.

كتابة سيرة ذاتية تُبرز التعليم والخبرة والمهارات

كتابة رسالة تعريفية

نماذج طلبات التوظيف

الرسالة رقم 1

اسم العائلة..... الاسم الأول.....

عنوان.....

هذه .....

البريد الإلكتروني..... التاريخ

إلى رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي للشركة .....

مثال: طلب وظيفة،

الموضوع: طلب توظيف. أكتب إليكم لأطلب منكم التكرم بالنظر في طلبي. لدي اهتمام كبير بأنشـطة شركتكم، وأتقدم بطلبي هذا لشغل وظيفة محتملة ضمن فـريقكم. مرفـق سـيرتي الذاتيـة الـتي توضـح بالتفصيل مؤهلاتي العلمية وخبراتي العملية وتدريباتي.

من شأن إجراء مقابلة محتملة أن يسمح لي بالتوسع بشكل كامل في شرح صفاتي الإنسانية والمهنية.

أتطلع إلى لقائكم قريباً، تفضلوا بقبول تحياتي الصادقة.

إمضاء.

القسم 2: السيرة الذاتية (CV):

2.1 التعريف: السيرة الذاتية وثيقة أساسية للبحث عن وظيفة. فهي تشكل حلقة الوصل بين عرض العمل والطلب عليه، ويجب أن تجعل مسؤول التوظيف يرغب في دعوتك لإجراء مقابلة عمل للوظيفة المقترحة.

من الضروري إعداد سيرة ذاتية مصممة خصيصاً لعرض الوظيفة لأي طلب، مع تسليط الضوء على الصفات التي تميزك بشكل خاص لهذا المنصب.

ينبغي أن تتضمن السيرة الذاتية أقسامًا متنوعة تُفصّل معلومات الاتصال، والمؤهلات التعليمية و/أو الخلفية المهنية، والمهارات، وربما الاهتمامات الشخصية. فهي تُقدّم وصفًا مُبسّطًا للملف المهني، مما يسمح لمسؤول التوظيف بتقييم مدى توافق ملف المرشح مع متطلبات الوظيفة الشاغرة.

2.2 أقسام السيرة الذاتية: تحتوي السيرة الذاتية على الأقسام التالية:

2.2.1 البيانات الشخصية: تؤدي البيانات الشخصية وظيفتين: *توفير معلومات حول الوضع الشخصي

* السماح للمسؤول عن التوظيف بالاتصال بالمرشح

* الصورة الشخصية • يُفضّل أن تكون الصورة بحجم صورة جواز السفر. • يجب لصقها أو مسحها ضوئيًا فوق البيانات الشخصية. • تأكد من وضوحها وخلوها من التجاعيد أو العلامات.

• توصية أخرى: ارتداء ملابس مناسبة، تتناسب مع قيم الشركة.

2.2.2 الخبرات المهنية: تمثل هذه الخبرات جوهر السيرة الذاتية، لذا يجب تسليط الضوء عليها.

المعلومات الأساسية هي كالتالي:

• تواريخ خبراتك المهنية

• أسماء جهات عملك / الشركات

• مسميات وظائفك السابقة

*تواريخ خبراتك المهنية

• يتم عرض التجارب بترتيب زمني عكسي، أي من الأحدث إلى الأقدم.

• إذا كانت خلفيتك المهنية بها فجوات، فلا تختلق تجارب لملء سيرتك الذاتية.

2.2.3 -الدراسات والتدريب المهني:

2.2.3.1 الدراسات:

* تُعرض الدراسات بترتيب زمني عكسي، من الأحدث إلى الأقدم.

* لستَ مُطالبًا بذكر جميع المراحل الدراسية بالتفصيل. من المُفترض أن الحاصل على شهادة قد أتمّ بنجاح المراحل الدراسية 7 و8 و9، إلخ.

* مع ذلك، من المهم ذكر جميع شهاداتك.

* تجنّب الاختصارات غير الشائعة.

2.2.3.2 التدريب المهني (المستمر)

- يتم تقديم دوراتك بترتيب زمني عكسي، أي من الأحدث إلى الأقدم.
- يجب إدراج الدورات التدريبية ذات الصلة فقط والتي تعتبر مهمة وذات صلة بالوظيفة الشاغرة.
- قد يكون من المفيد تحديد الغرض من دوراتك التدريبية.

2.2.4 المهارات المهنية والشخصية:

- مهاراتك المهنية والشخصية أساسية.

تُعزز هذه المهارات سيرتك الذاتية: إذ تُبرز ما أنجزته وما تعلمته خلال مناصبك المختلفة ودوراتك التدريبية. مثال: المهارات المهنية والشخصية

- الاستقلالية والحيوية وروح الفريق:
- مهارات الاستماع
- مهارات تواصل وتفاوض قوية
- حس التنظيم

2.2.5 مهارات اللغة:

بشكل عام، لا تكذب عند كتابة سيرتك الذاتية، وخاصة فيما يتعلق بمهاراتك اللغوية.

لذلك، يرجى توضيح مهاراتك اللغوية بأكبر قدر ممكن من الدقة والصدق.

- لتقييم مستوى لغتك، قم بالتمييز بين ما يلي:
- اللغة الأم
- المعرفة الأساسية

2.2.6. مهارات الحاسوب:

- كما ذكرنا بخصوص مهاراتك اللغوية، لا تغش عند الكتابة عن مهاراتك في استخدام الكمبيوتر، ولكن كن دقيقًا وصادقًا.

- يمكنك سرد البرامج ولغات البرمجة وأدوات الحاسوب الأخرى التي تجيد استخدامها. مثال: مهارات الحاسوب مثل: Drew.Excel, Outlook, internet, Access.....

2.2.7. متفرقات:

- يمكنك تحت هذا العنوان الإشارة إلى أنشطتك اللامنهجية وهواياتك.

لا تستهن بهذا الأمر! تخيل أن مسؤول التوظيف يشاركك نفس الأنشطة. إذا كان الأمر كذلك، فقد يكون أكثر اهتمامًا بطلبك.

- تجنب ذكر نقابتك العمالية أو أنشطتك السياسية،
- تجنب ذكر الكثير من الهوايات. قد يفترض مسؤول التوظيف أن الهوايات مهمة جدًا بالنسبة لك لدرجة أنك قد تفقد التركيز على مهامك المهنية.

2.3 قواعد أساسية لكتابة سيرتك الذاتية:

قبل إنشاء سيرتك الذاتية، من الجيد مراعاة بعض القواعد الأساسية لكتابة أفضل سيرة ذاتية ممكنة، موجزة ومنظمة بشكل جيد.

كن موجزًا ومختصرًا ومباشرًا؛ يجب ألا تتجاوز سيرتك الذاتية صفحتين. استخدم ورقًا أبيض أو فاتح اللون عالي الجودة بحجم A4.

اجعل عرضك التقديمي واضحاً ومتباعداً بشكل كافٍ لتسهيل القراءة.

لا تكتب سيرتك الذاتية بخط اليد إلا إذا طلبت منك الشركة ذلك.

من الأفضل القيام بذلك على جهاز كمبيوتر.

تجنب استخدام الأنماط والخلفيات المائية، ولا تفرط في استخدام الألوان.

ينبغي أن تعكس السيرة الذاتية صورة مهنية.

استخدم الخط الغامق لتسليط الضوء على المعلومات. التزم بالهوامش واترك مسافة بين الفقرات.

انتبه لأسلوب كتابتك وتجنب الأخطاء الإملائية. استخدم المرادفات، وحسّن مفرداتك، وتجنب التكرار.

لا تستخدم الاختصارات. كن صادقاً.

أبرز مهاراتك، وركز على ما تحتاج إلى إبرازه، وتدريبك... ولكن لا تختلق أبدًا خبرات أو مؤهلات.

كن إيجابياً. أبرز أفضل ما فيك، ولكن بطريقة موجزة ودقيقة وبسيطة.

لا تنسَ إرفاق المستندات وشهادات المؤهلات، إلا إذا طلبت الشركة ذلك تحديداً.
أرسل الأصل دائماً، ولا تقم بعمل نسخ مصورة.
اختر صورة حديثة، بحجم صورة جواز السفر، لإرفاقها بسيرتك الذاتية.
يفضل أن يكون ملوناً.

2.4 أنواع مختلفة من السيرة الذاتية:

هناك 5 أنواع من السيرة الذاتية

2.4.1 السيرة الذاتية:الترتيب الزمني العكسي: اذكر خبراتك المهنية بدءًا من الأحدث وانتهاءً بالأقدم. يمكنك استخدام هذه الطريقة إذا كنت ترغب في إبراز خبرتك المهنية الأحدث لارتباطها الوثيق بهدفك الوظيفي. هذا التنسيق مناسب لأي شخص لديه خبرة مهنية.

المزايا: إنه يركز على قدراتك ومهاراتك بدلاً من مسارك المهني.

فهو يتيح مرونة أكبر، وحرية تنظيم المعلومات المتعلقة بمهاراتك وقدراتك، كما يسهل إدخال معلومات أخرى ذات صلة مثل الاهتمامات أو الدوافع.

وهو مفيد بشكل خاص لعرض التقنيات الجديدة.

العيوب: لا يُبرز هذا الأسلوب أسماء الشركات التي عملت بها أو مدة بقائك في كل وظيفة. كما أنه يُقلل من وصف المهام والمسؤوليات. قد يتساءل مسؤول التوظيف عما تحاول إخفاءه.

2.4.2 قوة حصانية للمبتدئين: صُممت السيرة الذاتية للمبتدئين خصيصاً لإبراز خبرة المرشحين الذين بدأوا مسيرتهم المهنية للتو. وهي مثالية لعرض تحصيلك العلمي، وتدريباتك العملية، ومجالات خبرتك.

2.4.3 السيرة الذاتية الوظيفية أو الموضوعية: تُعرض فيها المناصب المختلفة التي شغلتها في شركات مختلفة، مع ذكر تفاصيل أنشطتك في كل منصب. ولا يُشترط ذكر أسماء الشركات أو تواريخ العمل فيها.

تُستخدم السيرة الذاتية الوظيفية للتأكيد على التقدم الوظيفي، ولكن أيضًا إذا كنت ترغب في التقدم لوظيفة تكون فيها المهارات والكفاءات المهنية أكثر أهمية من التعليم.

كما أنه مفيد عندما ترغب في تغيير مسارك المهني أو عندما تبحث عن وظيفتك الأولى.

يتجنب هذا النوع من السيرة الذاتية عيوب السيرة الذاتية الزمنية ويسهل إبراز المهارات والإنجازات المهنية، لا سيما لأنه يسهل إخفاء فترات عدم النشاط.

2.4.4 حصان مختلط : كما هو الحال في السيرة الذاتية الوظيفية، تُقدّم مجالات خبرتك من خلال تفصيل أنشطتك. ثم تُشير بإيجاز إلى الشركات وتواريخ عملك.

وهذا يُبرز تنوعاً معيناً.

كما هو الحال مع السير الذاتية المرتبة زمنيًا أو عكسيًا، يمكنك عرض مسارك المهني. ومع ذلك، فإن السيرة الذاتية أطول.

2.4.5 التسلسل الزمني: تُعرض خبراتك من الأقدم إلى الأحدث. أما العيب الرئيسي لهذا النوع من السيرة الذاتية فهو أنه يعرض أحدث الخبرات المهنية في النهاية.

علاوة على ذلك، تُلاحظ فترات الخمول في السيرة الذاتية فوراً! هذه السيرة الذاتية مناسبة بشكل أساسي لمن لديهم خبرة مهنية قليلة أو معدومة.

المزايا: هذا نموذج سيرة ذاتية تقليدي يحظى بتقدير كبير من الشركات. فهو بسيط وواضح وسهل القراءة والفهم، ويتيح لك إظهار استقرار مسيرتك المهنية وتطورها، كما يتيح لك وصف مهامك ومهاراتك في بيئة العمل.

العيوب: يسلط الضوء على فترات البطالة أو التغييرات المتكررة في الوظائف أو الشركات.

وهذا يدل على عدم تجديد وتحديث التدريب.

قد يركز صاحب العمل بشكل أكبر على عمرك.

القسم 3:

الرسالة التعريفية:

3.1 التعريف والأهداف: تُعدّ رسالة التغطية وثيقةً مهمةً يجب كتابتها بعناية فائقة. هدفها الرئيسي هو إقناع مسؤول التوظيف بأنك المرشح الأمثل. لذا، من المفيد جدًا توضيح كل ما لم تتمكن من إدراجه في سيرتك الذاتية: أهدافك، طموحاتك، نقاط قوتك، وتوقعاتك، بالإضافة إلى اهتمامك بالوظيفة المعروضة:

- فهمك للوظيفة الشاغرة
- حسّك التكتيكي
- إتقانك للغة
- مستواك الثقافي
- ذكائك
- شخصيتك في نهاية المطاف،

الغرض من الرسالة التعريفية هو شرح سبب وكيفية تقديم طلبك، والإجابة على الأسئلة التالية:

- ما الذي يجذبك إلى هذا المنصب؟
- هل تعتقد أنك مؤهل لهذا المنصب؟
- لماذا تعتقد أنك المرشح المثالي؟

3.2 أنواع مختلفة من رسائل التغطية: هناك ثلاثة أنواع رئيسية من رسائل التغطية:

- رسالة تعريفية رداً على إعلان، تستهدف وظيفة شاغرة محددة؛
- الرسالة التعريفية للطلبات غير المرغوب فيها، وهي أكثر انفتاحاً وتستهدف الشركة بدلاً من الوظيفة المحددة.
- رسالة تعريفية موجهة إلى وكالات التوظيف.

3.2.2 محتوى الرسالة التعريفية:

عادةً ما يتم تنظيم رسالة التغطية وفقًا للأقسام التالية:

3.2.2.1 البيانات الشخصية:

- بيانات الاتصال الخاصة بالمستلم
- تاريخ كتابة الرسالة التعريفية
- المرجع
- رأس الرسالة، ونص الرسالة، والتوقيع
- الملاحق
- اكتب بياناتك الشخصية في الجزء العلوي الأيسر من الرسالة.
- أولاً، أدخل اسمك الأول، ثم اسم عائلتك.
- إذا كان من الممكن الخلط بين الاسم الأول واسم العائلة، فاكتب اسم العائلة بأحرف كبيرة.
- يجب أن يسبق اسمك الأول كلمة "مدام" أو "موسيو" في حالة حدوث لبس بشأن الجنس.
- بعد اسمك، يرجى كتابة عنوانك ورقم هاتفك.

3.2.2.2 بيانات الاتصال بالمستلم:

(الشركة / المدير / مسؤول التوظيف)

- تأكد من صحة تهجئة اسم مسؤول التوظيف. إذا كان لديك أي شك، فراجع موقع الشركة الإلكتروني.

• تنبيـه: لا تكتب "للعنايـة بــ..."، بـل اكتب "إلى عنايـة بــ..." • لا تنس، عنـد الاقتضـاء، الشـكل القانوني للشركة (SA، SARL...).

3.2.2.3: التاريخ:

• اكتب التاريخ كاملاً دائماً، وليس مختصراً (10/10/15). مثال: وهران، 30 ديسمبر 2025.

3.2.2.4: المرجع:

• يجب تقديم مرجع فقط في حالة الرد على إعلان.

• اكتبها بالترتيب التالي: مثال: الموضوع: إعلانك المنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 30 أكتوبر 2025 لوظيفة سكرتير تنفيذي. مرجعك: 125/05 أ.

3.2.2.5: العنوان: (صيغة الافتتاح)

• خاطب نفسك بـ "سيدي" أو "سيدتي"، وليس بـ "السيد س" أو "السيدة ص".

• تجنب استخدام عبارات المودة مثل "عزيزتي السيدة س" أو لقب الشخص "السيد رئيس شؤون الموظفين" (باستثناء: السيد المدير، السيدة المديرة).

• إذا كنت لا تعرف اسم المتلقي، فاحترم المساواة بين الجنسين: "سيدتي، سيدي" أو "سيداتي، سادتي".

3.2.2.6: نص الرسالة التعريفية عند كتابة متن رسالتك، ضع في اعتبارك دائمًا هدفها. من المهم أن تسأل نفسك:

• لماذا أتصل بهذه الشركة؟

• ما الذي يجذبني إلى الوظيفة الشاغرة؟

• ما الذي يمكنني تقديمه للشركة؟

• كيف يتطابق ملفي الشخصي مع الوظيفة الشاغرة؟

• لماذا أنا الشخص المناسب لهذه الوظيفة؟ (وليس شخصًا آخر - سبب اختيارك، أي سبب (أسباب) تقديمك للطلب (الدافع))

• الجانب الفريد في طلبك هو أنه يجب عليك إثبات أن مهاراتك تلبي احتياجات الشركة.

• اطلب موعدًا. لكتابة رسالة تعريفية استجابةً لإعلان وظيفة، يجب اتباع أربع (4) خطوات:

• الجملة التمهيدية التي تشير إلى الإعلان.

• سبب اختيارك، أي سبب (أسباب) تقديم الطلب (الدافع).

• الطبيعة المحددة لطلبك، أي يجب عليك إثبات أن مهاراتك تلبي احتياجات الشركة.

- تقديم طلب لتحديد موعد.

3.2.2.7 صيغة الختام المهذبة:

- الصيغة المهذبة جزء من العادات.

3.2.2.8 التوقيع:

- لا تنسَ توقيع رسالتك (على يمين الصفحة) مع ترك سطرين أو ثلاثة أسطر بعد التحية الختامية.
- يمكنك ذكر اسمك الأول واسم عائلتك أسفل التوقيع.

3.3.9 المرفقات (الملحقات):

- تُدرج الملاحق، وهي المستندات المرفقة برسالة التقديم، على يسار الصفحة وفي أسفلها. مثال:

الملاحق:

- سيرة ذاتية
- نسخة (نسخ) من الشهادة (الشهادات)
- نسخة (نسخ) من الشهادة (الشهادات).

3.3 بعض النصائح العامة: لكتابة رسالة التغطية الخاصة بك:

- استخدم أوراقًا فارغة بتنسيق A4، بدون خطوط وبدون شبكات.
- اكتب رسالتك على جهاز كمبيوتر، ما لم يُذكر خلاف ذلك.
- لا تقم بتلخيص سيرتك الذاتية.
- حافظ على حيادك قدر الإمكان.
- استخدم جملًا قصيرة وواضحة.
- كن إيجابياً واستخدم أفعالاً إيجابية.
- لا تكن متواضعاً جداً، ولا متظاهراً جداً.
- انتبه للأخطاء النحوية والإملائية.

تجنب التكرار والاختصارات غير المفهومة.

- تأكد من وضع الطابع البريدي بشكل صحيح.

تجنب تمامًا:

- اكتب على ظهر الصفحة

- اكتب بصيغة الشرط:

" أستطع ..."

- ابدأ جميع جملك بـ "أنا"
- انشر
- ألقِ باللوم على سوء الحظ
- أن يكون مثيرًا للجدل. أمثلة على المصطلحات غير اللائقة:
- "أبحث بشدة عن وظيفة منذ عام الآن..."
- "أنا مطلقة ولدي أربعة أطفال أعولهم..."
- "أشعر بالملل في المنزل..."
- "ليس لدي أي خبرة مهنية..."
- "قد تبدو مؤهلاتي غير كافية بعض الشيء..."
- "أنا عاطل عن العمل منذ..." أو "أنا بلا عمل منذ..." من الأفضل أن تكتب: "أنا متاح للعمل فوراً".
- "أنا مسجل لدى ANEM منذ..."

3.4 أمثلة على الصياغة: لكتابة رسالة تعريفية

3.4.1 الجمل التمهيدية:

- "لقد لفت إعلانكم المذكور أعلاه انتباهي بالكامل."
- "إن المنصب الذي تعرضونه يثير اهتمامي بشكل كبير."
- "لقد راجعت عرضكم بعناية لشغل وظيفة... وأنا أقدم طلبي."
- "استجابةً لإعلانكم في هذا القسم، يسرني أن أقدم خدماتي للوظيفة الموصوفة."
- «بما أنني أسعى إلى تحدٍ مهني جديد، يسعدني أن أقدم خدماتي لشغل وظيفة...» (طلب غير مطلوب) • «بالإشارة إلى مكالمتنا الهاتفية بتاريخ 7 أكتوبر 2015، يسعدني أن أقدم خدماتي لشغل وظيفة...» (طلب غير مطلوب)
- "أرغب في العمل كموظف تخزين في سوبر ماركت، ويسرني أن أتقدم بطلبي لشغل هذه الوظيفة." (طلب غير مطلوب)

- "إعلانك في هذا القسم مخصص لوكيل إنتاج. وبما أنني أمتلك سبع سنوات من الخبرة المهنية في هذا المجال، فأنا أقدم لك خدماتي."
- "لقد قرأت باهتمام بالغ إعلانكم المنشور في الصحيفة بتاريخ 26 أبريل 2025، والذي تبحثون فيه عن حارس أمن."
- "لقد لفت انتباهي تماماً عرض العمل الذي نشرتموه في صحيفة "ديلي" بتاريخ 25 سبتمبر 2025."

لقد اطلعت على إعلانكم باهتمام بالغ، وأنا مقتنع بأن مهاراتي تتناسب مع الوظيفة المعروضة.

- "لفت موقعكم الإلكتروني انتباهي لسببين: الهيكل الجيد لشركتكم وجودة المنتجات التي تقدمونها."
- "بصفتي شغوفًا بمواد البناء، وتحديدًا الأبواب والنوافذ، يسعدني أن أقدم خدماتي لشغل وظيفة مندوب مبيعات فنية."

3.4.2 صياغات تتعلق بالدافعية:

- "أبحث عن تحدٍ مهني جديد في شركة إنتاج سريعة التوسع، وأعرض خدماتي لشغل الوظيفة الموصوفة."
- "رغبةً مني في الانضمام إلى شركة تجارية سريعة النمو، ومع اهتمام خاص ببيع منتجات الألبان، أعرض خدماتي لشغل منصب مدير المبيعات الموصوف."
- "بما أنني كنت مهتمًا جدًا بالسيارات منذ الطفولة، وعلى مر السنين أصبحت هاويًا متحمسًا في هذا المجال، فإنني أعرض خدماتي لشغل وظيفة عامل المستودع الموصوفة."
- "نظراً لرغبتي في تغيير مساري المهني واهتمامي الخاص بقطاع الأغذية، أتقدم بطلبي لشغل وظيفة في قسم المبيعات في مؤسستكم الموقرة." (طلب غير مطلوب)
- "بسبب انجذابي الشديد لقطاع السفر والسياحة، قررتُ تقديم خدماتي لشغل وظيفة وكيل سفر."
- "بسبب انجذابي الشديد للأعمال السكرتارية، أودّ أن أجد شركةً تُتيح لي تطوير المهارات النظرية التي اكتسبتها خلال دراستي."
- هل تبحثين عن خبيرة تجميل لفترة ... أشهر لتغطية إجازة الأمومة (إجازة الأبوة)؟ أنا أقدم خدماتي.
- بعد قراءة إعلان الوظيفة، وجدتُ نفسي مناسبًا لمختلف جوانب الوظيفة المطلوبة، لذا أُقدّم خدماتي.

- بخبرة سبع سنوات في القطاع الصناعي، أُقدّم خدماتي لشغل وظيفة...
- "رغبةً مني في إعطاء مسيرتي المهنية اتجاهاً جديداً، يسرني أن أتقدم بطلبي لشغل وظيفة..."
- "إن خبرتي المهنية التي تمتد لـ 12 عامًا في مجال المحاسبة دفعتني إلى تقديم طلبي للوظيفة الموضحة في إعلانكم تحت هذا العنوان."
- "بصفتي شغوفًا بالمواد الكهربائية ولدي خمس سنوات من الخبرة المهنية كمساعد كهربائي، أتقدم بطلبي لشغل وظيفة مندوب مبيعات فنية في شركتكم."

3.4.3 صياغات تتعلق بالمهارات:

- "بما أنني أمتلك خمس سنوات من الخبرة المهنية كعامل إنتاج، يمكنني الاستفادة بشكل جيد من مهاراتي التقنية المكتسبة."
- "رغبةً مني في الانضمام إلى شركة تجارية سريعة النمو، ومع اهتمام خاص ببيع منتجات الألبان، أعرض خدماتي لشغل منصب مدير المبيعات الموصوف."
- "بما أنني كنت مهتمًا جدًا بالسيارات منذ الطفولة، وعلى مر السنين أصبحت هاويًا متحمسًا في هذا المجال، فإنني أعرض خدماتي لشغل وظيفة عامل المستودع الموصوفة."
- "نظراً لرغبتي في تغيير مساري المهني واهتمامي الخاص بقطاع الأغذية، أتقدم بطلبي لشغل وظيفة في قسم المبيعات في مؤسستكم الموقرة." (طلب غير مطلوب)
- "بسبب انجذابي الشديد لقطاع السفر والسياحة، قررتُ تقديم خدماتي لشغل وظيفة وكيل سفر." • "بسبب انجذابي الشديد للأعمال السكرتارية، أودّ أن أجد شركةً تُتيح لي تطوير المهارات النظرية التي اكتسبتها خلال دراستي."
- هل تبحثين عن خبيرة تجميل لفترة ... أشهر لتغطية إجازة الأمومة (إجازة الأبوة)؟ أنا أقدم خدماتي.
- بعد قراءة إعلان الوظيفة، وجدتُ نفسي مناسبًا لمختلف جوانب الوظيفة المطلوبة، لذا أُقدّم خدماتي.
- بخبرة سبع سنوات في القطاع الصناعي، أُقدّم خدماتي لشغل وظيفة...
- "رغبةً مني في إعطاء مسيرتي المهنية اتجاهاً جديداً، يسرني أن أتقدم بطلبي لشغل وظيفة..."
- "إن خبرتي المهنية التي تمتد لـ 12 عامًا في مجال المحاسبة دفعتني إلى تقديم طلبي للوظيفة الموضحة في إعلانكم تحت هذا العنوان."

- "بصفتي شغوفًا بالمواد الكهربائية ولدي خمس سنوات من الخبرة المهنية كمساعد كهربائي، أتقدم بطلبي لشغل وظيفة مندوب مبيعات فنية في شركتكم."

3.4.4 طلب مقابلة عمل:

- "أنا متاح للعمل فوراً، وسأكون ممتناً لو تفضلتم بمنحي مقابلة في أقرب وقت يناسبكم لمناقشة مختلف جوانب التعاون الفعال."
- "متاح اعتبارًا من 1 أكتوبر 2020، وسأكون ممتنًا لو تفضلتم بمنحي مقابلة في أقرب وقت يناسبكم، حيث يمكنني خلالها تزويدكم بمزيد من التفاصيل عني."
- "متاحٌ للعمل فوراً، أقترح أن نلتقي حتى أتمكن من إقناعكم بدوافعي لتولي المنصب الشاغر."
- "أنا متحمس ومستعد لتولي المنصب الشاغر، وأود مناقشة مزايا طلبي معكم."
- "إذا كنتم بحاجة إلى أي معلومات إضافية عني، فسيسعدني تقديمها خلال اجتماع أقترح أن نرتبه."

3.4.5 الصيغة المهذبة:

- "يسعدني أن أقدم لكم المزيد من التفاصيل في اجتماع لاحق، وفي هذه الأثناء، تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير، سيدي."
- "أنا على استعداد تام لإجراء مقابلة أولية، وأرجو منكِ، سيدتي، أن تقبلي مني كل التقدير والاحترام."
- "في انتظار رد إيجابي، أبقى معكم، سيدي، المخلص لكم."
- "أشكركم على النظر في طلبي، وتفضلوا بقبول فائق الاحترام، سيدتي."
- "مع تطلعي إلى لقائكم، أرجو أن تقبلوا مني، سيدي، خالص تحياتي."
- "لقد سررت بلقائكم، وأبقى معكم، سيدي، أطيب تحياتي."
- «أودّ بشدة أن ألتقي بكم لمناقشة خبرتي المهنية ودوافعي بمزيد من التفصيل. تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير، سيدي.»

الفصل السادس:

1- الكتابة عبر الإنترنت (استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات):

إن تطوير الإدارة الإلكترونية، دون تغيير أهداف سهولة القراءة والوضوح، يستلزم اتباع نهج جديد في التواصل والكتابة.

وضع المستخدم في صميم التواصل الإداري

هذا الشعار ليس مجرد شعار، بل هو نهج جديد. فإذا نُظر إلى المستخدم ليس فقط كشريك كامل، بل كفاعل رئيسي في العملية، تتفهم الإدارة وجهة نظره وتتبناها، يُنظر إلى الإجراء على أنه خدمة إلكترونية حقيقية، ويُنفذ بسهولة أكبر. وتتعلق المبادئ التالية، ذات الطابع العلائقي والمعلوماتي، بكيفية بناء علاقة بسيطة ومباشرة مع المستخدم لتيسير إتمام العملية.

- تخصيص التواصل؛
- إقامة علاقة ثقة مع المستخدم؛
- استباق احتياجات المستخدم من خلال عرض ما تتوقعه الإدارة منه بوضوح، ومن خلال توفير المعلومات التي يحتاجها بدقة.

يُفصّل كلٌّ من هذه المبادئ الثلاثة إلى توصياتٍ مختلفة.

القسم الأول: كتابة بريد إلكتروني احترافي:

يُعدّ البريد الإلكتروني وسيلة تواصل بسيطة وسريعة وفعّالة للغاية، وقد أصبح الوسيلة الأكثر شيوعًا للتواصل في مختلف أنواع التبادلات المهنية. ولأن البريد الإلكتروني أقل رسمية من الرسائل، قد ننسى أحيانًا ضرورة الالتزام ببعض قواعد اللياقة. فحتى لو كان أسلوب البريد الإلكتروني أكثر ودية، أو حتى أكثر بساطة، من أسلوب الرسائل الرسمية، فإنه يبقى وثيقة عمل. لذا، يجب أن يتبع إرشادات كتابة محددة. تتطلب رسائل البريد الإلكتروني المهنية تواصلًا عالي الجودة: مفردات دقيقة، نص موجز، طلبات واضحة، وإملاء سليم. يُظهر البريد الإلكتروني المكتوب بإتقان الاحترافية والاحترام للمتلقي. ولا يتطلب تحقيق ذلك بذل وقت إضافي كبير، لكن هذه الجهود البسيطة تُحسّن الحياة المهنية بشكل ملحوظ.

يبدأ ذلك بتحديد الغرض من البريد الإلكتروني. علاوة على ذلك، من الضروري أن يحتوي البريد الإلكتروني على معلومات وأن يكون منظماً بشكل جيد.

اشرح بوضوح ما يدور حوله الأمر وساعد المتلقي على فهم مخاوفك.

من المهم أيضاً التأكد من أن البريد الإلكتروني قصير، بل وأقصر ما يمكن، دون نسيان الشكل واللباقة.

يُقلل هذا من المحتوى إلى الأساسيات، ويُساعد المُستلم على تحديد المعلومات المهمة بشكل أفضل. علاوة على ذلك، يُوفر هذا الوقت لجميع الأطراف المعنية، سواء المُرسل أو المُستلم.

1.1 هيكل البريد الإلكتروني الاحترافي: في المراسلات المهنية، من الضروري أيضاً احـترام قواعد اللياقة وبعض الأعراف. ويشمل ذلك التحية الختامية، والتهاني، والتعبير عن الامتنان.

1.2 القواعد الأساسية لكتابة بريد إلكتروني جيد:

- اختر عنصرًا
- حدد المستلم (المستلمين)

استخدم تحية مناسبة

- اذكر أهم المعلومات في البداية
- عرض المحتوى بطريقة موجزة ومنظمة.
- استخدم القوائم وقم بتظليل النصوص لتقليل إجهاد العين. - اختر نمطًا وحجمًا متناسقين للخط.

أضف لمسة شخصية إلى تحيتك المهذبة

وأخيرًا، أضف توقيع بريدك الإلكتروني وأي مرفقات.

2-هيكل **ومحتوى البريد الإلكتروني الاحترافي:**

1.2.1 عنوان البريد الإلكتروني: من 5 إلى 7 كلمات كحد أقصى. عنـوان البريـد الإلكـتروني هـو النص الذي سيقرأه المستلم أولاً، وذلك لسبب وجيه: فهو السطر الوحيد الـذي يظهـر عنـد فتح البريـد الإلكتروني.

يجب أن يكـون واضـحاً ومختصـراً ومحـدداً، وأن يرتبـط بـالغرض من الرسـالة (إبلاغ المتلقي أو نصحه أو دعوته أو تشجيعه على اتخاذ إجراء). ويجب أن يُمكّن المتلقي من فهم مضمونها فوراً.

2.3 محتوى البريد الإلكـتروني: بعـد التحيـة، تـأتي الجملـة الأولى من البريـد الإلكـتروني. يجب أن تكون هذه الجملة مرتبطة بشكل واضح بموضوع البريد الإلكتروني. إذا كان البريـد الإلكـتروني هـو أول اتصال مع المستلم: أمثلة: أرجو منك التكرم بإرسال...

ستجد مرفقًا سيرة ذاتية ورسالة تعريفية. أو ابدأ بحرف "أنا + فعل في المضارع". أرجو منك التكرم بـ .....

أرغب في تلقي معلومات. أرفـق لكم سـيرتي الذاتيـة ورسـالة تعريفيـة. يمكن أن تكـون هـذه الرسـالة الإلكترونية جزءًا من علاقة قائمة مع المستلم، كما تم الاتفاق عليه خلال اجتماعنا الأخير.

بعد مقابلتنا.....

خلال آخر محادثاتنا.....

1.2.4 نص البريد الإلكتروني : تبدأ الرسالة الإلكترونية دائمًا بالرسالة الرئيسية، وتُكرر هذه الرسالة في عنوانها. ثم تظهر المعلومات الأخرى بترتيب تنازلي حسب الأهمية. لماذا؟ لأن الجزء الأول من الجملة أسهل قراءةً من الجزء الذي يليه.

عند كتابة البريد الإلكتروني، تذكر قاعدة أساسية وهي تخصيص فقرة واحدة لكل فكرة فرعية، وبحد أقصى أربع فقرات لكل بريد إلكتروني. يجب أن تتراوح الفقرة بين ثلاثة وأربعة أسطر.

ينبغي كتابة البريد الإلكتروني بجمل قصيرة.

مع ربط الجمل ببعضها البعض بواسطة حروف العطف.

استخدم جملًا مكتوبة بلغة يومية ومهنية: تجنب المصطلحات الفنية واللغة التقنية المفرطة إلا إذا كنت متأكدًا من أنك "على نفس الموجة" مع المتلقي.

ملاحظة: يتزايد عدد الرسائل الإلكترونية التي تُقرأ على الهواتف الذكية. لذا، فإن استخدام جمل أقصر سيجعل قراءة الرسالة أسهل بكثير بالنسبة للمستلم.

1.2.5 الصيغة المهذبة:

كما هو الحال مع الرسائل الرسمية، من المهم تضمين تحية ختامية موجزة في نهاية البريد الإلكتروني. قد يُنظر إلى نسيانها على أنه قلة أدب بالغة. أمثلة:

أتمنى لك بقية يوم سعيد! (إلى زميل)

* عبارات مثل "مع خالص التحيات" أو "نتطلع إلى رؤيتك مرة أخرى" ستكون أكثر ملاءمة لرسالة بريد إلكتروني موجهة إلى رئيس أو عميل.

إن العبارات الودية مثل "مرحباً"، "مع أطيب التحيات"، "أراك لاحقاً"، "أراك قريباً"، و"@أراك لاحقاً" مخصصة حصراً للأشخاص الذين يعرفهم المرء جيداً.

1.2.6 التوقيع: في السياق المهني، عادةً ما يتم ضبط برامج البريد الإلكتروني لإدراج توقيع شخصي تلقائيًا في نهاية الرسائل. إذا لم يكن الأمر كذلك، فيجب أن يتضمن توقيعك اسمك الأول واسم عائلتك، ومسمى وظيفتك، واسم شركتك، ورقم هاتفك.

1.2.7 المرفقات: يُنصح بإرسال المرفقات فقط عند الضرورة القصوى والحفاظ على حجم الملف صغيرًا قدر الإمكان.

مساحة تخزين صندوق البريد محدودة عادةً، ولن يكون المستلم في أفضل حالاته المزاجية إذا تم حظر رسائل البريد الإلكتروني الأخرى بواسطة الخادم بسبب المرفق الخاص بك.

لـذا يُنصـح بتقييـد حجم المرفقـات إلى 5 ميجابـايت. كمـا يُفضّـل إرسـال المسـتندات بنـاءً على طلب المُستلم فقط، أو تضـمين رابـط لقاعـدة بيانـات تحتـوي على الملفـات. إذا كـان المرفـق مسـتندًا، فمن الضروري تحويله إلى PDF مسبقًا، وذلك لمنع التعديلات وضمان التنسيق الأمثل.

1.3 نصائح لكتابة بريد إلكتروني:

* يرجى كتابة مواضيع قصيرة (بحد أقصى 30 حرفًا)
* ابدأ بفعل
* اكتب عناوين واضحة للموضوع (تجنب كلمة "عاجل").
* لا تترك حقل الكائن فارغًا
* راجع الرسالة التي ترد عليها (رد:
* لا تكتب بأحرف كبيرة (كلمات تُنطق بصوت عالٍ)
* أخطاء إملائية يجب تجنبها

يجب استخدام علامات التعجب والاستفهام والحذف وفقًا لقواعد الترقيم التقليدية. أما استخدام علامتي التعجب والاستفهام (!!!!) أو علامات الاستفهام (؟؟!!!) فيُستخدم للتعبير عن المشاعر.

علاوة على ذلك، غالباً ما يتم استبدالها بالرموز التعبيرية (أو الوجوه الضاحكة)، أو بالعلامات =) أو (والتي تعتبر غير مناسبة بنفس القدر في مكان العمل.

* تجنب التسطير

*انسَ استخدام "CDLT" للدلالة على المودة أو "SLT" للتحية إلا مع الأشخاص الذين تعرفهم جيدًا. بالنسبة للبعض الآخر، قد يُنظر إلى هذا على أنه علامة على قلة الأدب.

*أعد قراءة الرسالة وتحقق من المستلم (المستلمين) قبل النقر على

" يرسل "

* لا تنسَ المرفقات
* تجنب الاختصارات.

1.4 طريقة الرد على البريد الإلكتروني: هناك طريقتان

* انسخ النص الكامل من المرسل وضعه في نهاية رسالة الرد الخاصة بك.
* تناول تعليقات المراسل نقطة بنقطة، بالتناوب بين الأسئلة والأجوبة.

القسم 2:

تقديم طلب التوظيف ورسالة التغطية عبر الإنترنت:

2.1 الإجراء: الطلبات عبر البريد الإلكتروني أو على مواقع الويب. ترغب بعض الشركات في أن يتم الاتصال بها عبر البريد الإلكتروني أو عبر موقعها الإلكتروني باستخدام نموذج طلب موحد.

ينبغي إعداد هذا الإجراء بعناية فائقة كما لو تم تنفيذه عبر البريد العادي.

- اجمع جميع المرفقات في مستند PDF واحد. (استخدم، على سبيل المثال، برنامج " PDFCREATOR" المجاني)
- سمِّ ملفاتك بعناوين واضحة. على سبيل المثال، "تطبيق xx.Pdf"
- لا تتجاوز حجم المرفقات 4 إلى 5 ميجابايت.
- من المرجح أن ينتهي المطاف بالرسائل الإلكترونية التي تحتوي على مرفقات كبيرة في مجلد البريد العشوائي.
- استخدم عنوان بريد إلكتروني احترافي. فالأسماء الفاخرة قد تُضعف طلبك.
- اختتم بريدك الإلكتروني بتوقيع يتضمن بيانات الاتصال الخاصة بك.
- قم بتضمين عنوان البريد الإلكتروني المحدد للوظيفة المعروضة، أو في حالة التقديم التلقائي، عنوان عام للوظيفة المعنية.

القسم 3: السير الذاتية على الشبكات المهنية: السيرة الذاتية 2.0 اليوم، هناك المزيد والمزيد من مراكز التوظيف والشركات التي تكيفت مع الأسواق الرقمية الجديدة وتستخدم هذه الشبكات الاجتماعية للبحث عن مواهب جديدة.

إمكانات الشبكات الاجتماعية (لينكدن،تويتر،فيسبوك،فياديو، وغيرها) كقناة لجذب المرشحين ذوي الكفاءات المتنوعة والتفاعل معهم وتوظيفهم ركيزة أساسية لإدارات الموارد البشرية. إذ بات بإمكانها الآن الحصول على معلومات قيّمة وعالية الجودة عن كل مرشح من خلال هذه المنصات.

أدى انتشار شبكات التواصل الاجتماعي إلى دفع الباحثين عن عمل إلى تطوير صورتهم المهنية عبر الإنترنت. وقد أصبحت منصتا Viadeoو LinkedInمنصتين أساسيتين في عالم العمل على مر السنين.

باعتبارها عنصراً أساسياً في الهوية المهنية، لماذا وكيف ينبغي للمرء أن ينمي ملفاً شخصياً احترافياً على وسائل التواصل الاجتماعي؟

3.1 لماذا تضع ملفك الشخصي على الشبكات الاجتماعية المهنية؟

لم يعد السؤال ذا صلة؛ يجب أن تكون متواجداً على شبكات التواصل الاجتماعي المهنية.

اليوم السابق:

- إن مشاركة المعلومات حول قطاع مهني، والمشاركة في المناقشات مع المجتمعات، وتوسيع شبكة العلاقات، تسمح لمستخدم الإنترنت، وهو مرشح محتمل، ببناء سمعة، أو بالأحرى سمعة إلكترونية، والتي قد يلاحظها مسؤول التوظيف.

إن التواجد والبقاء نشطين على الإنترنت سيحدث فرقاً كبيراً!

- البحث عن وظائف والتوظيف

- لا يزال استخدام الشبكات الاجتماعية المهنية في عملية توظيف المرشحين منخفضًا، على الرغم من أنها لا تزال إحدى الطرق الفعالة لعرض الذات والبحث عن وظيفة.

-باعتبارها أرض صيد أولية لوكالات التوظيف وإدارات الموارد البشرية والمديرين التنفيذيين للشركات، فإن الشبكات الاجتماعية المهنية هي عبارة عن مجموعات متطورة باستمرار يستقي منها العاملون في مجال التوظيف مرشحيهم.

- تطوير الأعمال بالنسبة للعاملين لحسابهم الخاص أو الشركات، يعد الإنترنت وخاصة الشبكات الاجتماعية وسيلة لتطوير الأعمال من خلال تحديد جهات الاتصال المستهدفة، وبناء شبكة مهنية (العملاء والموردين والزملاء والمنافسين وما إلى ذلك)، وتعزيز صورتهم، وعرض الخدمات والمنتجات المقدمة.

3.2 السيرة الذاتية الإلكترونية 2.0:

خصص وقتًا كافيًا لإعداد ملفك الشخصي بشكل احترافي. صف جميع المجالات (التعليم، الوظائف، الأنشطة، إلخ) بوضوح ودقة، وسلط الضوء على مهاراتك وخبراتك، واعرض أهدافك المهنية. حدّث ملفك الشخصي يوميًا: راجع الرسائل وطلبات التواصل الجديدة، وابحث بنشاط عن فرص جديدة.

تحقق بانتظام مما إذا كانت المعلومات المتعلقة بك محدثة (تغيير العنوان، البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، الوظائف، تكليف مهمة جديدة، إلخ).

كن دائمًا متسقًا وشفافًا، خاصةً عند إنشاء حسابات متعددة على شبكات التواصل الاجتماعي المهنية المختلفة. لا تكن مجرد جامع لجهات الاتصال.

اقبل وابحث عن جهات اتصال مناسبة: الجودة أهم من الكمية.

لا تترك أي اتصال دون رد، حتى لو كان ذلك لرفض دعوة. شارك في مجموعات النقاش التي تجمع أفراد المجتمع حول موضوع أو قطاع مشترك...

إن الملف الشخصي، أكثر من مجرد سيرة ذاتية عبر الإنترنت، هو انعكاس لشخصية الفرد ونشاطه ومصداقيته واستثماره في قطاع مهني.

3.2.1 إدارة سمعتك على الإنترنت:

الملف الشخصي على الإنترنت هو نوع من الهوية الرقمية التي يجب على المرشح مراقبتها والتحكم بها. انشر وسأخبرك من أنت... لإثراء ملفك الشخصي أو مدونتك، يتيح لك مفهوم العلامة التجارية الشخصية إبراز شخصيتك وخبرتك من خلال نشر مقالات أو منشورات مدونة تعكس قيمك وأفكارك.

الفكرة هي الترويج للذات! كن حذرًا في منشوراتك فيسبوك: هذه الشبكة الاجتماعية الهجينة، التي تتنقل بين المجالات الخاصة والمهنية، غالباً ما تكون منصة الإنترنت للمنشورات "الخفيفة" أو حتى المحرجة.

للتخفيف من هذه المشاكل المحتملة، يُنصح بإنشاء ملفين شخصيين منفصلين، أحدهما عام والآخر شخصي، باستخدام أسماء مستعارة. أدوات لمراقبة سمعتك على الإنترنت: تتوفر العديد من الأدوات المجانية لمراقبة سمعتك على الإنترنت.

محركات البحث نفسها هي الخطوة الأولى: إدخال اسمك في شريط البحث. والنتائج التي يتم الحصول عليها هي أول انعكاس لوجودك على الإنترنت.

- لوحة تحكم GOOGLE: بعد إنشاء حساب جوجل، ستقوم الأداة بتحليل وجودك على الويب والشبكات الاجتماعية بناءً على المعلومات المقدمة.

-WEBMI:أداة سهلة الاستخدام للغاية. بعد تحديد البحث المطلوب (الاسم، الشركة، إلخ)، ما عليك سوى إدخاله في شريط البحث الخاص بالأداة وتحديد منطقة جغرافية.

إن الحفاظ على ملف تعريف احترافي على الإنترنت والتواجد على الشبكات الاجتماعية المهنية أمر ضروري بالتأكيد، لكن هذا لا يعني إهمال أدوات البحث عن وظائف أخرى - بل على العكس تمامًا!

3..2.2الأسباب:

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي عند البحث عن وظيفة،

*بناء سمعة على الإنترنت: تزداد الرؤية، ولهذا السبب يجب أن تحتوي الشبكات الاجتماعية المختلفة على معلومات مفيدة تسلط الضوء على ملف تعريف المرشح (المؤهلات والخبرة والاهتمامات وما إلى ذلك).

اختر منصات التواصل الاجتماعي التي تُبرز نقاط قوتك على أفضل وجه. فليس من المجدي التواجد على جميع المنصات، فالجودة أهم من الكمية.

إن التميز والتفرد يتيحان لنا الإبداع على الإنترنت ومشاركة المحتوى بسرعة. فمن خلال المدونات، وفيديوهات يوتيوب، والسير الذاتية الإلكترونية، وغيرها من المواقع الشخصية، نستطيع إبراز هذا التميز وعرض مهاراتنا.

تنشر العديد من الشركات إعلانات وظائفها فقط على الإنترنت وعلى شبكات التواصل الاجتماعي مثل تويتر، لينكد إن، فيسبوك...

إن التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي سيتيح لك اكتشاف عروض عمل جديدة.

*يدقق مسؤولو التوظيف في شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بك. كما يهتمون بنمط حياتك وهواياتك والكتب التي تفضلها... قد يكون هذا عنصراً إضافياً وحاسماً عند اختيارهم بين المرشحين.

إنّ التواجد على وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال ملف تعريف كامل ومُحدّث، سيُمكّن مسؤولي التوظيف من التعرّف عليك بشكل أفضل والاهتمام بطلبك.

***اكتشاف شركات جديدة**: اكتشف شركات جديدة لم تكن على دراية بها سابقًا، وذلك بفضل تعليقات الموظفين أو منشورات الشركات على وسائل التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، أصبحت الشركات الناشئة نشطة للغاية على هذه الوسائل.

***بناء العلاقات**: يتيح لك التواجد على الشبكات الاجتماعية إنشاء روابط مع الآخرين، وتعزيز توسيع دائرتك المهنية.

إنّ التواجد الفعال، والتفاعل، وإبداء الرأي، والمشاركة في النقاشات على الشبكات الاجتماعية (وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالشركات) والمنتديات، سيمكنك من زيادة ظهور ملفك الشخصي وإظهار قدراتك.

"أعرف كيف".

***بدون حدود،** قد يسمح التواجد على الشبكات الاجتماعية للمرشح بالتواصل مع مسؤول التوظيف الموجود في جزء آخر من العالم.

تمامًا مثل الإنترنت، لا تعرف الشبكات الاجتماعية حدودًا.

عنصر أساسي: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي أداة لا غنى عنها لمساعدتك في العثور على وظيفة. فهي لا تساعدك فقط في الترويج لنفسك، بل تعزز أيضاً ملفك المهني، شريطة، كما ذكرنا سابقاً، أن يحتوي على معلومات عالية الجودة وذات صلة.

2.2.4 بعض مواقع التوظيف الدولية عبر الإنترنت:

linkedln، viadeo،Keljob،Indeed، ،Jobijoba, DirectEmploi

مواقع التوظيف في الجزائر:Jobrapido،Algériejob،emploiticemploiPartner فرص العمل في الجزائر، .....

معالجة البريد الإلكتروني:

الكتابة تستلزم بالضرورة المراسلات. والمراسلات تعني إرسال واستلام الوثائق والملاحظات والتقارير وما إلى ذلك، وبالتالي، تسجيل التعليمات.

غالباً ما لا نولي اهتماماً لمعالجة المستندات التي نتلقاها، على الرغم من أنها تسجل التعليمات والطلبات والاستفسارات، وبالتالي، فإن المرسلين، سواء كانوا "عامين" أو خاصين، يتوقعون بالضرورة رداً.

في هذه المناسبة، سنؤكد على الالتزام المفروض على الموظفين العموميين بالرد على جميع مستخدمي الخدمات العامة. لماذا؟ لأن هناك مبدأً آخر موازياً يُلزم المستخدمين بتقديم طلب خطي في كل مرة يطلبون فيها خدمة من الإدارة. لذا، إذا كان الطلب الخطي مطلوباً، فيجب الرد بالطريقة نفسها، أي كتابياً.

تضم جميع الهيئات الحكومية والشركات والجمعيات قسمًا يُسمى "مكتب التسجيل" أو "مكتب السجل العام" أو "قسم البريد". يُعد هذا القسم بمثابة "بوابة" الإدارة. يدخل البريد ويخرج من خلاله، ولكن بعد خضوعه لإجراءات محددة. يتم فهرسة كل وثيقة تمر عبر هذا القسم، أي تحديدها. يُعد هذا التحديد بالغ الأهمية، ويتضمن تخصيص رقم وتاريخ وصول لكل وثيقة، أي لكل رسالة، بالإضافة إلى التاريخ المذكور فيها. هذا الإجراء -وهو بالفعل إجراء -إلزامي في كلا الاتجاهين: للبريد الوارد والصادر.

بالإضافة إلى ذلك، يقوم رئيس الهيكل بأعمال مراقبة دقيقة، تليها عمليات أخرى لا تقل أهمية: الفرز والتوزيع (الإرسال) ومتابعة الملفات التي تستحق الردود.

ومع ذلك، من المهم أن نتذكر جانبًا مهمًا نميل إلى نسيانه، على الرغم من أنه لا ينبغي لنا ذلك: الجانب القانوني المتعلق بالبريد أو مكتب البريد بشكل أكثر تحديدًا.

يجب نشر هذا النظام على نطاق واسع وفهمه، وإتقانه من قبل موظفي الحكومة وحتى عامة الناس. فالخدمة البريدية خدمة عامة، وبالتالي لها مهمة منظمة.

يمكن تلخيص الإطار القانوني المعني على النحو التالي:

- القانون رقم 2000-03 الصادر في 5 أغسطس 2000، والذي يحدد القواعد المتعلقة بالخدمات البريدية والاتصالات السلكية واللاسلكية،

-القانون رقم 09-04 الصادر في 5 أغسطس 2009، والمتعلق بقواعد منع ومكافحة الجرائم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والمنشور في *الجريدة الرسمية* رقم 47 بتاريخ 5 أغسطس 2009،

-المرسوم رقم 63-109 الصادر في 6 أبريل 1963، والذي يصادق على الانضمام إلى الاتحاد الدولي للاتصالات (*الجريدة* الرسمية رقم 21 الصادرة في 12 أبريل 1963)،

-المرسوم التنفيذي رقم 98-257 الصادر في 25 أغسطس 1998، بصيغته المعدلة والمكملة، والمتعلق بإنشاء خدمات التلغراف الداخلية (*الجريدة* الرسمية رقم 63 الصادرة في 26 أغسطس 1998)،

-المرسوم التنفيذي رقم 01-123 الصادر في 9 مايو 2001 (*الجريدة* الرسمية رقم 27 الصادرة في 13 مايو 2001)، والمتعلق بنظام التشغيل المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات، بما في ذلك الشبكات اللاسلكية وخدمات الاتصالات المختلفة، والذي تم تعديله واستكماله بموجب المرسوم رقم 07-162 الصادر في 30 مايو 2007 (الجريدة *الرسمية* رقم 37 الصادرة في 7 يونيو 2007).

يُقدّم هذا النص تعريفات وشروطًا يجب أن يستوفيها التوقيع الإلكتروني، مما يؤهل الوثيقة لتكون أداة رسمية. ويشير تحديدًا إلى النقاط التالية:

- بيانات لإنشاء التوقيعات الإلكترونية،

- جهاز آمن لإنشاء التوقيعات الإلكترونية

- بيانات التحقق من التوقيع الإلكتروني،

-مقدمو خدمات التصديق الإلكتروني بموجب القانون رقم 2000-03 الصادر في 5 أغسطس 2000 والمتعلق بالخدمات البريدية والاتصالات السلكية واللاسلكية (*الجريدة* الرسمية رقم 48 الصادرة في 6 أغسطس 2000).

من خلال ما سبق، من الضروري استنتاج الحاجة إلى أن تتكيف الخدمة العامة وتجهز نفسها بالموارد الكافية لضمان الاستخدام العملي لهذا النوع من البريد، وكذلك لضمان أمن شبكاتها وبالتالي أمن المراسلات نفسها، لأن هذا ينطوي على تنفيذ حكم دستوري، وهو المادة 39 من الدستور.

3.2.5- الإطار القانوني المتعلق بالأرشيفات:

وتشمل المراسلات أيضًا حفظ سجلات الوثائق الإدارية: الملاحظات والمراسلات والتقارير والمحاضر والقرارات... ومن هنا يأتي وجود الأرشيفات، التي تشكل بالتالي ذاكرة المؤسسة... كما أنها مسألة الحصول على أدلة بشأن أي قضية معينة، عبر الزمان والمكان، تمامًا كما تضمن الأرشيفات استمرارية العمل الإداري.

ويبدو أن هذا الجانب أيضاً مهمل على الرغم من أهميته الحيوية.

لقد كانت إدارة المحفوظات الوطنية على جميع المستويات -الوطنية والإقليمية والبلدية -موضوعًا للعديد من النصوص القانونية، بما في ذلك على وجه الخصوص:

- القانون رقم 88-09 الصادر في 26 يناير 1988، والمنشور في *الجريدة الرسمية* رقم 4 بتاريخ 27 يناير 1988. وقد ألغى هذا القانون المرسوم رقم 71-36 الصادر في 3 يونيو 1971 والذي أنشأ صندوقًا للأرشيف الوطني (*الجريدة* الرسمية رقم 49 بتاريخ 18 يونيو 1971).

-القانون رقم 11-10 الصادر في 22 يونيو والمتعلق بالبلدية (*JO*RA رقم 37 الصادر في 3 يوليو 2011).

-القانون رقم 12-07 الصادر في 21 فبراير 2012 والمتعلق بالولاية (*القرار* الإداري رقم 12 الصادر في 29 فبراير 2012)،

-المرسوم رقم 77-67 الصادر في 20 مارس 1977، بإنشاء صندوق أرشيف الولاية (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية رقم 27 الصادرة في 3 أبريل 1977)، والذي يتناول جميع الجوانب التنظيمية والهيكلية على المستوى المحلي، كما أنشأ مستودعًا للأرشيف البلدي.

-المرسوم رقم 88-45 الصادر في 1 مارس1988 بإنشاء المديرية العامة للمحفوظات الوطنية،

-المرسوم رقم 88-46 الصادر في 1 مارس 1988،والمتعلق بالمجلس الأعلى للمحفوظات الوطنية،

-المرسوم رقم 88-47 الصادر في 1 مارس1988بتعديل المرسوم رقم 87-11 الصادر في 6 يناير 1987 بإنشاء المركز الوطني للأرشيف.

نُشرت النصوص الثلاثة الأخيرة جميعها في *الجريدة الرسمية* للجمهورية الجزائرية العدد 9 بتاريخ 2 مارس 1988.

-التعميم رقم 499 الصادر في 5 يونيو 1993 والمتعلق بتنظيم خدمات الأمانة العامة للولاية والذي ينص على خدمة الأرشيف.

-6-أهمية الأرشيفات:

ينتج عن كل نشاط بشري منتجات أرشيفية. وتتعدد وسائل التعبير، بدءًا من الكلام وحتى الكتابة، وتزداد وسائل الحفظ عددًا، لا سيما مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ولهذا السبب، فإن جميع المؤسسات والإدارات والهيئات العامة لديها قسم للأرشيف، وهي ملزمة بموجب النصوص التي تنظمها والأحكام القانونية الأخرى بوضع هذا القسم موضع التنفيذ.

يستحق هذا النظام أيضاً أن يُعمم ويُعرف للجميع. فالأرشيفات، كما يُقال، "شأنٌ يخص الجميع" لأنها ترتبط بالذاكرة الوطنية.

تم تحديد فترات الاحتفاظ والإفصاح أو النشر فيها، بالإضافة إلى إجراءات تدمير أي أرشيف، وبالتوازي مع ذلك، تم توفير التدابير أو العقوبات.

إن الإدارة العامة، أكثر من أي مؤسسة أخرى، مطالبة وتتحمل مسؤولية حماية هذه الأموال الأرشيفية في إطار مهامها العامة وسيادتها، كونها إدارة ذات سيادة.

لا يمكننا ضمان مصداقيتنا ومصداقية الجهة التي نمثلها إلا من خلال احترام قواعد الصياغة والنشر، إذ ينطوي ذلك على التواصل ونقل المعلومات والتعليمات، لا سيما في الإدارة العامة. لذا، فإن الوضوح والدقة والإيجاز في الوثائق المكتوبة أمرٌ أساسيٌّ لبناء صورة عامة إيجابية.

منظومة الاتصال في المؤسسات الاقتصادية بالجزائر سابقا: تميزت تلك الفترة باتصال مرن في نفس المستوى التنظيمي، أي ما يصطلح عليه بالاتصال الأفقي مع كثرة الاتصال عبر ما يسمى لاتصالالنازل،وغياب شبه كلي للاتصال الصاعد الفعال.

لقد كان من أهداف هذا النمط من التسيير خلق التنسيق والتوافق بين مصالح الأطراف الفاعلة في الشركة، والتقليل ما أمكن من التناقضات الموجودة.إلا أن التطبيق الميداني أتى بالكثير من النتائج غير المشجعة،منها

1-سيطرةالجهازالمركزي على عملية اتخاذ القرارات، مما جعل الصلاحيات المنصوص عليها في القانون الأساسيشكلية، ال يمكن تجسيدها عمليا، في ظل اقتصاد مهيكل بشكل يرجع فيه اتخاذ القرارات النهائية للجهازالمركزي، وهو ما يؤدي إلى بيروقراطية،وتضييع كبيرللوقت.

1- عدم التحديد الدقيق لوظائف الأطراف المعنية باتخاذ القرارات.
2- جمود وعدم مرونة العالقات.
3- غيابا لأطروالهياكل التي تضمن عدم خروج مجلس العمال والإدارة معا، عن الإطار العام المحدد وعن أهداف الشركة.
4- ظهور تصارع شبه دائم بين الإدارة ومجلس العمال.
5- طبيعة ونوعية بعض الأمورالمتعلقة بالتسييراليوميللشركة، يتطلب نوعا من التخصص والاحتراف، مما يجعل من الأفضل عدم طرحها للمناقشات العامة، أو للتصويت عليها من طرف كل العمال.
6- بروزسلوكيات سلبية ساهمت في النيل من نفسية المسيرين و العمال النزهاء ، فقد أصبح ممثلو العمال المنتخبين عرضة للمساومات ، من قبل بعض المسيرين في الإدارةالمحلية أو المركزية ، بل أن الأغرب أن بعض المسيرين أنفسهم أصبحوا – هم أيضا – عرضة لضغوطات من ممثلي العمال لتلبية أغراضهم الشخصية الضيقة ، وصارلبعض ممثلي العمال قوة تفاوضية أكبرمن المسيرين أنفسهم ، للحصول على الامتيازات داخل المؤسسة) سيارات ، مكاتب ...(مما أثر

سلبيا على مردوديـة العمال ، و دفعهم للقيام بالإضرابات المطولـة عن العمـل) تـدوم أحيانـا عـدة أسابيع (، فقط لعزل ممثليهم على مستوى الوحدة أو الشركة.

7- تفشي مظاهر التذمر وعدم الرضى لدى العاملين.

8- الحجم الكبير للشركات، تجسيدا منطلقا لتسييرالمركزي، فقد توصلت عملية التشخيص والحوصلة التي قامت بهـا وزارة التخطيـط والتهيئـة العمرانيـة للعشـرية إلى التأكيـد على الحجم الكبـير لهـذه الشركات، ممـا جعلهـا صـعبة التسـيير،وقيـام الشـركات بوظـائف سياسـية واجتماعيـة. منـذ بدايـة الثمانينات، حدث التراجع، وقامت الدولة بالبحث عن مبررات التحول نحو نمط آخر من التسـيير، إلى أن التباطؤ كـان شـديدا ومقصـودا.وكـانت البدايـة مـع عمليـات إعـادة الهيكلـة لهـذه الشـركات الكبرى إلى مؤسسات عمومية، تكون صغيرة الحجم، ليتمكن المسيرون من التحكم فيها، وتحسـين مردوديتهـا الماليـة والاقتصـادية،وقـد أطلـق على هـذه العمليـة إعـادة الهيكلـة العضـوية 1982 للشركات الوطنية.

المشهد الاتصال في مؤسساتنا الاقتصادية، رافق تلك التغيرات المتتالية، ظهـور جو نفسي واجتماعي، الى يبعث أبدا على الارتياح، بفعل تغير أنماط التسيير وعالقـات العمـل،و تغـير تـركيبة المجتمع، مما أثـر سلبا و بصفة واضحـة، علـى العالقات الاتصالية داخل المؤسسات العمومية الاقتصادية،و كان من نتائجها السلبية ما يلي:

- عرفت المؤسسة في هـذه الفتـرة تسيبـا إداريـا وتنظيميا فضيعا.
- أصبح غرض العامل من أداء واجبه هو الأجرلا غير
- غيـاب دور فعـال للنقابـات. ونتيجـة لتـأزم الأوضـاع الاقتصـادية ، عرفـت المؤسسـات الجزائريـة مرحلـة الإصلاحات ، التي رافقها انفتاح سياسي و إعلامي واسع و " مفاجئ " ، و انعكس ذلك على الإطارالاتصال ، حيث أعطت النقابـات للعامـل الحـق في الدفـاع عن حقوقه ، فظهـرت الإضـرابات لتعزيز موقـف الاتصـال الصـاعد الـذي طالمـا شـهد خمـولا - بحيث أصـبح للعامـل حـق الاحتجـاج والتعبير عن رأيه دون الخوف على منصبه أومستقبله ، وأصبح الاتصال مرنـا وفي متنـاول الجميـع الـدعوة إلى الإضـراب أو الاحتجـاج على قـرار ، و لكن الصـراعات الأيديولوجيـة الـتي كـانت لهـا امتدادات طبيعية ، في الوسط المهني ، أفسدت العالقات ، و شحنت الأجواء بغيوم الشك ، و التربص ، و تصفية الحسابـات
- **معوقـات الاتصال داخل المؤسسات الاقتصادية بالجزائـر**: قبل التطرق لنتائج دراستنا الميدانية،يقيدنا الطالع على دراسات سابقة في بلورة رؤية مبدئية عن واقع وعوائق الاتصال التنظيمي داخل المؤسسات الاقتصادية بالجزائر

معوقات الاتصال بالمؤسسات يشكوا المديرون في العديد من المؤسسات وخاصة في الدول المتخلفة من عدة معوقات تجعل من الصعب نجح العملية إلى مستويات عالية وبذلك كلما كانت المهاراتا لاتصالية بشكل أحسن وهي جزء من كفاءات الإدارة ككل تستطيع المؤسسة تذليل تلك الصعوبات والنجاح في الاتصال. ويمكن التطرق لعدد من هذه المعوقات كما يلي: 1-صعوبة **اللغة**:

تعتبر اللغة أداة من أدوات الاتصال فكلما تساهم وتيسر عملية الاتصال قد تعرقلها وتعرف المعني وتجعله غامضا غير مفهم ومنه ال يصل إلى المستقبل وال يتحقق تفاعله وبذلك ا
ليصل إلى المستقبل وال يتحقق تفاعله وبذلك ال يصل الاتصال إلى هدفه وهو نقل المعلومات ورفض الغموض...الخ. تؤثر في عملية الاتصال من خلال هذا العنصر عدة عوامل منها: اختلافا لمستوى التعليمي والثقافي والتخصصات العلمية والمهنية وهو ما يؤدي إلى اختلافا لألفاظ وفهم تفسير الكلمات والمعاني وكذا اختلاف البيئة ولتقاليد والعادات والقيم وهي ذات جوانب ثقافية أوسع تتدخل في عملية تصور وفهم الاتصال وحتى الأهمية المعطاة لها...الخ. كما قد يكون المشكل يتعلق بأحد عناصر الاتصال وقد تكون الوسيلة المستعملة في ذلك يشوبها تشويه وهذا يرجع لسوء اختيار الوسيلة مما يصعب في اللغة.

-2 ضخامة المؤسسة:

ينجم عن ضخامة حجم المؤسسة ضخامة الهيكل التنظيمي لها ومنه تعدد المستويات الإدارية وتشعب الإدارات بعد التدرج السطحي وهذا ما يعتبر عائقا أمام الاتصالات خاصة في الحالات الطارئة والسريعة وهو ما يحدد فعالية الاتصال في المؤسسة وإذا كان لها فروع في أنحاء البلاد فهذا يخلق نوعا من الصعوبات أمام عملية الاتصال مثال يؤدي إلى تأخر وصول المعلومات والإنقاص من محتواها وتحريفها وبذلك تعرقل العملية في تحقيق أهدافها ورغم استعمال وسائل الاتصال التقنية الحديثة لكنها ال تستطيع أن تحل محل الاتصالات المباشرة من مقابلات شخصية و واستفسارات أو ملاحظات مباشرة وفي أرض الميدان.

3-**ندرة الاتصالات أو الإفراط فيها**:

وهذا يعتبر من أهم العراقيل لهذه العملية وهو أن كثرة الاتصالات تعتبر عبئا ثقيلا على العالين في المؤسسة وتعتبر ضياعا لوقت وسببا للملل والضجر لدى العاملين وقد ينعكس على فعالية عملية الاتصال وعدم تحقيقها للأهداف المرجوة منها مثال أن كثرة الاجتماعات في المؤسسة تصبح كعنصر معرقل لعملية الاتصال إذ الاجتماعات المتكررة تصبح بمرور الوقت روتينية

وهذا ما يجعلها عديمة الفعالية مما ينعكس على نفسية العمال وإحساسهم بعدم الجدوى منها حيث يصبح لديهم اجتماعات شكلية الى أكثر حيث يقلل ذلك من أهميتها واهتمامهم بها.

4-الصعوبات لنفسية والسلوكية:

نظرا لتجمع مختلف الأصناف البشرية في المؤسسة كذلك اختلاف طبيعتهم التفاعلية يمكن أن تنجم عنها صراعات أو جو يسوده التوتر وهذا الوضع يعتبر معرقلا لعملية الاتصال كما أن اختلاف المستويات والطبقات في المؤسسة قد يخلق التحيز وإقامة الحواجز بين المستويات التنفيذية والإشراقية وانعزال طبقة عند حدودها وهو ما يزيد الهوة بين مختلف المستويات ويعرقل العملية كما ان الفهم الخاطئ للمحاضرات في الاتصال والتحرير لعملية الاتصال من طرف الإدارة العليا واعتقادهم السائد أن الاتصال هو مجرد أوامر وتعليمات يولد عدم الاهتمام بالاتصال الصاعد حيث يعتبرونه مضيعة للوقت مما يؤدي إلى تسلط الإدارة وعرقلة الاتصال فمن واجب الإدارة العليا أن ترفع الحواجز وتعمل على التقرب من الطبقة العاملة ومحاولة إشراكهم في تحقيق أهداف المؤسسة وبهذا الشكل يتحقق التكامل ومنه تشجيع الاتصال، فالاتصالات تحقق الغرض منها إذا كانت تتناسب مع طموح وقيم وأغراض المستقبل لها وعلى أي حال لن توجد اتصالات ما لم تكن للرسالة أن تصل إلى القيم الإنسانية مستقبلها على حد بعيد.

طرق تحسين الاتصال:

يمكن تحسين الاتصال وهذا من خلالا لاهتمام بالمدير من جهة وجميع أفراد المؤسسة من جهة أخرى لذلك نقدم هذه الاقتراحات لتحسين هذه العملية الاتصالية.

1-نعلم أن طرفي الاتصال هما المستقبلو المرسل حيث يقوم المرسل بإيصال المعلومة أو الفكرة إلى المستقبل ويتحقق ذلك عن طريق استماع المستقبل للمرسل لذلك يعتبر عنصر الاستماع أهم عامل يساهم في تحسين الاتصال وعليه فإن المستمع الجيد هو الذي يوظف الاستماع كما يوظف الكلام ويكون متفتح العقل والفكر الاستقبال الرسالة أي أنه يستمع بعقله الى بأذنه حيث الى يكون المتحدث جيد حتى يتعود أن يعيد الاستماع ولن يكون مهما حتى يكون مهتما.

2-الوضوح والسهولة: وذلك من خلال اختيار المصطلحات البسيطة من طرف المرسل

. -3من الضروري توعية كافة المستويات التنظيمية بأهمية الاتصال ودوره في المساعدة لبلوغ الأهداف وخلق روح العمل الجماعية.

. -4 مطابقة القول مع العمل بخلق جو من الثقة والالتزام ولذا يجب معرفة إمكانية التنفيذ قبل الإفصاح بالقول

5-إعطاء الوقت الكافي مستقبل الرسالة لفهم أبعادها.

6 -إتاحة الفرصة للأفراد داخل المؤسسة الاستفسار وتبادل الأفكار والمناقشة وذلك من خلال خلق مناخ جيد من طرف المدير.

7-عند حدوث مشاكل أو مواجهة صعوبات على المدير أن يسعى إلى معالجة هذه المشكلة ثم بعد ذلك البحث عن المتسبب فيها.

8-وجود شكلية اتصالات رسمية محددة وواضحة ومعروفة لدى العاملين.

9-عدم تجاهل الاتصال الرسمي لشبكات الاتصال غير الرسمي

الخاتمة:

نخلص من خلال ما تقدم إلى القول بانّ الاتصال يعد ضرورة حيوية بالنسبة للمؤسسة، نظراً لما يمثله من أهمية بالغة على مختلف الأصعدة. والعمل الإداري بصورة عامة يتطلب بالأساس اكتساب جملة من المعارف، لاسيما الإدارية والقانونية، كما يتطلب أيضا اكتساب الموظف أو الإداري لمهارات تقنية يحتاجها من أجل تحرير وإعداد مختلف الرسائل والوثائق الإدارية والتي تعتبر عصب التسيير والإدارة.

لا يمكن ضمان المصداقية إلا بالالتزام بقواعد الكتابة والتحرير، إذ ينطوي ذلك على التواصل ونقل المعلومات والتعليمات، لا سيما في الإدارة العامة. فالوضوح والدقة والإيجاز في التواصل الكتابي عناصر أساسية لصورة إدارية إيجابية. بعد إتمام هذه الدورة، لاحظتُ أن موضوع التواصل والكتابة الإدارية يثير اهتمام الطلاب حقًا، ولكن يجب مواصلة هذا الجهد لأن هؤلاء الطلاب هم قادة المستقبل، وسيُطلب منهم شغل مناصب إدارية، مما يستلزم منهم كتابة الوثائق الإدارية. ستكون هذه المهارة ضرورية في دراستهم وحياتهم المهنية وعلاقاتهم الشخصية وحياتهم اليومية عمومًا. سواء أكان الهدف هو إيصال المعلومات أو الطلبات أو الشكر أو التعبير عن الرضا أو الاستياء أو المودة، إلخ، يجب على الطالب أن يتعلم كتابة الرسائل الرسمية وشبه الرسمية وغير الرسمية. ويمكن القول، دون أدنى شك: **"أرني كيف تكتب، وسأخبرك من أنت".**

الملحق 1:

بعض الأمثلة على الرسائل الإدارية:

رسالة دعوة لحضور اجتماع:

رسالة إلى الإدارة

الاسم واللقب

المصلحة:

كلية...

العنوان الشخصي

إلى مدير الأكاديمية

من الولاية xxxxx

يشرفني أن أبلغكم أنني سأشارك، وفقًا للمرسوم رقم 82/447 الصادر بتاريخ 28/05/1982، في الاجتماع الإعلامي للنقابة العمالية الذي تنظمه XXXX-، في 25 يناير 2025 الساعة 10 صباحًا.

أرجو أن تتقبل، سيدي مدير الأكاديمية، تعبيري عن مشاعري الأكثر احتراماً.

التاريخ، التوقيع

الملحق 2:

طلب إجازة مرضية

الاسم واللقب:

المصلحة:

العنوان الشخصي:

رقم الهاتف:

عنوان البريد الإلكتروني:

إلى مدير الأكاديمية

من الولاية xxxxx

الموضوع: طلب إجازة مرضية

بناءً على نصيحة طبيبي المعالج، أرجو منكم التكرم بالنظر في منحي إجازة مرضية لمدة [المدة] تبدأ من [التاريخ].

تجدون طيه الشهادة الطبية.

التاريخ، التوقيع

الملحق 3:

طلب إعفاء

الاسم واللقب

المصلحة:

كلية:

العنوان الشخصي:

إلى مدير الأكاديمية

من الولاية xxxxx

الموضوع: طلب إعفاء

يشرفني أن أتقدم بطلب نقل من مدرسة ..... لكي أتمكن من الالتحاق بمدرسة ..... [أو في حال تعذر ذلك، مدرسة ..... في .....]، وذلك للأسباب التالية: .....

تجدون طيه المستندات الداعمة بالإضافة إلى نسخة من طلب (طلبات) النقل الخاص بي .

تفضل بقبول تحياتي، السيد مدير الأكاديمية

، تعبيراً عن مشاعري الأكثر احتراماً.

التاريخ، التوقيع

الملحق 4:

اسمك ولقبك وعنوانك

منك إدخال عنوان المستلم في

الموضوع: طلب تدريب (حدد *مسمى التدريب)*

السيد/السيدة المحترم/ة،

أكتب إليكم لأعرب عن رغبتي الشديدة في الانضمام إلى شركتكم لإكمال دراستي و/أو تحقيق هدفي في أن أصبح (حدد الوظيفة المطلوبة*). لذلك، أتقدم بطلبي (اختر:* طلب توظيف غير مطلوب كـ "مسمى وظيفي" / طلب توظيف بعد عرض التدريب كـ "مسمى وظيفي"*) لفترة* (حدد الفترة).

تُثير شركتكم اهتمامي بشكل خاص لأن (هنا، أثبت أنك قد بحثت في الشركة والقطاع *). (*مثال: مهام البرمجة التي يمكنني القيام بها تجعلني متحمسًا للمساهمة في مشروع معالجة البيانات الشامل لديكم).

خلال دراستي و/أو خبراتي المهنية، طورت مهارات محددة في (هنا، حدد المهارات، حسب الوظيفة والشركة التي تتقدم لها *).*

بدافع من التحديات التي تقدمها شركتكم، وشغفي بالتعلم، وعزمي على تحقيق أهدافي المهنية، فإن الانضمام إلى (اسم الشركة/المؤسسة *) يمثل تحديًا أود خوضه بكل سرور.*
آمل بصدق أن ألتقي بكم لإجراء مقابلة شخصية تُمكنكم من تقييم دوافعي بأنفسكم.

أرجو قبول، سيدتي/سيدي، تعبيري عن تقديري الصادق والمحترم.

التاريخ، التوقيع

اسمك ولقبك

الملحق 5:

طلب إعفاء

الاسم واللقب

المصلحة:

كلية:

العنوان الشخصي

الى السيد مدير الجامعة

***الموضوع*: طلب إصدار شهادة جامعية ورقية**
رقم الهاتف: [أدخل رقم هاتفك الجوال]
رقم البريد الإلكتروني: [أدخل عنوان بريدك الإلكتروني]

حضرة مديرجامعة[أدخل اسم الجامعة]،

خلال فترة الامتحانات في[أدخل السنة]، حصلت على شهادة[أدخل اسم الشهادة]*من* جامعة/مؤسسة[أدخل اسم المدينة /الجامعة]. أتقدم إليكم

بهذا الطلب، وأرجو منكم التكرم بإصدار هذه الشهادة لي ورقياً.

مع خالص الشكر والتقدير، حضرة مديرالجامعة[أدخل اسم الجامعة]، وتفضلوا بقبول فائق الاحترام.

[التوقيع]

الملحق 6:

بعض قوالب المستندات:

1- مثال على تقرير نشاط:

تقرير النشاط

يجب أن تتضمن صفحة الغلاف

- الاسم الأول والأخير
- أرقام التسجيل
- عدد التقارير المقدمة: مثال: التقرير 1، التقرير 2
- تاريخ آخر تحديث للوثيقة

ينبغي أن يمكّن تقرير النشاط العميد المساعد من تحديد طبيعة المهام التي يؤديها الطالب خلال الساعات الثماني المخصصة لهذا النشاط أسبوعياً.

لذا فإن الهدف هو وصف تسلسل الأحداث بإيجاز على مدار الساعات.

يجب أن يوقع على التقرير المستشار القانوني المسؤول في نهاية الفترة ذات الصلة.

مثال:

الثلاثاء، 2 مايو 2017، 9:00-10:30: حضرت مقابلة مع عميل، 10:30-11:00

ناقشتُ القضية مع المحامي الذي طلب مني صياغة إشعار رسمي. صياغة الإشعار الرسمي: الأربعاء، 7 يونيو 2025، من الساعة 9:00 صباحًا إلى 12:00 ظهرًا: رافقتُ المحامي إلى المحكمة، من الساعة 2:00 ظهرًا إلى 5:00 مساءً.

طلب مني المحامي إجراء بعض الأبحاث حول مسؤولية المالك.

بدأتُ هذا العمل في مكتبة المكتب. الخميس، 6 يوليو 2025، من الساعة 9 صباحًا حتى 12 ظهرًا: بحثٌ في المكتبة حول مسؤولية المالك، وما إلى ذلك.

يرجى إرسال تقارير الأنشطة عبر البريد الإلكتروني إلى الإدارة أو وضعها في الصندوق الموجود خارج مكتب المدرسة (xxx).

الملحق 7:

تسمية المؤسسة المُرسِلة

اسم المكتب المُرسِل (المُرسِل) وهران بتاريخ:

إلى (المستلم)

وصل الإرسال

رقم المرجع: ...../SE /2026

ملاحظة	عدد النسخ	تحديد الأجزاء
		تجدون المرفق التالي:

القسم **وهران:**

الملحق 8:

التقرير:

عنوان الاجتماع: [هدفالاجتماع]
التاريخ: [التاريخ]
الوقت: [وقت البدء] - [وقت الانتهاء]
المكان: [منصة تحديد الموقع الجغرافي وعقد المؤتمرات المرئية]
المشاركون: [قائمة المشاركين]
الغائبون: [قائمة الغائبين]

بنود جدول الأعمال:

1. [البند 1 من جدول الأعمال]
   - نقاط للنقاش:
     - [ملخص موجز للمناقشة]
   - القرارات المتخذة:
     - [قرارات]
   - الإجراءات الواجب اتخاذها:
     - [الإجراء المطلوب اتخاذه] - [الشخص المسؤول] - [الموعد النهائي]
2. [البند الثاني من جدول الأعمال]
   - نقاط للنقاش:
     - [ملخص موجز للمناقشة]
   - القرارات المتخذة:
     - [قرارات]
   - الإجراءات الواجب اتخاذها:
     - [الإجراء المطلوب اتخاذه] - [الشخص المسؤول] - [الموعد النهائي]

الملحق 9:

:الإنذار

اسمك ولقبك وعنوانك

الموضوع: إنذار بالإهمال المهني،

السيد أو السيدة[يرجى تحديد الاسم الكامل للموظف]،

في [حدد تاريخ الملاحظة] ،لاحظنا أنك *[حدد الإهمال الملحوظ:* لقد قصّرت]وفقًا لقواعد السلامة في الشركة، غادرتَ مكان عملك دون مبرر، وتصرفتَ بشكل غير لائق تجاه عميل/زميل/مشرف، ولم تكن ترتدي زي العمل الرسمي، وتناولتَ الطعام بالقرب من مكان عملك (وهو أمر ممنوع منعًا باتًا)، إلخ. ووفقًا للوائح الداخلية للشركة/الاتفاقية الجماعية الوطنية لـ [حدد الاتفاقية الوطنية ذات الصلة] وتعليمات السلامة، لم تلتزم بتوجيهات الشركة. لذلك، أُبلغك بأنك تتلقى *هذا الإنذار* الأول كإجراء تأديبي، نظرًا لمسؤوليتك.

أنا على استعداد لمناقشة هذا القرار معك شخصيًا، وتفضلو/ بقبولفائق الاحترام،

[التوقيع]

الملحق 10:

:الفاتورة

اسم المؤسسة محررة الفاتورة المورد

العنوان

المدينة

البريد الإلكتروني

الرقم الضريبي

.....فاتورة رقم

اسم المؤسسة الزبون

العنوان

المدينة

البريد الإلكتروني

الرقم الضريبي

نوعية البضاعة	العدد	سعر الوحدة	المجموع

التوقيع والختم

أسئلة حول الاتصال والتحرير الإداري:

اجب بنعم او لا (دون تعليل او شرح)

1- الاعلام هو عملية تبادل بين طرفيه ولكل واحد منهما معلومة او فكرة يقدمها للطرف الاخر))(لا)
2- المعلومات هي المعطيات الخام التي تكون قبل المعالجة ولا يمكن ان تكون اساسا لاتخاذ القرارات) لا)
3- الاتصال هو عملية نقل المعلومة من الذي يعرف الى الذي لا يعرف) لا)
4- البيانات نتحصل عليها بعد عملية المعالجة للمعطيات الخام ونستطيع اتخاذ القرارات بناء عليها) لا)
5- الاتصال: هو عملية تبادل للمعلومات بين طرفين او أكثر)نعم)
6- الاعلام: هو عملية نقل المعلومة من الذي يعرف الى الذي لا يعرف)نعم)
7- الاتصال اللفظي: يعتمد على الجانب اللغوي)نعم)
8- الاتصال الغير لفظي :يعتمد على المظهر العام من تصرفات وإيماءات)نعم)
9- الاتصال الغير رسمي: يسلك ويتم عبر الطريق الاداري) لا)
10- الاتصال الإداري: هو عملية نقل وتبادل المعلومات بين طرفين داخليا او خارجيا، من اجل تحقيق اهداف معينة، وذلك بالاعتماد على وسائل اتصال معينة (شفوية او كتابية تقليدية او الكترونية))نعم)
11- التحرير الإداري: هو عملية نقل وتبادل المعلومات بين طرفين داخليا او خارجيا، من اجل تحقيق اهداف معينة، وذلك باستخدام وسائل اتصال كتابية (تقليدية او الكترونية))نعم)
12- التحرير الإداري وسيلة من وسائل الاتصال الاداري)نعم)
13- الاتصال الرسمي: هو عملية نقل وتبادل المعلومات عبر خطوط السلطة الرسمية في اطار الهيكل التنظيمي (صاعد، نازل،افقي))نعم)
14- الاتصال غير الرسمي: هو عملية نقل وتبادل المعلومات بين افرد المؤسسة بشكل تلقائي نتيجة العلاقات الاجتماعية القائمة بينهم، وذلك خارج نطاق السلطة الرسمية)نعم)
15- الاتصال الداخلي: يمثل النشاط الذي يسمح بانتقال المعلومات بين الموظفين، الاقسام، والادارات داخل المؤسسة بغرض تحقيق الأهداف التنظيمية المسطرة)نعم)
16- ينقسم الاتصال الداخلي الى قسمين: اتصال رسمي واتصال غير رسمي)نعم)
17- يأخذ الاتصال الداخلي اتجاهيين: اتصال عمودي واتصال افقي)نعم)
18- الاتصال الغير الرسمي: اذا سلك الطريق الاداري يصبح اتصالا رسميا)نعم)
19- الوثائق الإدارية: هي محررات إدارية هدفها الأساسي هو نقل وتبادل المعلومات بين طرفين، اما داخليا او خارجيا، وقد تكوم شخصية او رسمية، وتكون في اتجاهيين.)لا)

الصحيح: هي محررات إدارية هدفها الأساسي هو الإخبار والإعلام والوصف والسرد لإحداث ووقائع او نشاطات، تكون في الغالب رسمية وداخلية وفي اتجاهين.

20- المراسلات الادارية: هي محررات إدارية هدفها الأساسي هو الإخبار والإعلام والوصف والسرد لإحداث ووقائع او نشاطات، تكون في الغالب رسمية وداخلية وفي اتجاهين.)لا)

الصحيح: هي محررات إدارية هدفها الأساسي هو نقل وتبادل المعلومات بين طرفين، اما داخليا او خارجيا، وقد تكوم شخصية او رسمية، وتكون في اتجاهيين.

21- ان كل وثيقة إدارية هي مراسلة إدارية والعكس غير صحيح)لا)

22- يقصد بالمرجع التذكير بوثائق سابقة يرجع اليها عند الضرورة)نعم)

23- يقصد بالتسلسل الاداري احترام السلم الاداري وهياكل الادارة أي مستوياتها)نعم)

24- يقصد بمبدا الحياد في التحرير الاداري عدم تدخل صاحب السلطة)لا)

25- نقصد بالتلقائية ان الوثائق الادارية في المؤسسة لا تنتج من اجل ان تنتج، أي تنتج بشكل الي غير مقصود)نعم)

26- وحدوية الموضوع يقصد بها تناول موضوع واحد في الرسالة الادارية)نعم)

27- تعتبر المرفقات من العناصر الثابتة في الرسالة الادارية)لا)

28- لا فرق بين التفويض بالإمضاء والتفويض بالمسؤولية (بالسلطة))لا)

29- لا فرق بين الدعوة والاستدعاء)لا) الدعوة طوعية والاستدعاء اجباري

30- التفويض بالإمضاء شخصي لا يزول بزوال احد الطرفين) لا)

الصحيح التفويض بالإمضاء شخصي يزول بزوال احد الطرفين

31- لا يشترط في الإمضاء بالتفويض ان يكون كتابيا) لا)

الصحيح التفويض بالإمضاء شخصي يزول بزوال احد الطرفين

32- لا يعتبر الإشهار رسالة إدارية)لا)

الصحيح يعتبر الإشهار رسالة إدارية

33- لا يمكن الاستغناء عن عبارة المجاملة الختامية في الرسالة الإدارية المرفقية)لا)

الصحيح: يمكن الاستغناء عن عبارة المجاملة الختامية في الرسالة الإدارية المرفقية

34- يمكن تحريرالمحضر وعرض الحال في الجلسة (نفس الاجتماع)) نعم)

35- يمكن للموظف في المؤسسة تحرير نوعين من الرسائل الادارية لسلطته)نعم)

36- المذكرة بطبيعتها نازلة دائما)نعم)

37- يلغى العمل بالمذكرة عند نهاية السنة)لا)

38- يهدف جدول الارسال الى ترتيب الملفات في جدول)لا)

39- يعتبر كل من الاستدعاء والدعوة من الرسائل الادارية، الا ان الاستدعاء لا يهدف الى طلب حضور شخص او اشخاص معنيين بصفة الزامية، اما الدعوة تهدف الى حضور شخص او اشخاص معينين بصفة طوعية)لا)

40- لا تستخدم البرقية في حالة القرب المكاني)نعم)

41- المحضر: هو وثيقة ادارية هامة تستخدم لوصف او تحليل مشكلة مطروحة او عمل منجز او حادثة سير او سير مرفق معين) لا)

42- التقرير الاداري: هو وثيقة ادارية هامة تكتسي طابع المستند القانوني الحائز على قوة الاثبات، اذ يتم بموجبه اثبات حادث او معاينة واقعة معينة.)لا)

43- عرض الحال: هو وثيقة ادارية اعلامية هامة تهدف الى ابلاغ الرئيس الاداري واحاطته علما بحادث او واقعة او مجريات مهمة عمل او لجتماع، كما يستخدم ايضا في نقل وتحويل الوثائق والميتندات بين المصالح الادارية.)لا)

44- الفرق بين القرار والمقرر:يصدر القرار من سلطة ادارية عليا، والمخول بإمضائها المسؤول المفوض بالسلطة، اما المقرر وثيقة تحرر داخل المؤسسة وفي احد مستوياتها التنظيمية، ويصدر في قضايا اقل اهمية من القرار.)نعم)

45- الفرق بين التقرير والمذكرة الاعلامية: التقرير يقوم بأعدادهووتحريره الموظف ليرفعه لرئيسه، اما المذكرة تحرر من قبل الرئيس الى المرؤوس.)نعم)

46- الفرق بين المحضر وعرض الحال: المحضر هو وثيقة رسمية تكتسي طابع الاثبات خيت تدرج المقترحات والحلول، بينما عرض الحال مجرد استعراض لوقائع معينة (وثيقة اعلامية واخبارية))نعم)

47- الفرق بين صيغ التقديم بمرجع وصيغ التقديم بدون مرجع: صيغ التقديم بمرجع تكون في حالة كان للوثيقة الادارية مرجع (سند، وثيقة، قرار...)، وصيغ التقديم بدون مرجع تكون في حالة عدم وجود سند او وثيقة يعتمد عليها في عملية التحرير.)نعم)

48- يمكن حصر أنواع المذكرة الإداريةفي ما يلي: المذكرة المصلحية، المذكرة العامة)لا)لانه لا يشمل كل العناصر

49- يمكن حصر أنواع المناشير في ما يلي: المنشور التأويلي، المنشور التنظيمي، المنشور التنفيذي)لا) لأنه لا بشمل كل العناصر

السؤال الثاني:

اختر الاجابة الصحيحة بنعم او لا (دون تعليل او شرح)

9- اهم متطلبات (مرتكزات) التحرير الاداري الفعال

أ- متطلبات قانونية: احترام البناء الفكري واللغوي في صياغة موضوع المحرر، الدقة، الوضوح، الايجاز، التجرد،...))لا)

ب- متطلبات موضوعية:ضرورة ادراج العناصر الضرورية (الدمغة، الراسية ، المرسل والمرسل اليه، الرقم، الموضوع ...))لا)

ت- متطلبات شكلية: احترام المتطلبات الشكلية والموضوعية، احترام التسلسل الاداري...)لا)

10- تتمثل وثائق السرد الاداري في ما يلي:

أ- المحضر: هو وثيقة ادارية هامة تستخدم لوصف او تحليل مسألة مطروحة او عمل منجز او حادثة سير او سير مرفق معين) لا)

ب- التقرير الاداري: هو وثيقة ادارية هامة تكتسي طابع المستند القانوني الحائز على قوة الاثبات، اذ يتم بموجبه اثبات حادث او معاينة واقعة معينة.)لا)

ت- عرض الحال: هو وثيقة ادارية اعلامية هامة تهدف الى ابلاغ الرئيس الاداري واحاطته علما بحادث او واقعة او مجريات مهمة عمل او لاجتماع، كما يستخدم ايضا في نقل وتحويل الوثائق والمستندات بين المصالح الادارية.)لا)

،ملاحظة: للتأكد والفهم أكثر الرجاء العودة للتعاريف والمفاهيم الواردة في المحاضرات

السؤال الثالث:

الاجابة: من حيث الشكل فان جدول الارسال يتضمن العناصر التالية:

1- الدمغة، وهي شعار الدولة والطابع وعنوان المؤسسة او الادارة
2- رقم تسجيل الارسال في البريد الصادر
3- بيان المرسل، يذكر فيه صفة المرسل
4- بيان المرسل، يذكر فيه صفة المرسل اليه اذا كان شخصا معنويا، او اسمه ولقبه وعنوانه الاداري اذا كان شخصا طبيعيا
5- عنوان الوثيقة " جدول الارسال" يدون في وسط الورقة بالبند العريض
6- مضمون جدول الإرسال ويتكون من ثلاثة اعمدة

المراجع:

أولاً: كتب ومؤلفات متخصصة:

الاتصال الإداري و التنظيمي-المفاهيم و الأساليب,رضوان محمود عبد الفتاحالمجموعة العربية للتدريب* والنشر، القاهرة، 2021.

- سناء محمد الجبور: الاتصال الإداري وإدارة الأزمات، دار اليازوري العلمية، عمان، 2020.
- بوحميدة عطاء الله: مبادئ في المراسلات الإدارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013.
- حموي شريف: المراسلات التجارية بين النظرية والتطبيق، دار الاتكال، عمان، 1992.
- غازي أبوزيتون: اتصالات الأعمال، دار الحامد، عمان، 2015.
- إبراهيم بن منصور: جامعة سوق أهراس: التحرير الإداري، دار الهدى للطباعة والنشر.
- الأخضر دعلوس، " تقنيات التحرير ومعالجة البريد الإداري"، دار الأيام، عمان، ط1، 2020.

ثانياً: مطبوعات ومحاضرات جامعية (الجزائر):

- مميش علي، رزاق العربي: وزارة التربية الوطنية، الجزائر، 2010.التحرير الإداري
- وزاني محمد: ، الفا للوثائق، 2022.التحرير الإداري

ثالثاً: مقالات ودراسات:

- سلطان بن سعد القحطاني: "دور عناصر الاتصال الإداري في تحسين الأداء التنظيمي" المحلة العربية للإدارة،

مراجع باللغة الفرنسية:

http:://www.wikio.fr (processus de communications)-(عملية الاتصال)

- BEAUDET, C (2001), Clarté, lisibilité, intelligibilité des textes : un état de la question et une proposition pédagogique, In Recherches en rédaction professionnelle, vol.1, n°1, pp.1-17, consulté le 05.05.2013, url : www.academia.edu/11637860.

- Brahic, M(2007), Mieux rédiger ses écrits professionnels : Lettres, messages électroniques, comptes rendus, rapports, analyses et synthèses.

- Eyrolles BOISVERT, Daniel. Le procès-verbal et le compte rendu : des valeurs ajoutées à vos réunions, 2e éd., Cap-Rouge, Presses interuniversitaires, 2004, XX, 120 p. (Communication et société).

-CHARAUDEAU, P (1992), Grammaire du sens et de l'expression, Paris, Editions Hachette Education, 927 pages.

- Fayet, M,(2006), Modèles types de lettres et courriers électroniques. Paris : éd. d'Organisation

- Fouilloux, M(2005). Erreurs à supprimer dans les courriers commerciaux. http://ww2.acpoitiers.fr/ecogest/IMG/pdf/Erreurs_a_supprimer.pdf - -

- GANDOUIN J (2004), Initiation à la rédaction administrative, Les cahiers de la formation administrative, 264 pages.

- OLIVE, Th et PIOLAT, A (2003), Activation des processus rédactionnels et qualité des textes, In le langage et l'homme, volume 38, n°2, pp.191-206,

- PENE, S. (1993), La lettre type entre stéréotypie et singularité, In Langage et travail, CRG, 99 pages, n°6, Ecole polytechnique, Paris, pp.39-62.

- PEPIN, L., (2001) Renforcer la cohérence d'un texte : Guide d'analyse d'autocorrection, Lyon, Editions Chronique Sociale, 130 pages.

- QUEFFELEC, A et al, (2002), Le français en Algérie, Lexique et dynamique des langues, Editions Duculot, Bruxelles : A. de Boeck, 592 pages.