

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي- ام البواقي
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
السنة أولى ماستر / تخصص نقدي ومالي

السداسي: الأول **اسم الوحدة: المنهجية**

اسم المادة: الاتصال والتحرير الإداري **/ الرصيد: 4** **المعامل: 2**

أستاذ المادة: الأستاذ الدكتور/عثماني أحسين

ath.hassine64@gmail.com

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي بن مهيدي - ام البواقي
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم المالية والمحاسبة
السنة أولى ماستر / تخصص مالية المؤسسة

السداسي: الأول **اسم الوحدة: المنهجية**

اسم المادة: الاتصال والتحرير الإداري **/ الرصيد: 4** **المعامل: 2**

أستاذ المادة: الأستاذ الدكتور/عثماني أحسين

ath.hassine64@gmail.com

[1 What is Communication?](#)

[2 Communication Meaning](#)

[3 Communication Definition](#)

[4 Need for Communication](#)

[5 Purpose of Communication](#)

[5.1 Purpose To inform](#)

[5.2 To persuade](#)

[5.3 To educate](#)

[5.4 To train](#)

[5.5 To motivate](#)

[5.6 To integrate](#)

[5.7 To relate](#)

[5.8](#)

[6 Importance of Communication](#)

[7 Forms of Communication](#)

[8 Process of Communication](#)

[8.1 Sequencing of Communication Process](#)

[9 Elements of Communication Process](#)

[10 Objectives of Communication](#)

[11 Nature of Communication](#)

[12 7 C of Communication](#)

[13 Barriers To Communication](#)

[•14 Business Communication Notes](#)

برنامج المادة:

الجزء الأول: الاتصال

1- تعريف الاتصال:

1-1- الاتصال لغة

1-2- الاتصال اصطلاحا

2- طبيعة خصائص الاتصال

3- وظائف واهداف الاتصال

4- اهمية الاتصال

5- اشكال الاتصال

6- عملية الاتصال

7 C's -7

8- نماذج الاتصال

9- اتصال المنظمات

10- عوائق الاتصال الفعال

الجزء الثاني: التحرير الإداري

أولاً: مفهوم التحرير الإداري وشروطه

1 – مفهومه

2 – شروطه

3- ما ينبغي على المحرر الإداري القيام به قبل وأثناء وبعد الانتهاء من تحرير المراسلة الإدارية

ثانياً: الرسالة الإدارية

1- أهمية المراسلات الإدارية

2 – الرسالة الإدارية

1.2 – تعريفها.

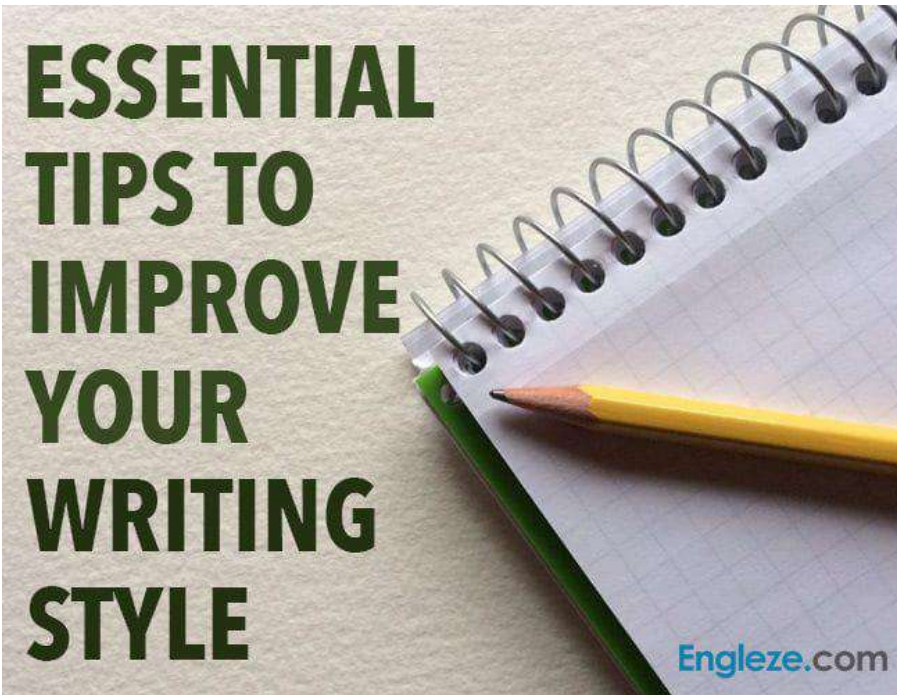
2.2 – أنواعها

1.2.2 – الرسالة الإدارية ذات الطابع الرسمي

2.2.2 – الرسالة الإدارية ذات الطابع الشخصي

3 – بيان السيرة العلمية والمهنية

4 – تطبيقات على الرسالة الإدارية



ثالثا: وثائق التبليغ

- 1 - جدول الإرسال، تطبيقات على جدول الإرسال
- 2 - الاستدعاء، تطبيقات على الاستدعاء
- 3 - الدعوة، تطبيقات على الدعوة
- 4 - البرقية الرسمية، تطبيقات على البرقية الرسمية

رابعا: وثائق إدارية غير الرسالة

- 1 - المذكرة، تطبيقات على المذكرة
- 2 - المنشور، تطبيقات على المنشور
- 3 - التعليم، تطبيقات على التعليم
- 4 - الإعلان، تطبيقات على الإعلان

ثالثا: وثائق السرد والوصف والتحليل

- 1 - المحضر، تطبيقات على المحضر.
- 2 - عرض الحال، تطبيقات على عرض الحال
- 3 - التقرير، تطبيقات على التقرير

رابعا: النصوص التشريعية والتنظيمية

- 1 - النص التشريعي : - تعريفه، أنواعه، تطبيقات على النص التشريعي
 - 1.1 - الدستور، تطبيقات على الدستور
 - 2.1 - القانون، تطبيقات على القانون
 - 3.1 - الأمر، تطبيقات على الأمر
- 2- النص التنظيمي: تعريفه، أنواعه، شكله المادي، تطبيقات على النص التنظيمي
 - 1.2 - المرسوم، تطبيقات على المرسوم
 - 2.2 - القرار، تطبيقات على القرار
 - 3.2 - المقرر، تطبيقات على المقرر

الجزء الأول

[illegible]

الخصم

What is it?

What comes to your mind when you hear the
word « communication »?

This may also impact how they give meaning to
« **communication** »?

Consediring to the etymologocal definition or
the original of the word.

The English word '**communication**' has been derived from the Latin word, '**Communicare**' which means to impart or participate or to transmit. The word 'Communicare' is derived from the root 'Communis' which means to make "**Common**" or to share with someone in communication.

This emphasizes the importance of sharing common information ideas and messages, it is not merely issuing orders and instructions.

So what is communication?.

We could spend all day defining the word and still it would never be enough since communication is very broad in its sense.

Truly defined communication in a way that all people understand, we must define all the things that make up affect and effect communication.

Various definitions for the word were given by communication experts, this mainly because there had been lots of theories that have been proposed to describe predict and understand the behaviors and phenomena of which communication exists.

Different individuals define communication in different ways depending on how they feel about it. Since every person understands the world differently based on their own point of view.

تم تقديم تعريفات مختلفة للكلمة من قبل خبراء الاتصال، ويرجع ذلك أساسًا إلى وجود الكثير من النظريات التي تم اقتراحها لوصف التنبؤ وفهم السلوكيات والظواهر المتعلقة بالاتصال الموجود .

يعرّف مختلف الأفراد الاتصال بطرق مختلفة اعتمادًا على ما يشعرون به تجاهه .
لأن كل شخص يفهم العالم بشكل مختلف بناءً على وجهة نظره الخاصة .

Some of these definitions of communication are given below:

1- Communication is the intercourse by words, letters or messages. **-Fred G.Meyer.**

2- Communication is an exchange of facts, ideas, opinions or emotions by two or more persons. **- W.H. Newman and C.F. Sumer Jr..**

فيما يلي هذه بعض من تعريفات الاتصال :

**1- الاتصال هو الاجتماع بالكلمات أو الحروف أو الرسائل –
فروود جي ماير .**

**2- التواصل هو تبادل الحقائق أو الأفكار أو الآراء أو
المشاعر بين شخصين أو أكثر –**

و.ح. نيومان وسي.ف. سومر جونيور

3- Communication is the process by which information is transmitted between individuals or organizations so that an understanding response results. **Peter Little.**

4- The transfer of information from one person to another, irrespective of whether or not it elicits confidence. **Harold Koontz & Cyril O. Donell.**

3 - الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل المعلومات بين الأشخاص أو المنظمات، بحيث ينتج عنها استجابة متوافقة أو مفهومة.

بيتر ليتل

4 - نقل المعلومات من شخص إلى آخر بغض النظر عما إذا كان ذلك يثير الثقة أم لا -

هارولد كونتز، سيريل أو. دونيل

5- Communication is an interchange of thoughts, opinions, or information through speech, writing or signs. **Robert Anderson**

6- Communication is any behaviour that results in an exchange of meaning. **American Marketing Association**

7-Communication is the transfer of information from one person to another person. It is a way of reaching others by transmitting ideas, facts, thoughts, feeling and values. **Keith Davis.**

5- التواصل هو تبادل الأفكار أو الآراء أو المعلومات من خلال الكلام أو الكتابة أو الإشارات.

روبرت أندرسون

6- التواصل هو أي سلوك يؤدي إلى تبادل المعنى.

جمعية التسويق الأمريكية

7- الاتصال هو نقل المعلومات من شخص إلى شخص آخر.

إنه طريقة للوصول إلى الآخرين عن طريق نقل الأفكار والحقائق والأفكار والمشاعر والقيم.

كيث ديفيس

8-Communication may be broadly defined as the process of meaningful interaction among human beings, more specifically, it is the process by which meanings are perceived and understanding is reached among human beings.

D.E. McFarlad.

8- يمكن تعريف الاتصال على نطاق واسع بأنه عملية تفاعل هادفة بين البشر، وبشكل أكثر تحديدًا، هو العملية التي يتم من خلالها إدراك المعاني والوصول إلى التفاهم بين البشر.

د. ماكفارلاد

9- Communication is a process of sharing and conveying messages or information from one person to another within and across channels, contexts, media, and cultures(**Steven McCornack 2014**).

10- Communication means to inform, to tell, to show, or to spread information. Thus, it may be interpreted as an interchange of thought or information to bring about understanding and confidence for good industrial relations.

9- التواصل هو عملية تبادل ونقل الرسائل أو المعلومات من شخص إلى آخر داخل وعبر القنوات والسياقات ووسائل الإعلام والثقافات.

ستيفن ماكورناك 2014

10- الاتصال يعني الإعلام أو الإخبار أو العرض أو نشر المعلومات.

وبالتالي، يمكن تفسيره على أنه تبادل للأفكار أو المعلومات لتحقيق التفاهم والثقة من أجل علاقات صناعية جيدة .

11- Communication can broadly be defined as the exchange ideas, messages and information between two or more persons. But we all know that communication is not just the mere transfer of messages from one person to another.

goes beyond that for there should be mutual understanding between the persons involved.

11- يمكن تعريف الاتصال على نطاق واسع بأنه تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات بين شخصين أو أكثر.
ولكننا نعلم جميعاً أن التواصل ليس مجرد نقل الرسائل من شخص إلى آخر.

بل يتجاوز ذلك لأنه يجب أن يكون هناك تفاهم متبادل بين الأشخاص المعنيين .

12- Communication is the act of transferring information from one person to another person or a group. Communication involves at least one sender, a message, and a receiver; but communication is more than just a transmission of information. It requires success in transmitting or sending a message.

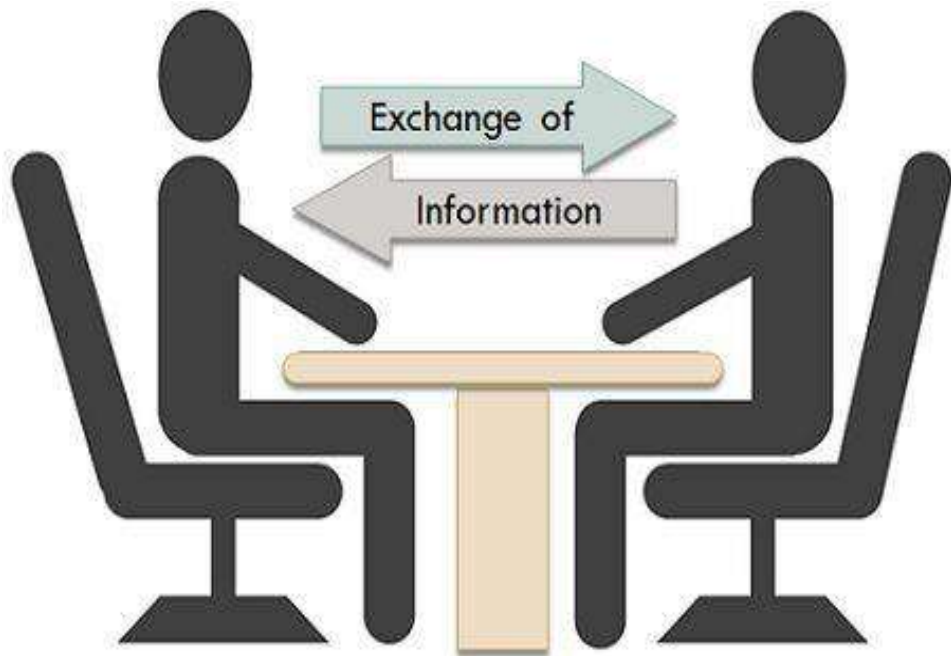
12- هو عملية نقل المعلومات من شخص إلى شخص آخر أو إلى مجموعة أشخاص. يتضمن الاتصال مرسلاً واحداً ورسالة ومستقبلاً واحداً على الأقل؛ لكن التواصل ليس مجرد نقل المعلومات فحسب، بل يتطلب أيضاً النجاح في نقل أو إرسال رسالة

13- Communication is an effective part of the world. Basically, the process of communication is an effective part that's very important for us. It is a part of sharing and creating different ideas, views, feelings, informations etc. among the people to build up a good relationship.

13- التواصل جزء فعال من العالم.

في الأساس، تعد عملية الاتصال جزءًا فعالًا ومهمًا جدًا بالنسبة لنا. إنه جزء من المشاركة وإنشاء الأفكار ووجهات النظر والمشاعر والمعلومات المختلفة وما إلى ذلك بين الناس لبناء علاقة جيدة.

14- Communication happens in our daily conversations with people around us, however it is important to note that unless a common understanding results from transmission the information there is no communication.



14- يحدث التواصل في محادثاتنا اليومية مع الأشخاص من حولنا، ولكن من المهم أن نلاحظ أنه ما لم يكن هناك فهم مشترك في نقل المعلومات فلن يكون هناك تواصل.



NATURE AND ELEMENTS OF COMMUNICATION

Nature Of Communication

- **Communication is a process(doen things in order)**
- **Communication is systemic(as system)**
- **Communication occurs between two or more people.**
- **Communication can be expressed through words, actions, or both at the same time.**

Nature Of Communication

- **Communication is proactive**
- **Meaning in communication is individually construed.**
- **Communication has ethical implication**
- **Communication is irreversible**

Nature Of Communication

- **Communication is integrated into all part of our lives**
- **Communication meets needs**
- **Communication is guided by culture & context**
- **communication is learned**

FUNCTIONS OF COMMUNICATION

The major functions of communication within a group or organization. These are:

1. Regulating or Controlling – to comply with or control behavior of the speaker or listener.

2. Information – to disseminate information

3. Motivating or Persuading (Motivation): encouraging people or influencing someone with your thought process. It is highly effective in business management as well, as managers and leaders have to have the strong communication skills themselves to motivate their teams.

4- Reducing Misunderstanding- to reducing confusion, conflict, and controversies.

5- Decision/Choice Making:

Communication is the backbone of effective decision-making processes in personal as well as professional lives. From management to leaders to lower-level employees, all use communication practices to participate in the decision-making process.

6- Social Interaction(Emotional Expression):

With the help of this function of interpersonal communication, social relationships build. Social interaction is used for forming bonds, relations, intimacy, or relations. It also helps in creating relationships with internal and external parties of an organization like employees, leaders, suppliers, investors, customers, etc(et cetera).

Importance of communication

1- Acts as a basis of coordination

2- Helps in smooth working of an enterprise

3- Acts as a basis of decision making

4- Increases managerial efficiency

5- Promotes cooperation & industrial peace

6- Establishes effective leadership

7- Boosts morale & provides motivation

8- Helps in training & development

9- Helps in maintain public relations

Elements Of Communication

1- Speaker:

The source of information or message



Elements Of Communication

- It is also known as the sender or the source.
- Both participants alternate as speaker
- Choose his/her purpose
- Decides how to deliver it



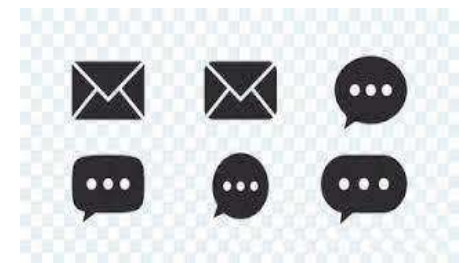
2- Message:

It is the transformation of ideas into purpose and intents into a code and asystematic set of symbols.

The information, idea or thoughts conveyed by the speaker in words and in actions

The message to be sent is bazed on:

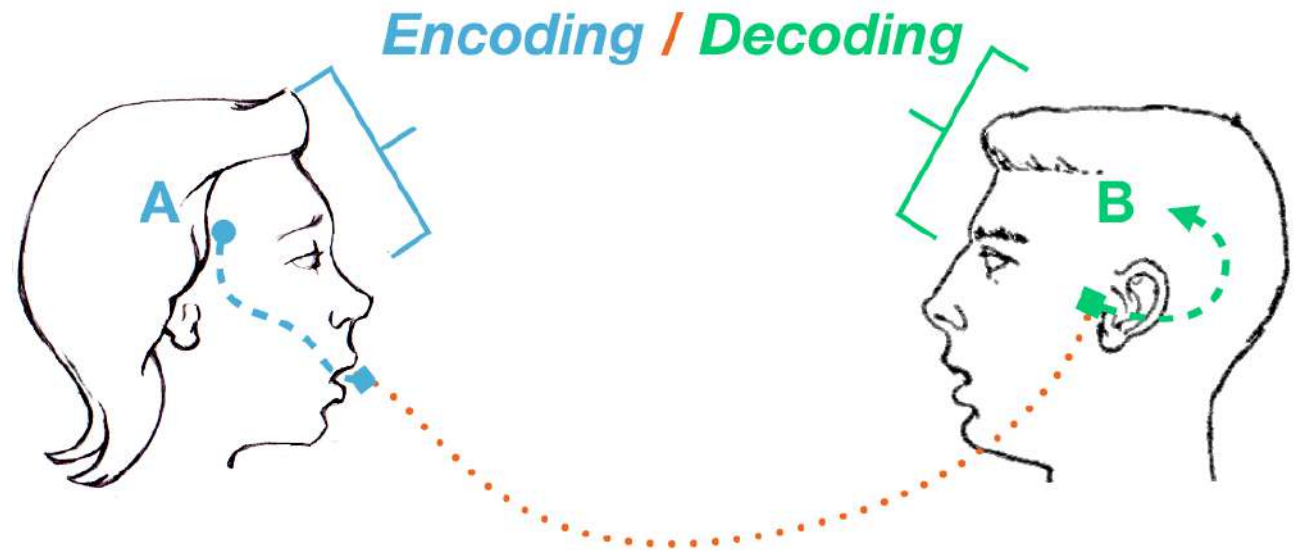
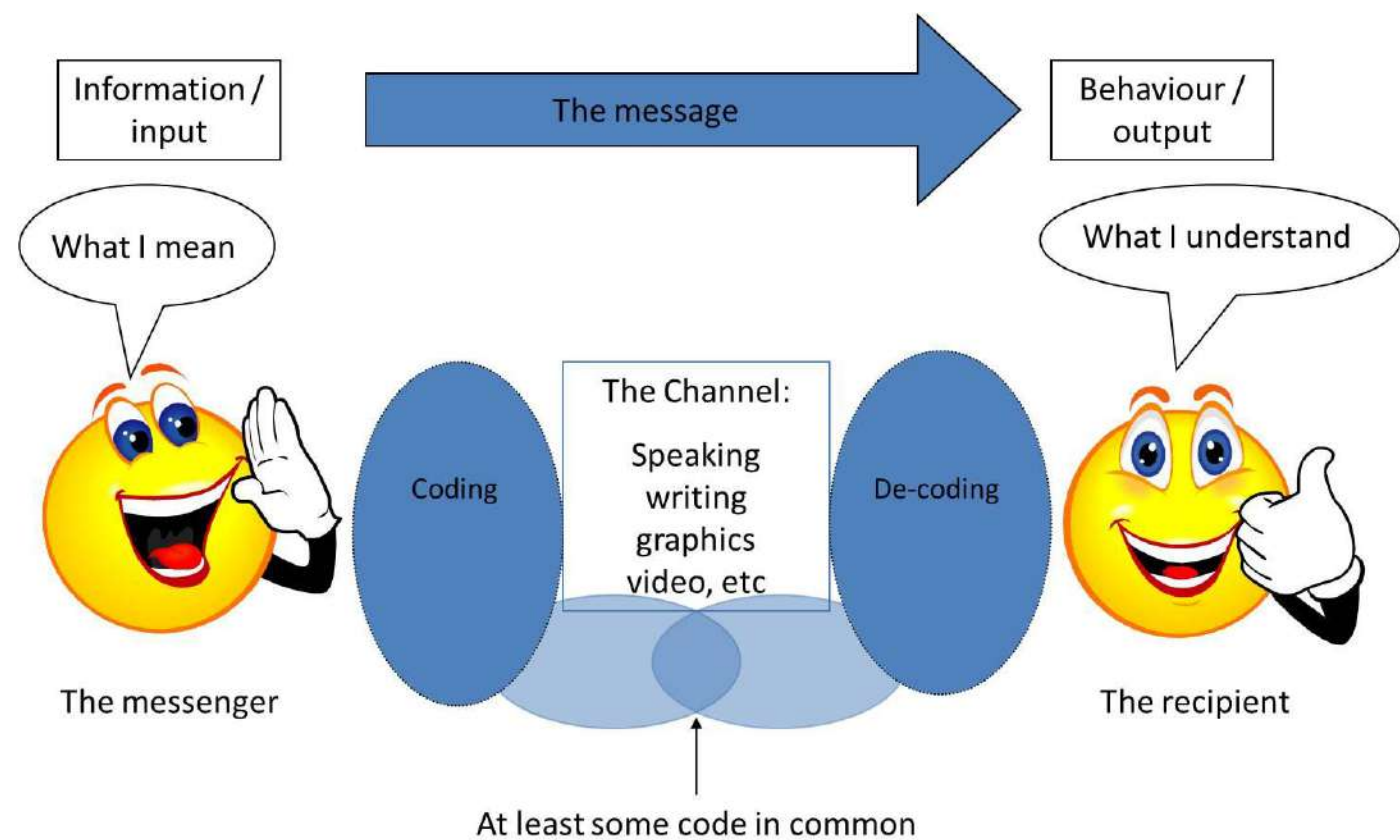
- WHY the speaker wants to say it
- WHAT the speaker wants to say
- HOW the speaker wants to say it



3- Encoding:

The process of converting the message into words, actions or other forms that the speaker understands

- Thinking before you speak
- What am I going to say?
- How am I going to say it?
- How am I going to send this message?



4- Channel:

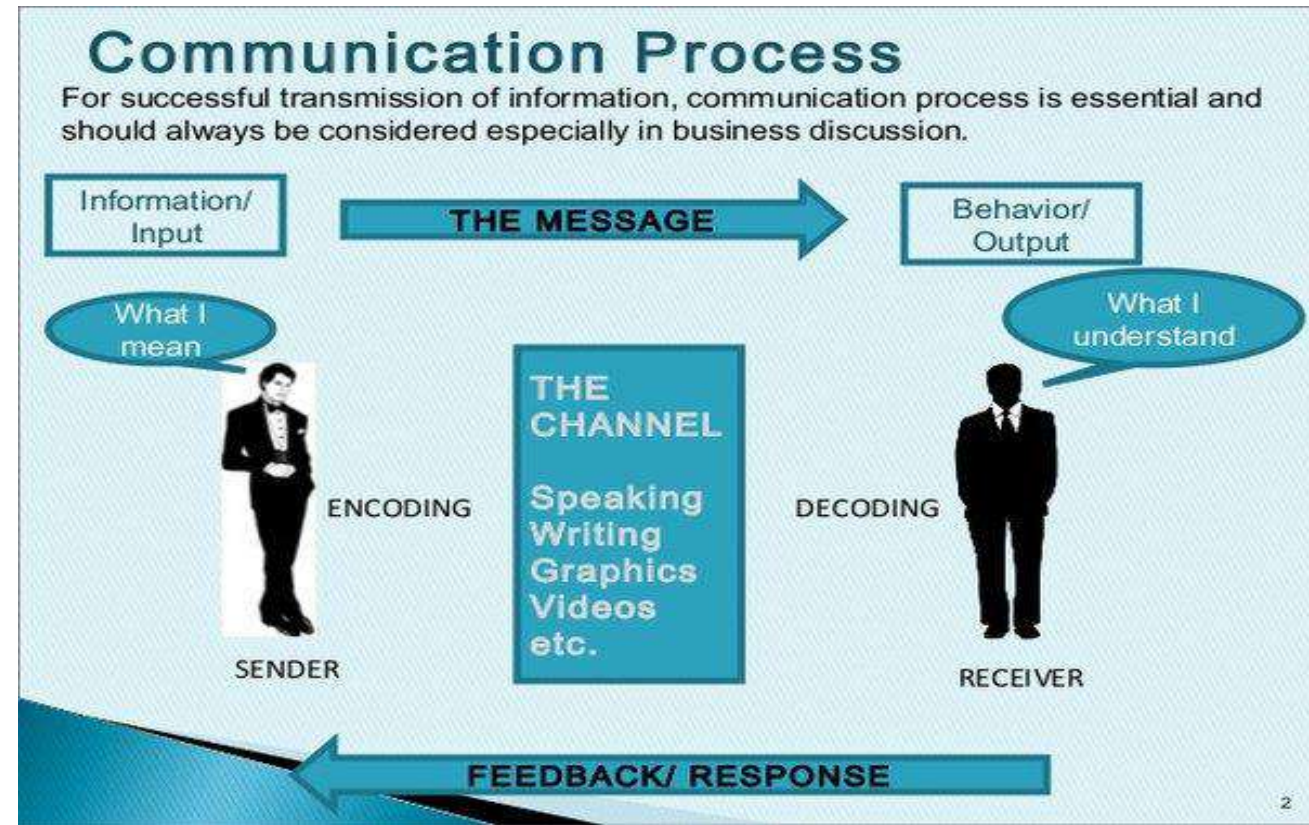
The medium or the means, such as personal or non-personal, verbal or nonverbal, in speaker understands.

- Ears (Audible)
- Eyes(Visual)
- Skin(Tactile)
- Mouth(Taste)
- Nose(Olfactory)



5- Decoding:

The process of interpreting the encoded message of the speaker by the receiver(= recipient, listener, audience, decoder)



6- Receiver:

The recepient of the message or someone who decodes the message.



7- Feedback:

The reaction, responses or information provided by the receiver.



1

- **Positive feedback:** confirms the source that the intended effect of the message was achieved and tells the source that everything is going in the desired way.
- **Negative feedback:** informs that the message was not realized

2

- Immediate feedback
- Delayed feedback

3

- Simple feedback
- Complex feedback

4

- Profits feedback
- Losses feedback



8- Context :

Refers to the circumstances (conditions) interrelated, background, or setting of communication which affect how people provide and understand meaning to a particular event or text.

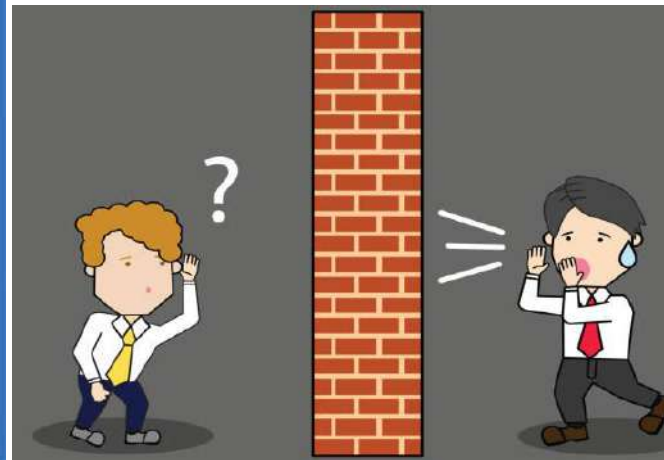
Examples:

- 1- Historical Context
- 2- Cultural Context
- 3- Social Context
- 4- Physical Context
- 5- Political Context

- 6- Economic Context
- 7- Literary Context
- 8- Educational Context
- 9- Psychological Context
- 10- Technological Context

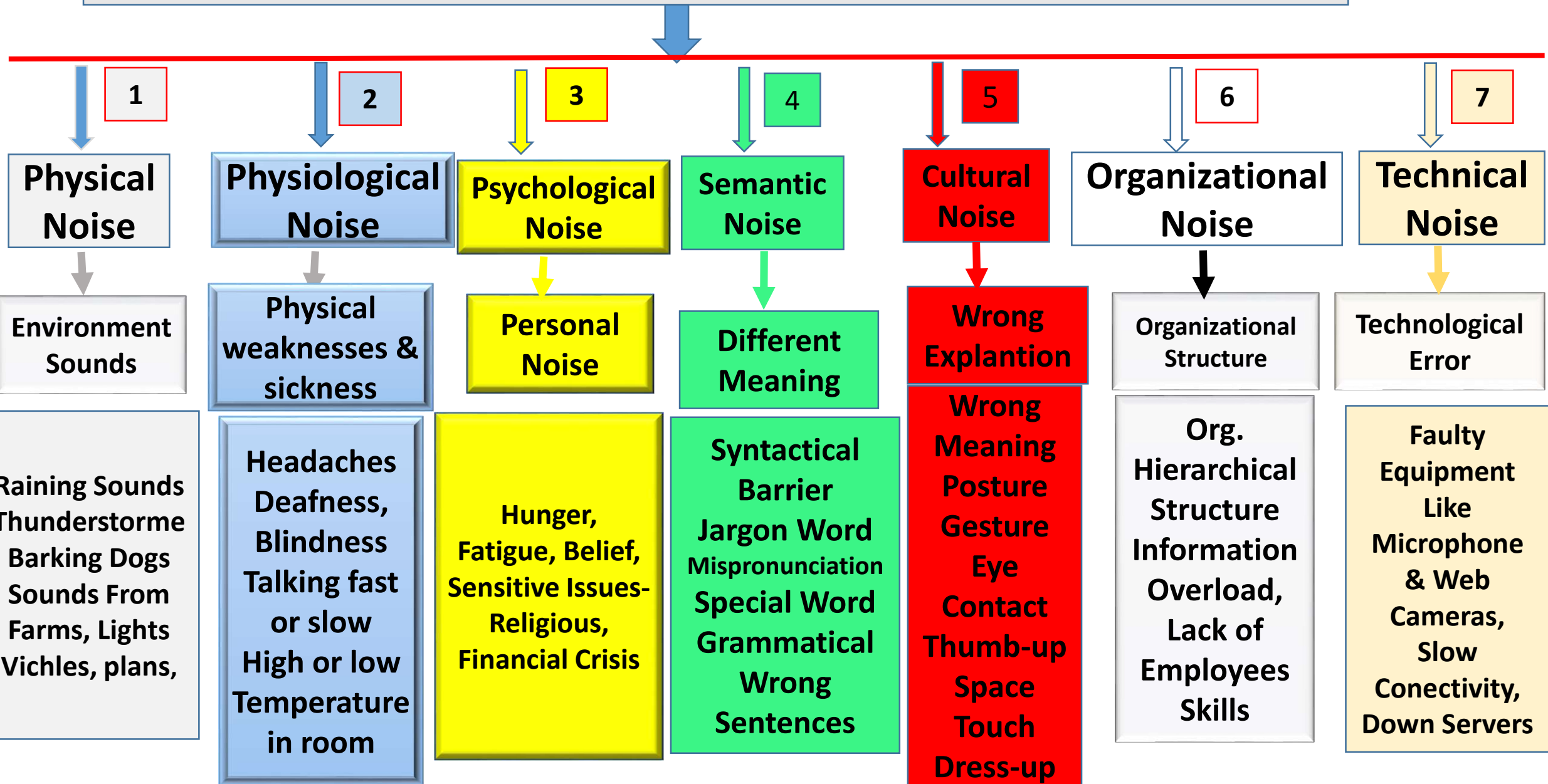
9- Noise/Barrier:

The factors that affect the flow of communication or is any barrier to communication which results to loss the meaning during the transmission .





Types of Noise in Communication



Types of noise in communication

1

Physical noise

Disruptions caused by external factors like background noise, typos etc.

Effect: Reduces communication effectiveness by distracting the sender and receiver.



2

Psychological noise

Internal factors affecting message perception like stress, preconceptions, etc.

Effect: Leads to misinterpretation or overlooking critical information.



3

Semantic noise

Disconnect between the meaning of words or phrases, such as technical jargon and cultural differences.

Effect: Causes confusion and lack of understanding.



4

Organizational noise

Issues arising from organizational structure or culture like hierarchical barriers.

Effect: Confuses employees and leads to inefficiencies.



5

Environmental noise

External environmental factors affecting communication like weather conditions, office layout, etc.

Effect: Disrupts the flow of information.



6

Physiological noise

Biological factors impacting message reception, like illness or fatigue.

Effect: Impairs the ability to receive or interpret messages.



7

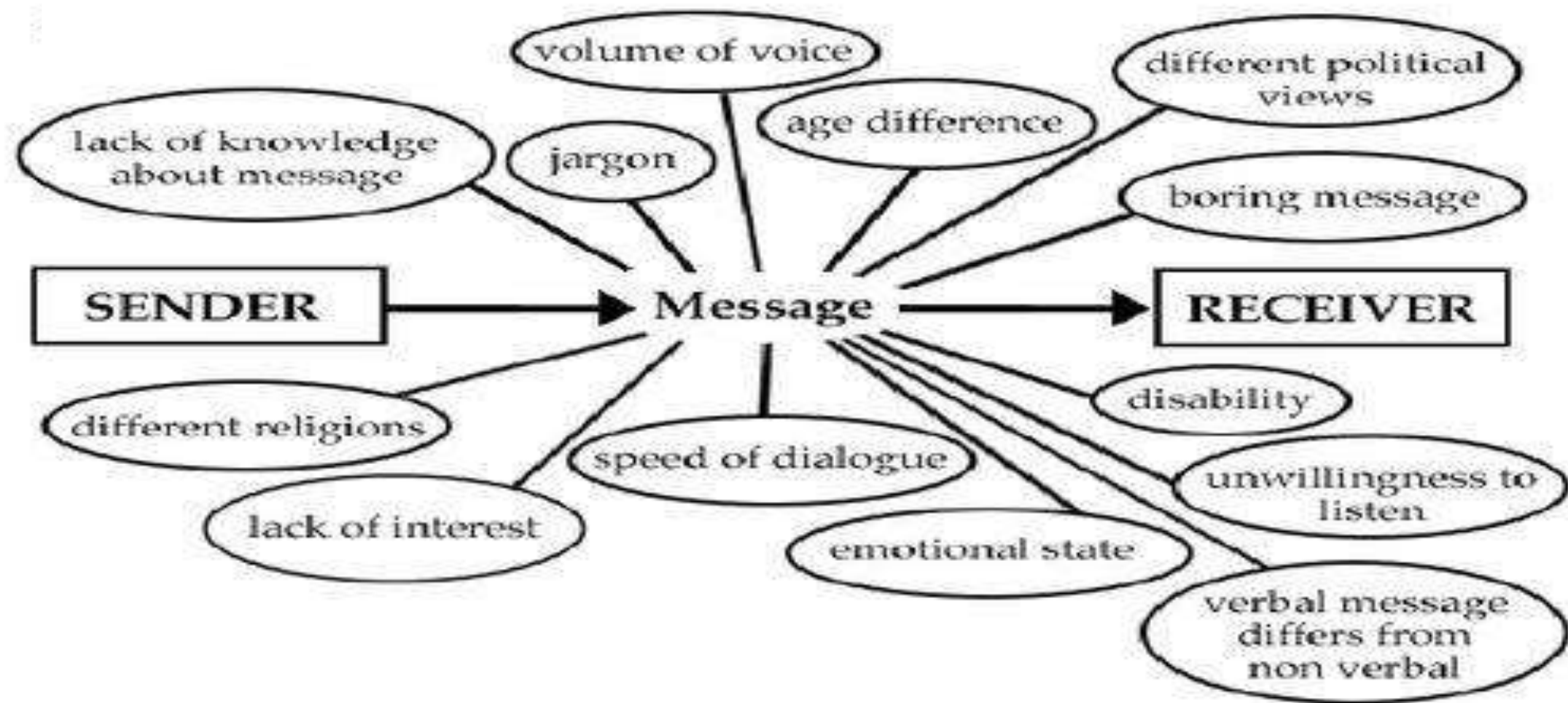
Technical noise

Issues with communication technology like call drops or poor audio quality.

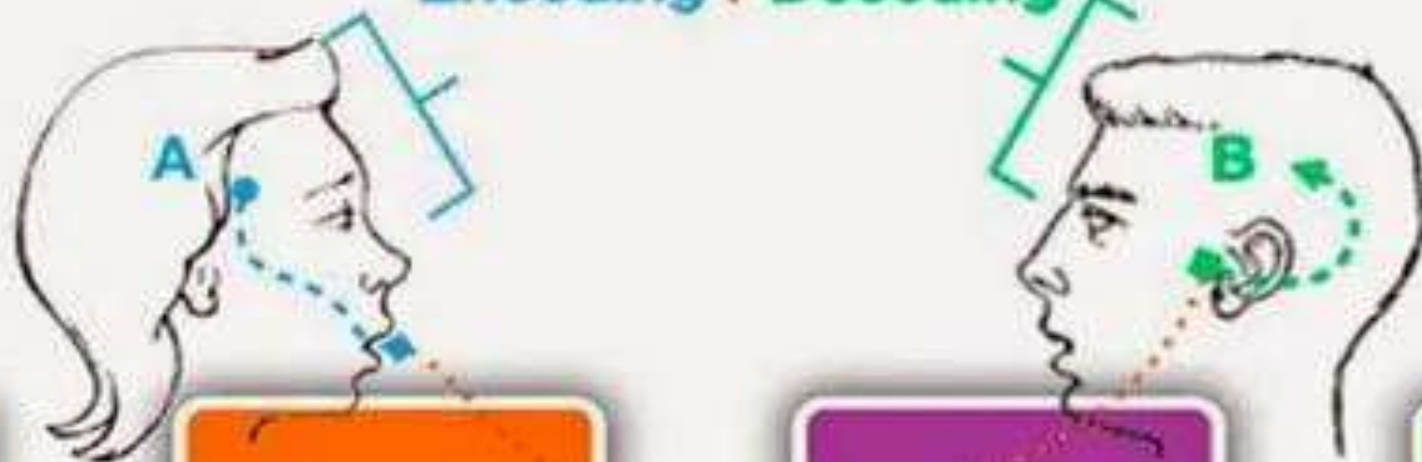
Effect: Disrupts communication flow and causes inefficiencies.



Barriers to communication



Encoding / Decoding



Sender

Message

Channel
Medium

Receiver



Channel

Semantic

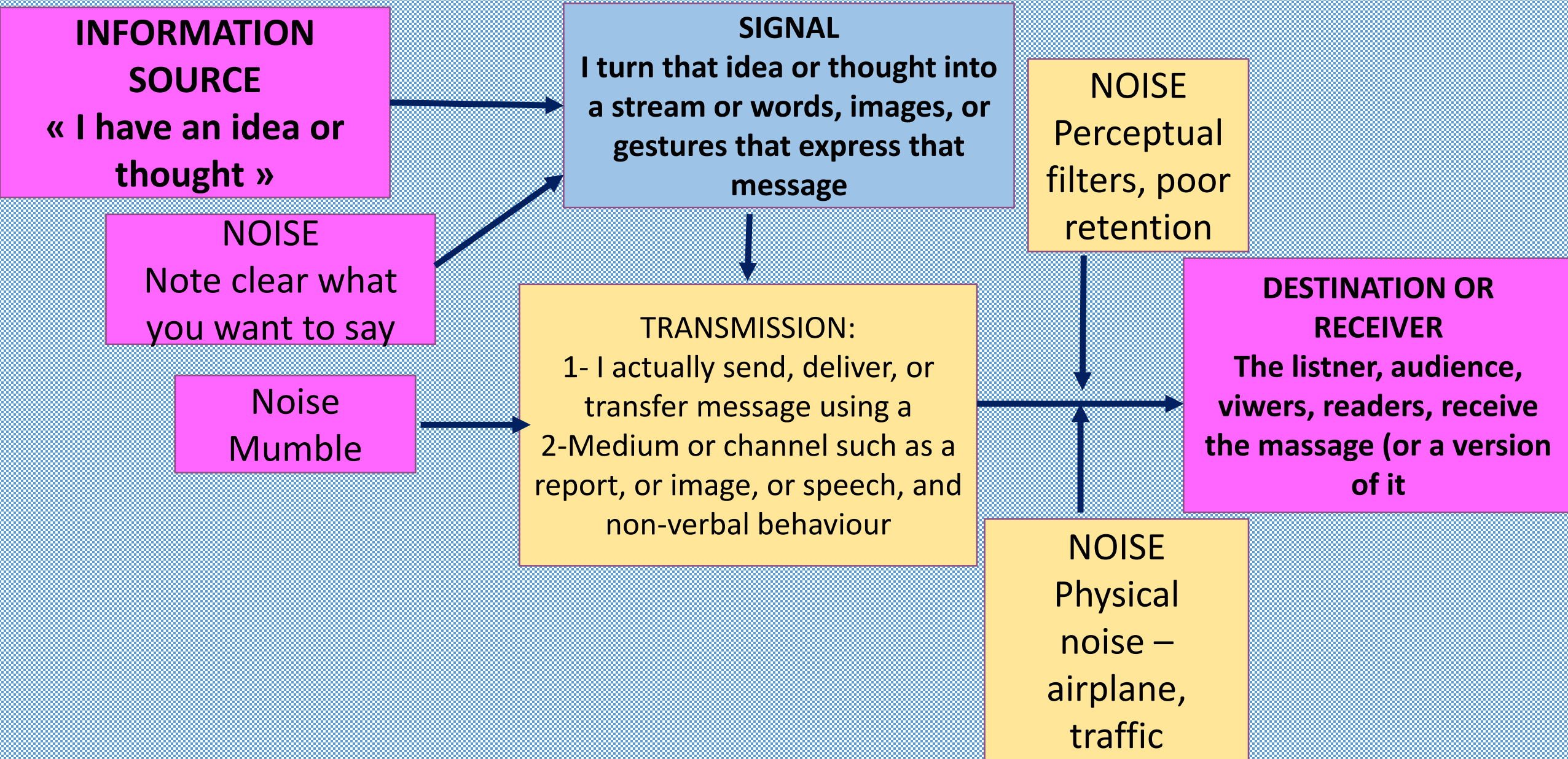


Feedback

The Process of Communication

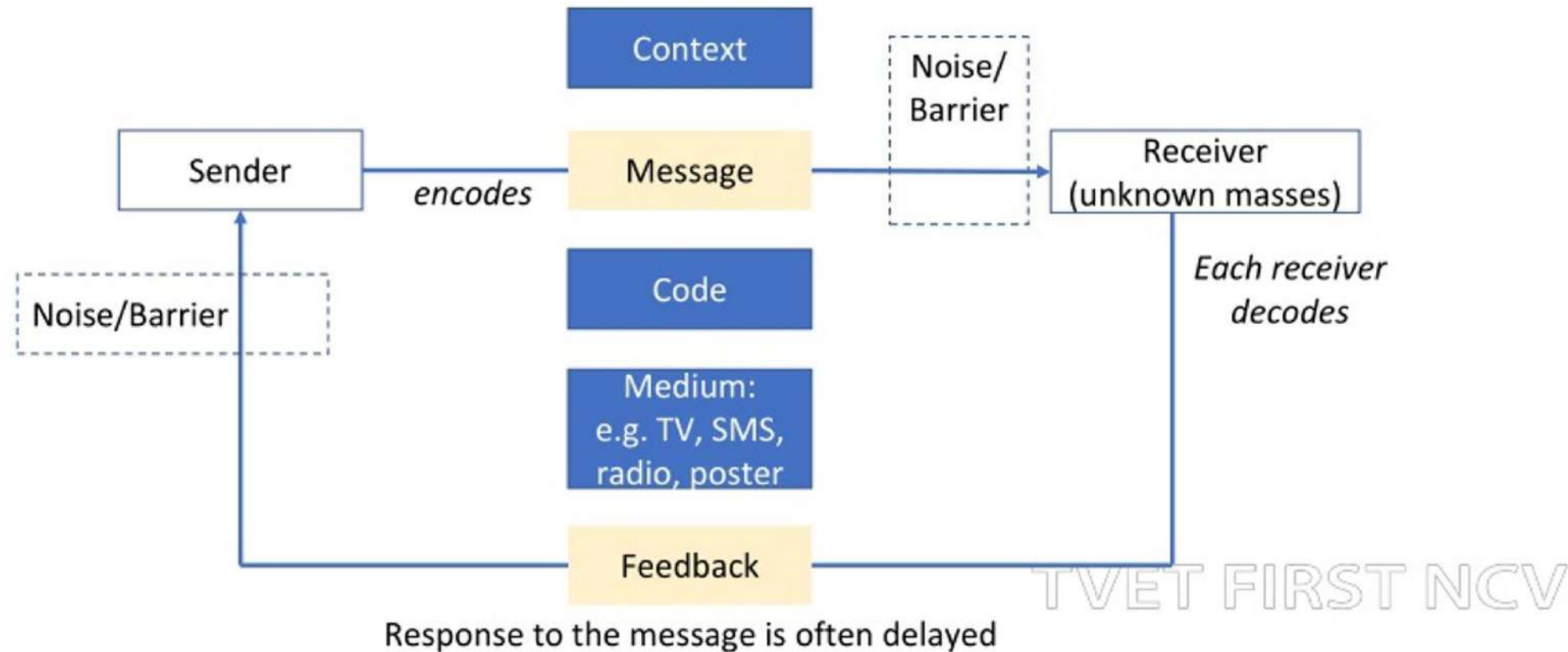
Response

The Communication Process

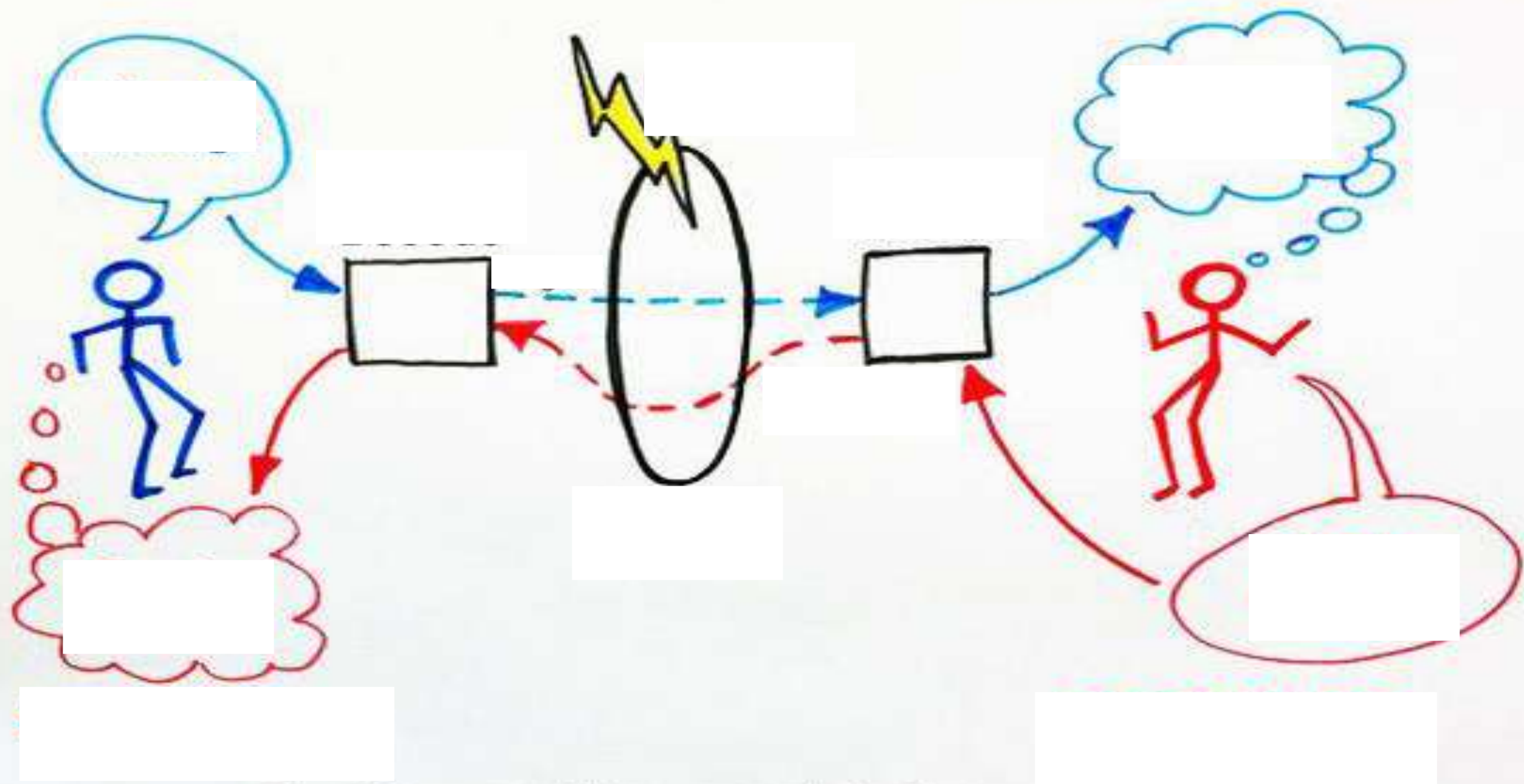


The communication process used by the mass media

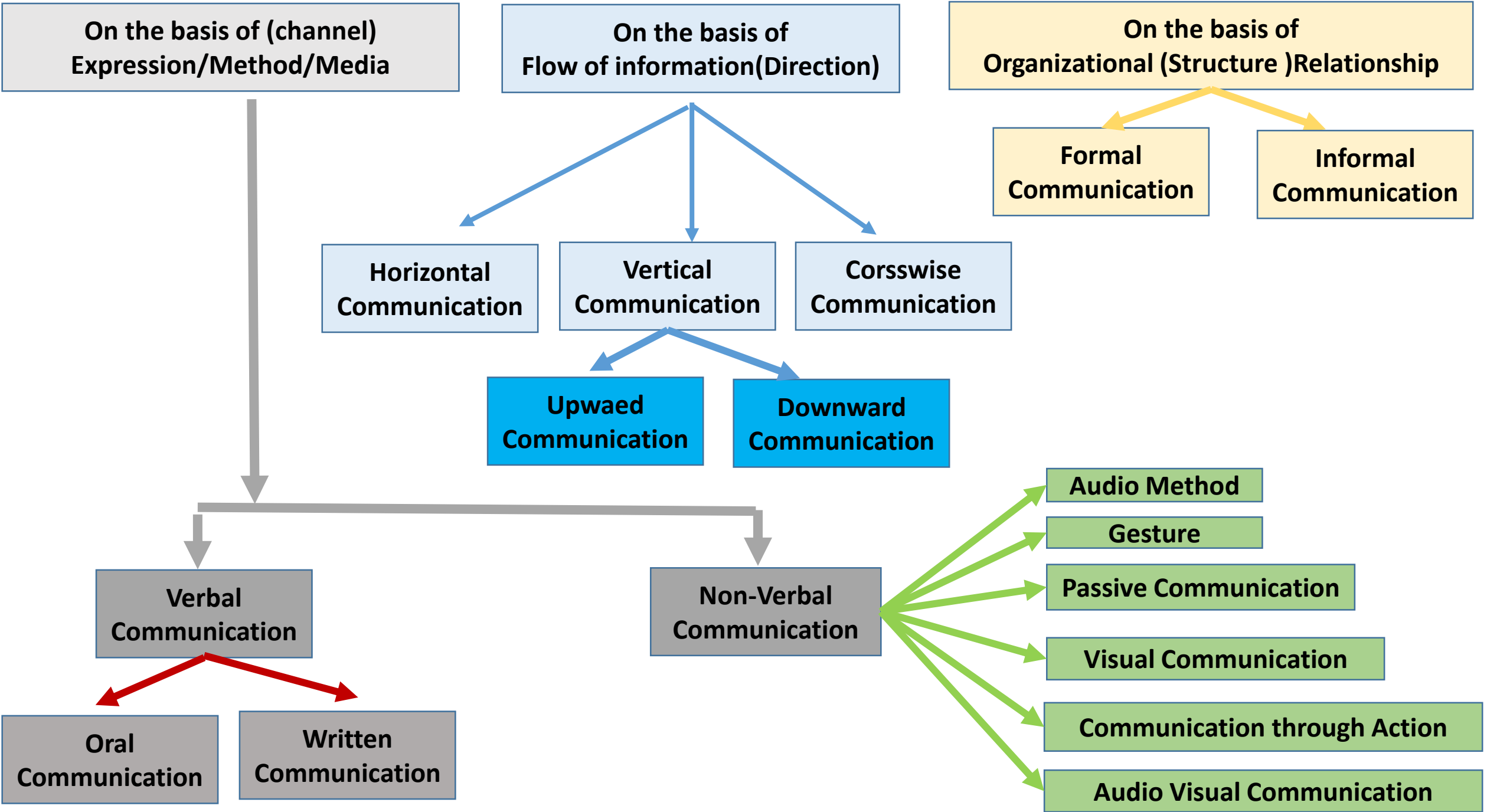
A diagram of the mass communication process



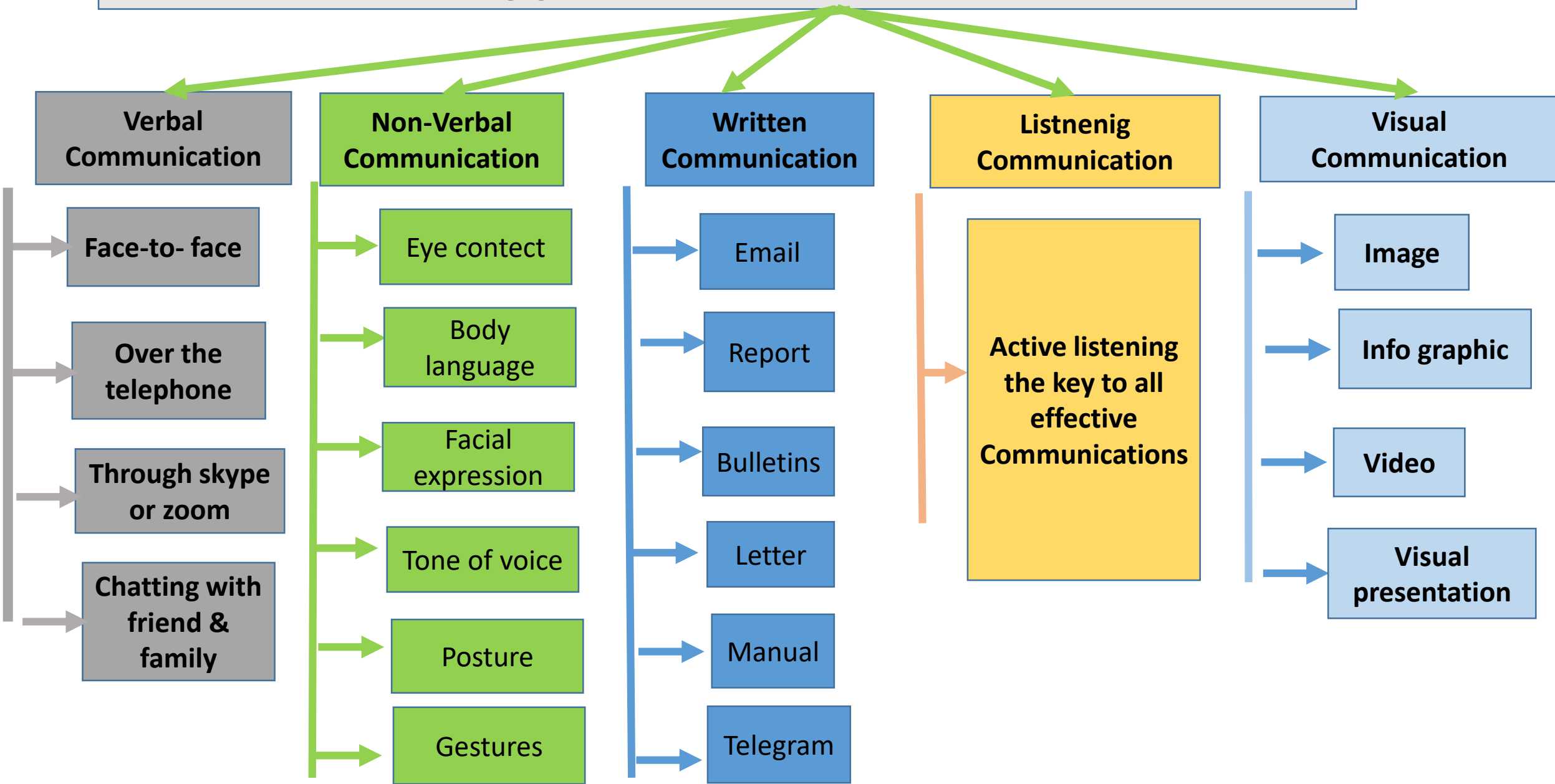




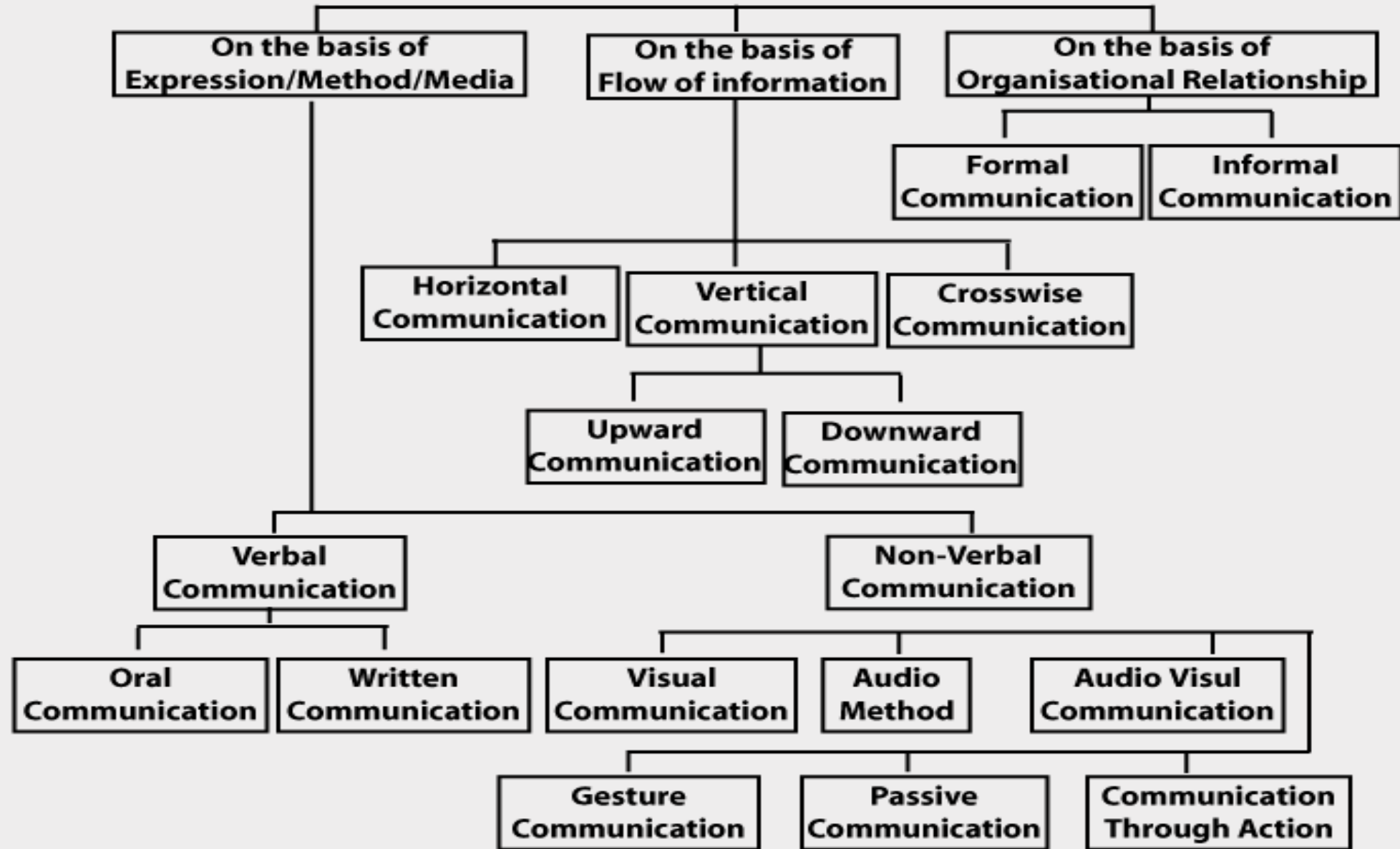
Types of Communication



..../.....Types of Communication



Types of communication



Objectives of Communication(Need/ Purpose)

Inform	<i>Appreciation</i>	<i>Demand</i>	<i>Negotiation</i>
<i>Instructions</i>	<i>Education and Training</i>	<i>Raising Morale</i>	<i>Complaints, Grievances</i>
<i>Persuasion</i>	<i>Request, beseech, solicit</i>	<i>Warning</i>	<i>Counselling</i>
<i>Suggestion</i>	<i>Motivation</i>	<i>Appeal</i>	<i>Exchange of Information</i>
<i>Orders</i>	<i>Application</i>	<i>Representation</i>	<i>Discussion</i>
<i>Co-ordination</i>	<i>Conflict resolution</i>	<i>Problem solving</i>	<i>Social and emotional support</i>
<i>Advice, Tip</i>	supplying	enquiring	receiving information

تفاوض	طلب	تقدير	إعلام، إخبار
شكاوى	رفع الروح المعنوية	تعليم و تدريب	تعليمات
استشارة	تحذير	التماس، طلب	إقناع، تأثير
تبادل المعلومات	جاذبية	تحفيز	اقترح
حوار، نقاش	تمثيل	تطبيق، استعمال	أوامر
الدعم الاجتماعي والعاطفي	حل المشاكل	فض النزاع	تنسيق
استقبال المعلومات	استفسار	توريد	نصيحة

Objectives of Communication: – 1. Information – enquiring, supplying or receiving information 2. Advice – 3. Suggestion 4. Order 5. Motivation 6. Persuasion 7. Warning 8. Negotiation 9. Education

Objectives of Downward Communication: -1. Instructions 2. Orders 3. Education and Training 4. On-the-job Training 5. Motivation 6. Raising Morale 7. Counselling 8. Advice 9. Persuasion 10. Warning 11. Appreciation

Objectives of Upward Communication: – 1. Request 2. Application 3. Appeal 4. Demand 5. Representation 6. Complaints 7. Suggestion

Objectives of Horizontal or Lateral Communication: – 1. Exchange of Information 2. Requests 3. Discussion 4. Co-ordination 5. Conflict resolution 6. Problem solving 7. Advice 8. Social and emotional support

Communication Models

Communication models: refer to the conceptual frameworks or theories that explain the way of human communication. It also represents the entire communication process between the sender and the receiver. The communication model tries to answer the 5Ws and 1H questions regarding the communication process; for example, **what** is communication? **who** is involved in this process? **when** does it happen? **where** does it take place? **why** does it occur? and finally, **how** does the communication happen?

The evolution of human communication

The evolution of human communication can be broadly categorized into four distinct eras, each marked by significant advancements and shifts in communication technologies and practices. They are,

1- Oral Era

2- Written Era

3-Print Era

4- Digital Era

Communication Models

*Furthermore, communication models explain the elements of the communication process, for example, **context**, **sender**, **receiver**, **encoding**, **decoding**, **channel**, **message**, **feedback**, and **noise**. These are the components of communication that describe the entire process of communication. However, some communication models do not have all these elements or features. For example, the **linear model** of communication does not have feedback. The communication model also explains the factors that prevent effective communication, known as barriers or noise. Communication barriers or communication noises bar effective communication processes.*

Three Types of Communication Models are:

1. Linear model

- 1.1 Aristotle's Model
- 1.2 Lasswell's Model
- 1.3 Shannon-Weaver's Model
- 1.4 Berlo's S-M-C-R Models of Communication

2. The interactive model of communication

- 2.1- Two-Step Flow of Communication Model
- 2.2 Osgood-Schramm Model
- 2.3 Westley and Maclean Model

3. The Transactional model of communication

- 3.1 Eugene White's Model of Communication
- 3.2 Barnlund's transactional model
- 3.3 Dance's Helical Model

1. Linear Models of Communication

The linear communication model is a one-way interaction where **feedback is not present**. Linear is the primary communication model, whereas the transactional model is formed based on the linear model. The sender communicates with the receiver **without receiving feedback**. It also represents the **one-way process** of communication.

Many scholars have established linear communication models, such as Aristotle's, Shannon-Weaver's, Lasswell's, and Berlo's SMCR Model of Communication.



Linear Communication Models

Year

1- Aristotle Model of Communication

300 B.C

2- Lasswell's Model of Communication.

1948

3- Shannon-Weaver Model of
Communication.

1949

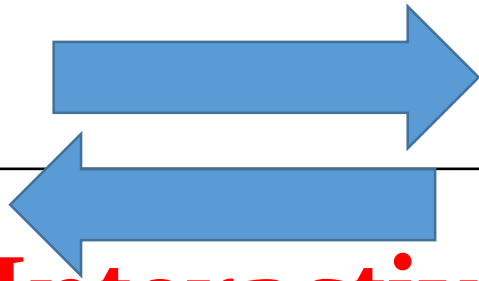
4- Berlo's SMCR Model of Communication

1960

2. Interactive Models of Communication:

The interactive communication model refers to the two-way method of communication **with feedback**. However, feedback is not simultaneous, providing slow and indirect feedback. Sometimes, the communication can be linear if receivers do not reply to senders. The interactive model of communication indicates **mediated and internet-based** communication.

Many scholars have established Interactive communication models, such as Osgood-Schramm, Westley, and Maclean's



Interactive Communication Models

Year

1- Two-Step Flow of Communication Model

1944

2- Osgood-Schramm Model of Communication

1954

3- Westley and Maclean's Model of Communication

1957

2. Transactional Models of Communication:

The transitional communication model seems like a **two-way** communication process with **immediate feedback**. **Simultaneous feedback** is the essential component of the transitional models of communication. So, the communication process will not become transactional without feedback. The **feedback is direct and very fast**. The receiver is compelled to provide instant feedback. The major difference between the interactive and transactional models is **indirect and direct feedback**.

Many scholars have established Transactional communication models, such as Wilbur Schramm's model of communication, Barnlund's transactional model of communication, Dance's Helical model of communication, and Eugene White's communication model.

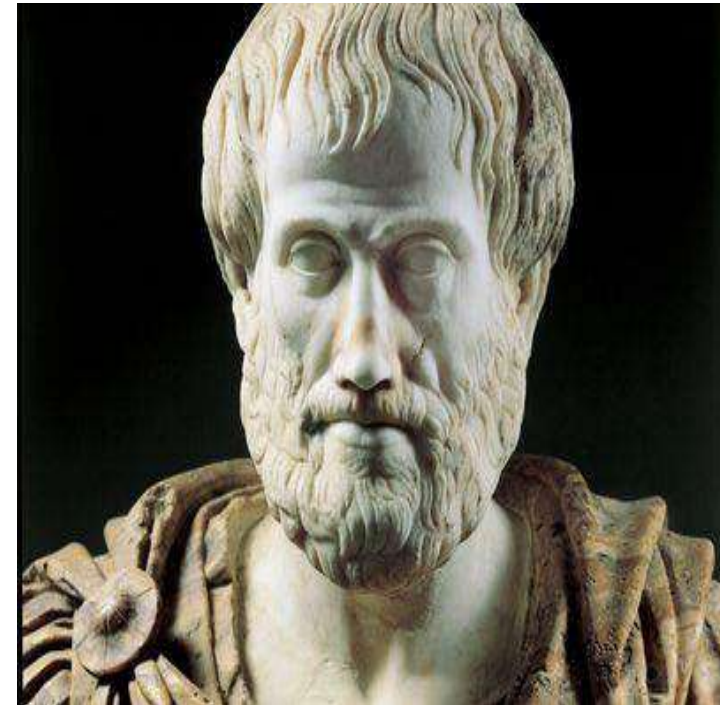


Transactional Communication Models	Year
1- Eugene White's Model of Communication	1960
2- Dance's Helical Model of Communication	1967
3- Barnlund's Transactional Model	1970

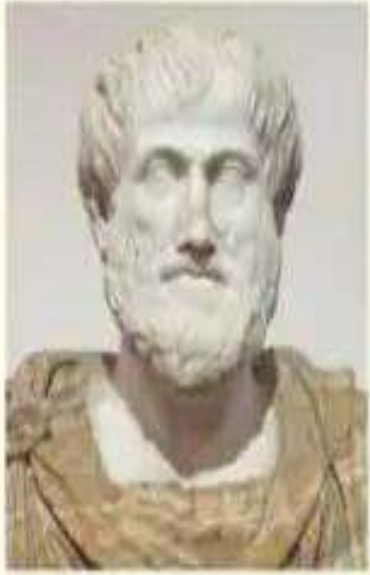
1- Linear Models of Communication

1.1. Aristotle's Model of Communication

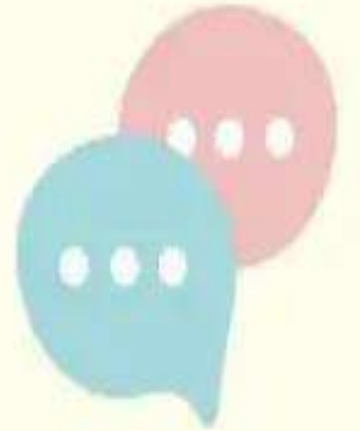
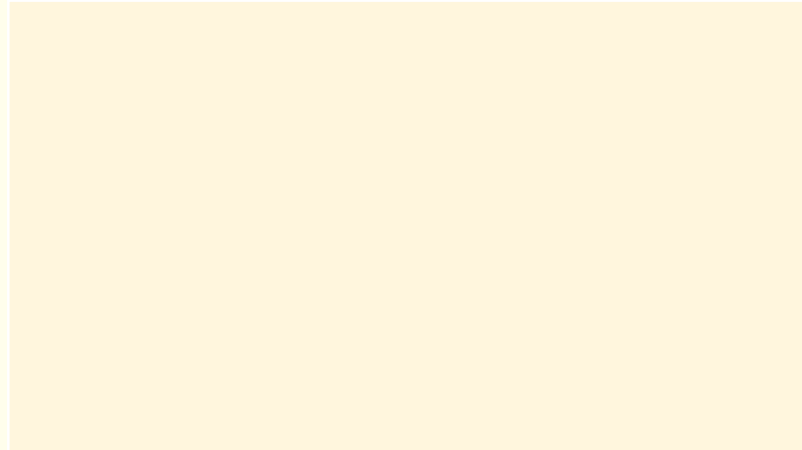
1-ARISTOTLE (384-322 B.C.) was a Grek philosopher and writer born in Stagira, Northen Greece. He was also the teacher of Alexeder the Great. He studies physics, logic, mathematics, etc.



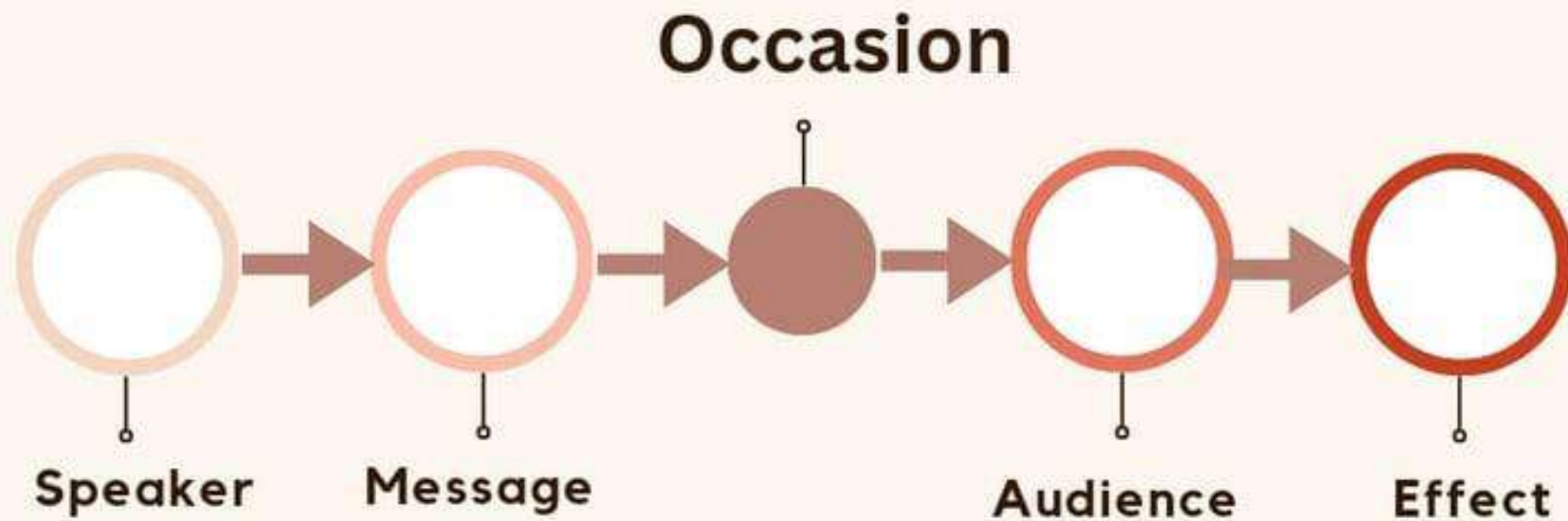
B.C.= Before Christ



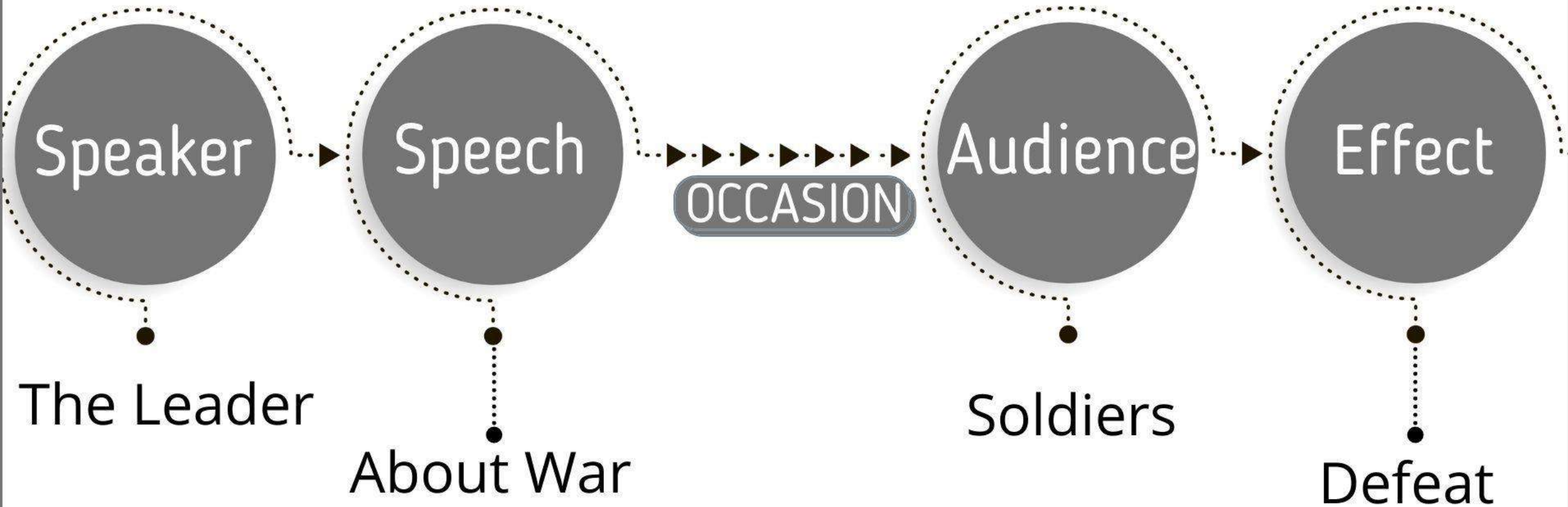
Aristotle Model of Communication



ARISTOTLE'S MODEL OF COMMUNICATION.



Aristotle Model of Communication



**3 Components of
Aristotle
Model**

1 Ethos

2 Pathos

3 Logos

Focus on Persuasion

Three persuasive techniques were distinguished by Aristotle as being necessary for [effective communication](#).

- Ethos:** Ethos refers to the speaker's ethical appeal. The reliability or credibility of the speaker.
- To persuade the audience, the speaker must first demonstrate credibility and authority on the issue.
- Pathos:** The emotional appeal that a message holds. The speaker uses emotions to connect with the audience and make the message more compelling.
- Logos:** The logical appeal, argument or reasoning presented in the message. To persuade the audience, the message should be supported by facts, logic, and reasoning.

For example, a political leader (**speaker/sender**) delivers a **speech** to persuade **voters** to vote for him. The political leader is the most crucial person who provides the message or information. The speech is the leader's message to influence the voters to vote for him. The election is the **occasion**, and the speech or message of the speaker differs based on the event. Political leaders might not deliver the same kind of speech before and after the election. Finally, the effect refers to the **level of motivation** of the voters, whether they are motivated to vote for him or not.

يهدف السياسي الذي يلقي خطابًا انتخابيًا إلى إقناع الجمهور بالتصويت له.

يؤسس المتحدث المصداقية (**الروح**) من خلال مشاركة القصص والخبرات الشخصية، ويثير المشاعر (**الشفقة**) أو مناقشة القضايا الملحة، ويقدم الحجج المنطقية (**الشعارات**) من خلال طرح مقترحاته المتعلقة بالسياسيات وتقديم الأدلة على فعاليتها

حملة لمكافحة التدخين تستهدف المراهقين.

تركز الرسالة على ترسيخ المصداقية (**الروح**) من خلال عرض شهادات من المدخنين السابقين الذين ألقوا عن التدخين بنجاح. يتم استخدام الجاذبية العاطفية (**الشفقة**) من خلال إظهار العواقب الصحية السلبية للتدخين وتأثيره على الأحباء.

يتم توظيف الاستدلال المنطقي (**الشعارات**) من خلال البيانات الإحصائية والحقائق الطبية حول الأمراض المرتبطة بالتدخين.

Corporate Presentation

A company presents a proposal to potential investors. The company's CEO establishes credibility by showcasing the company's track record and expertise in the industry. Emotional appeal is integrated by highlighting the company's commitment to innovation and positive societal impact. Logical arguments are provided through financial projections, market analysis, and the potential for growth.

تقدم الشركة اقتراحًا للمستثمرين المحتملين. يقوم
الرئيس التنفيذي للشركة CEO (Chief Executive Officer)
بعرض سجل الشركة وخبرتها في الصناعة.
كما يقوم بتسليط الضوء على التزام الشركة بالابتكار
والتأثير المجتمعي الإيجابي. من خلال التوقعات المالية،
وتحليل السوق، وإمكانات النمو مع تقديم الحجج المنطقية

Motivational Speech

A motivational speaker addresses a group of students. The speaker establishes credibility by sharing their personal journey of overcoming challenges. They use emotional appeal by recounting inspirational stories and encouraging the audience to believe in themselves. Logical arguments are presented through practical steps and strategies for achieving success.

Advertising Campaign

An advertisement for a new smartphone emphasizes the credibility of the brand by showcasing its reputation for quality. The ad uses emotional appeal by depicting scenes of people enjoying the phone's features and benefits. It also employs logical reasoning by highlighting the phone's specifications and technological advancements.

Debate Competition

Two debaters argue for and against a specific motion. Each debater builds credibility by demonstrating their knowledge of the subject matter. Emotional appeal is used to evoke empathy for the potential consequences of their opponent's stance. Logical reasoning is presented through well-researched arguments, statistics, and counterarguments.

2- Lasswell's Model of Communication.	1948
---------------------------------------	------

About

Harold Dwight Lasswell was an American political scientist and communications theorist. He earned his bachelor's degree in philosophy and economics and his Ph.D. from the University of Chicago. He was a professor of law at Yale University.

Born: February 13, 1902, [Illinois, United States](#)

Died: December 18, 1978 (age 76 years),
[New York, New York, United States](#)

Discipline: Political science, communications theory

Notable ideas: [Lasswell's model of communication](#),
content analysis, [garrison state](#), [political psychology](#),
[policy sciences](#)



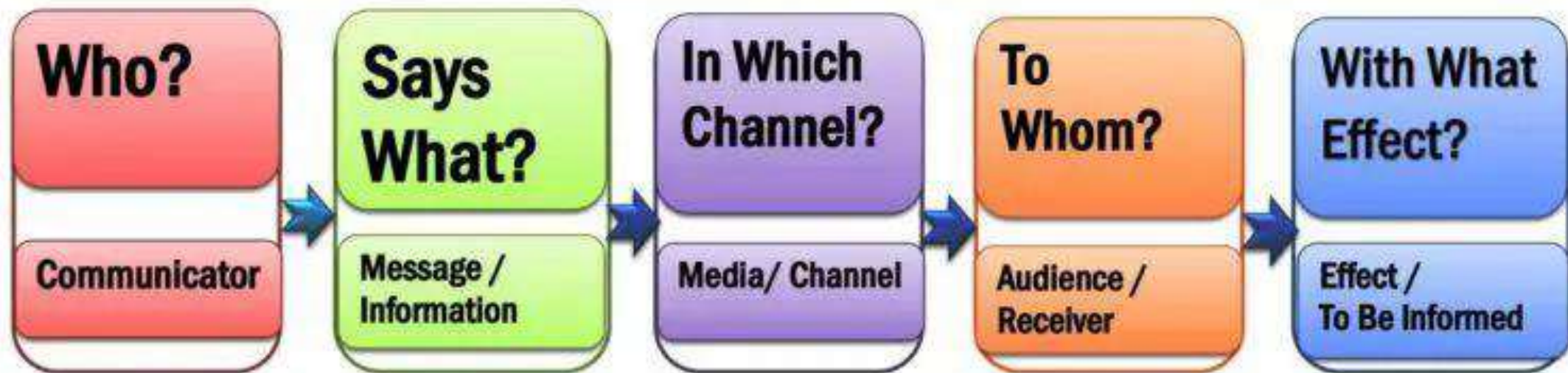
2- Lasswell's Model of Communication. 1948

Like aristottelian model. Laswell's representation of communication is a process which involves transmission of information from one person to another.

An important component of Laswell's model is the inclusion of **channel**.

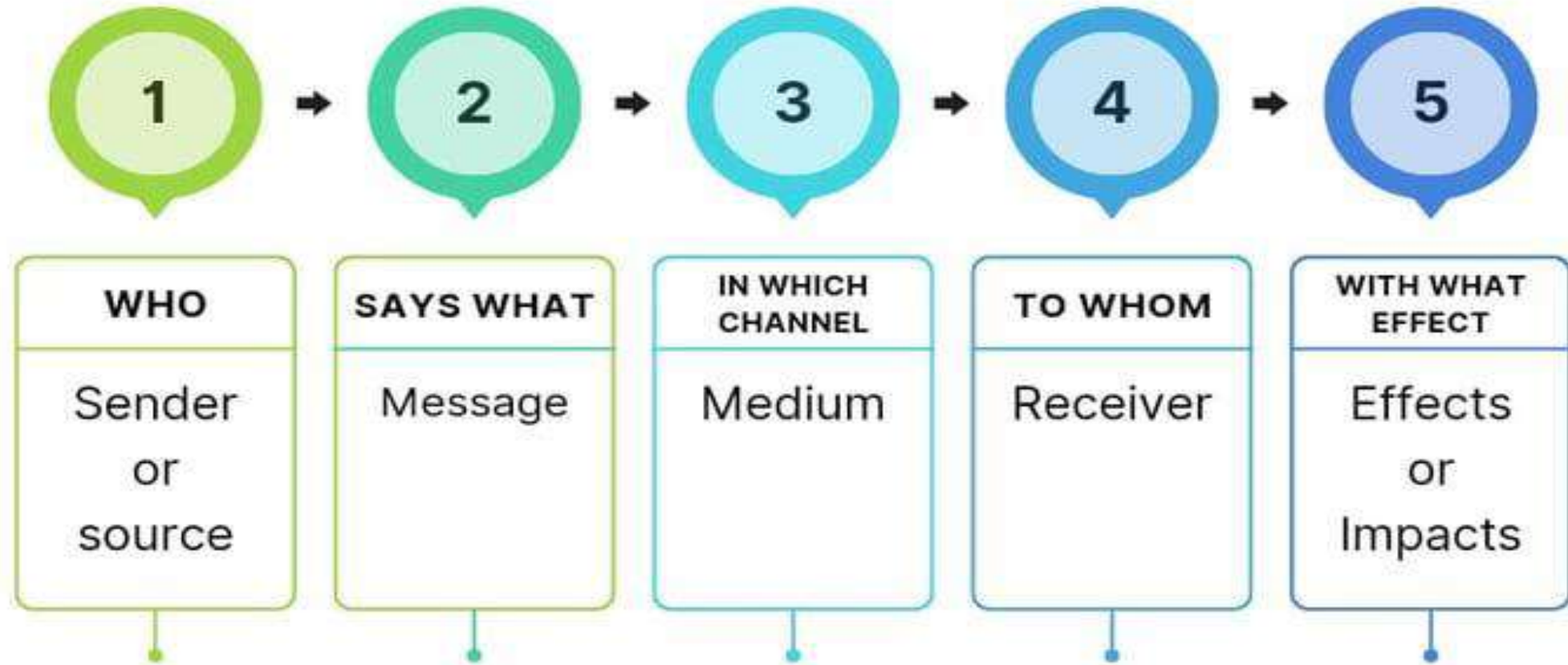
It was initially published in 1948 and analyzes communication in terms of five basic questions: "Who?", "Says What?", "In What Channel?", "To Whom?", and "With What Effect?".

Lasswell's Model of Communication (1948)

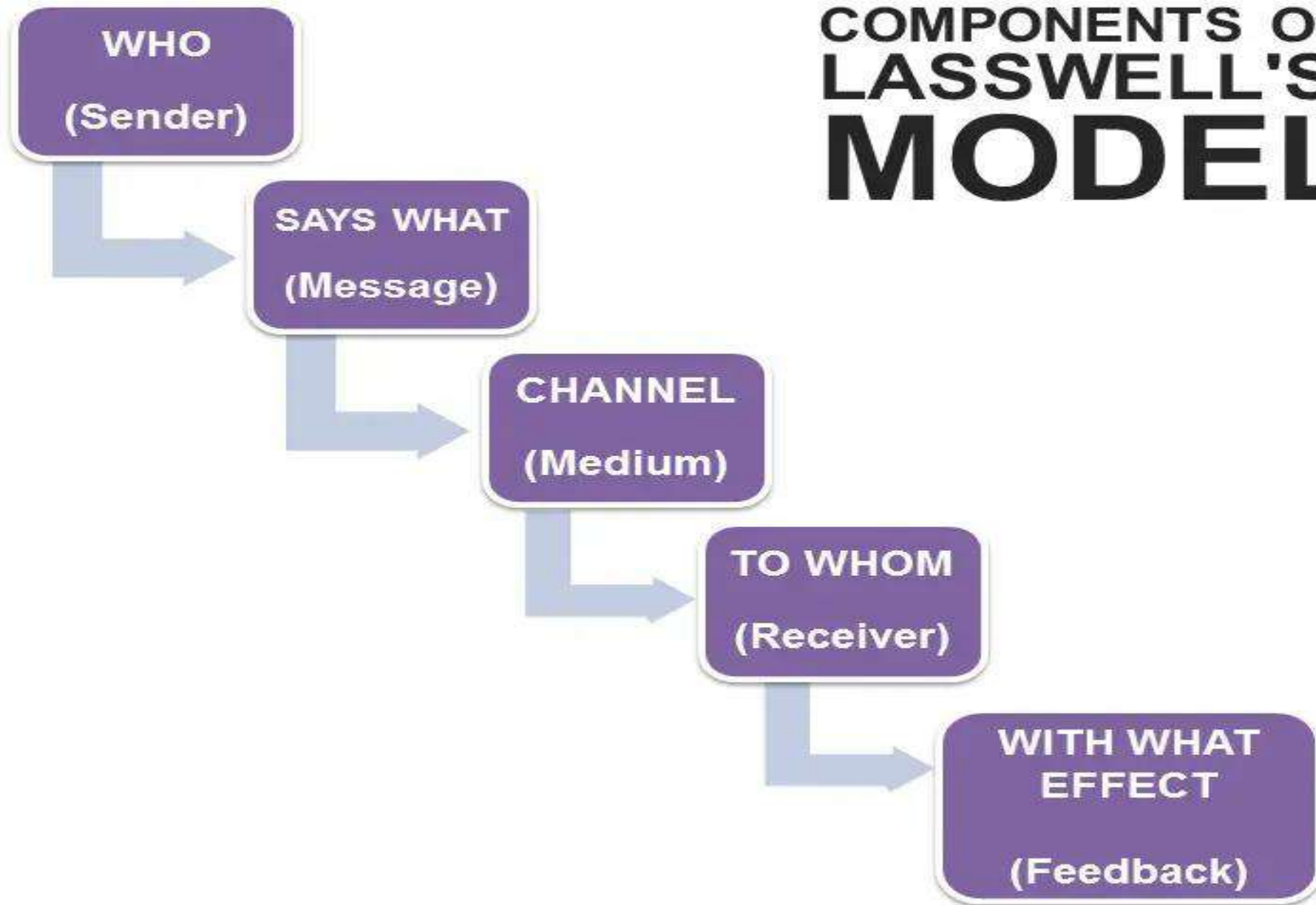


Linear Model of Communication

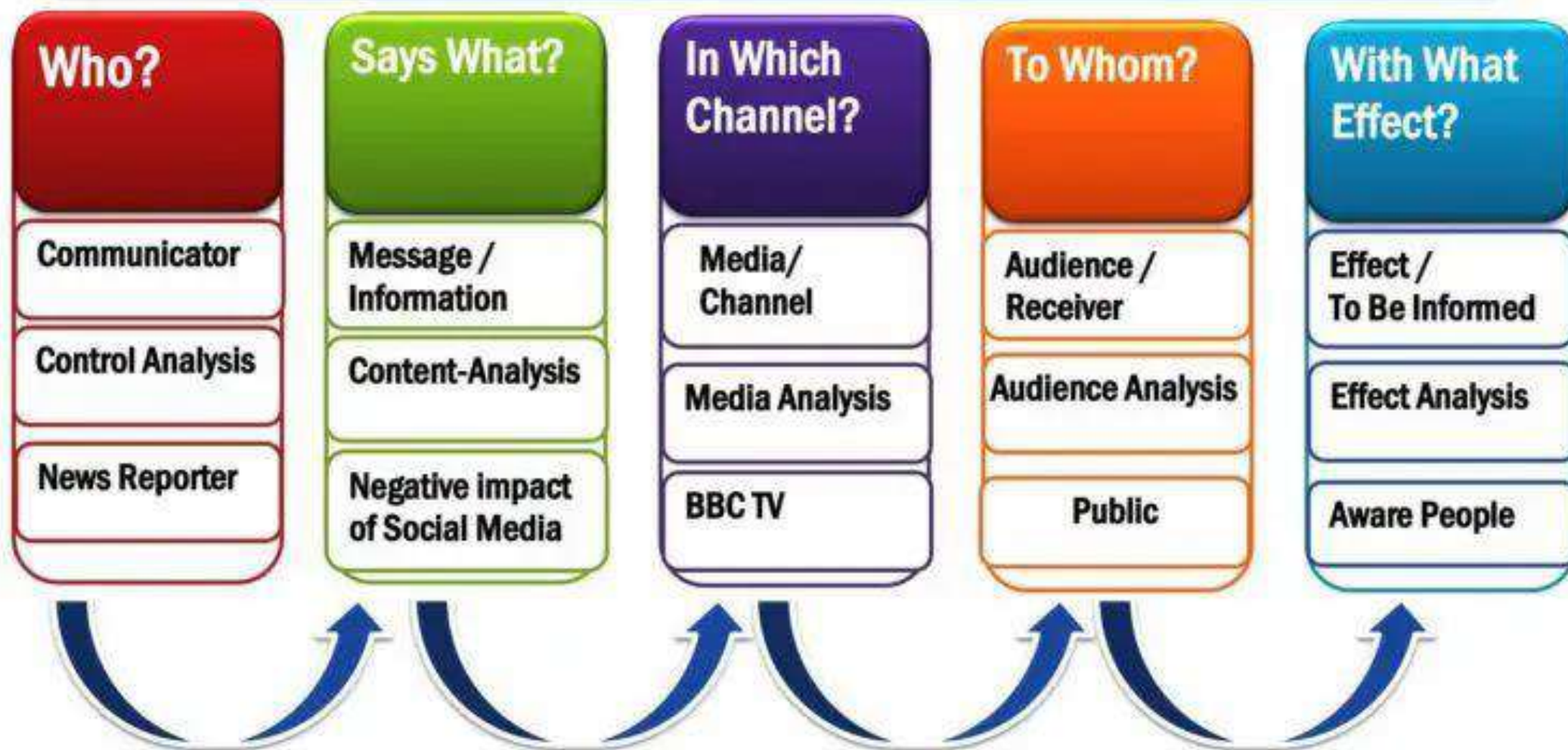
Lasswell's Communication Model



COMPONENTS OF LASSWELL'S MODEL



Lasswell's Model of Communication Explanation



3- Shannon-Weaver Model of Communication.

1949

**Claude Elwood Shannon
(1916-2001)**



Claude Elwood Shannon
1916-2001

Warren Weaver
1894-1978

**Warren Weaver
(1894-1978)**

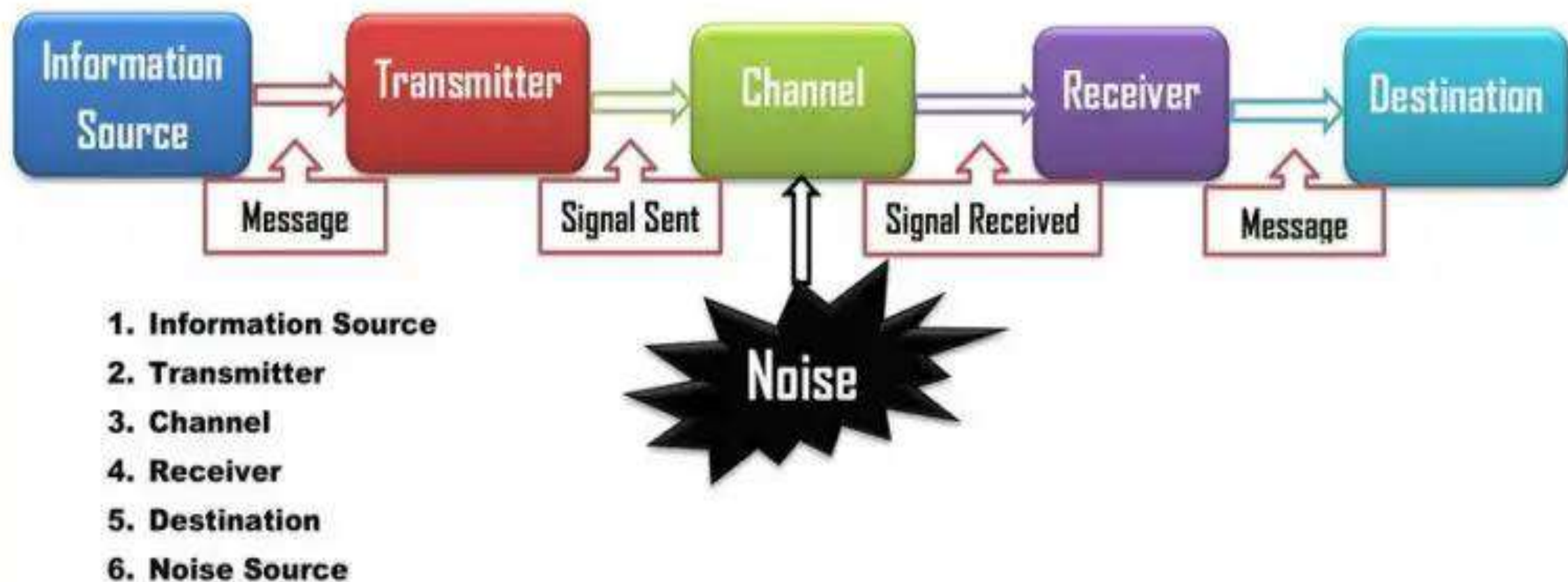
3- Shannon-Weaver Model of Communication.

1949

American mathematician Claude Elwood Shannon and scientist Warren Weaver introduced a linear communication model in 1949 in the article **THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION**. Initially, they proposed this mathematical model to describe the signal-transmitting system and enhance telephone communication by minimizing noise.

Shannon and Weaver introduced the linear communication model with six elements: **information source**, **transmitter**, **channel**, **receiver**, **destination**, and **noise source**. The authors did not add feedback to this model in 1949; therefore, it is a linear communication model. However, later the feedback was included by Norbert Wiener in 1950.

Shannon-Weaver Model of Communication



4- Berlo's SMCR Model of Communication

1960

David Kenneth Berlo was an American communications theorist. He taught at Michigan State University and later served as president of Illinois State University.

Born: 1929, [St. Louis, Missouri, United States](#)

Died: February 23, 1996 (age 67 years), [St. Petersburg, Florida, United States](#)

Books:

[The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice](#), [Communication and Behavior](#)



نموذج يبرله للاتصال SMCR

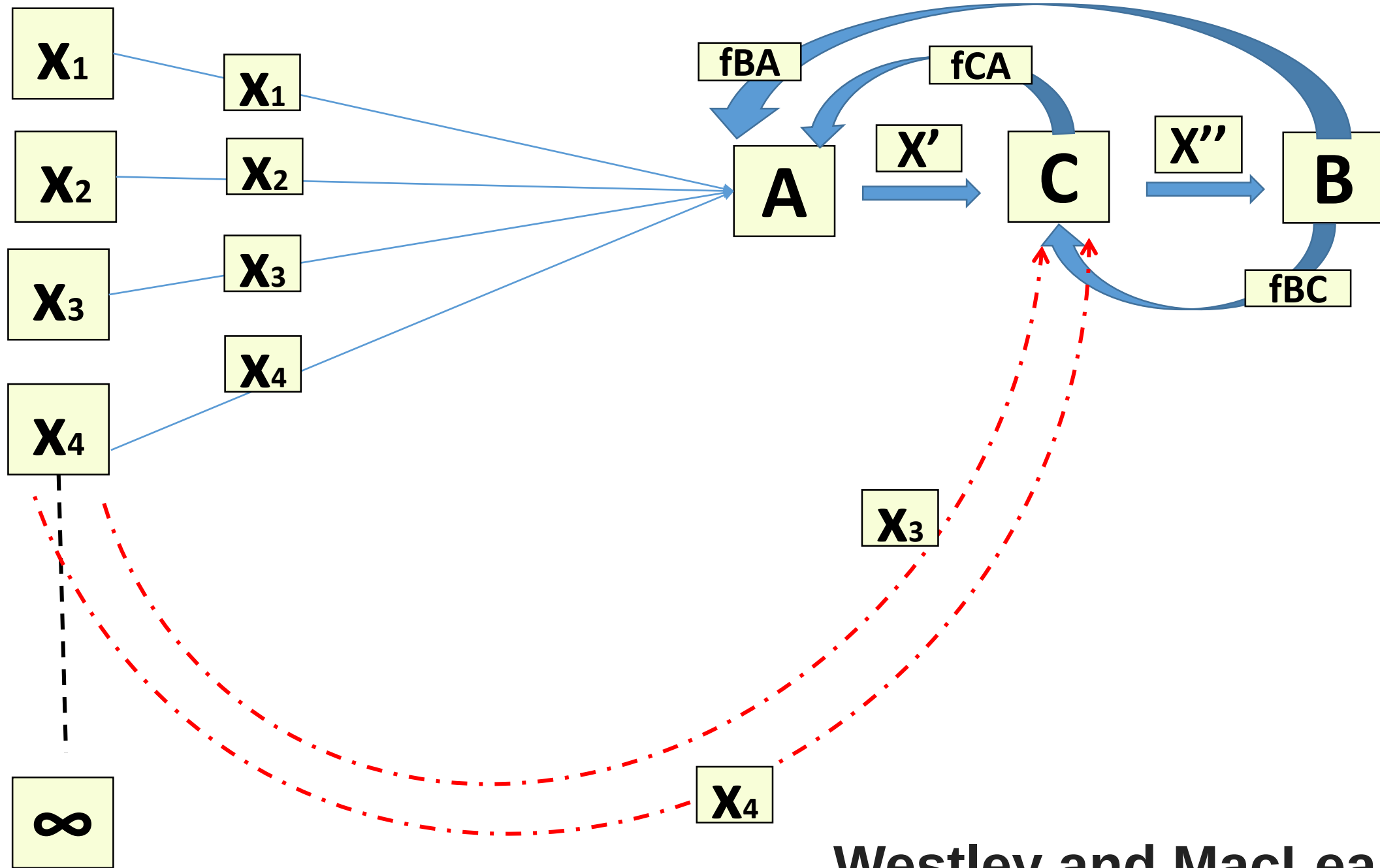


#	Model of Communication	Type of Model	Brief Description
1.	Aristotle's Model	Linear	Aristotle argues that we should look at five elements of a communication event to analyze how best to communicate: speaker, speech, occasion, target audience and effect.
2.	Lasswell's Model	Linear	Lasswell's model is a basic framework for analyzing one-way communication by asking five questions: Who, said what, through which channel, to whom, with what effects?
3.	Shannon-Weaver Model	Linear	The Shannon-Weaver model is the first to highlight the role of 'noise' in communication, which can disrupt or alter a message between sender and receiver.
4.	Berlo's S-M-C-R Model	Linear	Berlo's S-M-C-R model explains communication in four steps: Source, Message, Channel, and Receiver.
5.	Osgood-Schramm Model	Interactive	The Osgood-Schramm model looks at reciprocal communication, showing how we have to encode, decode, and interpret information in real-time during a conversation.
6.	Westley and Maclean Model	Interactive	The Westley and Maclean model shows that our communication is influenced by environmental, cultural and personal factors.
7.	Barnlund's Transactional Model	Transactional	Barnlund's Transactional Model of Communication highlights the role of private and public cues that impact our messages.
8.	Dance's Helical Model	Transactional	Dance's Helical Model sees communication as a circular process that gets more and more complex as communication occurs, which can be represented by a helical spiral.

Westley and MacLean's Model of Communication

was suggested by Bruce Westley (1915-1990) and Malcolm S. MacLean Jr. (1913-2001) in 1957. This model was an adaptation from Newcomb's model of communication, which talked about co-orientation for simultaneous orientation in a two way communication. It also consisted of some concepts from Lewin's model.



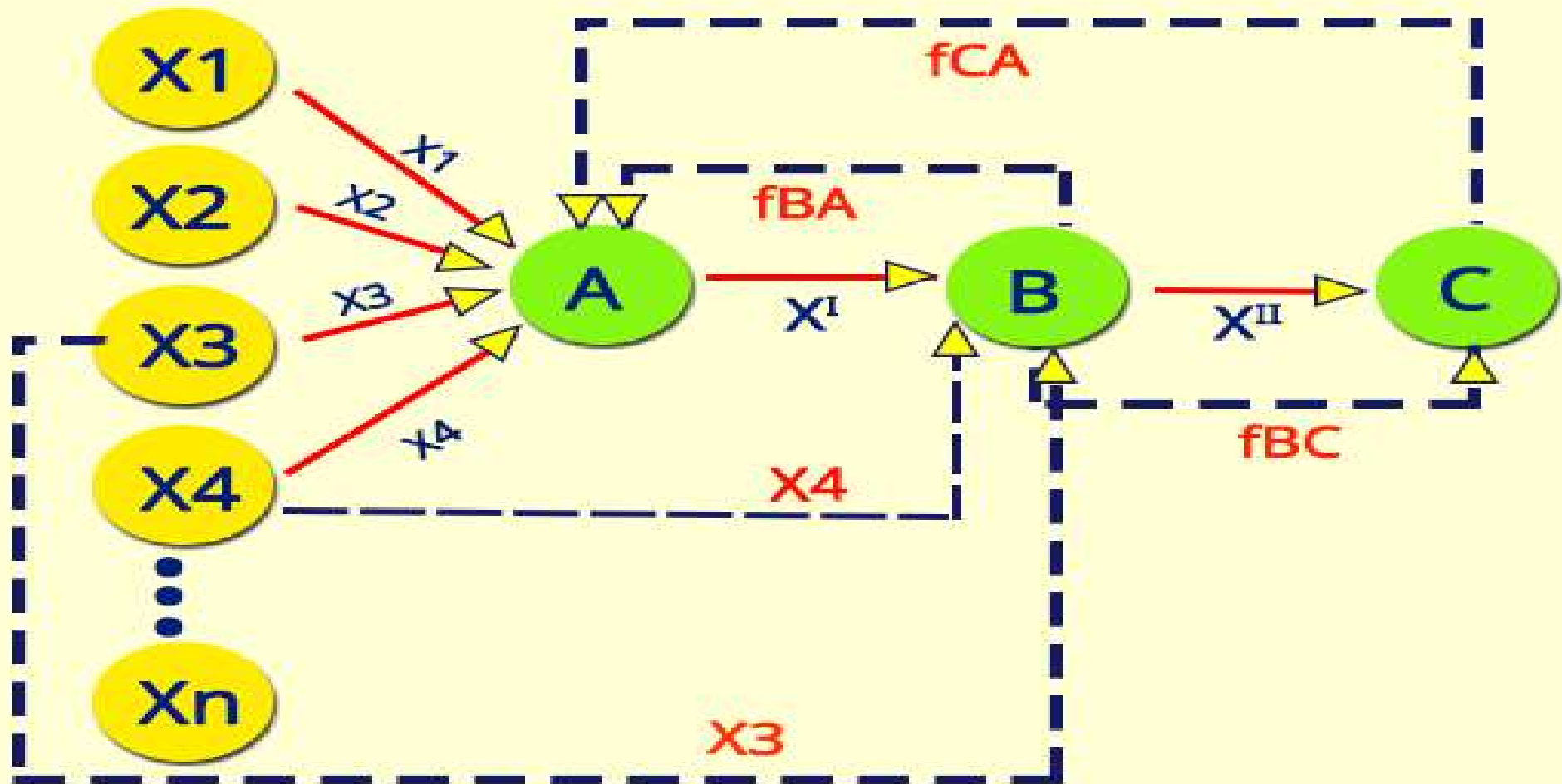


Westley and MacLean's model

The major components in the communication process for the model are

- **Source (A)** – Source is the message creator and sender.
- **Environment (X)** – Environment is the physical and psychological situation where the message is being created and sent.
- **Sensory experience (X1...)** – Sensory experience is the first thing that the source sees by which the source gets the idea for the formation of the message.
- **Objects of Orientation (X1, X2,...)** – Objects of orientation is the person's social and cultural reality that has formed from his/her past experiences and teachings.
- **Message Interpretation or Coding (X')** – Message is interpreted with the objects of orientation of the receiver of the message.
- **Receiver (B)** – The person who gets the message sent by the source and the person who interprets according to his/her objects of orientation.
- **Object of Orientation of Receiver (X, b)** – The views and ideas of the receiver or his/her social reality is his/her object of orientation. That is how the receiver interprets the message.
- **Feedback (f)** – The receiver forms another message after interpreting the message and sends it back to the sender. It is known as feedback.
- **Gatekeeper (C)** – [Gatekeepers](#) are found in mass communication. The gatekeeper is the editor who filters the message as per the needs of the audience and media institution.

Westley and MacLean's Model of Communication



Example of Westley and MacLean's Model of Communication

A person 'A' is going to a meeting. Thunderstorms 'X1' and heavy rains 'X2' start. The roads 'X3' are all blocked. 'A' will have to convey the message to the people who are conducting the meeting that he/she will not be reaching on time. 'A' can inform all others through phone.

Here, the message is conceived from the environmental message through the person's sensory experience. The object of orientation of the person makes him call others because he thinks that reaching late is impolite. Sender 'A' creates the message as a courteous request.

The message is coded in a language form and is sent to the receiver 'B'. 'B' interprets according to his/her own object of orientation like the receiver can still find reaching late to a meeting rude. The feedback is given accordingly.

2-Similarly, in mass communication, 'A' sends a message to 'C' who is the editor. 'C' acts as a gatekeeper and publishes the news after proper editing. There might be readers' 'B' replies to which are in the form of letters or directly face to face. The process of letter reaching the writer takes a long time whereas direct review reaches fast.

In a website, there are many writers. They write and send the articles to get them published. But the editor chooses the articles that are relevant. The comment box is the place where the audience can give feedback.

Here,

1. X_1 is any article

2. X_2 is the audience comments

3. X_3 is the website

4. f is feedback

5. A is writers

6. B is the audience

C is the gatekeeper or the edit (حارس البوابة)

So,

- there is a feedback loop between Audience (B) and the Editor (C) after sending the article for publishing, which is known as “fBC”.
- There is a feedback loop between Editor (C) and Writer (A) giving response to the writers, which is known as “fCA”.
- There is another feedback loop between Audience (B) and the Writers (A) in the comments, which is known as “fBA”.

The message received from the environment can be accidental or abrupt, so might not be intentional. So, the signals can be received anytime and message is formed anytime.

"Schramm نموذج شرام الأول"

النموذج الأول لشرام.

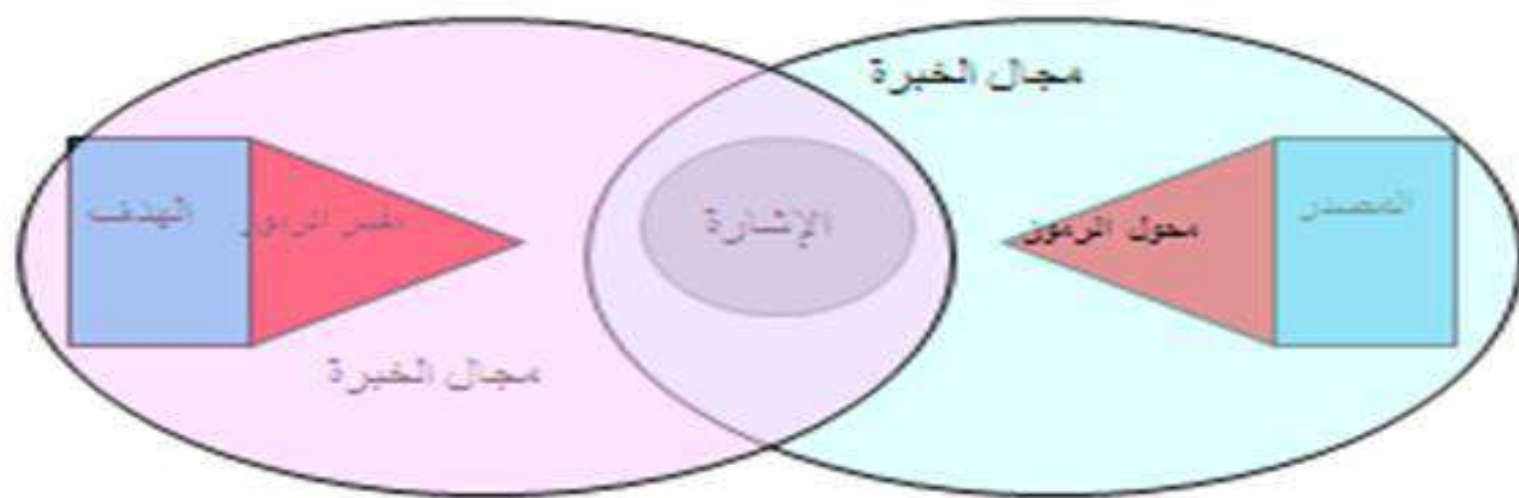
- وقد ظهر النموذج المطور لولبور شرام كما يلي:



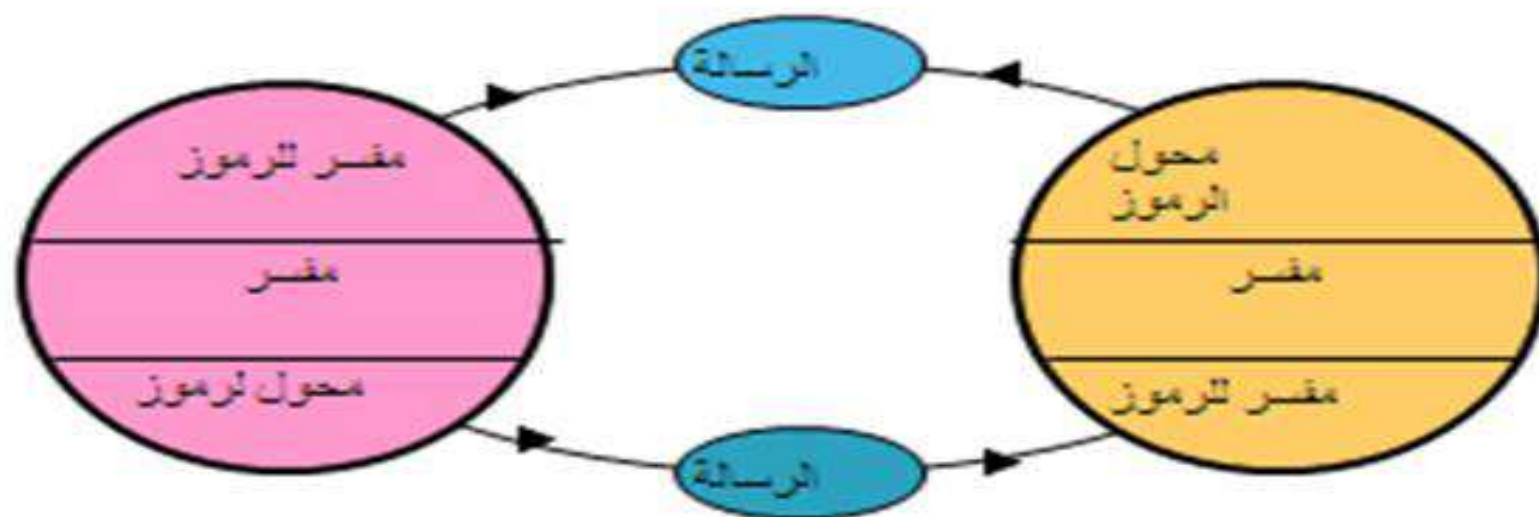
"Schramm نموذج شرام الثاني"

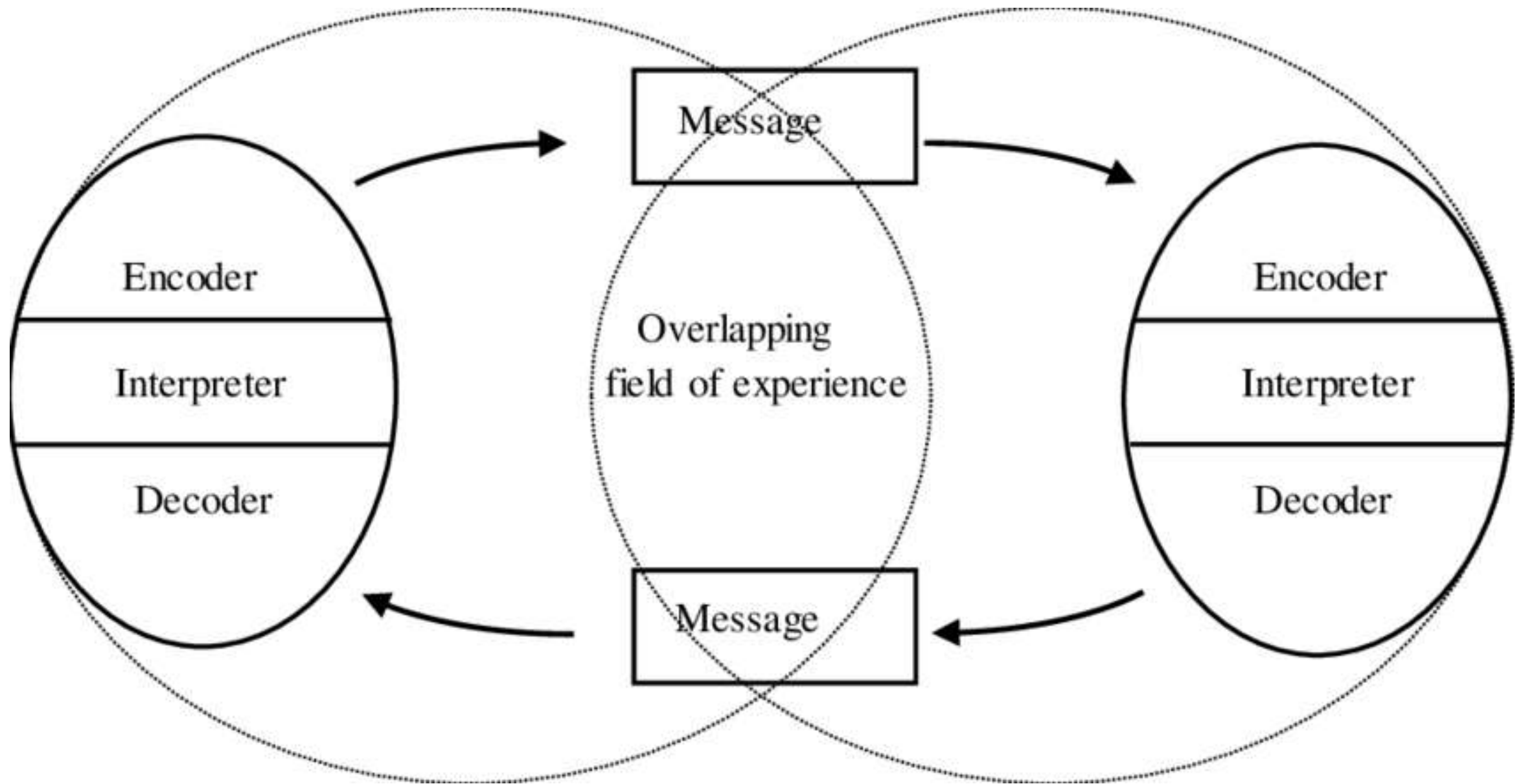
النموذج الثاني لشرام :

ثم قَدّم شرام نموذج آخر لشخصين يتحدّثان مؤكّداً على مفهوم مجال الخبرة ، كما يوضحه المخطط التالي:



"Schramm نموذج شرام الثالث"



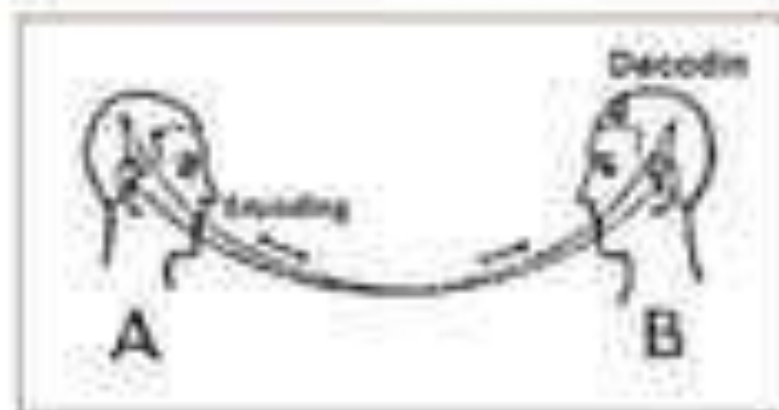


MODELS OF Communication

Saussure's Model

- Ferdinand Saussure, considered as the Father of Modern Synchronic Linguistic, describes a model in which a concept in the brain triggers a sound pattern in the brain.

Code Models of Communication



Saussure's diagram / message model



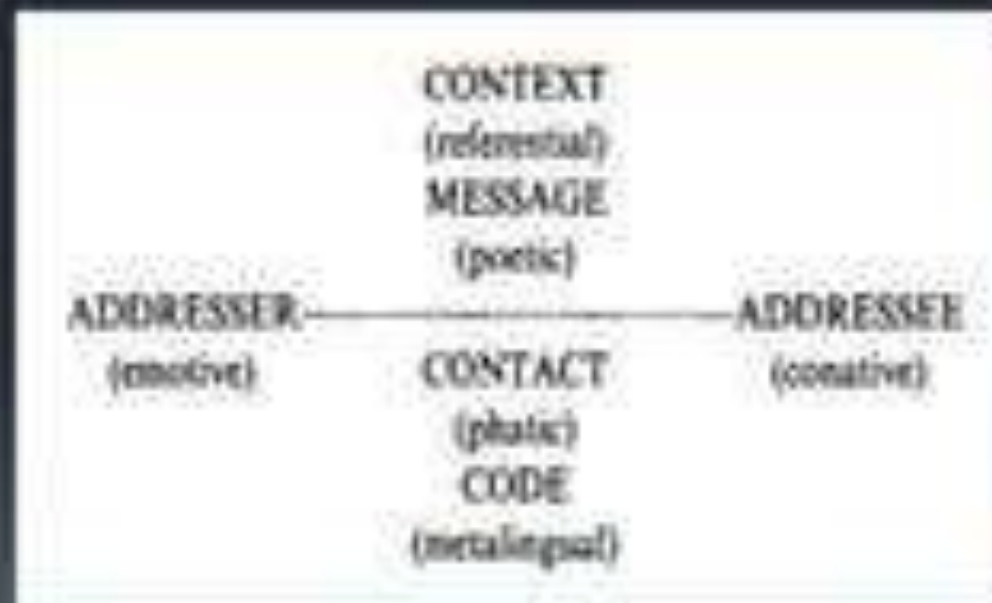
University of Birmingham

MODELS OF Communication

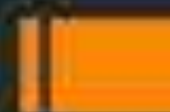
Jakobson's Model

• Roman Jakobson's model has six components:

- Addresser
- Addressee
- Context
- Message
- Contact
- Code



MODELS OF Communication



Berg's Discussion of Four Models

- The linear, conduit model
 - The circular, dialogic model
 - The feedback, interaction model
 - The self-regulatory model
- The linear model, focuses on the conduit or channel.
 - The circular or dialogic model gives a more role for the receiver.
 - The feedback or interaction model tries to think of messages beyond what is intentionally given by the sender.
 - The self-regulatory model focuses on what the senders and receivers get from the environment.





Quiz Time!!!

Identify the following:

1. What is Communication?
- 2-3. Give atleast two nature of communication
4. The process of converting the message into words, actions, or other forms that the speaker understand.
5. The environment where the communication takes place.
6. The process of interpreting the encoded message of the speaker by the receiver.
7. Involves communicating with person of group of people who may not share same assumptions, values allegiances as that of yours and may have different associations with the symbols you take for granted for having a particular meaning.
8. Involves talking to one or a limited number of people.
9. Involves communicating to a wide group of people with very varied traits, background, interests and persuasions.
10. Involves talking to yourself.





Quiz Time!!!

(Effective Communication Skills)

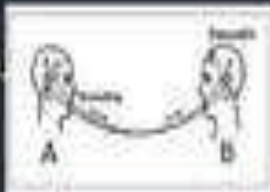
True or False.

15. Which of the following shows the Berlo's Model.
16. Do not give the impression that you are on the same team.
17. Ask open-ended questions about their interests.

(Barriers of Communication)

18. Lack of interest is one barriers of communication
19. Quiet environment is a factor that affects the flow of communication.
20. What is my COMPLETE NAME?

a.



b.



c.



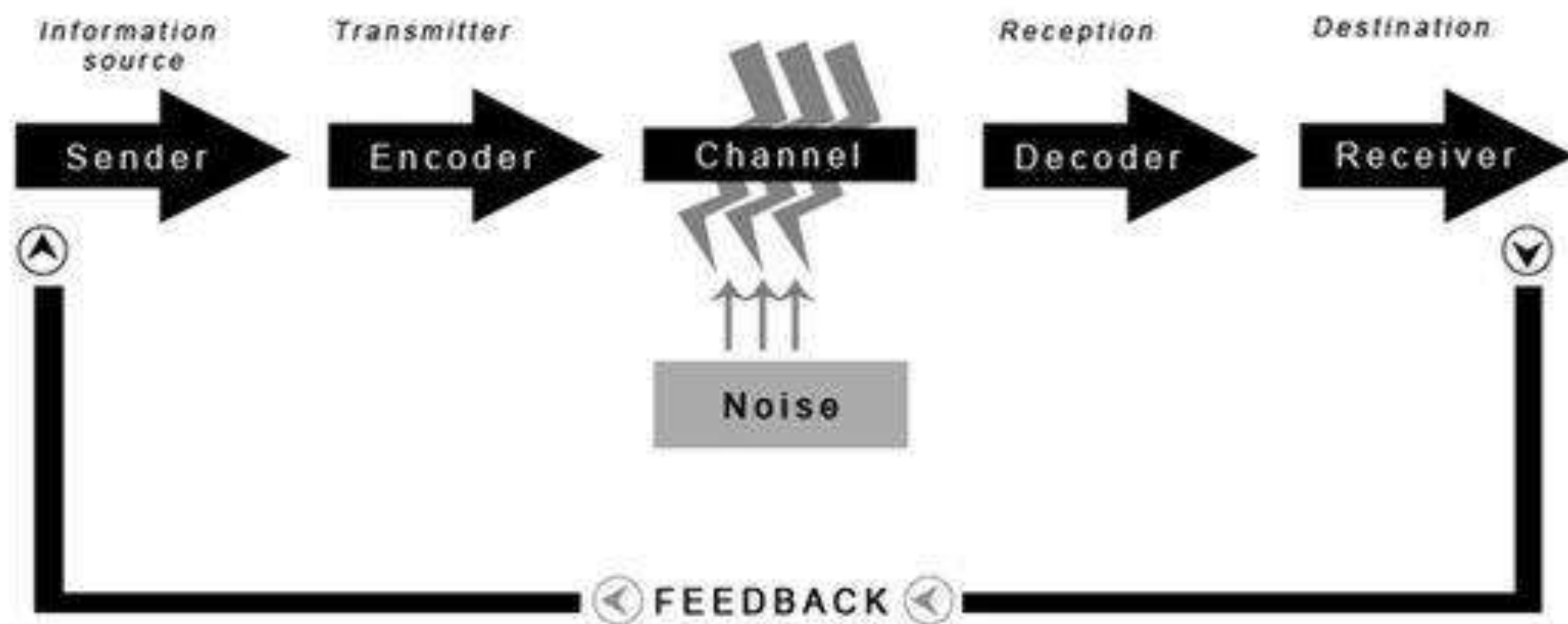
d.



The difference between the interpersonal and the mass communication process

Some differences between elements in mass and interpersonal communication

Elements	Mass communication	Interpersonal communication
Sender	Has no real relationship with the receivers.	Has a relationship with receivers.
Message	Is carefully planned for maximum impact.	Can be planned beforehand or be unplanned, spontaneous and casual.
Medium (channel)	Not face to face.	Often direct, speaking face to face.
Receiver	A large group of receivers are targeted simultaneously.	Can be one-on-one, within a small or larger group, or among groups.
Feedback	Receivers might not understand or act on the message.	The sender can ensure that the receiver understands the message correctly.

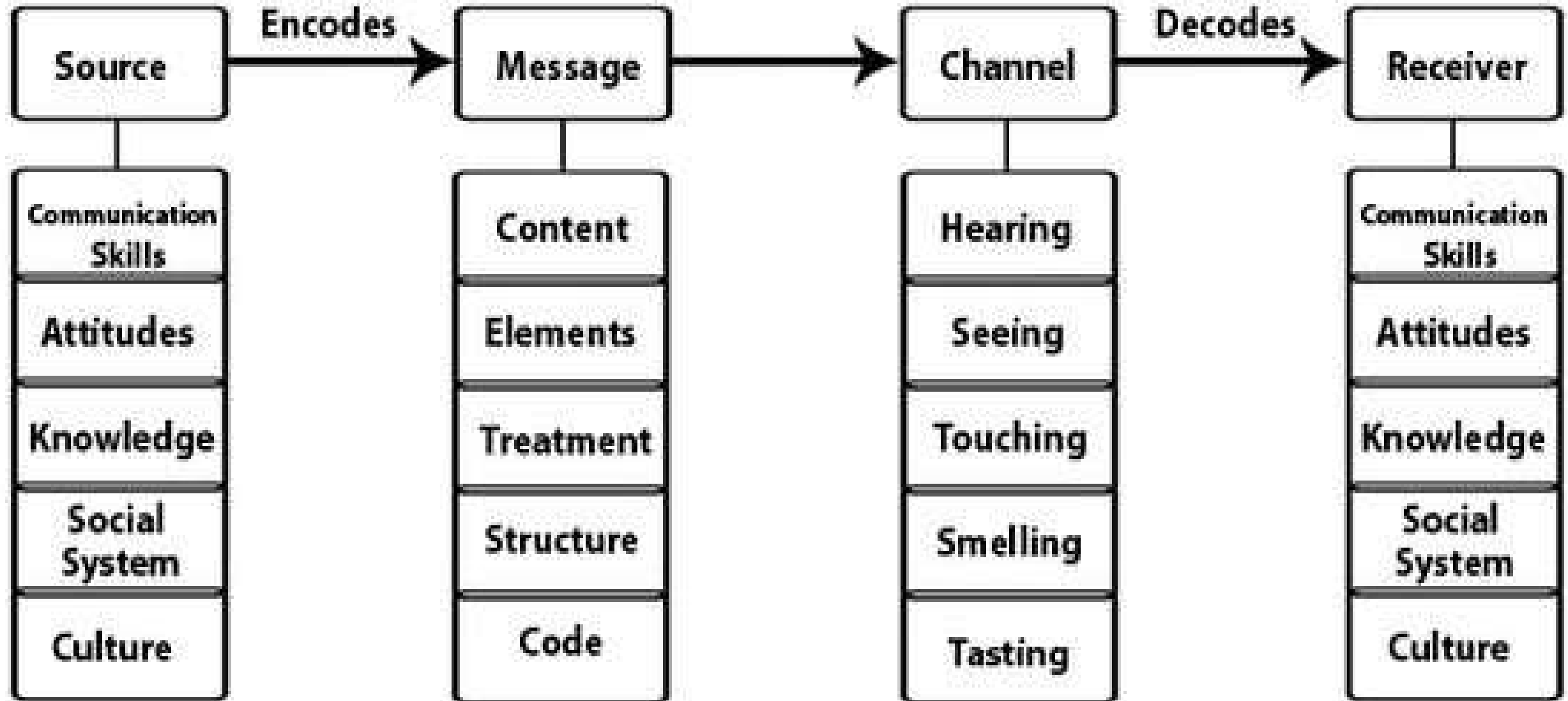


SHANNON-WEAVER'S MODEL OF COMMUNICATION

Berlo's SMCR Model of Communication - Businessstopia

In 1960, David Berlo postulated Berlo's **S**ender-**M**essage-**C**hannel-**R**eceiver (**SMCR**) model of communication from Shannon Weaver's Model of Communication (1949). He described factors affecting the individual components in the communication making the communication more efficient. The model also focuses on encoding and decoding which happens before sender sends the message and before receiver receives the message respectively.

Berlos's SMCR Model of communication



Business Communication Notes

- What is Business Communication?
- What is Communication?
- Types of Communication
- 7 C of Communication
- Verbal Communication Skills
- Upward Communication
- Flow of Communication
- Emotional Intelligence
- Public Speaking
- Upward vs Downward Communication
- Internal vs External Communication

- Barriers To Business Communication
- Oral Communication
- Types Of Non Verbal Communication
- Written Communication
- Soft Skills
- Interpersonal vs Intrapersonal communication
- Barriers to Communication
- Organisational Communication
- Horizontal Communication
- Grapevine Communication
- Downward Communication

<https://www.geektonight.com/types-of-communication/>



- Belch
- Blow
- Clap
- Cough
- Cracking the knuckles
- Crunch
- Farting
- Gargle
- Gasp
- Grind the teeth

- Groan
- Growl
- Hiccup
- Hum
- Laugh/giggle
- Mumble
- Scream/shout
- Snap the fingers
- Sigh

- Slurp
- Smack the (lips)
- Sneeze
- Sniff
- Snore
- Yawn
- Whisper
- Whistle

- As I snore loud I thought better one on my own.
- He fell to the floor with a groan.
- I gave a loud snort.
- Tom let out a loud sneeze.
- He should have not laughed at my jokes!
- It will be the scream of a soul dying
- He did not give a loud sniff of disapproval.
- Betsy and I breathed a sigh of relief.
- I am grinding my teeth.

- The ship whistle shrieked to leave.
- He gave a loud belch.
- She gave a gasp of surprise.
- I hear a low growl behind her.
- Did you give a loud hiccup?
- He must gargle regularly.
- I'd been farting mid-night.
- Speak up. Don't mumble!
- He did not speak to me in a whisper.

- Clap your hands to keep time.
- She hears Ali snapping his fingers
- Do try not to slurp.
- I never ever hear a loud crunch.
- I often crack my knuckles
- My cough troubles her.
- Blow your nose. Don't sniff!
- The woman seemed to be smacking her lips over every word.
- Cover your mouth to hide your yawn.
- The air of the ball began to hum.

الجزء الثاني

التحليل الإداري

يعتمد النشاط الإداري عموما والاتصال بوجه خاص في الإدارات والمؤسسات العمومية، على الوسائل الكتابية والدعائم الورقية بشكل أساسي، ويرتبطان ارتباطا وثيقا بمدى صلاحية وسلامة الوثائق والنصوص المحررة فيها، ومن ثم يتوجب على الموظفين العموميين، على اختلاف مستوياتهم ووظائفهم، حيازة المؤهلات اللازمة لتحرير المراسلات والوثائق الإدارية بشكل سليم وصحيح، شكلا ومضمونا.

هذه الاعتبارات جميعها تضيف على التحرير الإداري صفات خصوصية تميزه عن باقي أنواع التحرير (التجاري، الإعلامي، الاجتماع...).

ويكتسي التحرير الإداري أهمية بالغة في برنامج تكوين الموظفين بمختلف الرتب مهما تباينت مستوياتهم، لأنه ببساطة، كثيرا ما يخشى الموظف المسؤول انتقادات غيره، لما يكون أسلوبه في التحرير ضعيفا، ركيكا أو ملتويا قد لا يؤدي الغرض، مادامت كتابته تترك آثارها في الإدارة أو المؤسسة.

إن تحرير الوثائق الإدارية سواء ما تعلق منها بتبليغ **معلومات (رسائل، تقارير...)** أو إصدار **توجيهات (مذكرات، تعليمات...)** أو خلق وضعيات **قانونية (قرارات، مقررات...)** أو غيرها يتطلب مراعاة جملة من المبادئ والقواعد المعبرة عن طبيعة المرفق الإداري.

بالرغم من تطور وسائل الاتصال والمواصلات من **هاتف**، فاكس، انترنت وبريد الكتروني...الخ، فإن المراسلة الإدارية لا زالت متداولة ولا يمكن الاستغناء عنها مهما تطورت هذه الوسائل، لكونها أداة فعالة للمحافظة على الأثر المكتوب، والمقولة الشهيرة في هذا السياق توضح هذه الحقيقة وتسندة:

“ أن الأقوال زائلة مع مر الأيام وأن الكتابات باقية على الدوام ”
أو الكلام زائل والكتابة باقية

“ Les paroles s’envolent, les écrits restent ”

وهذا دليل على أهمية المراسلة الإدارية على مر العصور باعتبارها دليل إثبات ووسيلة مؤكدة، لا يمكن تجاهلها، والتراجع عن مضمونها .
لذلك تقترح هذه الدروس تناول موضوعات التحرير الإداري من خلال مجموعة من المحاور الأساسية على النحو التالي:

الجزء الثاني: التحرير الإداري

أولاً: مفهوم التحرير الإداري وشروطه

- 1 - مفهومه
- 2 - شروطه
- 3- ما ينبغي على المحرر الإداري القيام به قبل وأثناء وبعد الانتهاء من تحرير المراسلة الإدارية

ثانياً: الرسالة الإدارية

- 1- أهمية المراسلات الإدارية
- 2 - الرسالة الإدارية
 - 1.2 - تعريفها.
 - 2.2 - أنواعها
 - 1.2.2 - الرسالة الإدارية ذات الطابع الرسمي
 - 2.2.2 - الرسالة الإدارية ذات الطابع الشخصي
 - 3 - بيان السيرة العلمية والمهنية
 - 4 - تطبيقات على الرسالة الإدارية

ثالثا: وثائق التبليغ

- 1 - جدول الإرسال، تطبيقات على جدول الإرسال
- 2 - الاستدعاء، تطبيقات على الاستدعاء
- 3 - الدعوة، تطبيقات على الدعوة
- 4 - البرقية الرسمية، تطبيقات على البرقية الرسمية

رابعا: وثائق إدارية غير الرسالة

- 1 - المذكرة، تطبيقات على المذكرة
- 2 - المنشور، تطبيقات على المنشور
- 3 - التعليم، تطبيقات على التعليم
- 4 - الإعلان، تطبيقات على الإعلان

خامسا: وثائق السرد والوصف والتحليل

- 1 - المحضر، تطبيقات على المحضر.
- 2 - عرض الحال، تطبيقات على عرض الحال
- 3 - التقرير، تطبيقات على التقرير

سادسا: النصوص التشريعية والتنظيمية

- 1 - النص التشريعي : - تعريفه، أنواعه، تطبيقات على النص التشريعي
 - 1.1- الدستور، تطبيقات على الدستور
 - 2.1- القانون، تطبيقات على القانون
 - 3.1- الأمر، تطبيقات على الأمر
- 2- النص التنظيمي: تعريفه، أنواعه، شكله المادي، تطبيقات على النص التنظيمي
 - 1.2 - المرسوم، تطبيقات على المرسوم
 - 2.2 - القرار، تطبيقات على القرار
 - 3.2 - المقرر، تطبيقات على المقرر

1.1- مفهوم التحرير الإداري:

لغة: مشتقة من حرر أي أطلق صراح الفكرة أو إعطاء الحرية للتعبير.

اصطلاحاً: يعتبر التحرير الإداري عملية الكتابة للوثائق والمراسلات والنصوص والتعليمات وفق صيغة رسمية وإدارية باستخدام أسلوب فني متميز.

- يعني الإنشاء والكتابة، أو أنه: " مجموع الوثائق التي تحررها الإدارة بواسطة موظفيها، وتستخدمها كوسيلة اتصال بغيرها من المصالح الإدارية الأخرى، وكذلك للقيام بعملياتها المختلفة بغية الوصول إلى الهدف المسطر لها."

- التحرير الإداري هو مجموعة من المراسلات والعقود والوثائق الإدارية، تحرر وترسل إلى المصالح العمومية أو إلى الأشخاص الطبيعيين، في شكل رسائل أو جداول إرسال أو برقيات أو مذكرات أو مناشير أو تقارير أو تعليمات أو محاضر أو قرارات ومقررات... الخ،

2.1 - شروط التحرير الإداري:

الإدارة العمومية باعتبارها مرفق عام وصاحب سلطة تستخدم في تحرير المراسلات والوثائق **الأسلوب الإداري** الذي يتميز عن باقي الأساليب الأخرى بخصائص خاصة.

ويتعين اختيار المصطلحات الخاصة والتعبير المطلوب الذي يتميز بشروط منها ما يلي:

1- احترام النظام التسلسلي : Le respect de la hiérarchie

من مقتضيات احترام السلم الإداري مراعاة مبدأ الأولويات الرئاسية، وفقا للقاعدة القانونية: **الأعلى يسود الأدنى**، إذ لا يحق للمرؤوس الكتابة إلى رئيسه الأعلى في السلم الإداري دون إشعار الرئيس الإداري المباشر.

موظف- رئيس مكتب- رئيس مصلحة

والأسلوب الإداري يعكس هذا التدرج ويبرزه من خلال استعمال أسلوبا خاصا وعبارات مناسبة تحترم الفوارق التسلسلية، بحيث لا يخاطب المحرر رئيسه كما يخاطب مرؤوسيه أو نظرائه:

- الرئيس (Supérieur): هو الذي يأمر il ordonne ، يلاحظ il constate ، يطلب il demande ، يلفت لانتباهه ، يشير ، ينهي إلى علم ، يدعو ، يلزم ، يفرض ، يشيد ، يولي أهمية كبرى ...de vouloir bien ، يرجو السهر على ، يرجو من مروضه بأن يتفضل.

- المروض (Subordonné): يرجو il prie ، يقترح il propose ، يقدم عرض il rend compte ، يرجو ، يشكر ، يقترح على رئيسه ، يفيد ، يوافي ، يرسل ، يقدم ، يرجو من رئيسه بأن يقبل التفضل de bien vouloir ويرجو من رئيسه بأن يتقبل عبارات الاحترام والإخلاص...

2- المسؤولية responsibility:

ويقصد بها هنا سلطة اتخاذ القرار مع تحمل نتائجه، طبقاً للقاعدة " **حيث تكون السلطة تكون المسؤولية** "، لكن قد يتم تفويض بعضاً من صلاحيات المسؤول إلى أحد مساعديه فيحدث أن يتعدى هذا الأخير الصلاحيات المفوض فيها تفويض توقيع مكتوب أو غير مكتوب، فهنا يجب التمييز بين ما إذا كان الخطأ شخصياً وبه تنعقد مسؤولية المفوض إليه على أساس الخطأ أو كان مصلحياً فتتحمله الإدارة.

3- الموضوعية Objectivity:

بعبارة موجزة على المحرر الابتعاد عن النزعة الفردية ويلتزم الحياد والعواطف.

أي توخي أسلوب محايد لا يعبر عن أية عاطفة شخصية ولا على أي انفعال مهما كانت براءته، بما في ذلك عبارات الشكر والامتنان المبالغ فيها.

4. الوضوح Clarity:

ينبغي على المحرر الإداري أن يعمل على أن تكون المراسلة الإدارية المحررة واضحة ومفهومة من طرف المرسل، إليه

5. البساطة SIMPLICITY:

وهي أن يستعمل المحرر الإداري في المراسلة الإدارية مصطلحات فنية بسيطة وواضحة، وأن يتجنب التكلف والغموض لكي يضمن تبليغ المضمون، إلا إذا كان الموضوع يتطلب عبارات فنية متخصصة.

والقاعدة تقول: "خاطبو الناس على قدر عقولهم"

وعليه دائما يجب طرح السؤال التالي: من أراسل ولمن أكتب وماذا أكتب.

6. الإيجاز Concise:

وهو التعبير عن فكرة معينة بأقل عدد ممكن من الألفاظ تماشيا مع القول السائد: "خير الكلام ما قل ودل." الأسلوب الجيد هو الأسلوب الذي يكون بعيدا عن الحشو على أساس أن يكون معبرا عن المعنى المقصود دون إخلال بالفكرة. وبعبارة أوضح، الأسلوب الحسن هو الذي لا يضاف إليه شيء.

7. الدقة Accuracy:

وهي تقتضي على أن يحرص المحرر على استعمال المفردات والكلمات والصيغ، إلا في معناها الحقيقي الذي لا يقبل أي تأويل أو افتراض. والإدارة قد تستعمل مصطلحات من القانون الإداري أو المالي أو التجاري مثلاً، ففي هذه الحالة يجب على المحرر الإداري معرفتها بدقة حتى يحسن استعمالها. ويكون بذلك مدركاً لمدلولها، حتى لا تكون محل تساؤلات تحول دون فهم المقصود منها. لا تستعمل الكلمات التي تثير الشك، أو يمكن تفسيرها بعدة معانٍ مثل: على ما يبدو، في اعتقادي، أظن، عادةً ما يكون.

8. المجاملة: Courtesy

تعتبر المجاملة كخاصية من خصائص الأسلوب الإداري شكلا من أشكال الاحترام ونجدها بكثرة في احترام السلم الإداري وهي مفهومان:

أ- مفهوم عام وواسع: حين ترتبط بالمراسلة ككل ومثالها المراسلات الإدارية المصلحية.

ب- مفهوم ضيق: حين نربطها بصيغة الخاتمة التي يطلق عليها العبارة الأخلاقية أو عبارة الاحترام واللباقة أو اللطافة، مثالها المراسلات الإدارية ذات الطابع الشخصي.

9. استخدام علامات الترقيم:

وتسمى أيضاً علامات الفصل والوصل، ومنها النقطة والفاصلة وعلامة التنصيص والاستفهام والتعجب وبقية العلامات. مثال على أهميتها:

قال احد الحاضرون : هذا شعر قلعت عيناه فأبصر .

أصدر القيصر إسكندر قيصر روسيا أمراً بالحكم على أحد رجال الدولة بأن ينفى إلى سيبيريا.

وكان هذا الرجل مقرباً للقيصرة فأرادت أن تنقذ حياته، فنظرت في الأمر وهو بخط الملك في أسفل التقرير المقدم إليه يطلب العفو عن ذلك الرجل وقد جاء فيه: "عفونا مستحيل يرسل إلى سيبيريا"

وكل ما صنعه القيصرة أنها نقلت النقطة الموجودة بعد كلمة مستحيل قبل هذه الكلمة فأصبح الأمر هكذا: "عفونا. مستحيل يرسل إلى سيبيريا".

خصائص التحرير الإداري من القرآن الكريم



- 1- النظام السياسي ونظام الحكم – ملكي أو إقطاعي(عبيد)
- 2- النظام الاجتماعي(طبقات المجتمع)
- 3- النظام الاقتصادي(اوتيت من كل شيء)
- 4- التطور التكنولوجي (صناعة العرش)
- 5- النظام العقائدي(مجوس عباد الشمس)



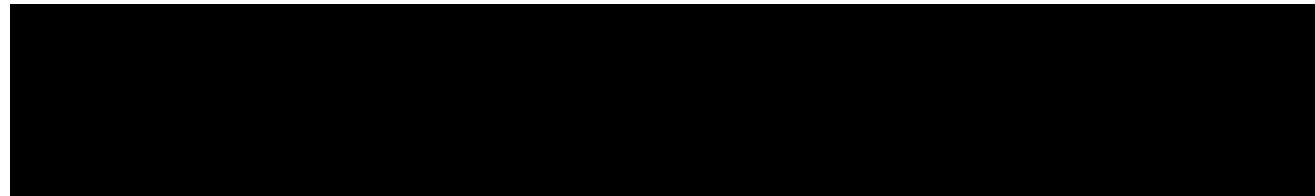
أسر رجلاً من المسلمين لدى الروم، فأجبروه أن يكتب رسالة إلى قائد المسلمين؛
ليشجعه على القدوم إليهم.

وكان الروم قد نصبوا للمسلمين كميناً
فكتب الأسير في الرسالة هذه الجملة:

((نصحت، فدع ريبك ودع مهلك))

فلما قرأها قائد الروم؛ فهما كما أراد
وعندما وصلت الرسالة إلى قائد المسلمين، فهم ما قصده المسلم الأسير،
وتفطن إلى ما فيها.

السؤال: ما هو التحذير الذي كتبه الأسير في الرسالة



المراسلة الإدارية

الفصل الثاني:

1.2- أهمية المراسلات الإدارية

2.2 - الرسالة الإدارية

1.2.2 - تعريفها.

2.2.2 - أنواعها

1.2.2.2 - الرسالة الإدارية ذات الطابع الرسمي

2.2.2.2 - الرسالة الإدارية ذات الطابع الشخصي

3.2 - بيان السيرة العلمية والمهنية

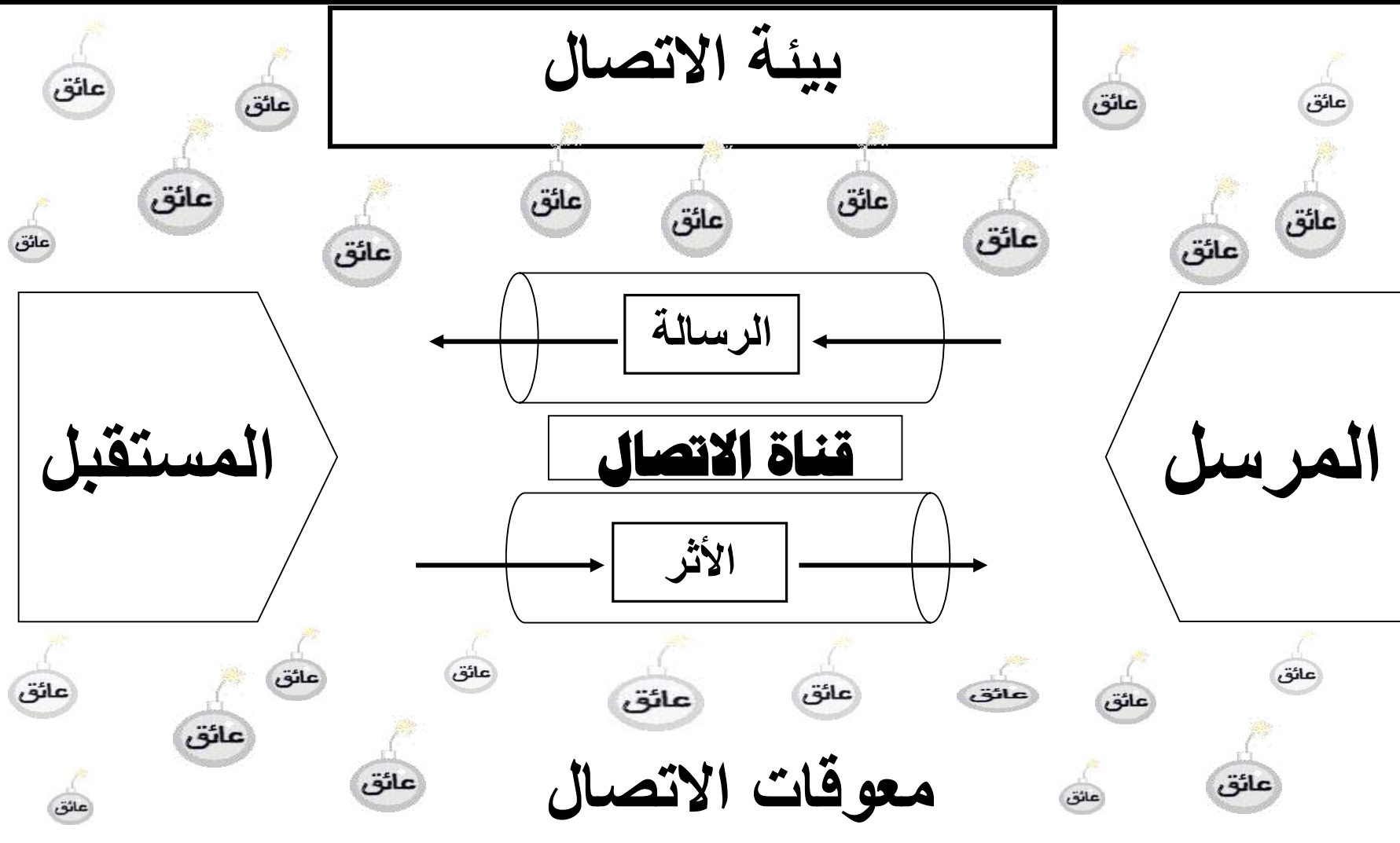
4.2 - تطبيقات على الرسالة الإدارية

المراسلة الإدارية

تعريف:

المراسلة الإدارية هي عملية نقل المعلومات من شخص إلى شخص آخر بطريقة تجعل المستقبل يفهم المعنى المطابق لما يقصد المصدر للمعلومة، سواء عن طريق مراسلات مكتوبة أو مراسلات رقمية إلكترونية أو هاتفية. وعليه فهي تعبر عن منظومة اتصال، كما يلي:

منظومة عملية الاتصال



وسائل الاتصال

مصورة

- الصور الثابتة
- الصور المتحركة
- الرسومات
- المجسمات

آلية

- الحاسب الآلي
- الهاتف
- البرقيات
- التلكس
- عربات نقل الأوراق

شفهية

- الاجتماع
- الندوة
- الخطبة
- المحاضرة

كتابية

- الرسالة الخارجية
- المذكرة الداخلية
- التقرير
- التعميم
- القرار
- البرقية

المراسلة الإدارية

القواعد العامة للمراسلة
الإدارية :

الاسم
المعنوي

الموضوع

المرسل
إليه

احترام السلم
الإداري

النسخ

التاريخ

الرأس

المرجع

الصياغة

الأوراق

شخصية
الرسالة

التحية

وضوح الخط

المرفقات

التوقيع

الإختام

Desk Accessories

such as:

Pen Stand, Clip Box, Finger Sponge Tray, Business Card Holder, Call Bell Document Tray, Note Pad, Calculators, Punch, Stapler, [Tape Dispenser](#), etc



OFFICE SUPPLIES



paper clip



plastic paper clip



thumbtack



pushpin



binder clip



rubber band



staples



glue stick



liquid glue



scotch tape



masking tape



sealing tape



scissors



stapler



correction pen



correction fluid



highlighter



file folder



catalog envelope



clasp envelope



mailer envelope



legal pad



carbon paper



whiteboard markers



envelope



post-it note pad



index card



message pad



calculator



note pad or memo pad



whiteboard

Fournitures papier

- [Ramette de papier](#)
- [Enveloppes](#) et pochettes
- [Papier Fax](#)
- [Papier couleur](#)
- [Chemises en kraft](#)
- [Chemises cartonnée](#)
- [Post-it](#), stick note, notes adhésives
- [Boîtes d'archives](#)
- [Classeur](#)
- [Intercalaires](#)

Fournitures diverses

- [Coffre fort](#)
- [Destructeur papier](#)
- Plante de décoration
- Téléphone fixe
- Horloge murale
- Machine à café ou cafetière
- Mini réfrigérateur
- Micro-onde
- Fontaine d'eau fraîche

Meuble

- Un bureau
- Une [chaise direction](#), cadre ou opérateur
- Des [chaises visiteurs](#)
- Porte manteau
- [Armoire](#)

Petites fournitures de bureau

- Stylos et crayons

Pot à stylos Pot a stylos

Matière: **plastique, métallique**, acier maillé

Forme : **cylindrique, cube**, rond Eco ou prestigieuse

- Marqueurs et surligneurs
- Agrafeuse et Agrafes
- Perforatrice
- Garniture de bureau
- Trombones
- Ruban adhésif et colle
- Étiquettes autocollantes
- Calculatrice
- Correcteur et Blanco

- Ciseaux et cutters
- Règle
- Dateurs et encres tampons
- Corbeille à courrier
- Corbeille à papier
- Tri courrier

Fournitures papier

- Ramette de papier
- Enveloppes et pochettes
- Papier Fax
- Papier couleur
- Chemises en kraft, sous chemises
- Chemises cartonnée
- Post-it, stick note, notes adhésives
- Boîtes d'archives
- Classeur
- Intercalaires

Office Products

Paper

- ☐ Printer paper
- ☐ Three-hole punched paper
- ☐ Graph paper
- ☐ Tracing paper
- ☐ Carbon paper
- ☐ Color card stock
- ☐ Heavy-duty card stock
- ☐ Wrapping paper
- ☐ Greeting cards and envelopes
- ☐ Business cards
- ☐ Letterhead

Envelopes and Boxes

- ☐ #10 regular envelopes (4 1/8 x 9 1/2 inches)
- ☐ Legal envelopes
- ☐ Padded legal envelope mailers
- ☐ Postage stamps
- ☐ Envelope sealer
- ☐ Packaging bubble
- ☐ Cardboard boxes (small, medium, large)

Notebooks and Notepads

- ☐ Composition notebooks
- ☐ Spiral-bound notebooks
- ☐ Legal pads

Binder Items

- ☐ Binders
- ☐ Binder tabs
- ☐ Binder pockets
- ☐ Clear binder document holders
- ☐ Single or three-hole puncher

Filing Cabinet

- ☐ Manila folders
- ☐ Hanging folders
- ☐ Folder tabs

Small Office Supplies

- ☐ Stapler
- ☐ Staples
- ☐ Stapler remover
- ☐ Scissors
- ☐ Box cutter
- ☐ Paperclips (small, medium, large)
- ☐ Binder clips (small, medium, large)
- ☐ Clear cellophane tape dispenser
- ☐ Clear cellophane tape
- ☐ Masking tape
- ☐ Packing tape
- ☐ Duct tape
- ☐ Sticky notes (small, medium, large)
- ☐ Bookmark sticky flags (small, medium, large)
- ☐ Bookmarks
- ☐ White glue
- ☐ Rubber cement
- ☐ Tacky wall mount gum
- ☐ Hanging hooks
- ☐ Magnifying glass

Writing Implements

- ☐ Pencils
- ☐ Pencil sharpener
- ☐ Mechanical pencils
- ☐ Mechanical pencil lead refills
- ☐ Erasers

- ☐ Pens
- ☐ Black all-purpose markers
- ☐ Highlighters
- ☐ Rubber stamps
- ☐ Ink pad
- ☐ Correction fluid
- ☐ Dry/Wet erase board
- ☐ Dry/Wet erase markers
- ☐ Dry/Wet erase spray
- ☐ Ruler
- ☐ Protractor
- ☐ Compass
- ☐ T-square

Office Storage

- ☐ Bookends
- ☐ Paperweight
- ☐ Magazine holders
- ☐ Bulletin board
- ☐ Pushpins
- ☐ Letter opener
- ☐ Pen holder
- ☐ In/Out box
- ☐ Document sorter/holder
- ☐ Supply trays and containers

Electrical Items

- ☐ Computer and monitor
- ☐ Keyboard
- ☐ Mouse
- ☐ Printer
- ☐ Toner or print cartridges
- ☐ Telephone
- ☐ Speakerphone
- ☐ Headset
- ☐ Postage meter
- ☐ Projection device
- ☐ Photocopier

- ☐ Digital camera
- ☐ Lamps
- ☐ Label maker
- ☐ Laminating machine
- ☐ Scanner
- ☐ Fax machine
- ☐ Shredder
- ☐ Extension cords
- ☐ Surge protectors

Miscellaneous

- ☐ First-aid kit
- ☐ Flashlight
- ☐ Fire extinguisher
- ☐ Disinfectant wipes
- ☐ Window cleaner
- ☐ Paper toweling
- ☐ Broom
- ☐ Dustpan
- ☐ Vacuum cleaner
- ☐ Garbage bags
- ☐ Twine
- ☐ Batteries
- ☐ Shredder oil
- ☐ Computer screen and keyboard cleaner
- ☐ Pressured air (to clean keyboard)

Furniture

- ☐ Desk
- ☐ Chairs
- ☐ Filing cabinets
- ☐ Tables
- ☐ Bookcases
- ☐ Shelves
- ☐ Safe
- ☐ Waste basket
- ☐ Recycling bin

NOTES: _____

Papiers

Papier & ramettes A4 A3 : Papier blanc, papier couleur, papier recyclé, papier photo, papier à lettre, papier listing et imprimé

Bobines de papier : Bobines caisse, bobines calculatrices, bobines CB, bobine imprimante étiquettes ...

Écriture & Correction : Stylos bille, rollers, crayons & Porte-mines, marqueurs, surligneurs

Enveloppes & pochettes : enveloppes blanches, pochettes kraft, pochettes blanches, enveloppes à fenêtre...

Étiquettes : étiquettes d'adressage, étiquettes d'expédition, étiquettes de classement...

Cahiers, Blocs : Cahiers, Blocs de bureau, fiches bristol, carnets, stick notes...

خصائص المراسلة الإدارية

1- الشكليات المطلوبة في المراسلات الإدارية :

- 1- الدمغة (الترويسة)
- 2 - الطابع
- 3- الرقم التسلسلي
- 4- المكان والتاريخ
- 5- الموضوع
- 6- المرجع أو المراجع
- 7- الوثائق المرفقة
- 8- مضمون الرسالة
- 9- خاتمة الرسالة
- 10- التوقيع
- 11- النسخ المرسلة
- 12- تحرير بعض البيانات:
- 13- التوقيع يكون خطيا بين اسم وصفة الموقع
- 14- الأعداد يشار إليها رقميا
- 15- المبالغ المالية يشار إليها حرفيا وعدديا.

ترك مسافة واحد ونصف
سنتيمتر، بخمس حروف عند
بداية كل فقرة

خط بداية الكتابة
بينه وبين حافة الورقة اليمنى
3سم على الأقل

المسافة بين الفقرتين = سطر فارغ

أولاً :

1

2

ثانياً :

1

2

3

أ -

ب -

ج -

أبجد هوّز حطّي كلّمن سعفص قرشت ثخذ ضظغ

أبجد بمعنى أخذ.

هوّز بمعنى ركب.

حطّي بمعنى وقف.

كلّمن بمعنى أصبح متعلماً.

سعفص بمعنى أسرع في التعلم.

قرشت بمعنى أخذه بالقلب.

ثخذ بمعنى حفظ.

ضظغ بمعنى أتمّ

FOR THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

1/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

2/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

1/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

2/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

1/2/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

2/2/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

1/2/2/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

2/2/2/3/1

THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE
2010 THE YEAR 2010 THE TOTAL NUMBER OF THE

الرسالة الإدارية: وسائل الاتصال الكتابية التي يصدرها المرسل إلى المرسل إليه،

الرسالة الإدارية العامة:

يتم التوجه بالرسالة إلى إحدى وحدات الهيكل الإداري، فقد يكون المخاطب مديرية أو قسما أو مصلحة أو أحد العاملين بالإدارة. وبعبارة أخرى، فإن هذا الصنف من الرسائل لا يخرج عن نطاق الهيكل الإداري.

الرسالة الإدارية الخاصة:

يشار فيها إلى الأسماء الشخصية للمرسل إليهم يتعلق الأمر برسائل الإدارة إلى شخص بعينه، سواء كان شخصا ذاتيا أو شخصا اعتباريا، شركة وطنية، أو مؤسسة عمومية، أو تعاضدية، أو هيئة نقابية.

الوثائق الإدارية العامة

خصائص الرسالة الإدارية العامة

نموذج (1)

تصميم الرسالة الإدارية العامة:

مكان وتاريخ إنشاء الوثيقة	المؤسسة الإدارية الوحدة الإدارية
السلطة الإدارية التي توجه الوثيقة	
المرسل إليه عنوانه الإداري	
	- الموضوع: - المرجع: - الوثائق المرفقة:
..... نص الرسالة	
- صفة الموقع - اسمه الكامل	

1- الدمغة:

يقصد بها مجموعة الكلمات التي تبين اسم الدولة ويكتب أعلى وسط الصفحة بخط مميز وهو الموقع المناسب لها وتكون أحيانا مصحوبة بشعار الدولة الذي يعكس فلسفتها وإيديولوجياتها ونجدها في المراسلات التي تصدر من الوزارة البلدية الولاية.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

2- الطابع: ويسمى أيضا العنوان، يتكون من مجموع الكلمات المكتوبة التي تظهر في الزاوية اليمنى وفي أعلى الوثيقة الإدارية ومهام هذه الأخيرة توضيح الجهة الإدارية مصدر الوثيقة.

ويتكون من البيانات التالية: - اسم الوزارة، الولاية، البلدية، اسم المديرية.

3 -رقم الترتيب:

ويسمى برقم القيد أو رقم الإرسال ويتكون من رقم التسجيل الذي يتبع برمز معينة وقد يختم بالسنة ويتخذ عدة صور منها:

- في بعض الإدارات رقم التسجيل يكون متبوعا بالأحرف الأولى لمن حرر المراسلة ثم الأحرف لمن رقبها وتضاف إليه السنة .

مثلا :

/20/ ش.ن/ع. أ. / 20 95

/20/ الرقم التسلسلي الذي أعطي للمراسلة من السجل الصادر

ش.ن: شريف نورة المحرر

ع.أ. : عمر أحمد الكاتب على الآلة الراكنة

إن هذه الطريقة تسمح بتقييم عمل المحرر والراقن خلال مدة معينة

-أو رقم التسجيل متبوعا بالأحرف الأولى للجهة الإدارية الرئيسية متبوعا بالأحرف الأولى للمصلحة التي حررت المراسلة.

وقد يختتم بالسنة.

مثلا :

20 / و.أ.ب / م.ت.ش.ع / م.ش.ع.ت.أ / م.ح.م.خ.و/2018

إن هذه الطريقة أكثر استعمالا ومن الأحسن ترتيبها بحسب تدرجها السلمي من أعلى إلى أسفل.

بقي أن نشير إلى انه يكفي برقم التسجيل في المراسلات الصادرة من السلطة المشرفة على مجموعة المصالح (رئاسة، وزارة، ولاية، بلدية...) وذلك مع ذكر رموز الرافق أو دون ذكره.

وزير الداخلية والجماعات المحلية وتهيئة الإقليم
الوزير

20/ و. د. ج. م. ت.إ. / م.س/2018

4- المصدر والتاريخ (Le Lieu et La Date):

موقعه: يجد التاريخ مكانه في الأعلى وفي الزاوية اليسرى من المراسلة على أن يأتي قليلا تحت الدمغة وفي مستوى أول مع بيان للطابع ويسبق التاريخ دائما بمكان إصدار المراسلة (كتابة اسم المدينة كاملا).

-أهميته: وتظهر في معرفة مدى سير العمل الإداري، مكان صدور الوثيقة ويعتد به في حساب بعض المدد لإجراء التظلمات.

-ويعتبران من أهم العناصر الأساسية جدا في الوثيقة الإدارية لكونهما أحد أهم الضوابط الأساسية وذلك لأهمية تحديد واحترام الآجال والتي في بعض الأحيان تضبطها نصوص تنظيمية،

والتاريخ الذي يؤخذ في الحسبان بالنسبة للمصالح الإدارية هو تاريخ وصول واستلام الرسالة للمصالح المعنية وليس تاريخ كتابتها، وفي حالة ما يقع نزاع يتم الرجوع إلى الطابع البريدي لتحديد التاريخ، وبالإضافة إلى تحديد مكان وموقع الجهة التي أصدرت الوثيقة، يتوجب على المحرر الإداري أن يكون دقيقا وواضحا في كتابة التاريخ ومصدره في أعلى الوثيقة من اليسار، ويدون على النحو التالي:

المصدر(المكان) في: اليوم/الشهر/السنة

فلا يجوز كتابة مثل هذه العبارات:
في هذا اليوم 15 ديسمبر 2018 أو في 15 من الشهر الحالي أو في 15 ديسمبر من العام الحالي.
والأصح هو: أم البواقي في 15 أكتوبر 2018 /// عين مليلة 15 ديسمبر 2018.

5- عنوان الرسالة (المرسل والمرسل إليه (L'adresse du L'expéditeur):

موقعه: نجد بيان المرسل والمرسل إليه في الرسائل الإدارية المصلحية مرتبا تحت التاريخ في أعلى الوثيقة وعلى اليسار مع دخول إلى الوسط.

ويجب أن نكتب وظيفة المرسل مجردة من أية صفة أخرى أما المرسل إليه فنضيف إليه كلمة السيد مجاملة ولو كانت المراسلة نازلة وكاملة إلى السيد:

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

إلى السيد(ة) مدير جامعة أم البواقي

هذا ولا يجب ألا ننسى الطريق الذي تمر به رسالتنا الإدارية وفي هذه الحالة يجب أن نستعمل العبارة بواسطة أو تحت إشراف، وتختصر الرموز: ع/ط، ت/إ عن طريق وتحت إشراف على التوالي وتتوسط كل من بيان المرسل والمرسل إليه.

6- بيان المرسل إليه (L'adresse du Destinataire):

وهو مجموع البيانات والمعلومات التعريفية بالطرف الذي وُجّهت إليه المراسلة الإدارية ويكون في الجهة اليسرى من الوثيقة تحت بيان المرسل، ويذكر فيه صفة المرسل إليه إن كان شخصا معنويا، وإسمه ولقبه وعنوانه إن كان شخصا طبيعيا ويضاف إليه السلم الإداري إذا كان المرسل إليه شخصا موظفا تابعا لسلطة إدارية ما.

7- الموضوع (L'Objet):

وهو عبارة عن جملة واضحة ودقيقة موجزة تعبر عن فحوى الوثيقة تتصدر جسم الرسالة وتوضح باختصار الموضوع المراد عرضه أو طرحه على الهيئة المعنية والغاية منه، ويتيح لهذه الهيئة الإدراك السريع الأهمية الموضوع ويسهل لها عملية دراسة وترتيب الوثائق والمحركات. وتسبق عبارة الموضوع حروف الاختصار: **ف/ي**، وتعني على التوالي: فيما يخص

8- المرجع (La Référence):

ويعني بذلك إدراج وتعيين الإشارة التي يقصد بها التذكير بوثائق سابقة ويرجع إليها عند الحاجة، من رسائل، مناشير مراسيم قرارات أو تقارير أو محاضر....الخ.

ويكتب عادة تحت الموضوع مباشرة للإشارة بقصد التذكير بوثائق.....

وللمرجع أربع عناصر أساسية وهي :

- نوعية النص: منشور، رسالة، تعليمية، قرار، محضر...الخ.

- بيان الرقم: الرقم التسلسلي في الصادر

- بيان التاريخ: تاريخ استصداره بالضبط.

-موضوع النص: أي ما تضمنه النص من غرض.

9- نص الرسالة (Le Corps de la Lettre):

- وهو النص الذي يعبر فيه المرسل عن غرضه ويعرض فيه قضيته ومختلف الجوانب المتعلقة بذلك، وينبغي أن يخضع للشروط الموضوعية (المتعلقة بمضمون) التي تم التعرض لها سابقا وينقسم النص إلى :
- مقدمة: ولها صيغ خاصة لتقديم موضوع معين؛
 - العرض: (الإيضاح) ويتم من خلاله إيضاح عرض الموضوع باستخدام صيغ معينة تعرف بصيغ العرض؛
 - الخاتمة: وفيها يتم إنهاء الموضوع وتوظيف عبارات التلطف والمجاملة.
- حيث يتم اعتماد صيغ محددة في كل جزء من النص، ويتم فيها استهلال الموضوع وتقديمه باستخدام صيغ التقديم.

10- النسخ المرسلّة (Destinataires Des Copies): تذكر غالبا أسفل المراسلة وعلى اليمين، وهي نسخ طبق الأصل للمراسلة الرسمية، وتكون لها حجة في الإثبات متى كانت مطابقة للأصل (المواد 324 إلى 326 من القانون المدني). وهي من البيانات الظرفية. وترسل هذه النسخ إلى من يعينهم موضوعها إما إعلاما، تبليغا أو ترتيبا، تحت النسخ المرسلّة، نسخة موجهة إلى... أو نسخة إلى....

مثال: النسخ المرسلّة:

نسخة إلى وزير التعليم العالي والبحث العلمي (للإعلام)

نسخة إلى مدير الجامعة (للترتيب)

نسخة إلى المعني (للتبليغ)

11- المرفقات أو المستندات (Les Pieces Jointés):

وهي عبارة عن وثائق إدارية، قانونية أو قضائية ترفق بالمراسلة المحررة لتدعيم وتبرير ما تم تحريره فيها، وهي من البيانات الظرفية أيضا.

وعليه إذا أرفقت أو ألحقت بالمراسلة الإدارية مرفقات معينة (شهادات، صور، وثائق الحالة المدنية أو وثائق أخرى رسمية)، من المفيد الإشارة إلى عددها تحت المرجع، وذلك إما بذكر عددها فقط أو عددها وطبيعتها.

مثلا: المرفقات: (05)

المرفقات: ملف (05) وثائق أو: تقرير من (05) صفحات، أو نسخ (03) شهادات علمية.

12- الإمضاء (La Signature):

يعتبر الإمضاء أحد أهم العناصر الأساسية للوثائق والمراسلات والعقود الإدارية بحيث يكسبها طابع خاص ليؤكد صحة الوثيقة المحررة وصدقها وتحمل مسؤوليتها، فالوثيقة غير الممضاة لا يترتب عليها أي مفعول قانوني وتعتبر كأنها ورقة مكتوبة فقط (لا شيء). وحتى يكون الإمضاء صحيحا يجب أن يكون صادرا من السلطة المختصة (التي منحت لها صلاحية الإمضاء من طرف القانون).

ويجب أن يكون الإمضاء مسبقا بوظيفة المعني ومتبوعا باسمه ولقبه، وعموما لا يوجد على مستوى الإدارة أو المؤسسة إلا شخص واحد مخول له حق الإمضاء، وهو رئيس الإدارة أو المؤسسة كرئيس الجمهورية، أو الوزير، الوالي، رئيس البلدية أو المدير العام.... إلخ،

ويمكن لهؤلاء المسؤولين أن يفوضوا إمضاء بعض الوثائق إلى نوابهم من الموظفين العاملين تحت مسؤوليتهم وإشرافهم. وفي هذه الحالة يكون من الضروري أن تسبق إمضاءات هؤلاء المسؤولين إشارة تبين صفاتهم ونوعية اختصاصاتهم التي تمكنهم من ربط مسؤولياتهم بالسلطة العليا، ويكون إمضاؤهم: إما بالتفويض أو بالنيابة –

الإمضاء بالتفويض: وتقتضي هذه العبارة من المسؤول المباشر للسلطة أنه قد يفوض صلاحية الإمضاء لواحد أو مجموعة من مساعديه للقيام بهذه المهمة بصفة دائمة أو لفترة محددة على بعض الوثائق والعقود الإدارية وذلك في حدود صلاحياتهم.

مثال : ع/ الوزير وبتفويض منه
مدير

الاسم واللقب
الإمضاء والختم

بيان السيرة الذاتية

صورة

التحصيل العلمي:

من عام..... إلى عام..... (اسم المدرسة)

من عام..... إلى عام..... (اسم الثانوية)

من عام..... إلى عام..... (اسم الجامعة/ الكلية)

المؤهلات:

درجة جامعية أو شهادة

الخبرة العملية:

من عام..... إلى عام..... (اسم المؤسسة)

من عام..... إلى عام..... (اسم المؤسسة)

من عام..... إلى عام..... (اسم المؤسسة)

المعلومات الشخصية:

الاسم:

اللقب:

تاريخ ومكان الميلاد:

الجنسية:

العنوان:

البريد الإلكتروني:

الهاتف:

الحالة العائلية:

تابع بيان السيرة الذاتية

الوظائف السابقة:

- مساعد إداري في.....
- نائب مدير.....

اللغات:

التواصل	الكتابة	المستوى
العربية	العربية	ممتاز
الإنجليزية	الإنجليزية	جيد
الفرنسية	الفرنسية	مقبول

الاهتمامات:

الرياضة، الرسم، الموسيقى،.....

المعلومات الشخصية:

الاسم:

اللقب:

تاريخ ومكان الميلاد:

الجنسية:

العنوان:

البريد الإلكتروني:

الهاتف:

الحالة العائلية:

تابع بيان السيرة الذاتية

المعلومات الشخصية:

المراجع الشخصية:

- السيد.....(العنوان ورقم الهاتف)
- السيد.....(العنوان ورقم الهاتف)
- السيد.....(العنوان ورقم الهاتف)

الاسم:

اللقب:

تاريخ ومكان الميلاد:

العنوان:

البريد الإلكتروني:

الهاتف:

الحالة العائلية:

Text of Curriculum Vitae(c.v.)

personnel Information

Name.....

First Name...

Date of Birth.....

Nationality.....

Adress.....

E-Mail.....

Telephone

Marital Status....

EDUCATION:

Fromto.....(name of school)

Fromto.....(name of high school)

Fromto.....(name of university/ Faculty)

QUALIFICATIONS:

(University Degree)

WORKING EXPERIENCE

- From.....to.....(name of company)
- From.....to.....(name of company)
- From.....to.....(name of company)

.../...Text of Curriculum(c.v.)

personnel Information

Name.....

First Name...

Date of Birth.....

Nationality.....

Adress.....

E-Mail.....

Telephone

Marital Status....

POSTIONS HELD:

Administration Assistant

INTERSTS:

Sport, Music,

LANGUAGES

Spoken	Writen	Level
Arabic(mother language)	Arabic	Excellent
English	English	Good
French	French	Fair

.../....Text of Curriculum(c.v.)

Name.....

First Name...

Date of Birth.....

Nationality.....

Adress.....

E-Mail.....

Telephone

Marital Status....

REFERENCES:

Mr.....(adress & tel no.)

Mr.....(adress & tel no.)

Mr.....(adress & tel no.)

EXEMPLAIRE D'UN CURRICULUM VITAE

Nom.....

Prénom...

Date de naissance

Nationalité.....

Adresse.....

E-Mail.....

Téléphone

Etat Civil....

EDUCATION:

Deà.....(nom de l'école)

Deà.....(nom de l'école secondaire)

Deà.....(nom de l'université/ Faculté)

QUALIFICATIONS:

(Diplôme universitaire)

DETAILS D'EMPLOIS PRECEDENTS:

- De.....à.....(nom de l'employeur)
- De.....à.....(nom de l'employeur)
- De.....à.....(nom de l'employeur)

.../....Text of Curriculum(c.v.)

personnel Information

Name.....

First Name...

Date of Birth.....

Nationality.....

Adress.....

E-Mail.....

Telephone

Marital Status....

POSTES OCCUPES:

Assistant Administrative

INTERETES:

Sport, Musique,

LANGUES

Parlée	Ecrite	Niveau
Arabe(langue maternelle)	Arabe	Excellent
Anglaise	Anglaise	Good
Française	Française	Assez bien(passable)

.../....Text of Curriculum(c.v.)

personnel Information

Name.....

First Name...

Date of Birth.....

Nationality.....

Adress.....

E-Mail.....

Telephone

Marital Status....

REFERNCES:

M.....(donnez l'adress & le numéro de téléphone)

M.....(donnez l'adress & le numéro de téléphone)

M.....(donnez l'adress & le numéro de téléphone)

المذكرة الإدارية

La Note Administrative

أولاً- تعريف المذكرة الإدارية:

هي وثيقة الأكثر استعمالاً يجري تداولها داخل الإدارة لنقل تعليمات من الرئيس الإداري إلى مروضيه أو لتبليغ معلومات أو توجيهات أو أوامر من الرؤساء إلى بعض المستخدمين أو جميعهم في مختلف المستويات التدرجية تنتهي صلاحيتها بانتهاء العمل الذي أصدرت من أجله، وتسمى أيضاً مذكرة مصلحة Note de service.

هناك نوع آخر يسمى مذكرة التلخيص Note de synthèse يراد تبليغ ملخص عن أمر معين إلى الرئيس الإداري لتمكينه من أخذ فكرة عامة عن محتوى الوثيقة في وقت قصير، مذكرات إعلامية، توجيهية، تحسيسية،.....

ثانيا- خصائص المذكرة الإدارية:

تتميز مذكرات المصلحة بعدة خصائص، أهمها:

- أنها تتضمن تعليمات موجهة من الرئيس الإداري مصدر المذكرة إلى المستخدمين العاملين؛
- توزع المذكرة أو تنشر بطريقة تسمح لكل المعنيين الاطلاع عليها، وإن اقتضى الأمر يلزم التوقيع عليها لإثبات ذلك؛
- تشكل المذكرة أداة اتصال سريعة وفعالة؛
- ينبغي أن تنصب على تنظيم موضوع واحد ومحدد بدقة؛
- تحرر المذكرة بأسلوب واضح ودقيق وبعبارات لائقة؛
- تحوز المذكرة على الصفة الإلزامية، ما لم تخالف نصا تشريعا أو تنظيميا ساريا، ومتى استوفت شروط التبليغ إلى علم المعنيين؛
- تجسد مذكرة المصلحة ممارسة الرئيس الإداري للسلطات المخولة له قانونا، مما يستلزم مراعاة الصلاحيات القانونية ونطاق الإشراف الإداري.

المذكرة الإدارية

ثالثًا- استخدامات المذكرات الإدارية:

تستخدم المذكرات الإدارية لعدة أغراض أهمها:

- 1- إصدار تعليمات وأوامر: * الالتزام بمواقيت العمل؛
* المحافظة على وسائل الإدارة؛
* التحلي بأخلاقيات المهنة؛...

- 2- إعطاء توجيهات ونصائح: * الحرص على النظافة؛
* تدابير الوقاية والأمن؛....

- 3- تبليغ معلومات: * تغييرات تنظيمية طارئة؛
* معلومات تخص المستخدمين؛....

رابعاً - عناصر المذكرة:

تتضمن المذكرة الإدارية العناصر التالية:

- رأسية الوثيقة (التسمية الرسمية للدولة وطبيعتها الدستورية)؛
- الطابع (الجهة الإدارية المصدرة للمذكرة)؛
- تاريخ ومكان تحرير المذكرة؛
- الرقم التسلسلي طبقاً للترتيب المسجل في سجل البريد الصادر أو السجل الخاص بالمذكرات إن وجد؛
- عنوان المذكرة و موضوعها؛
- الجهة الموجه إليها؛
- نص المذكرة؛
- الصفة الوظيفية للموقع على المذكرة؛
- التوقيع وختم المصلحة؛
- الإشارة إلى الجهات الواجب إبلاغها وطريقة التبليغ (التعليق، التسليم الشخصي...).

المذكرة الإدارية

خامسا- تحرير المذكرة الإدارية:

تخضع المذكرة الإدارية لقواعد التحرير الإداري المتعلقة بتحرير المراسلات والوثائق كما بيناه في المقطع الأول، غير أنها تتميز عن الرسالة باستعمالها للأسلوب غير المباشر وتقليص نطاق المجاملة على اعتبار أنها تتضمن تعليمات وأوامر موجهة من الرئيس إلى مرؤوسيه.

ينبغي استخدام أسلوب إداري يتسم بالصرامة والعقلانية بغرض تحفيز وإقناع المخاطبين، وبطريقة تضمن امتثال هؤلاء للتعليمات والأوامر الواردة في المذكرة، ويمكن عند الاقتضاء ذكر المبررات والأسباب الدافعة إلى تحرير المذكرة أو إلى اتخاذ التدابير الواردة فيها.

يتوجب على المحرر توخي الإيجاز قدر المستطاع والاكتفاء بطرح التوجيهات أو المعلومات بصيغ مجملية، وكذلك ينبغي تجنب الاسترسال والتطويل في الشرح والتبرير، مما يؤدي إلى الانحراف بالمذكرة عن مقصدها الأساسي؛ لأن المذكرة، خلافا للتقرير، لا تتطلب عملا تحليليا ولا عرضا مفصلا.