

## الفصل السادس

### الاتصال العام

- أولاً: التطور التاريخي للاتصال.
- ثانياً: علم الاتصال الخطابي المعاصر.
- ثالثاً: المهارات الاتصالية الأساسية في فن الإلقاء
- رابعاً: الأساليب الإلقائية وأنواعها في الاتصال العام
- خامساً: إعداد وتصميم النص الاتصالي (المضمون).
- سادساً: المناظرات العامة.







## أولا التطور التاريخي للاتصال:

مما سبق ذكره في الجزء الأول والخاص بطبيعة الاتصال ومفهومه المعاصر ، نجد أنه من المناسب استعراض الخلفية التاريخية لنشأة الاتصال الإنساني، والذي يعتبر البداية الحقيقية لتنظير علم الاتصال . والهدف من استعراض الخلفية التاريخية هنا هو محاولة إعادة قراءة ما كان يُعرف بالخطابة **Rhetoric** في العصور السابقة على اعتبار أنها بدايات دراسة الاتصال . فالاتصال في شكله الخطابي كان بمثابة التصور الأولي للنظرية الاتصالية المعاصرة، ولايزال هذا الشكل الخطابي أحد الأنماط الفاعلة في احتكاك البشر من حيث تصنيع الرسائل والتعبير عنها في إطار جمعي محدد، فالاتصال الخطابي **Speech Communication** لا يمكن تصوره بعيداً عن تعريفنا السابق للاتصال الإنساني من حيث إنه يتمحور حول المعنى المشترك بين المتفاعلين .

وعلى الرغم من وجود اختلافات كبيرة بين علماء الاتصال حول حدود وأطر الاتصال الخطابي، إلا أن الغالبية العظمى تكاد تتفق على الأسس المكوّنة للعملية الاتصالية السابق التعرّض لها . وعلى هذا الأساس يمكننا أن نأخذ منظورنا السابق للاتصال الإنساني كعملية دينامية لها أسس ومكونات معينة ( محيط اتصالي - مرسل - مستقبل - رسالة - وسيلة - أثر وتغذية راجعة ) باعتباره النموذج الصائب لمناقشة جزئيات الاتصال الخطابي في مجمله .

والجدير بالذكر أن هناك استخدامات عدة لمفهوم الاتصال، ففي الغرب يستخدم البعض كلمة اتصال **Communication** للدلالة على علم الاتصال المعاصر (إعلام وسائلي - مقروء - مسموع - مرئي أو تنظيمي ... إلخ) بحكم نشأتهم الأكاديمية ضمن ما يُسمى بالعلوم الاجتماعية . أما من يستخدم مصطلح الخطابة **Rhetoric** كدلالة على كلمة اتصال بمعناها الشمولي فهم في الغالب

يستمون إلى مدارس فلسفية وإنسانية بالدرجة الأولى . وقد يكون من المفيد لنا هنا، ونجنباً للخلط في المفاهيم لدى القراء أن نؤكد على أن تركيزنا على الاتصال الخطابي كتسلسل تاريخي لعلم الاتصال المعاصر؛ توجبه الظروف التاريخية نفسها والأطروحات النظرية لعلماء ومفكري تلك الفترة، والتي كانت تتعمق -حول تأثير الرسالة الإقناعية ودور المصدر الاتصالي . فالتوظيف اللغوي هنا لمصطلح الخطابة لا يعدو أن يكون بهدف التوافق مع السياق التاريخي ليس إلا .

## العصر الإغريقي .

الاتصال كعلم محط للتساؤلات والبحث، يعتبر قديماً قدم الحضارة الإنسانية . فالاتصال كعلم وفن معاصر تشكل من خلال اهتمامات افلاسفة والمفكرين الإغريق، والذين من خلال أطروحاتهم أصبح بالإمكان التعرف على جذور وبدايات هذا العلم . فعلم الخطابة كان العلم الأوحده الذي يُدرس أكاديمياً في العاصمة أثينا . ويرجع ذلك إلى أن المواطنين الأغريق كانوا مطالبين أمام نظام العدالة الحكومي بالدفاع عن أنفسهم وأيضاً مقاضاة الآخرين في تلك الآونة . فعدم توفر المحامين والمدعين العامين، أوجد العديد من المعلمين الذين يقومون بإعداد خطابات المواطنين وتنويرهم في قضاياهم .

وحيثما أصدر مجلس العموم الأثيني تشريعات توصي بتشكيل قنوات شورية، يساهم من خلالها المواطنون في إبداء الرأي تجاه قوانين وتشريعات الحكومة، وأيضاً التوصية بتعديل قوانين الحكومة إن لزم الأمر، أصبحت الخطابة وفقاً لهذه المسؤوليات الممنوحة للمواطنين، علماً أكاديمياً رسمياً . وكانت معظم هذه المهام التعليمية في أيدي السفستائين **Sophists** أو من يُعرفون بمدرسى

الحكمة والمعرفة . وكان النمط الأكاديمي في تلك الفترة ينحصر في تقليد الطلاب لمعلميهم وفي حفظ الرسائل المهمة في ذلك العصر، والتي من الممكن توظيفها في المناسبات الخاصة والعامّة .

ففي القرن الخامس قبل الميلاد ظهر كوراكس **Corax**، كأحد أبرز المعلّمين السفسطائيين، والذي شعر بمدى الحاجة إلى وجود أسس منّظمة لفن الكلام في قاعات المحاكم . فألف كتابه « فن الخطابة » والذي ركز فيه على مفهوم الاحتمالات **Probability** ، ويرى كوراكس بضرورة أن يستهل المتحدث ( الخطيب ) حديثه باحتمالات عامّة، أو يتوصل إلى احتمالية حينما يكون من غير الوارد وجود حقائق يمكن معها التوصل إلى تأكيدات مطلقة . ومن هنا استطاع كوراكس أن يرسم أول تصور رسمي لتنظيم النص الاتصالي . فهو يعتقد بأن لابد للخطاب من ثلاثة أجزاء مهمة هي : المقدمة - والجدل - ومن ثم الخاتمة (١) .

ومما يجدر ذكره هنا، هو أن الإغريق لم يكونوا على وفاق تام مع السفسطائيين ومنهاجهم الأكاديمي، باعتبارهم ليسوا مواطنين أصليين، بالإضافة إلى توجيههم لتدريس الحكمة والكمال للجماهير بمقابل مادي . فحسب معتقد الإغريق، فإن هذه التقاليد لا يمكن تلقينها باعتبارها خدمات مدفوعة لكونها ملكا للشعب كله، وجعلها خدمات مدفوعة يؤدي إلى قصرها على الفئات القادرة من الشعب فقط . وهذا الأمر أدى إلى بروز كراهية علنية للسفسطائيين في المجتمع الإغريقي . وسنحاول استعراض أهم رموز الحركة السفسطائية ورموز المجابهة الإغريقية لها في هذا الصدد .

يَعْدُ بروتاقورس **Protagoras of abdera** ( ٤٨٠ - ٤١١ قبل الميلاد )،

G. Kennedy, The Art of Persuasion in Greece. Princeton. N. J.:

(١)

الباعث الأول لحركة السفسطائين. وتعد عبارته المشهورة «الإنسان هو المقياس الحقيقي للأشياء»، بمثابة التوجه النظري للحركة السفسطائية. وأخذت هذه الحركة ضمن توجهها النظري فلسفة مُبْطَنة تعتقد بأن الدراسات الإنسانية هي المنظور الأوحده الذي يمكن من خلاله دراسة ومُساءلة العالم، فالإنسان هو محور الأشياء في العالم<sup>(٢)</sup>.

### جورجيس Gorgias (٤٩٦ - ٤٢٠ قبل الميلاد)

كما يعد جورجيس أحد المفكرين السفسطائين الذين يستحقون الذكر هنا بسبب تأسيسه لأول مدرسة لتعليم الخطابة في أثينا. وعُرف عنه اهتمامه بالعنصر الشعري Poetic للغة. ويُعده الكثيرون بمثابة رائد ما يُسمى بالخطاب المُرتجل Im-promrtu Speech باعتباره أحد الفنون الإقناعية التي يتبناها في مدرسته<sup>(٣)</sup>.

### إسوقراط Isocrates (٤٣٦ - ٣٣٨ قبل الميلاد)

بدأ إسوقراط حياته كاتباً للخطب بسبب افتقاده للصوت وعدم مقدرته على مواجهة الجمهور. ولقد أسس مدرسة للخطابة في أثينا. ويؤمن إسوقراط بضرورة انخراط الخطيب في مختلف نواحي الحياة العامة، إضافة إلى أن إسوقراط يؤمن بعدم إمكانية فصل السياسة عن الخطابة بحكم التلازم الحتمي بينهما سواء على مستوى الدولة أو الحياة العامة<sup>(٤)</sup>.

---

(٢) Princeton University Press. 1963. PP. 58-61 Ibid, P13.

(٣) L. Thonsson and A. Baird. Speech Criticism: The Development of Standards for Rhetorical Appraisal. New York: Ronald. 1948, P. 38

(٤) H. Russel. "The Rhetorical Theory of Isocrates," Quarterly Journal of Speech , No.8. November - 1922, PP. 323-3

وعلى الرغم من إسهامات السفسطائيين العديدة في مجال الخطابة ، إلا أنه لم يكن هناك اعتراف رسمي من الحكومة بكل ما يقومون به، إضافة إلى عدم تمكنهم من وضع أساس تنظيري لهذا العلم. وقد يكون من المناسب القول، بأن مرحلة أفلاطون وأرسطو تعد بمثابة مرحلة التأسيس المعرفي لعلم الاتصال الخطابي .

### أفلاطون Plato (٤٢٧ - ٣٤٧ قبل الميلاد)

على الرغم من أن البدايات التنظيرية الأولية لهذا العلم انبثقت من خلال مرثيات هذا المفكر، إلا أن هذه التصورات نفسها كانت تتسم بالمعارضة الواضحة لما يُسمى علم الخطابة. ويرجع هذا التعارض إلى نظرة أفلاطون لما كان يمارسه السفسطائيون في تلك الحقبة من أساليب اتصالية، الأمر الذي أدى به إلى مهاجمة مفهوم هذا العلم ذاته. فأفلاطون كان على يقين بأن الفلسفة والتفكير الجدلي يمثلان روح المعرفة البشرية، والتي يجب أن لا يُغلب عليها أي جانب آخر. من هنا استطاع أفلاطون، ومن خلال حوارهِ المشهور المُسمى بـ (جورجيس *gorgias* نسبة إلى جورجيس الصقلي أحد السفسطائيين المؤسسين للأكاديميات الخطابية)، من أن يقدم مقارنة بين ما يمارسه السفسطائيون خطابياً وبين مفهوم سقراط *Socrates* فلسفياً لهذا العلم .

فأفلاطون يرى بأن منظور السفسطائيين قائم على أسس مغلوطة لا تمثل الواقع أو الحقيقة، بالإضافة إلى أنها توظف باتجاه أغراض لا تخدم الوجود الإنساني. ففي حوارهِ المُسمى بـ (فيدرس *Phaedrus*) يستخدم أفلاطون ثلاثة نماذج خطابية في الحب كأمودج لما يمكن تسميته خطابة، ففي الخطابين الأولين يشرح أفلاطون الأخطاء المتداولة في ممارسة هذا العلم في تلك الحقبة في أثينا. والتي توالدت

بسبب عدم قدرتها على استمالة وتحريك الجمهور وبسبب توجهاتهم التي تنعارض مع الفضيلة. ويحاول أفلاطون في خطابه الثالث وضع الأسس النظرية لعلم الخطابة كما يتصوره فلسفياً وإقناعياً، فالخطاب في نظره يجب أن يقوم على أسس ثلاثة:

١- أن يركز على المعرفة المتعمقة بالحقيقة. ٢- الإلمام بنفسيات الجماهير.

٣- نوعية الحجج والبراهين الجدلية الموظفة. إضافة إلى هذه المعالجة الخاصة بالمحتوى الاتصالي، فيعد أفلاطون قد ساهم في وضع تصورات عملية، تختص بتنظيم وتهئية الخطاب وأسلوب عرضه.<sup>(٥)</sup>

إن معظم تصورات أفلاطون هذه يمكن أخذها على أساس أنها مقترحات أولية وخطوط عريضة لنظرية الاتصال الخطابي، مع الأخذ في الاعتبار أنها لا تمثل واقعاً يصل إلى مستوى النظرية الكاملة، فمعظم هذه التصورات مبنية على أسلوب الجدل **Dialecti Method** كما يرى أرسطو والذي يتخذ موقفاً معارضاً لهذا الأسلوب.

### أرسطو طاليس (Aristotle) (٣٨٤ - ٣٢٢ قبل الميلاد)

يصور معظم المنظرين المعاصرين لعلم الاتصال أرسطو بالأب الروحي والمؤسس الحقيقي لهذا العلم نظرياً، بل إن البعض يذهب إلى اعتباره مؤسساً لمفهوم الإقناع والتأثير في الجماهير من خلال مجهوداته التي انتقل فيها من مرحلة

---

(٥) E.Hunt. "Plato and Aristotle on Rhetoric and Rhetoricians," in Studies in Rhetoric and Public Speaking. New York: Russell & Russell, 1962. PP.3-60.

التصورات إلى مرحلة التنظير لعملية الاتصال خطابياً. وبالرغم من أن أرسطو كان تلميذاً لأفلاطون إلا أن توجهاته كانت بعيدة عن أطروحات معلمه، فأفلاطون بالنسبة له يركز على الجوانب الأخلاقية والمثالية دونما اهتمام بالجوانب العملية للحدث الاتصالي. ففي كتابه الخطابية **Rhetoric**، يصور أرسطو الاتصال بأنه «المقدرة على ملاحظة المناحي الإقناعية في مضمون الرسالة الاتصالية»<sup>(٦)</sup> وبنظرة عاجلة لهذا التصور يتضح لنا مدى تركيز أرسطو على الإقناع كمحور رئيس لأي رسالة لغوية، خاصة وأن الممارسات التشريعية والقانونية في أثينا سواء من ناحية صناعة القرارات أو الأحكام كانت نتاجاً فعلياً للآثر الإقناعي للرسالة.

ولقد خصص أرسطو جزءاً كبيراً من كتابه الخطابية لمعالجة ما أسماه بالابتكار **Invention**، أو القدرة على البحث في قضايا مستحدثة وتوظيف الأساليب الإثباتية في عرض هذه القضايا على الجماهير. إضافة إلى التركيز على النواحي العملية فيما يختص بالتنظيم وأسلوب العرض والإلقاء جماهيرياً، ويمكن تلخيص هذا التصور النظري لأرسطو في خمسة مرتكزات هامة هي:

١ - ابتكار الأفكار والمواضيع والحجج **Invention**

٢ - التنظيم ( من ناحية ترتيب الأفكار والحجج منطقياً ) **Orginzation** .

٣ - الأسلوب التوظيفي للخيارات اللغوية **Elocution** .

٤ - أسلوب التقديم والإلقاء **Delivery** .

٥ - الذاكرة **Memor** .

---

Aristle, Rhetoric, Trans. W. Rhys Roberts. New York: Random House. (٦)  
1954,P. 24.

ويصف أرسطو المضامين والمناحي الإقناعية إلى مضامين فنية وأخرى غير فنية، فالمضامين غير الفنية هي التي يتم فيها توظيف مصطلحات ترفيهية أو إقناعية من أجل تغيير اتجاهات أو سلوك، وتحقيق الإثارة من خلال الاستشهاد بمواقف إثباتية دامغة.

أما الإقناع الفني، فيتم من خلال قدرة المتحدث على خلق هذه المواقف بل والسيطرة على توظيفها بما يخدم الرسالة فنياً.

وهذه الأساليب الإقناعية الفنية على ثلاثة أنواع، فالنوع الأول من الإقناع الفني يعتمد على شخصية المتحدث **Ethos**، وهو كل ما يمس شخصية الخطيب وتوجهاته وقدرته فيما يخص الحس الجماعي من ناحية تركيبته الذاتية ومصداقيته لدى الجمهور. أما النوع الثاني فيسميه أرسطو بالإثبات العاطفي **Pathos**، على أساس أن أثر الرسالة الإقناعية يصبح ملموساً فيما إذا نجح المتحدث في تحريك مشاعر الجماهير واستمالتهم إلى ما يصبو إليه. ويطلق أرسطو على النوع الثالث من الإقناع الفني، مفهوم المنطق **Logos** أو الإثبات المنطقي /العقلاني، والذي بواسطته يتمكن المتحدث من إقناع الجمهور من خلال معالجاته للحقائق والشواهد الملموسة والتي تترك أثرها على عقولهم.

وبطبيعة الحال - يظل أرسطو أحد أهم رموز التفكير الاتصالي خطابياً. وتعد أطروحاته في مجال الإقناع والاتصال ذات حضور وفاعلية كبيرين في علم الاتصال المعاصر. وفي اعتقادنا يظل أرسطو علماً لا يمكن تجاوزه فلسفياً أو معرفياً باعتبار أن معظم توجهاته النظرية وأطروحاته في الطبيعة والفيزياء والمنطق والرياضيات؛ تمثل حجر الزاوية للعلوم المعاصرة ومنها الاتصال.

## العصر الروماني.

بالرغم من ظهور القوة الرومانية وسيطرتها على معظم أجزاء البحر الأبيض المتوسط عسكرياً، إلا أن الرومان لم يتمكنوا من تجاوز منجزات اليونانيين الحضارية. وعلى وجه الخصوص فيما يتعلق بالخطابة. وهذا ما أدى بهم إلى تبني إسهامات أفلاطون وأرسطو كنماذج لممارسة هذا العلم وتدريسه. ولجأ الرومان إلى تطبيق معظم الظواهر الثقافية الأثينية على طابع حياتهم، وبصفة خاصة كل ما يتعلق بالخطابة ومجالات ممارستها في أنظمة الحكم والدولة والحياة العامة. ويجدر بنا أن نشير هنا إلى أن الحقبة الرومانية لم تقدم أي إسهام يُذكر مقارنة بمنجزات أرسطو من الناحية النظرية لعلم الاتصال. وقد يكون من الضروري أن نتعرض لأهم رموز الفكر الروماني على أي حال في هذا المجال.

### شيشرون (Cicero) (١٠٦ - ٤٣ قبل الميلاد)

يعتبر شيشرون من أعظم خطباء العصر الروماني. فلقد كان عضواً في مجلس النواب الروماني وخطيباً مفوهاً في المداولات النيابية. ويُصنف شيشرون ضمن المنظرين لعلم الخطابة بسبب كتاباته العديدة وأطروحاته الفلسفية التي تهتم بالإلقاء ودور المتحدث والمتلقي، ولكن ضمن المنظور اليوناني فقط (٧).

ويؤكد شيشرون على أهمية أن يُجيد المتحدث أسلوب التعبير عملاً لديه من وجهات نظر، وبطريقة تترك انطباعاً حسناً لدى الجمهور. ويصف شيشرون المتحدث المقنع؛ بأنه شخص متمكن من علم الفلسفة والقانون والتاريخ وعلم المعرفة، مع الاهتمام بالاعتبارات اللغوية الخاصة بالمناسبة موضوع الحديث (٨).

G. Kennedy, The Art of Rhetoric in the Roman World. Princeton, N. J.: (٧)  
Princeton University Press. 1972, PP. 106-108.

"T King" The Perfect ~Orator in Brutus, "Southern SpeechJournal, No. (٨)  
33. Winter, 1967, PP. 124- 28. For Summary of Cicero's Style

وبوفاة شيشرون انتهت أهم مرحلة من مراحل علم الاتصال الخطابي، والتي أسهمت في تطوير النواحي السياسية والفكرية على مستوى الجمهورية الرومانية. وأصبح الاتجاه بعد شيشرون بعيداً عن الأغراض الإقناعية وأكثر تركيزاً على الأغراض الجمالية (لغوياً)، الأمر الذي أدى إلى إضعاف الحياة البرلمانية وقتل الحوار السياسي مما أدى إلى خفوت في فاعلية هذا العلم من مسرح الأحداث ومن ثم انهيار الامبراطورية. وهذا يقودنا إلى القول بأهمية الحرية التعبيرية للخطاب على مستوى التشريع أو الدور السياسي للأمة، والتي بواسطتها يتمكن أفراد المجتمع وندولة من تحسُّس مواطن الضعف والقوة واحتياجات ومصالح كيان الأمة. ومع تراجع ديموقراطية الكلمة في الجمهورية الرومانية أصبحت توجهات الجماهير معطلة بسبب تحجيم حرية التعبير وإلغاء الطابع الحوارى والتي قلصت مشاركة الشعب في الحياة السياسية وأفضت بعلم الخطابة إلى نفق مُحكم الإغلاق.

الجدير بالذكر أن هناك العديد من المفكرين أمثال كوينتيلين **Quintilian**، والذي كان مهتماً بالعملية التربوية التي من الواجب توافرها في المتحدث المقوه. ولكن معظم مفكري العصر الروماني لم يرتقوا بأطروحاتهم إلى الحد الذي يستوجب علينا مناقشة مضامينها.

ولهذا نجد أنه لا بد لنا من تجاوز العصر الروماني والانتقال الى حقبة العصور الوسطى.

## العصور الوسطى Middle Ages (٤٠٠ - ١٤٠٠ بعد الميلاد).

وفي هذه الحقبة التاريخية ارتبطت الخطابة بالدعوة التبشيرية وبالتعليم وبكتابة الرسائل. ويُعد سانت أوغسطين **St. Augustine** (٣٥٤ - ٤٣٠ م.)

أول من سنّ هذا الارتباط بين الاتصال الخطابي والنشاط الدعوي العقائدي . وعلى الرغم من كراهية المسيحية للخطابة كفن فلسفي إغريقي النشأة، إلا أن أوغسطين كان يتبنى موقفاً مغايراً، فهو يعتقد بأهمية إمام المبشّر بأسس الإقناع المواجهي حتى يكون بإمكانه التأثير في الآخرين<sup>(٩)</sup> . وحاول أوغسطين إعادة تنقيح الأدبيات التي تلت كونيثلين الروماني من خلال الأخذ بالأسس الفلسفية الإغريقية التي تم تجاهلها في العصر الروماني وما تلاه من فترات ركود .

وفي الجانب التعليمي أخذت الخطابة حيزاً كبيراً إلى جانب علمي المنطق واللغة باعتبارها ظواهر حيوية في العملية الأكاديمية . إضافة إلى أن كتابة الرسائل جذّرت المناحي الخطابية بشكل موسع في علمية اتخاذ القرارات وعملية حفظ المعلومات، الأمر الذي أدى إلى تبني الأساليب الخطابية من المراسلات، خاصة أسلوب اللغة وعرض المحتوى الخاص بالشخص المعني بالخطاب .

### عصر الثقافة العربية (الجاهلية والإسلام)

اهتمت الثقافة العربية في العصرين الجاهلي والإسلامي اهتماماً كبيراً باللغة الرمزية بكافة أتماطها سواء النثري أو الشعري، ومثلهم مثل الإغريق القدماء كانوا يبرزون هذه المهارات اللغوية ويحاولون استعراض براعتهم فيها في المناسبات والمحافل السنوية، والتي كانوا يقيمونها خصيصاً بهدف الاتصال فيما بينهم كقبائل وعشائر . وهذه الاحتفالية الخاصة بعالم اللغة العربية كانت تأخذ الشكل السماعي . فننون الإلقاء شعراً أو نثراً كانت في مجملها تعتمد على الذاكرة سواء

---

J. Murghy . : Saint augustine and The Debate About a Christian Rhetoric, <sup>(٩)</sup>  
"Quarterly Jounaal of Speech. No. 56. Dec. 1960, PP. 400-10.

في حالة الإرسال أو الاستقبال الأصلي . فالثقافة هنا كانت ( شفاهية ) سماعية وليست سخرية . وحتى بعد بروز حركة الكتابة والتدوين ظلت معايير السماع من أولى معايير الحكم على سلامة القول الملفوظ شعراً أو نثراً، وهذه خاصية تنفرد بها اللغة العربية عن غيرها من اللغات . وحظيت الخطابة بأرقى موقع بعد الشعر في تراث الأمة العربية . وانحصرت مضامين الخطابة في الجاهلية في مجال الفخر بقبيلة في الحرب والسلم وبالحرص على مكارم الأخلاق والفضيلة . وقد لا نرغب اخوض هنا في تفاصيل وجزئيات هذه الحقبة بالرغم من ثرائها الكبير، وسنكتفي بإشارة إلى أهم رموز هذه الحقبة في الجاهلية، ففي هذه المرحلة برز كل من قس ابن ساعدة وأكثم بن صيفي . ويبدو الاهتمام واضحاً هنا بالمضمون ( الرسالة الاتصالية كما نقول الآن ) من حيث الصياغة والأسلوب والفكر ، فالفصاحة ووضوح المعاني والأفكار والسجع والإيجاز لا بد من توافرها في النص الملفوظ . ومع ظهور الإسلام ازداد الاهتمام بالخطابة بدرجة كبيرة، وبخاصة في مواقف التعريف بالإسلام ومراسلات الملوك وغيرهم . وأصبحت وظيفة الاتصال الخطابي أكثر حاجة من أي وقت مضى خاصة في خطب الجمع والعيدين من الناحية الدينية .

ويعد كل من معاوية بن أبي سفيان، والحجاج بن يوسف الثقفي، وعبد الله ابن الزبير، من ألمع من أجداد مجال الخطابة وبخاصة الناحية السياسية، ومُجمل القول، إن الثقافة العربية في فترتي الجاهلية والإسلام، كانت تُعنى مثل الإغريق باننواحي الجمالية والأسلوبية للرسالة الاتصالية وبالنواحي التأثيرية للخطيب نفسه ولوقوف على الجمهور المتلقي . ومع ازدهار الحضارة العربية وزيادة حركة الترجمة و لاطلاع على إسهامات الإغريق ( وبخاصة أرسطو ومعلمه أفلاطون )، والتي أضاف لها مفكرون أمثال ابن رشد والغزالي وغيرهم الكثير الذي استفادت منه الحضارة الغربية المعاصرة، وظهر الاهتمام الواضح بعلم اللغة والمنطق الرمزي وفلسفة الاتصال . وقد نكتفي بهذا القدر، خاصة وأن الهدف هو التعريف بالاتصال الخطابي في الثقافة العربية كمرحلة مهمة .

## عصر النهضة The Renaissance (١٤٠٠ - ١٦٠٠ ب.م)

في هذا العصر استمر الاهتمام بأسلوب تقديم الخطاب كما هو الحال في العصور الوسطى. ويعتبر بيتر راموس **Ramus** المفكر الفرنسي أهم دارس لهذا العلم. فلقد قام راموس بإخضاع عوامل الابتكار والتصميم في الخطاب لتكون تابعة للمنطق، أما فيما يختص بالخطاب كتصور واقعي فيتضمن عاملي الأسلوب وإلقاء الخطاب (١٠). وبهذا الفصل بين عوامل الابتكار والتصميم من ناحية وعوامل الأسلوب والإلقاء للخطاب من ناحية أخرى؛ أضحت العملية التعليمية للخطابة أكثر مرونة من السابق وأكثر فاعلية وعملية، على الرغم من أن هذه التقسيم أدى بالخطابة إلى أن تكون تحت إمرة وهيمنة المنطق بالدرجة الأولى.

ويكاد يكون راموس أحد أبرز رموز هذه الحقبة بجهوده التعليمية والتي استمرت بعده زمناً طويلاً كنمط يُعتد به مدرسياً.

## العصر الحديث: The Modern Age (١٦٠٠ - ١٩٠٠)

ويتميز هذا العصر بظهور فرانسيس بيكون **F. Bacon**، والذي وجه نقداً لاذعاً للتأخر العلمي في العصور الوسطى، وحاول البحث جدياً عن معرفة علمية قائمة على التجريب البحثي العلمي. ولقد قام بيكون بوضع تصور عقلائي لعلم الخطابة، فهو يعتقد أن «وظيفة الخطابة إنما تنحصر في توظيف العقل في عالم الخيالات من أجل تحريك فاعل للإرادة»<sup>(١١)</sup> وبهذا الاعتقاد توقع بيكون أن

---

W. Howell, Logic and Rhetoric in England, 1500-1700, New York: Russell and Russell, 1956, P. 146. (١٠)

H. Dick. Selected Writings of Francis Bacon. New York: Modern Library, 1955, P.X. (١١)

بتضائل دور الكنيسة وبتزايد الاهتمام بالخطابة مع التركيز على علم النفس والأسس المعرفية ذات الصلة بالإقناع والاتصال .

ولقد اتسم العصر الحديث بظهور اتجاهات ثلاثة رئيسية في دراسة علم الخطابة، وهذه الاتجاهات هي : أولاً الاتجاه المعرفي أو الإبيستيمولوجي -**Epis-temological**، والذي يركز على الأسس الفاعلة في المعرفة البشرية ومحاولة الإجابة على تساؤلات محددة عن كيفية توصلُ العقل البشري للمعرفة . وهذا الاتجاه يعني دراسة الخطابة من خلال التركيز على العمليات العقلية من خلال دراسة طبيعة الإنسان وأساليب توصله للمعرفة . ويُعد جورج كامبيل **G. Campbel** أحد مثلي هذا الاتجاه المعرفي . ويحاول كامبيل في أطروحته المعنونة بفلسفة الخطابة ( ١٧٧٦ )، الأخذ بخطى كل من أرسطو وشيشرون إضافة إلى الأسس نسيكولوجية والتجريبية في عصره . فهو ينظر للخطابة على أساس أنها « تنوير لفهم وإمتاع للخيال وتحريك لمكامن المشاعر إضافة إلى تأثيرها على الإرادة » (١٢) .

ويلاحظ مدى تركيز كامبيل هنا على العناصر السيكولوجية في وصفه للسلوك الإنساني على أساس الوظائف الذهنية الخمس : الفهم - الذاكرة - التخيل - العواطف - والإرادة .

وعلى هذا الأساس نجد أن المعارفين يحاولون المواءمة بين المنظور الكلاسيكي لأرسطو وشيشرون وبين علم النفس المعاصر، من أجل خلق تصور مبني على دراسة طبيعة وسلوك الإنسان . وهذا يعني أن رواد هذه المدرسة يعتمدون على منظور يؤكد على أهمية عنصر الجمهور .

---

G. Campbell. The Philosophy of Rhetoric. ed. Lloyd F. Bitzer, 1776: (١٢)  
Reoriented, Carbondale,; Southern Illinois University Press, 1963. P.1.

الاتجاه الثاني في دراسة الاتصال الخطابي المعاصر هو ما يُعرف بالرسائل الفنية الجميلة **Belles Letters Movement**، ويعني هذا الاتجاه الرسائل الجميلة. فالمضامين هنا يُنظر إليها من ناحية جمالية أكثر من كونها معلوماتية أو إقناعية. وتعتبر هذه المدرسة الخطابة علماً شمولياً لا يقتصر فقط على لغة التخاطب والمحادثة وإنما يأخذ في الاعتبار الخطاب المكتوب أيضاً **Written discourse**. ويُعد بلير **H. Blair** أحد أهم ناشطي هذه المدرسة، فهو ينظر إلى الخطابة والنقد والأدب من ناحية العلاقات البينية التدوقية، فالذائقة تعني توافق حواس الإمتاع مع الحواس العقلانية - أي حينما تكون العقلانية قادرة على تأصيل مصادر الإمتاع الحسي (١٣)

أما الاتجاه الثالث والذي يتناول الاتصال الخطابي فهو الذي يهتم بالوظائف اللغوية **Elocutionary**، وقد أيقظت هذه المدرسة الانتباه بسبب اهتمامها بالأسلوب الخطابي وطرق الإلقاء. فالاهتمام هنا ينصب على الإيقاع الصوتي والحركات الجسدية وأثر الإلقاء وطريقة العرض على الجمهور. وتكاد تأخذ أطروحات هذه المدرسة النواحي الإجرائية العملية والتي تؤكد على وظائف الممارسة اللغوية والجسدية في العملية الخطابية، وتخلو من النواحي النظرية تماماً.

## ثانياً: علم الاتصال الخطابي المعاصر.

أعاد المنظرون المعاصرون للاتصال الخطابي في القرن العشرين حيويته بواسطة

---

H. Blair. Lectures on Rhetoric and Belles Letters. London: William Baynes and son, 1825, P. 24. (١٣)

انزاوجة بين النظريات الكلاسيكية والعلوم المعاصرة كعلم النفس وعلم الاجتماع و لنقد الأدبي والفلسفة . وهنا فقط استعاد هذا العلم مفهومه الواسع الذي تبناه أرسطو من قبل . ذلك المفهوم الذي يعتمد على مضمون وأفكار وأساليب الإلقاء انفاعلة كعناصر مؤثرة في العملية الاتصالية .

ويهمنا هنا أن نعرض لأحد أبرز مفكري العصر الحديث في مجال الاتصال الخطابى ، ألا وهو كينيت بيرك **K. Burke** ، ففي عام ١٩٤٥ ظهر مؤلفه الشهير أسس الحوافز **Grammar of Motives** ، والذي طرح من خلاله نظريته المعروفة بالدرامية **Dramatism** <sup>(١٤)</sup> ، و يتحدث بيرك هنا عن رفضه لتصورات علماء الاجتماع والتي تقلص حوافز البشر إلى مجرد مؤشرات بيولوجية الدوافع ( كالإنسان الاقتصادي مثلاً ) أو مجرد كائن سلبي يستجيب لما حوله سلوكياً . فهو يعتبر الإنسان صاحب سلوك درامي ، فالبشر يعيشون واقعاً درامياً على نمط مسرح شكسبير . وبهذا يربط بيرك بين مفهوم الدراما في المسرح والسلوك الانساني في الحياة من خلال خمسة أسس رئيسة هي الحدث - المشهد - الشخص - الوسيلة - الحافز .

١ - الحدث **Act** ويعني الإجابة على السؤال ماذا **What** .

٢ - خلفية الحدث ( المشهد ) **Scene** ويعني الإجابة على الموقف المصاحب

للحدث **Where - When** متى - وأين .

٣ - الشخص ( المتورطة في الحدث ) **Agent** ويعني الإجابة على هوية القائم

---

K. Burke. A Grammar of Motives, 1945, reprint. Berkeley: University of California Pres, 1969 PP. XXII, 60 and K. Burke, Language as Symbolic Action: Essays on Life, Literature, and Method. Berkeley: University of California Press, 1966, P. 54.

٤ - الوسيلة (أسلوب تنفيذ الفعل) Agency ويعني الإجابة على طريقة

الفعل Why لماذا.

ويلاحظ أن هذه التركيبية التساؤلية تعتبر مشابهة للأسس الصحفية لتركيبية الخبر. وهنا يُشير بيرك إلى أن الحدث هو الذي يُعد مسؤولاً عن تحفيز البشر والمحكومة بالأسس الدرامية، فالشخص الذي ينشأ في بيئة فاسدة يتوقع أن يكون نتاجاً لهذه البيئة. فالعلاقة الدرامية تعتبر حتمية بين كل من الفرد وخلفية الحدث بين الفرد ووسيلة الفعل، أو الفرد والدوافع الفعلية. فالتفسير المنطقي لدوافع البشر وحوافزهم يجب أن يخضع لمعايير الحدث المحيطة بهم.

وفي عام ١٩٥٠م أصدر بيرك مؤلفه الشهير علم بيان الحوافز **Arhetoric of Motives** (١٥)، والذي يقارن فيه علم الاتصال الخطابي قديماً وحديثاً. وعلى الرغم من فاعلية أطروحات أرسطو وشيشرون في علم الخطابة، إلا أن بيرك أراد أن يُضيف بعض التصورات التي من الممكن أن تُثري هذا العلم خاصة في ظل التصورات التي صاحبت القرن العشرين. فالمفكر بيرك يعتقد بأن علم الاتصال الخطابي قديماً كان قائماً على الإقناع، بينما عصرية هذا العلم تفرض أن يتمحور حول التوحد وخلق التوافق **Identification**.

ويقدم بيرك في هذا الصدد ثلاثة أمثلة لعملية التوحد (١٦).

---

K. Burke, A Rhetoric of Motives, 1950, reprint. Berkeley: university of California Press, 1969. (١٥)

Ibdi., see A detailed discussion of The Concept of Identification in PP. (١٦) Xiv, 20-21, 24, 46, 55, and types of Identifications in Dramatism and development (Barre, Mass.: Clark University Press 1972), P. 28.

١ - السياسي الذي يحاول أن يصوّر للناخبين البسطاء نشأته المتواضعة والتي تمثل واقعهم المعاش، وذلك بهدف توحيدهم في إطار برنامج الانتخابي ومن ثم كسب أصواتهم لصالحه .

٢ - في حالة وجود أطراف متصارعة وفجأة تبرز مصلحة طارئة مشتركة فيما بينهم تؤدي إلى توحيد توجهاتهم المتعارضة ولو لفترة طارئة أو محددة . أي أن التوافق المؤقت والعارض تُغلب فيه المصلحة على المعتقد .

٣ - يلفت بيرك الانتباه إلى التوظيف اللغوي في الرسالة الاتصالية مثل استخدام الضمير (نحن) في مقابل الضمير (هم) . فالضمير هنا يلعب دوراً توفيقياً مؤثراً في صياغة وصهر التوجهات المختلفة من خلال خلق عنصر الانتماء لظروف معينة في ذهنية المتلقي .

إن أطروحات كينت بيرك هي من التشعب والانتساع بحيث يصعب علينا في هذا السياق المقتضب معالجتها بشكل مُرضي، ولكن عذرنا في ذلك هو عدم مناسبة التفصيل في هذا الموضوع أولاً، وثانياً كل مانوده هو التعريف به كأحد أبرز مفكري هذا العلم المعاصر والمشتغلين بنظرياته . ومن الضروري لنا مناقشة عناصر الموقف الخطابي في الصفحات القادمة استكمالاً للتصور النظري للعملية الاتصالية .

### عناصر الموقف الخطابي .

لعلنا نتفق على أن الاتصال الخطابي ما هو إلا سلوك تفاعلي بواسطة أفراد يتوقعون أدواراً ووظائفية تشمل التعامل مع رسائل وتقديم خيارات استراتيجية انتقائية لأنظمة الشفرة المتاحة، والانتفاع من التغذية الراجعة ضمن السياق

الاتصالي . وتعريف كهذا يحمل ضمناً معظم عناصر العملية الاتصالية التي سبق التعرض لها سواء من مُرسل ومتلقي، قنوات ونُظم تشفير وفك للتشفير، والرسالة والتغذية الراجعة لها. ولكن سنحاول هنا التركيز على متغيرات حركية الموقف الخطابى نفسه والتي تحكم التفاعلية الاتصالية بهدف إقناعي أو إعلامي .

## ١ - المتحدث Speaker .

يعتبر المتحدث / الخطيب أهم عنصر تركز عليه حركية العملية الخطابية اتصالياً . ومن الضروري أن نناقش أربعة متغيرات هامة لدى المتحدث فيما إذا أردنا استجلاء أهميته في هذا السياق . وهذا المتغيرات .

أ - الهدف الاتصالي . ب - الخلفية المعرفية والمهارات الاتصالية .

ج - اتجاهاته الخاصة بذاته والمتلقين والموضوع . د - المصادقية .

### أ - الهدف الاتصالي .

إن أي متحدث أو مُتصل من البديهي أن يكون له هدف مُحدد يدفعه للاتصال بالآخرين . فنحن لا نتحدث من فراغ أو بشكل عرضي تحكمه الصدفة . فقد يكون الهدف بسيطاً كأن ترغب في أن تكون اجتماعياً مع الآخرين . أو أن تحاول رسم تصورات محددة في ذهنيات الجماهير من خلال تبني سلوك معين تؤثر به على مدركاتهم الحسية والذهنية . وقد يستهدف المتحدث فكرة أو طرحاً محدداً يُحفز من خلاله الآخرين على الانخراط في سلوك بعينه . وقد يتبنى المتحدث مناهضة لبعض المواقف والقيم الاجتماعية، أو محاولة إقناع أو توجيه الرأي العام إلى قضايا بعينها دون أخرى وهكذا . فالمتحدث مُنخرط في أنشطة ذهنية قصدية تُحدد بالدرجة الأولى ما يقوله وكيف يقوله؟

## ب - الخلفية المعرفية:

في كل موقف اتصالي، نجد أن خلفية المتحدث أو المرسل بموضوع المناسبة، إضافة إلى تمكنه من المهارات الاتصالية المناسبة. غالباً ما تترك أثراً فاعلاً على نوعية الرسالة الاتصالية وطريقة توصيلها للجمهور. فالمتحدث المتمكن من موضوعه والقادر على توظيف هذا التمكن والمعرفة العميقة بواسطة مهارات اتصالية ملائمة، يصبح بمقدوره الوصول الى أعماق نفسيات المتلقين، بل والسيطرة على الموقف الاتصالي برمته. إننا كجمهور نفترض دائماً وجود ما يستحق إثارتنا فكرياً في أي مناسبة اتصالية. وفي ظل رغبة الجماهير في الحصول على ما يثريهم ذهنياً، فإن المتحدث ذا المعرفة السطحية في موضوع المناسبة قد يفشل في الاستحواذ على انتباه المتابعين، وقد يُشعرهم بأنهم قد خدعوا بتكليفهم الحضور لما لا يستحق المتابعة. فالخلفية العميقة بموضوع المناسبة تشد الجمهور وتسيطر على ردود فعلهم تجاه المتحدث بشكل إيجابي. ومن ثم يأتي دور الإلمام بالمهارات الاتصالية الأساسية في الموقف، من حيث وضع أهداف محددة وتأليف روابط منطقية تحكم معلومات الرسالة، إضافة إلى تأطير مضامين الرسالة في سياق مُثير وجاد. مع القدرة على توظيف الوسائل الإيضاحية والرسومات المساعدة في توصيل محتويات ومضامين الرسالة إن لزم الأمر.

## ج - اتجاهات المتحدث نحو ذاته وموضوعه والجمهور:

إن اتجاهات المتحدث الخاصة بنفسيته وبالموضوع المناسب وبجمهور المتلقين تلعب دوراً فاعلاً في التأثير على كل ما يمكن التعبير عنه وأيضاً كيفية التعبير عنه. وإن نفسية المتحدث والصورة الذهنية التي يحملها عن نفسه تُعد ذات أهمية بالغة

في الموقف أمام الجمهور . فنحن ككيانات بشرية نحمل معنا صورا عاكسة لذواتنا كشخصيات . فمفاهيمنا الشخصية وانطباعاتنا الذهنية عن ذواتنا كأشخاص تؤثر على تقييمنا للعالم من حولنا والطريقة التي نتفاعل بها مع الآخرين (١٧) .

فالصورة الذهنية لشخصيتك تؤثر على سلوكك العام في الموقف الخطابي ، فالشخص غير الواثق من ذاته وقدراته وآرائه التي يحملها ، حتماً ما يعرض أفكاره بشكل متردد وبصوت ضعيف وغير مُستقر . وتبدو آثار ذلك واضحة على حركات الجسد المضطربة ( كارتعاش الأطراف وازدياد ضربات القلب وعدم تناغم حركات الوجه والأيدي ) ، الأمر الذي يؤدي إلى اهتزاز الصورة لدى الجمهور في الموقف الاتصالي . وعلى النقيض من هذا فيما لو كان الشخص واثقاً من نفسه بشكل مبالغ فيه ، فإنه قد يُعطي صورة حسنة لدى الجمهور على مستوى المظهر الخارجي ( الجسدي والحركي ) ، ولكنه قد يعجز عن التفاعل مع احتياجات وأحاسيس المتلقين بسبب الثقة الزائدة والتعالي الجائر الذي يتجاوز متطلبات الموقف الاتصالي .

إن الواقع يفرض على المتحدث أن يكون واثقاً من ذاته بالدرجة التي تؤهله للاعتقاد في قدراته الاتصالية وتمييزها في توصيل ما هو مُفيد للآخرين . وفي الوقت نفسه مراعاة قدرات جمهور المتلقين من ذكاء واحتياجات وأخذهم في الاعتبار ككيانات مُفكرة .

أما اتجاهات المتحدث نحو جمهوره فغالباً ما تتأثر بعلاقات القوة التي تحكم كيفية تفاعلنا مع الآخرين . فهناك فرق في حوار الرئيس للمرؤوس ، وفي حوار الأب

---

For Adiscussion of Interrelation Ships Between Self- Concept and (١٧)  
communication, see Gordon. Zimmerman and David. Seibert. Speech  
Communication: A Contemporary Introduction. St. Psul: WEst Publishing Co..  
1977. PP. 32- 43.

مع الابن أو حتى في حوار المدارس مع تلامذته ، ففي كل هذه الأوضاع تؤثر علاقة السلطة في أسلوب التخاطب وتبادل الرسائل الاتصالية. وفي حالة التعامل مع الجمهور فإن أسلوب المتحدث تحكمه هذه العلاقة الجدلية للقوة، فالمتحدث في جمهور متواضع وبسيط يلجأ إلى توظيف عبارات لغوية مُبسّطة ويحاول عرض أفكاره من بنية واضحة تناسب وأذهان الجمهور. أما في حالة تفوق الجمهور معرفياً على المتحدث؛ فمن المتوقع لهذا المتحدث أن يلجأ إلى توظيف أساليب بلاغية مُفحمة للأذهان وبشكل يوفر حماية متينة للذات في نفس الوقت (١٨).

حقيقة من الضروري لنا كمتحدثين النظر وبجدية لعلاقتنا بجمهور المتلقين ومحاولة تكييف أساليبنا التفاعلية بما يتناسب واتجاهاتنا نحو هذا الجمهور، فأساليبنا الاتصالية كمتحدثين تتأثر وبشكل مباشر باتجاهاتنا ومواقفنا تجاه موضوع المناسبة. فالأسئلة الكاشفة لاتجاهاتنا نحو موضوع المناسبة تنحصر في: هل نعتقد فيما نقوله؟ وهل نجد متعة أو إشباعاً بتناولنا لموضوع كهذا؟ وهل يُعدُّ موضوع كهذا مهماً لنا وللآخرين؟.. إلى آخر الأسئلة التي تدفعنا لتبني موضوعاً كهذا من عدمه. فالقناعة القوية بالوضع تكاد تظهر بجلاء من خلال توظيفك لصوتك وحركات جسدك وطريقة التعبير اللغوي عن أفكارك.... إلخ.

إن الموقف الخطابي ماهو إلا معمل تجريبي تتكشف فيه من خلال رسائلنا اللغوية والجسدية اتجاهاتنا وحقيقة مواقفنا نحو ذاتنا وجمهورنا والمواضيع التي نتطرق إليها. من هنا يصبح حتمياً علينا أخذ هذه المتغيرات في الموقف الخطابي باعتبارها مؤشراً فاعلاً في الاتصال الناجح بالآخرين.

---

D. Ehninger & B. Gronbeck. Principles of Speech Communication . (١٨٠)  
Glenview, Illinois: Scott, Foresman and company. 1984. P. 8.

يعتمد نجاح المتحدث في الموقف الاتصالي على مدى قدرته على حسب تأييد الجمهور لأفكاره، والقدرة على كسب هذا الجمهور تعتمد على حجم مصداقية المتحدث لدى هذا الجمهور. فالمصداقية تعني ما يعتقد الجمهور تجاه المتحدث من حيث هو محل ثقة وصاحب تأهيل رفيع ويعول عليه دائماً. فالجمهور عادة يأخذ في الاعتبار مدى تعاطف المتحدث وجاذبيته تجاههم وتجاه قضيتهم بالدرجة الأولى. ولتعزيز جانب المصداقية لدى الجمهور يجب على المتحدث البارع الأخذ بالتعميمات التالية: إما محاولة الرجوع إلى خبرات شخصية غير مبالغ فيها مع الاستشهاد بمصادر ذات ثقة ومعروف عنها آراؤها المؤثرة في هذا السياق، أو محاولة الإيحاء للجمهور بمدى مشاركتك لهم في معتقداتهم وتوجهاتهم لكي تصبح محل ثقتهم، أو محاولة الاهتمام بالخطاب من الناحية التنظيمية والتوثيقية الأمر الذي يترك انطباعاً مؤثراً في أذهان الجمهور<sup>(١٩)</sup>.

## ٢ - الرسالة الاتصالية Message

تعد الرسالة عنصراً مهماً وفاعلاً في الموقف الخطابي. فالرسالة هي في حقيقتها بضاعة المرسل / المتحدث، والتي بدونها ينتفي الهدف الرئيس للاتصال. وهناك ثلاثة أبعاد رئيسية في كل رسالة تحكم الوجود النهائي لها في العملية

---

For a discussion of these Generalization relative to source credibility see (١٩) Stephen W. Little John. "A bibliography of Studies Related to Variables of Source Credibility" *Bibliographic Annual in speech Communication*. ed. Ned A. Shearer. New York: Speech communication Association 1972. PP. 1-40.

الاتصالية. وهذه الأبعاد هي المحتوى (Content) والبنية (Structure) والشكل (Style) (٢٠).

المحتوى : إن أي رسالة نحاول تضمينها أو توصيلها للآخرين لأبد لها من مضمون واضح وصریح . وهذا المحتوى يتفاوت من مجرد أفكار شخصية للمتحدث إلى حقائق مجردة عن العالم المعاش ، أو قد تكون رؤى وأحاسيس تجاه هذه الحقائق والمشاهدات ومحاولة تفسيرها للجمهور؛ بشكل يدفعهم للتعامل معها برؤى مماثلة لما يحمله صانع الرسالة .

البنية : إن مضمون الرسالة يجب أن يكون ذا بنية وإطار مُحدّد، فالمتلقي يبحث دائماً عن نمط محدّد يمكن معه متابعة المتحدث والنص بشكل متماسك ومفهوم . ويتم ذلك بواسطة توفير إجراءات يتم التركيز فيها على الخطط العريضة والمحاور الرئيسية للنص، بشكل يُسهّل عملية المتابعة والتفكير من جانب المتلقي . وقد يكون هذا البناء بمثابة نقاط رئيسة واضحة المعالم تتمحور حول ما يمكن تسميته بأولاً - ثانياً - وأخيراً، أو بناء يحاول من خلاله المتحدث استعراض القضية في شكل محاور رئيسة يستجلي من خلالها طبيعة الظاهرة موضوع المناسبة . فيمكنه أن يقول سأناقش قضية التعليم من عدة أبعاد - سيكولوجية وسوسولوجية وتربوية ... إلخ . ونجد أنه هنا يحاول توجيه المتلقي بطريقة مطّقة تساعد على متابعة السلسلة الخاصة بالنص الرئيس بعيداً عن التشتيت وإساءة الفهم .

---

D. Ehninger & B. Gronbeck. Principles of Speech Communication. (٢٠)  
Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company. 1984. P. 10.

**الشكل / الأسلوب:** وهنا يركز المتحدث على توظيف اللغة بما يتناسب وطبيعة الموضوع والأفكار، من حيث اختيار عبارات ودوال تخلق روابط جيدة بين جزئيات النص. إضافة إلى أن اختيارنا لعبارات وتراكيب لغوية بعينها يُعطي الجمهور انطباعاً محدداً عن ذاتنا وأي نوع من البشر وإلى أي طبقة أو شريحة ننتمي. فقد يكون الأسلوب شخصياً (أي يتمحور حول رؤية الذات)، وقد يكون غير شخصي وعماماً (أي عبارات مثل نحن وأي فرد منا... إلخ)، أو شكلاً أدبياً أو فلسفياً أو هزلياً ساخراً. فالأسلوب اللغوي يؤطر مضامين النص ويمنحه الحيوية ويعطي أيضاً بُعداً مهماً عن طبيعة الشخص المتحدث.

### ٣ - الجمهور المتلقي The listeners

مثلاً للمتحدث أهداف يرغب في تحقيقها، كذلك الحال عند المتلقين من ناحية سعيهم لتحقيق هدف محدد يودون الوصول إليه. فقد يكون هدف الجمهور هو الاستماع أو الحصول على معلومات أو الإرشاد والتوجيه. فالمتلقي يدلف إلى الموقف الخطابي واضعاً في ذهنه نوعاً من المكافأة التي يصبو إلى تحقيقها، وذلك من خلال بناء توقعات من الضروري أخذها في الاعتبار من ناحية المتحدثين لضمان التفاعل الناجح. فالجمهور الباحث عن المتعة لا يرغب الانخراط في موقف خطابي سياسي أو علمي جاد والعكس صحيح.

فدراسة توقعات ورغبات الجمهور تُعد منحنى مهماً يضمن نجاح الموقف الاتصالي. فمن المفترض في المتحدث أن يحلل ميول واتجاهات جمهوره، ويحاول التعرف على مدى معرفة وخلفية أفرادها في موضع المناسبة. فالجمهور المميز معرفياً قد لا يفلح متحدث عادي في الوصول إليه، والجمهور العادي قد لا يستجيب أو

يتفاعل مع متحدث رفيع المستوى معرفياً. من هنا يجب على المتحدث أن يسبر غور مستويات أفراد الجمهور ومدى معرفتهم بالموضوع وأهميته بالنسبة لهم؛ حتى يكون على نفس إيقاعهم المعرفي وتحضير القيم والمعتقدات ذات العلاقة بهم والكفيلة باحتوائهم.

إن الفروق الفردية لدى الجمهور من حيث عامل السن والجنس والمستوي التعليمي والاجتماعي تمثل بُعداً مهماً لدى المتحدث الناجح. « فجمهور الأطفال على سبيل المثال يتميز بانتباه قصير المدى وقدرة ضئيلة على متابعة التسلسل المنطقي، ويحتاجون إلى تعامل خاص ووسائل توصيل خاصة، كالصور والرسومات ولوقت قصير جداً، فهم يملون بسرعة ويرغبون في التغيير، أما طلاب الجامعة أو المتخصصين فتجد لديهم قدرة كبيرة على مواصلة الانتباه ولوقت طويل قياساً بغيرهم من الجمهور، بالإضافة إلى قدرتهم على متابعة الخطوات المتعاقبة للمنطق المتقادم والمفاهيم المجردة<sup>(٢١)</sup>. فالتحدث هنا يفترض فيه الالتفات إلى هذه الجوانب، مع محاولة رصد ردود فعل الجمهور من ناحية قدرتهم على الاستماع والمتابعة لكل ما يقال. إضافة إلى الالتفات إلى أن الجمهور غير الوائق من قدراته يسهل التأثير فيه أكثر من الجمهور الذي يعتد بآرائه وقدراته. ولكن يظل الجمهور في نهاية المطاف باحثاً عن المتحدث الذي تتطابق آراؤه معهم بشكل أو بآخر، وهذا حسب رؤية الباحث مايكل برقوون (١٩٧٤) في تحليله للمتلقي وسلوكه<sup>(٢٢)</sup>.

---

(٢١) Gary Cronkite. Public Speaking and Critical Listening. Menlo Park: The ~Benjamin Cummings Pub. Co., Inc. 1978., Esp. PP. 255-72.

(٢٢) M. Burgoon. Approaching Speech Communication. New York: Holt. Rinehart & Winston, Inc. 1974. PP. 64-69.

## ٤ - القنوات الاتصالية The Channels

من الضروري للاتصال أن يتأثر سلباً أو إيجاباً بالقنوات التي تُحمل بواسطتها الرسالة . فهنا في الاتصال التحادثي تجد، أيها القارئ، أن مفهوم القناة هو أشبه ما يكون بالوسيلة الاتصالية . ولكن تم التعارف على توظيف الوسيلة وبشكل موسّع في الاتصال الجماهيري .

فمن الناحية الوظيفية ليس هناك فرق ملحوظ على الموقف الاتصالي . ولكن تعارف العلماء والمختصون في الحقل على استخدام مصطلح القناة بدلاً من المفهوم الميكانيكي للوسيلة خاصة في الاتصال الإنساني المواجهي ( وجهاً لوجه أو إطار محدود) . وحسب رؤية دوجلاس إنقرورفاقه، ففي الاتصال الخطابي هناك القناة اللفظية **Verbal Channel**، والتي يتم فيها تحميل الموجات الصوتية بالكلمات المعبرة عن أفكار بواسطة الجهاز الصوتي . والقناة البصرية **Visual Channel** ، والتي تقوم بتوصيل الإيحاءات والحركات الجسدية بكل ما تحمله من معاني مُساندة للموقف العام<sup>(٢٣)</sup> . ومن الضروري أن يكون هناك تناغم بين هاتين القناتين الاتصاليتين بشكل يساهم في إحداث الأثر المطلوب وإنجاح الموقف الاتصالي كله .

## ٥ - الموقف الاتصالي The Communicative Event

إن ما يحكم الموقف الاتصالي لا يتجاوز المتغيرات الاجتماعية والمادية التي تساهم في تشكيل طبيعة التفاعل بين المصدر والمتلقي في هذا الموقف . فالمتغير المادي **Physical** يُشير إلى نوعية المكان المخصص للحدث الاتصالي، فالجمهور

---

(٢٣) D. Ehninger & B. Gronbeck. Principles of Speech Communication. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company. 1984. PP. 12-13.

في فهو مكثف أو مدرج في الجامعة، يختلف في توقعاته عن جمهور في مكان عام مكشوف، إضافة إلى الديكور والأثاث ونوعية المقاعد تؤثر نفسياً وجسدياً على الجمهور وتشعره بالارتياح والقدرة على التلقي بشكل جيد، على العكس مما إذا كانت نوعية المكان تتميز بدرجة تهوية سيئة ومقاعد صلبة غير وثيرة أو ازدياد درجة الإزعاج لو كانت المحاضرة في مكان عام. فالبُعد المادي يلعب دوراً هاماً في تلقي الجمهور للرسالة. أما المتغير الاجتماعي فنجد أن المجتمع يورث أفراداً أسلوباً محدداً يحكم تفاعلاتهم واتصالاتهم بناء على عوامل السن، المنزلة الاجتماعية وعلاقات القوة. ونجد أن هذه النواحي تؤثر على الأفراد وهم يؤدون أدوارهم الاتصالية فيما بينهم<sup>(٢٤)</sup>.

وبهذا نخلص إلى أن عناصر الاتصال الخطابية (متحدث - متلقي - رسالة - قناة - موقف اتصالي) تشكل تفاعلاً معقداً فيما يؤدي في نهاية المطاف إلى خلق العملية الاتصالية على مستوى الاتصال العام (متحدث وجمهور متلقي). وكما يتضح من طبيعة هذا الاتصال العام أنه يقوم كعملية على عنصر المواجهة (وجهاً لوجه) والذي يوفر فرص الأخذ والعطاء في جو من الأمن والعفوية وردود الفعل المباشرة. وسنحاول في الجزء القادم مناقشة المهارات المطلوبة في فن الإلقاء الناجح.

### ثالثاً: المهارات الاتصالية المطلوبة في فن الإلقاء الناجح.

يروى كل من إننجر وجرونبيك وآخرون (١٩٨٤)، أن الفن الإلقائي الناجح يستلزم وجود ستة عناصر رئيسة لدى المصدر الاتصالي، وبدونها تنعدم فرص

---

Mark, Knapp. Essentials of non Verbal Communication. New York: Holt. (٢٤) Rinehart & Winston 1980, PP. 75-96.

النجاح المرجوة (٢٥١). وهذه العناصر هي: (الشخصية المتماسكة، المعرفة، المهارات اللفظية، الحساسية تجاه رغبات الجمهور، الحساسية تجاه الموقف الخطابي - والثقة بالنفس).

إن معرفة الجمهور الإيجابية عن المتحدث باعتباره صاحب مواقف مُشرِّفة وآراء يمكن الاعتماد بها، تؤثر على درجة حضور المتحدث من غيابه. فالشخص الذي يحمل عنه الجمهور صورة حسنة نتيجة لشخصيته المتماسكة تتوفر لديه فرص نجاح أكبر من ذوي الشخصيات المتقلبة. فالشخص المعروف بالأخلاق الفاضلة والالتزام الأدبي والمعنوي تجاه أفكاره والمواقف التي يتبناها يترك انطباعاً شخصياً جيداً لدى الجمهور المتلقي.

كما أن خبرات المتحدث المعرفية تُعد ذات أثر حاسم في زيادة أسهم مصداقيته لدى الجمهور، فالشخص المطلع والعالم بخبايا تخصصه والقضايا ذات العلاقة من قريب أو بعيد يُعتد به، إضافة إلى متابعتة لما يُحدث في العالم بشكل عام يكون أكثر قدرة على شدّ انتباه الجمهور والتأثير فيه بشكل بالغ؛ قد لا يتوافر للآخرين ممن لا يرتقون إلى مستواه المعرفي. وهذا شيء طبيعي نكاد نلمسه في لقاءاتنا البسيطة واليومية مع أصدقائنا أو بعض من نقابلهم للمرة الأولى. فالشخص المطلع يبهرننا ويترك انطباعاً حسناً في أذهاننا، بعكس من يحملون أفكاراً هشة ومعلومات سطحية.

أما المهارات اللفظية سواء من حيث القدرة على توظيف الصوت بشكل مؤثر بحسب المتغيرات القابعة في النص، فطلاقة اللسان والاهتمام بمخارج الحروف والنطق السليم تُعد نواحي مهمة يجب توافرها في المتحدث، فالشخص المطلع

---

D. Ehniger & B. Gronboeck. Principles of Speech Communication. Glen- (٢٥) view, Illinons: Scott, Foresman & Co., 1984. P. 16.

وصاحب الخبرة الواسعة والشخصية الحاضرة؛ يحتاج لأن تتناسب مهاراته اللفظية مع ما يحمله من مؤهلات ذهنية وشخصية حتى يكون قادراً على توصيل ما لديه بشكل فاعل. أما إذا كانت مهاراته اللفظية لا تتناسب مع ما لديه من قدرات معرفية وشخصية، فحقيقة يمكننا أن نتوقع النتيجة مسبقاً وهي فشلة في التوصيل الجيد. وهذه حقيقة مشكلة يعاني منها الكثير من المبرزين في مجالات الحياة، ويعود سببها إلى عدم سعيهم إلى تطوير هذه الناحية بشكل يجعلهم أكثر حضوراً وفاعلية عند الجمهور.

ويُعد الاهتمام بالجمهور والالتفات إلى رغباتهم والقضايا التي تشغل بالهم، أحد أهم دواعي مواجهاتنا الإلقائية أمام الجمهور. وقد يكون هدفنا هو التأثير في سلوكيات الآخرين أو محاولة تغيير اتجاهاتهم أو عرض مالدينا من رؤى وأفكار عليهم، إلا أن الهدف الأول يظل محصوراً في القدرة على تلمس ما يشغل ويستحوذ على أذهان الجمهور. حقيقة إن معظم المتحدثين والخطباء البارعين غالباً ما يتميزون بالمقدرة على استجلاء وتحسس احتياجات الجمهور وبشكل يجعلهم ذوي حضور فاعل في حياة هؤلاء<sup>(٢٦)</sup>.

وقد يكون من المفيد جداً أن يكون المتحدث الماهر قادراً على رصد توقعات وأعراف وقيم الجمهور الذي يواجهه، بمعنى ماذا يفضلون وما هو المرغوب وغير المقبول لديهم؟ بشكل يساعده على تجاوز المواجهة والرفض لأفكاره وشخصه من قبلهم. فالجمهور يفرض على المتحدث نوعية المعلومات التي يبحث عنها والطريقة المناسبة والمقبولة لديهم لتوصيل تلك المعلومة، فالموقف الخطابي بكل جزئياته

---

Fuller Discussion of the Role of Personality may be found in otis M. (٢٦)  
Welter. "speaking to Inform and Peresuede. New York: Teh Macmillan Co.,  
1966. Ch. 6.

المادية الاجتماعية يفرض قيوداً صارمة أمام المتحدث من الواجب عليه عدم تجاوزها أو تهميشها .

وأيا كان الحدث ، فإن الموقف الخطابي ككل يمارس ضغوطاً سيكولوجية على أي متحدث . والخوف الخطابي يُعد شيئاً طبيعياً على أي حال ، فإن معظمنا يخشى مواجهة الجمهور خوفاً من الفشل أو التعرية للذات أو المواجهة مع الجمهور . فالاضطرابات النفسية هي نتاج لهذا الخوف الذي يعترينا ، فزيادة ضربات القلب وارتعاش الأطراف وتلعثم اللسان كلها أشياء طبيعية ، ولكن يمكن التغلب على هذا الخوف بتوظيفه لمصلحتنا ، والاستفادة منه تجعلنا متيقظين وعلى استعداد وتهيئة جيدة تتناسب مع الحدث . فكلما كنا مُعَدِّين نفسياً ومعرفياً تقلص الخوف . ويأتي دور الثقة فيما لديك من معلومات وأن تضع في اعتبارك أن لديك الكثير الذي يمكن أن تقدمه للجمهور . وكلما كانت درجة الثقة مبنية على واقع معرفي جيد ، ساهمت في تقليص درجة الخوف من المواجهة . ويمكننا الاستفادة من المخطط الذي يورده في هذا السياق كل من إنجر وجرونبك ( ١٩٨٤ ) للتغلب على مخاوف الإلقاء المواجهي أمام الجمهور العام .

وهذا المخطط يتناول ثلاثة مناحي رئيسة : أولها يتعلق بالاحتياطات الواجب توافرها ، والثاني يتعلق بالمخاوف الكامنة وطرق إبرازها ، والثالث يهتم بالاستعداد النفسي (٢٧) .

---

D. Ehninger & B. Gronbeck. Principles of Speech Communication. (٢٧)  
Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Co., 1984, P. 20.

## ١ - أخذ الاحتياطات اللازمة لتجنب المشاكل المتوقعة.

أ - التدريب بصوت مرتفع، مع محاولة تجريب العديد من التعبيرات اللغوية الكفيلة بتحقيق مرونة مناسبة.

ب - استخدام هوامش واضحة المعالم تسهل عملية الرجوع عند الإلقاء.

ج - الاستعداد بالعودة على المكان المخصص للمناسبة الإلقائية، مثل حجم القاعة ومدى قرب وبعد الجمهور عنك والمضخمت الصوتية الموظفة إلخ.

د - التركيز على الأفكار الرئيسة عند التدريب، أي ماذا ستقول أولاً وثانياً وثالثاً... إلخ. بدلاً من التركيز على مخاوف الإلقاء وكيفيته.

هـ - أثناء التدريب حاول أن تعطي ذاتك فكرة عن كيفية أدائك وطريقة طرحك لأفكارك فيما إذا كانت مُرضية.

و - محاولة تخيل درجة النجاح التي يمكنك تحقيقها أمام الجمهور ، أي محاولة أن تتصور نفسك وأنت تحقق نتائج مُرضية أمام جمهورك.

## ٢ - محاولة القضاء على المخاوف الكامنة.

أ - المعلومات : ماهي نقاط الضعف في معلوماتك؟ وكيف يمكنك دعمها بحثياً ومرجعياً حتى تبدو مقنعة للجمهور؟

ب - الجمهور : من سيكون ضمن الجمهور؟ ومن منهم تخشى كثيراً؟ وهل يمكنك تجاوز هذه الإشكالية من خلال استعداد صارم؟ وتحاول إقناع ذاتك بعدم جدوى هذه المخاوف .

جـ- الأسئلة : ماهو السؤال الذي تمنى أن لا يوجّه إليك؟ وكيف يمكنك  
الاجابة عليه فيما لو وجّه إليك؟

د- المظهر العام : هل أنت مهتم بمظهرك الجسدي كونك تبدو صغيراً في  
السن مثلاً؟ أو غير مُجرب؟ أو ذا هيئة غير مناسبة للموقف، وكيف يمكنك  
تعويض هذا النقص إن وجد سواء على مستوى المظهر العام أو ما ستقوله؟

هـ- أسوأ ما تتوقعه : ما هو أسوأ شيء تتوقع حدوثه من خلال إلقاءك لهذا  
الخطاب؟ وهل من الممكن حدوثه؟ وهل ستكون نهاية العالم بالنسبة إليك؟

و- الكوارث المتوقعة : ماهي الأخطاء التي لا يمكن إصلاحها والممكن  
حدوثها عند إلقاءك؟ وماذا يمكنك فعله حيالها؟

### ٣ - الاستعداد الفسيولوجي للإلقاء.

أ - كلما اقترب وقت الإلقاء، حاول أخذ نفس عميق لعدة مرات والاحتفاظ  
به لفترات قصيرة ، ومن ثم تخلص منه بهدوء .

ب - إذا كان لديك مشكلة جفاف في الفم ، فحاول شرب كمية مناسبة من  
الماء قبل الحديث، ويمكنك أيضاً استخدام بعض النعناع أو بعض الماء  
على أي حال أثناء الإلقاء إن أمكن .

جـ- قبل النهوض للإلقاء ، حاول شدّ عضلات أطرافك ( الساقين والذراعين  
والصدر والمعدة والوجه ) بعيداً عن ملاحظة الجمهور طبعاً . وإرخاءها،  
وهذا سيساعد في استرخائها لمدة طويلة أثناء الحديث .

د- قبل لفظ الكلمة الأولى حاول أخذ نفس عميق للمرة الأخيرة، وشدّ يديك وذراعيك بعيداً عن الآخرين إن أمكن .

هـ- مع ملاحظة أنه بعد دقيقتين سيتمص الفعل الخطابي أي نشاط زائد لديك . وبنهاية هذا الجزء سنحاول فيما يلي التعرّض لأساليب الإلقاء الاتصالية في الاتصال العام وأنواعها .

#### رابعاً : الأساليب الإلقائية وأنواعها في الموقف الخطابي العام.

تختلف أساليب الإلقاء أمام الجمهور من متحدث إلى آخر، وبحسب الذائقة الشخصية والملكات الخاصة عند المتحدث . ومن المعروف أن التحضير المناسب والبحث وتنظيم المادة كمتغيرات فاعلة تسبق العملية الإلقائية، إلا أنها لا تقل عنها بأي حال من الأحوال . فبدون هذه المتغيرات التحضيرية قد تتأثر العملية الإلقائية سلباً وتتعرّض فرص نجاحها جماهيرياً . ولهذا نذكر القارئ في هذا الصدد بأهمية الاستعداد السيكولوجي والفسولوجي المبدئي، بالإضافة إلى التحضير الفاعل للمادة موضوع المناسبة والتركيز على خطوطها الرئيسية، ومن ثم الالتفات إلى الأسلوب الأكثر ملاءمة لتوصيل هذه الرسالة .

وهناك أربعة أساليب إلقائية متعارف عليها يوردها جوزيف ديفيتو J.Devito ( ١٩٨٥ ) كالتالي : الأسلوب المرّجل - أسلوب القراءة النصية - الأسلوب المعتمد على الذاكرة - والأسلوب المخطط المرّجل، (٢٨) وسنناقش هذه الأساليب بالتفصيل .

---

J. Devito. Human Communication. New York: Harper & Row, Publishers. 1985. P. 329. (٢٨)

## أ- الأسلوب المُرتجل Impromptu method

وهذا ما يُسمى بإلقاء اللحظة، فالموضوع الخاص بالمناسبة لا يخضع للتحضيرات المسبقة. فالمتحدث هنا يعتمد على مهاراته الشخصية ومعرفته السابقة. وفي معظم الأحيان نكاد نجد أنفسنا مُجبرين على الإلقاء أو الحديث المباشر دونما تحضير سابق في موضوع ما، أو يُطلب منا التعقيب على قضية ما في محفل عام أو خاص. وفي كل الأحوال يعتبر هذا الأسلوب من أجراً وأقوى الأساليب. فهو يحتاج إلى حضور شخصي وقدرة على الخروج من المأزق بسلاسة. وقد يكون التدريب على هذا الأسلوب مجدياً في تشكيل شخصيه الفرد وتهينته للتعامل مع الأساليب الإلقائية. والاتصالية الأخرى. ويُنصح في حالة الأسلوب المُرتجل بالتركيز على فكرة رئيسة وصياغة معظم الأطروحات والأفكار حولها حتى يتم تفادي التشتت والعشوائية وإساءة الفهم. ويُعدُّ رؤساء الجمهوريات والمتحدثون الرسميون ومندوبو الحكومات في المهمات العاجلة ورجال العلاقات العامة؛ أكثر من يجيد التعامل مع مواقف آتية مُرتجلة. وقد يكون التعود عاملاً مباشراً هنا، إلا أنه من المفترض في هؤلاء الأشخاص أن يكونوا ذوي حضور مُميز وذوي دراية في التعامل بمهارة مع الأسئلة والتعليقات الصحفية التي من الممكن أن تواجههم.

## ب- أسلوب القراءة النصّية The Reading Method

يعتمد هذا الأسلوب على نص مكتوب بالكامل وتتم قراءته حرفياً على الجمهور. ويناسب هذا الأسلوب مناسبات الخطابة الرسمية التي يُفترض فيها نوع من الدقة في الألفاظ والوضوح في الأفكار؛ بشكل يُجنب إساءة الفهم أو الخلط

خاصة في المواقف السياسية المتأزمة والتي لا بد من الحذر فيها. إضافة إلى أن هذا الإلقاء يُعد مرغوباً، خاصة حينما يكون الوقت ذا قيمة كبيرة، كلمات وعبارات مطلوبة أكثر من غيرها، مثال أتماط التقديم والعرض في وسائل الإعلام الجماهيرية (الإذاعة المرئية والمسموعة). إن قراءة الخطاب بهذا الأسلوب قد تكون مجدية في مواقف معينة، ولكن من الضروري عدم المبالغة في توظيفه في معظم المناسبات. فلقراءة النصية تجعلك بعيداً عن متغيرات الموقف الخطابي، ومتجاهلاً لردود فعل الجمهور من حولك بشكل يؤثر سلبياً على إلقاءك. فالشخص الذي يحاول التركيز بعينه على سطور المقالة يؤدي إلى فقدانه للتفاعل العفوي والحيوي مع جمهوره، وهذا يؤثر كما ذكرت على الموقف الاتصالي بشكل كلي.

### ج - الأسلوب المعتمد على الذاكرة The Memorized method

يشابه هذا الأسلوب القراءة النصوية. فالنص مكتوب حرفياً ولكنه في هذه الحالة محفوظ عن ظهر قلب. وقد يُجيد هذا الأسلوب فئة محدودة من الأفراد خاصة في المواقف التي تعتمد على الوقت والحرفية النصية، إلا أن المحذور هنا هو أن النص المُتذَكَّر يُعطي انطباعاً بارداً وغير ديناميكي. فالشخص المعتمد على ذاكرته يحاول أن يسرد عباراته في ميكانيكية صرفة دونما إدراك لفحوى ما يلفظه أو تفاعل معه. وقد يكون الشخص المعتمد على الذاكرة معذوراً في هذا حيث إنه يحاول الاسترسال دون انقطاع بالتركيز على تسلسل النص في ذاكرته، ويحاول قدر الإمكان تجنب فقدان قطار أفكاره، فنسيان جزء معين قد يحدث له إرباكا غير متوقع. وهذا الشخص الذي يحفظ النص يماثل الشخص الذي يقرأ مباشرة ورقة مع الفرق في كونه يقرأ من الذاكرة، وهو غالباً ما يفشل في التفاعل مع النص الذي يسرده أو مع الجمهور وردود فعلهم.

## د - الأسلوب المخطط المرتجل The Extemporaneous method

يُمثل هذا الأسلوب حداً وسطياً بين الأسلوب المعتمد على الذاكرة والأسلوب النصي المقروء والأسلوب المرتجل. فهذا الأسلوب يلتزم بالتحضير الصارم للمادة كمخطط واضح ويعتمد فيه المتحدث على ذاكرته أيضاً. بمعنى أن النقاط الرئيسية والخطوط العريضة التي يود الحديث عنها مكتوبة أمامه وبشكل واضح، وفي الوقت نفسه يعتمد على ذاكرته في تغطية هذه النقاط. ويلعب المخطط الخاص بالأفكار الرئيسية دوراً في تثبيت الأفكار وإراحة المتحدث من القلق المتوقع خوفاً من النسيان، ويعطي المتحدث فرصة الظهور بمظهر عفوي تفاعلي أمام الجمهور متلافياً سلبيات الأساليب المحفوظة أو المقروءة نصياً، فالتدريب على جزئيات النص مسبقاً يهيئ حضورها في الذاكرة القريبة ويصبح أسلوب استدعائها سهلاً جداً وممكناً من خلال خطوط الأفكار الرئيسية المكتوبة أمام المتحدث. وهذا الأسلوب يُعد أفضل من الناحية الاتصالية حيث إنه يوفر كما ذكرنا فرصة إثراء الموقف الاتصالي بين المتحدث والجمهور ويعطيه بُعداً حيويًا مهماً.

وعلى أي حال قد تفرض المناسبة ونوعها وقدراتك الفردية ومهاراتك الاتصالية الأسلوب الأمثل للإلقاء. فطبيعة المناسبة رسمية كان أو غير ذلك، ونوعية الموضوع وعامل الوقت إضافة إلى ارتياحك النفسي اتصالياً، جميعها تلعب دوراً في الالتزام بأسلوب دون آخر.

## خامساً: إعداد وتصميم النص الاتصالي.

من المؤكد أن عملية تهيئة المادة الخاصة بالمناسبة الإلقائية لا تركز على نمط محدد أو أسلوب معين يمكن الرجوع إليه. فالتحدث بحسب نوعية المناسبة

والجمهور وموضوع بالمناسبة قد لا يجد خيارات عديدة، خاصة عندما يدعى للحديث في موضوع بعينه وأمام جمهور محدد من فئة معينة. وبصفة عامة نجد أن الجمهور يُحدد نوعية الموضوع سواء كجزء من اهتماماته أو أجندته **Agenda** الخاصة ويفرض على المتحدث جوانبها. ولكن في بعض الأحيان نجد أن المناسبة تُتيح للمتحدث مرونة في اختيار الموضوع قائماً على مدى معرفتك عنه أو مدى الدرجة الحميمية التي تربطك به باعتباره مشوقاً لك شخصياً. وبعد تحديد الموضوع حاول أن تقلصه في إطار ما هو متاح لك وقتياً، ومعرفياً بما يتناسب مع مستوى فهم ونوعية جمهورك.

وبتحديد الموضوع يأتي شق أهم، وهو الهدف الذي تؤدّ تحقيقه من إثارة موضوع كهذا. فمن خلال توضيح الهدف يمكنك صياغة جوانب القضية أو الموضوع لخدمة هذا الهدف من قريب أو بعيد. وكما ذكرت فليس هناك تركيبة سحرية يمكن اتباعها في هذا الصدد، فالأمر كله يخضع للمتحدث والمتغيرات المحيطة به من جمهور ومناسبة وموضوع... إلخ.

ففي الموقف الإلقائي غالباً ما يكون الهدف محصوراً في نطاق الإقناع **Per-suasion** أو الإعلام **Information**، ولن يخرج هدف أي موضوع عن هذين المستويين. فالهدف يساعد المتحدث في حصر طاقاته الذهنية ومقدراته المعرفية في نطاق فكرة مقصودة بعينها يحاول من خلالها تغيير اتجاهات الجمهور بإقناعه بتبني سلوك محدد، أو بإمتماعه والترفيه عنه، أو محاولة إرشاده وإخباره بمعلومة محددة... إلخ.

ويلعب في تحديد الهدف الرئيس للموضوع نوعية الجمهور المتلقي. فمن الضروري على المتحدث أن يُحلل جمهوره ويعرف رغباته وماذا يريد؟ ويحاول أخذ ذلك في الاعتبار عند صياغة هدفه المحوري.

وتأتي مرحلة جمع المادة المساندة بعد تحديد الهدف الموضوعي كمحور رئيس للإلقاء . وهنا يأتي دور المكتبة ومصادر المعلومات لجمع المادة المطلوبة والتي تخدم الموضوع وهدفه الرئيس . وقد يستلزم جمع المادة أخذ عاملي الجمهور والوقت في الاعتبار، فالوقت مهم بالنسبة للكّم المعلوماتي الذي تسعى للحصول عليه، إضافة إلى الجمهور كما ذكرت سابقاً من ناحية نوعية الطرح المقبول لديهم والذي قد يؤدي إلى التأثير فيهم . فمن المعروف أن الجمهور يتفاوت بحسب مستوياته وتوقعاته، فجمهور الأكاديميين يرفض ولا يعتدّ بالاستشهادات الشخصية والتجارب الفردية، بقدر ما يعتدّ بالإحصاءات الرسمية والوثائق التاريخية العلمية . أما الجمهور العادي فيمكن أن تقنعه التجارب والخبرات الشخصية ووسائل الإيضاح والاستشهادات البسيطة، كالرسائل والصحف والمنشورات والقصص . . إلخ . فمن المفترض في المتحدث أخذ نوعية جمهوره ورغباتهم وما يتوقعونه في جمع المادة العلمية المساندة لهدفه الرئيسي .

وبعد جمع المادة الرئيسية يتم تفرغها حسب تحليلك لجمهورك والوقت المتاح لك ، ومحاولة صياغة الخطوط الرئيسية لهدفك وأسلوب التعبير عنه لغوياً، فصياغة المادة لغوياً ومنهجياً يعتمد على حسك الشخصي، إضافة لعوامل الجمهور والوقت وطبيعة المناسبة .

فبإمكانك تلمس الأهم فالمهم فالأقل أهمية بما يتفق مع هدفك الذي حددته موضوعياً، وبعد ذلك تأتي مرحلة التدريب الشخصي على الخطوط التي انتقيتها لخدمة هدفك قبل المناسبة الإلقائية . والتدريب يعني محاولة انتقاء الأسلوب الإلقائي الذي يناسب قدراتك ونوعية المناسبة وحدود الوقت المتاح لك، وممارسته عملياً في قاعة وبشكل منفرد يتيح لك قدرة معايشة لصيقة بجو الخطاب وفرصة التخيل للجمهور وردود فعله تجاه أدائك .

وعلى أي حال ، كما سبق وذكرت فهذه الخطوط العامة لا تعدو أن تكون رؤية مجردة خاصة. ويمكن لأي شخص أن يوظف الأسلوب المناسب حسب السياق الاتصالي للمناسبة. فليس هناك اتفاق جمعي حول طرائق الصياغة وتهيئة للنص الخاص بالمناسبة بين ممارسي هذا العلم . وفي الجزء التالي سنحاول الحديث عن الشكل النهائي للخطاب الأثوذجي .

### شكل الخطاب الأثوذجي.

يحتاج أي نص إلى مقدمة وجسم وخاتمة . وإن كنا نركز على جسم النص في معظم الأحوال، إلا أن استهلال النص الإلقائي وختمه لا تقل أهمية عن مضمون النص . فالبداية البارعة قد تضمن نجاحاً منقطع النظير، والبداية المشوشة والمهزوزة قد تؤدي إلى إفشال المضمون الجيد . فالجمهور يتأثر دوماً شك بالمقدمة التي تأسره حتى وإن كان المستوى هامشياً، مثلما يتأثر بالمقدمة التي لا تستحوذ على ذهنيته حتى وإن كان المضمون مميّزاً .

كذلك هو الحال في الخاتمة، والتي من المفترض فيها أن تهييء المتلقي بشكل هادئ وواضح تجاه موضوع المناسبة . توفر له فرصة المراجعة للجزئيات التي وردت في ثنايا النص ولم يتمكن من متابعتها بسبب ما . فالخاتمة تُعد بمثابة تلخيص لمجمل ما ورد في النص، وإعادة تذكير بالإفكار الرئيسية فيه، والهدف الذي يرغب المتحدث في إيصاله إلى ذهن المتلقي .

فالمقدمة تؤدي دوراً فاعلاً في تهيئة الجمهور وتستحوذ على انتباهه . مع محاولة توضيح موقفك الشخصي من القضية التي تعرضها للجمهور من مبدأ إظهار حسن النوايا تجاههم . حتى وإن كان هناك بون شاسع في رؤاك الشخصية مع

توجهات جمهورك، فحاول في المقدمة أن تكسبهم إلى صفك بإقناعهم بإمكانية المعالجة أو التوفيق بين وجهات النظر المتفاوتة فيما بينكم. ومن الممكن أن تستهل حديثك بالأسلوب المباشر بالدخول إلى صلب الموضوع، أو باستخدام أسئلة بلاغية كمدخل أساسي، أو توظيف بعض الإحصائيات والأرقام، التي يمكنك من استقطاب اهتمام الجمهور خاصة في حال قضية مهمة كالنحدرات أو حوادث الطرق... إلخ، ويمكن أن تحتوي المقدمة على مقولات مشهورة وأقوال تاريخية تناسب مع موضوع المناسبة.

أما الخاتمة فمن الضروري لها أن تحاول تذكير الجمهور بالهدف الرئيس للموضوع ومحاولة إثارته في أذهانهم مرة أخرى عند النهاية. فالجمهور ينسى بسرعة؛ خاصة في حالة إطالة المتحدث في طرحه للقضية. مع ضرورة أن تهيبء الجمهور وتشعرهم بقرب نهاية المناسبة، فالنص المسموع مثله مثل النص المشاهد أو المسرح، يجب أن تهيبء الجمهور نحو النهاية تدريجياً وليس مفاجأة بشكل يُربك أفكاره. فالمتحدث من خلال الخاتمة يعطي المتلقي فرصة التفكير في الأسئلة ذات العلاقة وفرضها إن أمكن على المتحدث. ويمكن استخدام مقولات مناسبة للاستشهاد بها في سياق الخاتمة، أو محاولة إثارة الجمهور نحو تبني سلوك معين حسب هدفك الأساسي، وذلك بوضعهم في موضع تحدٍ تحفزهم من خلاله على القيام بفعل معين. ويظل على أي حال استهلال أو إنهاء نص المناسبة شيئاً شخصياً، إلا أننا نود أن نؤكد على ضرورة إثارة هدفك الرئيس في المقدمة ومحاولة إعادة التذكير في ختام المناسبة.

## سادساً: المناظرات العامة.

يأخذ الإقناع في الاتصال العام إما نمطا بين شخصي **Interpersonal** أو نمطا عاما **Public** يُسمى بالمناظرات **Arguments**. ودراسة الطبيعة الإقناعية في الاتصال المواجهي العام (المناظرات) يقتضي النظر في محتوى الرسالة **Content** الإقناعية، والادعاءات **Claims** والحجج والإثباتات **Evidence**، وكذلك التوظيفات العقلية **Reasoning**.

فالمناظرة مصطلح اكتسب مؤخراً دلالة مشوهة لدى الكثير من الأفراد. فالغالبية من الأفراد تتصور بأن الجدل والمناظرة ليسا إلا معركة كلامية يتم فيها التراشق بالألفاظ الجارحة والساقطة والنيل من الشخصيات بشكل أو بآخر. وهذا الخلط في ذهن الجمهور عن طبيعة الجدل والمناظرات هو بسبب إساءة الفهم الذي تأصل لدى العامة والخاصة عنها كأنماط اتصالية.

فطبيعة المناظرة تشير إلى أنها نمط اتصالي لا يختلف كثيراً عن الأنماط الاتصالية الأخرى، من حيث التفاعل أو تبادل الأدوار. ولكن البعد الإقناعي في الرسالة الاتصالية يأخذ توظيفاً عميقاً من حيث بناء الادعاء وأسلوب عرض البراهين والحجج. فإنجاز البعد الإقناعي هنا يستلزم وجود مناحي عقلانية **Rational Means** قادرة على ربط الادعاءات بالإثباتات بشكل مقنع ومؤثر في الآخرين. وحسب تصورات كامبيل **Campbell** (١٩٨٢) فإن المناظرة «لا تخرج عن إدعاء أو نتيجة تستند على عقلانية»<sup>(٢٩)</sup>.

---

(٢٩) K. Campbell. The Rhetorical Act. Belmont, Calif: Wads Worth. 1982.

وهذا يعني أن المناظرة أو الجدل كنمط اتصالي هي توظيف عقلاني صرف، يركز فيه طرفا الاتصال على مضامين يتم قبولها أو رفضها بحسب الحجج والبراهين التي تستند إليها، وبعيداً عن المهارات واغتصاب الشخوص غير المبرر.

وفي استعراضنا للطبيعة الإقناعية للمناظرة، سنحاول مناقشة أبعاد كل من الادعاءات والبراهين والإثباتات والطرائق العقلانية باعتبارها أساساً يستند إليها الفعل الإقناعي. إن تحليل المناظرة يُشير إلى وجود ثلاثة أجزاء رئيسة تمثل بنية المضمون الاتصالي. وهذه الأجزاء هي: الادعاء **Claim**، الإثبات والبرهان **Ev-idence**، والعقلنة **Reasoning**. وسنتناول هذه الأجزاء بالتفصيل لمساعدة القارئ على فهم الخطوات التكتيكية المفترض اتباعها في بناء الرسالة الإقناعية في الاتصال المواجهي العام.

## الادعاء **Claim**

يعتبر الادعاء نوعاً من الاقتراح أو النتيجة التي يرغب المتحدث في عرضها على الآخرين بهدف إقناعهم بمدى جدواها أو صحتها كواقع. ويتفق الكثير من علماء الاتصال على أن هناك ثلاثة ادعاءات لا يمكن للمناظرة أن تخرج عنها وهي: ادعاء حقيقة. أو ادعاء قيمة، أو ادعاء خاص باستصدار حكمة أو سياسة (تشريعي).

فادعاء الحقيقة **Fact**، يعني التقدم بعبارة أو مقترح قابل للتثبت موضوعياً. فالمقترح هنا يعد حقيقة واقعة يمكن التثبت منها بشكل منطقي وموضوعي، فالشخص المتقدم بالادعاء يسعى إلى إقناع الجمهور بمدى حقيقة ادعائه وصحته، فالشخص الذي يدعي مثلاً أن نسبة الأمية في المملكة انخفضت بنسبة ٤٠٪ في

السنوات العشر الأخيرة، يسعى إلى إقناع المتلقي بمدى حقيقة وصحة ادعائه والذي يكون مستنداً في الغالب إلى واقع موضوعي ملموس .

أما ادعاء القيمة **Value**، فيهتم غالباً بالناحية القيمة للشيء المقترح، فالشخص الذي يورد ادعاءً قيمياً يسعى إلى جذب انتباه الجمهور إلى قيمة شيء ما، وإقناعهم بتبني اتجاه محدد حول قيمة هذا الشيء فالشخص الذي يدعي مثلاً أن قيمة الصحيفة تتحدد من خلال نوعية قرائها المميزة ومحرريها البارعين وقدراتها المادية المناسبة للقيام بدورها، وعندما تنطبق هذه المقاييس الفاعلة في تحديد قيمة الصحيفة على أي صحيفة يمكن لنا القول بأنها صحيفة مُميزة مقارنة بالصحف الأخرى .

أما الادعاء التشريعي **Policy**، فيهدف دائماً إلى تحفيز الجمهور الى اتخاذ قرار ما، أو حملهم على القيام بفعل تجاه ظاهرة معينة. فالهدف هنا هو حمل الجمهور على السلوك بطريقة محددة تجاه قضية ما، فالشخص الذي يحاول حمل الجمهور على تبني سياسة الحرب المعلنة على المخدرات مثلاً، يعرض على الجمهور ادعاءً تشريعياً يرغب في أن يستصدر بموجبه سياسة فعلية يعتنقها الجمهور .

ويستلزم الأمر في معظم هذه الادعاءات وجود أساليب يمكن للجمهور بواسطتها الحكم على مدى صحة أو خلل الادعاء، ففي حالة ادعاء الحقيقة يحتاج الجمهور إلى إلمام كاف بمصدر ونوعية المعلومة الموظفة في الادعاء حتى يمكن التوثق من موضوعية القضية المقترحة .

أما في حالة ادعاء القيمة، فالجمهور يبحث هنا عن المقاييس والمعايير القيمية التي تم الاستناد للمقترح فيها حتى يمكنهم الحكم على سلامة أو خلل القيمة ومعاييرها . وفي حالة ادعاء التشريع من الضروري أن يحمل الادعاء في باطنه

إجابات شافية للعقلية المتسائلة حول جدوى تبني أو استصدار سياسة أو فعل ما تجاه القضية المقترحة، إجابات حول حجم القضية محل الادعاء ومدى مناسبة هذا المقترح في التعامل مع القضية دون غيره . . . . إلخ. وهذا الجانب على درجة كبيرة من الأهمية باعتباره ذا علاقة بما يُسمى بالإثباتات أو الحجج التي يقوم عليها الادعاء نفسه.

## الإثباتات Evidence

ونقصد بها المرجعية التي يستند إليها الادعاء كالأرقام الإحصائية والشواهد الحية والمواقف الإيضاحية والمقارنة. فالشخص صاحب الادعاء أو المقترح من الضروري له أن يكون على بينة بنوعية الإثبات ومدى ارتباطه بالقضية المقترحة منطقياً وعقلياً. ويورد كل من إننقر **Ehninger** وآخرين ( ١٩٨٤ ) ضرورة « أن تكون الإثباتات عقلانية بالدرجة الأولى ومُحفزة بشكل مُلائم للجمهور ثانياً » (٣٠).

فالإثبات لابد وأن يحتوي على منطق يهييء الجمهور على تقبله، وفي الوقت نفسه أن يحملهم على اتخاذ موقف أو اتجاه صريح وفاعل تجاه ما هو مقترح. فالادعاءات الشرعية قد تستلزم إحصائيات وأرقاماً استدلالية، عكس ادعاءات القيمة الحقيقية التي تستوجب شواهد حية ومواقف مماثلة وأمثلة توضيحية إلخ.

ومن المؤكد ضرورة وجود تصورٍ ضمني لدى صاحب الادعاء عن نوعية الإثباتات ذات القبول لدى الجمهور، فجمهور القرية وأنصاف المتعلمين قد لا يحتاجون أرقاماً وإحصائيات بقدر ما يحتاجون مواقف تمثيلية قريبة من

---

D. Ehninger. B. Gronbeck., A. Monroe. and L. Moore. Principles of (٣٠)  
Speech Communication. Glenview, ILL: Scott, Foresman ed. Co... 1984.  
PP. 272-273.

مدركاتهم . وجمهور المدينة وأصحاب المستويات العلمية الرفيعة قد لاتناسبهم الاستشهادات العامة وغير الدقيقة والتي لا يُعتد بها، فالأرقام والاحصاءات تُعد جزءاً من حياتهم اليومية والتي يتعاملون من خلالها مع مجريات الأحداث . وتظل هذه الناحية على جانب بالغ الأهمية حيث يُفترض في صاحب الرسالة الإقناعية الالتفات إليها وأخذها في صميم اهتمامه .

## العقلانية Rationality

إن عملية طرح الادعاء أو المقترح كما ذكرنا تستلزم إثباتاً مفحماً ومؤثراً في جمهور المتلقين . وبلورة هذا الادعاء والبراهين الخاصة به تستلزم وجود ما يُسمى بالأسلوب العقلاني كرابطة ضرورية . فالعقلنة **Reasoning**، تعني القدرة على إحداث ربط بين ما هو مأخوذ كإثبات بالقضية أو الفكرة محل الادعاء لخلق قبول لدى جمهور المتلقين . فالعقلانية تؤدي دوراً منطقياً في إقناع المتلقي من خلال إيجاد علاقة مباشرة بين ما هو مقترح وما هو مُعتد به كبرهان .

فالعقلنة قد تتبع أسلوب التوضيح والتبسيط **Explanation**، فالعبارات الوصفية والأمثلة التوضيحية تؤدي دوراً يُقرب لعقلية المتلقي الرابطة المنطقية التي تحكم الادعاء والإثبات . فالنظرية الخاصة بالجاذبية الأرضية يُمكن أن تؤخذ كمثال توضيحي يُفسر من خلاله للجمهور مدى ضرر السكن في الأدوار العليا أو في المناطق المرتفعة مثلاً .

وقد تأخذ العقلانية شكل المقارنة **Comparison** أو التشبيه، وهذا يعني محاولة استجلاء نقاط الالتقاء والاختلاف بين شيئين معروفين . فالمقارنة بين حالتين قد تسعى إلى إيجاد السمات المتشابهة بينهما أكثر من الفروق الأخرى، وقد تأخذ في الاعتبار فقط ما بين الحالتين من اختلافات وفروق دونما التفات للسمات المشتركة .

فالمرسل يسعى هنا إلى تحضير صورة مشابهة للحالة محل الادعاء في ذهن المتلقي، بهدف تهيئته إلى الاقتناع بالحالة محل الادعاء من خلال مقارنتها بالحالة الجديدة كاستشهاد. فقد يستشهد المصدر بنجاح خطط التعليم في دولة تنموية تماثل ظروفها ظروف دولة كالمملكة مثلاً، ويسعى بذلك إلى إقناع الحكومة بتبني نفس الخطط لأنها يمكن أن تنجح لدينا أيضاً. وقد يكون العكس بالتركيز في الاستشهاد على عدم صلاحية تبني أسلوب تلك الدولة بسبب الفروق والاختلافات الاجتماعية والظروف الاقتصادية مثلاً.

وقد تأخذ العقلانية نمطاً استنتاجياً بحيث يحاول المصدر أن يستخلص من حوادث محددة نتائج عامة، فالمصدر من خلال حالات الطلاق في مدينة الرياض يستطيع أن يستنتج مدى عمومية الظاهرة في المملكة؛ باعتبار أن مدينة الرياض تماثل أي مدينة كبرى في المملكة من حيث التركيبة السكانية والظروف الاقتصادية والمتغيرات المجتمعية وهكذا.

وأخيراً قد تبدو العقلانية في شكل سببي **Causal**، فالمصدر يسعى إلى دعم مقترحه بشيء من العلاقة السببية، فقد يستشهد مثلاً في اقتراحه بأن عدم تقنين السرعة على الطرق السريعة ساهم بشكل كبير في ارتفاع نسبة الحوادث بين مرتادي هذه الطرق، فالعقلانية هنا تستند إلى علاقة السبب بالآثر.

في الواقع إن مجال الاتصال الإقناعي في المواجهة العامة يحتوي كثيراً من التفاصيل والنظريات التي آثرنا عدم الإثقال على القارئ في هذه المرحلة بإيرادها في هذا السياق.

ولكن التعرف على بنية الرسالة الإقناعية في الاتصال العام سواء مع جمهور أو بينشخصي؛ يعتبر ركيزة مهمة في إحداث تصور وفهم أوليين لدى القارئ