



كلية الخدمة الإجتماعية



نموذج إجابة

مادة

الإتصال في الخدمة الاجتماعية

إنتظام - إنتساب

إعداد

أ.د/ هالة خورشيد طاهر

د/ أحمد عماد سعد مصطفى

للعام الجامعي ٢٠١٨/٢٠١٩

السؤال الأول: اختر الإجابة الصحيحة من بين الأقواس : (٢٠ درجة)

- ١- ب- التوزيع
- ٢- ب- المساومة
- ٣- ج- الإغريقية
- ٤- أ- الوظيفة التثقيفية
- ٥- أ- لاسويل
- ٦- ب- المستوى الثاني
- ٧- ب- التعليم المتخصص
- ٨- ب- التشويش الميكانيكي
- ٩- ج- غموض الهدف
- ١٠- أ- التجاوب
- ١١- ج- المرحلة التخطيطية
- ١٢- ج- المناخ الحيادي
- ١٣- د- الإنسحاب الظاهري
- ١٤- ج- القدرات التنظيمية
- ١٥- د- دانس
- ١٦- ب- الإستئثار بالحديث
- ١٧- د- الأثر
- ١٨- أ- الإستكشاف
- ١٩- ب- نموذج بيرلو
- ٢٠- ب- التسويق

السؤال الثاني: ضع علامة صح أو علامة خطأ أمام العبارات التالية : (٢٠ درجة)

١- (×)	٥- (√)	٩- (×)	١٣- (√)	١٧- (√)
٢- (√)	٦- (×)	١٠- (√)	١٤- (×)	١٨- (×)
٣- (√)	٧- (√)	١١- (√)	١٥- (√)	١٩- (×)
٤- (√)	٨- (√)	١٢- (√)	١٦- (√)	٢٠- (√)

السؤال (الثالث): أجب عن الأسئلة التالية : (٣٠ درجة)

١- اشرح مقومات وعناصر عملية الإتصال في الخدمة الإجتماعية .

الإجابة

المرسل sender:

هو الشخص يصيغ أفكار في رموز تعبر عن معنى وتحول إلى رسالة توجه إلى جمهور معين. يؤثر على

المرسل أمور كثيرة وفي ضوء ذلك يحدد ديفيد بدلو أربعة شروط أساسية يجب أن تتواز منه:

مهارات الاتصال:

توجد خمس مهارات أساسية يجب توافرها وهي خمس (الكتابة- التحدث - القراءة- الاستماع- القدرة على التفكير ووزن الأمور) لأن القدرة على التفكير تساعد في تحديد الأهداف.

اتجاهات المصدر:

اتجاهات المصدر تكون نحو نفسه ونحو الموضوع ونحو المتلقي اهتزاز الثقة في النفس يؤثر على عملية الاتصال وقوة الثقة في النفس تساعد في قرة عرض الرسالة (مثل المذيع أمام الجمهور - كذلك الخطيب)

مستوى المعرفة:

مستوى المعرفة تؤثر في طبيعة وتكوين عملية الاتصال لدى المرسل لاننا لا نستطيع أن نتقل رسالة لا نعرف مضمونها ولا نستطيع أن نقول شيء لا نعرفه فكلما كانت المعرفة ومستوياته متساوية أو متشابهة لدى الطرفين كانت العملية أكثر وضوح.

النظام الاجتماعي والثقافي:

يتأثر المرسل بمركزة في النظام الاجتماعي والثقافي لكي نحدد فاعلية الاتصال علينا أن نعرف أنواع النظم الاجتماعية التي تعيش فيها من خلال الاطار الثقافي والاجتماعي الذي يعيشه (معتقدات- عادات وقيم- أواع السلوك المقبولة والمعتبر مقبولة التطلعات- التوقعات الخاصة وغيره لان مركز المصدر في النظام الاجتماعي والثقافي سيؤثر عليه وعلى سلوك الشخص بشكل عام.

يقوم المرسل بتنقاص أربعة أدوار في عملية الاتصال:

يقرر المعنى الذي يريد إيصاله إلى الطرف الآخر، ويرمز المعنى في رسالة (يضع في كلمات أو إشارات تسمى رموزاً)، ويرسل الرسالة، ويتصور ويتفاعل مع استجابة المستقبل لهذه الرسالة).

المتلقي receiver :

المتلقي هو أهم حلقة في عملية الاتصال، فالقارئ هو الشخص المهم عندما نكتب و المستمع المهم عندما نتحدث، ويجب أن يضع المصدر في اعتبار طبيعة المتلقي حتى يضمن تحقيق الهدف من الرسالة، والمتلقي لا يستقبل الرسالة ويتأثر بها مباشرة، وانما يقوم بعملية ينطرح وينقية حسب سماته النفسية والاجتماعية ومستوى تعليمه واتجاهاته.

مهمة المستقبل تلخص في ثلاثة أمور:

استقبال الرسالة، وفك رموز الرسالة وتحويلها إلى معان والاستجابة للرسالة

الخبرة المشتركة Field of Experience:

كل فرد منا يحم نطاق من الخبرات والعادات والتقاليد والمعارف والاتجاهات والسلوكيات التي تصاحبه أينما ذهب، وحيث يكون الأشخاص الذين نتصل بهم لديهم خبرة حياتيه مشابه لنا، فإن فرص التفاهم وتحقيق النجاح في الاتصال يكون متاحاً بطريقة فعالة.

الرسالة message:

الرسالة هي مضمون السلوك الاتصالي، فالإنسان يرسل ويستقبل كميات ضخمة ومتنوعة من السائل، بعض الرسائل يتسم بالخصوصية (مثل الحركات والايماء والإشارة والابتسامة والنظر، وبعض الرسائل يتسم بالعمومية مثل (الندوات- المحاضرات المؤتمرات الصحف- المجالات الراديو والتلفزيون السينما).

يوجد ثلاث أمور يجب أن نأخذها في الاعتبار بالنسبة للرسالة

- ١- كود الرسالة. ٢- مضمون الرسالة. ٣- معالجة الرسالة.
- وتوجد مجموعة من النقاط أو الشروط التي يجب أن يراعيها المرسل أثناء إعدادة وإرساله للرسالة:

- أن يكون محتوى الرسالة مناسباً لميول وحاجات وقدرات المستقبلين ومستواهم المعرفي والثقافي.
- أن يكون محتوى الرسالة صحيحاً علمياً وخالياً من التكرار والتعقيد.
- أن تكون لغة الرسالة واضحة وبسيطة.
- أن تكون الرسالة جذابة ومثيرة لانتباه وتفكير المستقبلين.
- أن يعرضها المرسل بطريقة شائقة وغير تقليدية.
- أن يلجأ المرسل إلى الإطناب أثناء تنفيذ الرسالة وهو إعادة جزء أو بعض أجزاء الرسالة بطريقة مختلفة وجديدة.
- أن يختار المرسل الوقت والمكان المناسبين للمستقبلين لاستقبال الرسالة.
- أن تسمح لمستقبلين بالمشاركة الفعالة.
- الوسائل (القنوات) channels:

الرسائل تصل المتلقين عبر قنوات متعددة، فالرسائل الشخصية تستقبلها عن طريق الحواس (السمع- النظر- الشم- اللمس- التذوق) والرسائل العامة تتلقاها عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية، تتسم بعض الوسائل بكونها أكثر فاعلية من وسائل أخرى وتشير التجارب إلى أن كلاً فرد لديه قنوات مفضلة في استقبال الرسائل عن القنوات الأخرى ويتحكم في استخدام وسيلة الاتصال العوامل التالية:

طبيعة الفكرة المطروحة أو الهدف التي تسعى إليه:

خصائص الجمهور المستهدف من حيث عاداته الاتصالية وقابلية للتأثير من خلال أسلوب معين. تكاليف استخدام الوسيلة بالنسبة لأهمية الهدف المطلوب تحقيقه. أهمية عامل الوقت بالنسبة لموضوع الاتصال. مزايا كل وسيلة وما تحفزه من تأثير على الجمهور المستهدف.

التشويش noise:

التشويش هو أي عائق يحول دون القدرة على الإرسال أو الاستقبال وينقسم التشويش إلى نوعين:

تشويش ميكانيكي: وهو تشويش يحدث من خلال عيوب صوت المرسل أو ترواوت غير مناسبة أو ضعف حاسة السمع أو البصر، أو الضوضاء.

تشويش دلالي: وهو يحدث حين حركة الناس فهو بعضهم البعض مثل استخدام معاني مختلفة وعبارات غير مفهومة من خلال المعنى أو النطق، والتشويش يكون عائق في عملية الاتصال.

الوسيلة أو القناة الحاملة للرسالة (Channel or Medium) :

الوسيلة هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل. والقنوات الطبيعية لنقل الرسائل هي موجات الضوء والصوت التي تمكننا من رؤية الآخرين وسماعهم.

ولكن هناك وسائل عدة يستخدمها الناس في نقل رسائلهم كالكتب والصحف والمجلات والأفلام والبريد الإلكتروني والتلفزيون والأشرطة السمعية والبصرية والصور والهواتف والحواسيب الآلية وغيرها.

رجع الصدى Feedback:

يقصد بـرجع الصدى إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدمه. وهناك أربعة طرف للنظر إلى رجع الصدى هي:
قد يكون رجع الصدى إيجابياً فتواصل العملية، أما إذا كان سلبياً فتتوقف العملية.
رجع الصدى قد يكون ينبع من أحساس المرسل بفاعلية الرسالة وتأثيرها وقد يكون خارجاً.
قد يكون رجع الصدى فورياً كما هو الحال في الاتصال الوجيه أو توجلاً كما في الاتصال الجماهيري.

رجع الصدى يمكن أن يكون حراً يصل من المتلقي إلى المرسل بدون عوائق، أو مفيد يصل إلى المرسل بعد المرور على حراس البوابات الإعلامية ويسفر وقتاً طويلاً حتى تحقيق أهدافه لا رجع الصدى يتيح وظائف مفيدة للعملية الاتصالية مثل قياس مدى المفهم إلا استيعاب وفتح التأثير في عملية الاتصال.

الأثر Effect:

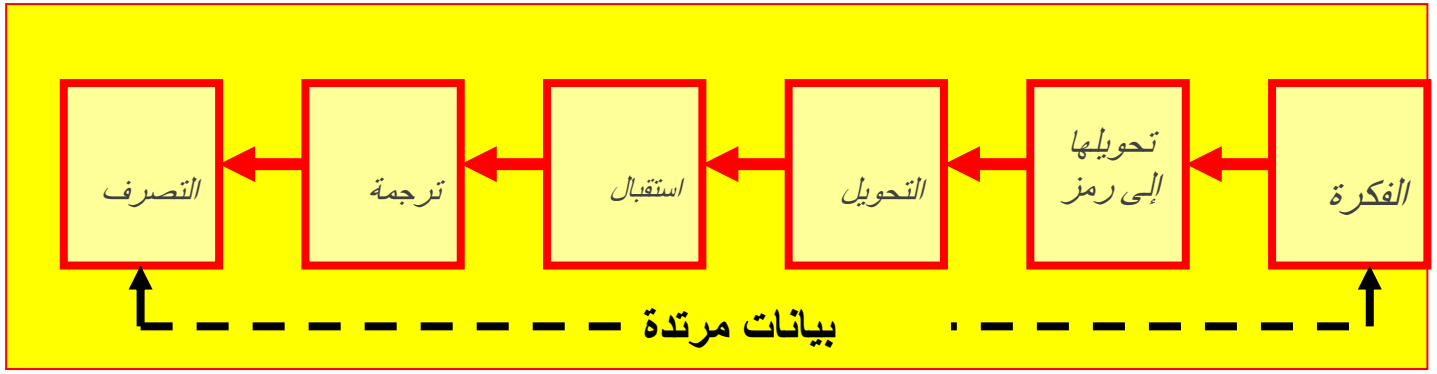
الآن هو نتيجة الاتصال، وهو يقع على المرسل والمتلقي على السواء وقد يكون الأثر نفس أو اجتماعي، ويتحقق أثر وسائل الإعلام من خلال تقديم الأخبار والمعلومات و الإقناع وتحسين الوراثة الذهنية.

السياق (بيئة الاتصال) context:

كل اتصال يحدث في مكان ما، لا بد أن يعبر عن سياق ما، و أحياناً يكون السياق طبيعياً لا نلاحظه، وفي أحيان أخرى، فالسياق في المكان والزمان والأشخاص، ولا يمكن فصل السياق الاجتماعي عن السياق الثقافي أو السياسي أو الاقتصادي، فكلما كان السياق التي تتم فيه العملية الاتصالية وجوانب مشتركة بين المرسل والمستقبل كلما كانت فرصة النجاح للعملية الاتصالية أفضل.

٢- إشرح خطوات عملية الإتصال .

الإجابة



- من هم المستقبلون ؟ وما عددهم ؟ هل هم متجانسون فى مصالحهم واهتماماتهم ؟ أم تتوعوا المصالح والاهتمامات ؟ هل لديهم معرفة بها طيبة وصحيحة بالمشكلة أم لديهم معرفة بها ولكنها ناقصة أو خاطئة أو مضللة ؟ هل هم معادون أم منصفون أم غير بالغيين بالمشكلة على الإطلاق ؟ هل هم يتصرفون على نحو خاطئ أم هم لا يقومون بأى تصرف على الإطلاق ؟

ما هى طبيعة العلاقة بين المرسل والمستقبل ؟ وما مدى قدرة المرسل على أن يطلب من المستقبلين تخصيص بعض وقتهم له ؟

إن التوصل إلى إجابات دقيقة لتلك الأسئلة المترابطة سوف يحدد إلى مدى بعيد الشكل النهائى لمجهود الاتصال ومدى كفاءته وفاعليته .

الخطوة الثانية

حدد الهدف الأساسى من الاتصال

هل هو مجرد توصيل معلومة ؟ أم تحفيز وتنبيه الفكر ؟

هل يسعى المرسل إلى إقناع المستقبل أو المستقبلين بعقيدة معينة ؟ أم أنه يحاول أن يقنع المستقبل أو المستقبلين بالتصرف على نحو ما بواسطة الأمر المباشر ؟ أم بالإقناع ؟ (إذا كان المرسل يستخدم الإقناع فإن الاتصال يصبح جزءاً من عملية البيع) وبالتالي ما هو الفعل أو التصرف المرغوب ؟

الخطوة الثالثة

قم بإعداد الصيغة النهائية للرسالة

اجمع المعلومات المتصلة بالموضوع .

ضع الأفكار العامة للمشروع .

قم بإعداد مسودة الرسالة .

هل هى خالية من الثغرات ؟ هل تساعد حقاً على حل المشكلة .
وهذه المسودة يجب أن تكون بناءة قائمة على بحث ودراسة الحقائق وظروف الموقف والاعتبارات الأساسية فى الحالة والشرح والإيضاحات المرتبطة بالموضوع ، وإذا كانت الرسالة تدعو إلى اتخاذ إجراء ما (محاولات "بيع") فإن المسودة يجب أن توضح أسلوب الاستجابة للرسالة .

الخطوة الرابعة

اجعل الرسالة ملائمة للمستقبلية
من الملاحظ أن كل مستقبل يهتم برسالة معينة بدرجات مختلفة ولأسباب مختلفة فيرجح أى رسالة ستلقى قبولاً أكبر وبالتالي ستجد طريقها للتنفيذ إذا وضع المرسل هذه الاعتبارات بين عينيه :
من عم المستقبلون .

ما هى طبيعة اهتماماتهم ؟

هل هم جميعاً مهتمون بالأمر بنفس الدرجة ؟

هل من الضروري تغليف الرسالة بمظهر جذاب أو مقبول ؟

إذا كانت الرسالة تتطلب استجابة من نوع ما ، فما هى أسهل وسيلة يستجيب بها المستقبل ؟

وبناء على الإجابات التى تحد لها لتلك الأسئلة قد يتضح أنه يوجد فى الواقع مجموعات متعددة من المستقبلين وقد يقتضى الأمر دراسة كل منهما على حده .

الخطوة الخامسة

أقم العلاقة ووطدها

انتق الوسيلة أو وسائل الاتصال الأكثر ملائمة للهدف من بين وسائل الاتصال المتاحة .
ضع الرسالة فى الصورة الأكثر ملائمة .

ومن السهل على المرسل أن يستسلم لإغراءات وسائل الاتصال وسحرها باستخدام وسائل التمايل لذاتها وخاصة حينما يكون هدف الرسالة غامضاً ولكن يجب ألا يغيب عن أذهاننا ، أن وسائل الاتصال وأساليبها الفنية ما هى إلا أدوات يستعان بها لتوصيل الرسالة وبالتالي يجب ألا تستحوذ تلك الأساليب على اهتمامنا إلا بالقدر الذى يتناسب مع دورها هذا .

الخطوة السادسة

قم بقياس النتائج

هل الرسالة وصلت ، وفهمت ؟

هل أحدثت الأثر المطلوب ؟

إن الحقيقة القائلة بأن نتائج الاتصال تستعصى على القياس الدقيق ، تؤكد ضرورة القيام بتقييم الاستجابة للاتصال تقييماً علمياً ونظائماً ، فالكثير من القرارات التى تتخذ والمعلومات التى بنيت

عليها قرارات الاتصال الأولية تقوم - بحكم الضرورة - على الافتراضات والأحكام التقديرية ، وهكذا فإن تحليل الاستجابة للاتصالات يمكن أن يكشف عن معلومات مفيدة تساعد في تحسين كفاءة الاتصالات التالية ولتخطيط برامج جديدة في مجالات اتصالات أخرى .

وعند تقديرنا لنتائج الاتصالات ، من الضروري أن نفرق بين رد الفعل تجاه رسالة وتجاه الفعل اتجاه علاقة ... فالإعجاب للكتيب أو التصفيق للمحاضرة لا يعنى بالضرورة أن الرسالة قد فهمت وأن النتائج المرغوبة قد تحققت .

وبالمثل إذا كان هدف المرسل " بيع " بمعنى أن يقنع الآخرين بعقيدة أو أن يغريهم على القيام بعمل ، فإن رد الفعل السالب قد يشير إلى عدم الموافقة على الرسالة وليس الفشل والاتصال .

٣- إشرح خطوات الإعداد للتفاوض .

الإجابة

(١) تحديد أهداف التفاوض

في هذه المرحلة يتم تحديد الأهداف التي تسعى إلى الوصول إليها عن طريق التفاوض ويجب أن تتسم هذه الأهداف بالواقعية والطموح وأن تصارع في شكل كمي قدر الإمكان.

ويمكن تقسيم أهداف التفاوض إلى أهداف أساسية وأهداف ثانوية فمثلاً قد يكون الحصول علي درجة جودة معينة هدفاً أساسياً وقد يكون الحصول علي سعر منخفض هدفاً ثانوياً .

(٢) تحديد مكان التفاوض

عند تحديد مكان التفاوض هناك ثلاثة خيارات أمام المفاوض وهي :-

- التفاوض في مقر المفاوض .. حيث أن لتفاوض في مقر المفاوض يحقق له الراحة النفسية ، وسهولة الحصول علي المستندات ، عدم تحمل مشقة السفر ... الخ .
- التفاوض في مقر الطرف الآخر .. في هذه الحالة سوف يتحمل المفاوض مشقة السفر إلى الطرف الآخر ، كذلك يصعب عليه الحصول علي المستندات ، كما أن ذهاب المفاوض إلى الطرف الآخر يمثل نوعاً من التنازل .
- ج- التفاوض في مكان محايد .. وفي هذه الحالة يتم إجراء التفاوض في مكان محايد لكل من المفاوض والطرف الآخر ومن أمثلة ذلك إجراء التفاوض في إحدى قاعات الاجتماعات بأحد الفنادق الكبرى .

(٣) تحديد موعد التفاوض

- حيث أن موعد التفاوض ومدة التفاوض يعتبر من أهم العوامل بالنسبة للمفاوض " المشتري " حيث أن المشتري قد يحتاج للمواد خلال فترة زمنية معينة وبالتالي فإن موعد التفاوض يعتبر من العوامل المؤثرة علي المشتري .

(٤) تحديد النقاط التي يتم التفاوض بشأنها

- بدون تحديد النقاط التي سيتم التفاوض عليها فإن عملية التفاوض تتم بشكل عشوائي ومن الضروري التعرف علي وجهة نظر الطرف الآخر بخصوص النقاط التي سيتم التفاوض عليها حيث أن هذه النقاط قد تمثل أمور ثانوية للطرف الآخر .

(٥) جمع المعلومات

- حيث أنه يجب الحصول علي مجموعة من المعلومات بخصوص نقاط التفاوض مثل التعرف علي الأسعار المختلفة للصنف الذي سيتم شرائه كذلك يجب التعرف علي حجم احتياجاتنا من هذا الصنف وما هي أفضل طرق الحصول عليه .

(٦) إعداد جدول التفاوض

- ويشمل جدول التفاوض الأمور التي سيتم مناقشتها أثناء عملية التفاوض ولا يجب أن يتعرف الطرف الآخر علي جدول الأعمال الخاص بالمفاوض إلا أن هذا لا يمنع وجود جدول أعمال مشترك للمفاوض والطرف الآخر .

(٧) تحديد الأسئلة التي يتم طرحها على الطرف الآخر

- إن تحديد الأسئلة التي سيتم إلقائها علي الطرف الآخر يعتبر من الأمور الهامة بالنسبة للمفاوض حيث أن تحديد هذه الأسئلة مسبقاً يساعد في الحصول علي المعلومات من الطرف الآخر .

(٨) تحديد استراتيجية التفاوض

- وإستراتيجية التفاوض هي الإطار العام الذي يحكم عملية التفاوض.

(٩) تحديد القائمين بالتفاوض

من الممكن أن يقوم بالتفاوض فرد واحد كذلك قد يقوم به فريق كبير من المفاوضين والاختيار بين هذين الأمرين يتوقف على طبيعة الموقف التفاوضي ومدى صعوبته ، وعند اختيار فريق من المفاوضين يجب مراعاة ما يلي :-

- حسن اختيار أعضاء فريق التفاوض .
- حسن اختيار قائد الفريق .
- يجب أن يوجد نوع من التفاهم بين أعضاء الفريق .
- (١٠) تحديد الصلاحيات والسلطات المفوضة لفريق التفاوض

وفي مجال تحديد السلطات والصلاحيات لفريق التفاوض يجب مراعاة ما يلي :-

- من الضروري منح السلطة الكافية لفريق التفاوض .
- يجب ألا تكون هذه السلطة مطلقة .
- يجب أن تكون السلطة محددة تحديداً دقيقاً .
- (١١) تقييم عوامل البيئة الخارجية المؤثرة على التفاوض
- يقصد بعوامل البيئة الخارجية تلك العوامل التي لا تقع تحت سيطرة المفاوض نسبياً ومن أمثلة هذه العوامل الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والقانونية المتعلقة بالدولة .
- (١٢) الاستعداد النهائي للتفاوض
- بعد تغطية النقاط السابقة من تحديد هدف ومكان وموعد التفاوض وتحديد النقاط التي سيتم التفاوض عليها وجمع المعلومات وتحديد الصلاحيات والسلطات المفوضة لفريق التفاوض يتم الاستعداد النهائي للتفاوض .

٤- إشرح الإتصال في خدمة الفرد .

الإجابة

أساليب الإتصال الفنية في خدمة الفرد :-

تعني الأساليب الاتصالية الفنية في خدمة الفرد هي تلك الوسائل التي يستخدمها الأخصائي الاجتماعي في حصوله على المعلومات والحقائق المرتبطة بالعمل، وتعمل على توضيحها والقاء الأضواء عليها. وهناك أسلوبان هاما للتعرف على أبعاد المشكلة.

أ- المقابلة:

إن المقابلة في خدمة الفرد هي المجال الطبيعي الذي يتصل فيه الأخصائي الاجتماعي مع العميل بهدف دراستها وتشخيصها وعلاجها، وهي لقاء مهني مرتبط بفلسفة المؤسسة وشروطها وليست المقابلة مقتصرة على العميل فقط، بل تتسع حتى تشمل كل المصادر الدراسية التي يلجأ إليها الأخصائي عن استكمال الدراسة والوصول إلى استخلاص التشخيص الذي يؤدي بالتالي إلى وضع خطة العلاج المناسبة. والمقابلة كاتصال مهني يتطلب الكثير من الجهد والوقت حتى تحقيق أهدافها المرسومة، وهي لهذا تحتاج لمهارة خاصة لممارستها، فقد وضع لها شروط وأساليب وقواعد مبنية على الأساس العلمي والاستعداد الشخصي والخبرة المهنية التي تصب في المقابلة المهنية من أجل إحداث المشاركة والتفاعل بإعتبارها أساس النجاح في عملية الاتصال لتحقيق مساعدة العميل.

ب- الزيارة المنزلية:

الزيارة المنزلية هي نوع من المقابلات الاتصالية المهنية والتي تعتبر إمتداد للمقابلات المؤسسية، ولكنها تتم في منزل العميل بإعتبارها بيئة العميل الطبيعية. وتهدف الزيارة المنزلية إلى تحقيق هدف معين له أهمية ولا يمكن تحقيقه في المقابلات التي في المؤسسة، وهو زيادة خبرة الأخصائي الاجتماعي بشئون الحياة العائلية للعميل وتكملة الصورة التي يعطيها العميل عن مشكلته أثناء المقابلة في المؤسسة. ونظراً لأهمية الزيارة المنزلية كمقابلة جماعية حيث تزداد فيها دائرة العلاقات الاجتماعية الأسرية والتي تتطلب معها مهارة الاخصائي الاجتماعي في عملية الاتصال وقيادة المناقشة وتوجيهها ، يمكن من تحقيق أهداف الزيارة المنزلية .

الاتصال أساس تكوين مبادئ وقيم خدمة الفرد :

أ- أن أحساس العميل بالراحة والثقة في الاخصائي الاجتماعي والتحرر من الخوف والقلق الذي يساعد علي علاج مشكلة العميل لن يتم ذلك إلا من خلال عملية التفاعل المهني الموجه الذي ينشأ بين الاخصائي الاجتماعي والعميل خلال مراحل العمل مع الحالة والتي تتم في ظل اتصال يتم فيه تفاعل أفكار ومشاعر كل من العميل والاختصائي ،

ب - قيام الاختصائي الاجتماعي بإشعار العميل باحترامه لذاته وأسلوب تفكيره وعدم السخرية من جهل العميل بمشكلته أو بشروط المؤسسة أو فهمه لحقيقة وظيفتها وخدماتها.

كما إن احترام العميل يتمثل في احترام ما يصدر عنه من أفكار ، إذ أن العقل البشري يلجأ إلي حيل مختلفة للتعبير عن إنفعالاته كفرد يخضع لدوافع مختلفة وأن التعديل في

هذه الأفكار لا يتم إلا عن طريق تعديل الاتجاهات وأن تعديل الاتجاهات يجب أن يبنى على الثقة والاحترام المتبادل والاحساس بالندفاعية الاخصائي الاجتماعي في محاولاته لتقديم المساعدة للعميل أثناء إتمام المقابلة .

ج - إن منح العميل حق التصرف الحر في شئون الخاصة وفي حدود قوانين ونظام المؤسسة أى حق العميل في إتخاذ القرارات الخاصة بمشكلته بنفسه وكذلك حقه في قبول أو رفض خدمات المؤسسة لن يتحقق ذلك من خلال اتصال الاخصائي الاجتماعي بالعميل والعمل على مساعدته وتشجيعه على أبداء رأيه في جوانب مشكلته والمشاركة في وضع خطة العلاج وتنفيذها في حدود إمكانيته وعدم الضرر بذاته أو بأسرته أو بالمجتمع الخارجي .

د- إن طمأنه العميل في بداية تعامله مع الاخصائي الاجتماعي إلى سرية ما يدلي به من معلومات وحقائق حتي يشجعه على الإدلاء بهذه المعلومات وهو مطمئن .
والمعلومات التي يدلي بها العميل والخاصة بالحالة تتم في ضوء اتصال مبني لي تهيئة الظروف التي تمكن من نجاح عملية الإتصال في المقابلة مع العميل ولهذا يقوم الاخصائي الاجتماعي بمراعاة السرية في مكان التي يحصل عليها من العميل هي المتصلة بموضوع المشكلة .

١- الاتصال وعمليات خدمة الفرد :

تتضمن خدمة الفرد ثلاث عمليات اتصالية أساسية يتبادل الاخصائي الاجتماعي من خلالها مشكلات العملاء وهذه العمليات هي الدراسة والتشخيص والعلاج .

١- الدراسة :

وهي عملية يتوقف عليها الوقوف على الحقائق والمعلومات الخاصة بحالة العميل ومشكلته حتي يمكن تفهم أبعاد المشكلة بصورة حقيقية

أهمها :

- المقابلة بين الاخصائي الاجتماعي والميل داخل المؤسسة .
- الزيارة المنزلية حيث يتم اللقاء بين الاخصائي الاجتماعي والعميل . ويعتمد الاخصائي الاجتماعي على عدة مصادر اتصالية الحصول على المعلومات عن الحالة أهمها :
- العميل نفسه : باعتباره صاحب المشكلة .

- الأسرة : من خلال المقابلة الجماعية مع أسرة العميل .
 - الأصدقاء : والمدرسين ورؤساء العمل .
 - الخبراء : والمختصين كالطبيب أو المحامي أو الاخصائي النفسي.
- تعتمد المقابلة لنجاح العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها أن تعتمد عملية الدراسة في المقابلة علي قدرة الاخصائي الاجتماعي علي الإتصالات والاستماع الجيد والقدرة علي التعليق وتوجيه الأسئلة ، وهي تمثل شروط وضمانات الجيد لنجاح المقابلة الدراسية .

ب - التشخيص :

يمثل التشخيص الرأى المهني للاخصائي الاجتماعي الذي يتوصل إليه أثناء اتصاله بالعميل وستعرضه للحقائق والمعلومات وخروجه بمجموعة من المحددات والعوامل المختلفة التي أدت لحدوث المشكلة بدرجة أو بأخرى . ويعتمد الاخصائي في هذا علي تحليل منطقي وعلمي ومهني للحقائق دون تميز أو تدخل للاعتبارات الذاتية للاخصائي حتي يتمكن من إبراز جوانب القوة والضعف في شخص العميل وجوانب مشكلته .

ج - العلاج :

وهو الجهود والخدمات ابتي تقدم للعميل ، والتي يمكن أن تحدث أمرا مرغوبا في موافقه ، وتمكنه من الوصول لحالة من التلاؤم الاجتماعي الذي يرضيه ويرضي المجتمع الذي يعيش فيه ، ويتم العلاج بعد إجراء التشخيصية العميل والبيئة المحيطة والتي تلعب دورا في إحداث المشكلة . ويتم العلاج عن طريق إتخاذ الوسائل العلمية للحصول علي هذه الخدمات ، وليس العلاج الاجتماعي هو مجرد تقديم خدمات مادية للعميل ، بل إن مجرد الصلة الاجتماعية قد تكون جزءا من العلاج ، وفي حالات غير قليلة تكون هي كل العلاج ، كما في حالات سوء التصرف في الداخل والإرشاد السيكلولوجي ، وما دام العلاج موجود الصلة الاجتماعية التي تتضمن علاقة مهنية لها مميزات خاصة فيمكن القول بأن العلاج يبدأ يا بتداء الصلة الاجتماعية أيضا . وهكذا تسير العمليات الثلاثة جنبا إلي جنب وتفوق إحداها في فترة عنها في فترة عنها في فترة حسبما تقتضي الظروف المتفاعلة في الموقف .

٥- عرف مجتمع المعلومات وأذكر بالشرح عوامل نجاح تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات في التنمية .

الإجابة

مفهوم مجتمع المعلومات :

ولقد اتفقت قمة جنيف على تعريف محدد لمجتمع المعلومات بأنه: هو مجتمع يُمكن جميع الأشخاص بدون تمييز وبدون عوائق من إنشاء وتلقي وتقاسم واستخدام المعلومات والمعارف لتحقيق تنميتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية

بينما عرفه تقرير التنمية الإنسانية العربية على أنه

ذلك المجتمع الذى يقوم أساساً على نشر المعرفة وإنتاجها ،وتوظيفها بكفاءة فى جميع مجالات النشاط المجتمعى: الاقتصاد والمجتمع المدنى والسياسة،والحياة الخاصة،وصولاً للارتقاء بالحالة الإنسانية باطراد ، أى إقامة التنمية الإنسانية

عوامل نجاح تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات فى التنمية

- أن تكون التكنولوجيا ملائمة للمجتمعات المحلية.
- مراعاة الفوارق الثقافية والاجتماعية بين المجتمعات.
- ضرورة التأكيد على عامل التدريب والتطوير وتنمية المهارات للكوادر المحلية المنوط بها إدارة وتشغيل هذه التقنيات.
- التناسب بين تقنية المعلومات والاتصالات المستخدمة وبين الأهداف التنموية المرغوب التوصل إليها لتحقيق التغلب على المشكلات الموجودة.
- الوقوف على جوانب القصور المعرفى أو التقنى الموجود بالمجتمع المحلى ، وكيفية إفادة المجتمع المحلى من هذه التقنيات الجديدة فى تحقيق التنمية .
- ضرورة تشجيع الفقراء على الإقبال على استخدام هذه التكنولوجيا ضمانا لوصول أصواتهم إلى صانعى السياسات أو المشاركة فى صنعها فيما بعد.
- تفعيل دور المنظمات غير الحكومية لكى تعمل بالتوازي على تشجيع وتهيئة المجتمع.
- فى ضوء الخبرات العالمية فإنه يجب إعطاء الأهمية لتلك التكنولوجيا التى تشجع على التعامل مع قضايا التنمية.