

المركز الجامعي أحمد بن يحيى الونشريسي - تيسمسيلت -



معهد الاداب و اللغات
قسم اللغة العربية و ادابها

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في

— :
دراسة لسانية - لمحمد اسماعيلي

:

الطاليتين:

-د: لزرق جازية

- ملوك خضرة .

- بلعربية مليكة

أعضاء اللجنة

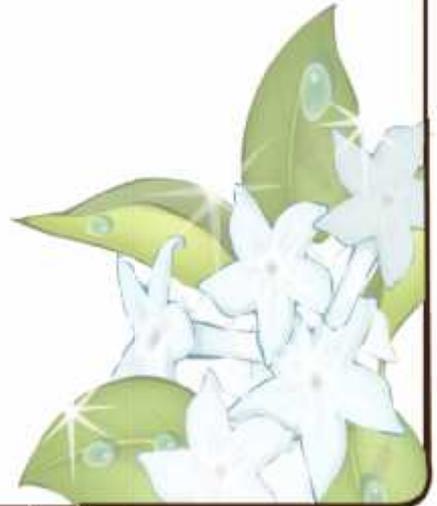
رئيسا	م.ج. تيسمسيلت	د.محمد يونسي
عضوا مناقشا	م.ج. تيسمسيلت	د. عسى حورية
مشرفا ومقررا	م.ج. تيسمسيلت	د.لزرق جازية

السنة الجامعية: 2016/2017

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

نشكر المولى عز وجلّ ونحمد على توفيقه لنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.
ويطيب لنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة: " لزرقي جازية " على
جهدها وتعبها، جزاها الله خير جزاء
ووفقها لما تحبه وترضاه، وأبلغ مرادها ومبتغاها، وجعلها نورا وشعاعا يمشي ليخترق ستائر
الجهل، ويزيل حجب الظلام.
وكذلك الأستاذ الفاضل الدكتور: يونسى محمد.
والشكر موصول أيضا إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد.....
ونخص بالذكر الأستاذ الفاضل الدكتور: " يونسى محمد ".



إهداء

يا من أحمل اسمك بكل فخر. يا من أفتقدك منذ الصغر. يا من يرتعش قلبي
لذكرك. يا من أودعتني لله أهديك هذا البحث أبي.
إلى ينبوع الصبر والتفائل والأمل، إلى كل من في الوجود بعد الله ورسوله أُمي
الغالية أطال الله في عمرها.

إلى الإخوة الأعزاء وزوجاتهم والأخوات العزيزات وأزواجهم

الذين مدوا لي يد العون في إعداد هذا البحث حفظهم الله ورعاهم.
وإلى الأخ الذي لم ييخل عليّ بمساعدته "حمزة". وإلى كل عائلة بلعربية وبسيطة.
إلى القلب الطاهر والصافي، إلى من قاسمتني صعاب الحياة زميلتي وأختي في هذا العمل
المتواضع: خضرة ملوك.

إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيّعهم صديقتي : زهرة، سميرة، كريمة،
جميلة، محجوبة، أمينة، نور الهدى، زهية، نسيمة، نعيمة، فوزية، خديجة. وإلى كل عائلتهم.
إلى أساتذتي وأستاذاتي، وكل من أشرف على تعليمي منذ الصغر إلى الآن، أرجو من الله عز وجل
أن يجمعنا وإياهم جناته الواسعة آمين.

إلى سندي في إتمام هذا العمل المتواضع أساتذتي الفاضلة الدكتورة: لزرق جازية، أتمنى لها
ولعائلتها الصحة والعافية وكل الشكر والتقدير.

مليكَة

إِهْدَاء

إلى أروع إنسان زرع في قلبي الأمل والإيمان وعلمني كيف أخطو الخطوة الأولى وكيف أحلم....

إلى من كلت يدها وتجرع الكأس فارغا ليسقيني الأمن والسكينة،
إلن من أحمل اسمه بكل كبرياء أبي الغالي محمد وجعله الله من السبعين ألف الذين يدخلون الجنة بدون حساب.

إلى مصدر الحب والأمان، إلى من سهرت لأنام وبكت لأفراحي وجاعت لأشبع، وعلمتني معنى العطاء بلا مقابل.

وغرست فيا الثقة بالله والنفس، وعلمتني كيف أتجاوز مصاعب الحياة دون يأس وقنوط أمني الحبيبة يمينة جعلها الله من سيدات الجنة.

إلى الإخوة: اعمر، عبد القادر، وزوجاتهم وأولادهم.

إلى محمد و ميلود حفظهم الله.

إلى الأخوات: بختة، عائشة،زهرة، وأزواجهم وأولادهم. وخاصة أمني الثانية بختة التي هونت عليّ كل ضيق.

إلى فتيحة وصليحة.

إلى صديقتي التي فرقني عنها القدر ولا تزال في القلب خيرة.

إلى صاحبة القلب الكبير بلعربية مليكة التي تقاسمت معي عناء هذا العمل بصبر وحب.

وإلى الصديقات: سعاد، محبوبة، سامية، خيرة ع، خيرة ن، فضيلة، زينب.

إلى أستاذة وطالبة المركز الجامعي-تيسمسيلت- قسم اللغة العربية.

حضرة

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

جاءت اللغة كأداة للتواصل والتعامل والتبادل لتكون عتبة نعبر بها نحو الآخر على اختلاف حضارته وثقافته لتصبح بدورها أداة استيراد بقدر ما هي حرفة للتصدير، وليست هذه الأداة وليدة أو حتى مئات السنين بل هي صنعة ولدت مع التاريخ أو الكتابة أو حتى قبل ذلك عندما كان المرء يترجم أفكاره برموز تسهل التواصل، والحقيقة أنّ هذه الرموز لم يستغن عنها حتى بعد وجود الكتابة.

فإنسان لا يستطيع الحياة بمفرده بمعزل عن الآخرين أو دون تواصل معهم. سواء كان لفظيا أو غير لفظيا، ونعني بالتواصل الإنساني عملية معلوماتية معقدة يتم التعبير من خلالها- بين مرسل ومستقبل- عن المشاعر والأفكار والوقائع، بواسطة رسالة ذات أشكال مختلفة، عبر قنوات بهدف تحقيق وظائف متنوعة.

ومع الانتشار الواسع والتنوع الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي ومالها من دور في تشكيل الرأي العام والتأثير عليه، وكذا الأهمية التي يكتسبها مجال التواصل الإنساني في مختلف ميادين الحياة ازدادت الحاجة في عصرنا الحاضر إلى دراسات نظرية وتطبيقية تهتم بمجال التواصل الإنساني سواء في علاقته باللغة المنطوقة أو المكتوبة، أو في علاقته بالأيقونات المصاحبة للرسالة اللغوية، (رموز- إشارات- حركات...).

ومن هذا المنطلق وقع اختيارنا على موضوع مذكرتنا الموسوم بـ: "دراسة كتاب التواصل الإنساني- دراسة لسانية- للكاتب محمد إسماعيلي علوي".

وكان هذا الموضوع نتيجة تبادر عدد من الإشكاليات منها: ماهو التواصل؟ وماهي مبادئه؟ وماهي مجالاته؟ وماهي أهدافه؟، وكذا ماهي مبادئ التواصل الجماهيري وتقنياته؟.

هذا ماسوف نحاول رصده من خلال بحثنا هذا.

وقد اعتمدنا في دراسة هذا الموضوع المنهج الوصفي التحليلي، الذي يلائم بحثنا وكغيره من البحوث لم يخلو من عملنا من صعوبات جمة تمثلت في كثرة المصادر والمراجع وتداخلها وصعوبة التحكم في المادة العلمية.



وقد اتبعنا في بحثنا هذا الخطة التي انتهجها احمد إسماعيلي علوي في كتابه، نظرا لأننا في مرحلة تلخيص لهذا الكتاب. وهي مقدمة وبابين وخاتمة بمثابة حوصلة من النتائج لما تضمنه البحث.

أما الباب الأول فكان عنوانه: "التواصل: مفاهيم ومبادئ وأساسيات"، واندرج تحته سبعة مباحث، وهي (التواصل: المصطلح والمفهوم، عناصر العملية التواصلية، نجاح التواصل وفشله أنواع التواصل، مجالات التواصل الإنساني، أهداف التواصل الإنساني، بعض نماذج التواصل اللسانية وغير اللسانية). والباب الثاني موسوم بـ: "التواصل الجماهيري وتقنياته" تضمن هذا الباب ثلاثة مباحث وهي (التواصل الجماهيري: تحديدات وتعريفات، المبادئ الأساسية للتواصل الجماهيري، تكنولوجيا الإعلام والمعلومات واستعمالها في التواصل الجماهيري).

وفي الأخير نرجو من الله عزّ وجل أن يوفقنا في هذا الموضوع ويسدّد خطانا، ويرشدنا إلى ما فيه صالحنا، كما نستسمح الأساتذة الأفاضل والطلبة عمّا في هذا البحث من نقص وتقصير ونسيان فالكمال والتمام من صفات الله سبحانه وتعالى جلّ شأنه، والله ولي التوفيق.

كما نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع والشكر موصول إلى الأستاذة الفاضلة الدكتورة "لزرقي جازية"، وقد تمّ هذا البحث بعون الله ومشيبته.

يوم: 2017/05/16م.

-ملوك خضرة.

-بلعربية مليكة.



مذخّل

قراءة موجزة عن حياة المؤلف والمؤلف:

تفتقر الساحة الثقافية العربية إلى دراسات رصينة حول علم التواصل، هذا العلم الذي ازداد الاهتمام به في الألفية الثالثة خصوصا في ظل نظام عالمي معولم حولته شبكات التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الحديثة إلى قرية كونية.

وفي هذا السياق ظهر إلى الوجود كتاب: "التواصل الإنساني _ دراسة لسانية _" الطبعة الأولى، دار الكنوز للمعرفة للنشر والتوزيع، -عمّان- الأردن، وقد صدر هذا الكتاب عام 1434هـ الموافق ل: 2013م.

-الكتاب من الحجم المتوسط مغلفا تغليفا عاديا، ينتهي ترقيمه عند الصفحة 216.

-أما كاتبه فهو الدكتور الباحث المغربي محمد إسماعيلي علوي حاصل على الدكتوراه في اللسانيات التطبيقية من كلية مولاي إسماعيلي للغة والآداب بمكناس.

-يعمل حاليا أستاذا للنحو واللسانيات بكلية الآداب والعلوم الإنسانية مولاي سليمان ببني ملال وأستاذا زائرا بجامعة الأخوين بإفران. كما اعتمد خبيرا دوليا لتدريب الموجهين التربويين وأساتذة اللغة العربية للناطقين بغيرها بدول إفريقيا وآسيا لدى منظمة الإيسسكو¹.

ونشط مجموعة من الدورات التدريبية في مجموعة من الدول الإفريقية مثل: بوركينا فاسو والغابون، وهو المؤسس والمدير المسؤول عن مجلة اللسانيات وتحليل الخطاب الصادرة ببني ملال.

1 - أجدير بريس، محمد أوثن، الجمعة 01 يناير 2016م، 00:30.

دواعي التأليف:

__ إزالة الغموض والإبهام حول هذا الحقل المعرفي.

__ الحاجة للتدريب على مهارات التواصل واستراتيجياته، وتقنياته قصد السمو بالعلاقات الإنسانية بكل أنواعها الرسمية وغير الرسمية، المهنية، وغير المهنية، وجعلها علاقات ناجحة وفعالة.

__ حاجة المستويات التعليمية عامة والجامعية خاصة إلى تدريس مادة التواصل لطلبة المعاهد

و المدارس العليا لتسهيل عملية الاندماج السوسيو اقتصادي لهؤلاء الخريجين، ومن ثمة ربط الجامعة بمحيطها الاقتصادي بدلا من القطيعة التي نلحظها اليوم ممثلة بشكل جلي في البطالة في صفوف حاملي الشهادات الجامعية.

__ الحاجة إلى تحقيق تواصل حضاري بين مختلف الشعوب والحضارات.

وهذا الأمر يقتضي دراسة التواصل في بعده الثقافي والاجتماعي، والوقوف على نقط الالتقاء والعمل على تجاوزها وإيجاد الحلول المناسبة لها قصد تجاوزها ما يسمى بالصدمة الثقافية¹.

__ حاجة الإدارة المغربية أطر وبرامج وسياسات إلى مثل هذا النوع من الدراسات من أجل تحسين أداء الموظفين والإداريين وتمكينهم من تعزيز مكتسباتهم وتجاربهم في مجال التواصل والتسيير الإداريين.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ط(1)، دار الكنوز للمعرفة والنشر، عمّان-الأردن، 1434هـ/2013م، ص: 13-14.

__ تمكن الطالب في الجامعة العربية من المصادر والمراجع في مجال التواصل باللغة العربية قصد إدراك التراكم المعرفي الذي حصل في هذا المجال.

الأطر المرجعية للكتاب:

ينطلق الباحث في تأليفه للكتاب عن تخصصه في اللسانيات التطبيقية وتكنولوجيا المعلومات والتواصل ويمكننا أن نلمس الطابع اللساني للكتاب من خلال عنوان الكتاب فهو يقترح علينا دراسة لسانية للتواصل الإنساني، غير إن هذا لم يمنعه من الانفتاح على تخصصات معرفية أخرى يمكننا ملاحظتها من خلال لائحة المصادر والمراجع التي لم تقتصر على المجال اللساني فحسب، فإلى جانب المؤلفات اللغوية واللسانية تحضر الدراسات النفسية والاجتماعية والبيداغوجية والبرمجة اللغوية العصبية. كما تنوعت المصادر والمراجع إلى عربية وغربية، ويمكننا تفسير هذا التنوع بالنظر إلى الطابع المركب لظاهرة التواصل الإنساني.

ومن هذا المنطلق فقد اعتمد الكاتب على طريقة كتابة مدرسية ليسهل على الطالب الإمام بعلم التواصل لذلك فقد اعتمد على خطة قسم كتابه من خلالها إلى باين اثنين وقسم كل باب إلى مباحث وكل مبحث إلى فقرات. وقد عالج في الباب الأول إشكالية التواصل "مفاهيمه ومبادئه وأساسيته"، أما في الباب الثاني فقد عالج إشكالية "مبادئ التواصل الجماهيري وتقنياته"¹.

¹ - أجدير بريس، محمد أوشن، الجمعة 01 يناير 2016م، 00:30.

حيث استهل الباب الأول على سبعة مباحث والثاني على ثلاثة مباحث كما أفرد كل باب بخاتمة كانت بمثابة حوصلة لما تضمنه كل باب.

وقد انتهج المنهج الوصفي التحليلي واعتمد الكاتب في هذا المؤلف أسلوب البساطة في اللغة المستعملة. فقد كتب بلغة مفهومة وقريبة من المتلقي، رغم توفره على جهاز مفهوماتي يستقي من مختلف المجالات المعرفية إلا أن الباحث عمل على تبسيط هذه المفاهيم وتقديمها بطريقة بسيطة دون الوقوع في السطحية التي تفقد العمل صرامته المنهجية ودقته العلمية¹.

¹ أجدير بريس، محمد أوشن، الجمعة 01 يناير 2016م، 00:30.

باب الأول

قراءة في مقدمة الكتاب:

بدأ الدكتور محمد إسماعيلي علوي كتابه بمقدمة أوضح من خلالها أهمية التواصل وحضوره في مختلف الدراسات والأبحاث، كما أشار إلى الحاجة في عصرنا الحاضر إلى دراسة علم التواصل وعلاقته باللغة بشقيها وكذا إشاراتها ورموزها بالإضافة إلى أنه ربط التواصل بثقافة الشعوب المختلفة ثم حدد أهمية دراسة التواصل بين المتكلمين في شكل نقاط:

__ أشار في النقطة الأولى إلى الحاجة إلى التدريب على مهارات التواصل وإستراتيجياته وتقنياته.

__ والنقطة الثانية ذكر الحاجة المستويات التعليمية عامة والجامعية خاصة إلى تدريس مادة التواصل لطلبة المعاهد والجامعات والمدارس العليا لتسهيل عملية السوسيو اقتصادي لهؤلاء الخريجين.

__ أما في النقطة الثالثة فقد ذكر الحاجة إلى تحقيق تواصل حضاري بين مختلف الشعوب والحضارات وهنا يذكر بعدين للتواصل الثقافي والاجتماعي.

__ وفي النقطة الأخيرة ذكر حاجة الإدارة المغربية إلى هذه الدراسات من أجل الرقي بمستوى الأداء الموظفين والإداريين، وتعزيز مكتسباتهم وتجاربهم في مجال التواصل.

وذكر في نفس المقدمة أن هذه الدراسة تستجيب لما سبق من الحاجات ويخص بالاهتمام نقطة تمكين طلبة الجامعة المغربية من المصادر والمراجع في هذا المجال وتمكينهم من امتلاك رؤية عربية حول التواصل الإنساني.

وفي آخر مقدمته قدم الرجاء أن يعين هذا المؤلف القارئ العربي عموما وطلبة الجامعات خصوصا ويفيدهم في أبحاثهم ومشاريعهم وختمها بتاريخ كتابة هذه المقدمة:

*محمد إسماعيلي علوي.

*الرشيدية في: 16 شوال 1434هـ.

*الموافق ل: 03 سبتمبر 2012م.

وأما الباب الأول من هذا الكتاب فعنونه صاحبه بـ: "التواصل: مفاهيم ومبادئ وأساسيات" ويحوي عدة مباحث، يأتي في مقدمتها المبحث الأول المعنون بـ: "التواصل: المصطلح والمفهوم".

1_التواصل في بعض المعاجم العربية والأجنبية:

أشار الكاتب إلى المعنى اللغوي للتواصل في لسان العرب إذ جاء فيه أصل (تواصل) من وصل: وصلت الشيء وصلا وصلة، والوصل ضد الهجران¹.

وجاء التواصل عند الجاحظ أنه: "بيان اسم الجامع لكل شيء كشف له قناع المعنى، وهتك الحجاب دون الضمير إلى حقيقته أو يعجم على محمولة لأن ما كان ذلك البيان"².

فالتواصل حسب رأي الجاحظ لا يكون بالمنطوق فقط بل يكون بالكتابة كذلك.

أما في المعاجم الغربية فقد اختار الكاتب يفيس وينكن (yves winkin) التي تشير إلى أن كلمة "تواصل" ظهرت في فرنسا منذ النصف الأول من القرن الرابع عشر للدلالة على المشاركة (participation)³.

2_التواصل في الدراسات المتخصصة:

يعتبر التواصل من المفاهيم التي يشوبها الكثير من الغموض الدلالي على الرغم من شيوعه وكثرة استعماله، وبالتالي من الصعب أن نجد تعريفا واحدا ملما بكل آراء الباحثين، إلا أن جلّ القواميس القديمة تكاد تتفق على أن التواصل لا يخرج عن معنى التابع وعدم الانقطاع أي اتصال الشيء بالشيء.

¹ ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت، لبنان، ج(1)، (د- ط)، (د- ت- ن)، ص:

726 - 728.

² سيويه، الكتاب، ج(1)، تح: عبد السلام محمد هارون، ط(3)، مكتبة الخانجي، القاهرة- مصر، 1988م، ص: 25 - 26.

³ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني، - دراسة لسانية-، ص: 17.

وقد استشهد العلوي في المقام بعدة علماء غربيين متخصصين في المجال كالأتي:

يقول "ليتلون": "يصعب إعطاء تعريف علمي أو أكاديمي للتواصل رغم أن الفعل (تواصل) له وجوه في القاموس العادي"¹.

وكذلك أدرج قول "طوماس سكيديل" (Thomas scheidel) الذي يعتبر التواصل عملية نقل الإشارات (لغوية أو غير لغوية) واستقبالها دالة.

وبالرجوع إلى معجم اللسانيات الذي أشرف عليه "ج . دبوا" (j. du bois) نجده يقترح علينا تعريفين اثنين:

1- التواصل (communication):

تبادل كلامي بين المتكلم الذي ينتج ملفوظا أو قولاً موجه نحو متكلم آخر

(interlocuteur) يرغب فيه السماع أو إجابة واضحة أو ضمنية وذلك تبعا لنموذج الملفوظ الذي أصدره المتكلم (le sujet parlant).

2- التواصل حدث:

نبأ ينقل من نقطة إلى أخرى، ونقل هذا النبأ يكون بواسطة مرسله استقبلت عددا من الأشكال المفكوكة (qui a été code)².

ويتضح مما سبق أن التواصل هو عملية تفاعلية تشاركية تحدث بين شخصين أو أكثر لتحقيق عدة أهداف منها تبادل المعلومات معينة أو فقط مجرد المتعة والترفيه.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 18.

² - عبد الجليل مرتاض، اللغة والتواصل - اقترابات لسانية للتواصلين: الشفهي والكتابي-، ط(1)، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000م، ص: 78.

ويعدّ التواصل باللغة من أرقى مظاهر التواصل بين الناس، لأنها الأكثر تداولاً، لذا تبنتها أغلب الدراسات خاصة اللسانية منها، وخصت اللغة بالدراسة من جميع مستوياتها، وقد حدّد جاكبسون (Jakobson) وظائف اللغة الست: "التعبيرية، الشعرية، الميتالغوية، الإفهامية، المرجعية والتفسيرية".

كما أكّد الكاتب على تعهده اعتماد مصطلح تواصل دون اتصال لأنه أنسب لذلك حيث يعبر عن التفاعل والتشارك وتبادل الأفكار والمعلومات في حين نجد مصطلح "اتصال" يعبر فقط عن وصل الشيء بالشيء، ويمكننا اعتبار العلاقات التي بين الحيوانات اتصال لأنه ينتهي بمجرد انتهاء الغرض المرجو كالتكاثر مثلاً. عكس التواصل الذي لا يكون تواملاً إلا إذا كان طرفاه إنساناً فهي غير مرتبطة بهدف معين.

وقد تنبّهت البحوث الغربية لذلك فقابل مصطلح "اتصال" (contacte) و"تواصل" (communication):¹.

وأما المبحث الثاني فعنونه بـ: "عناصر العملية التواصلية"، وتطرق فيه إلى مايلي:

1-1- السياق الغربي: استند العلوي إلى العناصر التي وضعها كل من "جادي برسن" "Judy Pearson" و"آخرون" "Pearson et a 2003" وهذه العناصر هي:

- المرسل (Sender): وهو محور العملية التواصلية إذ أنه هو من يبدؤها بإرسال رسالة إلى المتلقي.

- المرسل إليه (reciver): وهو مستقبل الرسالة و يفككها لفهم المقصود منها.

- الرسالة (message): وهي عبارة عن شكل الرسالة سواء كان لفظياً أو غير ذلك وكليهما وهي تعتبر بمثابة الحامل لأفكار والمعنى التي يهدف المرسل إبلاغه.

¹ - امحمد اسماعيلي علوي، التواصل الإنساني، - دراسة لسانية -، ص:20.

-القناة (Channel): وهي التي عبرها تمرير الرسالة والمرسل إلى المستقبل.

-التغذية الراجعة (رد الفعل) (feedback): وهي ما يصدر عن المتلقي من ردود الأفعال حول الرسالة تدل على تفاعله مع المرسل، وقد تكون ردود الأفعال لفظية "كلمات، جمل و نصوص....". وقد تكون غير لفظية "حركات، إشارات" أو كليهما معا¹.

فنجد الأزهري قد حدد ثلاثة أنواع لحالات رد الفعل وهي:

أ-الحالة الأولى: رد الفعل الآتي: ونجد هذا النوع في الحوارات الثنائية (تاجر، زبون، زوج، زوجة معلم، تلاميذ) وكذلك في الاستجابات والاستمارات (مستوجب/الشخص المستهدف) وفي المساءلة (قاضي، متهم / طبيب، مريض).

ويضيف الأزهري في هذا النوع التواصل الجماهيري (مرسل "خطيب"/ جمهور).

ب-الحالة الثانية: رد الفعل المتأخر: ويكون في التسجيلات الصوتية على الهاتف.

ج- الحالة الثالثة: غياب رد الفعل المباشر: وهذا النوع نجده في مجال التواصل الإعلامي (مرسل "راديو /تلفزة" / مستقبل "متفرج/مستمع").

-الشفرة (code): وهي تنظيماً لرموز المستعملة في وضع المعاني في ذهن شخص أو عدة أشخاص، ونعني بها القواعد التركيبية والنحوية التي من خلالها تركيب كلمات وجمل تحمل المعنى المراد تبليغه.

-التشفير وفك التشفير (encoding et deciding): التشفير هو أن يضع المتكلم رموز محددة يجسد من خلالها المعاني المراد تبليغها، وهذا في حالة الكتابة فقط أو الكلام (التحدث)، وهذه العملية تخص المرسل.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 21.

أما فك التشفير فهي عملية تحليل وتفكيك الرموز لفهم المعنى الذي تحمله الرسالة، والاستماع في حالة الرسالة الشفوية¹.

- الضجيج (noise): وهو كل تداخل بين عمليات التشفير وفك التشفير يحد من وضوح الرسالة ويجعلها غامضة كالأصوات المرتفعة، والأحكام القبلية حول الموضوع أو حول الشخص المتواصل معه.

2-2- السياق الغربي:

وأما من ناحية السياق الغربي فقد أثار كاتبنا إلى عدة قضايا من أهمها:

اهتم العلماء العرب القدامى بدراسة بعض جوانب التواصل التي تهمل اللغة، وهذا لاهتمامهم الكبير باللغة واعتبارها من أرقى مظاهر التواصل مع البشر.

وعليه فإن بعضهم قد وقف على أركان العملية التواصلية، وإن لم يكن هذا بطريقة ممنهجة وهذا بسبب الإشارات التي وردت في كتبهم بطريقة غير منظمة، في إطار دراسة بعض العلوم التي تخدم اللغة العربية كالبلاغة والبيان.

فقد ركز العرب في أفكارهم التواصلية التي وردت في كتبهم على الخطاب اللغوي ويقرون على أن عناصر التواصل ثلاثة: المتكلم، المخاطب، الكلام، والوظائف التي تربط بين هذه العناصر هي: الوظيفة الإفهامية، الخطابية، الشعرية².

ويعتبر الجاحظ (ت 255هـ): من العلماء الذين فصلوا في بعض الجوانب التواصلية في كتابه (البيان والتبيين)، ما جعل أبا أصعب يشيد بالجاحظ ويعتبره معلما بارزا في فهم طبيعة عملية الاتصال ووظيفته فهما واعيا يرجع إلى قرون عديدة، وهو بحق يعتبر رائدا في هذا المجال، ويتجلى هذا بوضوح في قول الجاحظ: "البيان اسم جامع لكل شيء كشف لك قناع المعنى وهتك الحجاب دون الضمير حتى يفضي السامع إلى حقيقته ويهجم على محصله كائنا ما كان ذلك البيان، ومن أي جنس كان

1- امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 23.

2- ينظر: المرجع نفسه، ص: 24.

الدليل، لأنّ هذا الأمر والغاية التي إليها يجري القارئ والسماع، وإنما هو الفهم والإفهام، فبأي شيء بلغت الإفهام وأوضححت عن المعنى، فذلك هو البيان في ذلك الموضوع¹.

وتبعاً لتعريف الجاحظ نجد أنّ أركان التواصل خمسة هي:

1- القائل: ويقابله المرسل.

2- السامع: ويقابله المتلقي.

3- كل شيء كشف القناع: ويقابل الرسالة.

4- الدليل أو أصناف الدلالات: ويقابل الرسالة.

5- الغاية التي يجري إليها القائل: (الفهم والإفهام) وهي تقابل التأثير.

ومما سبق يتضح لنا أنّ الدرس العربي لم يتناول التواصل كنظرية قائمة بذاتها وإنما نجد مجرد إشارات وتلميحات ماثورة في كتبهم هنا وهناك.

ونجد الغزالي كذلك استفاد من علم أصول الفقه وخلص إلى نتيجة مهمة مفادها أنّ نجاح عملية التواصل تنبغي أن يدفع المستمع أو المتلقي إلى معرفة مقاصد المتكلم وغاياته قبل الحكم على كلامه². هكذا يكون العرب القدامى قد أغنوا التراث العربي والإنساني بإشارات وأفكار لا تقل أهمية عما يدرس حالياً في إطار علم التواصل، إلا أنّنا لا يمكن أن نعتبر أن العلماء العرب كونوا نظريات شاملة ومتكاملة لموضوع التواصل، لأنّ إشاراتهم جاءت في سياقات مختلفة لم تدرس وفق منهج محدد ومتكامل.

وأما المبحث الثالث فقد عنوانه ب: "نجاح التواصل وفشله" وتحدّث فيه كمايلي:

3-1- عوامل ذاتية: وهنا استحضّر الكاتب عدة عناصر منها:

1- الأحكام المسبقة: ويقصد الكاتب هنا نظرة كل طرف لآخر والحكم المسبق في ذهن كل منهما، فإذا كان ينظران إلى بعضهما نظرة استحقار أو استفسار فإن هذا بالضرورة يلغي الهدف

¹ - الجاحظ، أبو عثمان عمر بن بحر، البيان والتبيين، ج(1)، ط(4)، تح: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، (د-ت-ن)، ص: 76.

² - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 26.

المنشود من التواصل على حد قول الكاتب: "فإن العملية التواصلية ستكون فاشلة في بدايتها ولن تؤدي إلا إلى نتائج عكسية وسلبية"¹.

لذا وجب على الطرفين المتواصلين التحلي بالاحترام والتقدير وكذا الموضوعية دون الاعتماد على الأحكام المسبقة.

2-المعلومات المتوفرة: أوجب الكاتب على الطرفين المتواصلين أن يتوفر على كم لا بأس به من المعلومات عن موضوع الرسالة حتى يسهل التواصل ويحقق الغاية الموجودة، وعليه يجب عليهما أن يتفقا على رؤية واحدة للموضوع وكذا منهج واحد، وحتى النظرية والمصطلحات وذلك لتجنب الالتباس والغموض الذي قد يحصل إذا لم يتم الاتفاق والتالي يفشل التواصل.

3-طريقة التعبير والحوار: تختلف طريقة التعبير والتحاور من شخص لآخر، فليس كل من يمتلك أكبر قدر من المعلومات يستطيع بالضرورة التعبير عما يدور في ذهنه، فأحيانا المعلومات لا تكفي وحدها إذا لم تتوفر في هذا المتكلم فصاحة اللسان وبلاغته، واستحواذه على رصيد لغوي يؤهله إلى التعبير بطريقة سليمة وصحيحة².

وقد استشهد الكاتب هنا بقصة سيدنا -موسى عليه السلام-: "وأخي هارون هو أفصح مني لسانا فأرسله معي ردءا يصدقني أني أخاف أن يكذبون"³.

كما أشار إلى وجود استعمال كلمات معبرة واضحة المعنى لكي لا تتعدد التأويلات كل حسب مستواه، واستعمال مفردات خالية من العاطفة التي قد تحدث سوء تفاهم بين الطرفين وكذا الابتعاد من إصدار الأحكام النهائية القطعية التي من شأنها أن تنهي عملية التواصل نهائيا كعبارة: " هذه فكرة خاطئة، هذا كلام خاطئ، وهذا كلام سخيف".

4-المشاعر والدوافع والخبرات النفسية:

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 29.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 30.

³ - القصص، الآية: (34).

المشاكل النفسية من شأنها أن تحبط العملية التواصلية كالخوف والاضطهاد والحجل والإرهاق والتوتر وغيرها.

بالإضافة إلى درجة الذكاء التي تختلف من شخص لآخر باختلاف درجة وضوح الرسائل التواصلية، فبعض الرسائل تعتمد على الإيحاء والرمز، إذ تستدعي توظيف بعض العمليات العقلية المعقدة كالتحليل والتأويل والاستنتاج وغيرها، وعليه تختلف درجة الفهم من شخص لآخر¹.

5-الرؤى التواصلية الست: كل إنسان لديه رؤية لغيره وفي نفس الوقت لديه فضول لمعرفة رؤية الآخرين له وهذا ما يسمى ب:"الرؤى التواصلية الست"².

وعليه فإن تصرفنا هو نتيجة لنظرة الآخرين لنا وقد حدد "دين بارنلاند" هذه الرؤى وهي:

- كيف تنظر إلى نفسك؟.

- كيف تنظر إلى الآخرين؟.

- كيف تعتقد بأن الآخرين ينظرون إليك؟.

- كيف ينظر الآخرون إلى ذواتهم؟.

- كيف ينظرون الآخرون إليك؟.

- كيف يعتقد أنكم تنظرون إليهم؟.

وعليه فإن نجاح عملية التواصل يتوقف على هذه الرؤى، فالشخص الذي ينظر إلى نفسه بثقة

و إلى الآخرين بإيجابية، فإنه يتواصل معهم بشكل سليم والعكس.

3-2- عوامل خارجية:

تتمثل في العوامل الخارجية من زمان ومكان والتي من شأنها إعاقة العملية التواصلية كالضجيج وكثرة

المحفزات والمنبهات التي تشتت الانتباه وتقلل من التركيز.

3-3- التواصل والثقافة:

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 31.

² - المرجع نفسه، ص: 32.

تشمل الثقافة طريقة التفكير، أسلوب الحياة، العادات والتقاليد، المعتقدات الدينية السياسية الفكرية، الاجتماعية، التي تتحكم في تعامل الفرد مع من حوله¹.

تلعب الثقافة دوراً مهماً في العملية التواصلية، إذ أكد علماء الاجتماع على أن التواصل بين طرفين من نفس الثقافة يسهل الأمر على كليهما والعكس صحيح، فإذا كان ينتميان إلى ثقافتين مختلفتين فغالب ما يحدث ما يسمى بالصدمة الثقافية.

في حين نجد أن الدكتور "عبد الكريم غريب" وضع شروط لكي تنجح العملية التواصلية وهذه الشروط هي:

-**التواضع:** إذا انتفى هذا الشرط في أحد المتحاورين غاب الحوار، وإذا توافر في أحدهم كان مرفوع القدر وعظيم الشأن، فلا إكراه ولا مكابرة ولا عناء مع خلق التواضع.

-**العلم و المعرفة:** فإذا كان الأصل في الحوار هو الاختلاف كما يقول "طه عبد الرحمن": "فإنه يقتضي أن يكون الشركاء على درجة كبيرة من الإحاطة علمياً ومعرفياً بالعالم وبالموضوعات محل المناظرة، فالجهل متراس أمام سيرورة التواصل".

-**نبذ سوء الظن:** لعل من الأسباب المباشرة في صعوبة التواصل وانعدام الحوار هو سوء الظن بالآخرين بفعل المتحيل الذي نحمله توهماً عندهم.

-**نبذ العنف:** لا يحقق العنف مقاصده لأن سبيله الإكراه ذلك لأن خطاب العنف يتمخض عن حالة العجز في التواصل.

-**حسن الإصغاء:** إن الحوار سبيله الفهم السليم، وأن هذا الفهم لا يتم إلا بحسن الإصغاء الذي يسمح بالتعرف إلى أفكار الآخرين وحينئذ يستطيع الأفراد إذ هم تحلوا بالأدب.

وحسن الإصغاء أن يتواصلوا ولكي ينتفع من فضيلة حسن الإصغاء المثمرة ينبغي تدريب المتحاطبين على الاستماع الواعي والتغلب على النزعة الأنانية والفردية في الذات الإنسانية.

ومما سبق يتضح أن كل من التقسيمات تصب في نفس الموضوع إلا أن الطريقة اختلفت من كاتب لآخر حسب ثقافته ونظرتة للموضوع¹.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 33.

أما بالنسبة للمبحث الرابع فقد عنوانه بـ "أنواع التواصل"، وأشار في مدخل هذا المبحث إلى نوعين من التواصل هما: التواصل اللفظي، والتواصل غير اللفظي ثم تطرق إلى:

4-التواصل اللفظي: (verbal communication).

يعتمد هذا النوع من هذا التواصل على اللغة المنطوقة وهنا لا بد أن ندرج مهارتي الاستماع والكلام / الحديث، حيث يقف نجاح التواصل أو فشله على هاذين العنصرين.

أو اللغة المكتوبة وهنا ندرج مهارتي القراءة والكتابة باعتبارهما مهارتي أساسيتين، وعليه المتكلم / المستمع أن يطور هاتاه المهارات اللغوية الأربع قصد تحسين علاقاته التواصلية².

في حين يرى الدكتور "جميل حمداوي": "أن التواصل اللغوي يتم عبر القناة الصوتية السمعية أي: يتكئ أساسا على اللغة الإنسانية، ويتحقق سمعيا وصوتيا، فاللغة المنطوقة لها مستوى لغوي، وهو عبارة عن نظام من العلامات الدالة (علاقة الدال بالمدلول بالمفهوم السوسيري). التي هي بمثابة نسق من الوحدات نسميها: "وحدات الخطاب".

وبعدما تطرق الدكتور "إسماعيلي علوي" إلى التواصل اللفظي انتقل إلى المهارات الأربع المذكورة سابقا فبدأ بمهارة الاستماع³.

4-1-مهارة الاستماع:

4-1-1-1-البعد اللغوي:

شرح الكاتب في تعريف الاستماع من الجانب اللغوي في المعاجم العربية القديمة (سمع) السين والميم والعين أصل واحد، وهو إيناس الشيء بالأذن من الناس وكل ذي أذن، نقول: سمعت الشيء سمعا.

ثم انتقل إلى الجانب الاصطلاحي إذا اعتبر "أن الاستماع محكوم بعمليات عقلية مختلفة أهمها الفهم والتحليل والاستنتاج والتمييز"¹.

¹ عبد الكريم غريب، التواصل - نظريات ومقاربات-، تر: عز الدين الخطابي، زهور حوثي، (د- ط)، منشورات عالم التربية، دار البيضاء، 1428هـ/2007م، ص: 86.

² امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 35.

³ جميل حمداوي، التواصل اللساني والسميائي والتربوي، ط(1)، الألوكة، الرباط، المغرب، 2015م، ص: 24.

فقد ربط الكاتب الاستماع بالعمليات العقلية المعقدة المختلفة من تحليل واستنباط وغيرها. في حين يرى كل من "راتب عاشور، ومحمد فؤاد الحوامدة": "فن ذهني لغوي عرفته وترتب عليه البشرية، وتدور عليه قاعات الدروس كلها في كل مرحلة تعليمية".

ويضيفان: "هو عملية عقلية واعية مدبرة لغرض معين، وهو اكتساب المعرفة"². ونلاحظ مما ذكر آنفا أن كل الآراء تتفق على أن الاستماع عملية عقلية بحتة.

4-1-1-2-أنواع الاستماع:

يقسمه العلوي بالنظر إلى النتائج المحققة عنه وبالنظر إلى الهدف من الاستماع إلى:

-الاستماع للفهم وجمع المعلومات.

-الاستماع من أجل التقييم والانتقاد.

الاستماع من أجل تحقيق المتعة والسعادة.

الاستماع من أجل حل المشكلات.

ومن خلال النتائج المحققة عنه نتحدث عن:

أ-الاستماع الفعال/الإيجابي: هو الذي يحقق النتائج المرجوة.

ب-الاستماع غير الفعال/السلبى: ويتسم هذا النوع من الاستماع بصفة سلبية، عندما لا يتمكن السامع من فهم الخطاب، ولا يتمكن من تكوين فكرة حوله³.

أما الدكتور "محسن علي عطية" فيقسم الاستماع من حيث الغرض إلى⁴:

-الاستماع الوظيفي: وهو ما يمارسه الفرد في حياته اليومية لقضاء متطلبات الحياة.

-الاستماع التحصيلي: وهو المدرسي (في المدرسة)، محاضرات، نقاشات.... إلخ.

-الاستماع الناقد: وهو استماع ينصرف فيه الذهن إلى تحليل المسموع وتقويمه والرد عليه.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 36.

² - راتب عاشور، محمد فؤاد الحوامدة، أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، ط(1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، -، 1424هـ/ 2003م، 1427هـ/ 2007م، ص: 94.

³ - ينظر: امحمد اسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 41.

⁴ - محسن علي عطية، الكافي في أساليب تدريس اللغة العربية، ط(1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006م، ص: 198.

-الاستماع الاستماعي: وهو استماع ينصب فيه الذهن على المتعة واستغلال الفراغ. من خلال التقسيمات السابقة يتضح لنا أن كليهما تصب في نفس الموضوع مع اختلاف في المسميات وتقارب في المعنى.

4-1-1-3-أهمية الاستماع في العملية التواصلية:

يؤكد "إسماعيلي علوي" على أن مهارة الاستماع أهم مهارة من المهارات الأربع لأنها مرتبطة بالإنسان منذ أن كان جنينا إذ بإمكانه الاستماع في شهره السادس في بطن أمه. بالإضافة إلى أنها مرتبطة بمهارة الحديث ارتباطا وثيقا، "فالذي يسمع جيد أن يتكلم جيدا، كما انه الذي لا يسمع جيدا، لا يمكنه أن يتكلم على الإطلاق ولذلك نقرن في العربية بين كلمتي (الصم) و(البكم) لأنها بمثابة الشيء الواحد"¹. وعليه فإن مهارة الاستماع تمثل قطب الرحى لجميع المهارات الأخرى إذ أن عدم وجودها يلغي بالضرورة المهارات الأخرى.

في حين يقول الدكتور "صالح نصيرات" في كتابه "طرق تدريس العربية" مايلي:
" من المهارات التي يجب على متعلم العربية إتقانها مهارة الاستماع، فقد أكد كثير من الباحثين على أهمية هذه المهارة، فعلى سبيل المثال يرى العالم اللغوي الأمريكي "كراشن":
"إن مهارة الاستماع تساعد المتعلم على تنمية مهارات اللغة الأخرى"².

4-1-2- مهارة المحادثة وأهميتها في التواصل:

4-1-2-1-أهمية مهارة المحادثة في التواصل:

تلعب مهارة المحادثة دورا في العملية التواصلية، إذ أنها تكسب المتكلم مكانة رفيعة وراقية في محيطه متى توفرت فيها معايير أخلاقية وموضوعية³.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 41.

² - صالح نصيرات، طرق تدريس العربية، ط(1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006م، ص: 205.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني- دراسة لسانية-، ص: 45.

فمهارة التحدث هي الوسيلة الأولى التي يستخدمها الإنسان لنقل ما لديه من أفكار أو ما يدور في نفسه من أحاسيس إلى الآخرين، والتحدث هو الوسيلة المقابلة للاستماع، إذ غالبا ما يقترنان في الموقف اللغوي، فالمرء يمضي نحو نصف وقته في الاستماع، وأقل من ذلك في التحدث¹.

ومما سبق ذكره يتضح أن لمهارة المحادثة الدور البارز في العملية التواصلية لما فيه إخراج أو تعبير عما يكنه المتكلم في قرار نفسه.

لذا وجب على الشخص أن يتقن هذه المهارة ويتفنن في اكتسابها وليكتسب هذه المهارة يجب عليه أن يراعي جملة من الشروط:

* سلامة اللغة نحوا وصرفا.

* تجنب العبارات والجمل الطويلة المشتتة لذهن المتلقي وتركيزه.

* تجنب الاستطراد والتفريع غير الضروري حرصا على محورية الفكرة.

* الإفصاح عن الأفكار بأسلوب رشيق غير ممل.

* استشعار الثقة بالنفس وامتلاك الشجاعة الأدبية في التعبير².

4-1-3- مهارة القراءة:

تعد مهارة القراءة من المهارات التي تعزز في الإنسان ثقته وقدرته على تغيير الأفكار والآراء ولأنها مهارة يتعلمها الإنسان، أي ليست فطرية. فإنها تختلف من شخص لآخر، فكلما امتلك الإنسان قدرا كبيرا من المعلومات، كلما استطاع أن يتواصل ويتأقلم مع غيره.

في حين يعتبرها البعض نشاط فكري يقوم به الإنسان لاكتساب معرفة أو تحقيق غاية، وهي من غير شك أهم نوافذ المعرفة الإنسانية التي يطل منها الإنسان على الفكر الإنساني طولا وعرضا وعمقا واتساعا وهي أدواته في التعرف والارتباط بالثقافات المعاصرة والغابرة³.

1- عبد الله علي مصطفى، مهارات اللغة العربية، ط(1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن-، 2002م، ص: 107.

2- ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 45.

3- محمد صلاح الدين، تدريس اللغة العربية في المرحلة الثانوية، (د-ت)، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2000م، ص: 291.

وعليه فهي عملية اتصال نحوي نقل المعلومات من المرسل (الكاتب) إلى المستقبل (القارئ) يرافقها انتخاب ورفض وقبول.

4-1-3-1- أنواع القراءة:

1- القراءة الفعالة: وهي التي تجعل صاحبها يستحوذ على معلومات ومعارف يستطيع تذكرها فيما بعد.

2- القراءة السلبية: وهي التي لا تحقق أي غاية.

وعليه فإن عملية القراءة لها علاقة وطيدة بعملية التذكر وتخزين المعلومات في الذاكرة لاسترجاعها وقت الحاجة إليها¹.

وتنقسم القراءة كذلك بالنظر إلى عدد الكلمات التي تستطيع كل شخص أن يقرأها في الدقيقة إلى:

* القراءة الضعيفة: تكون أقل من 100 كلمة في الدقيقة.

* القراءة المتوسطة: تصل إلى 250 كلمة في الدقيقة.

* القراءة الصامتة: وهي القراءة غير المسموعة أي القراءة البصرية².

كما تنقسم تبعاً للهدف منها إلى:

* قراءة المتعة: مثل: قراءة الصحف، رسائل الأصدقاء، المجلات.... إلخ.

* قراءة الدرس: مثل: الكتب المدرسية والجامعية والمعاجم، فهارس المكتبات.... إلخ.

* قراءة لممارسة الحياة: مثل: قراءة الفواتير والإيصالات وعلامات المرور والعناوين والإعلانات وطريقة استخدام الأجهزة وهكذا.

* قراءة للعمل: مثل: قراءة التقارير، الكتلوجات، ومحاضرات الجلسات ورسائل العمل، والعقود والمجلات المتخصصة³.

كما تنقسم القراءة من حيث طريقة الأداء على ثلاثة أنواع:

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 51.

² - المرجع نفسه، ص: 52.

³ - عبد الله علي مصطفى، مهارات اللغة العربية، ص: 107.

***القراءة الصامتة:** عملية ترجمة للرموز المكتوبة إلى ألفاظ مفهومة من دون نطقها، أي أنها قراءة خالية من الصوت¹.

***القراءة الجهرية:** هي عملية ترجمة للرموز المكتوبة إلى ألفاظ منطوقة مفهومة من القارئ بطريقة تراعي فيها صحة النطق، وقواعد اللغة، والتعبير الصوتي عن المعاني.

***القراءة الاستماعية:** عملية استيعاب الألفاظ المسموعة وفهمها وتحليلها وتلخيص ما جاء فيها من معان وأفكار، وفيها يكون القارئ واحدا والآخرون مستمعين فقط من دون متابعة في دفتر أو كتاب².

وقد أشار العلوي في هذا الشأن إلى أفضلية القراءة الصامتة عن باقي الأنواع الأخرى ومساهمتها بشكل كبير في الحصول على قراءة فعالة وسريعة الاعتماد على القراءة البصرية.

ولكل من القراءة الجهرية والصامتة مقام معين يستدعي نوع معين فالجهرية تستعمل عندما يريد المتكلم أن يتبادلا المعلومات والمعارف فيما بينها، فيضطر المتكلم إلى الاستشهاد بقراءة نص أو فقرة أو جملة ويساعد وضوح الخط في جودة القراءة، فإذا كان الخط واضحا ومقروءا³.

فإن المتلقي يتجنب بذلك الأخطاء التي قد تخرجه أمام المستمعين، ويلجأ الإنسان إلى القراءة الصامتة عندما يريد استيعاب فكرة أو نص أو جريدة..... إلخ. لمزيد التدفق فيها أكثر.

4-1-4- مهارة الكتابة: إن مهارة الكتابة من المهارات المعقدة التي يحتاجها الإنسان في عملية التواصل، فحاجته إلى مهارتي القراءة والكتابة تسبق حاجته إلى مهارتي الاستماع والحديث، فهو يحتاج لمهارة القراءة لجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات ثم مهارة الكتابة لتنسيق هذه المعلومات وتدوينها بأسلوبه الخاص، فالقراءة صيد والكتابة قيد كما يقال⁴.

¹ - محسن علي عطية، الكافي أساليب تدريس اللغة العربية، ص: 246.

² - المرجع نفسه، ص: 246.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 54.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 55.

وهي مهارة من المهارات العليا، فهي تعبر عن غنى الكاتب في المفردات وفهمه للموضوع وتحكمه بالأساليب، كالإنشاء والتعبير وقدرته على الإفصاح عما يجول في فكره وخاطره، ويختلف الكتاب في مستويات الكتابة بمقدار سيطرتهم على تلك الأدوات¹.

كما تعرف على أنها تعبير عن تجربة شعورية، نقول: عبر فلان رأيه أي: بينه بالكلام².

1-4-1-4-1-مظاهر استعمال مهارة الكتابة:

تستعمل مهارة الكتابة لأغراض تواصلية شتى، فمثلا في إعداد كلمة أمام جمهور معين، وكذلك تسجيل أفكار وتلخيص محاضرات وندوات وأيضا إعداد التقارير الصحفية أو الإدارية أو الإستخبارية³.

2-4-2-التواصل غير اللفظي:

يعتمد هذا النوع من التواصل على الإشارات سواء كانت جسدية أو رموز اصطناعية، وتجدد الإشارة إلى أن الاهتمام بدراسة هذا النوع من التواصل.

ظهر حديثا في القرن التاسع عشر على يد كل من "دشين" (Duchenne) و"شارلز بيل" (Bell Charles) اللذان ركزا بصفة مكثفة على ردود الفعل العاطفة وتعابير الوجه، ونلمس الاهتمام الفعلي لدراسة هذا النوع من الاتصال في ثلاثينات القرن الماضي، قبل الحرب العالمية الثانية. حيث اهتم كل من "بليك" (balk) و "كذلك" ألبورت (alport) و"فيرنون" (Vernon) و"كريتيلي" (critchly) بدراسة السلوك التعبيري حيث اهتم "ودورث" (wodworth) و"شلوزبيرغ" (scholosber) بالبحث عن أبعاد تأثيرات الوجه⁴.

¹ - صالح نصيرات، طرق تدريس العربية، ص: 151.

² - زهدي محمد عيد، فن الكتابة والتعبير، (د- ط)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 200م، ص: 19.

³ - ينظر: امحمد اسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 56.

⁴ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 59.

ويعرفه "lioy" وآخرون: "يستخدم للتدليل على أي اتصال يحدث بين شخصين أو أكثر عبر قنوات غير لفظية"¹.

وما تجدر الإشارة إليه أنه يجب التمييز بين الاتصال اللفظي القائم على الألفاظ والرموز اللغوية لتمرير أفكارنا ومشاعرنا وآرائنا ومعلوماتنا إلى الآخر، وبين التواصل الإشاري الذي تشكل الإشارات والسلوكيات الحركية والأوضاع الجسمية المختلفة مادته الأولى ثم التواصل الموازي القائم على المؤثرات الصوتية، ويتمثل في الصوت من حيث نبره وطبقته وارتفاعه.

وعليه فإنه يمكن إدراج أي تواصل لا يستعمل اللغة وأصواتها تحت خانة التواصل غير اللفظي. ويشمل التواصل غير اللفظي الإنساني الذي لا يعبر عنها شفهيًا، أو كتابيًا فهو يوظف حركات الجسم وغيرها لإرسال المعلومات، ونقل المعاني، كما أنه يلعب دورًا أساسيًا في تعزيز التواصل اللفظي².

ويعني التواصل غير اللفظي بتبليغ المعاني بين الناس ونلخص هذه المعاني في ثلاثة أبعاد وهي:

1- الاستجابة: وتتمثل في ردود الفعل التي تكون سواء بتعبيرات الوجه أو وضعية الجسد للتعبير عن الاهتمام بالآخرين.

2- المحبة: إن التواصل غير اللفظي هو الذي يحدد ما إذا كان الشخص يشعر بالمحبة أو العكس فالابتسامة مثلا تعبر عن الحنان والمحبة.... وغيرها. أما تقطيب الحاجبين فالعكس إذ أنها تدل على أن الشخص في حالة غضب وعصبية.

3- القوة: وهي استعمال لغة الإشارة لتأكيد سيطرتهم كالإشارات الجسدية التي تعبر عن القوة³.

ويساعد التواصل المرئي على تحديد الجوانب التالية:

- تحديد المؤشرات الدالة على الانفعالات والعلاقات الوجدانية بين المرسل والمتلقي.

¹ - موسى محمد الأمين، الاتصال غير اللفظي، ط(1)، مطابع اميرال، الرباط - المغرب، 1996م، ص: 02.

² - عز الدين الرياني، التواصل اللفظي وغير اللفظي، (د- ط)، دار القلم للطباعة والنشر، 2008م، ص: 17.

³ - ينظر: امحمد اسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 60.

- تعزيز الخطاب اللغوي وإغناء الرسالة بتدعيمها بالحركات لضمان استمرارية التواصل بين المرسل والمتلقي.

- يؤثر التواصل غير اللفظي على الهوية الثقافية للمتواصلين من خلال نظام الحركات الجسدية¹.

4-2-1- أهمية التواصل غير اللفظي:

يطلق على لغة الجسد كل الإشارات والحركات التي تصدر من المتكلم سواء أثناء الكلام (اللغة) أو دون كلام، كتتحريك الرأس يمينا وشمالا تعبيرا عن رفضه للشيء. وبعض الحركات والإشارات تعتبر عفوية، مصاحبة للكلام و هي بمثابة أيقونات معززة ومدعمة للرسالة التواصلية تصدر تلقائيا من المتكلم.

ومن جهة أخرى نجد بعض الإشارات تكون مقصودة وغالبا ما يكون هذا النوع منفصل عن الكلام و يكثر هذا النوع في حالات الخجل أو الخوف والامتناع عن الكلام، وكذلك في حالة السخرية كتتحريك الرأس في كلا الاتجاهين مع طأطأته، وابتسامه السخرية².

ونجد من يعرف لغة الجسد على أنها: "لغة تواصل حديثة تعتمد على تعابير الجسد ومصطلحاته وهو علم يدرس طرق التواصل غير اللفظي وموضع البحث الأساسي في هذا العلم هي لغة التخاطب غير اللفظي، اللاشعوري، فهو يحاول الإحاطة بردود أفعال الجسم عند التواصل مع الغير عن طريق ملاحظة الحركات الصغيرة والبسيطة للوجه والجسد³.

اعتمد الدكتور محمد إسماعيلي علوي على وظائف لغة الجسد التي وضعها "أكمان" (ekman) 1965 في علاقتها بالكلام، واختصرها فيما يلي:

1- التكرار: وهنا عندما لا يكفي المتحدث بالكلام إذ يكرره بالإشارات عند شرح شيء معين.

2- التضاد: وهذا يظهر أثناء تعارض الكلام مع الإشارات، عندما يتكلم الإنسان بشيء وتعابير وجهه تقول العكس.

¹ - جميل حمداوي، التواصل اللساني والسميائي والتربوي، ص: 26-27.

² - ينظر: امحمد اسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 64.

³ - محمد عبد الرحمن، دليل علم لغة الجسد، ص: 02.

3-التدعيم والتعزيز: بمعنى تعزيز الرسالة اللغوية على سبيل المثال عندما يعجب المعلم بتلميذه نتيجة اجتهاده، كأن يريه على كتفه مثلاً.

4-التعويض: أي يمكن تحل الإشارات اليدوية محل الكلمات وغالبا ما يحدث هذا في حالة الخوف والإحراج أو في حالات التعبير عن التعبير الحب للحبيب¹.

5-التنظيم: ونعني بها الإشارات التي تنظم أدوار الحديث بين المتخاطبين كتحريك الرأس بمعنى: أنا أسمع، أو رفع اليد مع توجيهه راحة اليد اتجاه المتكلم بمعنى أريد أن أتكلم الآن. في حين اختزل علماء آخرون هذه الوظائف على أن لغة الجسد تتخذ أشكالا تعبيرية شتى تؤدي وظائف تواصلية.

فالإشارة بواسطة كف اليد تدل على أن دعوة المخاطب بالتوقف عن الكلام، وضم السبابة والإبهام على شكل دائرة ومع مد باقي الأصابع يدل على التهديد، وتعبير عضلات الوجه عن حزمة من الدلالات والعواطف كالإعجاب والتقدير والإشفاق والتحقير وغيرها. وأهم ما يميز الإشارات الاجتماعية أنها لغة جسدية يراد منها الإفهام أو البيان أو الدلالة على معنى بلا ألفاظ².

وكذلك يدل إغلاق العينين أو تحويل النظرات عن المخاطب على الرفض أو السخط أو الضيق أو الاشمئزاز، وباختصار فإن رد أي شعور يكون منبها لأداء عضلي³.

وتحقق التعبيرات الوجهية للسياق التواصلية من الوظائف ما يجعلها محل عناية واهتمام، فمن خلالها يعرف أحد المتحدثين أثر كلامه في وجه الآخر، وتزود المتلقي برسائل تكشف عن حال المتحدث (رضا، رفض، قبول.... إلخ) بل إنه يحدث -أحيانا- أن تتعارض ألفاظ المتكلم مع تعبيراته الوجهية، وحينئذ يقوم المتلقي بعقد الموازنة بين ما يظهره وجه المتكلم، وما يحمله لفظه، وفي هذا الحال يرجح ما يظهره الوجه على ما يحمله اللفظ.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 66.

² - ينظر: جمعة سيد يوسف، سيكولوجية اللغة والمرض العقلي، (د- ط)، عالم المعرفة، العدد: 145، الكويت، (د- ت -ن)، ص: 30.

³ - ينظر: تشارلز داروين، التعبير عن الانفعالات في الإنسان والحيوانات، تر: مجدي محمود المليحي، (د- ط)، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة- مصر، 2005م، ص: 97.

وهذا إن دلّ على شيء فإثما يدلّ على أن تعابير الوجه أبلغ وأصدق من الكلام. وعليه فإن ما سبق تقديمه هو بعض وظائف لغة الجسد، مع أنه لا يمكن حصرها، لأنها لا تقف عند هذا الحد، إذ أنها تعتبر لغة راقية يجب الاهتمام بها لإنجاح العملية التواصلية. أمّا بالنسبة للمبحث الخامس فعنونه الكاتب ب: "مجالات التواصل الإنساني" وعالج فيه:

5-1-1- التواصل الذاتي (الداخلي): (interpersonnel communication).

ونعني به كل حديث يدور بين الإنسان ونفسه وهو ما يطلق عليه اسم "المولونج" (monologue) وهو عبارة استراتيجيات تطوير المهارات والاستراتيجيات الشخصية وخاصة النفسية التي تساهم في إنجاح العلاقة علاقة هذا الشخص مع الآخرين¹. وهنا نذكر مجالات علم النفس التي تعمل على تعزيز الثقة بالنفس، وتطوير القدرات التي يمتلكها الفرد والتغلب على بعض الأمراض النفسية كالقلق والخجل والخوف... إلخ. ويعرف هذا النوع من التواصل على أنه: "التواصل الذي يتم بين الفرد وذاته وكل فرد يمر بهذه العملية عندما يكون بصدد الإعلان عن رأي أو اتخاذ قرار أو اتجاه معين"². أو بعبارة أخرى التواصل الذاتي أو الفردي هو المرحلة التي تسبق إعلان الشخص عن رأيه والإفصاح عن قراره ويمكننا أن نطلق عليه اسم مرحلة التفكير والتخطيط وتنظيم ماسيتم البوح به.

5-2-2- التواصل الخارجي: ويتأطر تحته.

5-2-1- التواصل بين الأفراد: (interpersonnel communication)

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية -، ص: 101.

² - تاعوينات علي، التواصل والتفاعل في الوسط المدرسي، (د- ط)، الحراش - الجزائر، 2009م، ص: 26.

ونعني به العملية التواصلية التي تربط بين شخصين فأكثر وتنظيم وفق تبادل أدوار الكلام والاستماع فيما بينها، والهدف من هذا التواصل حل المشاكل والنزاعات، تبادل المعلومات تعميق المعرفة بالذات، تحقيق الحاجيات الاجتماعية كالحاجة إلى الانتماء، أو جعل نفسك محبوبا لدى الجميع¹.

5-2-2- التوصل داخل المجموعات والتنظيمات:

(group and organisationnels communication)

قسّم الدكتور إسماعيلي علوي هذا النوع من التوصل إلى:

أ- التوصل داخل المجموعات الصغيرة:

(Small group communication)

ويتراوح عدد الأفراد المتواصلين والمتفاعلين فيما بينهم من ثلاثة، ومن أمثلة هذا التوصل: مجموعات العمل والجماعات الدينية والمجموعات الدراسية، وغالبا ما يخضع هذا النوع من المجموعات إلى قوانين ترتيبية وتنظيمية أي وجود رئيس وجود أو زعيم وكذلك مساعدين أو منخرطين..... إلخ².

ب- التوصل داخل المجموعات الكبيرة: (big group communication)

وتكون عبارة عن تجمعات بشرية منظمة بشكل جيد التنظيمات "organisation". تخضع لنظام متفق عليه (قانون داخلي). ويتم التوصل ضمنها عبر سلسلة محددة تبدأ بالزعيم /القائد ثم كبار مساعديه ثم اللجان التي تكونها المجموعة بغرض تسهيل العمل، ويرأس كل لجنة رئيس يسهر على تنفيذ وتسيير المهمة الموكلة إليه على أحسن وجه.

ويظهر الفرق بين المجموعتين في النقاط التالية:

أ- المجموعات الصغيرة لا تتوضع على قانون تنظيمي محدد، عكس المجموعات الكبيرة التي تتميز العلاقات بين أفرادها بالتلقائية.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التوصل الإنساني - دراسة لسانية -، ص: 101.

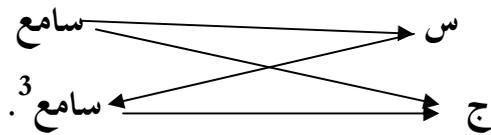
² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التوصل الإنساني - دراسة لسانية -، ص: 102 - 103.

ب- قد يغيب الزعيم في المجموعات الصغيرة، مما يؤدي إلى تناوب أعضائها على الزعامة عكس الكبيرة.

- في حين نجد بعض الباحثين في مجال التواصل لم يفصلوا في هذا النوع من التواصل بل قاموا بتعريفه بصفة عامة منهم "تعاونيات" الذي أطلق عليه مصطلح "التواصل الجماعي" حيث يعرفه على أنه تواصل يتم بين شخصين وعدد من الأشخاص الموجودين في نفس المكان مثل: التواصل بين المعلم والتلاميذ في القسم¹.

ويطلق عبد العزيز شرف على هذا النوع من التواصل فسمّاه بـ "التواصل الشخصي"، إذ يقول: التواصل الشخصي: إذا كان الإنسان يقيم تواصلا ذاتيا بينه وبين نفسه في تفكيره وتقريره.... إلخ فإنه بالضرورة سيتواصل مع غيره عن طريق وسائل عدة، وهو نوع من الاتصال (الاتصال الشخصي)، أي بين فرد وفرد آخر.²

ولأنّ التواصل الشخصي يبنى على عنصرين أساسيين هما المتكلم والسامع. فإنّهما يتبادلان الوظائف حتما، حيث يبنى التواصل على أساس تبادل الوظائف بين المخاطب والمخاطب عبر نفس الوضع ليتحول المتلقي نفسه إلى المرسل، والمرسل إلى متلقي. خلال عملية الإرسال والاستقبال وهكذا تتم عملية التواصل بين الطرفين من خلال الوظائف، إذ يصبح المتكلم مستمعا بعد إلقاء سؤاله أو استفساره في حين يصبح المستمع متكلماً عند الردّ أو الإجابة كعملية الاستجواب مثلا.



وعليه نلاحظ أنّ هذا التعريف كان مفصلا وشارحا بدقة لعملية التواصل الشخصي لكنه اقتصر فقط على التواصل المباشر بين الطرفين (المرسل والمتلقي) وأهمل الاتصال غير المباشر أي عبر جهاز أو وسيط.

¹ - تعاونيات محمد، التواصل والتفاعل في الوسط المدرسي، ص: 26.

² - عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، ط(1)، الشركة المصرية العالمية للنشر، الوجمان، 2006م، ص: 18.

³ - ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ط(1)، دار الأمل للطباعة والنشر، 2005م، ص: 150.

5-2-3- التواصل الإعلامي (mass media)

وهو التواصل الذي يعتمد على وسائل الإعلام (راديو، صحافة، تلفزة...) .
وهو كذلك التواصل الذي يقتصر على الصحافة والإذاعة والتلفزة تحديداً، لأن هذه الوسائل تعمم مضامين ومحتويات معينة، وتتحرك في أبعاد زمنية ومكانية متميزة، كما تحقق آليات اتصالية وتدفقية ويرى العلوي أنّ التواصل الإعلامي أنسب مصطلح للحمولة الدلالية أكثر من الجماهيري والسبب سيفصّل فيه في الباب الثاني من الكتاب¹.
وهو كذلك الذي يقتصر على الصحافة والإذاعة والتلفزة تحديداً، لأنّ هذه الوسائل تعمم مضامين ومحتويات معينة، وتتحرك في أبعاد زمانية ومكانية متميزة كما تحقق آليات اتصالية وتدفقية مختلفة وينفرد أيضاً بدورة إنتاج خاص به².

5-2-4- التواصل الجماهيري: (public communication)

يطلق على العملية الاتصالية التي يتواصل فيها شخص مفرد مع جمهور معين مباشرة.
وقد أدرج العلوي قول "برنس": "هو عملية تعميم الأفكار في وضعية اتصالية محددة، حيث ينقل مصدر معرفة رسالة إلى عدد من المستقبلين الذين يصدر عنهم رد فعل غير لفظي وأحياناً يكون هذا الرد عبارة عن أسئلة وإجابات"³.
وهو كذلك العملية التي يتم بمقتضاها نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات إلى عدد كبير نسبياً من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من الوسائل الاتصال الجماهيري ويتم بطريقة غير مباشرة في اتجاه واحد أو لعدد كبير من الأفراد⁴.
ومما سبق يتضح لنا أنّ التواصل الجماهيري هو عبارة عن نقل أفكار أو معلومات إلى مجموعة من المتلقين الذين بدورهم تصدر عنهم ردود أفعال قد تكون لفظية أو غير لفظية.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 104.

² - أحمد عزوز، الاتصال ومهاراته- مدخل إلى تقنيات عن التبليغ والحوار والكتابة-، ط(1)، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران01، أحمد بن بلّة، 2016م، ص: 30.

³ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 105.

⁴ - رولان بارت، مبادئ علم الدلالة، تر: محمد البكري، ط(1)، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية- سوريا، 1987م، ص: 06.

5-2-5- التوصل بين الثقافات: (intercultural communication)

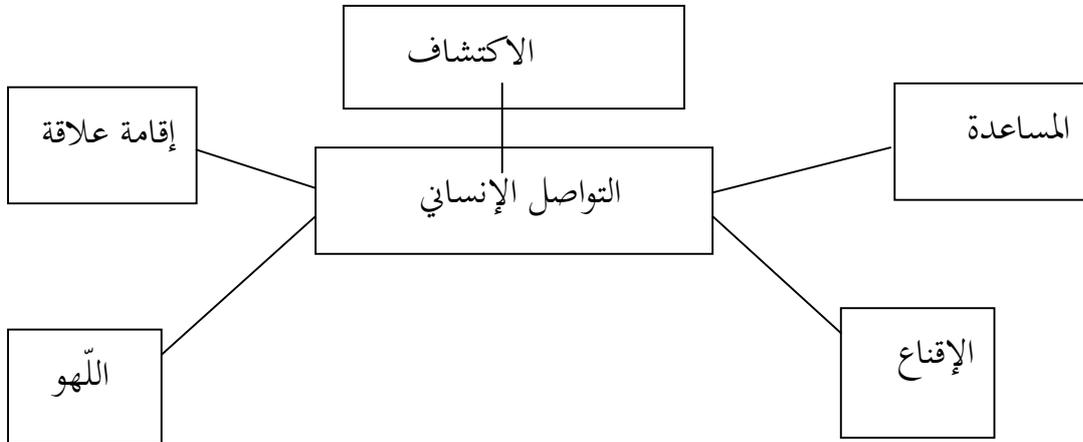
ونعني به العلاقات التي تربط بين المتكلمين والأفعال التي تجري بينها، وهذان المتكلمان من ثقافتين مختلفين والوقوف على الصعوبات التي تحول دون نجاح العملية التواصلية، وهذا ما يطلق عليه مصطلح "الصدمة الثقافية" وهذا ما ذكرها أدونيس، ثم الوقوف على الحلول الأساسية والفعالة لتجاوز هذه العراقيل لتحقيق تواصل فعال¹.

وأما بالنسبة للمبحث السادس فعنونه العلوي بـ: "أهداف التواصل الإنساني"، وتحدث فيه كمايلي:

للتواصل الإنساني عدة غايات من أجل هذه الغايات يتحقق التواصل بين الأفراد والجماعات والثقافات، اختلف الباحثون في تحديد هذه الغايات، مما جعل العلوي يكتفي بإيراد وجهة نظر "ديفيتو" (devito) في هذا السياق لأنه يعتبر من كبار رواد علم التواصل الإنساني.

6-1- أهداف التواصل حسب ديفيتو:

يرى "ديفيتو" أن أهداف التواصل تنحصر في خمسة أهداف يلخصها الشكل التالي²:



6-2- الغاية الكبرى للتواصل:

إنّ أسمى غاية للتواصل يسعى الإنسان لتحقيقها في هذا الكون، بالدرجة الأولى، وما إن تحقق للفت إلى غايات أخرى ثانوية لا ترتقي إلى مستوى هذه الغاية التي هي: "غاية

1- ينظر: امحمد أسماعيلي علوي، التواصل الأنساني-دراسة لسانية-، ص: 106.

2- المرجع نفسه، ص: 107.

الأمن" (Security) سواء أكان الأمن نفسياً أو أمناً روحياً أو غذائياً، فالإنسان منذ الأزل نجده يتجنب الأماكن والأشخاص التي تهدد أمنه واستقراره إلى أماكن أخرى يجد فيها نعمة الأمن وأشخاص يشعرونه بالاستقرار ونلمس ذلك في الحوار الذي يدور بين اثنين في أول لقاء بينهما فتصرفاً ههما المصطنعة لا تمت إلى الواقع بصلة كإظهار الاحترام الزائد للطرف الثاني وكذا القيام بحركات وتصرفات غير معتاد عليها من الطرفين وسبب ذلك أن كلاهما لم يستأنس ويتعود على الآخر ولم يرتاح له بعد، وهذا سبب ما يفسر غياب التلقائية العفوية بينهما.

وأشارت بعض البحوث في هذا المجال إلى أن الإنسان يتخذ وضعيات دفاعية جسدية عند تواجده بمكان لأول مرة، كوضع اليدين على الصدر التي تعنى عدم الرغبة في محادثة أحد. وعلى هذا نجد جلّ علماء التواصل ينصح باتخاذ وضعيات جسدية تدل على الانفتاح على الغير خاصة إذا كان الطرف الآخر غريباً، على سبيل المثال: الإشارات اليدوية نحو الأعلى للدلالة على الفوز والفرح، وكذلك الإشارات باتجاه الآخرين للدلالة على التواصل والتفاعلية¹.

وأما المبحث السابع والأخير من هذا الباب فقد عنونه الكاتب ب: "بعض نماذج التواصل اللسانية وغير اللسانية"، وتطرق فيه إلى مايلي:

7-1- تعريف النموذج: استند العلوي إلى تعريف "دوتش" (Deutsch) للنموذج (model) بأنه: "بناء من الرموز والقوانين العامة التي يفترض أن تماثل مجموعة من النقاط ذات الصلة ببناء قائم أو بعملية ما".

ويمكن تعريفه كذلك في إطار اللسانيات الحديثة على أنه: "الجهاز الصوري أو النظري الذي يمكن من وصف وتفسير الظاهرة (اللغوية)، وهو بذلك يختصر مبادئ النظرية وأفكارها واستنتاجاتها حول قضية من القضايا"².

7-2- النماذج اللسانية:

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 108.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 112.

قدّم عدد من رواد المدارس اللسانية المختلفة مجموعة من البحوث والدراسات قصد إغناء البحث التواصلي وإثرائه بنظريات وإعمال. ومن بين هاته المدارس اللسانية نخص بالذكر رواد المدرسة الوظيفية ونماذجها ونظرياتها وأفكارها اللسانية، فقد تأسست على عدة مبادئ مهمة هي:

* اعتبار اللغة نسق مرتبط بالتداول والتواصل الاجتماعي تؤدي مجموعة من الوظائف أهمها وظيفة التواصل، فهي ليست نسقا مجردا.

* دراسة البنى اللغوية في إطار السياق الاجتماعي الذي وردت فيه وليس بمعزل عن ذلك.

* في نظر الوظيفيين لا تتجلى القدرة فقط في معرفة المتكلم المستمع بالقواعد اللغوية (التركيبية والتداولية والصوتية) فقط، وإنما تتجلى في معرفته بقواعد استعمالها بحسب السياقات والأغراض التواصلية المتوخاة¹.

7-2-1- نموذج جاكسون (jakobson) وهاليداي (halliday):

حدّد جاكسون (1960) وظائف اللغة في ستة وظائف هي على النحو التالي:

1- الوظيفة التعبيرية (experssive) أو الإنفعالية (emotive): وهي مرتبطة أساسا بالمتكلم.

2- الوظيفة التوجيهية (directive): وهي مرتبطة بالسامع.

3- الوظيفة المرجعية (referential): وهي مرتبطة بالسياق أو المرجع².

4- الوظيفة الشعرية (potic): وهي مرتبطة بالسياق.

5- الوظيفة الميتالغوية (inetalinguistic): وهي مرتبطة بالوسيلة اللغوية المستعملة في التواصل.

6- وظيفة إقامة اتصال (phatic fonction): إذا كان التركيز على الاتصال (contact)

بين المتكلم والسامع.

أما هاليداي (1978) فقد حدّد سبع وظائف اللغة هي:

¹ - أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية - مدخل نظري-، (د-ط)، منشورات عكاظ، الرباط، المغرب، 1989م، ص: 12- 13.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 112.

1- وظيفة نفعية (**instrumental**): عندما تستعمل اللغة لتحقيق بعض الحاجيات المادية كالطعام والشراب.

2- وظيفة تنظيمية (**regulatory**): عندما تستخدم للتحكم في سلوك الآخرين.

3- وظيفة تفاعلية (**interactionl**): استخدام اللغة بغرض التفاعل مع الآخرين.

4- وظيفة شخصية (**personal**): "تعبيرية" من خلال التعبير عن المشاعر والأحاسيس.

5- وظيفة استكشافية (**heuristic**): استخدام اللغة من أجل استكشاف وفهم البيئة من حوله.

6- وظيفة تخيلية (**imginative**): استخدام اللغة من أجل خلق عالم خاص به. ويتجلى ذلك في صياغة الفرضيات.

7- وظيفة إعلامية (**informatic**): استخدام اللغة لنفي أو إثبات بعض التعابير واستخدامها لنقل المعلومات إلى الآخرين أينما كانوا على مر الأجيال¹.

7-2-2- نموذج ديل هايمز (**haymes**):

ركز ديل هايمز (1972) في دراسته للتواصل الإنساني على مفهوم دقيق هو مفهوم القدرة التواصلية (**communication competence**)، إذ يقول هايمز: "هناك عدة مكونات للقدرة التواصلية والقدرة النحوية مكون من هذه المكونات". وهذه المكونات هي:

أ- القدرة النحوية (**grammatical copetence**): وتضم المعرفة بالقواعد التركيبية والدلالية والصوتية.

ب- القدرة السيكولسانية (**psycholinguistic competence**): وتشمل كل العوامل النفسية واللسانية التي تؤثر على المتكلم سواء في إنتاج أو فهم الخطاب².

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 113.

² - عز الدين البوشيخي، القدرة التواصلية وأشكال بناء الأنحاء، أطروحة دكتوراه مرقونة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مكناس، المغرب، 1989م، ص: 15.

ج- القدرة السوسيو ثقافية (sociocultural competence): ويرتبط هذا المكون بعلاقة الملفوظ أو الكلام بالسياق الذي ورد فيه، فقد تكون جملة ما صحيحة نحويا وقابلة للاستعمال لكنها غير مناسبة للسياق الذي وردت فيه¹.

د- القدرة الاحتمالية (profabilistic competence): يهتم بقدرة المتكلم على تحليل احتمالات ورود أنواع من الجمل اللغوية أي أن هذه القدرة تهتم الجملة المنتجة فعليا والتي تنتمي إلى مستوى الإنجاز، فقد نجد جملا قابلة للاستعمال ولكنها نادرا ما تستعمل في خطابات المتكلمين خلافا للجمل أخرى تستعمل وتتكرر بشكل أكبر.

7-2-3- نموذج كنالي وسواين (canal et swain):

تحدّد مكونات القدرة التواصلية عند كنالي وسواين في ثلاثة مكونات أو قدرات حدّدها في مقال لها صدر عام 1980.

1- القدرة النحوية (grammatical competence):

وتتضمن المعرفة بالقواعد التركيبية والصرفية، وكذا المعرفة بنحو الجملة، والقواعد الدلالية والصرفية.

2- القدرة السوسيو لسانية (sociolinguistic competence):

وتشمل نوعين من القواعد:

* القواعد السوسيو ثقافية: ونعني بها قواعد الاستعمال ذات الطابع الاجتماعي والثقافي.

* القواعد الخطاب: هي القواعد التي تمكن المتكلم من ربط الجمل لإنشاء خطاب معين.

3- القدرة الإستراتيجية (strategie competence):

تتضمن استراتيجيات التواصل اللغوية وغير اللغوية التي يعتمدها المتكلم عامة ومتعلم اللغة خاصة في تواصله مع غيره لتجاوز المشاكل التي تعرقل العملية التواصلية².

7-2-4- نموذج سيمون ديك (simon dick):

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 114.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 114.

لقد قدم اللساني الهولندي سيمون ديك نظرية متكاملة تعرف في الدرس اللساني باسم "نظرية النحو الوظيفي"، (grammar functional) التي بدورها حددت موضوع الوصف اللغوي بأنه القدرة التواصلية التي تمكن مستعملي اللغات الطبيعية من التواصل بينهم عن طريق اللغة¹.

ومن المتعارف عليه أن القدرة التواصلية في نظرية النحو الوظيفي تتسم بسمتين أساسيتين هما:

أولاً- كونها قدرة واحدة لا تتجزأ:

أو أنها لا تتكون من قدرتين منفصلتين. كما ذهب إلى هذا تشومسكي 1980م:

- قدرة لغوية (نحوية) تتمثل في معرفة القواعد الصرفية والتركيبية والصوتية والدلالية.

- وقدرة تداولية تضم كل القواعد التداولية التي تتحكم في بنية الخطاب أو الجملة، بل هي قدرة واحدة ولا يمكن أن نعزل التداولية عن المكونات الأخرى التي يحكمها سواء أكان تركيباً أم صرفاً أم دلالة.

ثانياً- كونها قدرة شاملة:

إذ لا تنهض بعملية التواصل القدرة اللغوية الصرف الواحد، بل تساهم فيها قدرات أخرى منطقية ومعرفية واجتماعية وإدراكية وغيرها. فمستعمل اللغة الطبيعية يستخدم أثناء التواصل بالإضافة إلى الملكة اللغوية، ملكات ذات طبيعة غير لغوية تساهم بإنجاح هذه العملية².

ومن هذه هنا ستأتي نظرية النحو الوظيفي بتصور جديد للقدرة التواصلية هو ما يعرف في الأوساط اللغوية بـ: "نموذج مستعمل اللغة الطبيعية" (mode of the natural language).

¹ - أحمد المتوكل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية- بنية الخطاب من الجملة إلى النص-، (د-ط)، دار الأمان، المغرب، الرباط، 2001م، ص: 35.

² - عز الدين البوشيخي، القدرة التواصلية وأشكال بناء الأنحاء، ص: 68.

فعلية أصبح مفهوم القدرة التواصلية أوضح وأدق في الكتابات الوظيفية الأخيرة منذ (ديك) حين حددت هذه القدرة التواصلية بأنها تتمثل مجموعة من الملكات أو الطاقات تتفاعل فيما بينها أثناء عمليتي إنتاج الخطاب وفهمه، متيحة بذلك التواصل بين مستعملي اللغة الطبيعية¹.

وهذه الطاقات هي:

1- الملكة اللغوية:

وهي الملكة التي تمكن مستعمل اللغة الطبيعية من إنتاج وتأويل عبارات لغوية معقدة ومتباينة في عدد كبير من المواقف التواصلية المختلفة.

2- الملكة المعرفية:

وهي ملكة تمكن مستعمل اللغة الطبيعية من تكوين مخزون معرفي منظم والاحتفاظ به وتوظيفه عند الحاجة، ويضيف ديك هذه المعلومات المخزنة بها. بحسب زمن تخزينها إلى:

- معلومات قصيرة المدى: وهي المعلومات المخزنة في ذاكرة المتكلم منذ وقت قصير.

- معلومات بعيدة المدى: وهي المعلومات التي يخزنها المتكلم في ذاكرته منذ وقت طويل.

3- الملكة المنطقية:

وهي الملكة التي تمكن اللغة الطبيعية من أن يشق معارف إضافية من معارف أخرى مستخدما قواعد استدلالية تحكمها مبادئ المنطق الاستدلالي.

4- الملكة الإدراكية:

¹ - أحمد المتوكل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية - بنية الخطاب من الجملة إلى النص، ص: 36.

وهي الملكة التي تمكن مستعمل اللغة الطبيعية من توظيف المعارف التي يستخلصها من إدراكه لمحيطه في إنتاج وفهم العبارات اللغوية¹.

5-الملكة الاجتماعية:

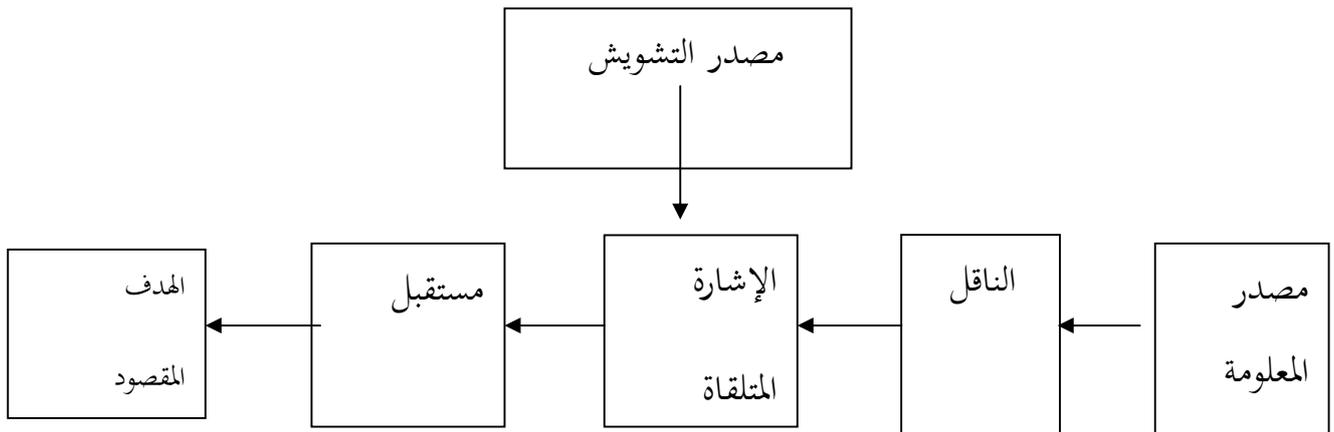
تمثل مجموع القواعد والمبادئ الاجتماعية التي تمكن مستعمل اللغة الطبيعية من استعمال العبارات اللغوية المناسبة بالنظر إلى وضع مخاطبه وإلى الموقف التواصلية، وإلى الغرض المراد تحقيقه.

7-3-النماذج غير اللسانية:

7-3-1-نموذج شانون وويفر (shanon et weaver):

ورد هذا النموذج في كتاب شانون وويفر (1949) "النظرية الرياضية للتواصل".

ويمكن أن نقرأه على هذا النحو: يرسل المرسل، بفضل عملية التشفير، رسالة إلى المستقبل الذي يفك هذا التشفير في سياق تواصلية يعترضه التشويش، ويمثل لذلك على هذا النحو²:



¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 118.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 120-121.

ويرى العالمان "شانون وويفر" أيضا أن عملية التشفير وفك تشفير الرسائل تنجز بواسطة شفرات لكن عملية إرسالها يمكن أن تتعرض إلى تشويش من صحب أو ضوضاء أو غيرها. الشيء الذي يجعل هذه الرسائل لا تؤدي مهمتها الإبلابية، ولهذا فإن القضاء على التشويش يكسب أهمية بالغة في هذا الصدد¹.

7-3-2- نموذج هارولد لاسويل:

يشتهر هذا النموذج بأسئلة الخمسة التي تشمل كافة مكونات العملية التواصلية وهي: من يتكلم؟ (المرسل)، ماذا يقول؟ (الرسالة)، بأية قناة؟ (القناة المعتمدة في نقل الرسالة)، لمن؟ (المستقبل)، وما هو الأثر؟ (النتيجة).

كما يتميز هذا النموذج باختصاره الشديد لأسس العملية التواصلية.

وكذلك يفترض هذا النموذج أن يقوم المتصل بالتأثير وأن جميع الرسائل ذات تأثير.

ومن مآخذ هذا النموذج أنه أهمل الرجوع في العملية الاتصالية².

والسبب في نظر العلوي يعود إلى أن لاسويل من المهتمين بالتواصل الإعلامي، لذلك يركز على القناة المعتمدة في نقل الرسالة، كما يركز كذلك على التأثير مما يجعل المستقبل في هذه الحالة مجرد متلق فقط ليس له دور واضح في العملية الاتصالية. وهذا هو واقع المستقبل في هذا النوع من التواصل³.

7-3-3- نموذج تشارلز أزكود:

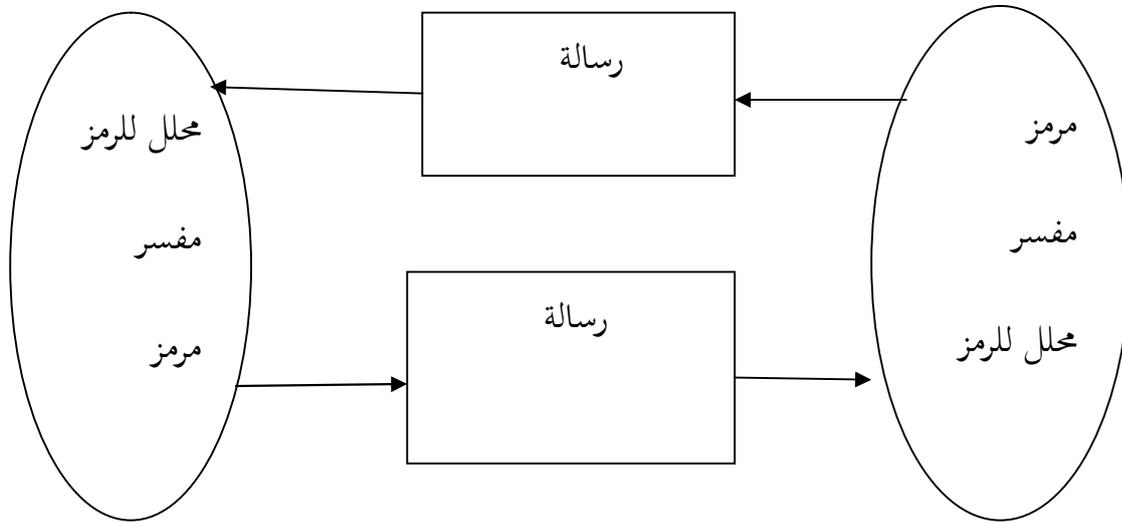
¹ - عبد الجليل مرتاض، اللغة والاتصال، ص: 41.

² - أبو أصعب صالح خليل، الاتصال الجماهيري، ط(1)، دار الشروق، عمان- الأردن، (د-ت-ن)، ص: 101.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 121.

تعتبر العملية التواصلية في نظر أركود على أنها عملية تفاعلية متكاملة وفيها يقوم المرسل "المتصل" بثلاثة أدوار: دور المرمز ودور المفسر، ودور محلل للرمز، ويقوم المتلقي كذلك بالأمر نفسه، ولكن بطريقة عكسية، حيث يعمل على تحليل الرموز الواردة إليه بغرض تفسيرها، ثم يقوم بترميز رسائل أخرى، والتي هي بمثابة رد فعل الرسائل الواردة، و يبعث بها نحو المرسل الذي يصبح بدوره مستقبلاً ثانياً¹.

و يمكن التمثيل لنموذج أركود على النحو التالي:



2

لقد ذكر العلوي بعض نماذج التواصل اللسانية منها وغير اللسانية، وقد اكتفى بأشهر هذه النماذج وأكثرها تداولاً في مجال التواصل بين الباحثين والمهتمين بهذا المجال والملاحظ على هذه النماذج

¹ - ينظر: المرجع نفسه، ص: 122.

² - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 124.

اللسانية وغير اللسانية أهما قد وردت في جميع المراجع والبحوث بنفس الشكل هذا ما جعلنا نكتفي بأخذها من كتاب التواصل الإنساني للعلوي، دون أن ندرج مراجع أخرى لأهما بنفس الشكل وكان هدفنا هذا هو تجنب الإطناب والتكرار دون أي فائدة.

الباب الثاني

وأما بالنسبة للباب الثاني من هذا الكتاب فعنونه صاحبه بـ: "مبادئ التواصل الجماهيري وتقنياته"، وهو يضم عدة مباحث، حيث يتطرق في أولها إلى قضية "التواصل الجماهيري" وإن كان قد لمح إليها في الباب الأول، فإنه يشرحها بالتفصيل في هذا المقام كما يأتي:

حيث أشار الكاتب في هذا المبحث إلى أهمية الوقوف على المعنى الدلالي لمصطلح "جمهوري" في المعاجم اللغوية العامة وصولاً إلى تحديد مفهومه في الدراسات المتخصصة¹.

1-1-مصطلح الجمهور:

البعد اللغوي:

تطلق كلمة "جمهور" عند العرب على الرمل الكثير المتراكم الواسع، واستشهد العلوي بقول الأصمعي: "هي الرملة المشرفة على ما حولها، المجتمع، والجمهور والجمهورة من الرمل: ما تعقد وانقاد، وقيل: هو أشرف منه"².

وورد أيضاً في لسان العرب أن: جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره وجمهوره الناس: جلهم وجماهير القوم: أشرفهم.

وفي حديث ابن الزبير، قال معاوية: "إنا لا ندع مروان برمى جماهير قريش بمناقشة، أي جماعاتها وجمهرت القوم له إذا أجمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته ويستعملونه أي أكثرهم وعدد مجهر: أكثر والجمهورة: المجتمع، والجماهير الضخم"¹.

¹ - ينظر امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 129.

² - ينظر: ابن منظور، لسان العرب، ص: 690.

وعليه فإن العرب أطلقت هذا اللفظ "جمهور" على كل شيء توفرت فيه بعض الخصائص وهي:
الكثرة في العدد والمساحة، الإشراف على شيء محدد الاجتماع في مكان واحد.

والجمهور من الناس: جلّهم، ومعظم كل شيء.....

وجمهرة: جمعه، وجمهور القبر: جمع عليه التراب وجمهور عليه الخبر: أخبره بطرف وكنم المراد².

أما ابن فارس فقد أشار في معجمه "مقاييس اللغة" إلى الفعل "جمهر" هو نتيجة عملية نحت من كلمتين صحيحتي المعنى، مطرد في القياس ومنه ما أصله من كلمتين: من "جمر"، وقد قلنا أن ذلك يدل على الاجتماع.

والكلمة الأخرى "جهر" من العلو، فالجمهور شيء مجتمع عال³.

وما نستخلصه من التعريفات السابقة أن كلمة "جمهور" تطلق على الرمل أو على الشيء آخر توفرت فيه عدة شروط هي:

أولاً: الكثرة والتراكم في العدد والمساحة ونلمس هذا في قول ابن منظور (الرمل الكثير المتراكم الواسع).

ثانياً: الإشراف على ما حوله، أي وجود عنصر مشرف وآخر مشرف عليه.

ثالثاً: الاجتماع التي أن تجتمع كل العناصر في كيان واحد وموحد.

أما بالرجوع إلى الكتب الحديثة المتخصصة في مجال دراسة التواصل الإنساني فإننا نجد أنها قد عرفت تبعا لخصائصه وتمظهراته العامة⁴.

1-2- الخصائص العامة للجمهور:

¹ - ينظر: ابن منظور، لسان العرب، ص: 690.

² - الأزهرى، تهذيب اللغة، ج(1)، (د- ط)، دار صادق للطباعة والنشر، القاهرة- مصر، 1976م، ص: 112-113.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 130.

⁴ - ينظر: ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن زكريا، المقاييس في اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، (د- ط)، دار الفكر للطباعة والنشر

والتوزيع، (د- ت- ن)، ص: 455.

من الملاحظ أن الدراسات المعاصرة والمتخصصة في مجال التواصل لا تتناقض مع المعنى اللغوي العام الذي ورد في معاجم اللغة وهذا بالنظر إلى الخصائص المميزة له والسياق نجد:

أ-العدد: نستطيع أن نطلق لفظ "جمهور" على كل تجمع بشري يحتوي على عدد كبير من الناس، فقد اتفق جل العلماء على أن الكثرة في العدد تتجاوز المائة والألف والأكثر ومن هؤلاء العلماء (ديفيتو 1993، بيرس وآخرون 2003، بيرنز 1994).

أما اختلافهم فقد كان حول تحديد العدد الأدنى للتجمع أو الجمهور، إلا أن جل الدراسات المعاصرة تتفق على أن الحد الأدنى هو عشرة أشخاص يمكننا أن نعتهم بالجمهور.

وينتقد العلوي هذا الرأي ويدحضه ودليله في ذلك أنه لا يستند إلى أي أساس علمي أو منطقي مضبوط، وعليه فإن هذا الأمر حسب العلوي يعود إلى ثقافة كل شخص.

ففي ثقافتنا الإسلامية مثلاً يقدر الحد الأدنى للتجمع باثني عشرة فرد وهو العدد الذي لا تصح صلاة الجماعة إلا به¹.

في حين يرى "أحمد زكي بدوي" في هذا الصدد أن الجمهور عدد كبير من الأفراد يشتركون في وحدة المصالح، ولذلك يتولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات، ويختلف مقدار هذا الشعور من جمهور إلى آخر، ورغم أن معظم أعضاء الجماهير لا يتصلون غالباً اتصالاً مباشراً ببعضهم البعض إلا أنهم يشتركون فيما بينهم يقرؤون وفيما يحصلون عليه من نواحي النشاط المشتركة².

مما سبق نجد أن كل تعريف يختلف عن الآخر من حيث الجوانب المتناول إذ نلاحظ أن العلوي ركز على الشكليات وضبط المصطلحات، في حين نجد البدوي يركز على العلاقة المتبادلة بين الجمهور والنقاط المشتركة بينهم وكذا طبيعة الاتصال فيما بينهم.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 131.

² - أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي، فرنسي، عربي، ط(2)، دار الكتاب المصري واللبناني، القاهرة- مصر، - بيروت- لبنان، 1994م، ص: 131.

ب-التجمهر في نفس المكان والزمان:

لا يمكننا أن نطلق كلمة جمهور على عدد من الأشخاص في أماكن متفرقة إذ لا بد أن يجتمع هؤلاء الأشخاص في مكان واحد حتى يكون بإمكاننا أن نصفهم بالجمهور¹.

وقد جاء في "معجم الإعلامي" لمؤلفه محمد جمال الفار أن الجمهور مفهوم اجتماعي يختلف من مجتمع لآخر حسب طبيعة وظروف كل مجتمع.

وهم مجموعة من الناس يجمعهم موطن معين ومصالح واحدة، وظروف بيئية واحدة، يمكن توجيههم والسيطرة عليهم وإسقاط المعلومات إليهم بهدف أن يكون سلوكهم بالاتجاه المرغوب فيه².

وفي تعريف آخر: "الجمهور كالتقطيع تجمعته مساحة واحدة أو نزعة واحدة، وليس له رأي واحد وهو يتحرك طبقاً لما يوجهه له الموجهون بحيث يصبح مسلوب الإرادة....."³.

ومما يعاب على هذا التعريف أنه يعتبر الجمهور كائنات ميسرة لا رأي لها، ويتعاملون معها كالجهاد مما جعلهم يلغون صفة حرية الرأي والاستقلالية التي يتمتع بها كل فرد، وعليه فإن هذا التعريف سطحي يحمل في طياته إهانة وعبودية الأفراد.

1-3- تعريف التواصل الجماهيري:

التواصل الجماهيري هو عندما يتواصل شخص مفرد مع جمهور وجهها لوجهه، هذا رأي بعض الباحثين، وفي هذا إشارة إلى أن العملية التواصلية تمكن من تقديم النفس للجمهور، ونستشهد بقول

¹ ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 131.

² محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط(1)، دار المشرق الثقافي، عمان- الأردن، 2006، ص: 130.

³ - توماس جون كلايتون، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة، (د-ط)، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة- مصر،

2006م، ص: 192.

برسن: "هو عملية تعميم الأفكار في وضعية تواصلية محددة، حيث ينقل مصدر مفرد رسالة إلى عدد من المستقبلين الذين يصدر عنهم رد فعل لفظي وأحيانا يكون هذا الرد عبارة عن أسئلة وإجابات"¹. ويتضح مما سبق ذكره أن التواصل الجماهيري بين طرفين أحدهما يريد أن ينقل أفكار ومعلومات معينة إلى مجموعة من الأشخاص الذين بدورهم يصدر عنهم ردود أفعال غير لفظية وأحيانا تكون هذه الردود لفظية.

أي أنه: العملية التي يتم بمقتضاها نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات إلى عدد كبير نسبيا من الأفراد باستخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال الجماهيري. ويتم بطريقة غير مباشرة، في اتجاه واحد ولعدد كبير من الأفراد.

وعليه وكحوصلة لما سبق يمكننا أن نطلق مصطلح التواصل الجماهيري على كل تواصل بين خطيب (مرسل) وجمهور (متلقين)، ويتم نقل الأفكار والمعلومات من خلال خطبة (رسالة) يتحكم الوقت في مدة إلقائها وكذلك الظروف المقامية والسياقية التي تحيط بهذه العملية دورا مهما.

ويواجه مصطلح التواصل الجماهيري إشكاليات مرتبطة بالمفهوم إذ جعله بعض الدارسين والباحثين المتخصصين مقابلا للمصطلح الأجنبي (mass communication)

و(mass media)، وهنا يفهمه الناس مباشرة على أنه مرتبط بالوسائل التي تستطيع نقل الرسائل الجماهيرية إلى جمهور من الناس، وذلك باستخدام معدات إلكترونية مثل: الصحف، والكتب والسينما، والراديو، والتلفزيون.

وفي الحقيقة هذا التعريف غير دقيق، لا يعبر عن المعنى الذي يعنيه في المصادر العربية المتخصصة فهذه المصادر تستعمل مصطلح (mass communication)

أو(mass media) للدلالة على مصطلح التواصل الإعلامي أو الإعلام الجماهيري¹.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 134.

وقد استشهد العلوي هنا بقول فريال مهنا: "الاتصال الجماهيري يحمل في طياته آلية تبادلية (.....) وهو اتصال تفاعلي متعدد الأطراف يخلق توازنا ذا مغزى بين المرسل والمتلقي لأن هذا الأخير يتحول خلال الزمن الواقعي للاتصال، من متلق إلى مرسل متفاعل ديناميكي، في حين أن الإعلام الجماهيري في أغلبيته هو اتصال أحادي الاتجاه من المرسل إلى المتلقي الذي يستطيع أن يغير منحى التدفق آتيا لكي يعبر عن أفعاله أو ردود أفعاله بصورة فورية أو متزامنة".

وتضيف قائلة: "أما علماء الاجتماع الأمريكيون فقد طرحوا مصطلحا مركبا من كلمة إنجليزية (mass) وأخرى لاتينية (media) فأصبحت (mass media)

ومن القول أعلاه يتضح لنا أن "فريال مهنا" ترى أن التواصل الجماهيري متعدد الأقطاب وأحادي الاتجاه أي انه يصدر من خطيب إلى جمهور يستقبل الأفكار وقد تكون ردود الأفعال من المتلقين آنية أو زمانية.

وفي هذا الصدد يعرف الاتصال الجماهيري على أن هذا المصطلح مترجم من اللغة الإنجليزية فهو أكثر شمولية من وسائل الاتصال لأن هذه الأخيرة (communication de mass) تتضمن الأجهزة والمعدات فقط بينما يحتوي الاتصال الجماهيري كذلك كل التقنيات بالإضافة إلى كل ما يصدر عنها من معرفة ومعلومات (ما تنقله من معلومات وأخبار)².

وعليه فإن مصطلح التواصل الجماهيري مخالف لمصطلح التواصل الإعلامي، فهما في نقطة أن المتلقي في كلا التواصلين عبارة عن جمهور وليس مفرد، ويختلفان في أن ردود الفعل هي التأصل الجماهيري قد تكون آنية كالتصفيق أو طرح أسئلة أو إجابة أو هتافات وشعارات في حين في مجال التواصل الإعلامي فتغيب هذه الردود التي تعتمد على التبادل الاتصالي وعليه فالمصطلحات الأجنبية (public communication) و (public speaking)

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 135.

² - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط(1)، دار الفكر، دمشق- سوريا، 2002م، ص: 27-28.

(speech communication) . تقابل المصطلح "التواصل الجماهيري" فالمصطلحات الأجنبية الثلاث لها نفس المعنى والذي يتمثل في التوجه بالخطاب لجمهور من الناس، بطريقة مباشرة.

وسبب عدم ترجمة المصطلحات الغربية السابقة: التواصل العمومي أو العام والتواصل الكلامي والملام العمومي أو العام لأنها غير مناسبة لعملية التواصل الجماهيري¹.

1-4- مجالات التواصل الجماهيري:

إن مجالات التواصل الجماهيري متنوعة ومتعددة إذا كان هناك جمهور حقيقي، واعتمد العلوي على مجالات التواصل الجماهيري التي وضعها "بيرنز" وهذه المجالات تتمثل في:

أ- المال والأعمال: وهنا إذا كان الخطيب يروج لمنتوج معين أو مؤسسة ما يعمل على نشر أفكارها ومبادئها.... إلخ. فمدى نجاح هذا الأمر يتوقف على براعة الخطيب، وامتلاكه لوسائل الإقناع والتأثير في الآخرين لموافقته الرأي.

2- السياسة: في هذه الحالة عادة ما تحمل أفكار وألفاظ الخطيب دلالة سياسة التأثير على الجمهور وإقناعهم بمشروعه أو حزبه السياسي ويهدف أكبر عدد ممكن الأصوات وكذا كسب تأييد الرأي العام، وهذا النوع من الخطابات يستدعي الثقة والعناية الشديدة، بعكس بعض الخطابات في مجالات أخرى التي تتسم بالعفوية حيث لا يحتاج الخطيب فيها إلى جهد وتركيز كبيرين.

3- الشؤون الاجتماعية: وتمس كل ماله علاقة بالمسائل الاجتماعية: كترية الأطفال والعنف ومكافحة الجريمة وغيرها من المسائل التي تندرج تحت الشؤون الاجتماعية².

4- المناسبات الاحتفالية: قد تستدعي بعض المواقف في بعض المناسبات إلقاء كلمة أو خطب للحضور. وعادة ما تكون هذه الخطب ارتجالية وتلقائية غير محضر لها، وهذا النوع من الخطابات يتطلب جرأة و إثبات حضور الخطيب، ويهتم هذا النوع من الخطابات بالناحية الجمالية، لأنها

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 137.

² - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 140.

لا تعتمد على الأدلة والبراهين والجدل والنقاش كالمخاطب السياسية والقضائية بل تعتمد على اكتشاف الأفكار، والإبداع الصور، وتنقيف العبارة، فهي أقرب الأنواع الأدبية إلى الفن¹.

5- الأدب والفن: ونخص بالذكر المسرح وما يتعلق به كاللقاءات الفكاهية وغيرها والتي بدورها تسمح بتفعيل العملية التواصلية عن طريق جمهور (مستقبلين) ومرسل (الممثل أو الفنان)، ويتوجب على هذا المرسل التحلي بمجموع من التقنيات والاستراتيجيات والمهارات، التي تساعد في التأثير على الجمهور وبالتالي كسب رضاهم، والتحلي بمكانة رفيعة بينهم².

نفهم مما سبق أن الكاتب يعتبر الفن رسالة، والفنان أو المبدع هو الحامل لهذه الرسالة وعلى الفنان أن يبدع ويتفنن حتى ينجح في تمريره هذه الرسالة إلى الجمهور، سواء بطريقة هزلية كوميدية أو درامية... إلخ.

وفي الأخير الجمهور هو الحكم الذي يفصل فيما إذا نجح الفنان أو لم يوفق.

6- الدين: لم يتطرق "بيرنز" إلى هذا المجال وعندما قام بوضع مجالات التواصل الجماهيري وقد فسّر العلوي غياب هذا المجال عند "بيرنز" على أن الثقافة التي عاش فيها بيرنز لم تعرف هذا النوع إلا في مناسبات قليلة جداً، فظهور رجال الدين أمام الجمهور كان نادراً آنذاك، إذ اقتصر خروج البابا للقاء الحشود وإلقاء رسالة عليهم سواء بحلول السنة الميلادية أو في ما يخص أمر سياسي أو ثقافي وهنا لا يكون الخطاب ديني بحت، عكس ديننا الإسلامي التي يركز على أهمية الخطاب الدينية وما تحققه من تواصل بين الخطباء وعمامة الناس (خطبة الجمعة خطبة العيدين الفطر والأضحى)³.

1-5- أنواع التواصل الجماهيري:

¹ - ايليا حاوي، فن الخطابة وتطوره، ط(1)، دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 1997م، ص: 83.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 141.

³ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 142.

يتم تحديد أنواع التواصل الجماهيري بالنظر إلى عدة محددات من بين هاته المحددات: الجمهور الخطيب ونوع الرسالة.

1- بالنظر إلى الجمهور: وهنا نميز نوعين من الجمهور: جمهور منظم وجمهور غير منظم.

أ-الجمهور المنظم: وهو جمهور يسهل تنظيمه والسيطرة عليه نتيجة خضوعه لترتيبات وتقنيات معينة مثل:

- توجيه الدعوات.

- وجود لجان منظمة لحدث التجمهر.

- التجمهر في مكان وزمان محددين سلفا.

- التجمهر لمدة معلومة البداية والنهاية.

- تنظيم التدخلات أو عملية الرد على كلام الخطيب.

- وجود مسير يلعب دور الوسيط لبن الخطيب والجمهور لإنجاح العملية التواصلية.

ب-الجمهور غير المنظم: هو نتيجة تجمهر عفوي أو تلقائي ويطلق عليه كذلك مصطلح الجمهور الاعباطي، بالإضافة إلى انه قد هذا التجمهر في مكان واحد أو متنقلا من مكان إلى آخر، ولا يخضع هذا النوع من الجمهور لأي ترتيبات أو تنظيمات ومن مميزاته:

- الفوضى في التسيير.

_العشية في التواصل نتيجة غياب لجنة مسؤولة عن التنظيم.

- لا يمكن السيطرة عليه أو الجزم بتصرفاته¹.

¹ - محمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 143.

ج-الجمهور العام/الجمهور الخاص:

نعني بالجمهور العام الجمهور المكون من عدة أنواع من الناس يتفاوتون فيما بينهم من حيث مستوياتهم الثقافية والعلمية.

أما الجمهور الخاص فهو جمهور متجانس، أي يشترك فيه خاصية معينة مثل: الإلتقاء إلى فئة عمرية محددة أو مستوى علمي واحد، وقد يكون أفراد هذا الجمهور من نفس الجنس كما هو الحال بالنسبة للتجمعات النسائية¹.

في حين عرف "محمد منير حجاب" الجمهور العام على انه نوع من الجمهور المتلقي أي ينتمي إليه معظم الأفراد حين يتحدثون عن الجمهور العام لوسائل الاتصال والفرد في هذا الجمهور يعرض نفسه إلى الوسائل الجماهيرية بصورة فردية وشخصية مجزأ، وهو لا يفكر في نفيه كواحد من مجموعة من أي نوع وبالتالي فان العضو من الجمهور العام لوسائل الاتصال يتفاعل بشكل مستقل مع الوسائل الإعلامية.

وعندما نقول مثلاً: أن التلفزيون على الأقل من ناحية برامجه العامة وسيلة جماهيرية، فذلك يعني أنه اتصال أوله إمكانية الوصول إلى جمهور عام عريض وغير متجانس وهناك برامج معينة في التلفزيون قد توجه بصفة أساسية نحو شرائح محددة أو قطاعات متخصصة من هذا الجمهور العام العريض ولكن التلفزيون نفسه، ليس متخصصاً وإنما هو عام².

نلاحظ مما سبق أن كل من التعريفين يصبان في نفس المعنى إلا أن العلوي عرفه بصفة عامة ولم يخصص فيه، أما محمد منير فقد أدرج وسائل الاتصال التكنولوجي وضرب مثالاً بالتلفزيون وتحدث عن جمهوره العريض غير المتجانس.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 144.

² - محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط(1)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2007م، ص: 395.

أما "الجمهور الخاص" فقد عرف على انه الجمهور الذي يجمع أفراد الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثلا: الأفراد المشتركين في صحيفة ما ويصبح بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجياته، بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز. وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكثيفها¹.

من الملاحظ أن هذا التعريف أكثر دقة وعمقا من تعريف العلوي للجمهور الخاص فقد تناوله هذا الأخير بصفة سطحية مقتضبة عكس التعريف أعلاه الذي كان تعريفه منحازا أكثر للجانب الإعلامي.

2- بالنظر إلى المرسل:

وتطرق الكاتب هنا إلى:

أ- التواصل العمودي:

وهو التواصل الذي تكون فيه العلاقة بين الخطيب والجمهور مبنية على:

- أحادية اتجاه الرسالة.

- يكون المرسل والخطيب أعلى مرتبة من المستقبل سواء كان المرسل رسول أو نبي أو خطيب جمعة أو أب روعي أو ملك أو رئيس دولة أو قائد...إلخ.

¹ - خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين - وسائل الإعلام المكتوبة-، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منشوري، قسنطينة، 2006م/ 2007م، ص: 144.

وفي هذه الحالة يكون تأثير الرسالة كبيرا على الجمهور، إذ يخضعون لسلطة المرسل، فيعمل الجمهور بآراء وأفكار وتوجيهات ونصائح الخطيب دون مناقشة، وقد تكون الرسالة ذات طابع توجيهي تحريضي¹.

ويعرف كذلك على أنه يتمثل في الرسالة في الرسائل الصاعدة من المرؤوسين إلى رؤساءهم ويتضمن معلومات حمل ما يريد الفرد قوله، سواء عن نفسه وأدائه ومشاكله، وعن الآخرين ومشاكلهم حول ممارسات المؤسسة وسياستها وحول ما يجب عمله².

ب_التواصل الأفقي:

وهنا يكون كل من المرسل والمستقبل في مرتبة واحدة وعليه:

1- يحظى المرسل باحترام من المتلقي لكنه لا يرقى لدرجة القداسة.

2- يكون رد الفعل من طرف الجمهور آنيا.

3- قد يخضع الخطيب لسلطة الجمهور مثلا: أثناء دعوتهم للتصويت لصالحه في انتخابات ما³.

وهو كذلك التواصل الذي يتم بين الأعضاء في المجموعة المنظمة على مستوى التسلسل التنظيمي كاتصال رؤساء الأقسام فيما بينهم (في المؤسسة مثلا). ويكون خارج منافذ الاتصال الرسمية، حيث يوفر مشقة الاتصال عبر التسلسل الهرمي مثل: الاتصال عبر مدير مؤسسة مثلا أو أي مسؤول يشرف مباشرة على كل من المتصلين⁴.

ويمكننا القول في هذا السياق أن التواصل العمودي يحظى فيه المرسل بمرتبة خاصة تبلغ درجة القداسة أو مكانة اجتماعية مرموقة عكس التواصل الأفقي الذي تكتفي العلاقة بين الخطيب

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني، ص: 145.

² - منير حجاب، محمد وهيبي، المداخل الأساسية، ص: 43.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 146.

⁴ - منير حجاب، محمد وهيبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، ص: 48.

والجمهور بالاحترام المتبادل الذي لا يرقى إلى درجة الخضوع والانقياد لأفكار الخطيب دون سابق نقاش.

3- بالنظر إلى الرسالة:

وهنا يتحدث العلوي عن:

ويكون الهدف من هذا الخطاب تقديم معلومات وأخبار يحتاجها الجمهور، كما يجب التركيز على الدقة والاحترام في هذا الخطاب لتكون المعلومة صحيحة ومفيدة وواضحة.

ب- الخطاب الإقناعي: ويكون الهدف منه هو الإقناع بأفكار معينة أو تغييرها، ولإيجاد الدلائل والبراهين للإدحاض أفكار معينة أو إثباتها.

ج- خطاب التسلية والترفيه: والهدف هنا إدخال السعادة والبهجة في نفوس الجمهور كالنكت والنوادر والسكتشات... إلخ¹.

1-6- أهمية التواصل الجماهيري في الحياة:

لخص العلوي أهمية التواصل فيما يلي:

- تغيير السلوك ومراجعة المواقف.

- إحداث الأثر والتأثير.

- التواصل مع عدد هائل من الناس في نفس الوقت.

- سهولة الحصول على فرصة العمل.

- التيسير والتدبير والقيادة².

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي -دراسة لسانية-، ص: 146.

² - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 150.

وله أهمية كبيرة إذ يعتبر الجمهور الهدف الأساسي والنهائي في عملية الاتصال إذا لم يكن لدى القائم بالاتصال الفكرة الكاملة عن قدرات الجمهور العقلية وخصائصها النفسية والعاطفية. فسوف يجد من كقدرته على الوصول إليه وإقناعه مهما كانت الرسالة مصممة تصميمًا جيدًا، ومهما كانت قدرات القائم بالاتصال والوسيلة فهناك العديد من التغيرات التي تؤثر على المضمون الذي سوف يعرض المتلقي نفسه إليه، مثل: تفكيره وعواطفه وتعليمه وشخصيته ومواجه وميوله¹.

ودراسة الجمهور لا تعني التعرف عليه فقط، بل إن من أجل التوافق معه، لا بد من مراعاة اهتمامه فالكاتب في الصحيفة وغيرها من وسائل الإعلام لا يكتب لنفسه بل لقارئ محدد، وهذا القارئ لا يقبل على القراءة إلا إذا وجد صحيفة تعكس اهتمامه ورغباته ومشاكله وتوافق آراءه واتجاهاته وردود الفعل المتوقعة منه.

ولهذا تهتم الصحف ووسائل الإعلام الأخرى بالمجليات والقضايا والحوادث الشخصية والشخصيات المعروفة والقريبة من الجمهور كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف أو زيادة الإقبال².

أما المبحث الثاني هذا الباب فقد حدد فيه الكاتب مبادئ التواصل الجماهيري الأساسية فكان عنوانه: **"المبادئ الأساسية للتواصل الجماهيري"** فقد استهل الكاتب هذا المبحث بقول مشهور لـ: **"رالف ويلدوا إمرسن"** الذي كان فحواه: **" كل الخطباء المشهورين كانوا أسوأ خطباء في البداية"** ، ثم ينتقل إلى أن الباحثين اتفقوا على أهمية البحث في أهم الأمور الرئيسية التي يجب على الخطيب مراعاتها أثناء تواصله مع الجمهور، إلا أنهم اختلفوا في تحديد هذه الأمور الرئيسية، فمنهم من ركز على الجانب النفسي ومنهم من أولى صياغة الخطب أهمية بالغة إلا أن اسماعيلي علوي يرى كل من الرأيين السابقين مهمين في مجال التواصل الجماهيري بصفة عامة.

¹ - منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، ط(1)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة- مصر، 2004م، ص: 93.

² - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج(3)، (د-ت)، دار الفجر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2003م، ص: 960-961.

وعليه فإن التركيز على هذه الأمور مجتمعه يساهم في تفعيل العملية التواصلية في جميع البحوث في هذا المجال دون التركيز على نقطة وإهمال الأخرى، وإنما وجب التركيز على هذه النقاط مجتمعة وهما يستحضر العلوي مصطلح "مبادئ" الذي يجعلنا نطرح الإشكال التالي: ما هي هذه المبادئ؟¹.

2-1-المبدأ الأول: معرفة الذات.

يجب على المرسل أو الخطيب أن تكون لديه فكرة معمقة بنفسه كالمخاوف التي تراوده ونقاط القوة والضعف لديه، لأن عدم معرفته لهذه الأمور يؤثر سلبا على العملية التواصلية، إذ أن معرفة الذات مبدأ مهم لأنه يساهم في إنجاح العملية التواصلية فمتى كان الفرد مدركا لنفسه، سهل عليه التعامل مع الآخرين ومواجهة الجماهير.

وهو أيضا مجموعة الأفكار والمشاعر التي يكوها الفرد على نفسه، ونظرا لاختلاف الأفراد في شخصياتهم وخبراتهم فإنهم يختلفون أيضا في مفهومهم عن ذواتهم، وتتكون الذات نتيجة خبرات الفرد في الحياة وتعلمه مع الآخرين، ويختلف مفهوم الفرد عن ذاته باختلاف الكيفية التي يدرك بها نفسه.²

كما أن إدراك الشخص لنقاط ضعفه يجعله يعرف كيف يتجنب كل ما يضعف نفسه ويقلل من بلاغة خطابه، وأكبر مشكل نفسي يعاني منها أغلب الخطباء هي عدم الثقة بالنفس.

فثقة الإنسان بنفسه لها عدة إيجابيات منها:

1-تجنب التوتر أمام الجمهور والقدرة على السيطرة على أعصابه.

2-التحدث بطلاقة وسلامة لوقت أطول، وعدم التأثر والتوتر من ردود أفعال الجماهير.

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 151.

² - امح إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني -دراسة لسانية-، ص: 152.

3- تتجلى في الخطيب قوة الشخصية، مما يسهل عليه التأثير في نفوس الجمهور وكذا كسب تعاطفهم وتأييدهم¹.

وعليه تعتبر معرفة الذات مبدأ أساسي لدراسة الشخصية الفرد من خلال ما يدركه الشخص عن نفسه من تقييمات وتصورات منظمة. كعلاقته مع ذاته وكذا علاقته مع الآخرين، فكلما كانت رؤية الفرد الإيجابية لذاته، كلما زادت ثقته بنفسه وقلت الشكوك والمخاوف التي تراود الإنسان والعكس صحيح.

2-2-المبدأ الثاني: معرفة الجمهور.

وجب الخطيب أن يلم بمجموعة من النقاط هي:

1- جمع المعطيات من خلال قراءة تاريخه:

وذلك من خلال الإحاطة بالموضوع المراد صياغته خطاب حوله من خلال إجراء حوارات قبلية أو تقديم أرقام، أو محاورة أشخاص سبق أن تعاملوا مع جمهور أو تواصلوا معه.

2- مخاطبته فيما يشغله ويعالج اهتمامه:

وهنا يستحضر العلوي المثل الصيني القائل: "أعط السمك ما يحبه هو لا ما تحبه أنت"².

ويرمي هذا المثل إلى ضرورة التعامل مع الآخرين بما يحبونهم لا ما تريده أنت، وهذه هي الطريقة الوحيدة للتأثير على الآخرين كما يقول كارنيجي: " أن نتحدث عما يريدون وتوضح لهم كيف يحصلون عليه"³.

1 - ينظر: المرجع نفسه، ص: 152.

2 - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني-دراسة لسانية-، ص: 164.

3 - كارنيجي ديل، كيف تستمع بحياتك وعملك، (د- ط)، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، 2004م، ص: 118.

ويقول كارنيجي في هذا الصدد: "ديزير يللي أحد العباقرة الذين حكموا الإمبراطورية البريطانية على مدى تاريخها: تحدث مع الناس عن أنفسهم، وسوف يظنون يستمعون إليك لساعات"¹.

3- معرفة المكان والزمان اللذين سيتم فيهما التواصل:

يجب على الخطيب اختيار المكان والزمان المناسبين حتى تتم العمليات التواصلية بنجاح كاختيار أماكن هادئة بعيدة عن الضوضاء والتشويش وأشعة الشمس وكل ما يعيق العملية التواصلية واختيار أماكن مغلقة بعيدة وهادئة والحرص على تأييدها بطريقة مناسبة يشعر الجمهور فيها بالراحة والاطمئنان.

4- لتكن أنت من يختار الجمهور:

على الخطيب اختيار فئة معينة ذات مستوى معين لمخاطبتها، ومراعاة الفئة التي يخاطبها كاختيار اللغة المناسبة التي تفهمها هاته الفئة، فاللغة التي يتواصل بها مع الفئات الشعبية البسيطة تختلف عن اللغة التي يتواصل بها مع النخبة المثقفة ذات المستوى الثقافي الرفيع².

أي أنه لا بد من أن تتناسب اللغة المستعملة في الخطاب مع مستوى الجمهور الذي يتلقى الرسالة أو هذا من مهمة الخطيب لتؤدي الرسالة دورها المنشود أكمل.

وبالتالي نجاح العملية التواصلية وهذا ما يرمي إليه كل الخطباء، فنجاح العملية يعتبر مقياس مدى نجاح الخطيب وتمكنه.

5- تجنب الصراع مع الجمهور:

قد يحصل أن يعارض الخطيب احد من الجمهور وينقده نقدا لاذعا ويتعارض معه في فكرة معينة ما يجعل الخطيب يتوتر أو يتعصب ويغض

¹- كارنيجي ديل، كيف تستمع بحياتك وعملك، ص: 173.

²- ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 164.

على هدوئه والتحكم بأعصابه هي تجنب الخلاف معه وإجابته بأسلوب ودي حميم، ومقابلة غضبه بهدوء ولين¹.

2-3-المبدأ الثالث: المعرفة بالرسالة.

من بين التقنيات التي تساعد الخطيب على التعرف على الرسالة المراد إبلاغها مايلي:
الإمام بموضوع الرسالة من كل جوانبه وزواياه وكذا جمع المعلومات من المصادر والمراجع التي تصب في نفس الموضوع المراد تقديمه للجمهور².

وكذا إتباع طريقة واضحة ومفهومة وبأسلوب سهل حتى يتسنى للجماهير استيعابها رغم تباين درجة ذكاء فرد على حدا، ولا يستعصي عليهم فهمها وإدراكها.

2-4-المبدأ الرابع: التركيز على الرسالة وليس الذات.

وهذا عادة نجده عند فئ المبتدئين في مجال التواصل، إذ يولون الشكل والذات والمظهر الخارجي أهمية بالغة أكثر من الرسالة نفسها هذا ما يخلق انطبعا سلبيا لدى الجمهور ونلمس مظاهر التركيز على الذات في:

-الجلوس بوضعية متنوعة ومتكررة وسبب عدم الارتياح وهذا دلالة على عدم وجود ثقة بالنفس لان الخطيب لا يمتلك الخبرة الكافية.

-لمس الشعر أو ربطة العنق أو أي شيء، في نظر الخطيب ذا أهمية (خاتم، ساعة، ...).

-إبراز مهارات شخصية ليس لها علاقة بالموضوع أي أنها لا تهم موضوع الرسالة.

-يستعمل ضمير المتكلم "أنا" بصفة مكثفة مما يجعل الجمهور يشعر بذاتية الخطيب³.

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 170.

² - ينظر: المرجع نفسه، ص: 171.

³ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 176-177.

ومما سبق نلاحظ أن هناك عدة مبادئ أساسية يجب عليه التحلي بها ومراعاتها إذ لا يمكن أن تنجح العملية التواصلية إذا لم يتقن الخطيب هذه المبادئ كلها مع بعضها لتتصافر وبالتالي تنجح العملية التواصلية وتؤدي الرسالة دورها المنشود.

والمبحث الثالث والأخير فقد عنوانه الكاتب: "تكنولوجيا الإعلام والمعلومات واستعمالها في التواصل الجماهيري".

في مدخل هذا المبحث تحدث الكاتب عن التطور والتقدم المعلوماتي الحاصل في المجتمع وانتشار الواسع لهذه الوسائل أصبحت تكنولوجيا المعلومات من أهم الوسائل الفعالة في التواصل الإنساني.

3-1- تكنولوجيا المعلومات واستعمالاتها في التواصل الجماهيري:

وتعرف تكنولوجيا الإعلام بأنها مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضموم أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي أو الواسطي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصور أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية ونقلها¹.

ومع أن التواصل الجماهيري يتطلب الحضور الفعلي للجمهور الحقيقي والخطيب معا وكذا رد الفعل المتبادل بينهما، فإن استثمار تكنولوجيا المعلومات في رأي البعض لا يعود بأية فائدة ولكن في الواقع لهذه التكنولوجيا عدة إيجابيات نذكر منها على سبيل المثال تسهيل تبليغ الخطبة (الرسالة)، وكذلك تحقيق نجاح العملية التواصلية².

لقد مكنت هذه التكنولوجيا من خلق نوع جديد يطلق عليه اسم "التواصل عن بعد"، حيث يلغي هذا النوع المسافة بين المرسل مهما كان بعد المسافة بين الطرفين.

¹ - رحيمة الطيب عيساني، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008م، ص: 02.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 183.

وعليه يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات لها العدد من الايجابيات في مجال التواصل الجماهيري ولهذا التكنولوجيا أيضا تقنيات وجب على كل من الخطيب والجمهور اعتمادها بالشكل المناسب الذي يعمل على إنجاح العملية التواصلية.

3-1-1- الحاسوب (computer): عندما نذكر الحاسوب فإن هذا لا يقتصر على شكله

الخارجي من شاشة ولوحة مفاتيح... إلخ. ولكننا نقصد كل البرامج والملحقات والتقنيات التي تسهل عمل المستعمل إعداد برنامج أو موضوع أو أي شيء آخر في إنجاح العملية التواصلية¹.

فالحاسوب وسيلة لتجهيز البيانات بمعنى انه يستلم بيانات كمدخلات ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات، أي انه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلة وتحويلها ثم إنجاز العمليات الحسابية عليها وإجراء مقارنات المنطقية المتعلقة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوب وكذلك كله بمعدل سرعة كبيرة².

ومع وقتنا الحالي لا يمكننا تصور أن هناك خطيب أو جمهور (متلقي) مهما كان مستواهم العلمي لا يفقهون ولو القليل عن تكنولوجيا التي يقدمها لنا الحاسوب.

فهذه التكنولوجيا تسهل البحث عن المعلومات وتنظيمها وكذا جعلها أكثر فعالية، كما تسهل كذلك طرق عرضها وفق سبل تجعلها واضحة ومفهومة ومقروءة بالإضافة إلى فهم وجهة نظر المرسل والتفاعل مع آرائه وأفكاره.

3-1-2- الوسائط المتعددة (multimedia):

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنمساني - دراسة لسانية-، 184.

² - محمد شوقي شادي، الحاسب الإلكتروني ونظم المعلومات، (د-ط)، دار النهضة، بيروت-لبنان، 1938م، ص: 16.

ويقصد بها كل التقنيات والأجهزة المرتبطة بالحاسوب كاستعمال النص والصوت والصورة في أي عملية تواصلية، ويمكن أن ندرج أيضا الألعاب والتمارين والاختبارات وبعض المقاطع الصوتية أو المشاهد المصورة¹.

وهي كذلك نظام اتصال يتيح مزيجا من النص والصوت والفيديو والرسم المتحرك. فالوسائط المتعددة أو الملتيميديا مصطلح واسع الانتشار يشير إلى استعمال عدة وسائط اتصالية مختلفة لحمل المعلومات، وهو مصطلح يقابل مصطلح "وسائل الإعلام" (media)².

ومن بين إيجابيات هذه الوسائط:

-التشويق والإثارة.

-الإقناع والإفادة.

-سهولة الاستعمال.

-الانفتاح على الثقافات الأجنبية³.

إلا أن الوسائط لا تكون دائما مفيدة وفعالة، وذلك بالنظر إلى عدة أشياء منها طبيعة الجمهور وحمه ومستواه المعرفي، ففي حالة كانت الرسالة موجهة إلى جمهور أو فئة شعبية لا يؤهلها مستواها العلمي البسيط إلى فهم ما تتضمنه من معرفة وأفكار فإن الخطيب لا يحتاج إلى هذه الوسائط لأنها لن تحقق أي فائدة حينها.

3-1-3- الأثرية:

¹ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 188.

² - حسني محمد نصر، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي - التطبيقات والإشكالات المنهجية-، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 10-11 مارس-2015م، ص: 16-17.

³ - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 189.

من المعلوم أن جل الخطباء والجماهير يستعملون الأنترنت للتواصل وتبادل المعلومات فقد يلجأ الخطباء المشهورون لجمع المعلومات حول قضية ما كطرح بعض القضايا للتصويت عليها، ويكون الطرح على شكل أسئلة.

فالأنترنت هي الوسيلة الأنجع لنشر خطب أو محاضرات أو أفكار¹.

وتعد أهم وسيلة إعلامية على الإطلاق في الوقت الراهن، وذلك لعالميتها وسهولة استخدامها إضافة إلى غزارة المعلومات وتنوع المصادر.

3-2-التواصل الجماهيري والتواصل الإعلامي:

تحدث الكاتب في مدخل هذا العنصر عن كيفية استفادة المتكلم من ثورة الاتصال والإعلام ويوظفها لصالحه لكسب أكبر عدد من الجماهير على اختلاف زماها ومكاتها.

فقد مكنت هذه التكنولوجيا الإنسان من كسر الحدود والمسافات وتحقيق التواصل على نطاق واسع أكثر من قبل، فلهذا نجد أشهر الخطباء السياسيين يوظفون الإعلام أثناء الترويج لأحزابهم السياسية بهدف كسب الرأي العام والمزيد من التأييد لأفكارهم وآرائهم².

وعليه وجب على الخطيب أن يتقن استثمار الوسيط الإعلامي بطريقة جيدة وذلك بهدف زيادة شعبيته وتقوية نفوذه، وكذا تبليغ أفكاره بصورة أوضح.

وتتباين الوسائط الإعلامي من حيث شدة وقوة التأثير، فالتلفزة مثلا استطاعت منذ ظهورها التأثير على العديد من الأفكار والمبادئ والقيم وهذا لان كل البيوت تقريبا تحتوي على هذا الجهاز، وتتابع ما يعرض بواسطته، فهي الوسيط الإعلامي الأكثر شعبية أكثر من الجرائد.

3-2-1-اللقاءات الإعلامية التلفزيونية:

¹ - علي تاعوينات، التفاعل في الوسط المدرسي، ص: 78.

² - ينظر: امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 193.

عادة ما يتم استضافة خطباء مشهورين أو مبتدئين في بعض اللقاءات التلفزيونية المباشرة وغير المباشرة لمناقشة قضية معينة أو توجيه نداء أو رسالة معينة سواء كانت دينية أو سياسية أو اجتماعية أو فقط للتعليق على بعض الأحداث التي يشهدها المجتمع¹.

وعليه فلكل لقاء إعلامي تقنياته وطرق إجرائه الخاصة به، يتوجب على المتكلم إدراكها لكي يتجنب الوقوع في سلبيات وأخطاء من شأنها أن تقلل من شعبيته وتحد من وضوح حديثه وأفكاره.

3-2-1-1- قبل اللقاء:

ينصح خبراء التواصل بضرورة التهيؤ المسبق للقاء الصحفي التلفزيوني أو الإذاعي أو غيرها ويكون هذا الاستعداد وفق خطوات هي:

- التعرف الجيد على الهيئة المستضيفة من ناحية المكان، التوجه، اسم البرنامج والمذيع....إلخ.

- التعرف على نوع المقابلة مباشرة أو مسجلة، وكذا موضوعها ومدتها.

- ليس كل ما في الذهن يقال بل يجب إجراء بعض التعديل في الإجابة عن الأسئلة.

- مناسبة المقال للمقام، أي إعطاء كل سؤال حقه من الجواب أي إذا كان يستدعي الاسترسال في الإجابة والعكس.

- التعرف على زمن اللقاء ليعرف كيف يتحدث أي ليتناسب الزمن مع الأفكار المطروحة².

3-2-1-2- أثناء اللقاء:

تقوم أي استضافة سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة في أي قنوات تلفزيونية على شيئين اثنين مهمين:

¹ - المرجع نفسه، ص: 194.

² - ينظر: محمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية، ص: 195.

أولاً- التأثير البصري:

ويدخل في كل ماله علاقة بالديكور داخل الأستوديو والإنارة وشدتها وضعفها.....إلخ.

ثانياً- التأثير النفسي:

ويدخل في كل ماله علاقة بالجانب النفسي كالقلق والتوتر وكذا الثقة بالنفس وأيضاً تفاعل المتكلم مع الصحفي..... إلخ.

3-2-2-الرسالة اللغوية الإعلامية وسبل الإقناع:

عادة ما يستعين المتكلمون في مجال التواصل الجماهيري عموماً والسياسي خصوصاً بخبراء ومختصين في المجال لتسهيل نقل أفكارهم وجعلها أكثر فاعلية وإثارة في نفوس الجماهير وأذهانهم، وكذلك يتلقى السياسيون تدريبات وتقنيات وأساليب الظهور أمام الكاميرات واستمالة الجماهير والمشاهدين¹.

ومن بين هذه الاستمالات:

1-الاستمالات العاطفية (emotional appeals):

تقتضي استعمال شعارات ورموز بعرض التأثير في المتلقي وجعله يحتزل مجموعة من الأفكار في فكرة واحدة، هذه الفكرة هي التي تخدم توجهاتهم السياسية.

ومن الأمثلة على هذا النوع من الاستمالات استخدام بعض الدلالات قد تكون هذه الدلالات سلبية تضيف نوعاً من الرفض على الاسم والفاعل ومن ذلك مثلاً استخدام كلمات: نازي، إرهابي متطرف، معتدل، أو مفكر.... إلخ.

تحمل هذه الدلالات شحنة عاطفية تؤدي إلى قبول أو رفض الفكرة أو الشحنة².

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 203.

² - المرجع نفسه، ص: 203.

2- الاستمالات العقلانية (rational apael):

- وتعتمد على تقديم الحجج والبراهين والشواهد المنطقية، وإدحاض الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:
- الإستشهادات بالمعلومات والأحداث الواقعية.
 - تقديم الأرقام والإحصاءات.
 - بناء النتائج على مقدمات.
 - تنفيذ وجهة النظر الأخرى¹.

3- استمالات التخويف (frightinig apael):

- وتعمل على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس من الحرب لتبرير زيادة الإعتمادات الخاصة بالتسليح، وتحذير الناس من الأمراض حتى يسارعوا في الكشف الطبي الدوري².

¹ - امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ص: 204..

² - المرجع نفسه، ص: 205

الخطبة

- وفي ختام بحثنا هذا توصلنا إلى جملة من النتائج حول التواصل الإنساني من حيث المبادئ والأساسيات والمجالات، وكذا التواصل الجماهيري وتقنياته ومبادئه ونوجز هذه النتائج فيما يلي:
- 1- إنَّ الفرق بين مصطلحي التواصل والاتصال يتمثل في أنَّ الأول أنسب وأقوى في الدلالة على المعاملات والعلاقات بين النَّاس والثاني لا يتعدى نقل الاحتياجات البيولوجية كالبحث عن الطعام وتنظيم التجمعات كالتواصل اللغوي الحيواني لدى الحشرات مثلاً.
 - 2- تحديد مفهوم التواصل في المعاجم العربية والأجنبية وكذا الدراسات والأبحاث المتخصصة ذات الطابع اللساني، وكذا عوامل إنجاح هذا التواصل وفشله.
 - 3- يقوم التواصل على عناصر أساسية هي: المرسل، والمرسل إليه، والرسالة، والمرجع، والقناة، واللغة.
 - 4- التفصيل في المجال اللفظي الذي يعد ذو طبيعة تلفظية لسانية، يقوم على تشغيل اللغة بمختلف ملفوظاتها الصوتية والتعبيرية والصرفية والتركيبية والدلالية. بالتطرق إلى المهارات اللغوية الأربع (الاستماع، المحادثة، القراءة والكتابة) ودورها في تفعيل العملية التواصلية وكذا التواصل غير اللفظي وهو بدوره ذو طبيعة سيميائية يستند إلى الحركات والإشارات، وسيمياء المكان ولغة الوجه والجسد والأطراف، وأهم العناصر الأساسية التي تدخل ضمنه.
 - 5- تحديد الفرق بين التواصل الجماهيري الذي يعنى التواصل القائم على التفاعلية والآنية بين المرسل والمتلقي، والتواصل الإعلامي الذي يعتمد الوسيط الإعلامي من (تلفزيون، راديو، جرائد....).
 - 6- تقديم بعض النماذج الخاصة بالتواصل اللسانية منها وغير اللسانية، وتطرقنا إلى أشهرها وأكثرها تداولاً في مجال البحث اللساني كنموذج جاكسون وهاليداي، نموذج ديل هايمز، نموذج كنالي

وسوارين، ونموذج سيمون ديك، وكذلك نموذج شانون وويفر، نموذج هارولد لاسويل، نموذج تشارلز أركود.

7- تعريف التواصل الجماهيري الذي ليس هو ترجمة المصطلح الإنجليزي (mass communication) وإنما ترجمته المضبوطة هي: التواصل الإعلامي الذي يعتمد على الوسيط الإعلامي في نقل الرسالة اللغوية وغير اللغوية، أما التواصل الجماهيري فهو التواصل الذي يقوم على التفاعل الآني والمباشر بين المتكلم والجمهور وفق شروط محددة.

8- مبادئ التواصل الجماهيري هي: معرفة الذات، معرفة الجمهور، المعرفة بالرسالة، التركيز على الرسالة وليس الذات.

9- يمكن التواصل على أساس الإعلامي والتكنولوجي يمكن سببا في فشل العملية التواصلية إذا لم تستثمر أدواتها بالشكل الصحيح، الذي يمكن كل من المرسل والمتلقي من الاستفادة الجيدة من الإمكانيات الهائلة والخدمات المتنوعة التي توفرها هذه التكنولوجيا الحديثة في مجال التواصل الإنساني بصفة خاصة.

10- لا بد على المتكلم أن يعرف متى وكيف يخاطب الجمهور عبر الوسيط الإعلامي اعتمادا على مجموعة من الطرق والتقنيات، مع المعرفة ببعض الاستمالات التي يفضل استعمالها في صياغة الرسالة الموجهة للجمهور بغرض استقطابه والتأثير فيه ومن ثم كسب ثقته، ومن هذه الاستمالات: الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلانية، واستمالات التخويف

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

- 1- القرآن الكريم.
- 2- ابن فارس، أبو الحسين أحمد بن زكريا، المقاييس في اللغة، تح: عبد السلام محمد هارون، (د- ط)، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، (د- ت- ن).
- 3- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر، بيروت، لبنان، ج(1)، (د- ط)، (د- ت- ن).
- 4- أبو أصعب صالح خليل، الاتصال الجماهيري، ط(1)، دار الشروق، عمان- الأردن، (د- ت- ن).
- 5- أجدير بريس، محمد أوشن، الجمعة 01 يناير 2016م، 00:30.
- 6- أحمد المتوكل، اللسانيات الوظيفية - مدخل نظري-، (د- ط)، منشورات عكاظ، الرباط، المغرب، 1989م.
- 7- أحمد المتوكل، قضايا اللغة العربية في اللسانيات الوظيفية- بنية الخطاب من الجملة إلى النص-، (د- ط)، دار الأمان، المغرب، الرباط، 2001م.
- 8- أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام: انجليزي، فرنسي، عربي، ط(2)، دار الكتاب المصري والبناني، القاهرة- مصر-، - بيروت- لبنان، 1994م.
- 9- أحمد عزوز، الاتصال ومهاراته- مدخل إلى تقنيات عن التبليغ والحوار والكتابة-، ط(1)، منشورات مختبر اللغة العربية والاتصال، جامعة وهران01، أحمد بن بلّة، 2016م.
- 10- الأزهري، تهذيب اللغة، ج(1)، (د- ط)، دار صادق للطباعة والنشر، القاهرة- مصر، 1976م.
- 11- الجاحظ، أبو عثمان عمر بن بحر، البيان والتبيين، ج(1)، ط(4)، تح: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، (د- ت- ن).

-
- 12- امحمد إسماعيلي علوي، التواصل الإنساني - دراسة لسانية-، ط(1)، دار الكنوز للمعرفة، الرباط، المغرب، 1434هـ / 2013م.
- 13- ايليا حاوي، فن الخطابة وتطوره، ط(1)، دار الثقافة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان، 1997م.
- 14- تاعوينات علي، التواصل والتفاعل في الوسط المدرسي، (د- ط)، الحراش - الجزائر، 2009م.
- 15- تشارلز داروين، التعبير عن الانفعالات في الإنسان والحيوانات، تر: مجدي محمود المليجي، (د- ط)، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة- مصر، 2005م.
- 16- توماس جون كلايتون، مشاركة الجمهور في اتخاذ القرارات العامة، (د- ط)، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة- مصر، 2006م.
- 17- جمعة سيد يوسف، سيكولوجية اللغة والمرض العقلي، (د- ط)، عالم المعرفة، العدد: 145، الكويت، (د- ت - ن).
- 18- جميل حمداوي، التواصل اللساني والسيميائي والتربوي، ط(1)، الألوكة، الرباط، المغرب، 2015م.
- 19- حسني محمد نصر، مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي - التطبيقات والإشكالات المنهجية-، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 10- 11 مارس- 2015م.
- 20- خلاف بومخيلة، جمهور الطلبة الجزائريين - وسائل الإعلام المكتوبة-، مذكرة ماجستير غير منشورة-، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منشوري، قسنطينة، 2006م / 2007م.
- 21- ذهبية حمو الحاج، لسانيات التلفظ وتداولية الخطاب، ط(1)، دار الأمل للطباعة والنشر، 2005م.

- 22- راتب عاشور، محمد فؤاد الحوامدة، أساليب تدريس اللغة العربية بين النظرية والتطبيق، ط(1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن-، 1424هـ / 2003م، 1427هـ / 2007م.
- 23- رحيمة الطيب عيساني، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008م.
- 24- رولان بارت، مبادئ علم الدلالة، تر: محمد البكري، ط(1)، دار الحوار للنشر والتوزيع، اللاذقية- سوريا، 1987م.
- 25- زهدي محمد عيد، فن الكتابة والتعبير، (د- ط)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 200م.
- 26- سيوييه، الكتاب، ج(1)، تح: عبد السلام محمد هارون، ط(3)، مكتبة الخانجي، القاهرة- مصر، 1988م.
- 27- صالح نصيرات، طرق تدريس العربية، ط(1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006م.
- 28- عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، ط(1)، الشركة المصرية العالمية للنشر، الوجمان، 2006م.
- 29- عبد الكريم غريب، التواصل - نظريات ومقاربات-، تر: عز الدين الخطابي، زهور حوثي، (د- ط)، منشورات عالم التربية، دار البيضاء، 1428هـ / 2007م.
- 30- عبد الله علي مصطفى، مهارات اللغة العربية، ط(1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن-، 2002م.
- 31- عز الدين البوشيخي، القدرة التواصلية وأشكال بناء الأنحاء، أطروحة دكتوراه مرقونة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، مكناس، المغرب، 1989م.

- 32- عز الدين الريّاني، التواصل اللفظي وغير اللفظي، (د- ط)، دار القلم للطباعة والنشر، 2008م.
- 33- فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط(1)، دار الفكر، دمشق- سوريا، 2002م.
- 34- كارنيجي ديل، كيف تستمع بحياتك وعملك، (د- ط)، مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية، 2004م.
- 35- محسن علي عطية، الكافي في أساليب تدريس اللغة العربية، ط(1)، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2006م.
- 36- محمد شوقي شادي، الحاسب الإلكتروني ونظم المعلومات، (د- ط)، دار النهضة، بيروت- لبنان، 1938م.
- 37- محمد صلاح الدين، تدريس اللغة العربية في المرحلة الثانوية، (د- ت)، دار الفكر العربي، القاهرة- مصر، 2000م.
- 38- محمد عبد الرحمن، دليل علم لغة الجسد.
- 39- محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط(1)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2007م.
- 40- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج(3)، (د- ت)، دار الفجر والتوزيع، القاهرة- مصر، 2003م.
- 41- منى سعيد الحديدي وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، ط(1)، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة- مصر، 2004م.
- 42- منير حجاب، محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة- المدخل الاتصالي-، (د- ت)، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة- مصر، 1995م.

43- موسى محمد الأمين، الاتصال غير اللفظي، ط(1)، مطابع امبريال، الرباط - المغرب،
1996م.

44- عبد الجليل مرتاض، اللّغة والتواصل - اقترابات لسانية للتواصلين: -الشفهي
والكتابي-، ط(1)، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000م.

45- محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط(1)، دار المشرق الثقافي، عمان - الأردن،
2006م.

الفهرس

	فهرس الموضوعات
	كلمة شكر
	إهداء
أ	مقدمة
05	مدخل
10	قراءة في مقدمة الكتاب
11	الباب الأول: التواصل: مفاهيم ومبادئ وأساسيات
11	المبحث الأول: التواصل: المصطلح والمفهوم
11	1-1- التواصل في بعض المعاجم العربية والأجنبية
11	1-2- التواصل في الدراسات المتخصصة:
13	المبحث الثاني: عناصر العملية التواصلية
13	1-1- السياق الغربي
15	2-2- السياق الغربي:
16	المبحث الثالث: نجاح التواصل وفشله
16	1-3- عوامل ذاتية
18	2-3- عوامل خارجية
18	3-3- التواصل والثقافة
20	المبحث الرابع: أنواع التواصل
20	4- التواصل اللفظي: (verbal communication)
20	1-4- مهارة الاستماع
22	1-4-2- مهارة المحادثة وأهميتها في التواصل
23	1-4-3- مهارة القراءة

25	4-1-4-مهارة الكتابة
26	4-2-التواصل غير اللفظي
28	4-2-1-أهمية التواصل غير اللفظي
30	المبحث الخامس: مجالات التواصل الإنساني
30	5-1-التواصل الذاتي(الداخلي): (interpersonnel communication)
30	5-2-التواصل الخارجي
34	المبحث السادس: أهداف التواصل الإنساني
34	6-1-أهداف التواصل حسب ديفيتو
34	6-2-الغاية الكبرى للتواصل
35	المبحث السابع: بعض النماذج اللسانية وغير اللسانية
35	7-1-تعريف النموذج
35	7-2-النماذج اللسانية
41	7-3-النماذج غير اللسانية
45	الباب الثاني: مبادئ التواصل الجماهيري وتقنياته
45	المبحث الأول: التواصل الجماهيري: تحديدات وتعريفات
45	1-1-مصطلح الجمهور
46	1-2-الخصائص العامة للجمهور
48	1-3-تعريف التواصل الجماهيري
51	1-4-مجالات التواصل الجماهيري
53	1-5-أنواع التواصل الجماهيري
57	1-6-أهمية التواصل الجماهيري في الحياة
58	المبحث الثاني: المبادئ الأساسية للتواصل الجماهيري
59	2-1-المبدأ الأول: معرفة الذات

60	2-2-المبدأ الثاني: معرفة الجمهور
62	2-3-المبدأ الثالث: المعرفة بالرسالة
62	2-4-المبدأ الرابع: التركيز على الرسالة وليس الذات
63	المبحث الثالث: تكنولوجيا الإعلام والمعلومات واستعمالها في التواصل الجماهيري
63	3-1-تكنولوجيا المعلومات واستعمالها في التواصل الجماهيري
66	3-2-التواصل الجماهيري والتواصل الإعلامي
71	خاتمة
74	قائمة المصادر والمراجع
80	فهرس الموضوعات