



الجمهورية الجزائرية الشعبية الديمقراطية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945

العلمية
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال والمجتمع

الموضوع

المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وتأثيرها على

فاعلية الرسالة الإعلامية

دراسة ميدانية عينة على طلبة جامعة قالمة

إشراف الأستاذ:

سردوك علي .

إعداد الطلبة:

- قاسمي أميرة
- زغدودي صليحة .
- حزام شافية.

السنة الجامعية 2015-2016

Handwritten Arabic calligraphy in blue ink, featuring the word "الله" (Allah) in a highly stylized, cursive script. The text is surrounded by decorative flourishes and small, illegible markings.



كلمة شكر و تقدير:

قال تعالى: "ولئن شكرتم لأزيدنكم" صدق الله العظيم

نشكر الله تعالى الذي وهبنا نعمة العلم وألممنا الإرادة والصبر والثقة بالنفس، والذي يفضله
أتممنا هذا العمل المتواضع، فالحمد لله على كل نعمة أنعمها علينا.

نتقدم بالشكر الجزيل والخالص الإمتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز هذا
العمل، وفي تذليل ما واجهناه من صعوبات، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف: "سردوك علي"،
الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث،

وإلى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال...

كما نتقدم بالشكر إلى "أمال جبابلة" التي لازمتنا طوال فترة تربصنا

وإلى كل عمال الإذاعة من دون استثناء.....

إلى كل هؤلاء نتقدم بالشكر الجزيل مع فائق التقدير والإحترام.

وقبل وبعد فالشكر لله والله الحمد في الأولى والأخير.

"أميرة صليحة شافية"

إهداء

إلى من قال فيهما الرحمان: "واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقال ربني ارحمهما كما ربياني صغيرا". سورة لقمان 14

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى التي سهرت الليالي من أجلي وكانك سببا فيما أنا عليه اليوم. إلى التي جعل الله تدك قدميها الجنة. إلى التي مهما قلبك ووصفت فيها لن أوفيتها حقها. إلى أمي العزيزة و الغالية أدامها الله لي بسمة حياتي.

إلى والدي الذي سقاني من عرق جبينه ورضي الذل و الهوان من اجلنا انا و اخوتي. إلى ابي الغالي.

إلى من قاسموني مر الحياة و حلوها. إلى من عشت معهم تدك صفوة واحد. إخوتي الأبية. "حمدني دنيا مدسن".

إلى جدتي الغالية من ورثة أمي جميل الطباع و النضال الحميدة

إلى خالتي المحبوبة روبي مع تمنياتي لشفاؤها العاجل. إلى خالتي نوبو

إلى أستاذي التقدير "سردوك علي" الذي ساعدني في بحثي هذا ويرجع له كل الفضل و التقدير. إلى زميلاتي في العمل "أحلام و ميرة" لهن

زميلاتي في الجامعة هدى إيمان مروى سيما سميرة

إلى صديقاتي الموقرات "سماح بسمة حنان مزي".

إلى أختي صديقتي سكراني

شافية

إهداء

سر أيها الماشي إنها أثارك التي سوف تبقى

سر أيها العابر فلا شيء ينفع غير المسير

سر أيها السائر ولو بدون طريق

إن الطريق كما تعلم تصنع بالمسير

إلى من حملتني وهننا على وهن، إلى من سهرت من أجلي الليالي الطوال إلى أحن صدر ألجأ إليه،

إلى أعظم إنسانة لي في هذا الوجود.

إلى زهرة أزاحت همي ونجمة أنارت دربي، إلى من شاء الله أن تكون والدتي إليك أنت يا أماه **فريدة**

ثم إلى من شقي وتعب الأيام والسنين إلى من تغاني حتى يوفر لي كل ما أحتاج إلى مثالي الأعلى في هذه الحياة، إلى أعظم رجل في هذا الوجود.

إلى من شاء الله أن يكون والدي، إليك أنت يا أبي **يوسف**.

ثم إليك يا سندي في هذه الدنيا أخي **بلال**، وإليكم يا أختي **نبيلة** وزوجها العزيز على قلبي الذي أنسى وقوفه إلى **جانب نبيل، وسام وزوجها عامر، ناريمان وزوجها حمزة**

إلى من أحببتهم بكل جوارحي، إلى من عشت معهم أحلى أيام عمري إلى من متبقي ذكراهم في مخيلتي ما حييت.

إليك يا رمز الوفاء والصبر صليحة وإلى عنوان الفرح شافية، إلى خالتي وخالاتي.

وأخص بالذكر أعز ما لدي في الدنيا والأقرب إلى قلبي العزيزة ريان

والكتكوتة "نادين سلوان" وشمس الدين ومعتز بالله ولميس.

إلى من عمل معي بكد بغية اتمام هذا العمل، إلى أعز إنسان "حمزة".

وحتى لا أنسى صديقاتي **إيمان، عفاف، إيمان، سلمى، هدى، هاجر**

أميرة

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

إهداء

لي من نزلت فيه الآية الكريمة بعد بسم الله الرحمن الرحيم: " ووصينا الإنسان بوالديه . حملته أمه وصنا على ومن ونضاله في غممين . أن أحضوا لي والوالدك والي

المصير.... "

إلى ضياء قلبك وسر أظفرك، إلى البسمة الحائمة، إلى من كانت سندا وعمودا وطاعة وهدانا، إلى من كنيتني الوجدان ومنحتني الحب والحنان، وضمتني لصدركما في

الأحضان، إلى من أثارك طريقتنا وكانك روضة حرينا، " أمي الغالية".

إلى من كان الدليل المنير، إلى من أعطى ولم يطلب، إلى من تمنى لي أكثر مما تتمنى لنفسه، إلى " أربي العزيز الغالي"

حفظكم الله.

إلى إخوتي الأغزاء، إلى تاسمونى مر الحياة وطولها، إلى من منحوني لثقة الظلمة " حسان، عزيز، والأخص محمد"، كبتهم غناوين تمجدي نمو الصعود، حفظكم من كل ما يفسد لي نبيما مدي

الحياة.

إلى أختي " صبرينة" أتمنى ومن كل قلبك أن يكتب الله لها في كل سنة معادة وفي كل كلمة معادة وفي كل رزق زيادة وفي كل عمل عبادة، وفي كل خطوة استجابة وفي كل خطوة

بركة ومن العين حباية.

إلى أختي "مصيلة" خصب وياضك قيمة للاك، أتمنى أن يعمرك الله بحبه وهدى من يديك، وأن يحفظ قلبك دينك ويزيل همك ويحل التوابع طبعك ويكتب لك الصلوة أينما خصبك

ونزلك، ويعطيك ما تتمنين ويمتج ناطرتنا برويتك على أحسن حال

حفظكم الله

إلى أستاذي العظيم "سردوك علي" ومنحه الله في عمله.

إلى صديقتي ورميقتي في عطف المدونة "خاتمة أميرة" اللتان جعل لهما جعل الأنايس، بعد نيتك عن أمثالكن بين اللسان محذرك تطلي كعبا من الزنجير عن الجومر

والعاس؟

أتمنى لكم دوام النجاة في جميع مجالات حياتكن خاصة المنصرية.

إلى صديقتي المقتراب: " حنان، روضة" ذ

تعبه طيبة إلى كل أفراد العائلة كل باسمه.

إلى كل طلبة الإعلام واتصال تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالجمعية دعوة تخريج 2016، فمعكم أميرة لاجل الأوقات في جمع المعلومات.

إلى كل المسلمين على هذا مثل النور ليضئوا لأجيال القادمة العدي والتقدم

إلى كل أعضاء كلية العلوم الإنسانية بجامعة -المد-

إلى كل من حضر أمسية قسم الإعلام والاتصال الذين كانوا دائما في عطف مستعير ولم ينحرفوا عنها بشيء، فليباركهم الله

إلى كل مولاهم أمدي ثمرة جهدي.

إلى كل من تصبغ عذبة المذكرة

صباحة

إلى كل من كان له نصيب من عطفه مذكرتي.

	البسمة
	الشكر والعرفان
	الإهداء
V....I	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال والمخططات
أ-ب	مقدمة عامة

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

03	الإشكالية
05	أهمية الدراسة
06	أهداف الدراسة
07	أسباب اختيار الموضوع
07	منهج الدراسة
08	أدوات جمع البيانات
10	مجتمع الدراسة و العينة
11	المجال الزماني والمكاني
11	تحديد المفاهيم و المصطلحات
17	الدراسات السابقة

الإطار النظري

الفصل الثاني: المهارات الإتصالية

22	تمهيد
23	المبحث الأول: مهارة الاستماع
23	تمهيد
24	المطلب الأول: أهمية الإستماع وأهدافه
29	المطلب الثاني: عناصر عملية الإستماع

30	أولاً: المتحدث
31	ثانياً: الرسالة
33	ثالثاً: المستمع
	رابع: الإدراك
39	خامساً: الظروف البيئية
40	سادساً: التشويش
41	المطلب الثالث: متطلبات عملية الاستماع
41	أولاً: الأذن
42	ثانياً: الصوت
43	ثالثاً: الصوت الإنساني
44	رابعاً: اللغة التواصلية للإنسان
45	المطلب الرابع: أنواع الإستماع و المستمعين
45	أولاً: أنواع الإستماع
47	ثانياً: أنواع المستمعين
49	المطلب الخامس: معوقات الاستماع الجيد
50	المطلب السادس: تنمية مهارات الاستماع
50	أولاً: تنمية مهارات الإستماع
51	ثانياً: الاستفادة من طبيعة البناء المعرفي للفرد
58	المبحث الثاني: مهارة الحديث
58	المطلب الأول: مفهوم الحديث وأهميته
60	المطلب الثاني: مراحل التخطيط للحديث الجيد
61	أولاً: مرحلة إعداد للحديث
65	ثانياً: مرحلة توجيه للحديث
66	ثالثاً: مرحلة تقويم للحديث
66	المطلب الثالث: سمات المتحدث الناجح
66	أولاً: السمات الشخصية
71	ثانياً: السمات الصوتية
73	ثالثاً: السمات الإقناعية

74	المطلب الرابع: مستلزمات الحديث المؤثر
75	أولاً: مستلزمات متعلقة بالمتحدث
78	ثانياً: مستلزمات متعلقة بالجمهور يضعها المتحدث في اعتباره
80	المبحث الثالث: مهارة السؤال
80	المطلب الأول: مفهوم السؤال وطبيعته
81	المطلب الثاني: أهمية السؤال
82	المطلب الثالث: وظائف السؤال
84	المطلب الرابع: مراحل توجيه الأسئلة
84	أولاً: مرحلة الاستعداد للسؤال
90	ثانياً: مرحلة طرح السؤال
93	ثالثاً: مرحلة الإجابة والتقوية ورجع الصدى
94	المطلب الخامس: أنواع الأسئلة
94	أولاً: تصنيف الأسئلة وفقاً لطبيعتها
98	ثانياً: أنواع الأسئلة وفقاً للشكل
104	ثالثاً: أنواع الأسئلة وفقاً للإتجاه
105	رابعاً: أنواع الأسئلة وفقاً للغرض
110	المبحث الرابع: مهارة القراءة
110	المطلب الأول: مفهوم القراءة
112	المطلب الثاني: المهارات اللازمة للقراءة
113	المطلب الثالث: طبيعة عملية القراءة
115	المطلب الرابع: أنواع القراءة
120	المطلب الخامس: تحسين مهارة القراءة
126	المبحث الخامس: مهارة الكتابة
126	المطلب الأول: أهمية مهارة الكتابة
128	المطلب الثاني: القواعد العامة للكتابة الفعالة
144	المطلب الثالث: التخطيط للكتابة المؤثرة
153	المبحث السادس: المهارة الجسدية
153	المطلب الأول: الأفعال أقوى من الكلمات

154	المطلب الثاني: نظرية التشارك العاطفي
155	المطلب الثالث: فوائد الحركة الجسمية المؤثرة
156	المطلب الرابع: طرق لجعل جسمك يتكلم بفعالية
161	المبحث السابع: مهارة الالتقاء
161	المطلب الأول: مرحلة عملية التحضير
162	المطلب الثاني: مرحلة تنظيم عملية التقديم
166	المطلب الثالث: مرحلة ما تحتاجه لمعرفة كيفية العمل واستخدام المساعدات المرئية
169	المطلب الرابع: مرحلة الأجزاء الثلاثة الرئيسية في تقديمك
169	أولاً: المقدمة
171	ثانياً: الموضوع (المحتوى)
172	ثالثاً: الخاتمة
172	المطلب الخامس: مرحلة أساليب التمرن والأداء
173	المطلب السادس: الخوف من المسرح وكيفية السيطرة عليه
178	المطلب السابع: الإلقاء الديناميكي
179	خاتمة الفصل

الفصل الثالث: العمل التلفزيوني

187	تمهيد
188	المبحث الأول: الأداء الصحفي ومقدم البرامج
188	المطلب الأول: الإحتياجات الصحفية اللازمة
188	المطلب الثاني: مميزات الصحفي التلفزيوني الناجح
191	المطلب الثالث: تعريف مقدم البرامج التلفزيوني أو المحاور
191	المطلب الرابع: أبرز سمات مقدم البرامج التلفزيونية
193	المطلب الخامس: مقومات المذيع التلفزيوني الناجح
198	المطلب السادس: بعض أعضاء فريق البرنامج التلفزيوني
199	المبحث الثاني: البرنامج التلفزيوني
199	المطلب الأول: تعريف البرنامج التلفزيوني
201	المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية
209	المطلب الثالث: أهم قوالب و تصنيفات البرامج التلفزيونية

211	المطلب الرابع: مكونات البرنامج التلفزيوني
213	المطلب الخامس: متطلبات إنتاج البرنامج التلفزيوني وخطوات صناعته
220	المطلب السادس: معايير و عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني
225	خاتمة الفصل

الاطار التطبيقي

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة

228	أولا: عرض البيانات وتحليلها
247	ثانيا: النتائج العامة لدراسة
251	الخاتمة
252	التوصيات والإقتراحات
255	قائمة المراجع

الملاحق

ملخص

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
228	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
228	توزيع أفراد العينة حسب السن	02
229	توزيع أفراد العينة حسب حجم الوقت الذي يقضيه الطالب أمام التلفزيون	03
230	توزيع أفراد العينة حسب درجات مشاهدات التلفزيون	04
230	توزيع أفراد العينة حسب الأوقات المفضلة لمشاهدة التلفزيون	05
231	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة البرامج التلفزيونية	06
232	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية اللغة الرسمية للطالب الجامعي	07
233	توزيع أفراد العينة حسب تأثير البرامج التلفزيونية في تنمية السلوكيات الإيجابية لدى الطالب	08
234	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب	09
235	توزيع أفراد العينة حسب دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية	10
236	توزيع أفراد العينة حسب التأثيرات السلبية للبرامج التلفزيونية	11
237	توزيع أفراد العينة حسب تقليد مقدمي البرامج التلفزيونية	12
237	توزيع أفراد العينة حسب نوع التقليد	13
238	توزيع أفراد العينة حسب رغبة الطالب في المشاركة في تقديم البرامج التلفزيونية	14
239	توزيع أفراد العينة حسب المهارات الإيجابية الواجب توفرها لدى مقدمي البرامج	15
240	توزيع أفراد العينة حسب تأثير المهارات الإيجابية على الرسالة الإعلامية	16
241	توزيع أفراد العينة حسب مدى تأثر الطالب الجامعي بمهارات مقدمي البرامج	17
242	توزيع أفراد العينة حسب المؤثرات المتعلقة بطريقة عرض البرامج	18
243	توزيع أفراد العينة حسب المؤثرات النفسية المتعلقة بالطالب الجامعي	19
244	توزيع أفراد العينة حسب المؤثرات الاجتماعية المتعلقة بالطالب	20
245	توزيع أفراد العينة حسب المؤثرات التعليمية والثقافية المتعلقة بالطالب	21
246	توزيع أفراد العينة حسب المؤثرات الترفيهية لدى طالب الجامعي	22

❖ قائمة الأشكال:

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
29	عناصر عملية الإستماع	01
35	تدفق المعلومات داخل النظام السلوكي	02
223	العلاقة بين عوامل نجاح البرنامج	03

❖ قائمة المخططات:

الصفحة	العنوان	رقم المخطط
212	يوضح مفهوم وعناصر البرنامج التلفزيوني والعلاقة بينهما	03

المقدمة

مقدمة:

لقد شهد القرن العشرون عدة تحولات جذرية مست العالم بكامله حيث تجلت أهم هذه التطورات في ظهور ما يسمى بالتقنيات الحديثة للإعلام المتمثلة في مختلف الأجهزة وكافة المعطيات ومبتكرات العصر من وسائل الإعلام والاتصال والتي اتجهت بخدمة مختلف الميادين العلمية وإلى كافة أنواع البشرية، إذ مست شتى مناهي الحياة الإنسانية.

لقد نتج عن التحولات التكنولوجية الحديثة المتلاحقة، وما أنتجته من وسائل الاتصال متطورة وضعا اتصاليا كونيا جديدا، ألغيت فيه جميع الحدود والمسافات وتقاربت فيه القارات وتشابكت فيه الثقافات، إذ أصبح الإعتماد على استخدام هذه التقنيات الحديثة متزايد في تطبيقات متنوعة في جميع المجالات، بالخصوص مجال الإعلام الذي أصبح يشغل مساحة واسعة في حياة الإنسان المعاصر الذي يعتمد عليه في الحصول على المعلومات وتوفير الراحة الذهنية والمتعة الفنية في بعض الأحيان، ويظهر مدى قوة إرتباط الإنسان المعاصر بالإعلام، إذا نظرنا إلى طول الفترة التي يقضيها الفرد العادي من حياته اليومية لمشاهدة التلفزيون، ومتابعة البرامج التلفزيونية العالمية وكذا برامج الإذاعات، مطالعة الصحف والمجلات، ثم الغوص في الشبكة العنكبوتية للبحث عن المزيد من المعلومات والمعطيات التي تدفع بالمتصفح على خدماتها المتعددة إلى الجلوس لساعات دون ملل.

وهذا إن دل فغنه يدل على أن الإعلام هو أحد حقائق الحياة المعاصرة التي لا يمكن للإنسان الإستغناء عنها.

باتت البشرية تدين في جانب كبير من أنشطتها اليومية إلى هذه الوسائل الإعلامية وفي مقدمتها التلفزيون لما لهذه الوسائل قدرة على التأثير والتغيير للمواقف والإتجاهات وإعتماده على عنصر الصوت والصورة في نقل المضامين الإعلامية.

إنما صنعته هذه الوسيلة خلال فترة وجيزة من الزمن، عجزت عن فعله باقي وسائل الإعلام الجماهيرية خلال عقود طويلة من العمل، إذ إمتدت وظائفها لتشمل كل أوجه النشاط الإنساني بالإضافة إلى قدرات هائلة في مجال نقل البيانات والأخبار من حيث السرعة والإتقان.

ومن المعلوم أن تقنيات التلفزيون الحديثة قد أدت بالفعل إلى تغيرات ملموسة ليس في جانب الشكل البرامجي فحسب، بل ولدت معها أساليب فنية جديدة في كيفية كتابة وإعداد البرامج التلفزيونية العامة والمتخصصة وبالأخص التقنيات الجديدة التي أدخلت في المجال الإعلامي حسنت من العمل التلفزيوني شكلا ومضمونا.

ومع زيادة التطورات إزدادت المنافسة لتقديم خدمة برامجية في فضاء إعلامي مفتوح للاستحواذ على أكبر عدد ممكن من المشاهدين ومن ثم تحقيق أهداف التي تصبو إليها.

إن زيادة المعلومات وظهور التقنيات الحديثة لهما دور فعال في تحسين العمل الإعلامي التلفزيوني بشكل كامل فهي مكونات تؤثر وتتأثر مباشرة.

وفي ظل كل هذه التغيرات التي يشهدها العالم عامة والجزائر خاصة، والتي جعلت التلفزيون وسيلة أكثر أهمية من الوسائل الإعلامية الأخرى لكونها المصدر الأول للمعلومة، وبذلك تحتل الوظيفة البرمجية صدارة الإهتمام في مجال العمل التلفزيوني الجزائري التي تعتمد في مجملها على التقنيات الحديثة التي استفادت منها في السنوات الأخيرة بشكل تدريجي قصد تحسين الأداء وتقديم خدمة برمجية متميزة تحوز إهتمام الجمهور شكلا ومضمونا. وسنحاول في دراستنا هذه أن نسلط الضوء على أثر المهارات الاتصالية التلفزيونية معتمدين على خطة بحثية مقدمة كالآتي:

حيث تناولنا في الفصل الأول المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وقد قسم هذا الفصل إلى سبع مباحث، فالمبحث الأول يتناول مهارة الاستماع ويتضمن ست مطالب والمتمثلة في أهمية الإستماع وأهدافه عناصره، متطلباته، أنواعه ومعوقاته.

أما المبحث الثاني تناولنا مهارة الحديث حيث متضمنا في ذلك أربع مطالب والتي تكمن في مفهوم الحديث أهميته، مراحل التخطيط للحديث الجيد، سمات المتحدث الناجح وكذا مستلزمات الحديث المؤثر. أما المبحث الثالث قد تناولنا فيه مهارة السؤال ويتضمن خمس مطالب تشمل مفهوم السؤال وطبيعته أهميته، وظائف وأنواعه.

بينما المبحث الرابع فقد تناولنا فيه مهارة القراءة ويضم خمس مطالب تحدثنا فيها عن مفهوم القراءة والمهارات اللازمة لها تحسينها....إلخ.

أما المبحث الخامس فتناولنا فيه مهارة الكتابة ويتضمن في ذلك ثلاث مطالب شملت أهمية الكتابة والقواعد العامة لها وكذا التخطيط للكتابة المؤثرة.

أما المبحث السادس قد تناولنا فيه المهارة الجسدية تحتوي على خمس مطالب ذكرنا فيها النظريات الخاصة بمقدمي البرامج.

بينما المبحث السابع والأخير قد تناولنا فيه مهارة اللقاء متضمنا سبع مطالب ذكرنا فيها مراحل اللقاء للمقدم الناجح.

أما عن الفصل الثاني فتناولنا فيه العمل التلفزيوني حيث قسمناه إلى مبحثين، فتناولنا في المبحث الأول الأداء الصحفي ومقدم البرامج ويتضمن ست مطالب شملت الإحتياجات الصحفية اللازمة، مميزات الصحفي التلفزيوني الناجح، أبرز سمات مقدم البرامج التلفزيونية ومقوماته وكذا جل أعضاء فريق العمل التلفزيوني.

بينما تناولنا في المبحث الثاني البرنامج التلفزيوني والذي يضم ست مطالب تحتوي على تعريف البرنامج التلفزيوني، أنواعه، مكوناته، أهم فوائده، معايير وعوامل نجاحه وكذا متطلبات إنتاجه وخطوات صناعته .

وقد خصصنا الفصل الرابع والأخير للجانب التطبيقي حيث استخدمنا استمارة استبيان، قمنا بتوزيعها على أفراد العينة ثم تحليل البيانات الميدانية واستخلاص النتائج العامة لنتتهي بخاتمة كلية تتضمن إيقاف بحثنا وخلاصة هذه الدراسة.

الإطار النظري

الفصل الأول:

إطار الدراسة و منهجيتها

❖ الإشكالية:

كما يشكل الإعلام محورا أساسيا في عصرنا الراهن لما له من خصائص التنوع التفرد والتعدد على جميع الأصعدة والميادين فهو فناة ناقلة لمختلف الأفكار والتوجهات والرؤى المتعددة وما تحمله من رسالة مجتمعية فالتحدث عن الإعلام يعود بنا إلى مختلف السياقات التاريخية، الاجتماعية التي أعطت صياغة جديدة وبناء جديد للإعلام في مختلف تطور مراحل البشرية.

ولقد ساهمت التكنولوجيا الرقمية التي جاءت في الألفية الثالثة بفعالية في إنجاح العمل الإعلامي بالأخص التلفزيوني، و أعطت فقرة نوعية في هذا المجال باعتبارها ثورة حقيقية في مجال المعلوماتية للقرن 21، الأمر الذي أكده الباحث "مارشال ماكلوهان" عندما أكد بأن الوسيلة هي الرسالة ، وبالتالي عمل تكريس الحتمية التكنولوجية حيث خلقت التكنولوجيا الحديثة ظروفًا جديدة و متلائمة و متطلبات العصر واحتياجات الجمهور المتبع لمضامين الوسائل الإعلامية بمختلف محاورها ، متخطية بذلك كل الحدود الزمانية والمكانية، الأمر الذي جعلها تفرض رهانات جديدة في المجال الإعلامي لتصبح بذلك حتمية حقيقية.

إن مساهمة التقنية الرقمية في سير العمل التلفزيوني بشكل سريع وفعالية قصوى، قد أدى إلى تطور الطرح البراجمي المتنوع الذي يخدم بدوره فئة الجماهير العريضة في كل بقاع العالم.

كما الإنتاج البرامج يقدم لنا قضايا مختلفة و متعددة حسب أذواق الجماهير وتطلعاتها، فالمتابع الدائم للبرامج و الحصص التلفزيونية يلاحظ اختلاف العروض المقدمة حسب ما توفره الوسائط المتعددة من تقنيات مستحدثة لإعداد تلك البرامج حيث مكنت إسهامات التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال متغير نمط عرض الحصص التلفزيونية.

فالناس في جميع أنحاء العالم منذ أكثر من أربعين عاما كانت تتجمع مساء حول أجهزة التلفزيون لمشاهدة نشرات الأخبار و مشاهدة تفاصيل ما سمعوا عنه من خلال الراديو أو قراءته في الصحف و هذا في حد ذاته جعل لجهاز التلفزيون القول الفصل و الكلمة الأخيرة بين ما يصدقه الناس و يقتنعون به لأنهم شاهدوه بأعينهم وبين ما يتشكلون في تصديقه لأنهم لم يروه.

لأننا في منافسة دائمة و متواصلة وأنا نسعى إلى تطوير ذاتنا وأدائنا على الدوام فإننا نجد التدريب والتكوين هما السبيل الأمثل لتطوير الخبرات وتحسين المهارات فإن هذه الدورة التي تضع الإحساس النموذجي لتمكين كادر التلفزيون وتحديد شريحة مقدمي البرامج ومعيديها ليكونوا مميزين بعملهم وعلى صلة لمواكبة تطورات علوم الاتصال وفنون التحرير والتقديم التلفزيوني.

حيث يعتبر العمل التلفزيوني عملا ضخما ومعقدا وحساسا مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى حيث يتطلب تكاملا وتفاعلا بين مختلف العاملين في الحقل التلفزيوني بدءا بالمعدين والمحررين ومرورا بالمقدمين للمادة المزعم ليعضد تلك الإجراءات والتحضيرات مخرجا يشرف على كادر فني يتمثل بالمهندسين والفنيين لتصل المادة عبر الشاشة الصغيرة للمتلقي.

ما زالت الشاشة الصغيرة من أهم وسائط الاتصال رغم ما تشهده هذه الوسائط من تطور مذهل في الثورة التكنولوجية التي تعيش اليوم انفجارها بكل ما تعنيه من تقارب عالمي يضع المعلومة والخبر والتسلية في المتناول. مازال التلفزيون يحافظ على مكانته في صدارة وسائط الاتصال بسبب سهولة التلقي وعدم احتياج المتلقي إلى بذل مجهود الاستقبال الرسالة الإعلامية، كما أن التلفزيون يجعله لا يبذل عناء للوصول إلى ما يريده لأن القنوات جميعا في المتناول وهي متنوعة وتلي كافة الاهتمامات، إن ما يضع التلفزيون بهذا المكانة والأفضلية هو سهولة الولوج وعدم تمكن الناس جميعا من استخدام التقنيات الأخرى المتمثلة بالإنترنت والغلاء النسبي لأجهزة الحواسيب وما يتطلبه الاستقبال من مهارات وخبرات قد لا تتوفر للجميع.

كما تعتبر مهارات الاتصال كأحد أهم مقومات العمل الإعلامي، حيث تعتبر الكلمات هي الوسيلة الأفضل لإيصال رسائلك إلى الآخرين، ولكن التعبيرات للجسد و المتناغمة مع الكلام تستطيع أيضا أن تعبر بإنهاء عما تريد قوله وما يقوله الطرف الآخر.

إن القدرة على تنمية مهارات قراءة الآخرين ليست فنا، بل علم وهي عبارة عن إدراك راق ناتج عن التألف مع الحواس والمشاعر، مثل الخوف أو الغضب أو السعادة.

إن نبرة صوت الشخص و هيئة و وضع جسمه وتعبيرات وجهه ما هي إلا نتيجة لعملية السيطرة والتنسيق المعقد بين جميع أجزاء الجسم التي يقوم بها المخ.

هناك ثلاث عناصر رئيسية للاتصال تمت معالجتها داخل المخ، إثنان منهما الكلام و الصوت يتم معالجتها سمعيا، بينما يتم معالجة حركات الجسم بصريا، والتركيز يجب أن يكون على المظهر العام وحركات الجسم وإيماءات الوجه و الأطراف.

وهذا ما أدى إلى ظهور تنافس كبير في الساحة الإعلامية بين تعدد المهارات الاتصالية والإعلامية الناجحة ولهذا سنحاول الكشف عن أهم المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج الإعلامي وبالأخص التلفزيوني، وهذا ما يجعلنا نطرح التساؤل المركزي التالي:

فيما تتمثل المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية ومدى تأثيرها على فاعلية الرسالة الإعلامية؟

الأسئلة الفرعية:

تدرج من هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ✦ ماهي أبرز المهارات الاتصالية الواجب توفرها لدى مقدم البرامج التلفزيونية؟
- ✦ هل يؤثر متغير السن و الجنس على اختيار الطالب الجامعي لمختلف البرامج التلفزيونية؟
- ✦ ماهي أنماط وعادات مشاهدة التلفزيون من قبل الطالب الجامعي؟
- ✦ ماهي مستويات تأثير البرامج التلفزيونية على السلوك الاتصالي لدى الطالب الجامعي؟
- ✦ ما مدى تأثير المهارات الاتصالية على فاعلية الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على الطالب الجامعي؟

❖ أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية الدراسة على أهمية الموضوع في حد ذاته وعلى قيمته العلمية، وبما يمكن أن يحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها، وعلى ما تحققه من نفع للعلم وللباحث، وهذه الدراسة سنتناول تحديد قيمة المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج و ما مدى تأثيرها على الرسالة الإعلامية .
وتكمن كذلك أهميتها في فهم هذه المشكلة المتصلة اتصالا مباشرا بالواقع الاجتماعي وإبراز لأهمية وقيمة الرسالة الإعلامية وتطويرها في ظل التطور التقني للمهارات الاتصالية التي تتطلب إمكانيات إعلامية حديثة من خلال إعطاء تفسير علمي لها وإلقاء أضواء أكثر تفصيلا على جوانبها المختلفة، الأمر الذي يؤدي إثارة آفاق جديدة ويزر أسئلة ومشكلات أخرى مما يتيح فرصا لدراستها ومناقشتها والاستفادة بنتائج هذه الدراسة من قبل المهتمين بهذا الموضوع:

- ✦ المساهمة في تعزيز أثر المهارات الاتصالية على أداء مقدمي البرامج التلفزيونية من خلال تطبيق النتائج التي يتم التوصل إليها.
- ✦ محاولة إلقاء الضوء على أنواع المهارات الاتصالية و التي يتمتع بها المقدم الناجح في عمله الإعلامي ومدى تفاعل الجمهور مع تلك الرسالة الإعلامية.
- ✦ تقدم مجموعة من الإقتراحات و التوصيات و التي تساعد في تعزيز دور التقنيات الاتصالية في العمل الصحفي.
- ✦ الإهتمام بدراسة المهارات الاتصالية لدى المقدمين و المعدين في إطار متغيرات أخرى بالتقدم البراجمي أو الإعداد الوثائقي و غيرها من المهارات للمقدمين.
- ✦ معرفة مدى إمتلاك مقدمي البرامج التلفزيونية للمهارات الإتصالية واعتمادهم عليها.
- ✦ تركيز الدراسة على الأداء الصحفي خاصة والعمل الإعلامي عامة لما لها من أهمية سواء في التلفزيونات العالم أو التلفزيون الجزائري.
- ✦ كذلك تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال حداثة الموضوع ومختلف عناصره، حيث تم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن و المرتبطة بالعمل التلفزيوني.
- ✦ كونها مطلوبة في الوقت الحالي ومدى الحاجة إلى تطوير المؤسسات الإعلامية من أجل الدخول إلى عصر المعلومات.
- ✦ اختيار التلفزيون كوسيلة إعلامية لما لهذه الوسيلة من أهمية بفضل تركيبها الثلاثية المتفردة وهي الجمع بين النص، الصوت والصورة واحتلال الأداء الصحفي صدارة الإهتمام في مجال العمل التلفزيوني.

❖ أهداف الدراسة:

إن مجال البحث العلمي مجال واسع تتعدد أهدافه و معطياته و أي باحث عند تنبيه بحث معين فهو يهدف من وراءه إلى إرواء عطشه المعرفي، وإزالة الضبابية التي تحيط بالموضوع الذي يريد معالجته وانطلاقاً من هذا تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. تزويد الطلبة لمرجع شامل حول المهارات الاتصالية وتوظيفها في العمل التلفزيوني (الإعلامي) مع التركيز على نقاط جد مهمة في ميدان علوم الإعلام والاتصال التي تفيد الطالب حين التخرج والشروع في مجال العمل الإعلامي والتلفزيوني والمعالجة النظرية والعملية للبرامج.
2. معرفة مختلف أنواع المهارات الاتصالية الحديثة التي يتمتع بها مقدم البرنامج التلفزيوني التي تساعد في عرض و تقديم البرنامج بصورة لها تأثير كبير على فاعلية الرسالة الإعلامية.
3. تناول موضوع المهارات الاتصالية في العمل التلفزيوني من كل الجوانب الإعلامية والتوسع فيه.
4. إثراء مكتبة الجامعة الجزائرية بدراسة بنوعية التي تكون خير دليل لطلبة الإعلام وغيرهم ممن يرغب في الاطلاع على الأمور المستجدة في القطاع السمعي البصري في الجزائر.
5. الوصول إلى نتائج تحليلية شاملة حول موضوع قيد الدراسة بغية كشف عوامل النجاح وكذا نقاط العجز الخاصة بهذا المجال و التي تمكن الدارسين القادمين من التوسع فيها.
6. التعرف على المفاهيم الأساسية للمهارات الاتصالية المعتمدة في العمل الإعلامي وإبراز قيمة هذه المهارات في تحسين عملية الأداء الصحفي (أداء مقدم البرنامج) .
7. إبراز الدور المهم الذي تلعبه المهارات الاتصالية كمكونة أساسية للأداء الصحفي الناجح الخاص بالعمل الإعلامي و التشجيع على استمرار نشر هذه المهارات إلى المجتمع وتقوية قدرات الدول في هذا المجال.
8. التدريب على منهجية البحث وطريقة إنجاز المذكرات .
9. الكشف عن وجود أو عدم وجود مهارات الاتصال عند مقدم البرامج.

بالإضافة إلى أهداف علمية والتي تتمثل في:

1. أن يكون هذا البحث لمسة من لمسات البحث العلمي يساهم ولو بقليل في إثراء هذا التخصص في علوم الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.
2. أن يكون هذا البحث دافعا للخوف في مجال البحث العلمي وكتكملة لنيل شهادة الماجستير .
3. أن يحاول هذا البحث الكشف على مدى حدوث الظاهرة.
4. التثبيت من حقيقة الدور الذي تقوم به المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج على مستوى الوسط الإعلامي.
5. محاولة الوصول إلى مستقبل الرسالة الإعلامية في ظل عصر تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

❖ أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيارنا لدراسة الموضوع المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية ، تأثيرها على الرسالة الإعلامية :

إلى أسباب موضوعية و أخرى ذاتية يمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. الأسباب الموضوعية :

- ✦ علاقة البحث بالتحخصصة العلمية.
- ✦ تنامي دور المهارات الاتصالية المرتبطة بالإعلاميين من مقدمين ومخرجين ومعدنين وصحفيين ومدى تأثيرها على الجمهور المتلقي.
- ✦ الدور الكبير الذي تلعبه المهارات الاتصالية في الأداء الصحفي و مدى تأثيرها على فاعلية الرسالة الإعلامية (الجمهور المتلقي).
- ✦ قلة الدراسات النظرية و التطبيقية التي تناولت هذا الموضوع.
- ✦ معالجة الموضوع بمس مجال المهارات الاتصالية في العمل التلفزيوني و محاولة التعرف على مختلف الآثار التي تتركها هذه المهارات على مستوى الأداء الصحفي (الجزائري) و التي مازالت معاملة غير واضحة في ظل حداثة الموضوع.
- ✦ معرفة آراء المجتمع حول المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج.
- ✦ التعرف على كيفية إعداد الرسالة الإعلامية.
- ✦ قلة الأبحاث و الدراسات الأكاديمية في هذا المجال.

ب. الأسباب الذاتية :

- ✦ ارتباط البحث باهتمامي الشخصي و ميوله لدراسة المواضيع ذات الصلة بالعمل الإعلامي التلفزيوني.
- ✦ رغبتني في مواصلة البحث في مجال الإعلام السمعي البصري الذي يأخذ كل إهتمامي.
- ✦ حب الإطلاع عن قرب على مدى تأثير المهارات الاتصالية التي يتمتع بها مقدم البرنامج التلفزيوني على الجمهور والمتلقين للعمل التلفزيوني من خلال الدراسة الميدانية.
- ✦ الدفاع عن المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج لشدة اقتناعي بها.
- ✦ إعطاء نظرة عن قيمة و مكانة المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج في الوسط الطلابي.

❖ منهج الدراسة:

كل بحث علمي يقتضي منهجا، يتبعه الباحث بناء على طبيعته المشكلة محل الدراسة ويعرفه "موريس أنجرس" بأنه : " مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة"⁽¹⁾

(1) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2006، ص 113.

في حين يعرفه "أحمد بن مرسلي": "بأنه عبارة عن جملة من الخطوات المنظمة، التي يجب على الباحث إتباعها في إطار الالتزام بتطبيق قواعد معينة تمكنه من الوصول إلى النتيجة المسطرة"⁽¹⁾.
ونظرا لطبيعة دراستنا الواسعة والشاملة، وبغية منا للوقوف على أبعاد المشكلة المطروحة، ومن أجل الحصول على أكبر قدر من المعلومات التي تمكننا من الإجابة الوافية على إشكالية بحثنا، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي في دراستنا و ذلك للائتمه لأهداف الدراسة .

فالمنهج الوصفي هو طريق يعتمد عليه الباحثون في الحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتساهم في تحليل ظواهره و هو يقوم على أساس اختبار حالة معينة يقوم الباحث بدراستها قد تكون وحدة إدارية أو اجتماعية، أو فرد مدمن مثلا ، أو جماعة واحدة من الأشخاص، وتكون دراسة هذه الحالة بشكل مستفيض يتناول كافة المتغيرات المرتبطة بها وتناولها بالوصف الكامل والتحليل.

❖ أدوات جمع البيانات:

هناك أدوات كثيرة لجمع مختلف المعلومات في البحث العلمي، ويمكن أن نميز بين هذه الأدوات من خلال ما تعتمد عليه في جمع المعلومات و البيانات ، فعلى اعتبار أن الأداة هي الوسيلة المستخدمة في جمع المعلومات والبيانات فإن هذه الدراسة ستحاول قدر الإمكان جمع المعلومات المتنوعة باستعمال أكثر من أداة واحدة لجمع المعلومات الميدانية المراد الحصول عليها، إذ هناك الملاحظة التي تعتمد على الحواس وغيرها من الأدوات الحسية التي تساعد في التوصل إلى البيانات و هناك المقابلة الشخصية التي تعتمد على الكلمة والسؤال والحوار دون أن يكون متبادل بين الباحث و المفحوص ودون وجود موقف للتفاعل بينهما.

⊕ الاستثمار:

تعد الاستثمارة من الأدوات العلمية الأكثر تداولاً واستخداماً في البحث العلمي على كافة الأصعدة والمفهوم البسيط لها هو أنها تتكون من مجموعة من الأسئلة يراد من خلالها جمع بيانات من الباحثين حيث تتعلق هذه البيانات بموضوع البحث، وتدور أسئلة الاستثمارة حول أربعة أسئلة رئيسية وتمثل في أسئلة الحقائق وفيها يقر الباحث بنوع علاقته بموضوع البحث، وأسئلة الرأي أو الاتجاه حول موضوع الدراسة ومعرفة شدة هذا الاتجاه، وأيضا أسئلة الدوافع يبرز خلالها الباحث أسباب الموقف من الموضوع، وأخيرا الأسئلة المعرفية تستخدم للتأكد من علاقة الباحث بموضوع الدراسة⁽²⁾.

(1) أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ط2، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص150.

(2) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الجامعية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 115.

✦ كيفية استخدام الاستمارة:

لقد اعتمدنا على الاستمارة كأداة أساسية لجمع المعلومات اللازمة على المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية وذلك عن طريق الاتصال الشخصي بالمبحوثين من خلال أفراد العينة، وقد صيغت أسئلة الاستمارة بلغة بسيطة بتوظيف مجموعة من الأسئلة التي طلبنا فيها من المبحوث الإجابة عنها بكل صدق وموضوعية وقد تم تقسيمها إلى نوعين: فتارة استعملنا أسئلة مغلقة و تارة أخرى الأسئلة المفتوحة و هذا لإعطاء الحرية الثقافية أمام المبحوثين في التعبير بطرقهم الخاصة على كل ما يتعلق بموضوع السؤال، واستخدمنا الاستمارة عن طريق المقابلة بطرح الأسئلة على المبحوثين بطريقة مباشرة و القيام في نفس الوقت بتدوين الإجابات من أجل التأكد من الإجابة على كافة الأسئلة المطروحة و الحصول على نتائج أكثر دقة فيما يخص النقاط التي تم طرحها على أفراد العينة.⁽¹⁾

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان قصد البحث والكشف عن التأثير الذي تحدثه المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية على فعالية الرسالة الإعلامية التي يتلقاها الطالب الجامعي. لتحديد لنا النتائج النهائية، وتعد الإستمارة من الأدوات الأساسية شائعة الإستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال، حيث تتضمن استمارة مجموعة من الأسئلة بهدف الحصول على استجابات أفراد العينة المتمثلة في آرائهم وتفضيلاتهم وتوجهاتهم نحو الموضوع قيد البحث، وتحتوي الإستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة أو المختلفة المباشرة وغير المباشرة، وتعتمد على عدة محاور وتكون شاملة مغطية لموضوع الدراسة. لهذا قمنا بتوزيع 100 استمارة على الطلبة الجامعيين لكل المستويات تتضمن 19 سؤال. وقمنا بتوزيعها عشوائيا دون مراعاة تساوي في تقييم العينة على أساس السن أو الجنس أو المستوى الجامعي.

قسمنا الإستمارة إلى (4) محاور موزعة كالاتي:

- ✦ **المحور الأول:** يتعلق بالبيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثينحتوي على (2) سؤالين.
- ✦ **المحور الثاني:** تحت عنوان "عادات وأنماط مشاهدة التلفزيون من قبل الطالب" ويحتوي على (4) أسئلة.
- ✦ **المحور الثالث:** بعنوان "مستويات تأثير البرامج التلفزيونية على سلوك الإتصالي لدى الطالب الجامعي" ويحتوي على (10) أسئلة.
- ✦ **المحور الرابع:** بعنوان " تأثير المهارات الإتصالية على فعالية الرسالة الإعلامية وانعكاساتها على الطالب الجامعي" ويحتوي على (3) أسئلة بجملة من الخيارات.

⁽¹⁾قاضي إدريس، الوجيز في المنهجية و البحث العلمي، دار الجامعية للطباعة و النشر، الجزائر، 2003، ص ص243-244.

❖ مجتمع الدراسة و العينة:

بعد تحديد الباحث لمشكلة البحث و فرضياته و قبل تحديد أداة القياس أو جمع المعلومات ، لا بد له من تحديد مجتمع الدراسة **Population Study**، لأن صياغة الفرضية تكون على شكل عبارة تتكون من متغيرات تدل على سمات أفراد أو أشياء تشكل المجتمع الإحصائي والذي يعرف بأنه جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.

وإذا استطاع الباحث إجراء دراسته على جميع أفراد المجتمع، فإن دراسته تكون ذات نتائج أقرب للواقع وأكثر دقة ، ولكن الباحث قد يجد صعوبة في التعامل مع كل مشاهدة من مشاهدات المجتمع لعدة أسباب ، مما سيضطره لإجراء الدراسة على مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ، و هذه المجموعة نسميها عينة الدراسة. لذلك يمكن تعريف العينة بأنها شريحة (جزء) من مجتمع الدراسة تحمل خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله فيما يخص الظاهرة موضوع البحث و بذلك نضع التعريفات التالية:

❖ **مجتمع الدراسة:** كامل الأفراد و الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة أي هو

المجموعة الكلية من العناصر التي تعم عليها نتائج البحث (جميع الطلاب، الإداريين، المعلمين... إلخ)⁽¹⁾

❖ **العينة:** هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة أي ذلك الجزء من مفردات

الظاهرة موضوع الدراسة و الذي يختاره الباحث وفق شروط معينة لتمثل المجتمع الأصلي.

❖ **المفردة :** هي أحد الأفراد أو المشاهدات التي يتم اختيارها ضمن العينة .

إن اختيار العينة بشكل دقيق و مناسب يعطي نتائج مشاهجة إلى حد كبير للنتائج التي يمكن الحصول

عليه عند دراسة كامل مجتمع الدراسة ، و بشكل عام كلما كان حجم العينة أكبر كلما زاد تمثيلها

لخصائص المجتمع موضوع الدراسة ، لذلك يمكن تعميم النتائج التي يتم التوصل إليها من خلال دراسة

العينة على مجتمع الدراسة الأصلي بالإضافة إلى أن زيادة أفراد العينة يزيد من فرض رفض الفرضية

الصفريّة عندما تكون خاطئة ، و هذا يؤدي إلى تقليل الخطأ الإحصائي من النوع الأول.⁽²⁾

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة العشوائية البسيطة لأن بحثنا يستهدف الطلبة الجامعيين لكل المستويات

باعتبارهم فئة المجتمع الحيوية و الأكثر عرضة لتلقي الرسالة الإعلامية ومدى تأثيرهم بمهارات مقدميها.

ولقد بلغ أفراد عينتنا (100) طالبا جامعيًا أي ما يمثل 100% من مجتمع بحثنا وهي نسبة معتبرة، ويمكن الأخذ

بها للوصول إلى نتائج تجيب عن الفرضيات التي قمنا بطرحها سابقا.

⁽¹⁾ أحمد بن مرسل ، مرجع سبق ذكره، ص ص 283-286.

⁽²⁾ فاضي إدريس ، مرجع سبق ذكره، ص ص 210-211.

❖ المجال الزمني والمكاني:

❖ **المجال المكاني:** لقد تمت الدراسة بكلية سويداني بوجمعة بولاية قالمة على جميع المستويات السنة الأولى والثانية والثالثة والماستر 1، 2 تخصص إعلام واتصال.

❖ **المجال الزمني:** تمت الدراسة خلال شهر أبريل 2016، أين تمت توزيع الاستمارات على الطلبة الجامعية، حيث أنجز هذا العمل خلال 5 أيام من 10 أبريل 2016 إلى 14 أبريل 2016.

❖ تحديد المفاهيم و المصطلحات:

بعد تحديد المفاهيم والمصطلحات العلمية من أهم الخطوات المنهجية المتبعة في تصميم البحوث لأنها تكشف للقارئ أن يتعرف بوضوح على المصطلحات العلمية التي يستخدمها الباحث بصورة دقيقة وخلال إجراء بحثه بصورة عامة وعليه فإن المنهجية تقتضي تحديد المفاهيم الآتية:

أ. تعريف المهارة: Shill

❖ **لغة:** لفظ مشتق من الفعل الثلاثي (مهر) ويعني الصداقة والجمع مهور وقد مهر المرء بمهرها، وبمهرها مهرا. **المهارة:** الحدق في الشيء و الماهر: الحاذق بكل عمل ، الجمع مهرة، و يقال مهرت الأمر مهرة مهارة أي صرت به حاذقا، " قال ابن بسيدة"، وقد مهر الشيء وفيه وجه مهرا ومهورا ومهارة وقالو: " لم تفعل به المهرة، ولم تعطيه مهرة ذلك عاجلت شيئا فلم تفق به، ولم تحسن عمله وكذلك أن غذي انسانا وأدبه فلم يحسن " .

❖ **اصطلاحا:** يعني المهارة ضرب من الأداء يقوم الفرد به بسهولة وكفاءة ودقة مع الاقتصاد في الوقت والجهد سواء كان هذا الأداء عقليا أو اجتماعيا أو حركيا.

و المهارة تعني القدرة على عمل شيء وهي درجة الكفاءة والجودة في الأداء وبأنها القدرة على استخدام المعلومات بفاعلية والتنفيذ والأداء بسهولة ويتميز الأداء المهاري بما يلي:

- تقصد التنبؤ الذي يصاحب المحاولات الأولية للأداء.
- الاستغناء عن الأفعال والاستجابة الزائدة عن الحاجة.
- زيادة المرونة في الأداء.
- زيادة الثقة في النفس.

ويتم تقييم الأداء المهاري عادة بكل معايير الدقة في القيام به والسرعة في الإنجاز معا يعتبر التدريب على أداة المهارة شرطا أساسيا لتعليمها...فالتدريب هنا يكون نوعا من الممارسة المعززة والموجهة لغرض معين والذي يؤدي لتحسين الأداء.

❖ **المهارة:** هي نشاط عضوي إداري مرتبط باليد أو اللسان أو العين أو الأذن ويتوقف الإتصال الفعال عن مدى إتقان مهارته والتحكم فيها، ويكتسب أهمية القدرة الزمنية المبذول في مزاولته كنشاط رئيسي من جهة وكظاهرة إجتماعية من جهة أخرى.

ب. تعريف مهارات الاتصال Communication Shills:

- تعرف مهارات الاتصال بأنها تلك النجاع لشخص ما يرتكز على قدرته على الاتصال فالشخص العاجز عن تحقيق الإتصال بالآخرين هو شخص فاشل.
- و تعرف أيضا: "بأنها قدرة المدرس على التعبير عن أفكاره وآرائه لفضيا بصورة واضحة ومرتبة منطقيًا، ويضيف مهاراته الغير لفظية باليد أو الرأس في غرضة تلك الأفكار على نحو يسمح بتقوية معنى المراسلة اللفظية وتحقيق أهداف الاتصال التي تتمثل عادة في التأثير في المتلقي وحسن قبول وتنفيذ ما يطرح عليه من أفكار ومقترحات.
- والمهارات الاتصالية: كذلك هي القدرة على إتخاذ القرار والإقناع، والقدرة على التواصل مع الآخرين، والتعامل معهم، وهي تعتبر عامة أساسية في تحقيق نجاع الفرد في عمله بصورة خاصة ومجتمعه.⁽¹⁾
- وهي المهارات التي تستخدم في الحياة العملية والتي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية وشفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه لغة الجسم وعبر وسيلة اتصال تنتقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وهو بدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها، وعادة ما تلعب الشخصية بناء على هذه المهارات دورا رئيسيا وأساسيا في الترويج للإنسان سواء تقدم لوظيفة ما، أو التأهل لبرنامج معين بناء على تنافس بينه وبين الآخرين، حوضه غمار المعارك الانتخابية، الدعوة لرسالة سامية وغيرها من الأمور ويقاس مدى نجاع مهارات الإتصال في مدى توفيرها للوقت و الجهد.⁽²⁾

ج. الاتصال:

✦ **مفهوم الاتصال لغة:** إن مفهوم الاتصال لغة يعود أصل كلمة إتصال « Communication » إلى اللغة اللاتينية فهي مشتقة من كلمة « Communes » بمعنى عام ومشارك « Commun » بمعنى الفرد حين يتصل بالآخرين فهو يهدف عادة إلى الوصول إلى إتفاق عام أو وحدة فكرة بصدد موضوع الاتصال.⁽³⁾

لكن في اللغة العربية تعني كلمة اتصال مشتقة من الجذر "وصل" والتي تحمل معنيين: الأول إيجاد علاقة من نوع معين تربط طرفين: كاتبين أو شخصين، أما الثاني فهو بمعنى البلوغ والانتهاء إلى غاية معينة . إذن فالإتصال في اللغة العربية هو الصلة والعلاقة والبلوغ إلى هدف معين.

⁽¹⁾ إبراهيم علي رابعة، مهارة الاتصال، شبكة الألوكة، ص ص 15، 30 .

⁽²⁾ أشرف فالح الزعبي، الدور الاتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2013، ص 26.

⁽³⁾ صالح أبو إصبع، و تيسير أبو عرجه، الاتصال و العلاقات العامة، منشورات جامعة القدس المفتوحة، المكتبة الوطنية، الأردن، 1999، ص 20.

✦ **إصطلاحاً:** الإسم إتصال يعني الربط بين شخصين أو عدة أشخاص هدفه إيصال معلومة أو رسالة لكن هذا التعريف محدود في مجال الإقتصاد لأن الإتصال بالنسبة للمؤسسة يهدف إلى تغيير رغبة أو موقف.

الاتصالات: هي تفاعلات أو تعامل طرفين أو أكثر في موقف معين لتبادل المعلومات بهدف تحقيق تأثير معين لدى أي (أوكل) من الطرفين، أو هي تبادل رسائل بين أطراف مختلفين باستخدام وسائل (قنوات) للتوصيل.

الاتصالات: عملية تأثير متبادل بين طرفين (أو أكثر) يهدف كل منهما للسيطرة على سلوك الآخر.⁽¹⁾
تعريف أخرى للاتصال:

- على أنه مجموع المعلومات، الإشارات والوسائل التي تستعملها المؤسسة لتوجيه جمهورها المستهدف.
- الاتصال: تبادل المعلومات و إرسال المعني، وهذا جوهر عمل المؤسسة.
- الاتصال: هو نقل إدراك الأفكار والمعلومات والمشاعر والمعاني بين الأفراد والمجموعات.

- **تعريف الاتصال Kloudelenirtraurs:**

عرف الاتصال على أنه سيورة تبادل رموز في قلب مجتمع.

- **تعريف الاتصال JeanGuescapal:**

يقول الاتصال هو: "هو بعث رسالة لدفع الآخرين لتبني سلوك معين ويحتوي على رموز فكرية وهي أي سلوك يعبر عن الإنسان..."

- **تعريف الاتصال CharlCoslay:**

"على أن الاتصال هو ميكانيزم تتم به العلاقات الإنسانية مثل التجاعيد، البكاء.... إلى"

- **تعريف الاتصال Laubin:**

"هو مجموعة إشارات مرسله من طرف المؤسسة باتجاه الجماهير المختلفة بمعنى إلى زبائنها، موزيعيها، ومموليها والقوى الجماهيرية".⁽²⁾

⁽¹⁾ صالح أبو إصبع، و تيسير أبو عرجه، مرجع سبق ذكره، ص 20.

⁽²⁾ أمير منصور علي، وسلوى عثمان الصديقي، الاتصال والخدمة الإجتماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005، ص 13.

- تعريف الاتصال لخبراء العلاقات العامة:

"على أنالاتصال هو طريق مزدوج الاتجاه ولهذا فهو أقوى العوامل التي تضمن لطرفي الاتصال أن يتفهم كل منهما وجهات نظر الآخر، فيعمل على تحقيق رغباته، تجمعهما في ذلك الصالح المشترك".

- تعني عملية الاتصال:

"ايصال المعلومات و ذلك يفرض إيجاد التعابير المطلوب في سلوكم الآخرين، و لذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل واحد و مستقبل واحد، فترسل المعلومات و الفهم من المرسل إلى المستقبل، رد إلى المرسل المعرفة بما أحدثه من أثر في المستقبل".

- التعريف الاجرائي للاتصال:

"عملية تبادل المعلومات من مرسل إلى مستقبل عبر قناة معينة مع وجود رد فعل"⁽¹⁾.

د. القائم بالاتصال:

تفاوتت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعرف بأنه: "يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار".

في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه: "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، على ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها".

أو أن القائم بالاتصال هو: "أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أو له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية".

كذلك حددته دراسات أخرى بأنهم: "الذين يؤدون دورا فعالا ومباشرا في إتباع الرسائل الإعلامية".

و تطرح "المدرسة الفرنسية" في الإعلام مفهوم آخر للقائم بالاتصال إذ تطلق عليه لقب "الوسيط" على أساس أن الصحفي يقوم بأدوار متعددة، فهو يبحث عن المعلومة ويختار مضمون الرسالة ثم يتوجه بها إلى الجمهور، و هو بذلك يلعب دورا تفاوضيا بين صانع المعلومة (المصدر) و الجمهور (المتلقي).

و مما سبق يمكن تعريف القائم بالاتصال بأنه أي شخص داخل فريق عمل ينتمي لإحدى المؤسسات أو يوظف بمسؤولية ما، في صنع وإتباع الرسالة الاتصالية بدءا من وضع الفكرة أو السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، وانتهاء بإخراجها و تقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير⁽²⁾.

⁽¹⁾ أمير منصور علي، وسلوى عثمان الصديقي، مرجع سبق ذكره، ص13.

⁽²⁾ نجوى فوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992، ص05.

هـ. تعريف معد البرنامج التلفزيوني (المحاور):

يعرف على أنه هو الشخص الذي يقوم بإعداد العمل التلفزيوني وتطلق كلمة إعداد على المعالجة الفنية لنص من النصوص حتى يمكن تقديمه بالطريقة المناسبة التي تلائم طبيعة التلفزيون كوسيلة إعلامية. وهو الشخص القائم على إعداد البرامج وتجهيزها وتحضيرها سواء برامج ثقافية أو ترفيهية أو دينية أو علمية أو سياسية وينقسم معدو البرامج حسب نوعية هذه البرامج ويجب يكون معدو البرامج ذو براعة عالية في الكتابة وثقافة عالية جدا وقادرا على متابعة الأحداث وعلى متابعة كل جديد في تخصصات سواء (ثقافية - علمية - سياسية) وهو الذي يقوم بتحضير وتجهيز الأخبار للمذيع وهو المسؤول الأول والأخير عن كل ما تشاهده على شاشة التلفزيون من برامج و أخبار.⁽¹⁾

و. مفهوم البرامج التلفزيونية:

✦ **لغة:** هي جمع برامج في الأصل الورقة الجامعة للحساب خطة يخططها المرء لعمل يريد. ⁽²⁾

✦ **أما اصطلاحا:** فتعني كلمة البرامج المواد والمضامين المتنوعة المقدمة لمختلف فئات و جماهير المشاهدين.

"و تعرف أيضا بأنها عبارة عن مادة تلفزيونية تبث مسجلة أو حية على الهواء وتشغل مساحة زمنية واحدة من ساعات البث التلفزيونية لأنه قناة تلفزيونية، عادة ما تكون هذه المادة في إطار البرنامج لحمل اتجاه معين أو صفة معينة تحقق فيها إحدى أهداف محطة البث وتتنوع هذه البرامج من إخبارية إلى سياسية إلى أفلام تسجيلية إلى برامج منوعات أو برامج أطفال وغيرها....." ⁽³⁾.

✦ **أما المفهوم الإجرائي للبرامج التلفزيونية فهو:** مجموع الفقرات التلفزيونية التي تقدم يوميا في مختلف القنوات التي تشاهدها مختلف فئات المجتمع و يحرصون على متابعتها يوميا والتي تحمل مضامين تربوية أو تعليمية أو ثقافية وفكاهية وغير ذلك.

ذ. مفهوم التأثير:

✦ **لغة:** أثر، جمع آثار، علامة أو رسم مختلف من شيء ما أثار أقدام، أثر عجالات في الرمل، علامة أو دليل شاهد على وقوع حادث.

تأثير إحساس بجدية عمل ما، تأثير برد شدة الواقع المؤثر، تأثير خبر، عمل يمارسه شيء على شخص أو على شيء آخر.

تأثير انفعال شديد ، اضطرابات هزة عاطفية. ⁽⁴⁾

⁽¹⁾ عبد الله بوجال و آخرون، برامج التلفزيون و تأثيرها على القيم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة، الجزائر، 2000، ص 136.

⁽²⁾ (د.أ.م)، المنجد في اللغة و الإعلام، ط3، دار الشروق، بيروت، 1997، ص3.

⁽³⁾ عبد الله بوجال و آخرون ، نفس المرجع، نفس الصفحة.

⁽⁴⁾ عبد الله بوجال و آخرون ، نفس المرجع، ص 140.

✦ **اصطلاحاً:** ينظر إلى التأثير بشكل عام أنه الفعل الممارس من قبل شخص على شخص آخر، التركيز هنا يكون على الفعالية وليس على الطريقة التي يتم الحصول بواسطتها على النتيجة.

كذلك عرف "صالح أبو اصبع" التأثير بأنه التغيير الذي يحدث لدى المستقبل نتيجة تعرضه للرسالة، وتعتبر مقياساً لمدى نجاح المرسل في تحقيق أهدافه من القيام بالاتصال.

أما التأثير عند "أرونف ويتج": أنه التغيير في اتجاهات الشخص أو سلوكه الذي يعود و يرجع إلى شخص أو جماعة أخرى، وهناك نمطان من التأثير وهما:

التأثير المستقبل حيث يحدث التغيير نتيجة للاقتناع بالرسالة، و التأثير التابع حيث التغيير للخصائص الاجتماعية للنموذج أو الجماعة.

وعند "زوبرت دال" فقد عرفه باستخدام نفس المعنى المحدد للسلطة عندما يقول "أ" يؤثر على "ب" في المستوى الذي يجعل معه ب يفعل ما يريد منه، ذلك يعني أن مفهوم التأثير قد يتداخل مع مفهوم السلطة.

✦ **التعريف الإجرائي:** هو علاقة اجتماعية أين يؤخذ فرد أو جماعة في سلوك فرد آخر و هو إحداث واقع جديد أثناء ممارسة عمل ما على شيء ما و نقصد به في دراستنا تأثير المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية على فاعلية الرسالة الإعلامية و باختصار: "التأثير هو علاقة اجتماعية أن يؤثر فرد ما أو جماعة في سلوك فرد آخر أو جماعة أخرى بواسطة عملية اتصالية"⁽¹⁾

ر. الرسالة الإعلامية:

الرسالة الإعلامية تعني وضع الفكر في كود أو لمعنى آخر وضع الأفكار في رسائل وأشكال مناسبة للموقف، ويذكر "دينيس ماكويل" أن الكود أو الرسالة تشمل إشارات والعلامات اللغوية، والحديث والكتابة والعلامات المرتبة مثل إشارات المرور أو صور وعلامات الطرق ، وينطبق هذا بالفعل على رسائل الحملات الإعلامية التي يحي أن تتميز بالشمول والاتساع والتنوع حيث تخاطب الجماهير المستهدفة فهي المضمون المعد إعداد جيداً من حيث المنطلق الاتصالي والجدع الإعلامية والشواهد التي تهدف إلى إقناع الجمهور المستهدف بقضايا الحملة وأفكار القائم بالاتصال، وتقديم الأدلة والبراهين التي تقنع الجمهور وتثير إهتمامه وتدفعه للبحث عن المعلومات ولحوار والنقاش مع الآخرين، وبالتالي لا تكفي رسالة واحدة للقيام بكل متطلبات الحملة فأي حملة جيدة حيث أن تحتوي على العديد من الرسائل المختلفة.

إن معنى الرسالة الإعلامية يمكن في التغيير الذي تحدثه على الفكر، حيث يمكن القول أن الهدف من إعداد الرسالة إعلامية هو التأثير، الطريقة التي يكون بمقتضاها المتلقي صورة عن العالم المحيط به.⁽²⁾

الرسالة الإعلامية هي ركن هام وخطوة أساسية في التخطيط الإعلامي فهي همزة بين المرسل والجمهور وهي التي تترجم الأفكار والآراء التي تسعى إلى التأثير على الجمهور وإقناعه وجعله يتفاعل معها، فلا بد أن تعد الرسالة

⁽¹⁾ خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال ، دار اللسان العربي للترجمة و التأليف دار النشر، الجزائر، ص 126.

⁽²⁾ خضير شعبان، نفس المرجع ، ص 291.

الإعلامية إعدادا جيدا لأنها هي المضمون والمحتوى الذي سيصل إلى الجمهور من حيث المنطلق والشواهد والإرشادات ونجاحها في توصيل المعلومات والسلوكيات المطلوبة، مما يؤدي إلى نجاح الحملة في تحقيق أهدافها وإقناع الجمهور المستهدف بالموضوع.

كما تعرف الرسالة الإعلامية بأنها منبه يثيره أو يطلقه المصدر لتحقيق إستجابة معينة لدى المستقبل ولنجاحها لا بد من التركيز على الهدف، الجوهر كذا الشكل.⁽¹⁾

تعتبر الرسالة الإعلامية واحد من أهم مقولات العمل الصحفي وأوسعها إنتشارا واستخداما في مختلف النشاطات الإعلامية والاتصالية، وهي بقدر ما تبدو محددة وواضحة فإنها في حقيقة الأمر معقدة ومشعبة جدا من حيث طبيعة ونسبة العناصر المكونة لها وانعكاس هذه على العملية الإدراكية السهلة والسليمة، وعلى الإجراء الاستقبالي المتلهف لها، لكن أيضا من حيث أنواعها وعلاقتها تلك الأنواع مع البعد التأثري والنفسيين على المتلقين لها، فالرسالة تكون إعلامية فقط بالقدر الذي تنطوي فيه على معلومات وحقائق جديدة حيث أن هذه المعلومات الجديدة تمثل شرطها الأول و الأكثر جوهرية⁽²⁾

❖ الدراسات السابقة:

1. دراسة بعنوان: تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية: سنة 2009 – العلاويين

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الإتصال على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا الإتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية سيساهم بشكل واضح في تطوير مجال تخطيط البرامج غي المؤسسة المذكورة واستخدام تكنولوجيا الإتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية سيساهم بشكل كبير في تطوير مجال تنظيم أنشطة وأعمال المؤسسات الإعلامية.

2. دراسة بعنوان: " المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية" من إعداد د. فيصل علي المخلافي سنة 2005.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإرتباط العمل الإعلامي الحديث بها، وقد توصل الباحث إلى العديد من النتائج منها أن هناك نقصا في إقامة دورات تدريبية في مؤسسة الإذاعة للصحفيين العاملين على إستخدام التقنية الحديثة، الأمر الذي جعل الإستفادة من الحاسوب في العمل الصحفي تتعدى نصف عدد العاملين، وكذلك التأثير الإيجابي لدور تكنولوجيا المعلومات في زيادة فاعلية المنافسة الإعلامية

(1) محمد عبد الرحم المصنيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام ، مكتبة العيكان، الرياض، 1998، ص 53.

(2) كرم شلي، معجم المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 83.

المؤسسة الإذاعة على المستوى المحلي والإقليمي وكذلك توصل الباحث إلى غياب مركز معلومات تقني وحديث للمؤسسة جعلها تفتقر إلى الإمكانيات في الحصول على تقنية خزن المعلومات وإسترجاعها بصورة دقيقة وسريعة.⁽¹⁾

3. دراسة بعنوان: " دور المخرج الإتصالي في العمل الدرامي التلفزيوني " من إعداد الطالب - أشرف الزعي - وتحت إشراف الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي، سنة 2010- كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى المهارات الإتصالية لدى المخرج الدرامي بإبعادها (الأدوات - الإبداع-الموهبة- العبقرية -الدراسة- التأثير على الجمهور) إلى جانب التعرف على الاختلاف في مستوى مهارات المخرجين الإتصالية بإختلاف متغيرات (العمر -الجنس - المؤهل العلمي والخبرة والعمل الفني)⁽²⁾.

4. دراسة بعنوان: " أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية " د.شيخاني سنة 1999 .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات الحديثة على تطور فنون الكتابة الصحفية، وعلى تطور الأداء الصحفي للقائم بالإتصال في جريدة الأهرام وتشيرين، وتوصلت الباحثة في نتائجها إلى أن التكنولوجيا الإتصالية الحديثة المستخدمة من قبل القائم بالإتصال في جريدة الأهرام عملت على التطور الكمي والكيفي في أدائه لوظائفه المتخصصة في علوم الإعلام وبين القنات الحاصلة على دورات تدريبية في مجال تكنولوجيا الإتصال والمعلومات⁽³⁾.

5. دراسة بعنوان: "إستخدامات الوسائل التقنية الحديثة في إنتاج برامج الأطفال بالقنوات التلفزيونية الخليجية الحكومية، دراسة مسحية على القائم بالإتصال د. عبد الله علي الزلب -الرياض- 2014.

واستهدفت هذه الدراسة القائم بالإتصال في هذه البرامج، لكشف مدى تأثير التكنولوجيا الحديثة المستخدمة في عملية إنتاج برامج الأطفال فيها، ومعرفة تقييمه للوسائل المستخدمة في العمل الإنتاجي التلفزيوني الموجه للأطفال، في ظل تطور التكنولوجيا المستخدمة في العمل التلفزيوني، وتصوراته نحو إستخدام هذه التكنولوجيا المتطورة، والتحديات والمعوقات التي تواجهه في علاقته بنوعية التكنولوجيا المستخدمة، وبقدراته المهنية والفرص المتاحة أمامه لتطويرها، هذا بالإضافة إلى رصد تطوراته عن أهم العوامل التطويرية والتي تساهم في تحسين الأداء الإعلامي له في ظل ثورة الإتصال⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ فيصل علي المخلافي، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2005.

⁽²⁾ أشرف فالح الزعي، الدور الإتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2012.

⁽³⁾ سميرة محيب الدين نسيخاني، أثر تكنولوجيا الإتصال والمعلومات على تطوير فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، القاهرة (جامعة)، مصر، 1999.

⁽⁴⁾ عبد الله الزلب، استخدامات الوسائل التقنية الحديثة في إنتاج برامج الأطفال بالقنوات التلفزيونية الخليجية الحكومية، الرياض، 2014.

6. دراسة بعنوان: "استخدامات تكنولوجيا الإتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني اليمني -دراسة تطبيقية ومقارنة" للدكتور - عبد الباسط الحطامي سنة 2005.

والتي حاولت التعرف على تأثير التكنولوجيا الإعلامية الحديثة على ظروف عمل القائم بالإتصال، ذوي العلاقة بعملية الإنتاج الإعلامي، في كل من الإذاعة والتلفزيوني اليمني، وإنعكاس ذلك على المضمون الإعلامي وقد دلت نتائج الدراسة على أن هناك تقنيات حديثة أدخلت مجال الإنتاج الإعلامي، ولكنها مازالت ضئيلة ومتواضعة مقارنة بحاجة العمل، وبالقنوات التلفزيونية كما دلت الدراسة على أن العديد من التقنيات الحديثة المهمة للعمل الإعلامي لم تكن متوفرة وأهمها التجهيزات الرقمية الحديثة في المونتاج والبث والتسجيل والأرشيف والخزن وشبكات الحاسوب وبرامجها المختلفة التي تدخل في عملية الإنتاج الإعلامي حتى تاريخ إنجاز الدراسة.⁽¹⁾

7. دراسة بعنوان: "إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية: للبروفسور والإعلامي السابق الدكتور -أحمد مطهر عقبات -سنة 2009- اليمن. وهي دراسة تشخيصية تجمع بين الجوانب العلمية الأكاديمية والحياة العملية في الصحافة الإذاعية التلفزيونية، حيث تهدف إلى إبراز فنون العمل الإعلامية المتمثلة بإعداد وكتابة سيناريو البرامج الإذاعية و التلفزيونية حيث أثبتت الدراسة وأكدت على أن الإعداد والتقديم والحوار يعد جوهر العمل الإعلامي الإذاعي والتلفزيوني ولا بد لهذه المهام أن تقترن برغبة العمل ومهارة الأداء وصقل التجارب، كما جاءت الدراسة بدعم خصائص الكتابة للصحافة المقروءة والإذاعة والتلفزيون بنصوص ونماذج وأساليب كتابتها وتحويلها الفقرات النصية إلى سيناريو تخرج به المادة بشكلها النهائي بقوالب جذابة ومستوفى إلى المتلقي سواء عن طريق الصوت أو الصورة.⁽²⁾

8. دراسة بعنوان: "لغة الجسد ومهارات الإتصال للإعلاميين"، للدكتور- عادل نور الدين سنة 2013- مصر. حيث تهدف أو هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مهارات اتصال للإعلاميين والصحفيين ومدى تأثيرها على الأداء الصحفي وقد أكدت على إبراز لغة الجسد للإعلامي وتأثير الصورة حيث تعتبر لغة الصورة في حد ذاتها وكذلك لغة الجسد وإختلاف الثقافات حيث أن هناك لغة جسد مشتركة بين ثقافات العالم سواء يهدف نقل المعلومات أو نقل المشاعر، وهناك إختلافات لا بد من فهمها وإعتراف بها، كذلك أشارت الدراسة إلى إشكاليات عديدة في المنطقة العربية تقدم إدراك أهميته أو عدم معرفته في الأساس، أيضا لحت الدراسة إلى وجوب إدراك أن هناك فرق بين إستخدام لغة الجسد بين الإعلامي والممثل وكذا أبرزت أهم مزايا الإهتمام بلغة الجسد لإعلامي وتعتبر كلها قواعد ومبادئ إسترشادية تخضع للتقدير والقياس من قبل الإعلاميين المتمرسين الذين لديهم الحس القوي والإدراك بنتائج كلامهم الملفوظ ولغة أجسادهم المحسوسة.³

⁽¹⁾ عبد الباسط الحطامي، إستخدامات تكنولوجيا الإتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني اليمني، دراسة تطبيقية ومقارنة، الناشر، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2005.

⁽²⁾ أحمد مطهر عقبات، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، ط2، دار جامعة صنعاء للطباعة والنشر، اليمن، 2009.

⁽³⁾ عادل نور الدين، لغة الجسد ومهارات الإتصال للإعلاميين، مصر، 2013.

الإطار المنهجي

الفصل الثاني: المهارات الإتصالية

تمهيد:

لكي نزيد من فاعليتك و تأثيرك في عملك وفي الجماعة التي تعيش فيها فلا بد أن تحسن خبراتك وزيادة قدراتك في التأثير على الآخرين وذلك بأن تكون على مستوى كفاية ومهارة معينة بالنسبة لعملية للاتصال التي تهم أفراد المجتمع جميعهم بصفة عامة وتهم الكثير من يؤثرون فيه بصفة خاصة مثل الدعاة والإعلاميون والسياسيون ورجال المال والأعمال والمدبرون في مجال خدمة المجتمع وتنميته فكل هؤلاء وغيرهم بحكم عملهم يجب أن تتوفر لديهم مهارات الاتصال اللازمة لتوصيل المعلومات والخبرات والأفكار والآراء والمشعر والاتجاهات إلى الآخرين وهذه العملية تتضمن جهدا مشتركا من الطرفين المرسل متحدثا كان أو كاتبا والمستقبل مستمعا كان أو قارئ.

المبحث الأول: مهارة الاستماع

تمهيد:

تمثل مهارة الاستماع الوجه الآخر لمهارة الحديث.... ومنها معا يتحدد طرفا عملية الاتصال الرئيسيين: المرسل والمستقبل، أو المتحدث والمستمع ، وتحدد بالتالي ملامح عملية الاتصال الشخصي الشفاهي وبينما يقوم الأول بوضع أفكاره في رموز، يقوم الثاني باستقبال الرموز وترجمتها عبر أجهزة الاستماع والإدراك لديه فلكي نستجيب للآخرين بوضوح.... لا بد أن نصغي إلى الرسائل التي يرسلونها، وبدون هذا الإنصات الجيد لا تنجح أساسا عملية الاتصال.

والاتصال الشفاهي أقدم وأفضل عمليات الاتصال فقد عرفه الإنسان و أدرك أهميته منذ أقدم العصور..... وقد أضافت إليه التكنولوجيا بعدا آخر، وهو إمكانية الاتصال الشفاهي عن طريق التليفون السلكي و اللاسلكي أو المرئي أو المحمول، وأصبح من الممكن تخطي الحواجز الجغرافية والاتصال شفاهيا بالآخرين في أقاليم الأرض أو عبر أجواء الفضاء.

كما أصبح من الممكن تخزين الصوت وتسجيله والاستماع إليه بعد سنوات طويلة أي يمكننا التغلب على حاجز الزمن أيضا، وذلك عن طريق أجهزة التسجيل والفيديو المختلفة.

ورغم ذلك، فإن الاتصال الشفاهي المباشر بفرد واحد أو بعدة أفراد، في اجتماع أو لجنة أو مؤتمر أو مقابلة، مازال يحتل مكان الصدارة نظرا لقدرته على توفير قدر أكبر من التغذية المرتدة أو رجوع الصدى.

وبصورة عامة فإن الاتصال الشخصي الشفاهي المباشر يتسم بسمات خاصة أهمها:

✦ يعد أقصر الطرق و أسرها للاتصال.

✦ أقل الطرق تكلفة و جهدا.

✦ يقوم على أساس الصراحة و الوضوح.

✦ يتسم بالود و البعد عن التكلفة و الشكليات الرسمية.

وتتلخص عناصر الاتصال الشفهي في التفكير والكلام، ثم الاستماع. وفي هذا الفصل سنركز على مهارة الاستماع. أما مهارة الكلام أو الحديث فستعرض لها في الفصل الثاني، وذلك لأهمية الاستماع. إذ يرى البعض أنه الاتصال ذاته، فبدونه تفشل عملية الاتصال، والإنصات، ليس مجرد عملية استماع فقط للآخرين...

ولكنه مهارة لا تتاح للكثيرين. ومن ثم يمكن لمن يرغب، أن يمارسه وباقتدار.... لاسيما وأن الذي ينصت أكثر يستفيد أكثر... فالإنصات يؤدي إلى زيادة اليقظة وشدة التفاعل وازدهار جذوة الحماس.... وليست المشكلة الأساسية في الاتصال هي في حمل المستقبل على الحديث و إنما في حمله على الإنصات.... والإنصات يجعل المستقبل يبتعد عن المعارضة، ويكف عن التساؤلات التي لا مبرر لها. ويعمل على تمحيص أرائك، وتقبل ما تسنده الحجج و البراهين منها... والناجحون من السياسيين والإعلاميين والتربويين والدعاة وغيرهم ممن يتصلون⁽¹⁾

(1) محمد منير حجاب، مهارات الإتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 1985، ص11.

بالآخرين للتأثير فيهم...هم في العادة الأكثر قدرة على الإنصات ويدركون أكثر مدى أهميته. فالإنصات يجعلهم يرقبون المستمع... كما يجعل المستمعون يرقبون المتحدث عن كتب ويتبينون ملاحظه، ويتثبتون من نبرات صوته ومن لهجته ومن حركاته وسكناته ومن التعبيرات التي ترسم على وجهه، ما يقوله و ما لم يقله. والمستمع الذي يفعل ذلك سوف تتضح له كثيرا من الأمور التي لم تذكر صراحة...فإنصاته هو نوع من الإيحاء الذي يساعده- كما يقول الدكتور زيدان عبد الباقي- على تلمس الشعور النفسي للمرسل. وعقب ذلك يكون المرسل قد تهيأ نفسيا ليكون مستقبلا ويصبح أكثر استعدادا للاستماع وأكبر قابلية للآراء التي تنتهي إليها عملية الاتصال. والاستماع مهارة أساسية للفرد، ويتعلمها في مراحل نموه الأولى.... فالطفل يبدأ في الاستجابة للعالم الخارجي من خلال السماع....والطفل يتعلم الإستماع قبل تعلم الكلام ويتعلم الكلام قبل تعلم القراءة...ويتعلم القراءة قبل الكتابة. فالاستماع مهارة أساسية ، وأساس للمهارات الاتصالية الأخرى⁽¹⁾.

المطلب الأول: أهمية الإستماع وأهدافه:

ويمثل الإستماع وسيلة أساسية للحصول على المنبهات الخارجية. وتزيد أهميته عن الإبصار في المواقف التي تتوفر فيها الظروف المناسبة للإبصار السليم...وتتم عملية السمع نتيجة للتغيرات المادية في ضغط الهواء الناتجة عن اهتزاز الأجسام، فينتقل الصوت في شكل موجات تستثير الأذن وتجعل الإنسان متأهبا لاستقبالها والأسباب الخاصة بأهمية حاسة السمع و تقدمها على الحواس الأخرى و خاصة البصر و تتمثل فيما يلي:

- 1) إن السمع هو أسبق حواس العقل إلى وصل الإنسان بالكون.
- 2) تعلق حاسة السمع حاسة البصر في اتساع المدى وفي القدرة على الشمول والإحاطة. فالإنسان يرى في اتجاه واحد. في حين أنه يتلقى الأصوات في آن واحد من كل الاتجاهات.
- 3) يفقد الإنسان حاسة البصر ومع ذلك يظل على اتصال بالجماعة التي يعيش فيها بفضل حاسة السمع. أما الأصم فتنقطع صلته بالجماعة، إذ لا يملك وسيلة للتفاهم معها وتلقي عواطفها ومشاعرها والوقوف على آرائها وخواتمها.
- 4) إن الإستماع شرط أساسي للنمو اللغوي بصفة عامة و يأتي في للمرتبة الأولى من حيث ترتيب المهارات الاتصالية زمنيا في إطار النمو اللغوي....فالطفل بعد الولادة بعدة أيام يبدأ في التعرف على الأصوات المحيطة به، كما يقول علماء النفس. ويبدأ في نهاية عامه الأول تقريبا في نطق الكلمات...ومع بداية التعليم في المدرسة يستخدم حصيلة الأصوات المسموعة لديه في التعرف والتمييز بين أصوات الكلمات المكتوبة، فيقرأ ويكتب...ولهذا ينبغي تدريب الأطفال على هذه المهارة في سن مبكر، ليكتسبوا القدرة على تصور الأفكار من خلال الألفاظ المنطوقة، وبالتالي القدرة على تصور هذه الأفكار وطرحها⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 12.

⁽²⁾ سعد مصلوح، دراسة السمع والكلام، عالم الكتب، القاهرة، (د.ت.ن)، ص 27.

والتعبير عنها شفاهة أم كتابة. فالاستماع يمكننا من استخدام اللغة وتبادل الكلام. واللغة هي حجز الزاوية في سلوكنا الاجتماعي، ولهذا فالسمع أهمية حيوية بالنسبة للإنسان.

5) إن الإستماع يقوي انطباعات الود والصراحة، ويغري بالمشاركة عن طريق توفير الفرصة للفهم الكامل والدقيق للآخرين... فالاستماع هو العلاقة الأساسية التي يمكن أن تدل على ان إنسانا يبدي اهتماما بآخر ويتفهمه، وذلك في أي موقف. فالقائد أو المدير الذي يسعى لإشراك الآخرين فيما يسعى إلى تحقيقه، هو نفسه القائد أو المدير الذي يتسم بالقدرة على الإنصات الجيد للآخرين ومشاركتهم مشاعرهم وأفكارهم.

ثم إن القائد المنصت يث في غيره من القادة أو المديرين على جميع المستويات القدرة على الإنصات فيصبحون من فئة المنصتين.. وبالتالي فإن المؤسسة المنصتة هي أيضا تلك التي يتزايد احتمال قدرتها على التعامل مع المتغيرات البيئية بسرعة وتحقيق نجاح أكبر ومشاركة أكثر من العاملين.. فالإنصات أو الإستماع هو الأداة الرئيسية للتفرقة بين نجاح الإدارة وفشلها. وفي الوقت نفسه يوفر لنا الإستماع فرصة جيدة للتعامل مع الآخرين والتعاون معهم، حتى وإن كنا لا نشعر نحوهم بالود... وذلك من خلال التعرف على أفكارهم وآرائهم ومشاعرهم و دوافعهم المختلفة.

6) إكتساب خبرات الآخرين: فالاستماع يوسع مدارك الفرد ويزيد قدرته على الفهم من خلال التعلم من الآخرين... فتتعلم كيف يفكر الآخرون... و ماذا يفعلون تحت نفس الظروف وإزاء نفس المشكلات التي تواجهها. ونستفيد بالتالي من هذه الخبرات في حل مشكلاتنا، وفي تحسين المعنويات، وزيادة الإنتاج... وهذا ما جعل كثير من المؤسسات حاليا بالبرامج التدريبية لتنمية المهارات الاتصالية. وبخاصة بعد أن أثبتت البحوث أن جزءا كبيرا من الفشل في هذه المؤسسات يرجع ضعف هذه المهارات لدى العاملين بها. وخاصة قدرتنا على استقبال المعلومات.

7) اكتساب معلومات جديدة: فالاستماع إلى العلماء والخبراء والمتخصصين والمدراء يزودنا بمعلومات وأفكار وإرشادات ومصطلحات جديدة في مجالات العمل والحياة المختلفة. فهو وسيلة سريعة وأكثر كفاءة لجمع المعلومات أكثر من القراءة ولنقل اهتمامات و أفكار الآخرين. فإذا أردت أن تعرف شيئا عن موضوع معين بسرعة يمكنك غالبا أن تجد شخصا خبيرا فيه لتسأله... ومن المحتمل أن يتحدث بأسلوب تفهمه فيقدم لك استعراضا دقيقا وعماما للموضوع، ويزودك بالحجج التي تعزز المعلومات المستقاه. ولكن تحصل على نفس هذه المعلومات عن طريق القراءة فإن ذلك يستغرق عدة أسابيع من البحث... وبينما يمكنك من خلال عملية الإنصات أن تسأل أسئلة من أجل التوضيح الفوري، فأنت لا تستطيع ذلك كقارئ... فلا يمكنك أن تسأل الكاتب بمثل تلك السهولة¹.

(¹) المرجع نفسه، ص 28.

- (8) **تحسين العلاقات:** وفي إطار الحياة الاجتماعية يزودنا الإستماع بالمعلومات الضرورية للفهم الكامل للآخرين.. مما يسهل مهمة التفاعل معهم والتأثير عليهم، كما يساعدنا في تحديد الحالة المزاجية للآخرين، من حيث الشعور بالسعادة أو الغضب أو الضيق، ويساعد عندما يتم بصورة جيدة على تقليل سوء الفهم للآخرين، و على تحسين علاقات الفرد بالآخرين في المنزل والعمل. وعلى اختصار الوقت، أن المتحدث لن يحتاج لأن يكرر ما يقوله.
- (9) **التفاعل مع البيئة الخارجية:** فالإستماع يساعدنا في اكتشاف البيئة وبالتالي التكيف معها بالصورة التي تحفظ لنا حياتنا.. فأصوات سيارة بسرعة مقبلة حولنا... و صوت طقطقة خشب يحترق... أو أصوات الرعد والبرق والعواصف... وأصوات زئير الأسد، أو نباح الكلب، أو زقزقة الطيور.. أو أصوات الضوضاء المختلفة.. كل منها يترتب عليه استجابة معينة...
- (10) **تأكيد الأهمية:** فعندما ننجذب إلى شخص آخر و نصت إليه باهتمام، سواء أكان يتحدث في محاضرة عامة، أو يحدثنا عن مشاكله العاطفية، أو عن متاعبه في العمل، فهذا يعني أهميته كمتحدث.. وبصفة عامة فإن كل إنسان يشعر باحتياج أساسي للشعور بهذه الأهمية، وبال الحاجة لأن ينصت إليه باهتمام.. و لذلك كان الحبس الإنفرادي أبلغ وسائل العقاب.. لأنه يحرم الإنسان من إشباع هذا الإحتياج .
- (11) **الإعجاب والسرور:** فالإستماع أحد المصادر الأساسية للإعجاب و السرور.. فالإستماع للموسيقى، وللأعمال الدرامية في الإذاعة والتلفزيون والسينما والمسرح، والإستماع لكلمات الحب وأحاديث الود، كلها مصدر للشعور بالإعجاب بالصورة التي تدخل السرور إلى نفوسنا.. وكذلك الإستماع إلى أصوات الطبيعة، فخرير المياه وزقزقة العصافير وهفهافات النسيم تريحنا وتدخل الراحة إلى نفوسنا.
- (12) **التقييم:** ومن خلال الإستماع نتلقى يوميا عشرات الرسائل التي تحدثنا على الإستماع لبرنامج أو لقراءة كتاب.. أو لتشجيعنا لأداء عمل معين. فكل شخص يريد أن يؤثر علينا.. وهذه المعلومات تساعدنا على وزن الأمور وتقييمها، واتخاذ المواقف المختلفة.
- (13) **الفهم:** هو الهدف الأساسي للإستماع.. فنحن نستمتع للمناقشات والأحاديث والمحاضرات والندوات و للإذاعة و التلفزيون، و لغير ذلك من المصادر، لنفهم أولا.. ثم لنستفيد مما نسمعه.. والفهم لا يعني قبول كل ما يعنيه المتحدث.. ولكنه ضروري لهذا القبول و ضروري لتحقيق الاستجابات الصادرة عنا¹.

¹ المرجع نفسه، ص 29.

❖ مصطلحات أساسية: السمع-الاستماع-الإنصات-الإصغاء.

1. لغة: كما جاء في معجم الوجيز: قوة في الأذن تدرك بها الأصوات: و"سمع" لفلان أو إليه أو إلى صديقه. سمعا وسماعا: أصغى وأنصت، للاستماع من "أسمعته" أي أصغى إليه..وأصغى، بمعنى الإستماع. و على هذا فإن الإستماع والإنصات كما يشير المعجم يفيدان معنى حسن الإستماع و الإصغاء. وكذلك السماع..وهذا الإتفاق في المعنى يتفق طبيعة الحضارة العربية التي اعتمدت أساسا على السماع وحسن الإصغاء.
2. إصطلاحا: يفرق العلماء بين السمع و الإستماع.. فالسمع Aearing يتعلق بوظيفة الأذن في تلقي المثيرات الصوتية في حدود القدرة السمعية للإنسان.. فجهاز السمع محكوم بحد أدنى وحد أعلى من القوى والترددات، تشكل منطقة السمع لديه. أما ما دون ذلك وما فوق ذلك من القوى والترددات فيقع خارج قدرة السمع.. وإن كان عدم ادراك هذه الترددات لا يعني نفي وجودها الواقعي. بل هي موجودة سواء أدركها الإنسان أم لم يدركها. وتتفاوت الحيوانات تفاوتا كبيرا في قدرتها على السمع.. فالحيوانات الدنيا تتمتع غالبا بقدرة تفوق قدرة الإنسان.. ذلك أن حدة السمع بالنسبة للحيوان مرتبطة أوثق الارتباط بغريزة البقاء، طلبا للفريسة أو درءا للأخطار. أما بالنسبة للإنسان فإن السمع بالنسبة له يمثل حلقة من حلقات الاتصال اللغوي بينه وبين بني جنسه. والوظيفة الأساسية لجهاز السمع هي استقبال الاهتزازات الأكوستكية وتحويلها الى اشارات تنتقل عبر عصب السمع إلى المخ وبالنسبة لقدرة جهاز السمع لدى الإنسان فهي نفوق قدرته على القراءة والنطق. فبينما يستطيع الاستماع لحوالي 300 كلمة في الدقيقة، يستطيع أن ينطق 125 كلمة فقط. بينما يستطيع العقل البشري التفكير في 600 كلمة في الدقيقة الواحدة.

أما الإنصات أو الإصغاء، كما ذهب إلى ذلك العلماء العرب، فهو الفهم لرسالة المتحدث وإدراك ما يرمي إليه من مقاصد. ويختلف مستوى هذا الفهم من شخص إلى آخر وذلك تبعا لمستوى الاستماع، حيث يوجد أربعة مستويات للاستماع هي :

✦ مستوى الإهتزاز أو الذبذبة.

✦ الإستماع .

✦ الفهم.

✦ الإدراك أو الفهم المميز.

وهذا يعني أن الاتصال يعتمد لكي يكون ناجحا على درجة ومستوى الاستماع وبمكنا التعرف على مستوى الفهم عن طريق رجع الصدى أو ما يسمى بالتغذية المرتدة. وهذه التغذية المرتدة أو رجع الصدى ليس بالضرورة كلاما منظوقا، بل قد تكون على شكل إشارة أو لمحة من المستمع للمتحدث، تدل على أن المعنى المقصود قد وصل بوضوح إلى فهم السامع. أو تدل على العكس، مما يستدعي قيام المتحدث بإعادة الرسالة⁽¹⁾

(1) إبراهيم علي رابعة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

بطريقة أوضح. فالإنصات و الإصغاء أكثر من مجرد استقبال للصوت. بخلاف السمع الذي يحدث بمجرد استقبال الأصوات الخارجية. ولا يتطلب تفاعلا ومشاركة نشطة ولا يختلف معنى الاستماع عن معنى كل من الإصغاء والإنصات.. فهو أيضا يتعلق بمدى إنشاء الفرد إلى المعاني المتضمنة فيما يقول المرسل وإذا كان الاستماع لا يختلف من حيث الدلالة عن كل من الإنصات والإصغاء فهو يختلف عن السمع.. فالسمع وظيفة فسيولوجية ويشمل استقبال الرسالة.. أما الاستماع فهو وظيفة عقلية، وتعني فهم الرسالة فبعد أن تتم عملية السماع بواسطة آلة السمع.. وتنقل الرموز إلى المراكز العصبية في المخ، يجب أن تفسر الرسالة ويعطي لها معنى.. وتفسر الرسائل الأخرى المصاحبة، والتي ترد من خلال العيون، والإشارات والحركات الجسمية والرسائل الأخرى الواردة عن البيئة المحيطة.. والمهارة في الاستماع أو الإنصات تعتمد على كيفية ترجمة هذه الرسائل وفهماها.

وحيثما نتكلم عن الاستماع أو الإنصات فنحن نتعامل مع العملية العقلية والتي تعني فهم النشاط الشفهي وغير الشفهي.. وهذه العملية العقلية لا تتم من طرف واحد، وإنما من قبل المتحدث أيضا، فكلاهما يجب أن يعمل سويا وبطريقة صحيحة.. فكل منهما يجب أن يتعهد الطرف الآخر عقليا بتحسين الرسالة والمشاركة في تشكيلها والتعاون في بناء الفكر والمعنى. وإذا افتقد هذا التعاون من قبل المستمع فلا يكون هناك تفاعل أو اتصال. فالمستمع هو الذي يجعل لرسالتنا معنى، كما أنه في الوقت نفسه يضيف إلى رسالتنا على ضوء خبراته وتجاربه.. فالمستمع الذي يستمع لحديث عن الاستثمار في البورصة ولديه خبرات وتجارب في التعامل معها.. ستقفز هذه الخبرات وتختلط بما فهمه وأستوعبه من رسالتنا أي أنه ينشأ علاقات بين ما سمعه وبين هذه الخبرات.. وفي الوقت نفسه ينشأ علاقات ما بين الرسالة الشفهية والرسائل الأخرى غير الشفهية التي يستقبلها في الوقت نفسه من خلال لغة الإشارات والحركات الجسمية و العيون.

وعلى هذا فالسمع والسمع غير الإستماع.. الإستماع هو نفسه الإنصات والإصغاء. وهذا التراوح في المسميات للدلالة على عملية ذات طبيعة خاصة، يرجع إلى غنى اللغة العربية بمفرداتها.. وميل الباحثين إلى استخدام مفردة دون أخرى. أما في اللغة الإنجليزية فتستخدم كلمة **Listening** للدلالة على نفس المعنى الذي تضمنته المفردات الثلاثة: الإصغاء - الإستماع - الإنصات ، والتي هي نفسها تتضمن معنى الفهم و التفاعل مع المرسل، أو حسن الاستماع كما أشرنا سابقا.

وكلمة يستمع **Listen** في اللغة الإنجليزية استخلصت أساسا من كلمتين أبجولوسا كسونيتينا هما **Hylstan** بمعنى السماع، وكلمة **Hloshian** ومعناها أن تنتظر متقبا في حيرة.. وهي نفس ما تتضمنه كلمة **Listening**. ويذهب العلماء إلى أن الإستماع كنشاط سمعي وكعملية عرفت منذ عرف الإنسان طريقة لاستقبال المعلومات بطريقة شفوية⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه، ص 81.

المطلب الثاني: عناصر عملية الإستماع.

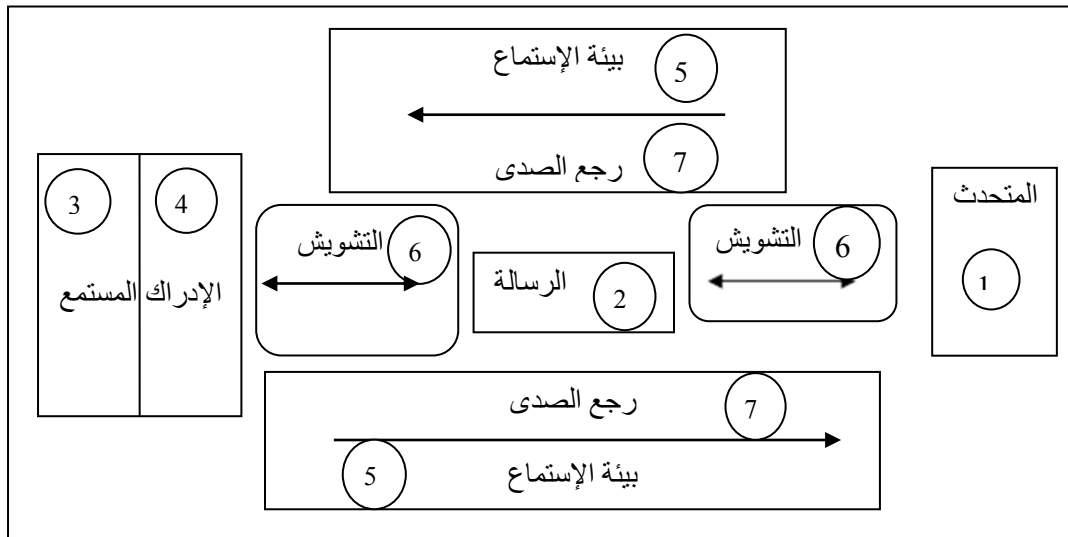
تحدث عملية الإستماع عندما يوجد متحدث يضع فكرة في كود، ومستمع يفك الكود، و يحاول تفهم مايقال ويحدد الاستجابة التي على صوتها يستمر الشخص الآخر في الحديث، أو سيتحول ليأخذ دوره في الإستماع، ومن خلال هذه العملية تتداخل الكثير من العوامل البيئية المنشطة، أو المحيطة لعملية الاستماع، كما تتداخل كثير من العوامل الإدراكية لتحديد طبيعة عملية الاستماع ذاتها، وما إذا كانت إنصاتا أو مجرد سماع فقط للمؤثرات الصوتية حولنا.

وتحليل عملية الاستماع إلى عناصرها الأساسية بدأت عام 1977 بالتصور البسيط الذي قدمه "باكهام" و"مورجان" وحدا أن الإستماع كعملية بسيطة يتبادل فيها كل من المرسل والمستقبل الاستماع والاستجابة كعنصرين أساسيين لهذه العملية. ثم توالت جهود العلماء في هذا المجال.

وعلى ضوء هذه التصورات يمكننا أن نحلل عملية الاتصال السماعي إلى مجموعة العناصر التالية:

- ✦ المتحدث.
- ✦ الرسالة.
- ✦ المستمع.
- ✦ الإدراك.
- ✦ بيئة الإستماع.
- ✦ التشويش.
- ✦ رجع الصدى⁽¹⁾.

و ذلك كما يتضح من الشكل رقم (01) التالي: عناصر عملية الإستماع



المصدر: أحمد ماهر، السلوك التنظيمي : مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 1993، ص66

(1) أحمد ماهر، السلوك التنظيمي : مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 1993، ص65.

أولاً: المتحدث

هو الشخص الذي يضع فكرة في كود، و يعد أحد العناصر الرئيسية في عملية الإستماع، و تتوقف فاعلية الإستماع على مجموعة من العوامل المتصلة بالمتحدث وأهمها ما يأتي:

1. سرعة المتحدث.

المعدل الطبيعي للحديث كما انتهت إلى ذلك البحوث يتراوح من 125 إلى 175 كلمة، بينما معدل التفكير يتراوح ما بين 400 إلى 800 كلمة في الدقيقة. و الفرق بين معدل الحديث و معدل التفكير، يعطي الفرصة للمستمع للاستيعاب و لتنظيم ما يحصل عليه من معلومات و تقييمها، و تصور ما لم يقله المتحدث ولتحديد الاستجابة.

و يمكن تحسين عملية الإستماع عن طريق الاستفادة من هذا الفارق في إجراء هذه العمليات العقلية. ولهذا فمن الضروري للمتحدث إجراء الحديث بالمعدل المعتاد، أما إذا زاد معدله إلى 300 كلمة فأكثر فإن الإستماع سيصبح أكثر صعوبة. وكذلك إذا قل المعدل كثيراً عن المعدل الطبيعي. فإن الإستماع يصبح من الصعوبة بمكان كما ينبغي مراعاة طبيعة المحادثة، و درجة صعوبة ما تتضمنه من أفكار، فالأحاديث العلمية في المحاضرات والندوات تحتاج إلى معدل أقل من سرعة أحاديث الدروشة و السمر، لضمان توفير فترة زمنية أطول للاستيعاب.

2. لهجة المتحدث.

لهجة المتحدث الواضحة والمفهومة للمستمع تؤثر على مدى فاعلية عملية الإستماع، ولذلك إذا كان المتحدث يتحدث باللهجة المحلية، فعليه التأكد أولاً من أنها مفهومة للمستمع، حتى لا يفقد انتباه المتحدث، كما أن عليه ألا يتحدث بطريقة رتيبة، وأن يتجنب التمتمة والغمغمة¹.

3. درجة الإنفعال:

المتحدث الجياش المشاعر والمقتنع بما يقول أكثر قدرة على جذب المستمع وعلى جعله يستمع بعناية وبدقة للرسائل اللفظية، و يقوي التفاعل بينهما في ظل هذه الظروف، ويلاحظ أن زيادة درجة الانفعال لدى المستمع وإن كانت ستجعله يعطي اهتماماً أكثر للرسالة العاطفية لمتحدث إلا أنه نتيجة الانفعال الزائد فقد لا يستوعب المعلومات المهمة، ولذلك فلا بد من الإنتظار لفترة لتهدأ العاطفة، و عندما تبدأ المشاعر العاطفية في التناقص تبدأ المناقشات المنطقية وتستمر عملية الإستماع⁽²⁾.

(1) المرجع نفسه ، ص 66.

(2) وليم ح.ماكولاف، فن التحدث والإقناع، ط2، دار المعارف للنشر والتوزيع، 1994، ص33.

4. المكانة:

تؤثر مكانة المتحدث على درجة فهم واستيعاب الحديث، فالمتحدث صاحب السلطة أو النفوذ والخبرة يتزايد اهتمام المستمعين بما يقوله، وكذلك أيضا إذا كانت للمتحدث جاذبية أو مصداقية لدى المستمع، فإن المستمع يستمع لما يقوله و يتأثر به⁽¹⁾.

ثانيا: الرسالة.

هي محصلة وضع فكر المتحدث في رمز وتمثل النتائج المادي والعقلي للمصدر، وفي حالة الاتصال الشفاهي يعتبر الحديث أو الكلمات المنطوقة هي الرسالة، والمعاني التي ينقلها المتحدث يمثل الكلام المنطوق جزءا منها، أما باقي المعاني فتكمن خارج الكلمات المنطوقة، في طريقة نطق الكلام و الحركات التي يقوم بها الفرد، و غير ذلك من مكونات اللغة غير اللفظية، وهذه تعطي مدلولات أو معان تتفق أو تختلف أوحى تناقض مع ما يقوله المتحدث من كلمات، ولكنها مع الكلمات المنطوقة تساهم في تكوين المعنى الذي يخرج به الفرد منها. وتؤثر طبيعة الرسالة على عملية الإستماع من زوايا عديدة:

1. زاوية الألفاظ و الصياغات و المعاني:

- ✦ فإذا كانت الرسالة غير واضحة أو تفتقد للترابط المنطقي في بناءها فإنه سيكون من الصعب الاستماع والفهم.
- ✦ إذا كان المتحدث نفسه غير مهتم بالموضوع أو غير مقتنع أو ليس لديه ما يضيفه للمستمع، فحينئذ لن تكون الرسالة واضحة و في هذه الحالة فمن الضروري للمستمع أن يقاطع المتحدث بأسئلة استيضاحية لفهم ما يقول.
- ✦ إذا كانت للرسالة أهمية خاصة لدى المستمع أو معنى خاصا، فإن الفهم و الاستيعاب سيكون على أعلى مستوى.
- ✦ عندما تعمل الرسالة قيما متشابهة، واتجاهات أو وجهات نظر تتفق مع المستمع فإن الإستماع سيكون سهلا، فمعظم الناس يميلون للمعلومات التي تؤكد وجهات نظرهم.
- ✦ عندما يحمل الكلام أفكارا ومعتقدات معارضة لقيم الإستماع وذلك لرغبة المستمع في تقييم الرسالة غير المتوقعة والتعرف بنفسه على وجهات النظر المعارضة.
- ✦ تتأثر المقدرة على الإستماع بمدى صعوبة المعلومات التي تتضمنها رسالة المبحوث، ولهذا يلاحظ بالنسبة للمعلومات المعقدة ضرورة تخفيض معدل سرعة النطق لتعطي للمستمع الفرصة لاستيعاب هذه المعلومات بطريقة متكاملة⁽²⁾.

(1) المرجع نفسه ، ص 34.

(2) الحافظ أبو بكر بن عبد الله بن أبي الدنيا، الصمت وحفظ اللسان، دار الإعتصام، القاهرة، 1986، ص 15.

2. زاوية الصوت:

سبق وأن تحدثنا عن الصوت وأهميته لعملية الإستماع، وطبيعة الجهاز الإنساني الناطق، لكن المهم هنا تسجيل أهميتها لعملية الإستماع، فإستخدام المتحدث لصوت خفيض يجعل عملية الإستماع صعبة. فإذا لم يستطع المستمعون سماع ما يقوله المتحدث، فإنهم يصبحون غير منتبهين وقد يغمضون أعينهم ويسترخون، أو يشغلون أنفسهم بأشياء أخرى، أو يدخلون في مناقشات مع من يجاورونهم، وتبدأ بالتالي سلسلة من ردود الأفعال، وبسرعة تنتشر أحاديث الهمس المعتادة بينهم. ولا يكفي أن يكون صوتك جهوريا. وإنما تأكد من أن كل شخص من المستمعين يسمع ما تقول، وتأكد بنفسك من درجة الإستماع بالنسبة لمن هم في آخر القاعة، و إلا فيجب أن تتخذ الترتيبات اللازمة لتزويد القاعة بمكبر صوت ولا مانع من سؤال الجمهور عند بداية الحديث عما إذا كانوا يسمعونك أم لا. ولا نغني بجهارة الصوت أن يصبح صوتك على وتيرة عالية طوال الوقت وإلا تسبب في نوم المستمعين لأن صوتك سيصبح مثل صوت المنوم المغناطيسي. لكن التنوع في نبرة الصوت ارتفاعا وانخفاضا وفقا لدرجة التحمس والانفعال، يضيفي جمالا على الحديث، وقد تخفض الصوت إلى درجة الهمس للتأثير على الجمهور وجذب انتباهه. وأيضا تستخدم نبرة الصوت للتأكد على المعنى أو للتعبير عن المشاعر الهادئة أو عن المشاعر السارة. أو غير ذلك من المعاني التي يتحدث عنها الشخص⁽¹⁾.

3. العناصر غير اللفظية في الإستماع:

ويقصد بها حركة الجسم و تعبيرات الوجه و البيئة المحيطة بالمتحدث و المستمع و أهم هذه العناصر:

أ. التعبير بالوجه:

وإيماءات التعبير بالوجه عديدة، فالناس تكثر من استخدام العيون والحواجب والفم واللسان و الذقن والابتسامات، بالإضافة إلى الإيماءات بالأذرع والأيدي والأرجل والسيقان، وقد أسفرت البحوث عن أكثر من مائة إيماءة مميزة للوجه واليد والجسم. وعلى الرغم من ذلك، فإن كثير من المتحدثين يهملون هذه الأنواع من الإيماءات، ويركزون ويستخدمون فقط أحبالهم الصوتية، وبطريقة آلية أثناء الحديث مما يقلل من فرصهم في الإستماع الفعال من قبل المستمعين. ويتضح لنا مقدار ما تخسره هؤلاء إن ركزنا على أحد التعبيرات الخاصة بالوجه فقط، وهي العين، فالعين بعد الصوت، تعتبر أهم أدوات التعبير للمتحدث المؤثر. فعندما تتحدث أو تستمع إلى حديث.. فأنت عادة طوال الوقت تنظر إلى وجه الشخص الآخر وتركز على العيون، وهذا الاتصال عن طريق العيون يجعل أثر الاتصال يتعمق أكثر أو يصبح ذا مغزى أعظم.. فالعيون تنقل رسالة إلى المتحدث "أنا قد فهمناك" أو أنك قد أفقنتنا.. و أحيانا العكس.. فتعمل عندئذ على من الشرح و التوضيح⁽²⁾.

(1) المرجع نفسه ، ص 16.

(2) محمد الصغير بن ناني، النضاريات اللسانية والبلاغية عند العرب، دار الحداثة، بيروت، 1986، ص 113.

وعندما نتحدث إلى جمهور كبير فإنك تستطيع من خلال العيون أن تحدث كل شخص من الجمهور بمفرده ويسمع المستمع كما لو كنت تحدثه شخصياً.. ولذلك فمن الخطأ أن يحمل المتحدث أعلى الصفوف الأولى ويظل هكذا طوال الحديث.. وإنما عليه في بداية الحديث، وأثناء الخطاب الصمت الأولى، أن ينقل عينه بين المستمعين، و أن يجعلها تتلاني مع عيني كل شخص يجلس في القاعة.. فضلاً عما يوفره الاتصال بالعيون من دفء و مودة للحوار.. ومن إمكانية التأثير على المستمعين وجعلهم يوافقونك على آرائك ويقتنعون بها.. فإنها توفر الفرصة للتحكم والسيطرة في الموقف الاتصالي من خلال النظر.. بل كثيراً ما تعكس العيون المشاعر النفسية للمتحدث: الإعجاب، الغضب، التهديد، الارتياح، الاقناع، الموافقة.

ب. حركة الجسد و الايدي:

يمكن للمتحدث باستخدام جزء الجسم وحركته للأمام وللخلف وإلى الجانبين، وأيضا حركة الأيدي والأصابع أن يعزز معنى الرسالة والموضوع الذي يتحدث عنه وازدياد الحركات عن المعقول أو المناسب قد يشوه ويشوش المعاني، وقد تستخدم كدلالة على عدم ثقة المتحدث في نفسه. أما بالنسبة للمستمع، فالحركة الهادئة لجزع الجسم واسناد الجسم على ظهر الكرسي، وعدم التمتع والثأوب وحركات السأم، فهي حركات هامة لتشجيعاً وتثبيط همة المتحدث في الاستمرار في الحديث.

وعلى الرغم من أن اليدين والذراعين تنتجان غالبية الايماءات فإن الجسد كله ينشغل في إضفاء الكثير على الكلمة المنطوقة كوسيلة اتصال..وقد تم وضع علم يسمى "علم الاحساس بالحركة في العضلات والأوتار العضلية" في أوائل عام 1950 وضعه "د.برايبيردو ستل". بالإضافة إلى ذلك كتبت العديد من الكتب عن الايماءات، منها على سبيل المثال كتاب "كيف تقرأ شخصياً كما تقرأ كتاباً" تأليف "نيرنبرج" و "كالبرو" نيويورك مؤسسة هولون المتحدة للكتب عام 1971.

وأشار رفيه إلى أنه يوجد لدى الجيش الأمريكي حشد من الإيماءات تسمى "إشارات الأيدي" تشير إلى معان متنوعة يلجأ إليها المسؤولون بالجيش عندما يكون الهدوء مطلوباً. أو عندما يمنع ضجيج المعركة سماع الأوامر العادية أو في حالة ما إذا سمحت المسافات البعيدة بإجراء الاتصالات البصرية⁽¹⁾.

ثالثاً: المستمع.

وهو الطرف الأساسي في عملية الإستماع، وهو الذي يستقبل المؤثرات الصوتية ويضفي عليها معنى معيناً بعد تمييزها وإدراكها، وبه يتحقق هدف المتحدث من عملية الإرسال، بل وتتوقف عليه أساساً عملية الإرسال ذاتها.. من خلال الإصغاء والإهتمام بالمتحدث أو الانصراف عنه بالكلية.

ولنجاح عملية الإرسال ينبغي أن تتوافر للمستمع طبقاً لما ذهبت إليه جمعية الاتصال الخطابي الأمريكية في اجتماعها السنوي لعام 1984 مجموعة من المعلومات والقدرات الأساسية هي⁽²⁾:

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 115.

⁽²⁾ حميد الطائي وبشير العلاق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 17.

- ✦ القدرة على فهم اللغة الشفهية للحديث وتمييز الأفكار الرئيسية.
- ✦ القدرة على تحديد التفاصيل الفرعية.
- ✦ تمييز العلاقات الواضحة بين الأفكار.
- ✦ القدرة على استدعاء أو استرجاع الأفكار والتفاصيل الرئيسية.

وإضافة إلى هذه القدرات حددت الجمعية مجموعة من المهارات الأساسية التي ينبغي أن تتوفر للمستمع والتي يتحدد على ضوءها مدى نجاح عملية الإستماع ذاتها هي:

- ✦ الإنتباه وسعة الأفق.
- ✦ إدراك هدف المتحدث.
- ✦ التمييز بين جمل الحقيقة والرأي.
- ✦ التمييز بين البراهين المنطقية والعاطفية.
- ✦ ملاحظة مدى الحياد والإحياز للمتحدث.
- ✦ تمييز اتجاه المتحدث.
- ✦ تمييز التناقضات بين الرسائل الشفهية وغير الشفهية للمتحدث.
- ✦ استخدام الأسلوب الأمثل للاستماع.

وبالإضافة إلى ما سبق:

تتأثر عملية الإستماع بكثير من الجوانب الخاصة بشخصية المستمع ومدى قدرته على الإستماع بفاعلية وهذه العوامل هي:

▪ المقدره اللغوية:

تشير البحوث إلى وجود علاقة ارتباطية بين القدرة على الإستماع بفاعلية المقدار اللغوي..وتتحدد المقدره اللغوية بمقدار حصيلة المستمع من الكلمات ..فكلما كانت الحصيلة اللغوية أكبر كلما سهلت عملية الإستماع.. وزادت مقدره المستمع على فهم ما يسمعه واستيعابه بمعدل أكبر مما لو كانت الحصيلة اللغوية أقل.

▪ الدافع للاستماع:

فتوافر الدوافع للاستماع لدى المستمع يجعله يستمع بفاعلية من ناحية ويتذكر بصورة أفضل المعلومات المقدمة لإشباع غريزة حب الإستطلاع أو لتنمية مهاراته للتقدم في العمل أو بسبب الخوف. كخوف التلميذ من أستاذه.

▪ المقدره التنظيمية:

وتعني قدرة المستمع على التعرف على الأفكار الرئيسية في الحديث وتنظيم المعلومات التي يحصل عليها في فئات تصويرية متوافقة⁽¹⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 18.

▪ استخدام التقنيات الخاصة بالتركيز:

كأن يتخيل المستمع نفسه في مكان المتحدث محاولاً أن يرى العالم بعينه ليتمكن من فهم واستيعاب ما يقوله، أو استخدام أسلوب المحاورة مع المتحدث لتثبيت الأفكار، أو استخدام أسلوب الأسئلة الذاتية كأن يسأل نفسه أسئلة حول مجرى الحديث، مثل ما الفكرة الرئيسية لهذا الحديث؟ ماذا يقصد المتحدث؟ أو استخدام عبارات الموافقة والتأكيد لتشجيع المتحدث على الإستمرار.. وأحياناً في هذا المجال تستخدم الغمغات الدالة على الموافقة، أو حركة الرأس أو يسأل أسئلة استيضاحية، مثل أفهم جيداً ما تقول، ولكن ماذا تقصد بكذا أو يرجع المتحدث ويطلب منه تكرار ما يقول ، أو تكرار نقطة محددة في سياق الحديث.

▪ النوع:

تشير دراسات عديدة إلى أن النساء أكثر قدرة على إدراك وتفسير الرسائل غير اللفظية-يوريوسف وميريل 1991 - وأن الرجال أكثر قدرة على فهم الرسائل الشفهية من الرجال أي أن الجنس عامل مهم في التأثير على مدى فاعلية الاتصال.

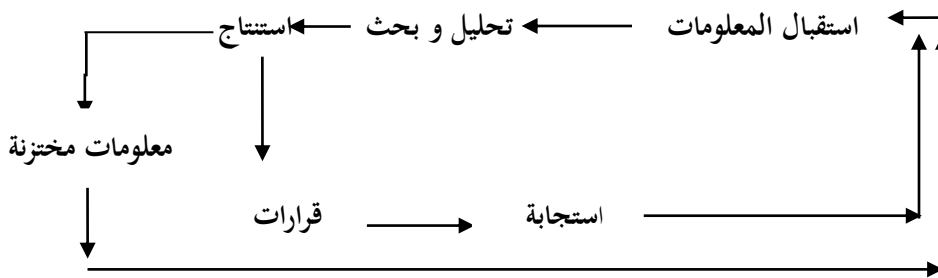
▪ الظروف الصحية و النفسية للمستمع:

فالمستمع الذي يعاني من مشاكل صحية في الأذن، يكون أقل قدرة على الاستماع.. وكذلك المستمع المتوتر أو المريض نفسياً أو القلق.. ولذلك لابد من التعرف على الناحية الصحية والمزاجية لضمان فاعلية الإستماع⁽¹⁾.

رابعاً: الإدراك

يعد الإدراك أحد مكونات عملية التعامل مع المعلومات، فحين يستقبل النظام السلوكي المعلومات عن المثيرات المختلفة، يتم نقلها إلى منطقة متخصصة في العقل لمعالجتها بالتحليل والبحث حتى يستخرج النظام منها الدلالات والمعاني التي يعتمد عليها في اختيار أنواع الاستجابات التي تصدر عنه. وبالتالي فإن تدفق المعلومات داخل النظام السلوكي يتم وفقاً للتتابع الآتي⁽²⁾:

الشكل رقم (02): يبين تدفق النظام السلوكي



المصدر: حميد الطائي وبشير العلاق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص20.

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 19.

⁽²⁾ كمال كامل، مهارات الإتصال، القاهرة، 2007، ص44.

وعلى ذلك فإن مجرد استقبال النظام للمعلومات لا يكفي لإنتاج استجابات معينة، بل لابد أن تخضع تلك المعلومات للتحليل من جانب لأجزاء متخصصة في المخ تستطيع التوصل إلى المعاني الحقيقية التي تعكسها هذه المعلومات.

ويختص الجزء الأوسط من النظام السلوكي (الدماغ الانساني) بتلك العمليات الذهنية المختلفة. وتتركز العمليات السلوكية المختصة بمعالجة المعلومات وتحليلها في الآتي:

- Perception - عملية الإدراك
- Thinking - عملية التفكير
- Learning - عملية التعلم
- Attitude Formation - عملية تكوين الاتجاهات
- Motivation - عملية الدافعية
- Décision Making - عملية اتخاذ القرارات

وسنركز هنا فقط على عملية الإدراك. وهي عملية تفسير المعلومات الواردة للنظام السلوكي وتكوين المفاهيم والتصورات عن العالم المحيط. وتنطوي عملية الإدراك على عمليات فرعية، يمتد بعضها ليشمل عملية استقبال المثيرات التي تحدثنا عنها. ثم تختص عمليات فرعية أخرى بتنظيم تلك المثيرات وتفسيرها، أي اعطائها معان ومدلولات خاصة، ثم تصل عملية الإدراك إلى ذروتها بتكوين مفاهيم شاملة وعامة عن البيئة المحيطة بالنظام السلوكي والتغيرات التي تطرأ عليها وهذا ما نطلق عليه لفظ "المدركات".

والإدراك عملية شخصية يصعب اخضاعها للمقاييس الموضوعية، حيث تتداخل في التأثير عليها عمليات نفسية أخرى كالدافعية والتعلم كما تتأثر بالظروف الموضوعية التي تحيط بالنظام السلوكي، بما تراكم فيه من معلومات وخبرات سابقة.

كذلك فالإدراك عملية مستمرة ومتراكمة تخفي ورائها تاريخ النظام السلوكي كله الذي يتبلور في صورة "تنظيم فكري" يساهم في تحديد المعاني التي يستخرجها النظام من المعلومات الواردة إليه.

ومما يزيد في أهمية الإدراك ارتباطه بكل مظاهر النشاط الذهني للإنسان ومن ثم تأثيره المباشر وغير المباشر على استجابات الإنسان وأنماط سلوكه⁽¹⁾.

▪ المكونات الإدراكية لعملية الإستماع:

المكونات الإدراكية التي تؤثر على عملية الإستماع وتحدد بالتالي مدى نجاح المتحدث في تحقيق أهدافه عديدة وأهمها⁽¹⁾:

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 45.

1. دقة أثار الإستماع و الانتباه المركز:

وتظهر آثار هذه المهارة في درجة اللباقة الإجتماعية التي يمتلكها ويديها السامع، وينعكس هذا الإدراك في التعبير عن مدى الإهتمام بالحديث، وذلك عن طريق توجيه أسئلة موضوعية وذكية بعد التفكير العميق في عناصر موضوع الإستماع. وتتجلى درجة الإدراك لمعنى الإستماع في تجنب مقاطعة المتحدث، أو الإنشغال بأمر آخرى جانبية أو الحديث مع الآخرين.

كل هذه الأمور وغيرها مؤشرات على امتلاك صاحبها دقة في الإستماع ، وشدة في الانتباه، وحدة في التبصر، وهذه مهارات أساسية تساعد على تنمية المهارات المنبثقة من مهارة التمييز السمعي، ويقصد بها تذكر الأصوات في نظام تناوبي معين، والتمييز بين الأصوات لإدراك معاني الكلمات والجمل والعبارات، والقدرة على صهر الأصوات فيما بينها، أو ما أطلق عليه مصطلح "الدمج".

2. فهم الموضوع فهما شاملا:

لا يتم فهم الموضوع إلا بعد المتابعة الدقيقة، وادراك العلل والأسباب التي يديها المتحدث، ويدافع عنها أو ينقذها. بل لا بد أن يدرك السامع العلاقات بين الأفكار الرئيسية، ولا يمكننا الحكم على مدى السمع لمادة الحديث إلا إذا استطاع اتقان الجوانب المهارة الأساسية وهي:

1. التحليل:

يتم التحليل بالربط بين المعلومات والحقائق والمفاهيم والأفكار التي يسمعها، وبين تلك التي مرت بتجاربه السابقة، ويتم ذلك عن طريق الموازنة، والتي تعتبر مهارة فرعية أساسية. ولكنها تأتي بعد عملية تفسير التحليلات المستخلصة.

2. التفسير:

تختلف طبيعة الفهم من شخص لآخر ، وعملية التفسير تخضع لعوامل الخبرات الشخصية في المجال المعرفي ولعوامل مهارات الإستماع. فمن حيث العوامل الأولى يبحث المستمع عن مبررات يصوغها لإقناع نفسه بصدق محتوى الحديث أو مصداقية المتحدث، وربما يحدث العكس تماما إذ يبحث عن مبررات يفسر بها تناقض المحتوى مع أفكاره ومعتقداته. من هنا نراه يجادل ويسأل ويستفسر، ومن الناس من يسعى للاستفزاز في توجيه الأسئلة لإثبات بطلان أفكار المتحدث.

أما بالنسبة للعوامل الأخرى المتعلقة بمهارات الإستماع وأثرها في التفسير فتمكن في أن المتخصص في مجال الحديث يفسر القول بشكل أفضل من الذي لا يمتلك ثروة لغوية كافية.

ج . الموازنة:

(1) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 42.

بعد تفسير الموضوع المسموع يستطيع المستمع أن يوازي بين أفكاره واتجاهاته، وما ورد في موضوع الحديث،⁽¹⁾ ولا ينطبق مهارات الفهم الأساسية على ذوي الخبرة فقط. بل لابد من تعويد التلاميذ عليها

واكتسابهم إياها حتى يتمكنوا من الجدل والنقاش بعد التحليل والتفسير والموازنة. وبأسلوب علمي وموضوعي بعيدا عن التعصب والتهور.

د. النقد و التقويم:

بناء على المهارات السابقة يتم نقد وتقويم مجال الحديث وموضوعه، فقد يتفق السامع مع المتحدث، وقد يختلف معه، لذلك يجب أن يكون الحكم عليه بعملية وموضوعية، ولكن يتوافر هذان الشرطان في التقويم السليم لابد أن ينتظر المستمع آراء الغير، ويتوقع ردود الأفعال الإيجابية والسلبية حتى يمكن من الإمساك بجميع الجوانب الهامة التي توصله إلى العملية والموضوعية.

هـ . تكوين اتجاه ما:

لا يمكن الحكم على مدى فهم الموضوع، إلا بعد التأكد من مناقشته على جميع المستويات ، وتناول جميع جوانبه، وليس شرطا أن يتفق المستمع مع المتحدث في جميع الأفكار والاتجاهات ، بل ليس شرطا أن يتفق معه ورد من معلومات وما يعتبرها المتحدث حقائق ، بل قد يوجد وجه الخلاف الذي يكون جزئيا أو كليا ويبرز ذلك من خلال المناقشة الموضوعية وتحليل عناصر البحث ونقدها وتقويمها، وما يتفق فيه المستمع مع المتحدث تكون اتجاهات ايجابية، وما تختلف معه فيها يكون الفرد قد مر بخبرات سابقة متشابهة ومتفقة مع موضوع البحث حتى يترسخ لديه الأفكار الايجابية وتدعم اتجاهاته نحوها.

وإذا كانت خبراته السابقة لا تتفق مع موضوع البحث، ربما يدعم هذا الموضوع من اتجاهاته السلبية أو تكون خطوة لتغيير هذه الاتجاهات نحو الايجابية، وفي هذه الحالة لا يمكننا الحكم على اتجاهات المستمع أو تغييرها إلا بعد تدعيمها بأفكار أخرى متشابهة، والاحساس بتقبلها من خلال استجاباته الايجابية نحوها والاستجابة تكون بالتعبير الشفهي أو التحريري أو عن طريق توجيه أسئلة متفقة أو منسجمة أو محايدة مع موضوع البحث.

ومن الطبيعي أن يمر المستمع بمرحلة تجميع المعلومات وتحليلها وتفسيرها ونقدها قبل التعبير عن اتجاهاته نحوها، كما لابد من اختصار فكرة الموضوع الرئيسية في ذهنه قبل الخوض في مناقشة عناصرها من معلومات حقائق ومفاهيم وأفكار.

ولقد أشار "مدكور" إلى استخلاص الفكرة الرئيسية وأردفها بمهارة هامة أسماها " التفكير الاستنتاجي" والتي يعتبرها متضمنة في تكوين الاتجاه، والذي لابد من حدوثه بعد أن يكون المستمع قد تخيل عناصر ومرامي البحث، واستنتج أفكارا معينة من هذه العناصر وتنبأ بأهدافه⁽²⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 42-43.

⁽²⁾ المرجع نفسه ، ص 44-45.

و. تدوين الملاحظات عن موضوع الإستماع:

عملية تدوين الملاحظات من المهارات الهامة التي لا يتقنها إلا المتدرب على هذه المهارة، إذ من الأفضل الوقوف على النقاط الهامة والتركيز عليها ، بحيث يدون المستمع عناصر الموضوع وأفكاره ويشير إلى جوانب الاتفاق وجوانب الاختلاف، والأماكن التي تصلح لتوجيه سؤال معين تكون أكثر أهمية من غيرها. ويشير العلماء إلى نقاط أساسية ينبغي أن تلاحظها أثناء قيامك بتدوين الملاحظات عند الإستماع لشخص يتكلم وهي :

- ✦ كن حذرا وأعرف النقاط الرئيسية وأهم الخصائص والأفكار في الحديث.
 - ✦ أكتب فقط الأشياء الرئيسية التي تريد أن تتذكرها.
 - ✦ أكتب النقاط الرئيسية واتبعها بالنقاط الفرعية الخاصة بكل نقطة.
 - ✦ دون الملاحظات وأنت تسمع.
 - ✦ أكتب الملاحظات بطريقة سهلة القراءة والخط .
 - ✦ كن موجزا واستعمل الاختصارات أثناء تدوينك الملاحظات حتى تتمكن من متابعة المتكلم.
 - ✦ استخدام الكلمات والجمل المختصرة بدلا من العبارات المطولة.
 - ✦ بعد انتهاء الاستماع اقرأ الملاحظات وأعد كتابتها إن لم تكن واضحة.
- ويلاحظ أن عملية التدوين لا نستخدمها إلا بالنسبة للاستماع الخاص بالدروس والمحاضرات والندوات والاجتماعات الرسمية واللقاءات العلمية...إلخ.
- وفضلا عن فائدتها في تركيز انتباه المستمع ومساعدته على التذكر فإنها توفر الفرصة لطرح الأسئلة حول موضوع الحديث⁽¹⁾.

خامسا: الظروف البيئية.

فالبيئة التي يتم فيها الاستماع تؤثر على مدى فاعلية الإستماع وذلك من خلال متغيرات عديدة أهمها:

1. الطقس والحرارة:

فالمنام الشديد الحرارة أو الشديد البرودة والجو المليء بالأتربة والمكان السيئ التهوية يؤثر على فاعلية الإستماع، والإستماع المثالي لابد أن يكون في جو مريح يتسم بدرجة الحرارة المناسبة والتهوية الجيدة ولذلك تجهز قاعات المحاضرات بالمكيفات والمراوح التي تضمن التهوية المناسبة لضمان فاعلية الإستماع.

2. الضوضاء:

⁽¹⁾المرجع نفسه ، ص 46.

وتؤثر على فاعلية الإستماع ، فصوت المكيفات العالي وضوضاء السيارات والآلات القريبة وأصوات الأشجار والعواصف وغيرها يجعل الإستماع أقل كفاءة والعكس صحيح إذ تزيد فاعلية الإستماع إذا كانت (1)

الأصوات الخلفية عبارة عن موسيقى هادئة كما تفعل المطاعم والفنادق وعيادات بعض الأطباء. فإن هذا يشجع على الإستماع.

وبالإضافة إلى ذلك توجد عوامل بيئية أخرى تؤثر على فاعلية الإستماع ، من ذلك المقعد المستخدم للجلوس .. إذا كان مريحاً، وإذا كان المستمع يستمع لفترة طويلة، فإن ذلك يساعد على الإستماع بفاعلية ويقلل من عوامل القلق والتوتر التي تؤثر على عملية الإستماع.

سادسا: التشويش

وهو مجموعة العوامل التي تؤدي إلى ظهور اختلافات بين الرسالة المنطوقة والرسالة المسموعة و هو نوعان:

1. تشويش ميكانيكي:

وبعني أي تغيير أو أي تداخل في يطرأ على إرسال الإشارة في رحلتها من مصدر المعلومات إلى الهدف الذي يريد المتحدث الوصول إليه ويأخذ التشويش الميكانيكي أشكالا متعددة بالنسبة لعملية الإستماع وأهمها:

- ✦ مصادر الضوضاء الخارجية التي تحدث أثناء عملية الإستماع.
- ✦ ضعف حاسة السمع عند المتلقي.
- ✦ ضعف الأحبال الصوتية، أو إصابة المتحدث بالبرد ، أو غيره من الأمراض التي تؤثر على أجهزة النطق.

✦ سرعة نطق المتحدث، أو التحدث بلهجة غير مفهومة.

✦ الإستماع الأكثر من شخص يتحدثون في وقت واحد.

2. التشويش الدلالي:

و يحدث عند توافر الظروف الآتية:

- ✦ وجود أسباب خاصة لإساءة فهم المتحدث نتيجة للحساسية.
- ✦ عدم انتباه المستمع نظرا لانشغالهم بقضايا أخرى أكثر أهمية. أو لتفاهة الموضوع أو لعدم وجود وقت كاف لديه للإستماع. أو لعدم رغبته إلا في الإستماع للأشياء التي تتفق فقط مع وجهة نظره.
- ✦ صعوبة موضوع الحديث، بحيث يتجاوز قدرته على الفهم و الاستيعاب.
- ✦ عدم موافقة موضوع الحديث وما يحمله من أفكار وقيم لإطاره الدلالي.
- ✦ الحالة المزاجية الراهنة للمستمع، وتراوحها ما بين الفرح والحزن، والانشراح والضيق والإكتئاب، فيتأثر بذلك استعدادة للإستماع.

(1) عامر موفق أمين، نقص السمع وتفاديه، منشورات علاء الدين، دمشق، 1997، ص 65.

✦ الخبرات الدلالية السابقة: سواء عن المتحدث أو عن موضوع الحديث وهذه تؤثر على مدى استجابته، ومدى ما سوف يستصدره من أحكام تحدد موقفه من عملية الإستماع أصلاً، وطريقة فهمه للرسالة اللفظية والإشارات المصاحبة⁽¹⁾.

✦ وعلى هذا فإن فهم أسباب التشويش الميكانيكي والدلالي يساعدنا على تقليل واستيعاد كثير من أسباب التحريف أو الخطأ في عملية الاستماع .

سادسا: رجع الصدى.

ويتمثل في مجموعة الإستجابات اللفظية والغير اللفظية بين طرفي عملية الإستماع، ويتوقف على نوع هذه الإستجابات تحديد استمرار عملية الاتصال الشفاهي أو توقفها أو إظهار جوانب الموافقة أو الرفض أو الاعتراض أو الاستفسار حول ما تتضمنه الرسائل الإعلامية . وفي حالة الاتصال السمعي يتمثل رجع الصدى في جانبين :

1. الاستجابة اللفظية:

وتأخذ شكل الكلام المنطوق أو الحوار أو استفسار وتضمن استمرار عملية الاتصال.

2. الاستجابة غير اللفظية:

وقد أشارت الدراسات إلى أنواع عديدة من هذه الاستجابات التي تعطي معاني عديدة مؤكدة لعملية الاتصال اللفظي.. وتتراوح هذه المعاني ما بين الموافقة والتأكيد والرغبة في استمرار الحديث، والاستفسار عن جوانب مرتبطة بالحديث. وقد تظهر السرور لما يقوله المتحدث، أو يظهر معاني الدهشة أو الغضب أو التعجب أو السخرية. أو الاندماج و التأمل، ومن أنواع هذه الاستجابات:

✦ الإبتسامات.

✦ مؤشرات التعبير بالوجه.. بالعين .. بالحاجب.. بالصدغ.. أو باللسان.

✦ التعبير بأجزاء الجسم.. بالكتف.. باليد.. بالأصبع. بالصدغ.. أو بالرأس أو باليدين أو بإسناد الدفن على اليد أو بالإيماءة بالرأس أو بحركة الجسم كله كالميل للأمام أو للخلف بالكرسي للدلالة على الإصغاء.

✦ النظر بالعين إلى أسفل أو أعلى إلى صورة أو منظر.

وهذه الاستجابات في حقيقتها عبارة عن رجع صدى أو رد فعل للاتصال الشفهي وتمثل الاستجابات اللفظية وغير اللفظية الأساس لاستمرار التفاعل في عملية الاتصال الاجتماعي⁽²⁾.

المطلب الثالث: متطلبات عملية الاستماع.

تستلزم عمليات الإستماع وجود متطلبات عديدة وهي: جهاز استقبال، ومصدر صوتي وجهاز ناطق، ولغة لتحقيق عملية التواصل الإنساني ، وسنتحدث فيما يلي عن هذه المتطلبات باختصار:

أولاً: الأذن.

⁽¹⁾المرجع نفسه ، ص 66-67.

⁽²⁾المرجع نفسه ، ص 68.

تمثل السمع وسيلة أساسية يستقبل بها النظام السلوكي المثيرات الخارجية، وتتم عملية السمع بسبب التغيرات المادية في ضغط الهواء الناتجة عن اعتزاز الأجسام فينتقل الصوت في شكل موجات تستثير الأذن وتجعل النظام السلوكي قابلا للتغير⁽¹⁾.

وتتألف الأذن من ثلاثة أقسام هي من الخارج إلى الداخل:

✦ **الأذن الخارجية:** وتتألف من الصوان و مجرى السمع الظاهر.

✦ **الأذن الوسطى:** وتتألف من غشاء الطبل و العظيماات السمعية.

✦ **الأذن الداخلية:** وتتألف من عضوين:

- عضو السمع ويتمثل في الحلزون.

- عضو التوازن الداخلي ويتمثل في الدهليز والأفقية النصف الدائرية.

وتتصل الأذن الداخلية مع المراكز العصبية بواسطة العصب السمعي ومع المراكز العصبية الدهليزية بواسطة العصب الدهليزي.

وفي ضوء هذا فإن للأذن وظيفتين:

1. وظيفة السمع:

بنقل الإهتزازات الصوتية الموجودة في الوسط الخارجي وتحويلها في صورة نبضات عصبية إلى الدماغ.

2. وظيفة المحافظة على التوازن:

بنقل المعلومات المتعلقة بوضعية الجسم والرأس والحركات المختلفة من المراكز العصبية العليا ، وذلك للمحافظة على التوازن في جميع الأوضاع وفي سياق وظيفة السمع تقوم الأذن بعمليتين:

1. كجهاز ناقل:

يقوم بالتقاط الإهتزازات الصوتية الموجودة في الوسط الخارجي إلى القسم العصبي من الأذن. ويقوم بهذا العمل صوان الأذن ومجرى السمع الظاهر وغشاء الطبل والعظيماات السمعية .

2. كجهاز مستقبل :

يقوم باستقبال هذه الإهتزازات الصوتية وتحويلها إلى سيالة عصبية (إشارة كهربائية مرموزة) وذلك على مستوى الأذن الباطنة ثم تنتقل هذه السيالة إلى المراكز العصبية بواسطة العصب السمعي.

ثانيا: الصوت.

المثير منبه لحاسة السمع هو الموجات الصوتية، إلى أن الحس السمعي من الممكن أن يتأثر في غياب الصوت، ففي بعض الأحيان يشكو الفرد من طنين في أذنيه . وفي أحيان أخرى نجد مريضا ذهنيا يعاني من هلوسات سمعية، حيث يسمع أحدا ينادي عليه دون أن يكون هناك أصوات حقيقة.

⁽¹⁾ هاري شو، ثلاثون طريقة لتحسين قدراتك، ط2، دار المعارف، 1996، ص 73.

والصوت بعكس الضوء يحتاج إلى وسيط مادي ينتقل خلاله، في شكل ذبذبات. وتتحرك الصوت في الهواء بسرعة 760 ميلا في الساعة، وإذا انتقل عبر الماء فإن سرعته تزداد إلى أربعة أضعاف هذه السرعة، وهو يسرع أكثر خلال المواد الصلبة⁽¹⁾.

وتتميز المثيرات الصوتية بثلاثة خصائص: التذبذب FREQUENCY والشدة INTENSITY والتعقيد COMPLEXITY . وتشير خاصية التذبذب للتباين في الموجات الصوتية. وتقاس بمقياس سيكل/الثانية SYCLE/SECOND أما الشدة أو القوة فهي درجة ضغط الصوت ، وكذلك تتصف الأصوات المسموعة بدرجات من التعمق . إذ أنه ينذر في الحياة الحقيقية أن نسمع صوتا من نغمة واحدة. فهذا لا يحدث إلا في معمل التجارب. بل عادة نحن نسمع أصوات معقدة مركبة من نغمات مختلفة. ويجب أن نلاحظ أن الصفات السابقة للأصوات هي الخصائص المادية للتمييز الصوتي. ولكن ما يسميه الإنسان أو ما يستقبله النظام السلوكي فعلا فهو أمر مختلف. إن النظام السلوكي يستقبل الإنعكاسات النفسية لتلك الخصائص المادية . فالذبذبة مثلا يقابلها من الناحية النفسية يسمى PITCH أو الارتفاع السلمي. وكما يعدل القوة والشدة خاصية نفسية تسمى الضخامة.

ثالثا: الصوت الإنساني.

الصوت الإنساني من أهم وسائل التعبير عما في النفس. رغم أن العينين والملامح والإشارة والحركة وسائل للتعبير لا نقل للبلاغة، ويؤدي الصوت الإنساني المعاني بتراوح بين الارتفاع و الانخفاض، والانحباس والانطلاق والسرعة والبطء في الأداء، والرقة والفخامة. والصوت يحدث عندما يتموج الهواء الخارج من الجوف في عملية الزفير، عندما يستطم بالأوتار الصوتية التي في الحنجرة أثناء الاندفاع بفعل الرئتين، اللتين تقومان بما يشبه عمل المنفاخ.

والحنجرة أسطوانة تمتد إلى أعلى حيث فتحتها مثلثة الشكل، وتقع هذه المضخة خلف البروز الظاهرة في الرقبة من الأمام ويسمى العامة تفاحة آدم. وتشتمل الحنجرة على عدة خيوط تشبه أوتار الآلات الموسيقية وتسمى الأحبال الصوتية، وهذه التي تحدث الصوت عند مرور الهواء بها. ويتكيف الصوت بفعل النطق بالحروف التي تحددها أدوات النطق الواضحة في مخارج الحروف ونحسبها فيما يلي:

1) اللهاة: وهي الجزء الذي يلي الحنجرة من أعلى فتحتها المثثة وينتهي من أعلى بأول اللسان، وحروفها معروفة.

2) اللسان: وهو يمتد في امتداد الفم كله ويعمل على إبراز حروفه التي تقدم بيانها.

3) الأسنان: وتشارك اللسان في إظهار بعض الحروف كما تقدم.

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 74-75 .

4) الشفتان: وحروفها معروفة كمات قدم.

5) الفك الأعلى: وهو ثابت لا يتحرك، بحركة اللسان معه ارتفاعا وانخفاضا وتفرطحا تظهر بعض الحروف.⁽¹⁾

6) الفك الأسفل: وهو متحرك، ومن داخل الفم نجد تجويف مقعرا تحت اللسان يسموه (المضعف الصوتي) وبالإنجليزية (PHARYNX) ويصنعون في بعض (الفوتوغرافات) القديمة التجويف مثله معدنيا تحت الإبرة ليساعد على إبراز الصوت.

وترجع حجم الصوت، من حيث ضخامته أو رفته إلى عمل الأوتار الصوتية. فإن كانت رقيقة أحدثت صوتا رقيقا، وإن كانت غليظة أحدثت صوتا غليظا.

رابعا: اللغة و التواصل الإنساني.

عن طريق جهازين النطق والسمع تتم عمليتي الكلام والإستماع وتكتمل النظام الأساسي للتواصل بين البشر.

إن نقطة البداية في هذه العملية هي أن يصوغ المتكلم فكرته في قالب لغوي يجري على مقتضيات اللغة المشتركة بينه وبين سامعيه، وهذه العملية مرتبطة في جوهرها بنشاط المخ، وبما يتحقق للرسالة المنطوقة وجود لغوي، لتنتقل بعده إلى طور جديد. حيث تتولى وظائف المخ، المختصة بضبط النشاط العصبي لأعضاء الجسم بإرسال تعليماتها على هيئة تزامن دقيق. بحيث تخرج لنا بالصوت الصحيح في موقعه الصحيح. إنها عملية أشبه ما تكون بالأداء أو العزف الموسيقي، يقوم فيها القالب اللغوي الصامت بدور النوتة الموسيقية المدونة التي تنتظر فرقة مسموعة. أما الوظائف العصبية للمخ فما أشبه دورها بدور " المايسترو " الذي يقود الفرقة، ويحدد لكل آلة دورها في العزف، و موضع التدخل، وكيفيته، ومدته.

وعندما تنشط أعضاء النطق لتعطي القالب اللوي الصامت وجودا ماديا يتحقق للرسالة المنطوقة شكل آخر من أشكال وجودها ونعني به الوجود النطقي: وبذلك ينتهي دور "الإرسال" الذي يقوم به المتكلم لتبدأ المرحلة الإنتقالية ما بين المتكلم والسامع، فعملية النطق تؤدي بدورها إلى احداث اضطراب في الهواء المحيط على هيئة سلسلة من الضغوط والتخلخلات، فينشأ عن ذلك ما يسمى بالموجة الصوتية التي تمثل بدورها الطور الثالث من أطوار الرسالة المنطوقة أثناء انتقالها.

وفي هذا الطور يتحقق للرسالة الوجود الفيزيقي الذي يتم به نقل الرسالة بين المتكلم والسامع ليبدأ أوجه الآخر من عملية التواصل اللغوي، ونعني به استقبال الرسالة المنطوقة وفهم فحواها، ويتم ذلك على النحو التالي: تطرق الموجة الصوتية طبلة الأذن لدى السامع فتبدأ ميكانيكية السمع في العمل وتنتقل الرسالة من خلال عمل طبلة الأذن والأذن الداخلية في شكل مثيرات عصبية إلى المخ فيتحقق لها الوجود السمعي. وهناك في المخ

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 76.

يتم مرة أخرى تفسير الرسالة المسموعة. ولا يتم ذلك حتى يتحقق لها مرة أخرى في النهاية وجود لغوي عند السامع، يناظر الوجود اللغوي الذي تحقق لها في البداية عند المتكلم¹.

المطلب الرابع: أنواع الإستماع والمستمعين.

أولاً: أنواع الاستماع

يمكن تقسيم الإستماع وفقاً للمعايير المختلفة إلى أنواع عديدة:

1. أنواع الإستماع وفقاً للحجم . ينقسم الاستماع إلى :

أ. استماع ذاتي:

وهو الإنصات للعقل اللاشعوري ، لعملية التحدث مع النفس أو عملية التفكير التأملي لإختيار الأفكار والآراء التي تستحق العرض والتقديم للآخرين، وهي عملية موازية لعملية الإستماع ذاتها، فعندما نجلس لإستماع لمحاضرة أو ندوة أو موعظة دينية سنجد أنفسنا نعطي آذاناً صاغية للمتحدث ، وفي الوقت نفسه ننصت لطيار آخر من الأفكار والآراء والمشاعر والانفعالات يتحرك بسرعة 600 كلمة على الأقل داخل عقولنا، وعلى ضوء معطيات هذا التيار والاستنتاجات التي يستخلصها العقل من عملية التفكير هذه يستوعب الفرد ما يقال ويزنه ويحدد استجابته اتجاه ما يقوله المستمع، ولهذا فإن الصمت الظاهري الذي يغلف الإنسان في كثير من المواقف ليس سكوتاً مطبقاً.. وإنما هو صمت ظاهري يخفي حالة الاستماع الذاتي والتي قد تصل إلى حالت الصخب الداخلي الذي يرهق الإنسان ويزعجه ويبدد طاقته العقلية.. وقد يتحول إلى مرض يحتاج إلى علاج. وإلى إعادة تكييف.. وفي الحالات العادية، فنحن في حاجة لتكييف الحياة العقلية اللاشعورية ، وذلك بالنظر إلى الظاهرة العقلية في ظروف ملائمة، والتعرف على طريقة تفاعل وعمل العقل اللاشعوري، وطريقة تكوينه، للموائمة بينه وبين عملية التفكير الشعوري أثناء عملية الاستماع.

ب. استماع بين فردين:

ويتمثل في عملية الإستماع التي تحدث أثناء الأحاديث التي نتبادلها مع بعضنا البعض في الطرقات والميادين ومجالات العمل داخل الأسرة وبين الأصدقاء ومع الأبناء.. إلخ. تتكون من طرفين متحدث ومستمع، و سرعان ما يتحول المستمع إلى متحدث وهكذا وتتسم بالتلقائية والود والبعد عن الكلفة إلا عندما يكون مجرى الحديث بين الرئيس أو مسؤول وأحد تابعيه ويأخذ صفة التوجيه أو اعطاء الأوامر. وقد تأخذ عملية الإستماع بين فردين شكلاً منظماً كما في المقابلات الشخصية بأنواعها .. ولعل أشهرها المقابلات الصحفية التي يعد لها بصورة جيدة و تحدد الأسئلة.

(1) المرجع نفسه ، ص 77.

أو مجالات الحديث التي سيجريها الصحفي مع المتحدث أو المسؤول أو الخبير للحصول على أكبر قدر من المعلومات في أقل وقت ممكن. وكذلك أيضا عندما تستخدم المقابلات للإقناع وحل المشكلات والنصح والإرشاد والبحث عن عمل واستقبال الشكاوي ومراجعة الأداء وتصحيح الأخطاء والمدح وقياس مدى قدرة الإنسان على تحمل الضغط النفسي⁽¹⁾.

ج. الإستماع الجماعي:

وهو عملية اتصال منظم ومدرّوس يوجه من خلال فرد أو عدة أفراد الرسائل معينة إلى عدد كبير من الجمهور. وبأخذ أشكالاً متعددة مثل الدروس والمحاضرات والخطب السياسية والدينية والمؤتمرات الصحفية والسياسية وأيضا أشكال الاتصال المسرحي، وعبر وسائل الاتصال الجماهيري.. إلخ وذلك بغرض التأثير في الجمهور وتزويده بالمعلومات أو التأثير على اتجاهاته و ميوله.

2. وفقا لعنصر المواجهة بين طرفي عملية الإستماع: ينقسم الإستماع إلى :

أ. استماع مباشر:

وهو الذي يتواجد فيه عملية الإستماع وجها لوجه كما في أنواع الاتصال الشخصي والجمعي. و يتميز بتزايد رجوع الصدى، إذ يستطيع المتحدث أن يتعرف على درجة تقبل المستمع للحديث، وبالتالي يعدل من رسائله ومن لهجة الحديث، وأساليب الإقناع المستخدمة.

ب. استماع غير مباشر:

وهو الإستماع الذي يتم عبر أجهزة ووسائل الاتصال، كالتلفزيون واللاسلكي وأجهزة التسجيل و الفيديو والإذاعة والتلفزيون، ويفتقد لعنصر المواجهة. وبالتالي فإن المتحدث لا يستطيع التعرف وبدرجة كافية على رد فعل الجمهور ومدى استجابته لرسائله، من خلال الرسائل الشخصية و التليفون و البحوث العلمية .

3. وفقا للغرض من الاستماع: ينقسم إلى:

أ. استماع عارض:

وهو استماع غير اداري وغير هادف، وتحدث كعملية فيزيقية تتفق وطبيعة جهاز الاستقبال "الأذن" لدى الإنسان، فالأذن تستقبل كافة الأصوات المتاحة في البيئة المحيطة بالإنسان، وبطريقة غير مقصودة كالأصوات الطبيعية وأصوات الحيوانات والطيور والعواصف والأمواج والرياح والمياه والأجهزة والآلات وأصوات الآخرين وغيرها.. وقد تتداخل الأصوات محدثة و ضوضاء، وتشكل تلوثا سمعيا يؤثر على جهاز السمع لدى الإنسان ويصيبه بالصمم. ويدخل في نطاق الإستماع العارض للإستماع المفروض علينا من قبل الأفراد الذين يرغبون في الكلام ولا نحب الإستماع إليهم، فنتظاهر بالانتباه ومحاولة التجاوب معهم دون أن نستمع إليهم .

ب. استماع تعليمي و تثقيفي:

(1) هالة منصور، الإتصال الفعال: مفاهيمه وأساليبه ومهاراته، المكتبة الجامعية، مصر، 2000، ص117.

وهو عملية اتصال هادفة من قبل المتحدث.. مدرسا كان أو عالما أو صحفيا أو مديعا، وذلك بغرض نقل معلومات جديدة أو لنعلم المستمعين أفكارا أو طرقا جديدة أو مهارات جديدة. وأخذ أشكال متعددة،⁽¹⁾ أهمها الدرس والمحاضرة والاجتماعات و الندوة. وقد يتم بصورة مباشرة في المدارس و الجامعات أو عبر وسائل الاتصال

الجماهيرية، عندما نستمع للندوات والبرامج الإخبارية بالإذاعة و التلفزيون أو نستمع للسينما التعليمية. والإستماع يتم هنا لأجل الحصول على الحقائق و المعلومات ولأجل فهم الرسائل التي نستقبلها فهما كاملا.

ج. إستماع توجيهي:

وهو اتصال هادف أيضا يستهدف التوجيه و الإرشاد.. بغرض التأثير في المستمعين.. ويمون المتحدث هنا مديرا أو رئيسا أو واعضا أو مسؤولا سياسيا أو مسؤولا عن أسرته، ويأخذ في الغالب صفة النصح والإرشاد ومن أشكاله الأحاديث التي تتم بين المدير ومروسيه وبين الداعية وجمهوره وبين الأب وابنه وذلك في الخطب والاجتماعات و الندوات و المؤتمرات وعبر وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة.

1. استماع ترفيهي:

و هدف هذا النوع من الاستماع إلى الترفيه عن المستمع أو مساعدته على قضاء أوقات الفراغ لديه بطريقة ممتعة. وهذا النوع من الإستماع يريح أعصابنا، و يدخل السرور إلى أنفسنا. و أمثله الاستماع إلى الموسيقى و الأدب والشعر وزقزقة العصافير ولأصوات خرير المياه وهفهمة النسيم والاستماع للمسرحيات والأفلام والبرامج التلفزيونية والإذاعية المختلفة. وأيضا الإستماع للأحاديث و الدرشة والمودة مع الآخرين... وغير ذلك من الأحاديث الغير هادفة والتي تزخر حياة الناس اليومية كأحد الخصائص المميزة للمجتمع الإنساني.

و. استماع تقييمي:

ويحدث عندما نستمع لمتحدث يحاول التأثير على اتجاهاتنا و عقائدنا وعواطفنا وتصرفاتنا. و نحن نستمع بطريقة تقييمية لكي نمكن أنفسنا من اصدار الأحكام المناسبة المتعلقة بمثل هذه الرسائل الإقطاعية. ويحدث ذلك عندما نتعامل مع الباعة ، أو عندما نتفاوض في الاجتماعات، أو عندما نستمع لخطيب سياسي أو نشاهد اعلانات التلفزيون. وبنما الأنواع الأخيرة تعد استماعا واعيا أو ايجابيا .. يمثل الاستماع فيها نوعا من النشاط الإرادي الدائب يتجاوب فيه المستمع، فإن النوع الأول يعد سماعا سلبيا يسوده الاسترخاء والكسل ولا يجاوب فيه المستمع. وهو استماع غير مقصود ولا يهدف فيه المستمع لإتمام عملية الاستماع⁽²⁾.

ثانيا: أنواع المستمعين يتقسم الناس وفقا لسلوكيات الاتصال السمعي لعدة أنواع هي :

1. المستمع المصغي:

⁽¹⁾المرجع نفسه ، ص 118.

⁽²⁾المرجع نفسه، ص 119.

وهو المستمع الذي يصغي بأذنيه ويتدبر بعقله كل ما يسمعه و يحلله ويصنغه و يقيمه.. يقبل على المتحدث بكافة حواسه ومشاعره، ويتجاوب معه بعينه وابتسامات تملأ شفثيه وبأنواع مختلفة من الإيماءات، بيده أو برأسه أو بحاجبيه أو بدقنه. وينقل من خلالها معاني مختلفة للمتحدث تدل على الفهم أو على الموافقة أو الرضا أو الإعجاب، وهذا التجاوب يشجع على استمرار عملية الاتصال السمعي. ويكون هذا السلوك عادة من المستمع المصغي لأسباب مختلفة: ⁽¹⁾

✦ لأن موضوع الحديث يتفق مع اتجاهاته و ميوله.

✦ لأنه في حاجة إلى هذه المعلومات للتعلم أو للتوجه احتياجه إليها للاستفادة منها في مجالات مختلفة.

✦ لأن المعلومات التي يقدمها المتحدث جديدة أو مشوقة.

2. المستمع المتظاهر أو المدعي:

و هذا المستمع المصغي يقبل بأذنيه وحواسه مع المتحدث، و يتجاوب معه بإيماءات رأسه ونظرات عينه وابتسامات تملأ شفثيه و اشارات يده، وقد يجيب على أسئلة المتحدث لكنه مشغول بعقله عن كل ما يسمعه، وانتباهه ليس مع المتحدث وذلك لأسباب منها:

✦ عدم اهتمامه لموضوع الحديث.

✦ تكرار سماع نفس المعلومات من المتحدث لدرجة التبرم والضيق والالتزام بالاستماع هنا لعدم احراج المتحدث.

✦ الانشغال بشيء ما آخر أكثر أهمية مما يقوله المتحدث.

✦ صعوبة استيعاد موضوع الحديث، لأن موضوع الحديث يصادم مشاعره و أفكاره وحواسه .

✦ الاضطرار لسماع الحديث.

3. المستمع الذاتي أو الأناني:

ويدخل في دائرة هذا النوع الأفراد الأنانيون الذين لا يحبون سوى أنفسهم ولا يرون سواها، ولا يهتمون سوى بذواتهم، ولا يهتمون كثيرا بالآخرين، ولذلك لا يستمعون إلا إلى ما يتعلق باهتماماتهم، و يسقطون من حسابهم المعلومات وحتى الأشخاص الذين يخالفونهم في الرأي. ولذلك فهم يخترن الأشخاص الذين يوافقونهم في الاتجاه والأفكار التي تدعم وجهات نظرهم. ويتعاملون مع المتحدث بحاسة اللغة. فلا يشعرون بالارتياح عندما يتعرض المتحدث في حديثه لأفكار أو أنباء أو أشخاص تعارض اتجاهاتهم والعكس عندما يتناول أفكارا أو أشياء يؤمنون بها.

4. المستمع المعدود الاهتمام:

يجمع بين سمات كل من المستمع المصغي و المستمع المتظاهر، فهو يصغي عندما يكون موضوع الحديث داخلا في نطاق اهتمامه. و يتظاهر بالإستماع أو يتجنب عندما لا يود سماع الحديث لعدم تعلقه

⁽¹⁾ سعد مصلوح، مرجع سبق ذكره، ص 62.

باهتمامه. وهم يتصرفون بحساسية اتجاه المتحدث فيما لا يودون سماعه، و يقاطعونه، وأحيانا يسيؤون تفسير ما لا يفقههم، أو يجادلون المتحدث، وقد يتحولون للهجوم الشخصي على المتحدث مما يجعله يتصرف كمدافع. كما أنه من ناحية أخرى يفسرون أي إشارة أو إيماءة من المتحدث وكأنه هجوم شخصي فينبرون للدفاع عن أنفسهم.⁽¹⁾

5. المستمع الفضولي:

و هو مستمع غير هادف يعطي انتباهه لكل ما يود معرفته مما يرضي فضوله عن الأشخاص والأشياء والأحداث، وهو يفسر ما يسمعه وفقا لأهوائه، وقد يضيف على ما يسمعه رتوشا عديدة لتلوين هذه المعلومات وجعلها أكثر إثارة وقد يقوم هو نفسه بترديدها مرارا وتكرارا على أسماع الآخرين.⁽²⁾

المطلب الخامس: معوقات الاستماع الجيد.

تنشأ معوقات الاستماع لأسباب عديدة أهمها فقدان الاحساس بالمسؤولية لدى المستمع و فقدان الاحساس بأهميته كعضو أساسي مشارك و فعال تتوقف عليه تحقيق الحديث لأهدافه الاتصالية :

و في ضوء ذلك يمكننا تحديد أهم معوقات الاستماع في الجوانب التالية:

1. فقدان الهدف : فالمستمع الذي يشعر بأن الحديث لم يقدم إليه معلومات جديدة أو يساعد على تفهم حقائق معينة أو مشكل معين أو أنه لن يمتعه لن يشعر بأهمية الحديث على الاطلاق بل إنه لن يشجع المتحدث على الاستمرار و بالتالي سيتوقف الاتصال.
2. تفاهة الحديث : ذلك إذا شعر المستمع غي معمد أو غير مهم أو أن المتحدث فيه لم يضيف جديدا أو إذا شعر أن المتحدث نفسه لا يتوقع أن ينصت المستمعون إليه سينصرف أيضا عن الاستماع و يتوقف الاتصال.
3. التشويش: يعد أحد معوقات الاستماع و يتمثل في هذا الضوضاء و الأحوال البيئية المختلفة التي تحول عن الاستمرار في عملية الاتصال.
4. السرحان: و هو نوع من التشويش العقلي و يحدث حينما يكون المستمع مشغول ذهنيا بمشاكله أو مشوش عاطفيا و حين إذا لن يكون قادرا على الاتصال .
5. اللامبالاة: عندما يكون المستمع غير مهتم و لا يعطي أي اهتمام للمتحدث و ذلك لتجامله عليه أو عدم اقتناعه لما يقول أو لعدم احترامه و تقديره له و حين إذا لم تبدر منه أي بادرة تدل على التشجيع أو الاهتمام أو الفهم.
6. عدم الصبر: عندما يكون المستمع قلقا أو متوترا ومتعجلا للإنصراف فلا يعطي اهتماما للحديث و يقاطع المتحدث كثيرا و قد يقطع الحديث وينصرف بسرعة.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 63.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 64.

7. الميل للانتقاد: السلوك النقدي المتعجرف لدى المستمع يعوق الاستماع الجيد لأن كل اهتمامه حين إذا يكون مركزا للنقد أكثر من الانصات و لتعين الفرص لإظهار الانتقادات أكثر من الاستجابة للمتحدث⁽¹⁾.

المطلب السادس: تنمية مهارات الاستماع.

على الرغم من أن الانسان يبدأ في بناء و تنمية مهارة الاستماع لديه منذ نعومة أظافر ويكتسب مع الزمن عادات للممارسة الاستماع إلا أنه يستطيع تنمية هذه المهارة من خلال تلاقي معوقات الاستماع الجيد السابقة وتباع تكتيكات عديدة أهمها:

أولاً: تنمية القدرة على التذكر.

ثانياً: الاستفادة من طبيعة البناء المعرفي.

ثالثاً: الالتزام بالقواعد المرشدة للاستماع الجيد.

أولاً: تنمية القدرة على التذكر

التذكر مهارة ترتبط مباشرة بعملية الاستماع فالإنسان عن طريق الذاكرة يخزن قدراً هائلاً من المعلومات ويستطيع الانسان أن يسترجع أية معلومة يريدها من ذاكرته في ثواني وتتطلب عملية الاستماع أن ينظم الفرد ما يقوله المتحدث بطريقة ما تمكنه من ربط هذه المعلومات بالمعلومات المخزنة في الذاكرة لتقييمها وبناء استجابة محددة.

1. تنظيم المعلومات في فيئات:

و ذلك بأن يقوم المستمع بتصنيف المعلومات التي يحصل عليها طبقاً للأفكار الرئيسية والتفاصيل الفرعية لها إلى فئات طبقاً لعلاقات واضحة بينها و ذلك أثناء عملية الإستماع و قد لاحظ "نيكول" و "ستينغنز" 1977 وجود اختلاف بين معدل سرعة الكلام و سرعة التفكير، فبينما يتراوح معدل الكلمات التي ينطقها المتحدث في الدقيقة من 125 إلى 140 كلمة في الدقيقة، فإن معدل الكلمات التي يسترجعها العقل في الدقيقة الواحدة تبلغ من خمسة إلى عشرة أضعاف بسرعة الكلام، وهذا الفارق الزمني بين معدل السرعتين يمكن للفرد أن يستخدمه للتفكير في كلام المتحدث و تقييمه، واستنباط ما وراء كلمات المتحدث من معان وتوقع ما سوف يقوله.

2. حفظ المعلومات في شكل تتابعي أو مسلسل:

⁽¹⁾ عامر موفق أمين، مرجع سبق ذكره، ص105.

فالمعلومات التي يصنفها وفقا لفئات محددة أو طبقا لعلاقات متشابهة أو مشتركة ينظمها الفرد في شكل تتابعي وفقا للزمن. أو إذا كانت تتضمن أرقاما في شكل تصاعدي فالأسماء وفقا للحروف الأبجدية، والعناوين وأرقام التلفزيونات وفقا لتسلسل الأرقام، والاتجاهات وفقا لطبيعتها ونوعها و تسلسل تكوينها. وهكذا..

3. استخدام الأساليب المختلفة لتقوية القدرة على التركيز:

من ذلك استخدام الاختصارات للمساعدة على التركيز، مثلا NATO مختصر للدلالة على منظمة حلف شمال الأطلسي، أو ربط الأسماء والأشياء والأفكار مثلا بخصائص معينة⁽¹⁾.

4. التخيل و الصور الذهنية:

يستخدم أسلوب التخيل لترجمة كلمات المتحدث إلى انطباعات حسية. وإذا ما ارتبطت هذه الانطباعات بصور الكلمات في الذهن تكونت لدى الفرد صورة لكلام المتحدث. فعندما يتحدث شخص عن عشاء الأمس الذي تكون من الشواء، ويستيقظ في شرح طريقة عمله والتوابل الحريفة التي أصيقت إليه. فإن المستمع من خلال الصورة الذهنية، يتخيل المطعم الهندي ويتذوق اللحم ذهنيا ويجري لعبه، وتكوين مثل هذه الصور الذهنية يساعد على استرجاع ما قاله المتحدث.

ثانيا: الاستفادة من طبيعة البناء المعرفي للفرد

نستطيع من خلال البناء المعرفي أن نتعرف على طبيعة الثقافة السائدة بمكوناتها المختلفة وعلى الفروق الفردية بين الأفراد اللذين نتعامل معهم في هذا العالم المتغير وذلك كمدخل لفهم الآخرين وتحديد طريقة التعامل معهم، ففهم الآخرين والتعرف عليهم هو المفتاح لبناء علاقات فعالة.

ثالثا: الالتزام بالقواعد المرشدة للإستماع الجيد

الاستماع نصف عملية الاتصال، وهو كالحديث مهارة يمكن تميمتها من خلال تكوين عادات انصات جيدة.. وهو ليس مجرد لباقة اجتماعية، وإنما فرصة لاستيعاب أكبر قدر ممكن من المعلومات وتساعد القواعد التي سنعرضها فيمايلي في عملية تنمية المهارة بما يساعد على نجاح الاتصال في كافة المجالات الاسلامية و التربوية والدعوية والإدارية والديبلوماسية... إلخ وهذه القواعد هي:

1. الانتباه للمتحدث:

والانتباه للمتحدث يعني توجيه طاقات الفرد العقلية والجسدية نحو الإستماع، فلكي تكون مستمعا جيدا يجب أن تحشد كافة انتباهك للمتحدث. وذلك يتطلب جهدا ذهنيا للتركيز ويتطلب الآتي:

✚ التفرغ لمحدثك تماما فعامله كصديق وأظهر بأنك ترغب في الانصات، وأشعره بأنك مهتم بما يقولو ذلك من خلال مشاركتك وتعبيرات وجهك وتصرفاتك التي توحى بأنك مهتم بالاستماع.

⁽¹⁾ راتب حليل صويص، تقنيات ومهارات الإتصال، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص29.

✦ تجنب التشويش على عملية الاستماع بالانصراف عن المتحدث، بالنقر بالأصابع أو النظر في أوراق

أمامك، أو النظر إلى لوحة معلقة أو الرسم أو ما شابه ذلك.

✦ تلاقي تأثير الاتجاهات السلبية عن المستمع لدى المتحدث.⁽¹⁾

2. تلاقي تأثير العوامل التي تؤثر على الانتباه مثل:

أ. المؤثرات الطبيعية:

مثل الأصوات والاشارات والروائح المتصلة بالبنية المحيطة، وأصوات الأجهزة الكهربائية والماكينات والمقاعد غير المريحة، واهتزاز الأحبال الصوتية للمتحدث، أو الملابس غير المعتادة للمتحدث، أو ألوانها غير المألوفة.⁽²⁾

وكذلك أيضا تلاقي الأضواء العارضة، والمقاعد الغير مريحة، والأماكن سيئة التهوية.

ب. المؤثرات النفسية:

وتشمل الحالة المزاجية للمستمع، مدى الشعور بالسعادة أو الضيق أو الاكتئاب، والمؤثرات النفسية الناتجة عن العلاقات الأسرية أو علاقات العمل، وانعكاساتها على الوجه في شكل يضيق عليه طابع الحزن أو التشتت أو الضيق أو الارهاق.

ج. المؤثرات الخاصة ببيئة العمل:

و التي تنتج نتيجة لضغط العمل أو لعدم وضوح المهام والمسؤوليات، أو للشعور بعدم التقدير.

د. المؤثرات الفسيولوجية:

وتحدث نتيجة لضعف السمع بسبب المرض أو لوجود عيوب سمعية، مما يجعل المستمع أقل قدرة على الاستماع أو لوجود أخطاء في طريقة نطق المتحدث ويمكن التغلب على العيوب السمعية بالعلاج، وباختيار المكان المناسب للاستماع.

هـ. المؤثرات البيئية:

وهي المؤثرات الخاصة بظروف البيئة الاجتماعية و الاقتصادية والسياسية والثقافية للمستمع، والحرص على تلاقي تأثيراتها على عملية الاتصال. ولهذا فإن معرفة الجمهور والتعامل معهم في اطار المعرفة الواعية يساعد على زيادة درجة انتباه الجمهور للمتحدث.

ومسؤولية المستمع هنا هي العمل على تلاقي تأثير هذه المؤثرات، وبخاصة المؤثرات التي يمكن السيطرة عليها كتلك المتعلقة بالبيئة الخارجية والاضاءة والتهوية... إلخ. أما المؤثرات الخاصة بالضغط النفسي والشرد والسرحد فتحتاج إلى جهد كبير من المستمع لتلاقي تأثيرها. ويلاحظ أن القدرة على السيطرة على هذه المؤثرات

¹ المرجع نفسه، ص 30-31.

² أحمد محمد الصوفي، فن الخطابة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1963، ص 119.

تتوقف على مدى رغبة المستمع في المشاركة في الاستماع، ولاشك فإن الرغبة القوية في الاستماع والمشاركة قد تكون خير معين على ذلك⁽¹⁾.

3. اللغة اللفظية:

وبالنسبة للغة اللفظية فينبغي مراعاة الآتي:

- ✦ الالتزام بمخارج الحروف وتجنب أخطاء النطق.
- ✦ اختيار الأفكار بحكمة وبطريقة تشبع اهتمام القارئ.
- ✦ ترتيب الأفكار بطريقة موضوعية وتلافي التناقض بينها في اطار سياق الحديث الواحد أو تناقضها بما هو معروف عن المتحدث في مؤلفاته الأخرى.
- ✦ تبسيط المعاني لمساعدة الكلمات المعقدة وتوخي الدقة والسهولة⁽²⁾.

- ✦ مناسبة المعلومات للمستمع من حيث القدرة على استيعابه، وبجيث تكون الحجم الأمثل الضروري لتحقيق الاقناع بلا زيادة أو نقصان.
- ✦ احترام رأي الآخر واثاحة الفرصة له للتعبير عن رأيه.
- ✦ عدم التثبيت بالرأي عند عدم وجاهاته.

4. الصمت:

الهدف الأساسي للصمت هو الحد من تشوه المعلومات التي تندفق من المتحدث. فهو يساعد على تركيز الانتباه. والصمت فيحد ذاته وسيلة لتبادل المعلومات مع المتحدث. فهو يعني من ناحية أي معك مهتم بكل ما تقول وأفهمه. مما يشجع على استمرار المتحدث في الكلام، ومن ناحية أخرى فإن لحظات الصمت المشتركة بين المتحدث والمستمع تعني دلالات معينة يتبادلها كل منها نحو الآخر وبخاصة عندما تقترن لحظة الصمت بإيماءات وإشارات أو نظرات معينة متبادلة بين الطرفين، فالصمت مهم.. وأنت لا يمكن أن تنصت إلى الآخرين وأنت تتكلم.. فستمع أكثر مما تتكلم وإذا كان الكلام من فضة فالسكوت من ذهب.

5. الانتباه لتأثير عامل السن:

لاشك أن حساسيتنا للسمع تتغير بتقدمنا في السن. ومعظمنا يعاني مع تقدم السن من فقدان مستمر للسمع. والواقع أننا لا نستطيع أن نقدر بكل دقة مدى التدهور الذي يحدث في حاسة السمع لدينا مع تقدمنا في السن. ذلك لأن القدرة على السمع عند الأشخاص من نفس العمر تختلف اختلافا واسعا. فبعض كبار السن لا يعانون البتة من أي تدهور في السمع، بينما نجد بعض الأشخاص يحتاجون إلى بعض المعينات السمعية قبل أن يبلغوا الأربعين من أعمارهم. كذلك يختلف الرجال عن النساء، فالرجال يفقدون حساسيتهم للطبقات من 2000 سايكل فما فوق في حيث تفقد لعدد من يعانون من صعوبات في السمع في مصر. ولا يستطيع أن

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 120.

⁽²⁾ راتب جليل صويص، مرجع سبق ذكره، ص 47.

نطلق عليهم جميعاً صم. وأحد أنواع الصمم هو الصمم العصبي NervDeafness وهو راجع إلى تلف في العصب السمعي نتيجة لجراحة أو مرض. والنوع الآخر ما يطلق عليه بالصمم الوصلي ConductionDefness وهو يرجع إلى عجز في توصيل الموجات الصوتية إلى القوقعة وبالتالي إلى العصب السمعي. ومعظم حالات الصمم الوصلي ترجع إلى عيب خلقي في نمو العظام بصورة تعجز الركاب عن الحركة. وإذا كان الركاب عاجزاً عن الحركة، فإن الموجات الصوتية لن تنتقل من طبلة الأذن إلى عظيمات الأذن إلى القوقعة.

وهؤلاء المرضى الذين يعانون من عجز الركاب عن الحركة يستطيعون السمع إذا استخدموا المعينات السمعية. وفي أحيان أخرى يعالج صممهم بالجراحة حيث تستأصل الأنسجة العظمية التي تشل حركة الركاب. فإذا تحرك الركاب عاد السمع طبيعياً⁽¹⁾.

6. الاهتمام بالتعبيرات غير اللفظية:

لتنمية مهارات الاستماع يوصي العلماء عادة بالاهتمام باللغة اللفظية، والتركيز على ما تحمله من أفكار رئيسية. وفرز التفاصيل والأفكار الفرعية لعدم التشويش على عملية الاستماع، لكن من ناحية أخرى هناك مستوى آخر من التعبير هو اللغة غير اللفظية تحمل المحتوى الآخر الضمني أو الخفي. الذي لا يعبر عنه بالألفاظ، وما يحيد القصد من الكلمات في كثير من الحالات ليس معناها اللغوي الشائع، بل النبوة التي تلمظ بها والتي قد تقلب المعنى رأساً على عقب أحياناً. نفس الجملة التي تثير الغضب أو تثير النكتة تبعاً لنبوة الصت، فهي في الحالة الأولى تهديد. وفي الثانية دعابة. ولقد أصبح معروفاً في علم الاتصال والعلاقات الإنسانية عموماً أن أهم ما يحاول محدثنا أن ينقله إلينا يمر من خلال اللغة دون اللفظية. ومن خلال هذه اللغة يستنشق اللبيب المعنى الأساسي الذي لا يكون المضمون الظاهري سوى تغطية له أو وسيلة الإشارة إليه. ولهذا كان من الضروري الاستماع الفعال بالاهتمام بالتعبيرات الغير لفظية.

7. المتابعة :

وتعني الانتباه للحديث والتعرف على هدف المتحدث وهل ضمني أم مباشر، والتعرف على الأفكار الرئيسية والأفكار الفرعية التي تؤدي إلى تطوير هدف الحديث، وميز بين الحقيقة والمبدأ والفكرة والمثال والدليل والبرهان. وانتبه للإشارات القليلة التي تشير إلى الانتقال من فكرة إلى أخرى. ووجه انتباهك أيضاً لدلالات اللغة اللفظية: الإشارات والنظرات وتعبيرات الجسم وحركات الوجه واليدين، وهل يقصد؟ والأسباب التي برهن بها على أفكاره والخاتمة التي رسمها، وناقش ذلك للمساعدة على استيعاب الموضوع، ولا مانع خلال ذلك من تسجيل الملاحظات، ومن مراجعة المتحدث إذا ما سمح الموقف بذلك لإستيضاح بعض النقاط.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 48.

ويتحقق التجاوب من خلال تكنيكات عديدة أهمها:

- ✦ **ضع نفسك مكان المتحدث:** تصور أنك تتكلم حتى تأخذ نفس الاحساس وتتعاطف مع رأيه. وهذا يساعدك على النظر للأمور من أكثر من زاوية.
- ✦ **تقبل المناقشة وتجنب انتقاد المتحدث:** فهذا الأسلوب يضيعه في الجانب الدفاعي ويجعل المتحدث يفقد هدوئه واتزانه وقد يصل إلى حد الغضب.
- ✦ **سيطر على أعصابك ولا تغضب بسهولة:** لأن الشخص السريع الغضب يفهم كلمات محدثه بمعان خاطئة غير مقصودة.
- ✦ **أسأل:** فهذا يشجعه ويظهر أنك مستمع جيد. ويؤدي إلى الحصول على معلومات أكثر ورؤية أوضح للكلام.⁽¹⁾
- ✦ **أصبر:** إذا كان لديك ما تقول. اصبر حتى ينتهي المتحدث وتتاح لك فرصة الحديث ولا تقاطع المتحدث ولا تشغل بما يريد أن تقول حتى تتمكن من فهم المتحدث.
- ✦ **رجع الصدى:** نحن دوما كمستعين في موقف نشط نتعامل مع ما نستمع إليه ونستجيب له. وقد تكون هذه الاستجابة صريحة (رد فعل لفظي، أو غير لفظي) أو تكوئمنمية (تعبيرات خفية عن رضانا أو انزعاجنا، أو تحفظنا). وهذا ما يسمى بإرجاع الأثر، و من أبرز مهارات فن الاستماع معرفة الأسلوب الناجح لإرجاع الأثر، الذي يوثق الصلة ويعمق الاتصال ويرتقي به، لأنه يلعب دورا توجيهيا يرشد المتحدث إلى الآثار الناتجة عن رسالته، ويساعده على تطويرها أو تكييفها للوضعية، ولكي يقوم ارجاع الأثر بوظيفته هذه لا بد له من توفر عدة شروط:
- ✦ أن يكون وصفيا (الحديث عن نمط السلوك وخصائصه) وليس تقويميا(الحكم على هذا السلوك).
- ✦ أن يكون محدودا وليس عاما، أي أن يرتبط بموضوع محدد ولا ينطلق في تعميمات من الموضوع إلى الأشخاص.
- ✦ أن يأخذ بعين الاعتبار حاجات المرسل وخصائص الوضعية التي يتم فيها الاتصال وقدرة احتمال الصراحة.
- ✦ يجب أن يكون على ما يمكن تطويره من أساليب السلوك أو العمل.
- ✦ يجب أن يكون مطلوبا وليس مفروضا(لأنه في هذه الحالة الأخيرة قد يتحول إلى عملية اعتداء معنوي على الآخر).

(1) المرجع نفسه ، ص 49-50.

✦ يجب أن يحسن توقيته، من حيث اختيار اللحظة المناسبة التي يكون الطرف الآخر مستعداً لتلقيه وقبوله⁽¹⁾.

9. التوافق: فالإستماع الناجح ليس تصيداً لأخطاء المتحدث، وليس محاولة لإنتقاء كلمات معينو من سياقها واستخلاص ما نريده منها معارضة المتحدث، وليس مجرد مقاطعات مستمرة للمتحدث، كما أن الاستماع الناجح يعني الانصراف عن المتحدث أو إنهاء الحديث قبل الأوان. وكل هذه الجوانب يعني عدم التوافق مع المتحدث، وبالتالي عدم نجاح عملية الاستماع. وبذلا من ذلك علينا الاهتمام بالمعاني الأساسية والتعرف على أهداف المتحدث، والبحث عن مجالات الخبرة المشتركة والتوافق معه، وفي حالة غموض الحديث أو العجز عن فهم شيء ما فإنه يمكن للمستمع أن يسأل عنها المتحدث⁽²⁾.

10. تجنب السرعة في الاستنتاج أو التقويم:

فالتسرع في الإستنتاج أحد المعوقات الذاتية التي تعيق قرنا على الاستماع، وتؤدي إلى سوء التفاهم، وعلى الرغم من أنه قد يرضي غرورنا ويعكس اعتدائنا بدواتنا، وقدراتنا على سرعة وشمولية الاستيعاب، إلا أنه لا يرضي بالتأكيد شروط الإنصات الجيد.

وأحيانا يرجع التسرع في الاستنتاج إلى العادة السيئة لبعض الناس في الاستماع مع الإفراط في الحساسية، وذلك عندما يكشفون عدم اتفاق المتحدث معهم في الاتجاه أو الفكر، أو عندما يستمعون إلى جمل لا يجوبونها. فإنهم نتيجة لهذا الاستنتاج يشرعون على الفور إلى إعداد دفع أو بينة، وينصرفون عن الاستماع لما يقوله المتحدث، دون أن يتبنوا سياسة سماع الحديث حتى النهاية، حتى يمكنهم بعد ذلك إصدار أحكامهم النهائية. وكذلك التسرع في التقويم، أو الحكم على ما قاله المتحدث قبل انتهاء الحديث، يعوق عملية الاستماع الناجح، لأنه لا يعطي الفرصة للمتحدث لعرض وجهة نظره كاملة، ولا الفرصة للمستمع لمراجعة المتحدث للتعرف على ما قاله لتقويمه.

11. تجنب تصنيف المتحدث وإطلاق الأحكام القطعية عليه:

ليس التسرع في التعميم والقفز إلى إستنتاجات هو فقط مدعاة توريطنا في عمليات سوء التفاهم، وإنما الأخطر من ذلك الميل المصاحب لسرعة تكوين الأحكام القطعية عن المتحدث كالتقول: أنه مغرض، أو هو يحاول أن يغرر بي، أو أنه واحد من تلك الجماعة التي اشتهرت بالمراوغة، أو عدم صفاء النوايا اتجاه المؤسسة، منذ تلك اللحظة يصبح التفاعل صراعياً، ويلقي بك في الوضع الدفاعي مما يؤثر عملية الاتصال وقد يقضي عليها. إحدى

⁽¹⁾ المرجع نفسه ، ص 51-52.

⁽²⁾ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص72.

مما رآه فن الإستماع وأصعبها على الإطلاق هي أن نلجم عواطفنا، ونعلق أحكامنا على الآخرين، حتى ولو كان محدثك معروفاً أو أكثر موقفاً يخدم المصلحة العامة، وكذلك لو اشتهر محدثك بضيق الأفق وقلة الحيلة، فلا شيء يمنع أن يكون في بعض المرات صاحب أكثر الاقتراحات أو أفكار فعالية في حل مشكلة ما.

إن لجم ميلتنا لإسقاط عيوننا ونقائصنا على الطرف الآخر هو الوسيلة الأولى لتجنب الأحكام القطعية وهو السبيل إلى فتح أبواب الاتصال الفعال أمامنا.

ويكمل هذه الوسيلة ويعزز سبيل الاتصالات الناجعة، التنبه إلى تحيزاتنا الشخصية، فنحن لا نقبل تلقائياً إلا ما يتماشى مع مصالحنا وأهوائنا ومعتقداتنا وقيمنا، ونحن نتحيز لهذه المعتقدات والقيم كي نعطيها شرعيتها الضرورية لشعورنا بسلامة موقفنا.

ولكن عنى العالم في تنوعه، ونموه في تعدده..إنا ترسيب بطل تلك الأسطورة اليونانية قد قضي عليه، لأنه أعجب بذاته وغرق في تأملها مما جعله يلغي ذاته بإلغاء العالم من حوله. وإذا كان في موقفنا بعض الحقيقة فهو لا يشمل الحقيقة كلها، فقط لجم تحيزاتنا الذاتية يفتح أمامنا أبواب كنوز المعرفة والحقيقة، وبالتالي يضعنا على طريق السيطرة على واقعنا.⁽¹⁾

12. تجنب محاولة إيجاد أخطاء في طريقة إلقاء المتحدث أو مظهره:

وذلك حتى لا نشتغل بالمظهر عن مضمون ما يقال، ومن ناحية أخرى ينبغي للمتحدث أن يجعل مظهره أو طريقته في الإلقاء تترك انطبعا سيئا لدى المستمعين حتى لا يفقد المستمعون الاهتمام والحماس، فالقاعدة هي أن يحرص طرفي عملية الاستماع معا على قيل وليس على كيف قيل؟ ولا كيف يبدو المتحدث في أثناء قوله؟ أما كيف يبدو المستمعون فهي مسؤولية المتحدث أساسا من خلال إعداد الكلام وتوجيهه بطريقة تجذب الانتباه وتحفظ له هذا الانتباه طوال فترة الكلام.

13. تذكر أن الاستماع عمل جاد:

ويتطلب جهدا ومعاناة للاستماع بفاعلية كما يتطلب التزاما داخليا راسخا للاستماع. والذي يتطلب عملهم الاستماع بفاعلية كالدعاة و التربويين والسياسيين والإداريين الإعلاميين يدركون إلى مدى أهمية هذا النشاط ومدى ما يتطلبه جهد. وضبط للنفس وعزيمة، كما يدركون مدى أهمية الاستماع كمهارة أساسية وأهمية الحرص على تنميتها وتطويرها ليصبحوا مستمعين جيدين.

مما سبق يلاحظ أن مهارة الاستماع من المهارات الأساسية لنجاح عملية الاتصال وأنها مهارة تحتاج إلى تدريب وتنمية وإرادة وجهد كبير للتخلص من عادات الاستماع السيئة كما أنها ترتبط برغبة الفرد في التعبير عن نفسه وإعطاء فرصة التعبير للآخرين⁽²⁾.

⁽¹⁾المرجع نفسه ، ص73.

⁽²⁾المرجع نفسه ، ص74.

المبحث الثاني: مهارة الحديث

المطلب الأول: مفهوم الحديث وأهميته:

يعد الحديث أحد وجهي الاتصال اللفظي، الوجه الشفائي. وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة، تنقل أفكارنا و مشاعرنا واتجاهاتنا إلى الآخرين. ويتم هذا الانتقال عبر وسائل متعددة:

✦ عبر وسائل الاتصال الشخصي المباشر: كالمناقشات و المحادثات الرسمية وغير الرسمية والاجتماعات والزيارات والمقابلات والخطب والمؤتمرات.

✦ عبر وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر الالكترونية كالتلفزيون و الدوائر التلفزيونية المغلقة.

✦ عبر وسائل الاتصال الجماهيرية كالإذاعة و التلفزيون والسينما والفيديو و الكاسيت

وتختلف هذه الوسائل فيما بينها من حيث زوايا عديدة:

1. من حيث درجة المواجهة:

ففي وسائل الاتصال الشخصي المباشر، نجد أن المتحدث يكون وجهها لوجه مع المستقبل أو المستمع..بعكس وسائل الاتصال الجماهيرية يكون الاتصال غير مباشر.

2. من حيث رجوع الصدى:

كون التجاوب والتعامل فوريا وملحوظا في وسائل الاتصال الشخصي...بخلاف وسائل الاتصال الجماهيري التي يقل فيها هذا التجاوب وتحتاج من ثم إلى معينات أخرى للتعرف على رجوع الصدى.

3. درجة المشاركة:

إن الفرصة لاشتراك المستقبل في عملية الحديث متوافرة في وسائل الاتصال الشخصي المباشر و وسائل الاتصال الشخصي غير المباشر الالكترونية أكثر منها عبر وسائل الاتصال الجماهيرية. وتشير كثير من الدراسات إلى أن الاتصال الشفاهي المباشر وجها لوجه له تأثيره الكبير على العملية الإقناعية وعلى موافقة الناس.. وفي دراسته لـ"لازارزفيلد" و"كاتز" عمدت إلى تحليل تأثير النقاش الذي يدور بين المجموعات، توصلت إلى أن المواضيع المناقشة خلال الاجتماعات تؤثر تأثيرا كبيرا على عملية تغيير الموقف، ولكن الناس أكثر اقتناعا بالحوار الناتج عن مجموعة من المحاورين..ومن الممكن أن يؤدي هذا النقاش إلى التطرف في اتخاذ الموقف.

كما أثبتت الدراسة أن الناس عادة يميلون إلى التطرف في مواقفهم بعد انتهاء النقاش ويكون هذا عادة عندما يتفق المجتمعون على وجهة نظر واحدة. فكل شخص يؤيد وجهة النظر تلك. ولكن الاستماع إلى مزيد من الحجج والبراهين المؤيدة من أشخاص آخرين يقوي موقف المستمع ويؤدي به إلى التمسك أكثر بما يعتقد وهذا يعني التعصب.⁽¹⁾

ومن ناحية أخرى فإن الاتصال الشفاهي أو الحديث عبر الوسائل المسموعة والمرئية لا يقل أهمية عن الحديث المباشر. فهو أقدر على الاتصال بمجموعات أكبر من الناس وتقدم معلومات أوضح. كما يتميز الاتصال الشفاهي المباشر وغير المباشر بوضوح شخصية المتحدث بصفة عامة، أكثر مما هي عليه في الاتصال الكتابي.. فالمظهر الذي يظهر به المتحدث أمام من يحدثهم أو يواجههم وطبقة الصوت التي يتحدث بها وحركاته ونضرات عينيه و الوقفات المناسبة وغير ذلك من أساليب التقديم تؤثر على مدى تقبل المستمع للرسالة ومدى اقتناعه بها.. وهذه الجوانب لا تظهر عادة في الرسائل المكتوبة. ويشير "براون" و"بول" إلى ميزة أخرى هي أن المتحدث يدرك أثناء الحديث أن آية كلمات تنطلق من شفثيه سوف يسمعها محاوره.. ولذلك يأخذ على عاتقه إصلاح كلامه إصلاحا نشطا شاملا... أما الكاتب فيستطيع أن يشطب ما كتب ويعيد كتابته. بالإضافة إلى أن المتحدث يستطيع أن يلاحظ محاوره وأن يكيف كلامه إن أراد دليل عليه في متناول سامعه وأكثر قبولا عنده. أما الكاتب فليس له من سبيل إلى الاسترجاع المباشر، وليس له إلا تخيل رد فعل القارئ. وبينما يحظى المتحدث في التفاعل المنطوق بميزة القدرة على التحكم في رد فعل سامعه على كلامه دقيقة بدقيقة. فإنه يعاني أيضا من مشكلة الإفصاح عن مشاعره. وينبغي له أن يتحدث إلى محاوره في وضوح ودقة. وإن يضع استجابته المباشرة وفقا لطريقة المحاور في التعبير عن رد فعله. و بالإضافة إلى ماسبق هناك فروق أخرى بين كل من الاتصال الشفاهي و الاتصال المكتوب. في الاتصال الشفاهي يهتم المتحدث بجذب انتباه مجموعة من المحاضرين. بينما في الاتصال الكتابي يهتم الكاتب بجذب انتباه فرد واحد، في وقت محدد.

⁽¹⁾ راتب قاسم عاشور، المهارات القرائية والكتابية: طرائق تدريسها واستراتيجيتها، دار المسيرة للنشر والتوزيع، القاهرة، (د.ت.ن)، ص 43-44

المستقبل أو المستمع في الاتصال الشفاهي أقبل بطيئا في فهم المعاني وخاصة بالنسبة للمجموعة الكبيرة. بخلاف الكتابة يقرأها فرد واحد.. ولذلك ينبغي على المتحدث أن يدخل في حسابه ذلك..... ويعتبر كل مستمع حالة خاصة، وأن يأخذ في اعتباره حجم الجمهور، ومعدل السن، والمستوى التعليمي والإهتمامات الخاصة. يختلف الأسلوب الشفهي عن الأسلوب المكتوب في أن المتحدث ينبغي أن يكون مفهوما بطريقة سريعة، حيث لا يستطيع مستمعه أن يستعيدوا جملة إن فاتهم إدراك معناها بخلاف الأسلوب المكتوب الذي يتسم بميزة المراجعة.

إن القارئ والكاتب منفصلان، بينما المتحدث والمستمع تربطهما رابطة قوية. وأهمية الاتصال الشفاهي المنطوق، أو الحديث أو الكلام "لا تتبع فقط مما يتسم به من مزايا، وإنما لأنه يعد أهم أنواع الاتصال وأهمها على الإطلاق. فنحن نتكلم لأكثر مما نكتب. يقول "سالزمان": إن اللغة المنطوقة - الكلام- هي لأهم الوسائل التي يتصل بها البشر وأهمها". وهذه الأهمية ليست مطلقة. وإنما هي مقيدة بمجموعة من المبادئ ينبغي أن يتبعها المشاركون في الحديث أو التخاطب. وقد حدد "بول" و"جريس" هذه المبادئ كما يلي: (1)

1. مبدأ العمل المشترك Principle of co- opération

وذلك بأن تجعل إسهامك في التخاطب بحس الحاجة، أي يقع في الحال التي ينبغي أن يقع فيها: ووفقا للتعرض المقبول. ووفقا لإيجاد المبادلة الكلامية التي دخلت فيها.

2. مبدأ الكمية Principle of Quatity

وذلك بأن تجعل إسهامك معلما informative بالقدر المطلوب، لا أكثر. وينبغي له حتى يكون معلما. أن تعطه أحدهم معلومة جديدة أو غير متوقعة، إذا استقت المناسبة لهذا.

3. مبدأ الكيفية Principle of Quality

يختص بالصدق. أي ألا نقول ما نعتقد خطأ، أو ما تجد نفسك معه محتاجا إلى دليل مناسب. ويطلق هذا المبدأ على النصوص العلمية في صرامة أشد مما تعرفه المحادثة. ولكن ينظر إليه في المحادثة -بعمامة - على أنه مما يجبر عليه المرء اجتماعيا.

4. مبدأ العلاقة : Principle of Relation

ويعني النظر إلى مدى مناسبة الإسهام. ولهذا المناسبة مظهران اثنان على الأقل: (أحدهما) نوعية المعرفة التي ترتبط بمحور بعينه. و الآخر نوعية المعرفة التي تفيد في بلوغ هدف بعينه.

5. مبدأ الطريقة Principle of Manner

(1) المرجع نفسه، ص 45-46.

ويشمل على الطرق المتعددة التي تستخدم في تعظيم النص وإنتاجه: كأن تتخذ طريقة صريحة واضحة: أي أن تقرر مقاصدك مما تقول على نحو مخطط له. ويتضمن مبدأ الطريقة توصية أخرى. هي أن تتجنب الإبهام في تعبيرك. وأن تتجنب الغموض مع ضرورة الإلتزام بالإيجاز⁽¹⁾.

المطلب الثاني: مراحل التخطيط للحديث الجيد.

منذ أن يستيقظ الإنسان في الصباح وحتى يسلم نفسه للنوم وهو يتجاذب أطراف الحديث مع الآخرين في المنزل: والعمل، والمواصلات، ومع الباعة، والزملاء ويأخذ الحديث أشكالا متعددة: المناقشة الحوار، الأسئلة والأجوبة وقد تتجاذب أطراف الحديث مع آخر، أو مع مجموعة من الأفراد، أو مع عمد كبير من الأفراد. ويعتقد أكثرنا أن ممارسة عالية التخاطب أو الحديث عملية سهلة وبسيطة وطبيعة مثل التنفس. ولذلك اعتدنا ألا نعطي إهتماما كبيرا لتعلم كيف نتحدث فنحن نتحدث منذ الطفولة... وتركز برامج الدراسة عندنا، وفي أغلب دول العالم، على تعليم مهارتي الكتابة و القراءة...ولا تكاد تحضى مهارة الحديث بإهتمام يذكر. ولضعف هذه المهارة عندنا فنحن نفقد كثيرا من الوقت والفرص المتاحة لنا والمال والصدقات نتيجة للحديث اللامبالي والمتخلف والغير دقيق، أكثر مما نفقده من خلال أي نشاط آخر من أنشطة حياتنا.⁽²⁾

وصدق القدماء حين قالوا: "المرء مخبوء تحت لسانه... بمعنى أن الطريقة التي نتكلم بها تدل علينا، أي تكشف عن جوانب شخصيتنا وأخلاقنا وذكائنا... أكثر مما توضحه طرائقنا في المشي أو الأكل أو الملابس أو القراءة.

وسواء كان هدفنا من تجاذب أطراف الحديث الدردشة وقتل الوقت، أم الإقناع، أم التسلية، أم التأثير في الآخرين، أم مجرد الإعلام والإفادة فنحن في حاجة لتعلم مهارة الحديث حتى تتمكن من تحقيق اتصال حقيقي مع الآخرين. وتحقيق هدفه من الاتصال نفسه.

وفي كل هذه الأحوال. فإن الإعداد للحديث خطوة ضرورية وهامة لنجاح الحديث ويختلف الأمر في عملية الإعداد في الأحاديث العفوية، عن الحديث المنظم... ففي الأحاديث العفوية يكون إعداد عفويا أيضا، ويتلخص في الوقوف على السبب الذي يجعل الحدي ضروريا... ومستمع نعرفه ويعرفنا جيدا وقدر من المعرفة عن موضوع يتعلق باهتماماتنا، ومجال خبرتنا المشتركة...

أما في الأحاديث المنظمة كالمحاضرة الرسمية في مجال العمل، ومناقشات المتخصصين، والمناقشات التي تتم في الندوات والمحاضرات والمؤتمرات والخطب والمناظرات، وفي قاعات الدرس، وفي المقابلات الصحفية، واللقاءات إذاعية.

وبصورة عامة فإن التخطيط الجيد للحديث المنظم يمكن أن يتبلور في مراحل ثلاثة:

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 47-48.

⁽²⁾ فاروق أبوزيد، فن الكتابة الصحفية، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 1985، ص 125.

- ✦ المرحلة الأولى: إعداد للحديث
- ✦ المرحلة الثانية: توجيه الحديث.
- ✦ المرحلة الثالثة: تقييم الحديث.(1)

أولاً: مرحلة إعداد الحديث: وتشمل هذه المرحلة على مجموعة الخطوات الآتية:

1. تحديد الهدف من الحديث: عندما نتحدث فنحن نتصل، ونتصل لهدف... وهو التأثير في الآخرين... سواء للإمتاع أو للإقناع أو القتل وقت الفراغ... وتحديد الهدف يعني بصورة أساسية الإجابة عن سؤال محدد: وهو لماذا نتحدث؟ والإجابة على هذا السؤال تساعدنا في تحديد قيمة الحديث، وفي معرفة مدى تقبل الآخر لما نقول.

فالحديث الناجح هو الذي يجمع المتحدث والمستمع فيه رابطة مشتركة... فهما يعملان معا في نشاط عقلي مشترك... ويتفاعلان ويتعاونان معا في بناء الفكر والمعنى الأول بتجسيد الرسالة وتشكيلها وتقديمها في مستويات لغوية متعددة... لغة الرموز، لغة الإشارات، لغة الحركات الجسمية، والثانية بفك كود هذه الرسائل وتجميعها وفهمها... واستكناه الفجوات التي تتضمنها بين السطور، أو تحتويها النظرات والإشارات والحركات المختلفة.(2)

ولذلك إذ لم يتضمن الحديث شيئا... فلن يكون هناك تفاعل، وبالتالي فلن يكون هناك اتصال... ومن هنا يبرز أهمية الأهداف المشتركة لكل من المتحدث والمستمع.

وتحديد هذه الأهداف والإنطلاق منها كمحور توجيهي للحديث أحد المفهومات الأساسية للنجاح. في الأحاديث الودية وأحاديث الثرثرة التلقائية... قد لا نتوقف كثيرا أمام الأهداف، وإن كان أهداف، فقد نتحدث لقتل الوقت، أو للمتعة، أو لنقل المعلومات، أو لمحاولة التأثير في الآخرين.. فأحاديث رجال الأعمال مثلا إلى المستهلكين وإلى زملائهم وإلى الآخرين، وأحاديثنا مع زملائنا في مجال العمل خلال العمل اليومي... لا يمكن أن تكون جميعها خالية من الهدف... لكن الأمر يختلف عندما نعد لإلقاء خطبة على جمع** من المستمعين، أو نعد لحديث صدقي، أو لحديث نوجهه عبر الإذاعة والتلفزيون... أو نعد لمفاوضات أو لإلقاء درس أو محاضرة، أو لحضور ندوة إلى غير ذلك من الأحاديث المنتظمة، فهنا ترتفع درجة الوعي بالأهداف، وتحدد طبقا للغرض من الحديث، ولجمهور المستمعين وقد يكون الغرض من تقديم المعلومات: المساعدة على الفهم، أو التقييم، أو التعليم أو المساعدة على حل المشكلات، أو تحسين العلاقات، أو لفهم الأفضل للآخرين.... وفي كل هذه الأحوال ليشركنا المستمع نفس الأهداف... وتكون مسؤوليتنا هنا هي الانطلاق من بؤرة هذه الأهداف، سواء ونحن نختار الموضوع أو طريقة المعالجة أو أساليب التقديم المختلفة، بما يساعدنا على تحقيق هذه الأهداف.

2. تحديد موعد إلقاء الحديث:

(1) المرجع نفسه، ص 126.

(2) حفي محمد سليمان، السلوك التنظيمية والأداء، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، (د.ت.ن)، ص 27.

في الأحاديث العفوية لتحديد الموعد المناسب بمدى استعداد الآخر لسماعنا، وبجالتة النفسية والوجدانية. ولذلك فإن التحدث مع الشخص المرهق جسدياً أو عصبياً أو نفسياً، يعطي نتائج عكسية أما في المقابلات الإعلامية، ومقابلات الإرشاد النفسي، ومقابلات التوظيف والمقابلات الإدارية داخل نطاق العمل كذلك في الندوات والمؤتمرات وغير ذلك من الأشكال المنظمة، فيتم تحديد موعد محدد يتم الاتفاق عليه، أو تعلن به الأطراف المشتركة... لضمان الإستعداد النفسي والعقلي للطرفين.

3. اختيار المكان المناسب:

فالمكان المناسب لمقابلة صحفية أو إذاعية مثلاً يختلف عن مكان إجراء مقابلات الشكاوي... ويختلف عن مكان مقابلات الإقناع والتأثير. ومكان المحاضرة أو الندوة يختلف عن مكان الخطبة أو المؤتمر... ويؤخذ رأي المتحدث إذا كانت المقابلات فردية، أو محدودة العدد، كما في المقابلات الإعلامية، ومقابلات تبادل أحاديث الود والغرام... ومكان عقد صفقات رجال الأعمال... فتفصل في هذه الحالة الأماكن الهادئة والرومانسية... أما عندما يكون عدد الجمهور كبيراً، كما في الخطب والندوة مثلاً فيتم تحديد المكان لمعرفة الجهة المنظمة، بحيث يكون المكان معداً إعداداً جيداً، من حيث الكراسي المريحة والتهوية الجيدة والبعد عن المؤثرات الصوتية المزعجة، وتوافر أجهزة تكبير الصوت والتسجيل⁽¹⁾.

4. تحديد نوعية الجمهور:

في الأحاديث العابرة عندما نسأل شخصاً عن مكان ما وفي أحاديث البيع والشراء، ليس ضرورياً معرفة المتحدث، أما عندما تجري مقابلة صحفية مثلاً... فهنا ندقق في اختيار المتحدث، وفي معرفة شخصيته واتجاهاته وميوله وقدر درايته بموضوع الحديث. وذلك قبل إجراء الحديث معه... ونفس الشيء بالنسبة للمحاضرات والندوات والمؤتمرات والخطيب... إلخ... لا بد من دراسة الجمهور، والتعرف على أفرادهم من حيث عددهم وأعمارهم وحاجاتهم وخبراتهم وثقافتهم واتجاهاتهم... وهذه المعلومات تفيدنا في جوانب الحديث المختلفة، عند إعداد مادة الحديث المناسبة لأفراد الجمهور، وفي تقديم المفاهيم المناسبة. كما تفيدنا في تحديد الطرق المناسبة للعرض وفي قيادة دقة الحديث بصورة تجذب انتباههم، وتثير اهتمامهم بموضوع الحديث.

فنحن في حاجة لوضع الناس الذين سنتحدث إليهم في الاعتبار.. لا يكفي أن نتعرف على أهدافهم من الاتصال كما أشرنا سابقاً... وإنما لا بد أن نتعرف عليهم أيضاً من حيث أعمارهم وأنواعهم ووظائفهم وثقافتهم ومستواهم التعليمي... إلخ وذلك للإستفادة من هذه المعلومات في تحديد لهجة الخطاب، ولغته وطريقة المعالجة فالمحاضرة التي تلقى على جمهور المحاسبين أو الصحفيين أو الأطباء حول أسلوب جديد للأداء أو حول اكتشاف دواء جديد ستختلف عما لو تكلمت في نفس الموضوع لجمهور من عامة الناس. في كل حالة نحن في حاجة للتكلم بوضوح بالقدر الذي يفهمنا به الطرف الآخر... ويجتر منا أيضاً... فاستخدام المصطلحات المعقدة واللغة

¹ المرجع نفسه، ص 28-29.

العلمية، وإن كانت تكسبنا الاحترام والتقدير من المتخصصين إلا أننا في الوقت نفسه تظهرنا بمظهر التعجرف والتعالي إذ استخدمناها في الحديث إلى الأفراد العاديين.

5. اختيار مادة الحديث:

عندما نتحدث إلى الآخرين لا نتحدث في موضوع لا نعرف عنه شيئاً... وإنما نختار موضوعاً نعرف عنه الكثير... وتساعدنا موهبتنا وفهمنا للآخرين وهدفنا من الحديث في اختيار المادة التي سيتناولها حديثنا وتحديد تلك التي سنستبعدها... والطريقة التي سنرتب بها المادة المنتقاة في نظام منطقي ومترابط... وفي الوقت نفسه... نحن نحرص على أن تكون معلوماتنا صحيحة وجديدة وصادقة وكافية ومتصلة بالموضوع الرئيسي ويختلف قدر الجهد المبذول للحصول على المعلومات حسب طبيعة ونوعية الحديث. الأحاديث الودية مع الزملاء والأهل والأقارب الجيران مثلاً لا نحتاج فيها لمجهود كبير للحصول على المعلومات التي ستضمونها حديثنا... ويختلف الأمر بالنسبة للأحاديث الصحفية، ومقابلات المتخصصين، ومناقشات الندوات والمحاضرات والدروس والمؤتمرات مثلاً.. في مثل هذه الحالات نحتاج إلى بذل مجهود كبير للرجوع إلى مراكز المعلومات والكتب والدوريات المتخصصة، وغير ذلك من المصادر لجمع المادة الضرورية لإعداد الخطبة أو المحاضرة أو الأسئلة التي سيتضمنها الحديث وبدون هذا الإعداد لا تكون لأحاديثنا قيمة، ولا نحظى باحترام وتقدير الجمهور⁽¹⁾.

والإجراءات هنا هي نفس الإجراءات التي يتبعها الكاتب. وإن كنا في الحديث نحتاج إلى قدر كبير من الفهم والوضوح لأفكارنا، ولقدر أكبر من القدرة على التبسيط والتنظيم والتسلسل... لأننا في الكتابة لدينا فرصة بعد الكتابة للمراجعة والتنقيح... أما في الحديث فالفرصة أقل، ومجرد التعبير عن أفكارنا يخرجها من إطار سيطرتنا.. وعدم الوضوح يصعب الفهم على الجمهور، ويجعله يراجعنا أكثر من مرة، مما يؤثر على تدفق الحديث وعلى قدرتنا على الإجابة.

ومما يساعد على الوضوح الالتزام بالخطوات الآتية:

- ✦ تدوين كل الأفكار المتعلقة بالموضوع، والاستعانة بالمتخصصين وبالمؤلفين والدراسات التي تناولت الموضوع في تحديد هذه النقاط.
- ✦ جمع المادة اللازمة والكافية لتغطية هذه النقاط.
- ✦ استخدام الأسلوب الأمثل في تنظيم هذه المعلومات .
- ✦ وعند التخطيط لتنظيم مادتنا يفضل أن نستخدم الأسلوب الهرم المعتدل. مقدمة لجذب الانتباه، ثم نورد التفاصيل والمعلومات والأدلة والبراهين... ثم خاتمة نوجز فيها ما تحدثنا فيه، أو لدفع المستمع لاتخاذ موقف... وقد يفضل البعض في تنظيمه للمعلومات أسلوب التجزئة... فيعرض لفكرة رئيسية،

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 30-31.

ثم ملخصاً، ثم ينتقل إلى فكرة أخرى فملخص، وهكذا إلى أن يصل إلى الخاتمة فيلخص فيها كل أفكار الحديث... وخلال عرضه المعلومات قد يعتمد البعض على ذاكرتها تماماً.

✦ وفي أثناء مرحلة التخطيط لإعداد يجب أن تحدد المساعدات المرئية... أو وسائل الإيضاح التي سنحتاج إليها، سواء لتلخيص المعلومات، أو للتوضيح، أو للتفسير. وتتضمن هذه الوسائل استخدام الشرائح. أو الخرائط الهيكلية. أو اللوحات المعلقة، وغير ذلك مما يساعدك على بلورة أفكارك وتوضيحها... ويسهل في الوقت نفسه على المستمعين مهمة المتابعة والفهم.

✦ وفائدة الإعداد المسبق للنص هنا تتجلى في أنها تساعد على قيادة دقة الحديث، وعدم الخروج عن الموضوع الأصلي، ولضمان استيفاء كافة الجوانب، حيث لا يبدوا الحديث ناقصاً للقراء... كما أنها تجعل الصحفي أكثر ثقة في نفسه، وأكثر دراية لموضوعه، وعلى قدر كبير من اللياقة والاستعداد للحوار والمناقشة.

✦ وبالنسبة لأشكال التخاطب الأخرى، كالمفاوضات والمحاضرات والدروس والمؤتمرات والخطب... إلخ... فقد يحتفظ بقائمة تتضمن العناصر الرئيسة لمادة الحديث كموجهات يسترشد بها أثناء الحديث... وقد يعد النص كاملاً، ويسترشد به أثناء الحديث، أو يقرأه كما في الخطب الرسمية والطريقة المفضلة هي الطريقة التي تضمن المحافظة على سلامة الحديث، والاتصال بالجمهور في الوقت نفسه... وتختلف باختلاف المتحدثين وقدراتهم المختلفة.⁽¹⁾

✦ ويلاحظ أن كثيراً من المتحدثين لا يفضلون التقييد بنص مكتوب يرغمهم على قراءة كل كلمة... وفي الوقت نفسه لا يستغنون عن المذكرات التي تتضمن العناصر الرئيسية حتى لا يرتجلون، أو يخرجون عن موضوع الحديث⁽²⁾.

ثانياً: مرحلة توجيه الحديث.

تتضمن هذه المرحلة جوانب عديدة:

✦ **المظهر الجيد:** من خلال الثقة بالنفس، والملبس المناسب، والإشارات المناسبة، والتغيرات المبهجة للوجه، وغير ذلك مما يظهرنا بالمظهر الودود. وأيضاً حسن استخدام الوقفات في بداية الحديث وأثناء الحديث، والإلقاء بالسرعة المناسبة التي تيسر المتابعة، وباللهجة المناسبة للحديث. مع التأكيد على نطق الكلمات والجمل الأساسية في حديثك والتكرار عند الضرورة.

✦ **حسن الاستهلال:** وحسن الخاتمة كما أشرنا سابقاً... مع التركيز في الاستهلال على أهمية الموضوع ومناسبته.

✦ العرض المنظم و المناسب.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 32-33.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 33.

- ✦ استخدام اللغة المناسبة.
- ✦ الاهتمام بالمستمع والحرص على اجتذابه بصريا... بالحركات والإشارات والنظرات، ومخاطبته الجميع على قدر المساواة والاهتمام.
- ✦ استخدام الحركات الجسمية، والجمل الموضوعية عند الانتقال من جزئية لأخرى.
- ✦ تجنب الإفراط في الاستعانة بالأوراق المكتوبة، أو المذكرات التي تصرفك عن مستمعك أو تشغلك عنهم، وكذلك الحركات العصبية، وتجنب التراخي والتشاوب. وأيضا الحركات الجسمية التي لا ضرورة لها والحركات الاستعراضية المنفرة. تجنب تكرار الألفاظ اللإرادية بين الجمل، والتي تشكل لوازم للبعث، مثل واحدین بالكم، مش كده، خليكو معايا...إلخ.
- ✦ استخدام وسائل الإيضاح في الوقت المناسب للغرض المحدد.
- ✦ التركيز على عملية تنظيم الوقت: تخصيص جزءا من الوقت للاستهلال وجزءا لاستعراض موضوع الحديث... وجزءا ثالثا لا يقل عن الخمس للخاتمة. والتمهيد لذلك بالتركيز على النقاط الرئيسية في الحديث... والتأكيد من خلال ذلك عدم نسيان أي نقطة هامة.
- ✦ **تجنب التطويل:** فالدراسات تشير إلى أن مدى تركيز المستمع يقل كثيرا بعد الخمسين دقيقة الأولى... ويستحسن ألا تزيد فترة الحديث عن ذلك... ويخصص الوقت المتبقي للإجابة عن الأسئلة.⁽¹⁾
- ✦ استخدام تكتيك الجمل القصيرة منذ بداية الحديث، فهي ذات واقع وتأثير على المتلقي وتساعد في الوقت نفسه على الاختصار والتركيز.
- ✦ حدد الحديث بأربعة أو خمسة نقاط فقط، وعند الانتهاء منها كرر على المستمعين.
- ✦ ابدأ الحديث بملخص سريع للنقاط التي سوف تناقشها.
- ✦ يفضل البداية بالآراء المقبولة من قبل الجمهور لاجتذاب ثقتهم، ولا مانع من مناقشة وجهات النظر المعارضة.
- ✦ احرص على الخاتمة الجيدة التي تبلور الموضوع...وقد تنهي برواية قصة أو موقف أو تجربة أو آية قرآنية أو بيت من الشعر...وقد تكون الخاتمة هي نفسها جملة البداية.
- ✦ احرص على الوقوف بصفة مستمرة على رجع الصدى، أو على استجابة الجمهور. ومن خلال ذلك تتحكم في قدر ما تحققه من نجاح... كما أنك وفقا لذلك تستطيع أن تتخذ قرارات فورية فيما يتعلق بالمعالجة للموضوع... أو بطريقة لرضه بما يجذب الإنتباه والمهم أن تتسلسل في الحديث، وأن تختار الوقت المناسب للخاتمة، وهو التوقيت الذي تشعر فيه بالرغبة أكثر لمزيد من الاستماع حتى لا ترهق مستمعك أو ينشغلون عنك أو يبدوا في الانصراف جماعات.

⁽¹⁾ وليم ح. ماكولاف، مرجع سبق ذكره، ص108.

ثالثا: مرحلة تقويم الحديث.

عملية التقويم مرادفة للحديث ككل منذ لحظة الإستعداد...تقوم كافة الخطوات الأولية الإستعداد، أثناء الحديث، من خلال ردع الصدى، و يعد الحديث بإعادة الإستماع إليه أو بالإستماع إلى ملاحظات المستمعين...أو من خلال الإستبيانات التي توزعها بعض الجهات على المستمعين. ويمكنك من خلالها التعرف على إيجابياتك، كما يمكنك الوقوف على السلبيات التي عليك تلاقيها في الأحاديث القادمة.⁽¹⁾

المطلب الثالث: سمات المتحدث الناجح

أولا: السمات الشخصية:

1. الموضوعية:

وتعني قدرة المتحدث على السلوك والتصرف، إصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو سياسة أي العدالة في الحكم على الأشياء، والوقوف إلى جانب المتحدث، حتى ولو لحق به الضرر، كما أنها تعني التحدث بلسان مصالح المستمعين، وليس بلسان المصالح الخاصة..ولهذا ننصح المتحدث بضرورة ممارسة التقمص العاطفي.. أي أن يضع المتحدث نفسه موضوع مستمعيه، ويفكر من وجهة نظرهم، حتى يمكنه أن يتعرف على اهتماماتهم ومصالحهم، مما يساعده على إظهار التعاطف مع الآخرين، فيزداد قبولهم بوجهة نظره و تأييدها، وعلى العكس إذا أظهر المشاعر العادية، أو اللامبالاة، والتثبت بمصالحه الذاتية، فلاشك سيقبل الشعور بالتأييد من قبل مستمعيه لتحيزه، وعدم موضوعيته، ومن ناحية أخرى فإن التعاطف مع⁽²⁾

الآخرين يجعلك ودودا، ومجاملا ومتحكما في مشاعر الغضب والانفعال التي تنفر المستمع، وتؤثر على مدى قابلية الاستقبال للحديث والانفعال به.

2. الصدق:

المتحدث الصادق هو بالطبع الأكثر تأثيرا في مستمعيه... والصدق يعني أن يعكس حديثك حقيقة مشاعرك وأفكارك وأرائك..أي المطابقة بين باطنك وما ظهر منك متمثلا في الكلام..ويعني من ناحية أخرى مطابقة أقوالك لأفعالك و تصرفاتك.

وحيث سيعكس حديثك قدرا كبيرا من الثقة بالنفس، لأنك ستبدو للآخرين أنت نفسك لا شخصا آخر. وسيتمس حديثك بالتلقائية و الطبيعية، فإذا تحدث بطريقة هادفة، وتصرفت بطريقة طبيعية فيبدو حديثك أكثر إخلاصا وستتحدث بطريقة أفضل.

وهناك دراسات عديدة تبين تأثير صدقا لمتحدث..ومن الأبحاث التي أجريت حول هذه الصفة، تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق المستقبل أو المستمع لها، أولا يصدقها، ينظر إليها المستقبل

⁽¹⁾المرجع نفسه، ص 109-110.

⁽²⁾محمود أدهم، دراسات في فن الحديث الصحفي، دار الثقافة للنشر والتوزيع، القاهرة، 1982، ص 15.

على أنها منحازة، أو غير موضوعية، على عكس النظرة التي ينظر بها إلى مضمون الرسائل الموجهة إليه من مصادر يصدقها. وأن هذا التصديق له تأثير كبير على آراء المستقبل.

كما تبين من الأبحاث، أن عدم تأثر آراء المستقبل في حالة قلة تصديقه للمرسل، لا يرجع إلى عدم اهتمام المستقبل برسالة المرسل، أو عدم فهمه لها، وإنما هو راجع أساسا إلى أن تصديق المستقبل يؤثر على دوافعه نحو قبوله ما ينتهي إليه المرسل من استنتاجات.

غير أنه تبين أن هذا التأثير سواء أكان سلبيا أو إيجابيا، يتجه إلى الاختفاء بعد مرور بضعة أسابيع.

3. الوضوح:

لكي نكون متحدثا ناجحا يجب أن تكون قادرا على التعبير عن أفكارك بوضوح، أن تكون لغتك بسيطة ومادتك منتظمة و متسلسلة منطقيا...وكلماتك واضحة وغير معقدة، وإذا استخدمت مصطلحات دقيقة غير واضحة للمستمع، فيجب شرحها وتبسيطها أثناء الحديث، وذلك لتجنب أخطار سوء الفهم أو التفسير. ويعني الوضوح أيضا: التكلم بطريقة واضحة. أي النطق الواضح، حتى يمكن للمستمع أن يسمع ويفهم كلماتك. وأن تتحدث مباشرة إلى المستمع باهتمام وبقطة، حتى تعطي لمستمعك انطباعا بأنك مهتم به، وفاهم لما يحدث حولك ومدركا لما تقول.

ولضمان الفهم الجيد من قبل مستمعك، ولضمان حسن الفهم، تجنب أيضا استخدام الجمل الطويلة الممتدة، التي تسبب الحيرة للمستمع. واستخدام بدلا من ذلك الجمل القصيرة والموجزة أيضا...فخير الكلام ما قل ودل...فبكلمات قليلة يمكنك أن تقول الكثير...فإذا أردت أن تكون واضحا ومفهوما وفعالا...فأوجز...فالأقوال كأشعة الشمس، كما يقول "سودى": كما كانت أقصر كانت أشد إحراقا".¹

4. الدقة:

وتعني من ناحية التأكد من أن الكلمات التي تستخدمها تؤدي المعنى الذي تقصده بعناية...ولذلك فأنت تحتاج إلى حصيل لغوية كبيرة تمكنك من اختيار الكلمات ذات المعنى الدقيق، لتلبية متطلبات حديثك. ومن ناحية أخرى تعني دقة المعلومات التي تقدمها وصحتها...فعندما تتحدث إلى جمهورك تأكد أن مادتك دقيقة...وإذا لم تكن متأكدا لا تخمن..فالأفضل لك حذف فقرة من حديثك، عن أن تورده معلومة خاطئة تعرضك لمخاطرة مراجعة الغير، وتفقدك في الوقت نفسه مصداقيتك، وأثناء الحديث من الأفضل لك عدم الإجابة عن سؤال لا تعرف جوابه بالتحديد، أو ترجى الإجابة عليه لوقت آخر عن تقديم إجابة قد لا تكون متأكدا منها أو خاطئة.

5. الحماس:

لا يكفي أن تعرف كل شيء عن موضوعك، وأن تؤمن به. ولكن ينبغي أن تكون تواقا للحديث عنه...فالحماس يجعل المتحدث أكثر حيوية وحرارة في حديثه، أو أكثر ديناميكية، كما يقول

(¹) المرجع نفسه، ص 16-17.

الباحثان: "برلو" و "ميرتر" يشيران بذلك إلى أن المتحدث الذي يبدو في الظرف الاتصالي حيويًا ونشطًا، يعتبر على درجة عالية من التصديق، بخلاف الذي قد يبدو متعبًا. إدراك الجمهور لتلك الخاصية وهو يتفاعل مع المتحدث من العوامل المؤثرة على فاعلية الحديث.

6. القدرة على التذكر:

وتعني حضور ذهن أثناء الحديث... وذلك حتى لا يظهر الفتور فيما تقدمه للناس... بل حاول أن تضيف دائما معلومات جديدة أثناء الحديث، من خلال تذكر ماسبق أن قرأته، أو شاهدته، أو استمعت إليه. كما أن امتلاك هذه القدرة لتنمية هذه القدرة كاستخدام اختصارات، أو الرموز، للدلالة على الأفكار الرئيسية. ويلاحظ أن امتلاك الذاكرة القوية يساعد المتحدث على تذكر أسماء الشخصيات التي يتعامل معها و الظروف التي صاحبت ذلك، ولا شك أن تذكر أسماء الناس الذين تقابلهم وألقابهم وأسمائهم له وقع كبير على نفسية المتحدث، ويزيد الروابط، ويقوي المعرفة.

7. الاتزان الانفعالي:

ويقصد به أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذي يتناسب مع الموقف، وأن يكون متحكما في انفعالاته. فمثلا: "إذا واجه تهكما أو اعتداء من جانب أحد المستمعين، فلا يواجهه بغضب، وإنما بالحلم والعفو" وكذلك القدرة على امتصاص غضب المستمعين ومعاملتهم معاملة أحسن. كما يعني الاتزان الانفعالي السيطرة على مشاعر العصبية الناتجة عن الخوف الشديد من مواجهة الجمهور أو القلق، أو التوتر، أو الخجل، أو الحماس الزائد، فعدم السيطرة على انفعالاتك، يؤثر على عملية الحديث ذاتها.⁽¹⁾

فقد يجعل قلبك يدق بعنف، أو ترتعش أطرافك أو تعرق... وقد يجعل ركبتيك ترتعش... و تتأثر بالتالي نبرات الصوت ودرجة وضوحه، فلا يصل صوتك واضحا إلى المستمع، وإنما مرتعش وفاترا وضعيفا... كما يقلل هذا الشعور من قدرتك على التفكير الواضح، وعلى التركيز أثناء الحديث. ولذلك ينبغي على المتحدث السيطرة على مشاعر العصبية والحفاظة على اتزانه الانفعالي، لضمان حسن قيادته للحديث، ولتوفير الفرصة للتأثير الفعال.

أوحسن طريقة للتخلص من السمات غير الطبيعية للكلام، والناتجة عن عدم الاتزان الانفعالي.. وما يترتب عليه من توتر وشد عصبي، هي اعتماد الاسترخاء. وذلك يأخذ عمقا من المعتاد... فهذا يساعدك على استرخاء عضلاتك، واستعادة هدوئك.

8. المظهر: يعكس مظهر المتحدث مدى روبيته لنفسه. كما يحدد الطريقة التي ينظر بها الآخرين إليه ويشكلون بها أحكامهم عنه، حتى قبل أن يتكلموا... فمن خلال الأثر البصري العام الذي يحدثه المتحدث لدى الجمهور عند رؤيتهم له. تتكون لديهم صورة ذهنية محددة... فإذا كان مظهرك لائقا واستحسنه مستمعوك ما يروونه

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 18-19.

منك، فإنك تكون قد حققت بداية طيبة. أما إذا لم يحس الجمهور بذلك، تكون كمتحدث قد وضعت عقبة في طريقك ويعني المظهر العام مجموعة من الجوانب هي:

✦ النظافة و الأناقة الشخصية.

✦ الملابس والمظهر المناسب للحالة.

✦ الصحة النفسية والبدنية.

وتمثل هذه الجوانب مجموعة الصفات الخارجية التي تعكس مظهر المتحدث... وترجع أهميتها إلى أنها أحد المدخل الرئيسية للنفس البشرية... فالناس عادة يأخذها المظهر فتنجذب إليه... ولهذا ينبغي على المتحدث أن يناضل دائما لكي يحسن كل شيء يراه الجمهور منه. والنظافة والأناقة الشخصية شيء يستطيعه كل فرد من خلال العناية بنظافة الجسم، والأسنان، والملابس، وغير ذلك مما ينمو جمال الظاهر.. أما الباطن فضروري له العناية بالصحة النفسية... فكثير من المهن والأعمال، تحتاج لأن تمنح الأمان والاستقرار والهدوء لمن يتعاملون معنا... ولا يستطيع ذلك إذا كنا نحن أنفسنا كقائمين بالاتصال مفتقدين لهذا.⁽¹⁾

وإذا كنا نستطيع بقدر من المعاناة، العناية بصحتنا النفسية، والبدنية، ومظهرنا العام... إلا أن هناك عوامل أخرى تساعدنا على توفير متطلبات المظهر العام وهي:

✦ **موافقة الملابس لبينتنا الجسمية:** أي أن تختار الملابس التي تتناسب وطول المتحدث، وزنه، ولون بشرته، والصفات الجسمية الأخرى.⁽²⁾

✦ **ملائمة اللون:** فتختار الملابس التي تنسجم وألوانها... أي ينسجم لون القميص مع لون البنطلون، وع الجاكت، مع لون الجوارب... وذلك حتى لا تظهر أمام الجمهور وأنت ترتدي ملابس تشكل تشتيتا براقا لهم أثناء الحديث.

✦ **مناسبة المظهر للموقف:** كما أن لكل مقام مقال... أيضا لكل مقال مظهره المناسب... فالذي يخطب الجمعة، أو يلقي محاضرة في مركز تنمية الفردية، إذا ظهر بملابس السهرة، قد يحول بينه وبين الجمهور. وملابس مناسبات العزاء في الأفراح وهكذا.

أما البشاشة، فترجع أهميتها إلى أنها تخلق جوا اجتماعيا بين المتحدث ومستمعيه ملؤه التعاطف والمشاركة والرضاء والحب والصدقة والألفة. كما أنها تعبر عن الأدب و الذوق وحسن التربية. وتؤثر في المستمعين، إذ تبعث في نفوسهم الراحة والسرور، وتفصح بالنسبة للمتحدث عن انفراج الأسارير، والانشراح والإقبال على الحياة بوجه عام، ولذلك فلها فعل السحر في جذب الناس إلى المتحدث. وعدم النفور منه. فينجذبون إليه، وكلهم تفاعل وإحساس مرهف بالبهجة والحياة.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 20.

⁽²⁾ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 63.

فالمظهر العام سمة مهمة تستحق من أن نوليها عنايتنا عندما نلقي حديثا ما إنه لا يجعل الجمهور ينجذب نحو المتحدث وحسب، ولكنه يجعلنا أيضا نشعر بمزيد من الثقة في أنفسنا، حيث أننا سنكون واثقين تماما من ظهورنا أمامهم بمظهر طيب.

9. القدرة على التعبير الحركي:

حينما نتحدث على الآخرين، لاستخدام فقط مقدرتنا على استخدام الرموز اللغوية لنقل أفكارنا وآرائنا ومشاعرنا ومالدينا من معلومات إلى المستمع أو الجمهور.. وإنما نستخدم بالإضافة إلى ذلك مستويين آخرين للتعبير، يدعمان المعاني التي ينقلها المستوى اللغوي، وفي كثير من الأحيان يضيفان معاني أخرى أعم وأكثر وأشمل من معاني الاستخدام اللغوي للرموز. وهذان المستويان هما:

- المؤثرات الصوتية

- السلوكيات الحركية والأوضاع الجسمية المختلفة.

سبق أن تعرضنا للسلوكيات الحركية كلغة للتعبير، عندما ناقشنا من زاوية المستمع وهو يفك كود هذه اللغة ويتفهم دلالتها ومعانيها، ولكننا هنا نناقشها من زاوية المتحدث فالإشارات والحركات وتغيير الأوضاع الجسمية علامات مميزة يستخدمها المتحدث بالتزامن مع اللغة المنطوقة أو كجزء منها. ونقصد هنا الإشارات والحركات الاختيارية ذات الوظيفة الاتصالية، أما الإشارات والحركات الاضطرارية كدجلة العين والرعشة مثلا، فهذه بعيدة عن اهتمامنا.

ومن أمثال هذه السلوكيات: (1)

- ✦ وضع الجلوس... فوضعك أثناء الجلوس يحدد ما إذا كنت متحمسا، أو متعبا، أو مهتما أو غير مهتم... فعندما تتحدث وأنت جالس متكأ أو مستندا إلى الحائط ومغمضة العينين، مترهلا، متدلي الرأس، وأنت تستمع إلى تعليقات، أو أسئلة جمهورك وهذا يعنب عدم الاهتمام.
- ✦ ومن الحركات الجسمية أيضا: الإشارات باللسان، أو الخد، أو العنق، أو الرأس، أو اليد، أو الأصبع، أو اليد مع الجبين، أو اليد مع اليد وكلها لنقل دلالات محددة إلى الجمهور.
- ✦ وهنا أيضا لغة العيون... النظرات المؤثر إلى الآخر... فعندما نتحدث ننظر في عين المتحدث... أولا ننظر ونعطي انطبعا بعدم الاهتمام... وعندما نركز النظرات على عينيه أوجد الشخص الآخر... يحدث اتصال عن طريق العيون، تنتقل عبره معاني كثيرة ومتعددة تعمق الاتصال، وتقويم غزاه. إذ تنقل عن طريقها مشاعر الود والتأييد أو الموافقة أو الرضا أو الحيرة و الاضطراب أو الارتياح و الغضب أو التنبيه لانتهاه الحديث أو الرغبة في استمراره.

(1) المرجع نفسه، ص 63-64 .

فالحركات الجسمية و الإيماءات المصاحبة للحديث المنطوق تعد عملا إضافيا يحفظ للمشاركين في الاتصال انشغالهم. بلأنها تدعم أوضاع الكلام وحالاته، وتؤمن له نظامه، وتحفظ له إيجابياته. يقول "جونمان": "تخضع المنطوقات بالطبيعة لضغوط و ضرورات لغوية وأن الأشخاص الحاضرين في موقف اجتماعي ينبغي لهم في كل لحظة أن يقوموا بعمل إضافي... ويحفظ هذا العمل للمشاركين في الكلام انشغالهم به... وينبغي للمنطوقات أن تقدم في كساء من الحركات الجسمية الوظيفية، أي الحركات التي تدعم حالات الكلام وأوضاعه، والتي تؤمن له نظامه وتحفظ له نظمه الإيجابية البسيطة.

ويقول "براون" و "بول": "يستخدم المتكلمون طائفة من العلامات الشكلية التي يشيرون بها إلى التغيير فيما يتكلمون فيه. ويمكن أن تعد هذه العلامات مؤشرات إلى تغير المحور يستخدمها المشاركون في المحادثة. فنظرة المتكلم إلى محاوره، وتغرسه فيه، واستخدامه بعض الحركات الجسمية الدالة على خطابه، لها جميعا أهمية في تغيير المحور.

فالسلكيات الحركية إذن: قناة اتصال خطيرة، وهي بلا شك جزء مكمل للنشاط الإتصالي اليومي الذي يمارسه كل فرد... وتحتاج إلى جهد كبير لتنميتها وتطويرها باعتبارها تمثل حوالي 60% من وسائل الاتصال بين الناس، بينما تمثل نبرة الصوت 30% و الكلمات 10% فقط.⁽¹⁾

ثانيا: السمات الصوتية.

إن صوتك مهم بالنسبة لنجاحك كمتحدث. وإذا كنا لا نستطيع أن نغير أصواتنا، إلا أننا يمكننا تغيير طريقة النطق، من خلال التحكم في الصوت، رفعه أو خفضه وضبط نغمته وفقا للظروف الخاصة.⁽²⁾

وأول خطوة للتحكم في الصوت، هي أن ندرك العوامل التي تؤثر في تحديد سماتنا الصوتية وتوجد عوامل عديدة خاصة بالنطق، يتوقف عليها قدر ما تحقق من نجاح...

وأهم هذه العوامل:

1. النطق بطريقة صحيحة:

يعتمد النطق على الصوت الذي يعطي للحروف الأبجدية أو مجموعات الحروف. وبمعنى النطق الصحيح الالتزام بقواعد النحو والصرف. والالتزام بالنطق العام السائد للكلمات، و المتعارف عليه. كما يشير النطق إلى طريقتك الخاصة في الضغط على الكلمات والمقاطع، لإعطاء تأثيرات معينة.

ولذلك تعد طريقة النطق من العوامل المهمة لنجاحك كمتحدث. حيث سيتفق عليها مدى فهم المستمع لما تقول: ومدى إدراكه لما تحمله كلماتك من دلالات. ومن المفيد في هذا المجال لتحسين طريقتك في النطق، تجربة الاستماع إلى نفسك، لتتعرف على لهجتك، وطريقة تكوين الحروف المتحركة وطريقتك في النطق

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 63.

⁽²⁾ فيصل المقددادي، فن الخطابة والإلقاء، منشورات جامعة فاروس، القاهرة (د.ت.ن)، ص 27.

ومقامات الصوت، وذلك عن طريق تسجيل صوتك على مسجل، ودراسته كمحاولة لتجنب عادات النطق التي تتسم باللامبالاة و الإهمال.

2. وضوح الصوت :

بمعنى أن يتمكن المستمع من سماع ما يقول المتحدث..وفي الإجتماعات الضخمة، يجب أن يتأكد المتحدث من أن جميع الحضور يستطيعون سماع ما يقوله بوضوح...وإلا فيستخدم مكبرات للصوت...ولا مانع من أن يسأل المستمعين في بداية حديثه، إن كانوا يسمعونه أم لا.ولا يعني هذا أن يتحدث المتحدث بصوت جمهوري عال بدرجة واحدة،لأنه إذا استمر على وتيرة واحدة ومستوى واحد لصوته...مال الجمهور إلى النوم...ولهذا لابد من التنوع في مستويات الجهارة و الإنخفاض،والإنجاسوالإنغلاقو السرعة والبطء...والدقة والفخامة،حتى تتمكن من التعبير الدقيق عن مشاعرك وميولك.

3. السرعة:

السرعة التي نتكلم بها عامل مؤثر في فعالية الحديث.. فالتحدث بسرعة كبيرة يجعل المستمع لا يتابعك كما ترد،وقد يتوقف عن سماعك، وخصوصا إذا كانت السرعة طوال الوقت، والصعوبة الفهم...ولكن التنوع في السرعة، يساعدك على تأكيد الأهمية لما تقوله...بأن تبطئ من سرعتك لتأكيد كلمات معينة. ولذلك فالمتحدث الجيد: هو الذي تتوافر لديه مهارة تنوع سرعة الحديث وفقا لأهمية ما يقول.

4. استخدام الوقفات:

والوقفات هي مواضع الوقوف أثناء الحديث، وقد تكون في البداية الحديث لجذب انتباهها لحضور،وقبل وبعد النقاط الهامة...وعند نهاية كل جملة مفيدة كاستراحة للتنفس،وأحيانا نتوقف قبل أو بعد الكلمة،أو قبل التصريح بالنقطة المهمة في الموضوع، لتعطيه تأكيدا معينا، وتسمى هذه وقفة ناقصة،⁽¹⁾

لأنها تعني أن للكلام بقية.أما الوقفة القاطعة، وتأتي في نهاية الكلام،للدلالة على إنهاء الكلام. وينبغي استخدام الوقفات في مكانها الصحي حتى نستطيع المساعدة في تحديد ونقل المعاني..فهي تؤثر على فهم المعنى، أو على إبراز معاني معينة، أو على جذب الإنتباه، وإثارة الإهتمام...كما توفر من ناحية أخرى للمستمع الفرصة للفهم والاستيعاب. ولكن يشترط لذلك عدم التكلف والافتعال...بوقفات كثيرة بين كل كلمة،أو سلسلة من الكلمات حتى لا تفقد مستمعك.

ثالثا: السمات الإقناعية

الإقناع هو كسب تأييد الأفراد الرأي أو موضوع أو وجهة نظر معينة،وذلك عن طريق تقديم الأدلة والبراهين المؤيدة لوجهة النظر،بما يدقق الاستجابة لدى الأفراد. والمقدرة الإقناعية،من السمات الأساسية للمتحدث المؤثر...وتتضمن مجموعة من المهارات أو السمات هي:

⁽¹⁾المرجع نفسه، ص 28.

1. القدرة على التحليل والابتكار:

يعني أن يكون المتحدث قادراً على إدراك العلاقات بين العناصر المكونة لفكرته، وأن يكون قادراً على تحليل هذه العلاقات. وذلك ليستطيع ابتكار مزيد من العلاقات، والتوصل إلى معان معينة، تؤيد فكرته، وتحقق مزيداً من الإقناع.

2. القدرة على العرض والتعبير:

فأسلوب العرض يلعب دوراً كبيراً لجذب الانتباه ولكن يجب مراعاة طبيعة الموقف، والموضوع الذي يتم عرضه، حتى يظل أسلوب العرض وسيلة تساعد على الإقناع، ولا تتحول إلى هدف في حد ذاتها. وفي هذا المجال فإن المتحدث يمكنه أن يبدأ بطرح عدد من التساؤلات التي تعطي إجاباتها الموضوع المراد نقله للأفراد وإقناعهم به. وهذه الطريقة فإن على المتحدث أن يؤخر أولاً بأن النتائج التي تم التوصل إليها، ليتكون لدى المستمع في نهاية الحديث خلاصة لهذه النتائج، والتي يجب أن تتطابق مع الأفكار التي تهدف إلى إقناع الأفراد بها.

3. القدرة على الضبط الانفعالي:

لأن انفعال المتحدث لتعبير معين، أولنقد وجه له، قد يفقده القدرة على التركيز. وربما يدفعه إلى التصريح بأشياء ليس من المستحب ذكرها. وبالتالي فإن افتقاد هذه الصفة يعد أحد العوامل التي تؤثر في إقناع المستمعين.

4. القدرة على تقبل النقد:

فالنقد أحد الظواهر الأساسية التي تبرز عند نقاش بعض الموضوعات وتبادل وجهات النظر... ويعني حالة عدم الاقتناع برأي أو فعل معين،⁽¹⁾

ومحاولة تنفيذ هذا الرأي لإثبات عدم صحته، أو توجيه الفرد إلى أنه قد تصرف على نحو يخالف ما كان يجب القيام به.

ويرجع السبب في توجيه النقد للمتحدث إلى عوامل منها:

- ✦ عدم قدرة المتحدث على عرضه الموضوع بطريقة جيدة تكسبه تأييد الآخرين.
- ✦ عدم اعتماد على الحقائق والمعلومات.
- ✦ حجب الحقائق والمعلومات المتعلقة عن أفراد الجمهور.
- ✦ أسباب شخصية خاصة بالمنتقد اتجاه المتحدث.
- ✦ ميل بعض المستمعين إلى النقد لذاته، بصورة تشغلهم عن الموضوع أو العمل الأصلي.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 29.

وفي هذه الأحوال فلا بد للمتحدث من تتوفر له القدرة على فهم الدوافع والأسباب الكامنة وراء النقد. والقدرة على تقبل انتقادات الغير، والاستفادة منها في تطوير أدائه. انطلاقاً من إيمانه بتكامل الآراء... وصعوبة الكمال... وأيضا القدرة على العرض الموضوعي لمعلوماته وأفكاره. وعدم الوقوف موقف الرفض من النقد في حد ذاته. وأن يعتمد على المعلومات والآراء في بناء أدائه، وفي نقد لآراء الغير.¹

المطلب الرابع: مستلزمات الحديث المؤثر.

الحديث المؤثر والإسماع الجيد وجهان لعملة واحدة.. ونحن لا يمكننا تحديد مستلزمات الحديث المؤثر بمعزل عن مناقشة حقيقية الإصغاء الجيد، باعتباره كما أشرنا سابقا من العوامل الرئيسية المطلوبة لفهم الآخرين، ولا استمرار عملية التواصل و التعامل معهم، وبالتالي لاستمرار عملية تبادل الحديث. فمعظم الناس يصغون لأحاديث الطرف الآخر دون أن يكون هدفهم الحقيقي هو الفهم، بل للرد على ما يقال، ولذلك فإننا أثناء المناقشة، إما أن نكون مشغولين بالتحدث أو بتحضير أنفسنا للرد على المتحدث فور أن يفرغ من كلامه، أو حتى دون أن يفرغ منه. وقد نقاطعه بسوء أدب أو بأدب، وقد ترتفع أصواتنا وتزداد حدة للتشويش عليه، وفي أحسن الأحوال نتظاهر بالاستماع فقط من باب الذوق أو الأدب، ثم نقاطعه في أول فرصة تسنح.

وفي مثل هذا الحوار، لا يفهم أي طرف وجهة نظر الطرف الآخر أو يتأثر بها... وينتج عن ذلك تأثير سيء على علاقتنا بمن نتحاذب معهم أطراف الحديث، أو بمن نحاورهم من زملائنا ورؤسائنا ومرؤسينا وأهلنا وأصدقائنا. وفي محاولة "لستيفنكوفي" لتقسيم طريقة أو مستوى إصغائنا لحديث الطرف الآخر، انتهى إلى ستة مستويات تحدد موقفنا من المتحدث:

✦ التجاهل التام لما يقوله الطرف الآخر.

✦ التظاهر فقط بالإصغاء مع الإيماء بالرأس، أو الموافقة الأتوماتيكية على ما يقول دون فهم.⁽²⁾

✦ الإستماع الإنتقائي، أن تنتقي من الحديث أجزاء تهمنا وتفيدنا، وتهمل مالا يخدم أغراضنا.

✦ الإستماع الشكلي، الإستماع فقط للكلمات دون أن تحاول فهم الموضوع ككل.

✦ الإستماع المتفهم لما يقول للاستفادة.

✦ الإستماع المتعاطف: أي نستمع للمتحدث، ولوجهة نظره، أو نتعاطف معه حتى قبل أن نستمع لوجهة نظره، وذلك لضعفه، أو لقربه منا، أو لمحبتنا له.

وهذه المستويات لاستجابة المستمع لنا تجعلنا ندق بعمق في مستلزمات الحديث المؤثر للوقوف على العوامل التي تساعدنا كمتحدثين على السيطرة على الظرف الإتصالي، وجعل كل مستمعينا من فئة المستمعين المتفهمين. ويمكننا تحديد مستلزمات الحديث المؤثر في إطار ثلاثي الأبعاد يتضمن:

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 30.

⁽²⁾ حميد الطائي وبشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 31.

أولاً- مستلزمات متعلقة بالمتحدث.

ثانياً- مستلزمات متعلقة بجمهور المستمعين ويضعها المتحدث في اعتباره.

ثالثاً- مستلزمات متعلقة بالبناء اللغوي للحديث.

أولاً. مستلزمات متعلقة بالمتحدث.

ويمكننا حصر هذه المستلزمات على النحو التالي:

1. الاستهلال الجيد والختام الجيد:

أظهرت البحوث أنه عندما يستمع الأشخاص إلى حديث، أو يقرؤن مقالاً، فإنهم يولون اهتماماً كبيراً إلى الجمل الافتتاحية والجمل الختامية، ولذلك ينبغي علينا أن نبذل جهداً مضاعفاً لجعل الجمل الافتتاحية جملاً مفيدة، وترتفع أهمية الجملة الأولى أو الافتتاحية أو الاستهلال إلى أنها تساعد على جذب انتباه المستمع كمدخل أو كتمهيد لإثارة اهتمامه للاستماع إلى باقي الحديث ولذلك فهي تصمم فهي تقنع المستمع بأنه سيستفيد من حديثك، ويراعي ربطها بالخلفية الثقافية للمستمع، والهدف من الحديث، وأن تتضمن الإجابة على سؤال المستمع نفسه، لماذا سأستمع لهذا الحديث وتختلف أنواعها اختلافاً كثيراً، فهناك الاستهلال التقديري، والملخص، واستهلال السؤال، والمقارنة، والتعجب، والاستهلال الوصفي... الخ. وكذلك بالنسبة للخاتمة أيضاً تختلف أنواعها... والاستهلال المفضل هو الاستهلال الذي يتفق مع هدف الحديث ويحقق أغراضه. ومما يساعدك على ذلك أيضاً، أنتحر صمند الوهلة الأولى على أن تكون ودوداً مع مستمعيك متبسماً، تواقاً إلى إثارة شغفهم، مليئاً بالحيوية متبسماً بالإخلاص... فالإخلاص هو قوتك العظيمة، اجعل رغبتك قبل أي شيئاً آخر

أن تجعل مستمعيك يحبونك، ويهتمون بما سوف تقوله، وكذلك عندما تختم حديثك، جملة الختام مهمة ويجب أن تكون قوية، ومركزة ومختصرة وموحية.. وأن تعيد للأذهان أهم جزء في الحديث أو تلخصه.⁽¹⁾

ويفضل أن تختم حديثك في التوقيت المناسب و الجمهور منشرحاً ومستعداً لسماع المزيد.. وفي هذه الحالة عادة ما يصفق الجمهور، وبعد هذا التصفيق دليلاً على الاستجابة الحسنة للمتحدث ودليلاً على فاعليته.

2. استخدام أكبر قدر من الحواس:

يعد استخدام أكبر قدر من الحواس أحد العوامل المهمة لنجاح الاتصال، فالمتحدث ينقل أفكاره ومشاعره للمستمع من خلال الصوت ومستواه ونغمته وسرعته، ومن خلال التأكيد على نطق بعض الكلمات واستخدام الإيماءات والإشارات وحركات الجسم وأعضائه، وكثيراً ما يستخدم وسائل الإيضاح المختلفة اللازمة لتوضيح المعنى، أو يستخدم في بعض الأحيان مواد تثير حاسي الذوق والشم... وحرص المتحدث على استخدام أكثر قدر من الحواس ينعكس من ناحية أخرى على ما يستخدمه المستمع من حواس لفهم

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 32.

واستيعاب الحديث. كما أن تعد مستويات التعبير التي يستخدمها المتحدث يحمل كل منها دلالات معينة يدركها المستمع، ويؤكد بعضها تأثيرات بعض، ويساعده في السيطرة على حواس المستمع، وعلى تحقيق الرسالة الإعلامية لهدفها.

3. السيطرة على دقة الحديث:

الاتصال عملية تفاعلية لتسير في اتجاهين من المتحدث إلى المستمع والعكس...وعندما يسير في اتجاه واحد من المتحدث إلى المستمع فقط يفتقد الاتصال أحد أهم مقومات نجاحه...ومن الضروري للمتحدث أن يستوعب هذه الحقيقة، وأن يدرك أن خير طريقة لإقناع المستمعين إليه، هي أن يستدرجهم إلى تولي دقة الحديث، والكشف عن مكنوناتهم بالأسئلة، وينصت إليهم في صبر ووعي، ويستدعهم على ابداء آرائهم في حرية تامة، ويناقشهم بهدوء، يدلي بما لديه من أفكار و آراء..أما عندما يسيطر على دقة الحديث، ولا يترك لمستعمه فرصة للتحدث، ويقاطعه، ويعترض استرساله، فلاشك أنه سيفقد المستمعين له، وقد ينصرفون عنه.

4. تعلم حسن الاستماع:

لكي تصبح محدثا بارعا، كن أولا مستمعا جيدا...وشجع الناس على الكلام عن أنفسهم وأعمالهم وأجسادهم وبطولاتهم...ومشاكلاتهم وغباقتهم... وأسألهم أسئلة تظن أنهم سيسرون بالإجابة عنها. وعندما يتحدث الناس إليك...فإنهم عادة يتأثرون بطريقة استماعك إليهم. وإذا كنت مصغيا، فإنك ستساعدهم على الاستمرار. أما عدم الإصغاء، فيشبط همة المتحدث..وقد يتوقف أحيانا، على الأقل يجد صعوبة كبيرة للتعبير عن أفكاره.

5. تجنب تقليد الآخرين:

لا تحاول تقليد المتحدثين الناجحين وتصرف بصورة طبيعية..وكن صادقا مع نفسك...واثقا من قدراتك مقتنعا بما تقول، و متمكنا منه، وممثلا له، ومستمعا به. وهذه الجوانب مجتمعة تعني ثقة المتحدث في نفسه.⁽¹⁾

وهذه الثقة ستعكس على طريقة أدائه، وعلى الجمهور وتؤثر في نظرة كل منهما إلى الآخر، وإلى موضوع الحديث. وإذا كانت هذه النظرة مواتية، أدت إلى زيادة فاعلية الاتصال بينهما ، والعكس ولذلك لا بد للمتحدث من البحث عن مكونات شخصية. والتعرف على نقاط القوة فيها و تمثلها، ونقاط الضعف فيها وتلافيها للوصول بنفسه إلى درجة المتحدث المؤثر. ومما يزيد من فاعليته، ضرورة الحرص على المطابقة بين أقواله وتصرفاته، أي أن يتحول هو نفسه إلى نموذج، أي إلى قوة حسنة في كل ما يدعوهم إليه.

6. أحرص على رجوع الصدى:

ورجع الصدى في حالة الحديث يعني ردود أفعال الجمهور اتجاه ما تقول...وفي حالة الأحاديث المباشرة عبر وسائل الاتصال الشخصي يسهل الوقوف على رجوع الصدى، بخلاف الأحاديث التي تقوم عبر وسائل

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 33.

الاتصال الجماهيري، فيصعب التعرف عليه إلا عبر رسائل الجمهور، وتلفونات الاستفسار، وعبر البحوث الميدانية. أما الحديث المباشر فيمكننا التعرف على رجوع الصدى بصورة مباشرة من خلال الإنصات الجيد والمشاركة في الحديث، والأسئلة الذكية لأفراد الجمهور. وأيضا همهمات الجمهور الدالة على الرفض، أو على مقاطعة الحديث، أو موضوعه، أو تعديل الرسائل الإعلامية بما يساعد على الاحتفاظ بانتباه الجمهور. وفي أحيان أخرى تلجأ بعض الجهات إلى توزيع استبيانات على الجمهور لتقييم المحاضرين، والتعرف على أوجه استفادتهم من المحاضرة، أو الحديث، أو الندوة. وكثير من المتحدثين عندما يدرك أنه سيكون هناك دراسة لرجوع الصدى، فإنه يبدل مزيدا من الجهد ليحضر رجوع الصدى في صالح حديثه.. كما تنفيذه هذه الدراسة في اكتشاف أخطائه، واتخاذ الخطوات اللازمة لتصحيحها.

7. الاتجاه الطيب نحو الجمهور:

تؤثر نظرتك للجمهور على فاعليتك وعلى صدى نجاحك في التأثير على المستمعين... فهم في واقع الأمر أصدقاء لك وليسوا مصدر تهديد.. فإذا اعتبرت كل مستمع صديقا لك. وحاولت بحماس اخلاص أن تصل برسالتك إلى شخص. فهذا الاتجاه الطيب نحو جمهورك. يجعلهم أقل انتقادا لحديثك. ويزيد من احتمال قبولهم لما تقوله. وقد يعبرون عن ذلك أحيانا بالقول بأن هناك شيئا ما في المتحدث يجعل المستمعون يحبونه... ولذلك فلا بد من الاهتمام بالجمهور، والحرص على مصالحهم، وإظهار الود والحب لهم إذا أردنا لأنفسنا النجاح كمتحدثين. وإذا ما أردنا التأثير لأحاديثنا.

8. الحرص على التلقائية:

تلقائية الحديث لا تعني عدم الإعداد الجيد للحديث. ولكن تعني تجنب حفظ الحديث، فالالتزام بتصميم محدد يحفظه المتحدث ويلتزم به، كثيرا ما يؤدي إلى الحرج عندما ينسى المتحدث كلمة.. فتتأثر بذلك طريقة الأداء. ويبدو طابعها التكلف، وينعكس ذلك في الوقت نفسه على جمهور المستمعين الذين سيشعرون بالملل نتيجة لذلك.. أما الاحتمال وتطوير الحديث بطريقة طبيعية مستخدما نبرة المحادثة.¹

فهو أكثر تأثيرا وفاعلية، و الاحتمال لا يعني عدم الإعداد للحديث دائما. وإنما يعني في حقيقة الأمر الإعداد المسبق للحديث، واستيعاب عناصره استيعابا كاملا... وحفظ الاستهلال و الخاتمة.

9. الإقرار بالخطأ:

الاعتراف بالخطأ فضيلة. فعندما ترتكب خطأ ما، أو يصحح لنا أحد المستمعين معلومة ما، فمن الخطأ الاستمرار في الدفاع عن الخطأ... وعندما نفعل ذلك سيتمادى الآخر في اثبات صحة رأيه.. وتقديم المبررات الدالة على خطأنا، أما عندما نسلم بأخطائنا، فسرعان ما يتم تجاوز ذلك.. وتتعزز مكانتنا. كما يمكننا أكثر اكتساب الناس لوجهة نظرنا.. وقد عبر "ديل كارينجي" عن ذلك بقوله: "إذا كنت مخطئا، فسلم بخطئك، فالتسليم بأخطائنا هو السبيل للارتفاع في درجات الناس، و إلى الإحساس بالرقى و السمو. ومن ناحية

(1) المرجع نفسه، ص 34.

أخرى، فإن التسليم بأخطائنا يعد المدخل الأساسي لانتقاد الآخرين. ونحن على استعداد الإستماع إلى ذكر أخطائنا، إذا ما بدأ المتحدث بالاعتراف بتواضع أنه ليس معصوماً من الخطأ⁽¹⁾.

ثانياً: مستلزمات متعلقة بالجمهور يضعها المتحدث في اعتباره:

1. معرفة اتجاهات المستمعين وميولهم اتجاه الفكرة أو الموضوع:

فالمحدث في موضوع معين عليه عند اعداد أفكاره أن يتوقع اتجاهات الأفراد وميولهم، وعليه أيضاً خلال حديثه أن يحاول اكتشاف هذه الاتجاهات والميول من وجوه الحاضرين وتصرفاتهم، فتجهم الحاضرين يعكس معارضتهم، وشرودهم يعكس عدم اهتمامهم. وعليه أن يعمل احداث التغيير المؤيد لإقناعهم بأفكاره.

2. البدء بنقط الاتفاق:

عندما يناقش المتحدث موضوعاً معيناً مع جماعة من الأفراد، فعليه أن يبدأ بتحديد عناصر هذا الموضوع، وأن يبدأ بتلك العناصر التي لا يختلف عليها الأفراد، والتي يوجد فيها اتفاق في الآراء، ثم يتدرج إلى النقاط التي توجد فيها وجهات نظر مختلفة. فنقاط الاتفاق توجد نوعاً من التآلف الفكري لدى المجموعة، وتدعم الاتجاهات البناءة في النقاش.

3. معالجة الأفكار المستترة:

ونقصد بها ما يوجد في بعض الحالات من أفكار وآراء غير معلنة لدى بعض الأفراد اتجاه الموضوع الذي تتم مناقشته. وهذه الأفكار المستترة يجب اكتشافها ومناقشتها، وإلا سنكون عائقاً في سبيل الإقناع. ويرى البعض أن القائد قد يستطيع أحياناً التيسير على الجماعة للتعبير عما عندها من أفكار مستترة، فقد يقول على سبيل المثال: لا أدري هل نحن نتحدثنا على كل ما نشعر به إزاء هذه المسألة؟ وذلك ليتيح الفرصة للأفكار المستترة للظهور ومناقشتها.⁽²⁾

4. احترام آراء الآخرين:

عندما تتناقش مع الآخرين، ومهما كنت على صواب فلا تقل للآخر أنه مخطئ ولو بمجرد نظرة أو إشارة أو لفظة.. لأنه لن يترك على ذلك... وبدلاً من ذلك قل له إنني أرى رأياً آخر... ولكنني قد أكون مخطئاً، فإذا كنت مخطئاً فإنني أحب أن تصحح لي خطئي.. ومثل هذه العبارة توقف كل جدل.. وتبعث فلي المستمع روح العدل و الانصاف... فيحاول أن يتخذ الموقف نفسه الذي اتخذته، ويسلم بأنه هو الآخر قد يكون مخطئاً.

5. اجعل الآخر يشعر بأهميته:

(1) المرجع نفسه، ص 35.

(2) علي عبد الرحمن، فنون و مهارات العمل في الإذاعة والتلفزيون، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 113.

إن الرغبة في الشعور بالأهمية هي إحدى المميزات التي تفرق بين الإنسان وغيره من الكائنات... ولذلك تجد كثيرا من المتحدثين يفرضون في الحديث عن أنفسهم، وابرار ما يتمتعون به من مزايا وقدرات ومواهب. ولذلك فنحن في حاجة للتوقف عن التفكير في أنفسنا لفترة والتفكير في حسنات الآخرين، ولو أخذنا بما يقول "أمرسون": "غن كل إنسان أقالبه هو أفضل مني بطريقة ما، ومن هنا تستطيع أن تعلم منه: إذا فعلنا ذلك وحاولنا اكتشاف مزايا الشخص الآخر، ومنع الثناء المخلص والصادق للآخرين... عندئذ سيحفظ الناس كلماتك لسنين... وستبقى خالدة في أذهانهم.. لأنك بهذا تجعلهم يشعرون بأهميتهم.. وتكون النتيجة أنهم سيستمعون إليك لأنك تحدثهم عن أنفسهم.. وهذا يفتح لك الباب الذهبية لقلوبهم وعقولهم.

6. دع الآخر يشعر أن الفكرة فكرته:

فالإنسان يعتز بالأراء التي يتوصل إليها بنفسه أكبر من تلك التي تقدم إليه مصنعة وكاملة التجهيز، ولكن إذا استطعت أن تجرح رأيك للشخص الآخر.. وتجعله يشعر أنها فكرته.. فلاشك أنه سيدافع عنها.

7. أسأل الآخر أسئلة بدلا من إلقاء الأوامر:

لأن الأوامر بطبيعتها منفرة للآخرين بخلاف أنه سيدافع عنها.

8. لا تجادل:

لأنك إن فزت أو هزمت فأنت الخاسر في الحالتين فإذا هزمت فلاشك سيبقى الآخر عند وجهة نظره... أما إذا فندت أقواله وحطمت وجهات نظره وسفهت أقواله.. وهو لن يسلم بانتظارك لأنك خدشت كبرياءه وسيبقى علة وجهة نظره.

9. توسل بالرفق واللين:

فقطلة قليلة من العسل كما قال "النكولن" أفضل من قنطار من العلقم. وكذلك قليل من الرفق أفضل من كثير من الغضب و العنف و التهديد. فمهما بلغ غضبك، فلن يجعلك تكسب الآخر إلى وجهة نظرك مهما كان منطقتك، بقدر ما يحققه لك من الرفق واللين والتودد والثناء على مستمعك.⁽¹⁾

المبحث الثالث: مهارة السؤال

المطلب الأول: مفهوم السؤال وطبيعته.

السؤال أداة إيجابية خلاقة للحصول على المعارف والمعلومات في مختلف أنشطة الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية. وفي مختلف مجالات البحث والدراسة والممارسات التطبيقية.. وعلى مدارج الحياة المختلفة في الطفولة والصباء، والشباب والشيوخ.. ولهذا يقول البلاغيون إن الاستفهام هو طلب العلم بشيء لم

(1) المرجع نفسه، ص 114.

يكن معلوما من قبل.. ويقولون إن للكلام قمة عليا في البلاغة ، وإن أسلوب الاستفهام يحتل أعلى مكان في تلك القمة.

ومن جهة علماء الاجتماع، فالسؤال يعد أحد أهم المهارات الاجتماعية الواسعة الانتشار، ومن أهم مهارات التفاعل الاجتماعي.. فالاتصال الذي يبنى على الأسئلة والأجوبة، كما يقول "ستراك" و"تسو وارز" يعد من أكثر أشكال التفاعل الإنساني أهمية.. ففي معظم المواجهات الاجتماعية تسأل الأسئلة ويجاب عليها. وبهذه الطريقة تجمع المعلومات، وتشجع المحادثة.

ويتفق علماء الاجتماع والاتصال وعلماء البلاغة على تعريف السؤال بأنه طلب الحصول على المعلومات سواء أكانت واقعية أم خلاف ذلك.

والحصول على المعلومات عن طريق السؤال يكون بطريقتين:

التعبير اللفظي: سواء أكان شفهيًا -منطوقًا- أم مكتوبًا - وهو عبارة عن جملة تقريرية مصحوبة بعلامات الإستفهام كما يقول: "وودبيورى" 1984 .

التعبير غير اللفظي:

عن طريق الإشارات غير اللفظية المصاحبة للرموز اللغوية. وتأخذ هذه الإشارات أشكالًا عديدة، كارتفاع وانخفاض الأحيال الصوتية للتأكيد على بعض الكلمات.

وحركات الرأس والكتفين والحواسب، والاتصال البصري المباشر، وأصوات المهمة التي تصدر للدلالة على التأكيد أو التأييد أو الرفض.

وعبر هذين الطريقتين نتلقى السؤال. وقد نتوقعه أم لا.. المهم أننا في جزء من الثانية وعى وبلا وعى نقرر هل سنحجب على السؤال أم لا؟... وكيف ستكون اجابتنا؟... بالنسبة للمتلقى فبنفس السرعة أيضا يتلقى الإجابة.. ويتفهمها.. ويقرر ما إذا كانت لإجابة كاملة أم لا... وإذا كانت غير مقنعة أو غير كافية فسرعان ما بمطرنا بسؤال آخر وسؤالين.. لمتابعة النقطة التي يسأل عنها.

وغير هذه العملية يتحقق المعنى الحقيقي للسؤال وهو انتقال المعلومات والحقائق الأفكار والآراء والمشاعر والميول والاتجاهات بين طرفي عملية الاتصال. ويتحقق الهدف من الاتصال من جهة نظر الاجتماعيين⁽¹⁾

وهو التفاعل الاجتماعي.. ويكون عادة في ذروته مع الأطفال الصغار الذين يلعب السؤال بالنسبة لهم دورا حيويًا في استكشاف العالم المحيط بهم، والتعرف على جوانبه المختلفة، وتكوين صورة ذهنية نقدية متكاملة عنه.

المطلب الثاني: أهمية السؤال

للسؤال أهمية كبيرة في المجالات الإعلامية :

(1) أحمد جمال الدين، فن الإدارة بالسؤال، مكتبة القرآن للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 23-24 .

في مجالات الاتصال الإعلامي لا يمكن الاستغناء عن السؤال. سواء للحصول على الأخبار، أو لجمع مادة التحقيقات و الأحاديث والتقارير والمقالات الصحفية.. وتبرز أهميته على مستوى المشاركين في عملية الاتصال الإعلامي: المحررين والمتحدثين والقراء على السواء.

❖ فالبنسبة للمحرر:

- ❖ يمثل السؤال أهمية عديدة وهي كما حصرها الدكتور محمود أدهم تتمثل في الجوانب الآتية:
- ❖ يساعد على سير غور الموضوع المطروح للمناقشة وحصره داخل إطار محددة...وتحديد عناصره الرئيسية.
- ❖ والقضايا والأفكار التي تدور حولها المناقشة.
- ❖ يحدد بدقة ما يريد المحرر طرحه...ويجعله واضحا حتى يمكن للمتحدث تقديم الإجابات الشافية والدقيقة.
- ❖ يساعد على بقاء الموضوعات المراد طرحها واضحة في ذهن المحرر دون أن ينس جانبا مهما من جوانبها.

❖ ومن زاوية المتحدث فإن الأسئلة تفيد فيما يلي:

- ❖ تحديد ما يراد الاستفسار عنه وطرحه ومناقشته وتقديم الإجابات المحددة.
- ❖ تقسيم موضوع الحديث إلى نقاط وموضوعات متفرعة فتسهل من ثم الإجابة عليها وتحديد جوانب الأهمية في موضوع الحديث.
- ❖ تحدد الأسئلة بدقة ووضوح نوعية الإجابات المطلوبة وطبيعتها.
- ❖ تعطي للمتحدث فرصة للتفكير والتوقف عند كل سؤال للبحث عن الإجابة الوافية له.

❖ ومن زاوية القراء توفر الأسئلة لهم جوانب عديدة أهمها:

- ❖ الإحاطة الشاملة بالموضوع من خلال الإجابات عن الأسئلة المختلفة
- ❖ تقسيم الموضوع إلى أجزاء يختص كل جزء منها بسؤال معين، مما يساعد على سهولة فهمه وقراءته والتوقف عند بعض النقاط لالتقاط الأنفاس أو لإعمال الفكر⁽¹⁾.

ومن العرض السابق يتضح لنا مدى أهمية السؤال في جوانب حياتنا المختلف وأن أهمية السؤال تنبع من سر قوته الغامضة التي يسيطر بها علينا.. وتتمثل هذه القوة في قدرته على استثارة الذهن وعلى إتاحة الفرصة للناس لاستخدام عقولهم... ولذلك يرحب جميعنا بالإجابة عن الأسئلة. ولا يكاد يوجد إنسان، أو مجال من مجالات العمل، أو نشاط من الأنشطة التي تمارسه على مدار اليوم لا يحتاج إلى السؤال، أو يمكنه الاستغناء عنه.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 24-25.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 25.

المطلب الثالث: وظائف السؤال:

على ضوء دراسات اللغويين والبلاغيين و علماء الاجتماع والتي تعد المقدمات الأساسية التي استخلص منها العلماء المعاصرون الوظائف المختلفة للسؤال أو للاستفهام.. يمكننا حصر الوظائف الآتية:

- 1) إقناع الآخرين.
- 2) الحصول على المعلومات أ، تلقيها.
- 3) زرع الأفكار وتكوين الآراء.
- 4) معرفة آراء الآخرين وفهمهم واتجاهاتهم ومشاعرهم.
- 5) إزالة الأفكار المشوشة.
- 6) الحث والتشجيع.
- 7) الحصول على تعهدات.
- 8) حل المشكلات.
- 9) تقليل الأخطاء.
- 10) التغلب على المعارضين... وتفادي المعارضة.
- 11) بث الطمأنينة.
- 12) استطلاع الحقائق، واختيار صحة المعلومات.
- 13) تنشيط المناقشة.
- 14) تنمية روح الود وعلاقة التعاون.
- 15) تقليل الأخطاء.
- 16) تجنب الانتقادات.
- 17) إزالة سوء الفهم.
- 18) اكتشاف المعلومات الخافية.
- 19) تكوين الرأي.
- 20) صياغة القرار.⁽¹⁾
- 21) استمرار التحكم في الاتصال أو استمرار المناقشة.
- 22) إثارة التفكير.
- 23) تجنب الحديث مع شخص ما .
- 24) جذب الانتباه للفرد المسؤول أو الجماعة.
- 25) لفت الأنظار.

(1) فاطمة ابراهيم حميدة، مهارات وأساليب إلقاء الأسئلة، دار النهضة المصرية، القاهرة، 1996، ص 32.

- (26) كسب الوقت.
- (27) تغيير مجرى الحديث.
- (28) إخفاء العواطف.
- (29) إثارة الآخرين.
- (30) الحصول على رد فعل كتشجيع المشاركة الفعالة أو الحصول على تعليقات أو استشارة التفكير النقدي.
- (31) إضافة معلومات أخرى.
- (32) الخروج من مأزق.
- (33) المشاركة والمخاصمة.
- (34) تأخير الوصول إلى حل أو اتفاقية.
- (35) إخفاء عجزنا عن التفكير.
- (36) إظهار الذكاء بالرد على سؤال بسؤال.
- (37) الظهور بمظهر القوة.
- (38) لاختبار القدرة على التذكر.
- (39) للربط بين السبب والنتيجة.
- (40) للتطبيق.
- (41) للتعريف.
- (42) للنتبؤ.
- (43) للافتراض.
- (44) للتعميم.
- (45) لإقتراح أسلوب عمل.
- (46) لاستصدام الأحكام على الأشياء والأشخاص والأعمال.
- (47) استكشاف الحقائق.⁽¹⁾
- (48) للربط بين موضوع وآخر.
- (49) للتوجيه.
- (50) للمساعدة على الفهم.
- (51) لتحديد درجة معرفة المجيب.
- (52) للتركيز على الموضوعات المهمة.

(1) المرجع نفسه، ص 33

من العرض السابق نلاحظ تعدد الوظائف التي يحققها السؤال.. والوظائف التي حصرناها كل الوظائف فهناك وظائف أخرى كثيرة... وهي الوظائف التي دعت "بن جني" إلى دراستها عن طريق الاهتمام بدراسة الأسباب التي تدعو إلى خروج الاستفهام عن صورته، متعمقا بواسطة النفس البشرية، مدركا لأغوارها الحقيقية، ومرايها المتعددة، ليصل السائل بسؤاله إلى كل ما يبغى الوصول إليه.

ويلاحظ أن السؤال الواحد قد يحقق أكثر من وظيفة. كما أننا في سياق الحديث الواحد نحقق بالأسئلة كثيرا الأغراض.. وقد نوجه نحن الأسئلة للآخرين، أو نوجهها إلى أنفسنا لنجيب عليها نحن.. وفي الحالين نحن نمارس نشاطا هادفا.. ويعتبر السؤال هنا أداتا لتحقيق ما نستهدفه من ممارسة عملية الاتصال. وأن الإجابة عليه تحدد ما إذا كان الهدف قد تحقق أم لا. (1)

المطلب الرابع: مراحل توجيه الأسئلة.

عملية إطلاق الأسئلة ليست عملية عشوائية وإنما عملية فكرية تتم وفقا لخطوات منتظمة.. وتستلزم ضوابط وإجراءات عديدة.. وتحتاج إلى مجهود كي يكتسب الفرد عادة توجيه الأسئلة الذكية. وتشمل عملية السؤال على ثلاث مراحل رئيسية:

- ✦ مرحلة الاستعداد.
- ✦ مرحلة طرح السؤال.
- ✦ مرحلة الإجابة و التعميم ورجع الصدى.

أولا: مرحلة الاستعداد للسؤال

وتتضمن خطوات عديدة هي:

1. تحديد الهدف:

تختلف عملية تحديد الهدف قوة وعمقا وفقا لسياق الموقف الذي سنوجه فيه السؤال، فالاستعداد لطرح أسئلة في سياق حديث صحفي أو تليفوني.. يختلف عنه بالنسبة لموقف الاستجواب في قاعة القضاء، أو قاعة المحاضرات. وكذلك بالنسبة لسياق الحديث العادي.. ففي الحديث العادي، لا نحتاج لأكثر من الفطنة والمتابعة للمتحدث لاستنباط الأسئلة التي ستساعد على استمرار مجرى الحديث. (2)

وبخلاف المجالات المهنية الأخرى كالعدو والتدريس والصحافة والإعلام والقضاء وغيره، فإن عملية الإعداد للأسئلة.

سواء التي سنوجهها أو نتوقع توجيهها إلينا تحتاج إلى استعداد كبير، يتطلب تحديد الموضوع.. والمصادر التي يمكن الحصول منها على المعلومات المتصلة بموضوع الحديث.. سواء كانت وثائقية أم بشرية، وتحديد المجالات المتصلة بالموضوع والتي سننظم في إطارها أسئلتنا.

(1) المرجع نفسه، ص 34 .

(2) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 89.

وفي كل هذه الأحوال علينا أن نسأل أنفسنا أسئلة مهمة مثل: ماذا أريد بالضبط من توجيه السؤال؟ هل سأحصل على معونة الطرف الآخر أو تعاونه. أم على معلومات أو تعهدات أو أداء أفضل، إذا ما وجهت إليه سؤال ما.

ويساعدنا تحديد الهدف منذ البداية على تلافي الأسئلة التي تحول دون هدفنا من السؤال مثل:

✚ تلافي الأسئلة ذات المردود العكسي والتي تكشف عن جفاء أو شك أو تحديده أو إثارة، والتي قد توظف عند بعض الناس استجابات سيئة.. وذلك مثل أسئلة لماذا... التي قد تتسبب في وقف التواصل ثم التفاهم إذا ما صيغت بلهجة يبدو منها الاستعلاء أو الشعور بالتفوق.. ثم لأنها قد تضع الشخص الآخر في موقف دفاع.. ويمكن في حالة الاضطرار إليها استبدالها بصيغ أخرى كما ذهب إلى ذلك أحمد جمال الدين في كتابه فن الإدارة بالسؤال مثل:

- هل لي في مزيد من الشرح؟

- ماذا يجول بعب خاطرك؟

- ما رأيك في هذا؟ كيف توصلت إلى هذا القرار؟

- كيف توصلت إلى هذا القرار؟

✚ تلافي أسئلة استعراض العضلات. وهي الأسئلة التي لا تهدف لها سوى بيان مدى ثقافة السائل ومعرفته.

✚ تلافي أسئلة المناورة غير المباشرة، وهي لا تحدد بوضوح ماذا يريد السائل؟ كأن يسأل شخصا: هل تحب أن تؤدي لي هذا العمل؟... وبدلا من ذلك أطلب ما تريد بوضوح.. فالناس تحب المساعدة، وتتقبل العمل إذا طلب منهم ذلك بطريقة مباشرة خالية من المناورة.

✚ تلافي الأسئلة التي تتم عن ذوق غير سليم، مثل تلك التي تتناول الشؤون الشخصية للمتحدث أكثر من اللازم.. فهذه قد تقطع الاتصال وتؤدي إلى سوء الفهم.. وكذلك الأسئلة التي تبدأ باعتذارك عنها لأنها تتناول أشياء محرمة.. مثل إني أعرف أن السؤال قد يكون محرجا لك.. أو تافها.. أو عديم الذوق.⁽¹⁾

✚ تلافي الأسئلة غير الواضحة أو التي تحتمل عدة تفسيرات، فهي تترك المتحدث ولا تساعدنا في الحصول على ما نريد بالتحديد. فقد يجعل هذا السؤال المتحدث يتوقف عن الاستمرار في الإجابة.

✚ تلافي أنواع الأسئلة تنتج رد فعل سلبي يؤثر على قدرتك على تحقيق أهدافك من السؤال، مثل الأسئلة غير المركزة التي لا تسأل شيئا. وأسئلة الاستدرج، والأسئلة المطلقة، والأسئلة الطويلة جدا والتي تشتت المستمع، وكذلك التي تتضمن أكثر من سؤال.. والأسئلة التي تتضمن أفكارا متعارضة.

(1) المرجع نفسه، ص 90.

✦ وعلى ذلك فإنك بتحديدك أهدافك من السؤال يمكنك من البداية أن تتلافى أنواع الأسئلة السيئة أو الضعيفة التي تقطع حبل الاتصال، أو تثير الطرف الآخر وتمنعه من مواصلة الحديث. مما يؤثر بالتالي على أهدافك من السؤال.

2. ارتباط السؤال بموضوع الحديث:

لاكتساب ثقة المحيبي واحترامه لا بد أن يكون السؤال بموضوع الحديث.. وفي إطار الأسئلة المتوقعة.. لأن عدم ارتباط السؤال بموضوع الحديث، قد تجعل المحيبي يمتنع عن الإجابة وينظر إلينا بارتياح وعدم تقدير. وإذا ما حدث ذلك فلا بد من أن توضح للشخص الذي سأل، وأيضا في أسئلة استقصاءات البحث العلمي، ألا نبداً بسؤال عن الدخل والاتجاه السياسي والديانة إلا في آخر الأسئلة بعد أن نكون قد استحوذنا على ثقة المحيبي.

3. تحديد شخصية من توجه إليه السؤال.

لا بد أن تكون على معرفة بطبيعة الشخص الذي توجه إليه السؤال.. مسؤلاً رسمياً أم مدير أم محاضر أم داعية أو زميلاً في المهنة.. أم شخصاً عادياً.. إلخ فعدم معرفة الطرف الذي توجه إليه السؤال يضعنا في موقف أصعب دائماً.. ونصبح كمن يدخل غرفة معسوب العينين.. وفي إطار هذه الخطوة علينا كذلك أن نسأل أنفسنا عن طبيعة أهداف الآخرين من الحوار وماذا يريدون من؟ وماهي أفضل الأساليب للتعامل معهم؟

وقد تتعمق دراسة الشخصية وتصل إلى أقصى مداها كما في حالات التفاوض والأحاديث الرسمية والأحاديث للصحف والإذاعة والتلفزيون.. وتصبح دراسة الشخصية هنا ومن الزوايا والأركان التي تتيح الفرص لرؤيتها على حقيقتها بلا رتوش.. والعرف على أفكارها وآرائها وإحساساتها.

وفي أحيان أخرى قد لا نعرف عن المتحدث سوى أقل القليل، كما في حالة العميل الذي تتعامل معه لأول مرة... وهنا يكون ذكاء البائع في سرعة فهمه وتقييمه والإجابة على أسئلة بلباقة تجذبه لشراء السلعة أو الخدمة.

وتحديد شخصية من سنتحدث معه لا تساعدنا فقط في تحديد أسلوب ونوعية وكيفية توجيه وصياغة الأسئلة، وإنما تساعدنا لتحديد ماذا سيكون عليه موقفهم من أسئلتنا. هل سيرفضون الإجابة، فيكون علينا مبدئياً اختيار الطريقة التي تجعلهم يتجاوبون معنا... أم سيدلون بكلام لا نهاية له لكنه لا يتصل بموضوع السؤال.⁽¹⁾

أم سيحيون عن السؤال لم نسأله.. أم سيحيون على أسئلتنا بأسئلة أخرى... أم سيقدمون إجابة غير واضحة أو مزيفة.

أم سيكتفون بإنكار الحقائق الواضحة، أم بحكاية نكتة أو نادرة بدلا من الإجابة. أم سيطلبون منك الاتصال فيما بعد. أم سيشتككون في دوافعك ونواياك... أم يستخدمون عبارة لا تعليق.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 91-92.

فدراستنا للشخصية التي ستوجه إليها السؤال... يجعلنا عند توقع هذه الاستجابات أو بعضها نتخذ الاستعدادات اللازمة لتلافي ذلك. واتخاذ الخطوات التي تجعلنا نستعد لمواجهة هذه المواقف بالإجراءات التي توفر لنا فرصاً أفضل للنجاح.

وفي إطار التعرف على شخصية المتحدث ينبغي أن نتعرف على مستوى ثقافته ومعرفته حتى تتوافر له الفرصة لفهم أسئلتنا و الإجابة عليها. وحتى نواجه بعدم الفهم أو بايائك المريب.. فلا نسأله مثلاً كم معلقة سكر يستهلكها في الشهر. وإنما نسأله كم كيلو سكر يستهلكه؟ .. وعند تحديد مستوى المعلومات الخاص لابد من الحرص في افتراض المعرفة. فكثير من الناس لا يعرفون أسماء ممثلهم في مجلس الشعب.. أو أسماء رؤساء تحرير الصحف الحزبية.. ويراعي أن هناك حدوداً وأعرافاً اجتماعية لا يمكن تجاوزها عند الإجابة.. فنحن لا نستطيع بسهولة أن نجيب عن أسئلة تتعلق بطبيعة العلاقة الزوجية.. أو التعبير عن مشاعرنا الحقيقية تجاه الرؤساء وأولى الأمر.. أو تجاه أصدقائنا.. كما أننا نتحفظ فيما يتعلق بامتداحنا لأنفسنا.. ونترك ذلك للآخرين. والأسئلة التي تناول هذه الجوانب لا يستحسن أن نبدأ أسئلتنا بها.. وإنما نرجئها لآخر الحديث، وبعد أن تبنى جسور الثقة بين الطرفين.

4. تحديد نوع السؤال وأسلوب صياغته:

بالنسبة لتحديد أنواع الأسئلة فإنه يتم وفقاً لطبيعة الحديث ومرحلته الراهنة ولهدف السائل لو سوف نتعرض لذلك مستقبلاً.. أما تحديد صياغة الأسئلة فهي من أهم الأمور التي يجب نضعها نصب أعيننا في كافة مجالات الاتصال الإنساني.. فالسؤال الجيد في أي مستوى من مستويات التفكير يمكن أن تواكبه الصياغة المناسبة.. وتشير صياغة السؤال إلى الطريقة التي نعبر فيها عن مضمونه باستخدام الكلمات.. فالصياغة ترتبط بالمصطلحات المستخدمة في السؤال ، وبعدهد كلماته، وبالترتيب الذي ترد فيه هذه الكلمات . وتؤثر صياغة السؤال في تحديد مستوى التفكير المطلوب للإجابة عنه. وأيضاً في وضوحه ، وفي وضوح الهدف منه. ومن هنا نعتبر الأسئلة التي يزيد عدد الألفاظ المستخدمة منها عن اللازم، أسئلة ضعيفة. كذلك نعتبر تلك الأسئلة التي يكون ترتيب الكلمات فيها منطقي ، ضعيفة أيضاً.

وعند صياغة الأسئلة توجد اعتبارات عديدة ينبغي الالتزام بها لضمان فاعليتها وهي: ⁽¹⁾

❖ استخدام الأسلوب المناسب لتوجيه الأسئلة:

في مجالات التي تعتمد على توجيه عدد كبير من الأسئلة كما في المقابلات الإعلامية وكما في تحقيقات الشرطة والنيابة.. وكما في المناظرات.. توجد أساليب عديدة لتوجيه الأسئلة وتتوقف عملية اختيار الأسلوب

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 93-94.

الأمثل منها على طبيعة موضوع الحديث والموقف المتاح وشخصية المتحدث، وقد صنف "كان" و"كانيل" 1957 هذه الأساليب أو التكنيكات في خمسة أنواع هي:

أ. أسلوب القمع:

ونبدأ فيه بتوجيه الأسئلة العامة، ثم تنتقل منها إلى توجيه أسئلة محددة. وعادة نبدأ بالسؤال المفتوح الذي لا نهاية له، ثم نندرج إلى الأسئلة الأكثر تعقيدا. ويستخدم هذا الأسلوب في المقابلات والاستشارات لا نريد فيها وضع أية قيود على المتحدث. فتسأل أسئلة عامة مفتوحة في البداية . مثل عما تحب أن تتحدث.. ويشير "كوهين كول" و"بيرو" سنة 1991 - إلى أنه بعد جملة البداية الغير مباشرة يجب على السائل بعد ذلك أن يركز على الأسئلة المطلوبة ثم ينتقل إلى الأسئلة المحددة الذي نسأله. أو عندما يكون من انواع الصامت.. فهنا تنفيذ الأسئلة المتعلقة المحددة بما تتسم به من سهولة في التعرف على هذا الشخص.. ثم الانتقال إلى موضوع الحديث.. والتسلسل بالأسئلة نحو التعميم.. وعادة يكون هناك سؤال نهائي هو : هل هناك أي شيء تود إضافته؟

ب. الأسلوب المختلط:

وتوجه فيه أنواعا مختلفة من الأسئلة.. السهلة والصعبة والمفتوحة والمقفولة والأسئلة الودية والحرجة مع الأسئلة التي لا علاقة لها بالموضوع. ونستخدم هذا الأسلوب عندما نرغب في حصار المستجوب واستدراجه إلى إجابة غير متوقعة لاستكشاف الحقائق.

ويفيد هذا الأسلوب المختلط في المجالات قياس الرأي العام. وفي المجالات البحثية ومن خلال هذا التنوع يمكن تحديد الرأي بصفة عامة.. وتحديد مدى قوته واتجاهه ومن الأمثلة على ذلك:

- ✦ هل سمعت عن برنامج حماية البيئة؟ .. لقياس الإدراك.
- ✦ هل توافق على المشاركة في تنفيذ هذا البرنامج؟ .. لقياس الاتجاه.
- ✦ هل سيعود عليك تنفيذ هذا البرنامج بفوائد ما؟ .. لقياس الوظيفة.
- ✦ لماذا تشعر بعدم جدوى أو بجدوى هذه البرامج؟ .. لقياس السبب.
- ✦ وأنت تدعو الآخرين للمشاركة في هذا البرنامج:

- هل ستدعو بحماس شديد.

- تدعو لأن عملك يقتضي ذلك

- تدعو لكنك غير مقتنع في الوقت نفسه بجدوى ذلك.. لقياس قوة للاتجاه (1).

ج. الأسلوب الحر:

(1) المرجع نفسه، ص 95-96.

وفيه لا تأخذ الأسئلة اتجاهها معيناً.. والهدف منه الحصول على إجابات مفتوحة لاستطلاع شخصية المتحدث وأفكاره واتجاهاته.. وهي عادة أسئلة من النوع المفتوح. لكن من الضروري الحصول على ثقة المتحدث واهتمامه.. ولا حدود فيها لما تستغرقه من وقت.

واختيار الأسلوب الأمثل لتوجيه الأسئلة يتوقف على فطنة السائل وخبرته وطبيعة الموضوع والهدف من توجيه الأسئلة وعلى شخصية المتحدث.

وفي كثير من توجيه الأسئلة وعلى شخصية المتحدث.

وفي كثير من الأحيان قد نسأل زملاءنا وأصدقاءنا عن الأسئلة التي يمكن أن تسأل لشخص ما في موقف معين.

د. أسلوب النفق:

وتستخدم فيه أسئلة لا تتيح مهلة طويلة للتفكير وتدور كلها حول نفس الموضوع .. وتكون عادة من النوع المفتوح أو المقفول.. وتفيد في الحصول على معلومات سريعة حول حدث معين.. أو لتوجيه الشاهد لإجابة محددة.

ومن الأمثلة تطبيق هذا الأسلوب:

الأسئلة التي توجهت للشيخ الغزالي عند الاستماع إلى شهادته بخصوص قضية فرج فزده إذ بدأت الأسئلة من العموميات إلى الخصوصيات ومن هذه الأسئلة هي:

✦ هل الإسلام دين ودولة؟

✦ هل تطبيق الإسلام والشريعة الإسلامية واجب؟

✦ ما حكم من يجاهر برفض تطبيق الشريعة الإسلامية استهزاء؟

✦ ما حكم من يدعو إلى استبدال حكم الله بشريعة وضعية تحلل الحرام وتحرم الحلال؟

✦ هل يعتبر هذا عملاً كفيراً يخرج صاحبه من الملة؟

✦ هل يجوز أن ينطق الإنسان بالشهادتين وفي الوقت نفسه يجهر برفض تطبيق الشريعة ويدعو إلى استبدال

الله بشرع الطواغيت من البشر؟

✦ هل من يأتي هذه الأعمال يعتبر مفارقاً للجماعة ومرتداً عن الإسلام؟

✦ من الذي يحلل إقامة الحد على المرتد الذي يجب قتله؟

ومن خلال هذا الأسلوب في توجيه الأسئلة والذي يبدأ من العموميات وينتقل إلى الخصوصيات يمكن

المحامي من إظهار وجهة نظره في الدفاع عن موكله.⁽¹⁾

(1) عدم وضع أكثر من سؤال في جملة واحدة وعدم توجيه عدة تساؤلات من خلال عبارة مدججة.

(1) المرجع نفسه، ص 97-98.

- 2) تحقيق التوافق بين أسلوب صياغة السؤال ونوع الحديث وشخصية المتحدث.
 - 3) وضوح لغة السؤال بحيث تكون مفهومة للمستمعين أو المستجيبين. وبحيث تكون للكلمات المستخدمة في السؤال معان محددة ومفهومة للطرفين. وبالتالي تجنب الكلمات الغامضة.. أو غير الدقيقة، أو التي تحمل أكثر من معنى، أو تتضمن تورية.
 - 4) تجنب الأسئلة المتحيرة التي تتبنى وجهة نظر واحدة. أو تلك التي تدفع المستجيب لاتخاذ موقف معين.
 - 5) عدم الإكثار من الأسئلة التي تبدأ بـهل؟ .. لأن الإجابة عليها ستكون بنعم أو بلا.
 - 6) ركز على الأسئلة التي تبدأ بكيف؟ ولماذا؟ فهي تتيح الفرصة للمتحدث للتعبير عن رأيه. وتساعدك لتقييم وجهة نظره السهلة غير المعقدة.
 - 7) وجه الأسئلة التي يستطيع المتحدث الإجابة عليها. وإذا كان ضروريا استخدام أسئلة معقدة، فيمكنك أن تقدم إجابات يختار منها المتحدث أو المجيب.
 - 8) تجنب الأسئلة الانتقادية.
 - 9) استخدام أسئلة للمتابعة.
 - 10) تجنب الأسئلة الإيحائية.. فالسؤال الإيحائي قد يشير إلى إجابة ما قد لا تكون الإجابة الصحيحة.
- ويلاحظ أنك عندما توجه سؤال فإن محدثك يستطيع في جزء من الثانية -بوعي أو بلا وعي- أن يقرر رد فعله على سؤالك:

- هل سيجيب على السؤال؟

- كيف ستكون إجابته؟

ومن ناحيتك وبنفس السرعة يجب أن تقرر أيضا ما إذا كانت الإجابة كاملة أم لا. وعندما تكون الإجابة كاملة فإنك قد تنتقل إلى سؤال آخر، أما إذا لم تكن الإجابة كافية أو مقنعة فما عليك إلا أن توجه سؤالا آخر أو سؤالين لمتابعة النقطة التي كنت تسأل عنها.. وتسمى بأسئلة المتابعة.

ثانيا: مرحلة طرح السؤال.

بعد الاستعداد فإن الخطوة التالية هي إلقاء السؤال بالأسلوب الذي يمكننا من استدعاء أفضل وأكمل إجابة مهدوء وبشكل مباشر. فلا نجعل الطرف الآخر الذي توجه إليه السؤال يلهت، أو يشعر بأننا نتهكم عليه وننتقده، وبخاصة في المواقف التي لا تتطلب ذلك .

وتوجد اعتبارات عديدة تساعد على خوض بحر الحديث بأمان وهي: (1)

1. تجنب العصبية:

(1) المرجع نفسه، ص 99 .

ينشأ الشعور بالعصبية نتيجة للخوف، أو الاضطراب، أو التوتر، أو القلق، أو يكون نتيجة للتحمس الزائد، أو مجرد الشعور بالعدوانية والتحيز تجاه أو ضد موضوع الحديث والمتحدث.. وتنعكس العصبية على طريقة إلقاء السؤال بنرفزة وبسرعة، أو بتحد واستعلاء.. مما يجعل هناك حاجز نفس وبينك وبين الشخص الذي ستوجه إليه السؤال فتتأثر إجابته بذلك ، أو قد ينصرف عن الإجابة.

والعصبية في حقيقتها ليست شيئاً منفراً... وإنما هي وسيلة زدتنا بها الطبيعة لزيادة حساسية لدى كل حاسة من حواسنا كي نتمكن من الاستجابة السريعة ومن الأداء الجيد.

كما أنها تكشف عن قدر حماسنا واهتمامنا بموضوع الحديث.؟. ولذلك فنحن في حاجة للاستفادة منها بالقدر الذي يضيف الحيوية على حواراتنا، وذلك بالتخفيف من حدة الأسباب التي تجعلنا نشعر بالخوف أو القلق أو الاضطراب أو التوتر، أي بالسيطرة على هذه الجوانب النفسية، أولاً وتقبل الإحساس المدهش بالعصبية كشيء طبيعي وضروري للمعاونة على تحقيق أداء أفضل.⁽¹⁾

2. السيطرة على الشعور بالخشيل:

الشعور بالخشيل عند طرح الأسئلة كالشعور بالعصبية يجعلنا عند إلقاء السؤال.. ونفتقد الحيوية، ونتسم بالتردد وبضعف الصوت وارتعاشه. ويحدث ذلك نتيجة للشعور بنقص التعليم، أو للخوف من الخطأ، أو للخجل، أو لغير ذلك من الأسباب.. ومن الضروري لضمان فاعلية الإلقاء التغلب على هذا الشعور لضمان تحقيق السؤال لأهدافه.

3. اختيار التوقيت المناسب:

هناك دائماً لكل سؤال وقت مناسب. ومن الضروري الاهتمام باختيار الوقت المناسب للسؤال المناسب. وعملية اختيار الوقت المناسب أمر يتوقف على ذكاء السائل وطبيعة الموقف والملابسات الخاصة بمتى سنوجه إليه السؤال؟.. ولهذا يجب أن نتأكد من حالة المتحدث الفكرية والمزاجية، إذا كنا نريد إجابة جيدة ودقيقة ووافية... وأن نتأكد من أن لديه متسعاً من الوقت للإجابة.. وأنه غير متوتر ومشغول.. وفي الأحاديث الصحفية نترك له حرية تحديد الوقت المناسب، والمكان المناسب للإجابة. أما أثناء المحاضرات والندوات والدروس فلا نسأل إلا إذا سمح لنا بتوجيه السؤال.. ويكون السؤال مرتبطاً بالحديث.. ولا نقاطع المتحدث لنسأله.. ولا نسأله سؤالاً خارجاً.. حتى لا نشوش عليه تفكيره.. وحتى نوفر الفرصة للاستيعاب الواقي للسؤال.

4. تجنب الإفراط في الأسئلة:

ترتبط الأسئلة بالأهداف المحددة لها.. ولذلك فإن الانسياق في مجرى الحديث بالإفراط في توجيه الأسئلة يعد عيباً كبيراً، وبخاصة إذا كانت متشابهة أو غير ناضجة، أو كانت مجرد التساؤل، أو لإدعاء العلم، أو للاعتراض مجرد الاعتراض.. إذا كانت الأسئلة بقصد طلب التفسير والتوضيح فهو أمر مقبول.⁽²⁾

(1) المرجع نفسه، ص 98.

(2) أحمد جمال الدين، مرجع سبق ذكره، ص 31.

5. توظيف المثيرات النفسية للدلالة على الاهتمام بالمتحدث:

وتتلخص أهمية هذه المثيرات في أنها تنقل للمتحدث دلالات طيبة تجعله يحرص على الاستمرار في الإجابة والإجابة باهتمام وود. وأهم هذه المثيرات:

- ✦ الإقبال بجسمك نحو المتحدث حتى يشعر بالقرب والألفة. من خلال ما يبدو عليك من حيوية، أما الجلوس بترهل أو بعدم اهتمام أو إظهار الضيق و الإرهاق فلن يؤدي إلا إلى التباعد والبرود.
- ✦ حافظ على الاتصال بين عينيك وعين المتحدث حتى تقنعه باهتمامك وازدياد فضولك لمزيد من المعلومات.

✦ وظف إيماءات الرأس والحاجب والكتفين واليدين للدلالة على أنك تستمتع بما يقوله المتحدث، فيتطوع للإدلاء بمزيد من المعلومات.

✦ استخدام عبارات التشجيع والتعليقات أو المهمات توجي بالمتابعة.. وأيضا استخدام أسلوب الأسئلة الاستيضاحية في أعقاب التعليق الذي أدلى به.

6. إذا كانت لديك عادة كتابة المذكرات أثناء المقابلة.. فلا تشغل بالكتابة عن المتحدث أو عن متابعة الأسئلة. وأنظر إليه من وقت لآخر وهز رأسك علامة على الموافقة والتشجيع.

7. عند لحظة الصمت بين الإجابات لا تبادر بتوجيه سؤال آخر، وإنما أنتظر لتتأكد أنه قد أدلى بكل ما لديه.

8. مقام الصوت ونغمته:

يمكن للسائل عن طريق استخدام مقامات الصوت والنبرات المتعددة أن يضفي على سؤاله التأكد أو الغضب أو الرجاء أو التحذير أو الاهتمام، وذلك للتأثير في الشخص الذي توجه إليه الأسئلة.

9. تجنب عوامل تشتيت ذهن المجيب: وأهمها:

- ✦ أخطاء النطق أو النطق بطريقة غريبة.
- ✦ أخطاء النحو.
- ✦ الضحك المستري أو الأبله عند توجيه السؤال.
- ✦ العبث بالأشياء أو الخواتم أو فتح الأزرار وقفلها أو المسح بالمنديل.
- ✦ الحركة اللاشعورية لليد بوضعها تحت الذقن أو خلف الرأس أو الأذن، أو تشبيك اليدين ببعضها وفكهما مرارا وتكرارا.
- ✦ الحركة للأمام للخلف أثناء السؤال.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 32-33.

10. استخدام تكتيك الصمت أو الوقفه:

ويكون التوقف أو الصمت بعد استقبال الإجابة.. وقبل توجيه السؤال.. وأحيانا بعد السؤال .. والتوقف يحفز على شد انتباه السامع ويعطي السؤال انطباعا كبيرا.. كما يعطي الجيب فرصة للتفكير في الإجابة.. وبعد الإجابة فرصة للاستمرار في الحديث.

11. تكتيك الأسئلة الجماعية:

وتوزع الأسئلة على كل أفراد المجموعة، وبخاصة في الأحاديث الجماعية كما في قاعات الدروس والمحاضرات.. وهذا الأسلوب يشجع الأفراد أو المترددين على المشاركة في الحديث .. والتعبير عن أفكارهم، كما يعطيهم الفرصة الكافية للتفكير والاستماع إلى وجهات النظر الأخرى.

ثالثا: مرحلة الإجابة والتقوية ورجع الصدى.

الهدف من توجيه السؤال عادة هو الحصول على إجابة محددة: وإذا لم ننصت للإجابة فلن يتحقق هذا الهدف والانصتات كما أسرنا سابقا لها .. يحتاج إلى جهد وتركيز.. ويعني فهمنا لما يقال.. وفهمنا لما بين العبارات لمعاني خفية و مضامين يدركها اللحظ من ثنايا اللفظ. كما تعني استعراض ما يقال على ضوء أفكارنا وتصوراتنا وسرعة الحكم على مات يقال.. والتعبير عما في أنفسنا، من خلال إلقاء سؤال استقساري يتعلق بأعماق الموضوع واستكشاف جوانبه الخفية.

إن الوصول إلى الصورة الكاملة لما تريد لن يتأتى من سؤال واحد. ولبد من أن تزيد من الأسئلة بطريقة تتسم بالكياسة اللبقة حتى تستفيد من عملية توجيه الأسئلة بالصورة التي تخدم الهدف الأساسي من توجيه الأسئلة، وهو الحصول على معلومات كاملة.. أو تحقيق الاقتناع أو التأثير في المتحدث لاتخاذ سلوك معين أو تحقيق فائدة معينة، والوصول إلى قرار معين، كما في حالات التفاوض وفي مجالات الإدارة المختلفة.. وهناك ميزة أخرى لتوجيه الأسئلة التفسيرية أو التتابعية وهي إعطاء المتحدث دليلا عمليا على اهتمامنا بإجابته على أسئلتنا.. ولكن يجدر الإكثار من هذه الأسئلة لعدم تشتيت المتحدث.

وتسمى عملية المراجعة الأخيرة بـرجع الصدى فمن خلال مراجعة الإجابات يستطيع السائل أن يفهمها ويحدد نقاط الضعف والنقاط التي تحتاج إلى مراجعة أو تأكيد وكذلك التأكد من الأسماء أو الأرقام التي تضمنتها الإجابات.. وهذه المراجعة تجعل المتحدث يبذل مزيدا من الجهد لجعل إجاباته وافية وكاملة.

❖ أنواع الإجابات:

وكما توجد أنواع مختلفة من الأسئلة توجد أنواع مختلفة من الإجابات.. ومن الضروري للسائل لضمان عملية تقييم الإجابة والتحقق من أنها حققت الهدف المطلوب من السؤال التعرف على الأنواع المختلفة للإجابات. وقد حصر دايلون 1986 – الأنواع المختلفة للإجابات وحصرها على النحو التالي:⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 34-35 .

- الصمت: أن يختار المتحدث ألا يقول شيئاً.
- الرفض العلني: أن لا أريد أن أقول شيئاً.
- الإجابة غير متصلة: بأن يجيب إجابة بعيدة عن مضمون السؤال.
- الكذب: يعتمد إعطاء إجابة خاطئة.
- المراوغة: بأن يجيب عن السؤال بسؤال آخر.
- التهرب من الإجابة: باختيار عدم الإجابة.

وقد درس ويلسون - 1990 - الأساليب التي يستخدمها السياسيون للتهرب من الإجابة عن السؤال المطروح وقد حدد أساليبهم في مجموعة نقاط أهمها:

- ✦ مواجهة السؤال بسؤال آخر.
- ✦ ادعاء أن هذا السؤال سبق وأن أجيب عليه.
- ✦ التأجيل: بأن يقول دعني أولاً أجيب عن الأسئلة المهمة. لاحتمال أن ينسى السائل السؤال، أو ينشغل بالأسئلة الأخرى عنه.
- ✦ الغموض: بأن يقدم إجابة غير مباشرة وغير واضحة.
- ✦ الإرضاء: بتقديم المعلومات التي يعتقد أنها مرغوبة اجتماعياً فقط.
- ✦ الإجابة الآمنة: وهي الإجابة الصادقة والمباشرة لأغلب الأسئلة.⁽¹⁾

المطلب الخامس: أنواع الأسئلة.

الأسئلة التي نستخدمها في مجالات أنشطتنا المختلفة-الإعلام، الدعوة- التدريس-التفاوض- الإدارة.. إلى عديدة... وتختلف الأنواع التي نستخدمها منها.. وفقاً لطبيعة النشاط، ومستوى الحوار، ووفقاً لطبيعتها وقدرتنا على استخدامها.. كما أننا في الموقف الواحد، قد نستخدم العديد من هذه الأنواع وفقاً لأهدافنا وأغراضنا. ومعرفتنا بالأنواع المختلفة للأسئلة، وإمكاناتها، ومزايا كل نوع منها وعيوبه، وطرق ومجالات استخدامها، في كمائن وفخاخ هذه الأسئلة:

أولاً: تصنيف الأسئلة وفقاً لطبيعتها: وتنقسم إلى

1. أسئلة استهلاكية.
2. أسئلة أولية.
3. أسئلة ثانوية.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 36.

⁽²⁾ فاطمة إبراهيم حميد، مرجع سبق ذكره، ص 42.

1. الأسئلة الاستهلاكية:

وهي أسئلة البداية الحسنة وغرضها تهيئة المناخ اللازم لنجاح المناقشة، أو المقابلة، أو الحوار. من خلال اكتساب ثقة المتحدث، واستثارته عاطفياً من خلال الأسئلة التقليدية عن العائلة والأولاد والصحة والأشياء المحببة.. أو من خلال الإشادة ببعض مجالات عمل وأنشطة الشخصية.. أو بإبراز الاتفاق بينك وبين من توجه إليه سؤال في كثير من المواقف أو في موقف محدد أو رأي محدد.

وعادة لا تنتظر رداً على هذه الأسئلة لأن الإجابة في كثير من الأحيان قد تعدوا مجرد ابتسامة من المتحدث أو همهم تفيد الشكر أو الخجل.. ولا نقصد من هذه الأسئلة سوى إثارة شهية المتحدث واجتذابه لسبيل أسئلتنا المنهمر بعد ذلك

2. الأسئلة الأولية:

هي الأسئلة المرتبطة أساساً بموضوعنا والتي نحصل من خلال الإجابة عنها على الحقيقة أو الخبر أو الموقف أو الرأي أو المعلومة التي نريدها.

وهي عادة من النوع المفتوح وتتطلب من المجيب استخدام عمليات ذهنية عالية.. وهذا يشمل إعطاء آراء ومبررات أحكام أو تقديرات. كما أنها تعكس قدرة الفرد على الإلمام بموضوع السؤال. تتطلب قدرة كبيرة على التذكر واستدعاء لمعلومات وذلك مثل :

كيف يمكن أن يؤثر استخدام تكنولوجيا الطباعة على مستقبل العلامة؟ وعندما لا تكون الإجابة مرضية أو مقنعة قد تتبعها بسيل من الأسئلة الثانوية.

3. الأسئلة الثانوية:

وهي الأسئلة التي نقصد بها الحصول على معلومات تفصيلية أكثر بخصوص السؤال الأولي أو الرئيسي وخاصة عندما لا تكون الإجابة عن السؤال الأول كافية ، وذلك عندما يتردد المجيب في إثارة نقطة ما .

يتوقف استخدام هذا النوع من الأسئلة على ذكاء السائل ومدى إلمامه بموضوعه، فهو بعد حصوله على إجابة سؤاله .. يقرر في أجزاء من الثانية ما إذا كانت الإجابة كاملة أم لا، وإذا كانت الإجابة كاملة فسيتنقل إلى سؤال آخر أما إذا لم تكن كذلك فيلجأ إلى سؤال المتحدث سؤالاً أو أكثر لمتابعة النقطة التي يسأل عنها حتى ترضيه الإجابة.

تختلف الدوافع المختلفة وراء توجيهنا للأسئلة الثانوية، فقد نقصد بها تشجيع المتحدث على استكمال الإجابة.. أو تعميق الإجابة إذا كانت إجابته سطحية، أو توضيحها إن كانت غامضة.. أو إذا اتسمت إجابته بالمرآغة، أو لدفعه للتعبير عن شعوره واتجاهاته تجاه موضوع الحديث.. أو لدفعه للدخول في الموضوع، أو الإجابة بدقة.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 43.

لقد إقترح كل من "تشارلز سينواز" و"ديلتام كاش" مجموعة من العبارات يمكن استخدامها للأغراض السابقة لدفع المتحدث لتقدم الإجابة المناسبة ومنها:

- ✦ أن أرى .
- ✦ أكمل.
- ✦ وبعد ذلك.
- ✦ أخبرني المزيد.
- ✦ أرجوك استمر.
- ✦ نعم.. ثم ماذا حدث.
- ✦ آه...
- ✦ ماذا حدث بعد ذلك.
- ✦ كيف تعرفت على .
- ✦ ماذا فعلت بعد ذلك.
- ✦ لماذا فعلت.
- ✦ أنا لست متأكدة من أنني أفهم رأيك..
- ✦ ماذا كان في رأسك عندما قلت .
- ✦ من فضلك حدد لي..
- ✦ ماذا تعني ب..؟
- ✦ لماذا تشعر بهذه الطريقة..؟
- ✦ لماذا تعتقد أن هذا حدث؟
- ✦ كيف كان رد فعلك؟
- ✦ أتعني...أهذا ماتعنيه....
- ✦ أكان...أم....

إذا كانت الأسئلة الثانوية مهمة من وجهة نظر السائل لاستكمال الإجابة، أو لإزالة الغموض، أو للتغلب على الإجابات غير الدقيقة من جانب المحيب أو المسؤول.. فمن الضروري أيضا للتغلب على هذا القصور، التعرف على الأسباب التي قد تؤدي غلى الحصول على إجابات غير دقيقة وهي كما حددها "كان" و"كانيل" على النحو التالي:

- ✦ عدم تأكد المحيب من كمية المعلومات والتفاصيل المطلوبة كما في سؤال حدثنا عن نفسك.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 44.

- ✦ عدم فهم الجيب للسؤال بسبب اللغة أو الأسلوب المستخدم.
 - ✦ عدم تأكده من المطلوب بالتحديد، هل الإجابة باختصار بنعم أم لا. أو الإجابة تفصيلاً.
 - ✦ عدم وجود المعلومات المطلوبة ضد الجيب .
 - ✦ نسيان الجيب المعلومات المطلوبة لضعف ذاكرته.
 - ✦ عدم قدرة الجيب على التعبير بسبب القيود الاجتماعية أو لأزمة عاطفية أولعدم التدريب على المواجهة، أو الخجل.
 - ✦ لشعور الجيب بأن السؤال ليس له علاقة بالموضوع أو أن السائل لا شأن له ليتعرف على مثل هذه الأمور.
 - ✦ لشعور الجيب بقصور فهمنا للإجابة لفنيتهما أو لدقتها أو لغرابيتها بالنسبة لنا.
- ويدخل في نطاق الأسئلة الثانوية أسئلة المتابعة أو الأسئلة التتبعية وتستخدم لها كل من الأسئلة المغلقة والمفتوحة وهي نوعان :

أ. أسئلة متابعة للتحديد:

- ✦ بوضع حدود بتحديد الإجابة، وذلك عندما يعطينا المتحدث إجابة عامة للسؤال ..وهنا يفيد سؤال المتابعة باستخدام الحدود الوصفية لتحديد الإجابة مثل أكبر من ، أصغر من أو قبل شهر كذا أو بعد شهر كذا أو في حدود 20%.
- ✦ تحديد التصنيف من خلال تصنيف الشيء تتحدد عنه، صالح أو غير صالح أفضل أم أسوء ، أكثر شأنًا م أقل شأن.
- ✦ التحديد بخيار إما أو .. كان نسأل هل نطبق هذه السياسة أو لا؟.. هل تأخذ أنت بهذا الأسلوب أم لا؟.. إذا لم تكن تؤمن بهذا الرأي فهل كنت ستقبل الرأي الآخر؟.. وهكذا.
- ✦ طلب تكرار الإجابة .. فتسأل .. هل تقصد أن .. هل أنا محق في فهمي أنك تقصد كذا.
- ✦ السؤال عن مصادر محددة كأن تسأله: -عندما يتردد أولاً يجيب عن سؤالك.. من الذي يمكن أن نسأله للحصول على هذه المعلومات؟
- ✦ السؤال عن التاريخ والأرقام للدقة وللتأكيد.

ب. أسئلة المتابعة للتوضيح:

- ✦ بأن تسأل هل يمكن أن تعطيني مثالاً لما تقول.
- ✦ بأن تسأله عما قد يشعر به إزاء المشكلة أو الموضوع.
- ✦ بأن تظهر جهلك.. كأن تقول إنني لست خبيراً لكي أفهم كل ما تقول ولكن يبدو لي .. وهنا يتطوع بنفسه بتقديم الشرح الذي تريد، وبطريقة أبسط وبمعلومات جديدة أيضاً.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 45-46.

- ✦ بأن تعبر عن مشاعرك بالأشياء أو الغضب .. فيستثار.. وهنا يشاركك مشاعر الغضب فيتحدث بتفاصيل أكثر عما تريد.
- ✦ بتكرار السؤال مرة أخرى.
- ✦ اسأل كيف أو لماذا؟
- ✦ بتعمد إظهار الفهم الخاطئ للإجابة فيبادر بإعادة الشرح.
- ✦ بتعمد الانتقاد.. كأن تقول: يبدو أنك لا تقول لي ذلك مجرد أنني صحفي؟ أو أن هناك أسبابا تجعلك لا تذكر شيء.. فيحاول الطرف الآخر أن يبرر إجابته.
- ✦ إستخدام الصمت.. لتتيح له فرصة التفكير لاستئناف الإجابة.. أو يدرك أنه لم يكن مقنعا بدرجة كافية فيقدم لك معلومات أكثر.

ثانيا: أنواع الأسئلة وفقا للشكل:

- وتنقسم الأسئلة وفقا لمعيار الشكل إلى :
- أسئلة مغلقة .
- أسئلة مفتوحة.

1. الأسئلة المغلقة:

وهي الأسئلة بخيارات محددة يختار من توجه إليه السؤال الإجابة في إطارها.. وفي هذه الأسئلة يحدد السائل الإجابات المحتملة، أي أن الإجابات متضمنة في السؤال نفسه. وهذه الأسئلة تبدأ بهل. وكم.. و الإجابة عليها بنعم أو لا .. أو باختيار البديل المحدد في السؤال مثل: هل أنت سعيد أو حزين؟.. كم من المرات حدث ذلك من قبل؟.. كم عمرك؟.. ماهو مرتبك في آخر وظيفة لك؟..

أ. مزايا الأسئلة المغلقة:

- ✦ الحصول على معلومات تتعلق بالحقائق.
- ✦ تتسم الإجابة بالتحديد والسهولة والدقة وإمكانية الحصول على أرقام محددة أو إحصائيات موثوق بها.
- ✦ توفر الوقت لأنها أكثر تحديدا.
- ✦ تؤدي عادة إلى الحصول على إجابات قصيرة ومباشرة.
- ✦ توفر لنا الفرصة لسؤال أسئلة كثيرة في مجالات كثيرة.
- ✦ يحتفظ السائل فيها بزمام توجيه الحديث.
- ✦ يستطيع من خلالها التأكيد مثل: هل اتفقنا إذن؟
- ✦ تنفيذ بصفة خاصة في مجالات البحث والتقييم.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 47.

✦ تنفيذ بصورة خاصة في مجال التشخيص: بالنسبة للأطباء و الصيادلة وعند مناقشات تحديد المشكلات في المواقف الإدارية العامة.. وقد أشارت دراسة "مورو 1993" للأسئلة التي يوجهها الصيادلة لعملائهم وجد أن كل أسئلة الصيادلة بطبيعتها أسئلة مغلقة، وأن 69% منها أسئلة قبول ورفض، أو أسئلة نعم ولا.. وأنهم يستخدمون هذه الطريقة لتشخيص حالة المريض وتحديد الدواء المناسب له أو لصرف الدواء البديل.

✦ يمكن للسائل أن يسأل عما يريد دون انتظار تطوع المسؤل.

ويمكن تحويل السؤال المغلق إلى سؤال مفتوح باستخدام ما أو كيف هل يمكن بدلا من هل.. فالسؤال المغلق: هل تحب السفر؟.. يصبح مفتوحا بالصيغة التالية: ما شعورك نحو السفر؟.. وسؤال لماذا تستخدم هذا؟.. يصبح مفتوحا.. هل لهذا استخدامات أخرى؟.. وهكذا.

ب. عيوب الأسئلة المغلقة:

✦ قد تجربنا على تبني موقف معين تجاه الحوار برمته منذ بدايته، مما يؤثر سلبا في ايجابية الحوار، وكذلك أيضا بالنسبة للمتلقي.

✦ لا توفر لنا إلا قدرا من المعلومات. فنتحتاج إلى أن نسأل أسئلة أكثر لمزيد من المعلومات.

✦ لا تعطينا فرصة التعرف على المتلقي أو معرفة أحاسيسه ومشاعره أو استحسانه أو عدم استحسانه.

✦ لا يحقق الهدف منه بفاعلية مع الأفراد المتعلمين.. ولذلك فهو أكثر فائدة مع الأقل تعليما كما انتهى إلى ذلك "سكاندمان" و "ستاروس" 1965.

✦ في السؤال المغلق لن تكون هناك فرصة للمجيب لكي يقدم معلومات إضافية متطوعا.

✦ توالى الأسئلة المغلقة يجعل المجيب يشعر بعدم اهتمام السائل مما يجعله يقطع الاتصال ويتوقف عن الإجابة.

✦ يمكن للمجيب أن يختار الإجابة من قائمة الإجابات المعدة بدون معرفة أي شيء عن الموضوع.

✦ المتحدث يصبح فيها أكثر تباعدا، وأقل مشاركة في الحديث⁽¹⁾.

1. أنواع الأسئلة المغلقة:

✦ أسئلة الاختيار:

ويختار فيها المتلقي بين بديلين يختار أحدهما مثل:

✦ هل تفضل القراءة أم مشاهدة التلفزيون؟

✦ هل تفضل الشاي أم القهوة؟⁽²⁾

(1) المرجع نفسه، ص 99.

(2) أحمد ماهر، السلوك التنظيمي: مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص 85.

وعندما تتضمن الإجابة عدة اختيارات، فمن الأفضل استخدام نمط السؤال المفتوح وذلك مثل:
ما هي العوامل الثلاثة العوامل الآتية التي تعتبر أكثر أهمية عند شرائك سيارة؟ ولإجابة بذكرك العوامل الثلاثة ستعتبر إجابة غير دقيقة لأنك حصرت في عوامل ثلاثة وقد تكون أقل.. ولكن التحديد هنا يؤثر على الدقة كما أكد ذلك "دايلون"1990. وأشار إلى أن السؤال المفتوح أفضل في هذه الحالة، فتقول: ما العوامل التي تعتبر أكثر أهمية عند شرائك سيارة؟

✚ سؤال نعم ولا: القبول أو الرفض.

- هل توافق على سفر ابنتك بمفردها للدراسة بالخارج؟
 - هل هذا التقرير كامل؟
 - هل تحدد لعقد الاجتماع الساعة الواحدة ظهر اليوم؟
- ومن أنواع هذه الأسئلة التي تكون إجابتها ب: أوافق/لا أوافقن حار/بارد، عالي/منخفض، غني/فقير. وهذه الأسئلة عادة لا توضع إلا للذين قرروا، أو لهم آراء، أو نعتقد أن أنهم يعرفون الإجابة.

✚ أسئلة المطابقة:

وهي الأسئلة التي تتطلب تقديم معلومات واقعية مثل:

- أين تعمل؟

- كم عمرك؟

- ما اسمك؟

- كم الساعة؟

أين ستقضي الإجازة الصيفية؟ في الداخل أم الخارج؟

2. الأسئلة المفتوحة:

هي الأسئلة التي تسمح للمتلقى بالإجابة عنها من أي زاوية. إذ توفر حرية أكثر للمتحدث ليقول ما يريد ولا تحصره في إجابات محددة.

والسؤال المفتوح يبدأ عادة بكيف أو ماذا أو لماذا؟ وهي لهذا تعطي للمتحدث فرصة ليفكر ويقدم رأيا أو ملحوظة أو وصفا أو تعليقا أو توجيها.. وتشجع من ثم على مواصلة المناقشة واستمرارها. ومن أمثلتها:

✚ كيف كان رد فعلك؟

✚ لماذا تعتقد أن ذلك قد حدث؟

✚ ماذا تفعل مساء يوم...؟

✚ ما خططك للتعامل مع هذا الموقف؟⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 86.

✦ ما هو الأهم بالنسبة لك؟

✦ ما رأيك في السلام؟

✦ وقد تكون الأسئلة مفتوحة إلى ما لا نهاية مثل:

✦ أخبرني عن نفسك؟

✦ ماذا عن مجمع الألومنيوم بنجع حمادي؟

✦ وهناك أسئلة مفتوحة محدودة النهاية مثل:

✦ أخبرني عن هواياتك؟

✦ ما رأيك في هذه الوظيفة؟

أ. مزايا الأسئلة المفتوحة:

✦ تجعل متلقي السؤال يتكلم ومنتصت نحن فقط.

✦ توفر لنا قدرا كبيرا من المعلومات التي يتطوع المتحدث بتقديمها.. فتغنيينا عن الحاجة لطرح مزيد من الأسئلة.

✦ تتسم بسهولة الإجابة عليها.. و لا تمثل في الوقت نفسه أي نوع من التهديد.. أو الرهبة للمتلقي.. ولهذا لا بد أن يكون هذا النوع من الأسئلة في مقدمة أنواع الأسئلة عند البدء في الحوار حتى يتحقق الانسجام المبدئي.

✦ تساعد في التعرف على أفكار واتجاهات الآخرين ومشاعرهم وميولهم، وفي التأثير أيضا عليهم وتوجيه سلوكهم.

✦ تساعد الشخص الآخر على تركيز تفكيره وتحفيز قريحته للتوصل إلى حلول للمشكلات والمواقف العويصة بكلمات من صنعه، كما أنها تساعد على إثارة دوافع المتلقي واهتماماته من خلال تشجيعه على التأمل والاستكشاف لعميق لموضوع السؤال واختيار البدائل.

✦ ينتج عنها نواذر وتصريحات يمكن اقتباسها، ومعلومات قد لا نتوقها.

✦ تتيح الفرصة للمتحدث للتحكم في المقابلة وتشجيعه على الحديث، واختيار مقدار طول الحديث، ومحتوى الإجابة، وهو ما يقتضي حسن إنصات السائل ومتابعته لكل ما يقال وتقييمه.

✦ تدعو المتحدث إلى التعاون والمشاركة مع السائل.

✦ تساعد في بناء جو الثقة المتبادلة بين السائل والمجيب.

ب. عيوب الأسئلة المفتوحة:

✦ قد يتحدث متلقي السؤال في اتجاهات لاأهم السائل.

✦ تستغرق وقتا أطول.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 87.

- ✦ تحتاج إلى مهارة كبيرة من السائل لقيادة دقة الحديث، دون حدوث رد فعل سلبي من المتلقي.. وأيضاً أن يكون ماهراً في تسجيل الإجابات.
- ✦ تحتاج إلى جهد أكبر من السائل في التفكير والصياغة.
- ✦ غير مناسبة للمتلقي الأقل ذكاء. قد تجعل المجيب يعطي اجابة مختصرة بالنسبة للأسئلة المفتوحة النهائية، مما يتطلب أسئلة أخرى.
- ✦ قد تجعل المجيب يستطرد في ذكر معلومات لا صلة لها بموضوع الحديث.. ويختصر المعلومات المهمة.
- ✦ الإجابات الطويلة بما تتضمنه من استردادات قد لا تكون منظمة وتتسم عادة بالتشتت.
- ✦ تظهر نقص المعلومات عند المجيب، وفهمه للمفاهيم أو للكلمات الواردة في السؤال.

ج. أنواع الأسئلة المفتوحة:

والأسئلة المفتوحة أنواع مختلفة.. وفيما يلي أمثلة للأنواع المختلفة منها:

✦ أسئلة التنبؤ:

- لو نجح هتلر في غزو العالم، ما الصورة التي كان من الممكن أن يكون عليها العالم اليوم؟

✦ أسئلة الافتراض:

- ما الفروض التي يمكن أن تقترحها لتفسير ظاهرة ارتفاع معدلات زيادة السكان في مصر؟

- لماذا فشلت كثير من الدول النامية في تحقيق إنجازات اقتصادية ضخمة؟

✦ أسئلة التعميم:

- في عبارة قصيرة صف الوضع الذي كانت عليه مصر قبل حرب أكتوبر 1973؟

- في ضوء دراستك لمشكلات الدروس الخصوصية.. حدد الأضرار التي يمكن أن تلحق بالمجتمع

من استمرار نفس هذه الظاهرة؟

✦ أسئلة الاستنتاج:

- ما الذي يمكن أن تستنتجه من سياسة مصر الخارجية؟

- ما الذي يمكن أن تستنتجه من خطاب السيد الرئيس الأخير؟

✦ أسئلة تتطلب اقتراح أسلوب عمل:

- ما الذي يمكن أن تفعله وزارة الأوقاف لزيادة الوعي الديني لدى الشباب؟

- كيف يمكننا التغلب على الأمراض المعدية خلال أشهر الصيف؟⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 88-89.

✦ الأسئلة العاطفية:

وهي أسئلة تهدف إلى استكشاف ميول وأحاسيس وعواطف المتلقي للسؤال.. الحالية أو الماضية مثل:

- ما هي أحاسيسك نحو أبنك بعد أن تزوج؟

- بما كنت تشعر عندما توفيت والدتك؟

- لماذا كنت تشعر بالكراهية نحو معلم الحساب؟

وهذا النوع من الأسئلة يعطي الفرصة للمتحدث للاستفاضة في الحديث، أما عندما نستخدم صيغة هل في

السؤال، يتحول إلى سؤال مغلق ويقدم لنا المتحدث إجابة مختصرة مثل:

- هل تحب ابنك أكثر عقب أن تزوج؟

3. مقارنة بين الأسئلة المفتوحة و المغلقة:

✦ تشير الدراسات التي أجريت للمقارنة بين الأسئلة المفتوحة وبين الأسئلة المغلقة مجموعة حقائق هي:

✦ إن الأسئلة المفتوحة أفضل في مجالات الإستشارات الطبية والإدارية.. والتفاوض والمقابلات

الصحفية وغيرها.. وذلك عندما نريد التعرف أكثر على شخصية المتحدث وأفكاره واتجاهاته.

✦ في المقابلات الصحفية وتحقيقات النيابة، عند استطلاع آراء شاهدي العيان تفيد الأسئلة المفتوحة

في الحصول على معلومات دقيقة.. ولكن يتفاضل أقل من التي يمكن أن نحصل عليها من الأسئلة

المغلقة. كما انتهت إلى ذلك "لوفتس" 1985 ولذلك نوصي في مثل هذه الموقف بضرورة البداية

بتوجيه أسئلة مفتوحة للحصول على المعلومات ثم الأسئلة المغلقة لاستخلاص التفاصيل الأدق.

✦ يربط "جاكر" 1986 بين طول الإجابة ونوع السؤال.. فالإجابات الطويلة ينبغي أن تكون أسئلتها

مفتوحة أما القصيرة فأسئلتها مقفولة. وقد عزى "ويلسون" 1990 ذلك إلى أن الأسئلة الطويلة من

المحتمل أن تتضمن عددا من الاحتمالات تقتضي من المتلقي الإجابة عنها.

✦ يشير " أولين" 1990 إلى تكتيك يمكن أن يستخدم مع الأسئلة المغلقة للإيماء بأن التفاصيل

مطلوبة.. وذلك من خلال استخدام المهارة اللغوية في صياغة السؤال المغلق وباستخدام إشارات

سابقة على السؤال كأن تقول: أنا مسلم بتفاصيل هذا الموضوع.. أو هل يمكنني أن أسألك.. ومع

ذلك فهناك احتمال منطقي بالأ تزيد الإجابة عن عدة كلمات.

وللمقارنة بين مزايا وعيوب كل من الأسئلة المفتوحة و المغلقة. أنظر الشكل التالي لـ "تشانزنيوارت"

و"وليامكاش".⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 90-91.

ثالثا: أنواع الأسئلة وفقا للاتجاه:

تنقسم الأسئلة وفقا للاتجاه إلى نوعين:

1. أسئلة محايدة.

2. أسئلة إيحائية و موجهة.

1. الأسئلة المحايدة:

وتندرج تحت الفئة الأولى كل أنواع الأسئلة السابقة المفتوحة والمغلقة، والاستهلاكية والأولية والثانوية، وغيرها من الأسئلة التي تتيح للمجيب الإجابة على السؤال دون أي تدخل أو إحاء أو توجيه من قبل السائل أو إقناعه لتقديم إجابة محددة.

2. الأسئلة الإيحائية أو الموجهة:

تصاغ هذه الأسئلة وتعد بطريقة توحي للمتحدث بالرد الذي تريده سواء أكان احتمالا متوقعا.. أم تأويلا أم تفسيريا أم نتيجة.. ولا يفيد هذا النوع من الأسئلة إلا مع نوعيات معينة من المتحدثين.. وذلك في حالات المقابلات مع الخائفين والمترددين.. أو الذين يفتقدون الكفاءة.. ولذلك تحتاج من السائل إلى الاهتمام بدراسة شخصية المجيب، حتى يتحقق عندما يطرح مثل هذه الأسئلة من رد فعل المجيب بشأئها.. وهي أسئلة وليدة اللحظة.. وليس من الضروري أن تصاغ في صورة السؤال المباشر.

والتوجيه في السؤال الإيحائي كما يقول "كان" و "كانيل" قد يكون مقصودا أم غير مقصود.. ضمنا أم صريحا.. شفهيًا أم غير شفهيًا.. المهم أن المجيب يفهم التوجيه.

وكثير من الأسئلة المحايدة يمكن تحويلها إلى أسئلة إيحائية أو موجهة وذلك بتعديل بسيط في الصياغة:⁽¹⁾

✦ أسئلة محايدة:

✦ أسئلة موجهة:

- | | | |
|---|---|--|
| - ما رأيك في الجو اليوم؟ | - | أليس هذا يوما جميلا؟ |
| - هل تذهب معنا؟ | - | أنت ذاهب معنا.. أليس كذلك؟ |
| - ما هو شعورك تجاه سياسة إسرائيل نحو العرب؟ | - | كيف تشعر تجاه سياسة إسرائيل العدوانية نحو العرب؟ |
| - ما شعورك تجاه سياسة التضامن العربي؟ | - | ألا تعتقد معي في أهمية التضامن في هذا الوقت بالذات؟ |
| - ما انطباعتك عند زيارتك لآثار الأقصر لأول مرة؟ | - | بالتأكيد.. فإن الإنسان عندما يشاهد آثار الأقصر لأول مرة يشعر الانبهار؟ |
| - هل تنفق أموال جمعية تحسين الصحة في المصارف المحددة لها؟ | - | ألست معي في أن أموال الجمعية لا توجه إلى مصارفها الصحيحة؟ |

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 92-93.

وهناك عبارات استهلاكية تستخدم في مقدمة السؤال تجعله موجها أو موحيا.. مثل :
طبقا لقانون تنظيم الجامعات فإن...

✦ أظهرت الدراسات العملية أنه...

✦ يجمع الخبراء على

وعند الإجابة على مثل هذه الأسئلة يضطر المتحدث لتقديم الإجابة المطلوبة وإخفاء أحاسيسه الحقيقية..
وهذه الإجابة قد لا تكون هي الإجابة الصحيحة ولذلك يجب الحذر عند استخدام هذا النوع من الأسئلة.
ويندرج تحت فئة السؤال الإيحاءى نوعان آخران من الأسئلة هما:

أ. الأسئلة الاستفزازية:

وهي أسئلة تعتمد على إثارة انفعال الشخص الآخر والضرب على الوتر الحساس.. ويجب أن تستخدم بحرص شديد وبدون انفعال من السائل..وقد لا تعطي الإجابة الصحيحة مثل:
هناك من يقول أنك تتحامل على.. بدون وجه حق فما رأيك في ذلك؟
يرى البعض أنك قد أخذت أكبر من حجمك وأنتك عديم الموهبة والخبرة بصورة لا تجعلك مؤهلا لانتقاد فلان.. ردك على ذلك...

ب. الأسئلة الاستدرجية:

وهي مثل الأسئلة الإيحاءية والاستفزازية تدفع المتحدث في اتجاه إجابة معينة، ونلجأ إليها عند عدم تعاون المتحدث أو مراوغته، وتستخدم عادة في المحاكمات وفي الأحاديث الصحفية مع كبار المسؤولين لانتزاع الإجابات التي نريدها.

ومن ذلك سؤال زعيم سياسي يريد القيام في رحلة سرية خارج البلاد ويخفي ذلك عن وسائل الإعلام فيسأله المحرر:

ولكنك قمت بتأجيل جميع مواعيدك وارتباطاتك التي كان من المقرر أن تقوم بها خلال الأسبوع القادم.
هل تقول أنك ستزور بلدة.. خلال هذا الأسبوع؟

رابعا: أنواع السؤال وفقا للغرض.

تنقسم وفقا للغرض إلى أنواع عديدة أهمها:

1. الأسئلة المعرفية:

وتتضمن الأنواع الفرعية الآتية:

✦ الأسئلة المعرفية: وتتضمن

(1) أسئلة المعلومات.

(2) أسئلة حقائق.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 94- 95 .

3) أسئلة مفاهيم.

4) أسئلة آراء.

5) أسئلة دوافع.

✦ أسئلة التذكر.

✦ الأسئلة التفسيرية.

✦ أسئلة التطبيق.

✦ أسئلة التعريفات.

✦ أسئلة التقويم.

✦ أسئلة الترويج.

✦ الأسئلة المتكلفة

وستحدث عن كل نوع منها باختصار كما يلي:

تعد أهم أنواع الأسئلة على الإطلاق.. والأساس الذي تنبثق منه باقي أنواع الأسئلة الأخرى. فمن خلالها تنساب المعلومات والأخبار والحقائق والمفاهيم والآراء والدوافع عبر طريقي عملية الاتصال. لذلك فهي أساس الاتصال الثقافي والحضاري والمعرفي بكافة أنواعه.. وفي كل مجالات نبحثها تشغل مساحة كبيرة، من الإعلام والدعوة والتعليم والإدارة والاقتصاد وإدارة الأعمال والسياسة..إلخ.

وتلبي هذه الأسئلة متطلبات غزيرة حب الاستطلاع، والرغبة في التعرف على كل ما يستجد في البيئة المحيطة من وقائع ومستجدات، وذلك كأساس للتكيف مع البيئة.. وعادة تستخدم هذه الأسئلة أدوات الاستفهام المعروفة: ماذا؟ متى؟ من؟ كيف؟ لماذا؟ كم؟ هل؟ ما؟ إلى أي مدى؟

والإجابة على هذه الأسئلة تقدم لنا المعلومات أو الأخبار أو الحقائق أو المفاهيم.. أو الآراء أو الدوافع..

ومن أمثلة الأسئلة المعرفية في مجال الإدارة مثلا:

✦ ما خطتك للتعامل مع هذا الموقف؟

✦ هل هذا التقرير كامل؟

✦ ما الذي لا يعجبك في الصنف الأول؟

✦ لماذا تعتقد أن على المشتري شراء بضاعتك بدلا من الصنف المنافس؟

✦ كيف يمكنك تحديث نظامك الإداري؟

✦ ما التغييرات المطلوبة لتطوير الأداء؟

✦ كيف توصلت إلى هذا الأسلوب؟

✦ ماذا يجول بخاطرك من مخاوف؟⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 96-97.

✦ هل فكرت في العواقب؟

✦ كم من الوقت يستغرق تنفيذ الخطة؟

وفي مجال العمل الصحفي نجد أمثلة لا حصر لها من واقع الممارسات الإعلامية للحصول على الأخبار، زمن واقع ما تتضمنه هذه الوسائل من أخبار وتحقيقات وأحاديث صحفية وإذاعية وتلفزيونية.. فالمعلومات والأخبار التي تتضمنها هذه الوسائل هي الأساس ثمرة لهذه الأسئلة.. ولو توقفنا يوما عن استخدام هذه الأسئلة لما وجدنا مادة تصلح لتقديمها إلى الجمهور.

وكذلك أيضا في مجالات الممارسات المهنية المختلفة كالتدريس الدعوة والمحاماة والنيابة والقضاء، لا يمكننا الاستغناء عن الأسئلة المعرفية للوقوف على الحقائق والوقائع التي نحن بصدددها.

2. أسئلة التذكر:

ونقصد بهذه الأسئلة تنمية القدرة على التذكر لدى المتلقي.. ولذلك فالقدرة على التذكر هي القدرة العقلية الوحيدة المطلوبة للإجابة على أسئلة هذه الفئة، سواء كان غرضنا تذكر الحقائق النوعية، أو تذكر المصطلحات أو تذكر التقسيمات والتطبيقات والأنواع، أو تذكر الطرق والأساليب المنهجية، أو تذكر المبادئ والتعليمات. وتستخدم هذه الأسئلة عادة في المواقف التي تقتضي تعليما، كما في التدريس والدعوة.. وبعض مجالات الإدارة، وأحيانا في الإعلام.

ومن أمثلتها في المجال التعليمي:

✦ كيف يمكنك تحديد الشمال الجغرافي ليلا أو نهارا؟

✦ متى تم صلح الحديبية؟

✦ ما الإيمان وما الإسلام؟

✦ ما اسم الجهاز الذي يستخدم في قياس الضغط الجوي؟

أما في مجال الصحافة فنستخدم السؤال التذكري كمدخل لجذب انتباه المتحدث للحديث، وذلك بأنواع من الأسئلة منها الأسئلة التذكيرية.. نذكر فيها المتحدث بمناسبة عزيزة عليه أو بموقف أثار الإعجاب.. أو بمجال تفوق فيه.. أو بمقابلة سابقة التقيت به فيها أو بذكريات مشتركة بينكما.

3. السؤال التفسيري:

يعتمد عادة على لماذا؟ وكيف؟.. في محاولة لتقديم التفسيرات والتبريرات للوقائع والأحداث، ولكيفية حدوثها.. وفي إطار ذلك، قد نقارن بين مواقف أخرى لئرى ما إذا كانت الأفكار متطابقة أو متشابهة أو مختلفة أو متعارضة.. والسؤال هنا يتطلب دليلا يدعم الإجابة.

وقد يهدف السؤال التفسيري إلى تفسير الأحداث للربط بين السبب والنتيجة، أو للمقارنة أو للتضمنين،⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 98-99.

أو للتعميم الاستقرائي بالأدلة المدعمة. وذلك بغرض إلقاء الأضواء على الأفكار والآراء ووجهات النظر والمعلومات والوقائع والأحداث.

ويستخدم السؤال التفسيري كلمات استفهام عديدة مثل:

✦ لماذا؟

✦ بم تفسر؟

✦ هل لديك تفسيراً؟

✦ كيف تفسر؟

4. أسئلة التطبيق:

وهي أسئلة نستخدم فيها خبراتنا ومعارفنا والنظريات المختلفة لحل مشكلات محددة.. وهذه الأسئلة معروفة في مجال التعليم وتستخدم بكثرة مثل:

✦ إذا أخذت القطار من الاسكندرية إلى أسوان في شهر مارس.. ما الغلات الزراعية التي تتوقع

رؤيتها في المحافظات التي يمر بها القطار؟

✦ ما نوع الخطة التي ستتبعها للتغلب على الفريق الآخر؟

5. أسئلة التعريفات:

هي الأسئلة التي تهدف إلى تحديد المفاهيم والمصطلحات مثل:

✦ ماذا يقصد بالسؤال؟

✦ وضع مفهوم الاستماع؟

✦ هل من الصواب تسمية الحرب بين دولتين مستقلتين ثورة؟

✦ ماذا يقصد بالحرب الأهلية؟

6. أسئلة التقويم:

✦ هذا النوع من الأسئلة إصدار أحكام على قيمة الأشياء والسلوك والاختيارات والأعمال

والأفكار.. وإعطاء أسباب لتبرير هذه الأحكام، وذلك في ضوء معايير وشواهد وأدلة محددة. ومن

أمثلتها:

✦ هل يحق لحكومات الدول النامية أن تتماذى في قبول معونات الطعام من الدول المتقدمة؟

✦ ما المشروعات التي نظمتها أو صممتها؟

✦ كم وفرت أو كسبت شركتك من نقود؟

✦ هل كنت خلاقاً مبدعاً في عملي؟⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 100-101.

7. أسئلة الترويح:

✦ وهي أسئلة نستهدف بها الترويح أو التسلية أو النكتة والمداعبة، وأحيانا التهكم والسخرية ومن أمثلتها:

✦ ما أغرب موقف مر بك في حياتك؟

✦ لو لم تكن أستاذا جامعيا فهل كنت تتمنى أن تصبح صاحب محل كشري؟

✦ من هو أفضل مهرج بين لاعبي فريق ندي...؟

8. الأسئلة المتكلفة:

وهي الأسئلة التي نسألها ولا نريد إجابة عنها.. لأن الإجابة معروفة مسبقا ولن تزيد عن جملة عادية أو لأننا ننوي الإجابة عليها.. ونقصد هذه الأسئلة عادة لشد انتباه الجمهور أو لزيادة ما لديه من معلومات.. وذلك مثل:

✦ من الذي لا يريد أطفاله أصحاء؟

✦ من هنا يكره التعليم؟

✦ وهل هناك من يجاهر بعدم الصلاة؟⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 102.

المبحث الرابع: مهارة القراءة.

المطلب الأول: مفهوم القراءة

إن طرح سؤال مثل: ما القراءة؟.. يبدو غريباً، لأن كثيراً من الناس لديهم أفكار غير صحيحة عن القراءة. والإجابة على هذا السؤال تقتضي الوقوف على مراحل تطور هذا المفهوم خلال النصف القرن الأخير. ويرى الباحثون والتربويون المعاصرون أن مفهوم القراءة حالياً قد تطور عما كان عليه قديماً. فالأبحاث التي أجريت على القراءة في العصر الأول من القرن العشرين كانت تتناول النواحي لفسولوجية، مثل حركات العين وأعضاء النطق وما إليها.. على أساس أن القراءة مجرد استجابات فسيولوجية لما هو مكتوب.

ثم جاء النصف الثاني من القرن العشرين، وبدأت الأبحاث العلمية تتناول القراءة وانتقل بفضلها مفهوم القراءة من دائرة الإدراك البصري للرموز والنطق بها إلى ترجمة هذه الرموز إلى مدلولاتها من الأفكار. وذلك لكون القراءة عملية فكرية معقدة تستند على مهارات آلية واسعة.

ثم تطور هذا المفهوم ليشمل ضرورة تفاعل القارئ مع النص المقروء ونقده.. وذلك ليتمكن من الحكم على ما يقرأ والأخذ منه بما يتقبله عقله وتقتضيه موازينه.

وأخيراً انتقل مفهوم القراءة إلى استخلاص ما يقرأه القارئ وتوظيفه على شكل خبرات لمواجهة المشكلات اليومية للحياة للارتفاع بها في المواقف الحياتية. أي أن القراءة أسلوب من أساليب النشاط الفكري في حل المشكلات. وعلى هذا فالقراءة كما انتهى إلى ذلك كثير من الباحثين هي:

⊕ عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد، ارتباطها بالنشاط العقلي والفسولوجي للإنسان. إضافة إلى حاسة البصر، وأداة النطق، والحالة النفسية.

⊕ وتتضمن عمليات الإدراك البصري للرموز المكتوبة، وحلها وفهم معانيها، والربط بين هذه المعاني والخبرة الشخصية بما يساعد الإنسان على الفهم والتدقيق فيما يقرأ، والحكم عليه، والربط بين جنبات المادة المقروءة، والاستنتاج والتفاعل والتواصل والانفعال.

⊕ وهي أسلوب من أساليب الفكري في حل المشكلات. يبدأ بإحساس الإنسان بمشكلة ما، ثم يأخذ في القراءة لحل هذه المشكلة. ويقوم في أثناء ذلك بجمع الاستجابات التي يتطلبها حل المشكلة، من تفكير وانفعال.

ومن هذا المفهوم، يتضح لنا أن لقراءة كمنشآت تقوم على أبعاد أربعة هي:

1. التعرف والنطق.

2. الفهم.

3. النقد والموازنة.⁽¹⁾

(1) صبحة عكاشة فارس، تعليم مبادئ القراءة، الجامعة الأمريكية، بيروت، (د.ت.ن)، ص 37-38.

4. حل المشكلات.

وهذا التطور لمفهوم القراءة جاء نتيجة لعاملين هما:

1) التطور الاجتماعي الشامل الذي انتظم أكثر بقاع العلم في القرن العشرين. والذي افترض أن يكون للقراءة أهميتها البالغة في المجتمع الحديث، وأن تصحبها قدرة أعظم على فهم المادة المقروءة والاستمتاع بها.

2) ما كشفت عنه البحوث الحديثة في ميدان القراءة من آفاق جديدة اقتضت تغيير نظرتنا إليها تغييراً جوهرياً.

ونتيجة لهذا التطور لم تعد القراءة عملية إدراكية بصرية صوتية محضة تستهدف التعرف على الكلمات والنطق بها.. وإنما أصبحت تفهما للمادة المقروءة، وتأييها لوحداث فكرية منها، والحكم لها أو عليها.. وتوظيفها للإفادة في جوانب الحياة المختلفة.

ونتيجة لذلك أصبح القارئ الجيد طبقاً للمفهوم الحديث هو القارئ الذي يتسم بالصفات التالية:

✦ يقرأ جهرًا وصامتًا: فيفهم المعاني التي تتضمنها المادة المكتوبة ويستوعب ما فيها من أفكار باعتبار أنها وحدة لا تنحصر إلى عبارات أو كلمات.

✦ يفكر فيما يقرأ ويمزجه بخبراته السابقة.. ليخرج بذلك من القراءة بحيرة جديدة هي جماع الخبرتين.

✦ يتأثر بما يقرأ، ويتفاعل معه، وتثور في نفسه مشاعر وأحاسيس. ومن ثم ينقد ما يقرؤه، ويزن قيمته ويحكم له أو عليه، وينتهي إلى قرار.

✦ يطبق الأفكار التي حصل عليها من قراءته في حل مشكلاته وتوجيه نشاطه. وبذلك يكون للقراءة أثرها في تعديل أفكاره وسلوكه.

✦ يقرأ، وكلما شغف بالقراءة جبا، بحيث تصبح هوايته المفضلة.

✦ يقرأ بسرعة، وبحيث لا تؤثر هذه السرعة على الاستيعاب والفهم.

وهكذا نرى أن عملية القراءة ليست عملية طبيعية وحسب، وإنما تلزمها عادات ومهارات ينبغي أن تكتسب واتجاهات ينبغي أن تتكون.. فهي مهارة أساسية من أهم المهارات التي يمكن أن يملكها الفرد في المجتمع الحديث الذي أصبحت القراءة قيمة أساسية لمن أراد أن يحيا حياة كريمة.. ويغير هذه القدرة يستحيل على الفرد أن ينتقل من مكان إلى مكان في يسر وسهولة، كما أنه لا سبيل له إلى تفهم الإرشادات والتوجيهات والتعرف على الأخبار بطريقة ميسرة، إلا إذا كان قارئاً.. والفرد القادر على القراءة الجيدة يملك الوسيلة لتوسيع آفاقه العقلية ومضاعفة خبراته، والتزود من كنوز الحكمة والمعرفة.. كما أنها تلعب دوراً كبيراً حياة المواطن من حيث معاونته على النجاح في عمله الذي يحترفه.. وفي كثير من المهن لا يمكن النجاح أصلاً دون امتلاك هذه المهارة.. فوظائف التدريس والدعوة والصحافة والإعلام وغيرها.. ووظائف لا يمكن النجاح فيها دون امتلاك مهارة القراءة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 39-40.

المطلب الثاني: المهارات اللازمة للقراءة

اعتاد الكثير من الناس أن يمارس القراءة بصورة تلقائية.. ما عليه إلا أن يمسك بالكتاب أو الجريدة ثم يجلس مسترخيا ويمر بعينه مرور الكرام على صفحات الكتاب أو الجريدة. حتى يداعب جفنيه النوم. فينام مستغرقا قرير العين. وهذا اللون من القراءة لا يمكن الاعتماد عليه في تنمية مهارات القارئ بالاتصال ولا يمكن اعتباره أداة التفكير الحر. ولا وسيلة لتنمية الخبرات الإنسانية.

فالقراءة عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد.. ترتبط بالنشاط العقلي والفيولوجي للإنسان وبجالاته النفسية.. وتحتاج إلى أكثر من مجرد الإدراك البصري للرموز المكتوبة.. تحتاج إلى حل هذه الرموز وفهمها فهما دقيقا والتفكير العميق، والقدرة على الربط بين أجزاء المادة المقروءة.. ليتسنى للقارئ الاستنتاج والتفاعل والتواصل والانفعال. وتتداخل في أداء هذه العملية حوس الفرد وقدراته وخبراته ومعارفه وذكائه. ومجموعة أخرى من القدرات التي ينبغي توافرها لدى القارئ ليتمكن من القراءة الجيدة وهي:

✦ القدرة على النظر إلى الكلمات المكتوبة وادراك النقاط الأولية المهمة في الموضوع بمجرد مرور النظر عليها.

✦ القدرة على ترتيب وتنظيم المادة المقروءة.

✦ القدرة على ادراك المعنى العام للمادة المقروءة.

✦ القدرة على القراءة على التنبؤ بالنتائج.

✦ القدرة على التمييز بين أجزاء وفصول وتفرعات المادة المقروءة.

✦ القدرة على نقد تمحيص المادة المقروءة.

وكل نوع من أنواع القدرات المذكورة سابقا، يحتاج في تكوينه إلى عدة مهارات مختلفة.. فلو أخذنا مثلا النوع الأول، وهو القدرة على رؤية الكلمات المكتوبة، لرأينا أن هذه القدرة تحتاج في تكوينها إلى مهارات عديدة منها:

✦ المهارة في تمييز الكلمات الجديدة.

✦ المهارة في الإدراك السريع للكلمة.

✦ المهارة في إدراك وجمع الكلمات الأساسية التي تفيد المعنى المقصود.

✦ المهارة في حذف الكلمات التي لا معنى لها.

✦ المهارة في المحافظة على المعنى العام.

وحيثما نتكلم عن تنمية مهارة القراءة لدى القارئ بالاتصال باعتبارها الأساس للنجاح في جوانب الحياة المختلفة.. فإن هذا يعني تنمية كافة القدرات المتصلة بعملية القراءة، إضافة إلى تنمية مهارة السرعة في القراءة المقدرة اللفظية.. وذلك حتى يتمكن من توفير المتطلبات الأساسية للقراءة،⁽¹⁾

(1) محمد صلاح الدين علي وآخرون، سيكولوجية القراءة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1966، ص 13-14.

والتي تساعد بدورها على تحقيق الأبعاد الآتية:

1. **الفهم:** وهو عملية الربط بين الصحيح من الألفاظ و المعاني.. والتعرف على المعنى المقصود في إطار السياق.. والتعرف على المعنى الضمني أيضا، بما يساعد الفرد على الربط بين المفاهيم واستخلاص المعاني.

2. **النقد:** وتتمثل عملية نقد المقروء في مظاهر أهمها: إبداء الرأي الشخصي، والمناقشة، و التفسير، والموازنة بين الآراء المختلفة، وذلك من خلال تفاعل القارئ مع المادة المقروءة.. وهذا التفاعل يؤكد الفهم المتكامل الذي يؤدي بالتالي إلى النقد السليم .

3. **حل المشكلات:** فبعد فهم المقروء بكل أبعاده يمكن للقارئ أن يستغل مادة القراءة في حل مشكلاته المهنية أو اليومية أوحل مشاكل مجتمعه.

فالقراءة الجيدة إذن عملية ذهنية فكرية هادفة لتحقيق أهداف محددة وليست مجرد أداة للتسلية أو ملء وقت الفراغ. إنها عملية مثل القيادة، إذا توافرت لديك الخبرة والثقة الكافيين، تستطيع السيطرة على مفردات القراءة، وتوظيف التقنيات المختلفة للاقتراب من القراءة المثلى، أو الجيدة، والتي تساعدك على تحقيق أهدافك من القراءة. وتتمثل التقنيات اللازم التعرف عليها للوصول إلى القراءة الجيدة في مجموعة العوامل هي:

✦ التعرف على العملية الطبيعية للقراءة.

✦ معرفة بيئة القراءة.

✦ الحصيلة اللغوية.

✦ التعرف على مراحل عملية القراءة الجيدة.

✦ اختيار السرعة الأمثل.

✦ تحديد الأسلوب الأفضل للقراءة.¹

المطلب الثالث: طبيعة عملية القراءة

لتطوير عادة القراءة السريعة الواعية لابد لنا من فحص عملية القراءة للوقوف على العناصر المؤثرة فيها كمدخل للسيطرة على هذه العوامل، لتنمية مهاراتنا في القراءة الجيدة. والعناصر التي تتحكم في عملية القراءة كما انتهت إلى ذلك بحوث العلماء:

1. حركة العين:

عندما تقرأ، تتحرك العين عبر السطر تلتق كلمة أو جملة ثم تتوقف لفحصها.. وهذه الوقفة تسمى بوقفة التثبيت أو الرسوخ.. وهذه الوقفة من ربع إلى نصف ثانية، ثم بعد ذلك تتحرك العين.. وفي كل عملية تثبيت، تقرأ العين كلمة أو مجموعة كلمات.⁽²⁾

¹ المرجع نفسه، ص 115.

² محمد محمود رضوان، تعليم القراءة للمبتدئين، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة ، 1994، ص 96 .

وعدد الكلمات التي يتم التركيز عليها أو إدراكها في كل عملية تثبت تسمى "امتداد"، أو اتساع الإدراك.. وهذا الامتداد أو الاتساع قد يستوعب كلمة واحدة، أو عدة كلمات أو سطرًا بأكمله. والطفل الذي يتعلم القراءة يتوقف أمام كل كلمة، ويكون الامتداد واتساع الإدراك لديه محدودًا بكلمة أو عدة كلمات، ولذلك فهو يقرأ ببطء.. وكلما زادت مهارته في القراءة... كما قلت مرات تثبته، وزاد مدى الإدراك لديه.. أي أنه يستطيع بالتالي أن يقرأ بسرعة أكبر، ويستوعب ما يقرأه. ونحن عندما نرغب في التدرب على القراءة السريعة.. فلا بد لنا من زيادة مدى اليمين لليساار وبدون توقف.. أي بمجرد ملامسة أعيننا للأسطر.. ونترك للعقل فرصة البحث عن المعنى لما نقرأه.. بدلا من التركيز على الكلمات بصورة منفردة.

وهذا يعني أن القراءة الغير جيدة والبطيئة إنما ترجع إلى الخطأ والبطء في حركات العين .

2. عملية الارتداد:

وهي مرتبطة بالحركة البطيئة للعين أثناء القراءة، فالذي يقرأ السياق ونستوعبه كلمة.. وبعد عدة كلمات سنجد أنفسنا نسينا ما قرأناه لاحقا.. وهنا تحدث عملية الارتداد، أي العودة إلى قراءة ما سبق أن قرأناه لاسترجاع معاني الكلمات السابقة وربطها بالكلمات اللاحقة لها.. وهذا يجعل عملية القراءة أكثر صعوبة. ولهذا فالقراءة البطيئة لا تضيع الوقت فقط ولكنها عملية الفهم أكثر صعوبة وهناك احتمال آخر، فالقراءة البطيئة تجعل سرعة العين أقل معدل سرعة التفكير.. وهذا الفراق الزمني يجعل العقل ينشط فيفكر في أشياء أخرى أو في أحلام اليقظة.. وهذا يعني بطء القراءة، ويؤدي أيضا إلى الشرود والسرحان. وعلى هذا فالقراءة الجيدة هي القراءة السريعة.. والقارئ الجيد هو القارئ الذي يتميز بمايلي:

⊕ وقعات قليلة أثناء القراءة للتثبيت.

⊕ أن نشاطه الذهني مساير لحركات العين.

⊕ القدرة على الفهم والاستيعاب أسهل.

3. الحصيلة اللغوية:

وتعد عنصرا أساسيا للقراءة الجيدة السريعة.. وكلما زادت حصيلتنا اللغوية كلما تحسنت مقدرتنا على القراءة.. ولهذا فإن ضعف الحصيلة اللغوية يعني زيادة عدد الكلمات المعقدة أو غير المألوفة لنا.. فتكثر بالتالي وقفاتنا أثناء القراءة لمحاولة استكناه عانيها. ولهذا، لا بد من العناية بزيادة حصيلتنا اللغوية كأساس لتنمية مهارة القراءة لدينا.. ويمكن زيادة حصيلتنا اللغوية من خلال سعة القراءة والاطلاع.. ومن خلال الحرص على استخدام القاموس، وتعلم معاني الكلمات الجديدة التي تقابلنا¹.

¹ المرجع نفسه، ص 97-98.

4. المؤشرات البيئية:

وتشمل المكان والإضاءة والحالة النفسية والمزاجية، والحالة الفسيولوجية للعين.. وهي من العوامل التي تؤثر على فاعلية القراءة.

المطلب الرابع: أنواع القراءة

القراءة نشاط أساسي لا يمكننا الاستغناء عنه.. بل هي أساس لنجاح وانتظام ممارستنا لأعمالنا.. في مجالات الحياة المختلفة.. الإعلام والدعوة والتدريس والإدارة، وفي مجالات العمل السياسي والاقتصادي والاجتماعي المختلفة.. وإذا كنا في كثير من الأحيان نتساءل.. ماذا نطالع؟.. فالأكثر من ذلك أهمية هي الإجابة عن سؤال محدد هو: كيف طالع؟. وذلك للتعرف على الطريقة المثلى للقراءة.. الطريقة التي تساعدنا على تحقيق أهدافنا من القراءة، وعلى جعلها عملية مفيدة.

وبالإجابة على هذا السؤال ينبغي أن نتعرف على أنواع القراءة.. حتى نختار الطريقة المناسبة لنا، والمتوافقة مع طبيعة ما نقرأ..

وقبل أن نحدد أنواع القراءة.. فهناك مجموعة حقائق أساسية عن القراءة ينبغي أن نوضع في الاعتبار.

1. إن القراءة ليست وسيلة مخزنة لقتل الوقت مستورة تحت اسم مقرر.. فمثل هذا الانطباع يجعل المرء يستخف بالمطبوعات، ويقلل من احتفاظ الذهن بمرونته. وإنما هي أداة للتفكير، كما يقول "أرنست دمنية". فإذا أردت استخدام الكتب كحافز للتفكير فيجب ألا تكون كتباً مجردة للتسلية أو لتهيئة عقلك للنوم. بل أن تجعله على عكس ذلك ساهراً متيقظاً.

2. إن الكتب والمجالات والموضوعات التي تستحق القراءة.. هي تلك التي تساعدنا على التفكير.. أو بتعبير آخر، هي تلك التي تترك في عقولنا صوراً تظل حية باقية.. وهذه القراءة تجعل "الأفكار العظيمة تصعد من القلب" كما يقول "فوفنارج". ولهذا فمشكلتنا ليست في اختيار المادة الجيدة للقراءة، ولكن في اختيار الأفضل منها- لأن الحياة أقصر من أن تتسع لكل ما نعتقد أنه جيد.

3. إن الشرط الأساسي لأية عملية عقلية صحيحة يتمثل في الإحساس بالمتعة والراحة.. ولذلك فالقراءة الصحيحة هي القراءة التي تجعلنا نشعر بالمتعة والراحة. لأنها تحقق لنا المشاركة والاندماج والتفكير. وحب الاستطلاع.. وفي هذه القراءة نجد أننا نشق طريقنا في مثابة بين السطور، ويقدر متساو من الانتباه، أو نلقي بنظرة عابرة على السطور والصفحات.. أو نكتفي بقراءة فهرس محتويات الكتب، أو عناوين الصحف للوقوف على مضمونها.. المهم هنا أن نطالع كما نحوى.. وأن نحصل على المتعة التي نريدها.. بالإسراع في القراءة أو بالالتزام بالبطء.. يقول "بسكال": إننا حريون بالإسراع الشديد أو الإبطاء الشديد في المطالعة.. ولكنه يوجه اللوم فقط للإسراف فيهما. يقول من الحماسة قراءة غير الجاد بسرعة بالغة، أما الجاد فيفيد في حالات كثيرة إذا قرأ بنشاط وحيوية.⁽¹⁾

(1) محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 50-51.

فالقراءة بكفاءة مشكلتنا الأساسية.. فمن خلالها نجد في حوزتنا وتحت تصرفنا اليومي كثيرا من أفضل ما فكرت فيه العقول العظيمة.. كما أن القراءة بالسرعة المعقولة وفهم ما نقرأ، طريقتنا لتحقيق الرضا الداخلي، والوصول إلى مواقف متغيرة باتجاه العملية الكلية للحياة والتعليم.. وطريقنا للحصول على البهجة والمتعة الخالصة. ولا يتحقق لنا ذلك إلى عندما نستخدم قوانا البشرية. ولهذا لا نشعر بالملل أو الإحباط.. أما عندما نقرأ باسترخاء.. وبعدم تركيز، أو بلامبالاة.. فسنتقد اللذة وستفوتنا الخالصة.. لأننا لا نضع أنفسنا في خدمة ما نقرأه. ولأننا نقرأ بطريقة خاطئة، ولا نحصر من خلال عملية القراءة على استغلال وقتنا بذكاء.

❖ والقراءة على أنواع عديدة أهمها:

1. القراءة الخاطفة أو السريعة:

القراءة السريعة من المهارات الضرورية للإنسان المعاصر لمواجهة طوفان المعلومات التي أصبحت تحاصره في كل مكان.. وهي مهارة أكثر من ضرورية للعاملين في حقول الاتصال بال جماهير، للوقوف على سبيل المعلومات المتدفق، والاستفادة منه لتطوير آرائنا في مجالات الأعمال المختلفة.

والقراءة السريعة الخاطفة يقصد منها الاهتمام بسرعة إلى شيء معين.. كقراءة الفهارس وقوائم الأسماء، والعناوين، وأرقام الهواتف في دليل التليفونات.. وأيضا لتصفح الكتب والصحف، والمجلات. وتعلم هذه المهارة يعني تدريب العين على الحركة بسرعة وبملاسة عبر الصفحة، وأنا نعطي الفرصة كاملة للعقل للبحث عن المعنى من عملية القراءة. بدلا من عملية التركيز على كلمات متفرعة.

ولم تلق القراءة السريعة حتى السنوات الأخيرة سوى اهتمام قليل. وأخيرا تم إدراك الحاجة إلى القراءة السريعة بسرعة معقولة.. واعتبرت الآن الحاجة لتعليم إغفال أو إلقاء نظرة عجلا على أنواع معينة من المواد أمر هاما وضروريا.

ومعدل القراءة السريعة مع الفهم كما أشارت إلى ذلك البحوث يبدأ من 250 كلمة في الدقيقة للأفراد العاديين. ولذوي الثقافة العالية من 500 إلى 600 كلمة في الدقيقة، ممن تعد القراءة مدخلا أساسيا لممارسة وظائفهم. وفي حالات خاصة يزيد معدل القراءة عن ذلك.. فقد سجل الرئيس الأمريكي "جون كندب" أعلى معدل للقراءة في الدقيقة، إذ وصل إلى معدل 1000 كلمة في الدقيقة الواحدة، ويرجع السبب في اختلاف سرعات القراءة عند الناس إلى عوامل عديدة منها:

- ❖ صعوبة المادة العلمية.
- ❖ صعوبة أسلوب الكاتب.
- ❖ رداءة الخط أو الطباعة غير الواضحة.
- ❖ الإخراج الرديء للمادة المقروءة.
- ❖ استخدام الكلمات والتعبيرات المعقدة أو الصعبة أو الغير مألوفة.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 52.

وليست المشكلة هي تعلم القراءة السريعة..علما بأن تعلمها شيء أساسي لا يمكن الاستغناء عنه للعاملين في كثير من المجالات.. وإنما المشكلة هي في عملية الموازنة بين سرعة القراءة ، وبين الفهم والإدراك والاستيعاب.

إن أفضل طريقة لتعلم القراءة ، مع السرعة والفهم هي أن تقرأ بعقلك وليس بعينيك.. فالقارئ السريع الذي يقرأ كلمات وجمل .. وكل فرد يستطيع أن يتعلم زيادة سرعته في القراءة، وذلك بتقليل عدد مرات توقف العين على السطر.. ترتبط الطريقة المتبعة بعدد مرات التثبيت، التي يمكن أن تقوم بها العينان وهما تمران عبر الصفحة. يجب أن يكون هدفنا تقليل عدد مرات التركيز وإطالة أوسع حركة العينين. وسوف تزداد سرعة قراءتنا في أثناء تعلمنا لفعل ذلك بنجاح. وستتعلم كيف نعبّر الكلمات الهادية والجمل الافتتاحية وكيف نميزها عن المادة التوضيحية البحتة. سوف تؤدي تلك الخطوات إلى زيادة سرعة القراءة زيادة كبيرة، وبدون تقليل مسألة الفهم الأكثر أهمية.

والقراءة بسرعة لا تغني عن القراءة بدون توقف.. وإنما تحتاج لضبط سرعتك في القراءة حسب غرضك منها .. وقد تحتاج للتوقف للتفكير فيما قرأت.. وفهم صلته بمعرفتك السابقة.. وقد تأخذ ملاحظات وتدونها من قرائتك.. كما أن القراءة السريعة لا تعني هضمها أقل لما يقرأ.. بل على العكس.. فالقراءة السريعة إذا تكررت تمكنك من التركيز بدرجة أسهل، وتساعدك على الفهم بطريقة أفضل، وعلى التذكر بطريقة أسرع. كما أنها تساعدك على التعرف على أغراض المؤلف، وأهدافه من وراء ما كتبه.

والقراءة السريعة أسلوب نلجأ إليه كثيرا.. فنحن نستخدم قراءة كل ما نخرجه المطابع يوميا من صحف ومجلات وكتب. كما لا نستطيع إهمال كل ما تقدمه تماما.. وقد نقرأ مع شاي الصباح عدة صحف في غضون نصف ساعة، من خلال القراءة السريعة، ونتعرف على كل محتوياتها تقريبا.. وذلك بتصفح صفحات الجريدة أو المجلة صفحة من أي مكان بالجريدة وفقا لعاداتنا في القراءة، ومن خلال إلقاء نظرة فاحصة وسريعة على أعمدة كل صفحة من أعلى العمود الأول وإلى أسفل العمود الأخير.. مستوعبين العناوين، وأحيانا مقدمات الموضوعات الصحفية.. ولا نقرأ فقط إلا ما يتفق واهتماماتنا.. وهكذا في خلال عدة دقائق، نستطيع أن تقدم تقريرا عن أحداث اليوم ووقائعه، وأن نرتبها وفقا لاهتماماتنا نحن، لا وفقا لما عرضته به الصحيفة.

وكذلك عندما نقرأ الكتب والمجلات والتقارير بسرعة.. فنحن نتصفحها. نمر على صفحات الكتاب أو التقرير الذي نقرأه مروراً سريعاً.. نركز في البداية أعيننا على منتصف الصفحة وننتقل بأعيننا سريعاً عبر سطورها من أعلى وإلى أسفل وقد نركز على بعض الفقرات.. ونتجاهل صفحات، وربما فصولاً لا نهمنا، ولا نتصل بموضوع دراستنا.. وقد نقفز عبر الصفحات لنقرأ الملخص في نهاية الفصل، إذا كان هناك ملخصاً.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 53-54.

وللقراءة السريعة أيضا، اعتاد البعض تقليب الصفحات بطريقة عشوائية، وقراءة ما يصادفه من عناوين رئيسية وفرعية.. وتصفح الرسومات والخرائط، والوصول سريعا للملخص العام للكتاب وقراءته، وقد يعود مرة أخرى إلى المقدمة، للتعرف على غرض المؤلف من تأليف الكتاب.

وفي كثير من الأحيان تفيد قراءة صفحة فهرس الموضوعات في التعرف على الموضوعات التي يعالجها الكتاب ومدى اتصالها بمجالاتنا من القراءة، كما تفيد البيانات الرئيسية للكتاب في إطار القراءة السريعة في تقييم الكتاب وتحديد مجاله. وذلك مثل اسم الكتاب، والمؤلف، والناشر، وتاريخ النشر، وسنة النشر.. فالكتاب الذي نشر عام 1950 مثلا في أحد مجالات علم النفس أو علوم الاتصال سيتضمن معلومات قديمة، بخلاف الذي نشر عام 1998 مثلا. كما يمكننا أيضا تحديد اتجاه الكتاب من خلال معرفة اسم المؤلف.

2. قراءة الاستمتاع:

من المعروف أنه كلما كانت دائرة الإنسان واسعة.. كانت فرصة القراءة الاستمتاعية أكثر وأفر.. وهذا اللون من القراءة يظهر مرتبطا بقضاء وقت الفراغ. وينبع من رغبة القارئ في استطلاع النفس البشرية، والتعرف على ما يحيط به من ظروف حياتية مختلفة.

أو بدافع الرغبة في الابتعاد عن الواقع.. أو للاستمتاع بالاستجابات الانفعالية التي تتمث في مواقف يعاينها الآخرون. وبالإضافة إلى ذلك فهناك دوافع أرى مثل:

✦ إشباع هواية من الهوايات

✦ الرغبة في معرفة الغريب من الأشياء.

✦ تعميق ثقافة الفرد في كافة الميادين.

ومن ألوان القراءات التي تلبي احتياجات هذا النوع من القراءة قراءة القصص والروايات وقصص الجوانب الإنسانية. وقصص الحكايات الوهمية والخرافات والشعر.. وكتب الرحلات، والكتب التاريخية.. وكذلك قراءة الموضوعات والكتب التي تتناول حياة الحيوان، وطرائق معيشته، والكتب عن الأقطار الأخرى.. ويدخل في إطار هذه القراءة ما تتضمنه الصحف عادة من قصص الحياة الإنسانية، والحوادث والطرائف والعجائب وأخبار المشاهير والمجتمع.. إلخ. والطابع العام لقراءة الاستماع هو القراءة السريعة.. الخالية من التعمق والتفكير.. وعادة ما نقرأ بأعيننا قراءة صامتة.. وفي بعض الأحيان قد تكون قراءتنا جهرية لقدرتها على مساعدتنا على تمثل المعنى والإندماج فيما نقرأ كما يحدث عندما نقرأ الشعر.

3. القراءة التحصيلية:

هذا النوع من القراءة يرتبط بمطالب المهنة التي تنتمي إليها، وبحياتنا المدنية، ويعتبر ذلك من وجوه نشاطنا اليومي.. وهي قراءة لإشباع احتياجاتنا إلى معلومات معينة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 55-56 .

فما قد يعد غير مجد في نظر البعض، ويمر به مرور الكرام، ويكتفي بتصفحه.. نجد آخرين يقرؤون نفس هذه المادة بتمعن، ليصلوا منها إلى فائدة عملية، وذلك كإعلانات مثلا.

فالصحفي الذي يكلف بكتابة افتتاحية الجريدة... يقرأ الوقائع و الأحداث قراءة تحصيلية بتعمق.. والخطيب الذي يعد خطبة الجمعة أو الخطبة السياسية.. والباحث الذي يبحث في موضوع معين.. وربة البيت التي تقلب كتب الطهي والإرشادات المنزلية.. تبحث فيها بعناية وكذلك المدير الذي سيتخذ قرارا مهما لتطوير الإنتاج، يقرأ أيضا بعناية كل ما يتعلق بهذا الموضوع.

فالقراءة التحصيلية قراءة انتقائية.. وهي قراءة للبحث والدرس، نبحث في موضوع معين يتصل بجوانب حياتنا المختلفة. ونبحث عن المعلومات المتصلة به في الكتب والدوريات، ودوائر المعارف، والقواميس، والمراجع العلمية المختلفة.. ولا نقرأ فيها إلا ما يتصل بالموضوع الذي نهتم بالوقوف عليه.

وهذه القراءة تتسم بالتريث والأناة، مما يساعد على تثبيت الحقائق في الأذهان، وعلى تفهم المادة المقروءة.. والتفكير المستمر فيما تقرأ.. وذلك لاستيعاب المعلومات، واتخاذ القرارات المناسبة، أو لبناء اتجاهاتنا وتكوين آرائنا تجاه ما يواجهنا من قضايا ومواقف ومشكلات.

4. القراءة النقدية:

وهي نوع من القراءة المتأنية كما يقول الدكتور "محمد منير محبس" .. لأنها تعتمد على التفاعل الفكري الناقد بين القارئ والمادة المقروءة. وهي لذلك تحتاج إلى ما تقوم عليه عملية النقد من تفهم للأفكار، ووزنها بميزان المنطق وتقييمها والحكم عيها.

وهذه القراءة ضرورية لبناء الشخصية العملية للعاملين في حقول الاتصال بالجمهور، ولتطوير مهاراتهم الاتصالية وتكوين أفكارهم وآرائهم العلمية.

وأثناء هذه القراءة قد ندون في قصاصات أو مذكرات ملاحظتنا النقدية على ما نقرأ.. ونقيم ما نقرأ.. ونبحث في مدى موضوعيته أو تحيزه.. وما اتصاله بما نود معرفته.. ومدى أهمية ما يقدم لنا من معلومات.. وأفكار وآراء وما قد تتضمنه من تناقضات. وكثيرا ما تكشف هذه القراءة النقدية فجوات أو جوانب قصور فيما يتعرض له المؤلف.. أو تستثير في نفوسنا أسئلة تدفعنا للبحث وللدراسة للإجابة عليها، أو لسد الفجوات فيما كشفت عنه في إطار معرفتنا.

وهذا التحديد لأنواع القراءة ليس جامدا أو ثابتا.. فنحن نتراوح في استخدام هذه الأنواع كلها على مدى اليوم الواحد.. بل إن المادة نفسها التي قد تقرأها للتصفح أو الاستمتاع.. قد تقرأها، هي نفسها، قراءة تحصيلية أو قراءة نقدية، عندما تدخل في محيط اهتمامنا، وتتعلق بمشكلة أو قضية سنتجلى جوانبها، لتغير الظروف المحيطة بنا.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 57-58.

وسواء كنا نقرأ من أجل الاسترخاء أو المعلومات أو كليهما.. فمن الضروري لنا أن نكون عللاً يقين بأننا لا نقرأ مجرد تضييع الوقت. وإنما هدفنا هو استغلال وقتنا بذكاء.. ولهذا فمن الضروري أن نتعلم كيف نقرأ جيداً؟ بما فيه الكفاية.. وأن نحصر على أن تكون قراءتنا من أجل الفهم والإدراك.. حتى ونحن ننشد المتعة.

المطلب الخامس: تحسين مهارة القراءة .

حينما نتحدث عن مهارة القراءة نتحدث عن أنفسنا كمستقبلين في عملية الاتصال الكتابي.. ومهارة القراءة متعلقة بمدى قدرتنا من خلال الممارسة الجيدة على استيعاب النص المكتوب والتفاعل معه وفهمه.. وترتبط بمهارة الكتابة لدى المرسل.. مؤلف الكتاب أو كاتب المقال أو الرواية مثلاً.. ومن خلالهما معا تتحقق أهداف الاتصال. فالقارئ لهذا عنصر أساسي.. فهو الذي يجعل للكتابة قيمة حقيقية وهدفا منشودا. ولهذا كانت عناية العلماء بالقارئ.. واهتمامهم بالعوامل التي تساعد على تحسين مهارة القراءة لديه. ويمكننا أن نجمل هذه العوامل في النقاط الآتية:

1. تحديد الأولويات:

تحديد الأولويات للقراءة خطوة أولية وهامة.. فلا يوجد إنسان على ظهر الأرض يستطيع أن يلم بكل ما تخرجه أفواه المطابع من مؤلفات- كانت في عام 1970 بمعدل كتاب في دقيقة، وتتجاوز مع إرهافات القرن الواحد والعشرين ذلك بكثير- بل أننا لا نستطيع حتى في مجالات تخصصاتنا الدقيقة، متابعة سيل المطابع المتدفق من الكتب والدوريات المتخصصة. وحتى إن رغب أحدنا في ذلك، فلن يجد على امتداد عمره القصير، كل الوقت اللازم لقراءة كل هذا الإنتاج.

ولهذا لا بد أن تكون لنا أولوياتنا.. فهناك الأكثر أهمية، فالأقل فالأقل وهكذا وعلينا نختار دائما الأكثر أهمية، والذي يمثل لنا إضافة جديدة، حتى لا نهدر وقتنا بقراءة أشياء غير مفيدة. وهذا إذا كنا نقرأ للحصول على المعلومات والحقائق عن الجوانب التطبيقية، أو المتعلقة باهتماماتنا، أو جوانب حياتنا المختلفة، أو كنا نقرأ لتتعرف على آراء الآخرين وأفكارهم للاستفادة منها في تكوين شخصياتنا وآرائنا.

أما إذا كنا نقرأ للمتعة ولإثراء الوجدان، فليس كل ما تخرجه المطابع من قصص وروايات يستحق القراءة.. ولا بد لنا أيضا من المفاضلة بينها.

وتحديد الأولويات للقراءة يتوقف على عوامل كثيرة.. فقد نختار وفقا للاهتمام، أو الاحتياج. وقد ترتب أولوياتنا وفقا لشهرة الكاتب، أو شهرة النص. أو وفقا لاعتبارات نفسية ووجدانية أخرى.. المهم أن نختار ما نقرأ.. وألا نقرأ ما يحقق إشباعا لدينا¹.

(1) صبيحة عكاشة فارس، مرجع سبق ذكره، ص 43.

2. الانتباه أثناء القراءة:

والانتباه نشاط عقلي يعني التغلب على تأثير المثيرات الأخرى التي تؤثر على التركيز وتشتيت الانتباه .. لأننا يمكننا الاستجابة لأكثر من مثير في وقت واحد.. ويعتبر عدم الانتباه من المعوقات الهامة التي تؤثر على فاعلية عملية القراءة.. وعلى عملية الاتصال بوجه عام. فالمدير أو الداعية أو الخطيب أو المعلم أو المذيع لن يستطيع تحقيق اتصال فعال بينه وبين جمهوره ما لم يكن هذا الأخير منتبها له.. ورجل الإعلان أيضا سيفشل ختما في توصيل الفكرة التي قصد الإعلان توصيلها إلى الجمهور عن سلعة معينة ما لم يجذب هذا إعلان انتباه الجمهور ويستأثر بانتباههم لفترة مناسبة، وذلك كمدخل لإثارة اهتمامهم بالسلعة.

ويجب لكل من يهدف إلى تحقيق اتصال فعال أن يعرف أن هناك انتباه **Span of Attention** يجب مراعاته بالنسبة لكل فرد حتى لا ينصرف عن الاتصال.. فعند الاستماع للمحاضرة مثلا يجب ألا تطول المحاضرة أكثر مما يحتمل جمهور السامعين.. وعند القراءة هناك مدى معين.. فنحن لا نستطيع التركيز في القراءة سوى محددة ونحتاج بعدها إلى راحة لاستكمال عملية القراءة. ويلاحظ أن مدى الانتباه يختلف باختلاف الأفراد وباختلاف ظروفهم، ومراحل نموهم، وباختلاف موضوع القراءة نفسه.. ووفقا لدرجة أهميته.

فالانتباه مهم لنجاح عملية القراءة.. لأنه يعني التركيز.. كما أن عدم الانتباه ينتج عنه كثير من الفشل. ولكن يمكننا تعلم مهارة التركيز أثناء القراءة.

وللتغلب على هذه المشكلة توجد ثلاثة اقتراحات تعاوننا على تحقيق ذلك وهي كما اقترحها "هاري شو" على النحو التالي:

✦ قم بجهد معتمد لتنمية إرادة القراءة بانتباه يقظ.. أدفع نفسك باهتمام أكبر إلى الصفحة التي أمامك.. قل لنفسك إنك تستطيع أن تسيطر على المادة التي أمامك.. استمر في التأكيد لنفسك بأنك تتوقع بثقة أن تفعل ذا جيدا.. إن حديثك الموحى إلى نفسك بهذه الطريقة يجعلك تكسب الصراع.

✦ كلل بضع دقائق.. توقف عن القراءة لبعض ثوان أو لدقيقتين. أغلق عينيك للحظة.. افعل شيئا ما.. قف مثلا لمدة عشر ثوان.. لكن لا تنصرف لمدة أطول حتى لا تجعل ذهنك ينصرف إلى أمور أخرى.. وتنسى المهمة التي بين يديك.. سوف تساعدك هذه الوقفة على الرجوع مرة أخرى إلى المهمة التي بين يديك بانتباه وشغف متجددين.

✦ استمر في محاولة التركيز بشدة على ما تقرأ، واستمر في تلك المحاولة يوما بعد آخر.. قد تكون النتائج ضعيفة أولا.. لكن في أثناء قراءتك بتركيز أكبر أسبوعا بعد أسبوع سوف تصبح المهمة أسهل وأكبر طبيعية.¹

¹ المرجع نفسه، ص 44-45.

3. أفهم ما تقرأ:

أشرنا قبل ذلك إلى أهمية الفهم، ولاشك أن تركيز الانتباه أثناء القراءة هو المدخل الأساسي لفهم ما تقرأ..ولكن إذا أردنا أن نمي مهارة الفهم للمادة المقروءة لدينا.. فهناك خطوات محددة تساعدنا على ذلك وهي:

القراءة بالسرعة المناسبة لطبيعة المادة المقروءة..ووفقا لغرضنا من القراءة.

✦ ممارسة القراءة مع التفكير فيما نقرأ.

✦ الاهتمام برصد الإستجابات الناشئة عن القراءة مع التفكير فيما يقرأ..سواء أكانت عبارات تكتبها، أو ملاحظات تدونها، أو ملخصات..وسواء وافق ما نقرأه اتجاهاتنا أوخالفها..فالمهم هو التعرف على الاستجابة لضمان ألا تعمل هذه الاستجابات كعمق للاتصال عند عدم رضائنا..أ، تدفعنا إلى فهم المضمون بطريقة محرفة أو الابتعاد عن الموضوعية.

✦ تنمية الرغبة في تذكر ما نقرأ..فوجود هذه الرغبة يجعلنا ونحن نقرأ نربط كل فقرة بأخرى، وكل فكرة رئيسية بأخرى..ويجعلنا نتوقف ثواني عند انتهاء الفقرة أو الفكرة ونتساءل في أنفسنا عما نتحدث؟...ماذا نقول؟..أو ماذا تقصد؟..ونأخذ الخلاصة معنا إلى الفقرة التالية..ونرتب ما نستخلصه في نموذج أو ملخص له معنى.. وتنمية الرغبة في التذكر ترتبط بتنمية الحوافز..ويمكننا أن نوجد الحوافز لأنفسنا كالشعور بالرغبة والاحتياج للمعلومات لضمان التفوق والنجاح في العمل..أو لشغفنا بها..أو لتجنب الإحراج..فنحن لا نتذكر الأشياء التي لا نشعر الاهتمام لتذكرها..ولذلك فالعلاقة بين التذكر والاتجاه نحو القراءة مهم لتنمية القدرة على التذكر..وتواجهنا هنا مشكلة الارتداد، فعندما نفقد تركيزنا للحظة أثناء القراءة أو ننشغل بمؤثر آخر سواء داخلي أو خارجي..قد نمر بأعيننا على كلمات أو فقرات دون أن نعيها اهتماما لانشغالنا عنها، وعندما نتوقف لتذكر ما قرأناه..نجد أنفسنا لم نستوعب شيئا..أو استوعبنا ما قرأناه بصورة مشوشة..وهنا نمارس عملية الارتداد أوالنكوص..فنعود إلى ما قرأناه مرة أخرى..وكثرة عملية الارتداد تؤثر على عملية القراءة..ولذلك فممارسة التذكر والانتباه أثناء القراءة تجنبنا الارتداد المستمر. ويوفر لنا ما قد يضيع من وقت في إعادة القراءة والمعاناة مرة بعد أخرى.

✦ استخدام القاموس للتعرف على الكلمات التي لا نفهم معناها.

✦ التعرف على الأفكار الرئيسية والفرعية.

✦ دراسة الهوامش والرسوم والخرائط والرسوم البيانية المصاحبة.

✦ البحث عن التلميحات والمعاني الغامضة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 46-47.

4. توفير البنية المناسبة:

وتتضمن بنية القراءة عوامل عديدة تؤثر على فاعلية القراءة كنشاط ممارسه. ولهذا فمن الضروري تعلم السيطرة على هذه العوامل، حتى نضمن ممارسة هذا النشاط بفاعلية، ونضمن تحقيقه لأهداف وهي:

✦ تلافي تأثير المشكلات الشخصية أو العامة:

فالإنسان عندما يعاني من مشكلات متعلقة بالعمل أو بعلاقته بأفراد أسرته أو بزملائه وجيرانه.. أو عندما يعاني من مشكلات مادية.. فهذه المشكلات ستؤثر بلا شك على مدى انتباهه وتركيزه أثناء القراءة.. وبخاصة الموضوعات الجادة، أو الموضوعات الخفيفة. أما القراءة لغرض الاستمتاع، كقراءة القصص والروايات، فرمما تكون أنست له في ظل هذه الظروف.. بل قد تنجح في انتشاره من هذه المؤثرات المعوقة للقراءة.

✦ الحالة المزاجية: فالإحساس بالراحة والسعادة والهدوء يعمل كعامل مساعد للقراءة. بخلاف مشاعر الضيق والاكتئاب والقلق التي تحول دون التركيز والاندماج والاستيعاب للمادة المقروءة.

✦ الاتجاهات السالبة: فالاتجاهات السالبة نحو المادة المقروءة أو مدى قيمتها.. وقدر مصداقيتها.. وكذلك افتقاد الثقة في الكاتب.. والشعور بعدم مصداقيته.. يجعلنا نأخذ موقفا سلبيا حتى قبل قراءة المضمون.. وكذلك إذا ما كانت لدينا تصورات مسبقة وتعصنا لها.. فهذا التعصب للرأي سيجعلنا نتسم بالسلبية إزاء ما نقرأ. وبالتالي فلن نوفر لأنفسنا الفرصة الحقيقية للاستيعاب والفهم.. وقد لا نقرأ أصلا هذه المادة.. أو نقرأها ونفهمها وفقا لتصوراتنا ووجهة نظرنا نحن.

✦ الوضع السليم للقراءة:

لممارسة القراءة المطولة، ولتجنب الإجهاد والشد العضلي، وبخاصة عند قراءة الموضوعات الجادة، فإن الجلوس في وضع معتدل على كرسي إلى المائدة وتوفير الإضاءة المناسبة.. وتهوية المكان.. والتخلص من المؤثرات البيئية الأخرى، كأصوات الآلات والأجهزة وألوان الضوضاء الأخرى، وكذلك الاحتفاظ بدرجة الحرارة المناسبة للمكان.. من العوامل التي تزيد من فاعلية وتأثير القراءة.

وبخلاف ذلك فالجلوس أثناء القراءة إلى كرسي مريح، أو كرسي هزاز، أو الاستلقاء على الفراش، أو النوم على الأرض.. كما يفضل البعض أثناء القراءة فهذه الأوضاع إذا ما كانت قراءتنا مطولة تجعلنا نشعر بالإجهاد والشد العصبي. كما قد تجعلنا نشعر بالصداع وإحمرار العينين أو بالألم فيهما.. وعلى أية حال فإن الشعور بذلك قد يكون نتيجة لعدم اتخاذ الوضع السليم للقراءة.. فتعدل فورا من وضع جلستك أو الإضاءة أو الحرارة أو التهوية.. وإذا استمر الشعور بالصداع وإحمرار العينين.. فقد يعني ذلك أنك تحتاج إلى راحة بعد الإجهاد أو إلى علاج.. فبادر بالذهاب فورا إلى طبيب العيون أو صانع النظارات.

✦ استخدام الأسلوب الأمثل للقراءة:⁽¹⁾

¹ المرجع نفسه، ص 48-49.

والطريقة المثلى للقراءة كما حددها العلماء تتضمن خطوات عديدة.. يحددها البعض في أربع خطوات:
هي المسح والبحث والالتقاط والمراجعة، ويرى علماء آخرون أنها تتضمن خطوات هي:

- المسح:

وهو عبارة عن قراءة عابرة للكتابة أو الوثيقة.. تتوقف العين فيها أمام العناوين أو مقدمات الفصول ونهايتها.. ومقدمة الكتاب وخاتمته، وأمام الصور والرسوم البيانية وفهرس المحتويات، وأحيانا بعض الجمل والفقرات. وهذه القراءة تزودنا بفكرة عامة عن الموضوع بأسرع ما يمكن.. وهي جزء جوهري في عملية القراءة وهذه الطريقة نستخدمها كثيرا في حياتنا اليومية عندما نبحث عن رقم تليفون في دليل التليفونات أو عن اسم قائمة أو سجل محدد.. وكذلك أيضا للتعرف على محتويات الصحف اليومية في نظرة سريعة.

- الفحص:

وهي قراءة بتركيز أكثر من السابقة، تساعد في تقييم الموضوع ونقده والتعرف على الفكرة الرئيسية للموضوع وفهم واستيعاب اتجاهه العام. ونستعين لتحقيق التركيز بأسلوب الأسئلة.. فنسأل أنفسنا خلال المسح الشامل للنص عن الموضوع وكيفية عرضه ومدى تمكن الكاتب من تحقيقه هدفه.. وهل الموضوع تضمن ما كان ينبغي أن يشملها؟.. وهل قدم الكاتب جديدا؟.. وهل تضمن وجهات النظر المختلفة حول الموضوع؟.

ومن خلال هذه القراءة تتضح لك طبيعة المضمون، واتجاهه البنائي، ومدى أهميته بالنسبة لك كخطوة للانتقال إلى المرحلة التالية وهي القراءة:

- القراءة: على ضوء الخطوة السابقة، اتخذت قرارك بقراءة الموضوع ككل، أو قراءة مبحث منه، وأصبحت على استعداد للتعامل مع النص.. ولكن يلاحظ أنك قد تعرفت على فكرته الرئيسية، وعلى الأجزاء المهمة، والأجزاء الأقل أهمية.. ولهذا سيختلف أسلوبك في القراءة بسرعة وبطأ حسب تقديرك لأهمية المادة. وأحيانا قد تعاود قراءة النص مرة ثانية وثانية لفهمه والتعرف على الأفكار الرئيسية والأفكار الفرعية فيه.. وذلك كخطوة لفهم النص واستيعابه كاملا.. ويراعي ضرورة الاهتمام هنا بالرسوم والجداول والصور، وفهم دلالاتها وصلاتها بالأفكار الرئيسية، ويلاحظ أن الفكرة الرئيسية للنص قد نحصل عليها من الجمل الافتتاحية في فقرة البداية وأيضا من الفقرة الختامية.

وفي هذه المرحلة من القراءة اعتاد البعض تدوين ملاحظاته، وما قد يعن له من أفكار على هامش النص.. وقد يلخص بعض الأجزاء، أو يضع إشارات، أو خطوط، أو علامات ذات دلالات معينة تتطابق مع ما فهمه من النص.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 50-51.

- الاسترجاع: وهو محاولة للتأكد مما استوعبه ..ومن أنك بفاعلية. حاول أن تسترجع الأفكار الرئيسية، والتفاصيل المدعمة.. وإذا كنت لا تستطيع، فهذا ي عني أنك لم تقرأ بفاعلية.. ويلاحظ وضع عملية الاسترجاع في الاعتبار أثناء القراءة يجعلك تركز أكثر ، وتقرأ بفاعلية أكثر.

- المراجعة:

وهي خطوة ضرورية تفيد في التأكد من أنك لم تفقد شيئاً جوهرياً أثناء القراءة، وتساعدك على التثبيت من الأفكار غير الواضحة، أو المشوشة، ولإعادة قراءة ما لم تستطع تذكره خلال مرحلة الاسترجاع. وبالتدرب على إتباع الخطوات السابقة، مع الالتزام بالجوانب الخاصة بتنمية عادة القراءة السريعة- كما أشرنا إلى ذلك سابقاً- يمكنك أن تصبح قارئاً جيداً.

المبحث الخامس: مهارة الكتابة

المطلب الأول: أهمية مهارة الكتابة

نحن لا نتعلم الكتابة إلا بعد أن نكون قد تعلمنا مهارات الاستماع والحديث والسؤال والقراءة..ونبدأ في تعلم هذه المهارة مع بداية الإنخراط في السلك المدرسي..وعلى الرغم من أن برامج التعليم في كل دول العالم تقريبا تولى عناية خاصة لتعلم الكتابة..إلا أن الكثير منا، وحتى المرحلة الجامعية وما بعدها، يشكون من عدم القدرة على عرض أفكارهم أو التعبير عنها..

وتظل هذه الشكوى قائمة بعد الانتقال إلى ميادين العمل المختلفة.. إذ يظل عدم القدرة على الكتابة الواضحة عائقا دون تحقيق الاتصال الفعال.. فمهارة الكتابة ضرورية لكتابة الخطابات والمذكرات والتقارير والنشرات والملصقات والكتيبات. كما أنها ضرورية لإصدار ولإعداد الكتب والصحف والمجلات. وأيضا لإعداد نصوص الأحاديث الإذاعية والتلفزيونية المباشرة. ولإعداد نصوص الخطب والمؤتمرات والمحاضرات والاجتماعات. فخلال العمل اليومي في ميادين الأعمال المختلفة. وخلال دورات حياتنا اليومية لا يمكننا الاستغناء عن الكتابة.. ولا يستطيع أحد أن يقلل من شأن الكتابة في وقتنا الحاضر.

فهي تحتل جانبا كبيرا من حياتنا. وتأخذ قسطا كبيرا من نشاطنا اليومي.. وكل منا يصرف جزءا كبيرا من نشاطه، إما ناقلا لأفكاره كتابة، وإما قارئاً لما هو مكتوب.. ولعله يفوق الخيال تصور كمية الأوراق المكتوبة في صور شتى، وكلها تتناول الحياة الإنسانية في جميع جوانبها المادية والمعنوية.. ترتبط بماضيه، وتصوغ حاضره، وتخطط لمستقبله.

وقد عرف الإنسان الكتابة منذ زمن بعيد. وعمل على تطويرها حتى وصلت إلى الصورة التي نعرفها الآن... شعر في البداية بعجزه عن تذكر الأحداث والتواريخ والأعداد فعمل على تدوينها في صورة ثابتة، ليتمكن من الاحتفاظ بها والرجوع إليها كلما دعت الحاجة.. فتوصل إلى تحويل الرموز الصوتية —أي اللغة— من الرموز السمعية إلى رموز بصرية يمكن تسجيلها بالنقش أو الرسم. أي أنها تمثل مرحلة تالية في استخدام اللغة كوسيلة للاتصال. إذ أن اللغة نشأت منطوقة أولا، ولذا فإن الحديث كان وما يزال الأساس الأول لاستخدام اللغة.

وتتميز الكتابة عن الحديث أو الاتصال الشفاهي بمزايا عديدة:

1. إن الكتابة لا تمنح على مر الأيام والسنين. وهي لذلك أقدر على ربط الأجيال المتعاقبة بتراتها. فالحديث الشفهي قد يتناقل لفترة من الزمن، ولكن من المحتمل جدا أن ينساه الناس وهو يتناقلونه من جيل إلى جيل.
2. إن الكتابة أكثر أمانة على النص من الحديث الذي قد تتاح الفرصة للتشكيك في دقته وصحة نسبه إلى صاحبه.
3. تعمل الكتابة على نقل المعلومة إلى عدد أكبر من الناس مما ينتجه الحديث.

4. تسمح الكتابة بالجوع إلى المعلومات وقت الحاجة.
5. تسمح بتوصيل جميع المعلومات المراد إيصالها، سواء أكانت تعليمات أم أوامر أم بيانات أم إحصاءات، وتقديمها بصورة تفصيلية واضحة، وبفاعلية إلى أفراد الجمهور المقصود.
- ورغم الأهمية للكتابة، إلا أن الحديث يتفوق عن الكتابة في عدة نواح:
- ✦ فالكتابة أصعب من الحديث.. وليس أدل على ذلك كما أشرنا سابقا أن الطفل يتعلم الحديث في وقت مبكر في حياته.. ويتأخر تعلمه للكتابة عدة سنوات قد تصل إلى عشر سنوات، ليتمكن من استخدامها كوسيلة للاتصال مع الآخرين.
 - ✦ إن الكتابة عملية بطيئة تستغرق وقتا وجهدا أكبر بكثير مما يستغرقه الحديث.
 - ✦ إن الكتابة عملية باردة في معظمها، إذ ينقصها الدفء والحيوية اللذان تحسهما في الحديث.
- فعندما نتحدث مثلا في محاضرة أو ندوة أو اجتماع، أو نتنافس مع الآخرين أو نلقي بالأوامر والتعليمات إلى الآخرين، أو نخطب، فنحن نحتاج إلى اكتساب مهارة التعبير عن أفكارنا شفويا.. وإلى القدرة على استخدام التعبير الوجهي والجسمي ولغة الإشارات ونغمة الصوت كمستويات للتعبير عن المعنى المقصود.. ورغم كل هذه المهارات اللازمة للتعبير الشفاهي، إلا أننا نمارسها بتلقائية وعفوية وسهولة أكثر، مما نشعر به عندما نمارس الاتصال الكتابي.. فكتابة الخطابات والتقارير والمذكرات والمقالات وغير ذلك من المواد المكتوبة شيء مختلف تماما، وأكثر صعوبة.
- لأننا هنا سنفرغ الأفكار والمعلومات والأحداث والحقائق والمشاعر والاتجاهات في قالب كتابي. أي نحوها من باب الفكر إلى باب التدوين على الورق.. وعن طريق اختبار الألفاظ وترتيبها في شكل له أثره وطابعة في اللغة المستخدمة، نحوها إلى مادة مفهومة وواضحة ومشوقة، وذلك من خلال الرموز اللغوية. وتتكون من هذه الرموز الأشكال التحريرية المختلفة، كالخطاب والتقارير والمقال والخبر والتحقيق والحديث الإذاعي المباشر.. إلخ.
- ومشكلتنا هنا حينما نوجه رسالة مكتوبة إلى قارئ.. وانصرف هذا القارئ عن القراءة أو لم يقتنع بما قرأ.. فالكاتب هو الملموم.. ولا مجال لإلقاء اللوم على القارئ، بدعوى أنه عاجز عن فهم ما كتبه.. أو غير قادر على استيعاب الأفكار والوصول إلى النتيجة التي وصلنا إليها.. وإنما الأصح القول بأن الكاتب هو الذي لم يحسن صياغة أفكاره في لغة سليمة وواضحة ومحددة.. وأنه لم يؤيد أحكامه بالبراهين الكافية.. وإنه يراع في عرضها الترتيب المنطقي السليم.
- ومن ناحية أخرى فعندما لا نقدر على توصيل أفكارنا إلى القارئ بطريقة تؤثر فيه وتقنعه فنحن الطرق الخاسر أيا كان موقعها أو عملنا.. وليس القارئ.
- ومن هنا تأتي أهمية تعلم مهارة الكتابة.. وأهمية الالتزام بالقواعد والوصول التي تساعد على أن يكون للكاتب أسلوبه⁽¹⁾

(1) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، بيروت، 1984، ص55.

وشخصيته المتميزة، بالقدر الذي يمنحه الأساس لكتابة الهادفة المؤثرة.. وبما يترك المجال بعد ذلك لإبراز المهوبة الفردية والتميز الإبداعي.

المطلب الثاني: القواعد العامة للكتابة الفعالة

القواعد السياسية للكتابة المؤشرة لا تختلف باختلاف نوع الكتابة، ولا باختلاف الغرض منها.. لأن الهدف من الكتابة أساسا هو الاتصال بفاعلية، أي التأثير في الآخرين.. فالتأثير في الآخرين هدفنا دائما، وشغلنا الشاغل من عملية الكتابة.. سواء ونحن نكتب خطايا يقرأه فرد واحد، أو مذكرة إدارية، أو تقريرا يطلع عليه عدد محدود من الأفراد، أو مقالا نبعث به إلى صحيفة، أو قصة أو رواية يقرأها آلاف الأشخاص.. وسواء أكانت كتابنا لغرض روتيني يتصل بأهداف الاتصال الإداري.. أم كنا نكتب لغرض الإقناع أم كاتب كتابتنا إبداعية الإقناع والإثراء الوجداني. في كل هذه الأحوال.. لا يتحول بصرنا عن مستقبل الرسالة الإعلامية، ولا عما نريد للرسالة أن تحدثه في القارئ من تغيرات. وهذه الكتابات المؤثرة مكمومة بقواعد وضوابط محددة تتحكم في عملية بنائها وتكوينها لتخرج بالشكل الذي يوفر لها صفة التأثير.

والاهتمام بوضع وتحديد هذه القواعد أمر توافق عليه مئات الباحثين من مختلف التخصصات ومنذ عصور بعيدة، بدءا من القواعد النحوية لضبط البناء اللغوي، وعبر قواعد علوم البلاغة والبيان والبديع، ومرورا بإسهامات المناطقة وعلماء النفس والاجتماع والاتصال.

وقد تعرضنا في المبحث السابق للضوابط اللغوية الخاصة بالنص الكتابي وللقواعد المتعلقة بالظروف البيئية المحيطة بالنص.

وفي هذا المبحث نتعرض لمناقشة القواعد العامة، ويمكننا أن نجعلها على النحو التالي:

1. القاعدة الأولى: الاكتمال

والاكتمال يعني أن تحتوي الرسالة الإعلامية أو النص الكتابي على كل المعلومات أو الحقائق التي يحتاجها القارئ ليقوم برد الفعل الذي نتوقه. ويجب أن تأخذ في الاعتبار وأنت تحدد كمية المعلومات التي تكفي كل قارئ، اختلاف القدرات الذهنية للقراء.. واختلاف خلفياتهم وآرائهم واحتياجاتهم واتجاهاتهم وعواطفهم. والاكتمال للرسالة الإعلامية أمر ضروري.. وذلك لعدة أسباب:

عن الاحتياج إلى رسائل أخرى مكملة الجوانب القصور في الرسالة الأولى فتوفر بذلك وقتا ومجهودا إضافيين. ولضمان الاكتمال للرسالة الإعلامية أو النص الكتابي.. يجب أن نضع في اعتبارك أن الرسالة المكتملة هي الرسالة التي تجيب عن الأسئلة الستة المعروفة:

من؟ متى؟ أين؟ ماذا؟ كيف؟ لماذا؟

وأیضا تتضمن إجابات لكافة الأسئلة الأخرى التي يمكن أن نتوقها.. وليست فقط التي يحتاجها القراء.. لأن القراء ربما لا يعرفون ما يحتاجونه أو قد تكون أسئلتهم غير دقيقة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 56-57.

فعلى سبيل المثال عندما تكتب خطاب دعوة لاجتماع أو مؤتمر.. يجب أن يتضمن وكيفية الوصول إليه، وبرنامج الحوار، وجوانب الترقية إن وجدت. وكذلك عندما تعلن عن سلعة معينة يجب أن تحدد نوع السلعة، وموافاتها.. ومتى تتوافر بالأسواق؟ وأين؟ والسعر الذي تباع به، وكيف سيتم الدفع؟... والجمهور الذي تخاطبه. وهكذا.. فالمعلومات المقدمة يجب أن تكون مكتملة.. وإلا سيشعر الجمهور بعدم الراحة لمعلومات غير المكتملة. وعندما ترد على استفسارات معينة ولم يكن لديك إجابات محددة فيجب أن توضح ذلك. أو كانت لديك معلومات غير مهمة عند الإجابة على السؤال، أو مجموعة أسئلة قدم إجابتك بكل الواقعية والأمانة.

2. القاعدة الثانية: الإيجاز

يساعد الإيجاز على إبراز المعنى المقصود وتوضيحه.. فالعبارة توصيل المعاني تكمن في اختيار أقصر الطرق المؤدية إليها.؟ ز وهو مرحلة وسط بين الاختصار المخل والتطويل الممل. ز ويتحقق الإيجاز للنص الكتابي بمجموعة من الاعتبارات هي:

✦ حذف الجمل غير الضرورية، وكذلك الإطناب.. ويلاحظ أن التكرار سواء اللفظي أو بالمعنى قد يكون ضروريا للتأكد.. ولكن عندما يقال نفس الشيء ثلاث أو أربع مرات بدون سبب، ستكون الرسالة نفسها ضعيفة.

✦ احتواء الرسالة على الحقائق المتصلة بالموضوع فقط.. أي على الأفكار التي تحقق الهدف.. ولاحظ أن طول النص مرتبط بما يكفي لتحقيق لهدف.. والزيادة تعتبر حشوا وتطويلا.

✦ تجنب التعبيرات المتبدلة أو غير المتصلة بالموضوع، أو المستخدمة لأغراض المبالغة فهذه تؤثر سلبا على القارئ.

✦ الاختيار الدقيق للكلمات الدالة على المعنى المقصود وبوضوح. ويتحقق ذلك بتجنب الكلمات الغامضة، وغير الدقيقة، والتي تحتمل أكثر من معنى.

وهناك أسباب تجعلنا نبتعد عن الإيجاز ينبغي الوقوف عليها لتجنبها وهي:

- ✦ عدم التركيز على هدف الرسالة.
- ✦ احتوائها على معلومات يعرفها القارئ.
- ✦ احتوائها على معلومات غير متعلقة بها.
- ✦ اللف حول الموضوع وليس الدخول إلى الموضوع مباشرة.
- ✦ التطويل الزائد عن الحد.
- ✦ عدم مراجعة المسودة الأولى للرسالة.
- ✦ احتوائها على معلومات غير ضرورية⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه، ص 58-59.

✦ الميل إلى المبالغة الزائدة.

3. القاعدة الثالثة: الدقة

الدقة من الأمور في صياغة النص، والدقة تعني الصواب، إن الأخطاء الصغيرة تطل برؤوسها عندما لا يحرر النص بعناية. ومع أن الأخطاء لا ترقى بداهة في خطورتها إلى مقام التحريف الشنيع للحقائق، إلا أنها خليقة بأن يؤسف لها في الكتابة الجيدة. والدقة تعني أيضا التحديد. فاللغة أي لغة مهمتها الأساسية هي خدمة المعاني. ويجب أن تبقى كذلك بغض النظر عن الأسلوب المستخدم. فإذا تداخلت الكلمات المستخدمة لتتحرف بالحدث عن معناه الأصلي، فإن استعمالنا في هذه الحالة يكون استعمالا غير دقيق. فالمعتقل مكان للتحفظ على معتادى الإجرام، بينما يخصص السجن للمحكوم عليهم بمدة قصيرة. وبذلك فإن استخدامنا لكلمة معتقل للتعبير عن السجن، استعمالا في غير محله لأنه يبعثنا عن المعنى الأصلي.

والتحديد مشكلة أكبر عندما تتكاثر المترادفات. فكلمة الأم وحدها لها في اللغة العربية أكثر من مائتي مترادف. وهناك في اللغة الكلمات التي تشير إلى ابسط الفروق والظلال في المعاني، ولتأخذ الأفعال التي تعبر عن السرقة، فكل واحدة منها تعبر عن أسلوب خاص، فهناك على سبيل المثال وليس الحصر "اقتحم، تسلل، باغت، نشل، سلب، اختلس، وغيرها عشرات، ولكل واحدة منها معنى خاصا.

فالتحديث شيء ضروري ومهم من أجل تحقيق الدقة والوضوح للكتابة. والقاعدة الأساسية هي أن من لا يتأكد من معلوماته لا يستطيع أن يعبر عن الحقيقة بشكل مفهوم ودقيق. ولهذا ينبغي ألا تكتب إلا ما تستطيع إثبات صحته، إما بتقديم دليل مكتوب أو بالاعتماد على أكثر من مصدر. وهناك عوامل عديدة تساعد على تحقيق الدقة منها مايلي:

✦ **توضيح المصطلحات والمفاهيم:** فالغالبية من القراء ليست لديهم القدرة على فهم المصطلحات أو الاختصارات المستعملة. ولا بد للكاتب أن يبحث عما يقابلها من الكلمات المعروفة، أو يقوم بشرح كل مصطلح أو مفهوم يستخدمه، وذلك مثل: الناتو، اليونسكو، اليونيسف، الستتو، وغير ذلك من المصطلحات التي نطالب أنفسنا بتوضيح معناها على الأقل مرة واحدة في النص. فهذه المصطلحات لا بد من تفسيرها للمساعدة على دقة الفهم.

✦ **مراعاة الدقة التامة في الترجمة:** فالترجمة عنصر مهم لتوفير المعلومات اللازمة. وتحتاج الترجمة إلى الدقة التامة لنقل المعنى المقصود.

✦ **التأكد من صحة الأسماء.**

فالأسماء التي تذكر بالنص يجب أن تذكر بدقة. كما يجب الحرص على ذكر الإسم كاملا، وعلى ذكر الألقاب العلمية والمدنية والكنائيات، أنها جزء من شخصية صاحبها، ويلاحظ أن الخطأ في ذكر الأسماء يكون نتيجة للرجوع إلى مصادر غير مؤكدة وبعيدة الصلة عن الشخص المراد معرفة اسمه،¹

¹ المرجع نفسه، ص 60

أو للخطأ في نقل الأسماء سواء من الأشخاص أو عن طريق التلفون.

✦ **الدقة في استخدام الأرقام و التواريخ:** استخدام الأرقام في الكتابة محفوف بالمخاطر عادة، ويحتاج إلى كثير من المراجعة، غير أن هذا ليس سببا لعدم استخدامها. والأرقام لا تستخدم لبدء جملة، وتدون كتابة بدلا من ذلك. والقاعدة العامة لكتابة الأرقام، هي استخدام الكلمات العددية للأرقام التي تقل عن عشرة. وما فوق ذلك يكتب رقميا، وكذلك أرقام القرون. كما تكتب الأرقام للدلالة على مبلغ من المال. ونتائج المباريات، وتعيين الوقت. وكذلك في ذكر التواريخ.

ويرجع الخطأ في الإحصائيات والأرقام إلى عدم تركيز الكاتب، وعدم تدوينه الأرقام في حينها. كما يرجع إلى الخطأ في النقل من الكتب أو الملفات بسبب السرعة. كذلك أيضا قد يخطأ المحرر في تسجيل أرقام التواريخ لعدم الرجوع إلى المصدر السليم أو اعتماد على المصادر غير الدقيقة.

✦ **الإقتباسات:** اقتباس هو النقل عن المصدر نقلا حرفيا، سواء من تصريح أو خطبة أو بيان. وسواء أكان المصدر شخصا أم جهة رسمية أم هيئة إعلامية، وفي هذه الحالة يكون من الضروري أن يلتزم بالقواعد التالية:

أن يميز الكلمات والجمل المقتبسة عن بقية الكلمات والجمل التي يتضمنها النص، بوضع الإقتباسات بين علامات التنصيص. وتتكرر العلامات لكل فقرة إن تكررت الإقتباسات في النص.
أن يعبر النص المقتبس عن الهدف الحقيقي للمصدر، وأن يتصل النص المقتبس بالموضوع .
يمكن الاستغناء عن الكلمات المكررة أو الزائدة في الجمل المقتبسة بشرط ألا يكون في حذفها أي تحوير أو تغيير للنص الأصلي أو تحوير للمعنى.¹

4. القاعدة الرابع: الموضوعية

الموضوعية تعني فصل الرأي عن الحقيقة، وتحقيق النزاهة والتوازن، بإعطاء الأطراف المختلفة فرصا متكافئة لإبداء وجهات نظرها، حتى يتسنى للقراء الحصول على كل المعلومات اللازمة حول قضية، أو حدث من الأحداث، أو مشكلة. وهي تعني الحياد، بمعنى عدم التحيز، والتحيز يعني أن يتحرر الكاتب بشكل مطلق من التأثيرات والأولويات، بمعنى أن يبذل قصارى جهده لتلافي أثر كل من العوامل الذاتية الشخصية، والعوامل الخارجية التي تدفعه إلى تحريف الواقع. وعلى هذا، فالموضوعية تعني البعد عن كل التحريفات المتعمدة، أما التحريفات التي تحدث لأسباب خارجية عن الإرادة فهذه لا حيلة لنا فيها.
وهناك عوامل يساعد تجنبها على تحقيق الموضوعية وهي:²

(1) المرجع نفسه، ص 60.

(2) إبراهيم إمام، دراسات في الفن الصحفي، الأنجلو المصرية، 1972، ص 80.

أ. تجنب المصطلحات عالية التجريد:

فالمصطلحات مثل: وطن، متطرف، رجعي، متحرر، ديمقراطي تعتبر ذاتية، لأنها تتأثر بتصور المحرر لمعانيها. وكذلك بشعور تجاهها. كما أن عليه أن يدرك أيضا أنها مصطلحات بلا معنى تقريبا حتى الآن، لكونها تفتقر إلى مدلول عام، أو مدلول متفق عليه. ولذلك ينبغي للمحرر الذي يرغب أن يكون موضوعيا أن يقلل من استخدامه لهذه المصطلحات، وأن يجعلها في أضيق نطاق، وأن يوضح مدلولها عند استخدامها بربطها بأفعال الفرد وتصرفاته. وبعبارة أخرى يجب ألا نصف تصرفات ذلك الشخص بأنه تحرر. ولكن قل لنا ما هي معتقداته؟ وكيف يعمل؟ وماذا يقول؟ ومن خلال ذلك سنقترب قليلا من درجة فهمه.

ب. تجنب الأمور المثارة :

بمعنى عدم اشباع جوع القراء إلى الموضوعات التي تلي احتياجاتهم من ناحية. أو اهمال الموضوعات التي هي موضع اهتمام من ناحية ثانية، وذلك لدوافع عديدة مسبقة أو لاحقة تجعل المعلومات خاضعة للظروف وللنظم السياسية، ولجمهور القراء ومصالحهم، أو لمصلحة الناشر، ويقرر أساندة الصحافة أن تجاهل نشر حادث ما أو عدم نشره بسبب تعارضه مع سياسة الصحيفة وأهدافها إنما هو نوع من تحريف الحقيقة، ويسقط عن الصحيفة صفة الموضوعية والدقة. وهذا الاهتمام بالأحداث والوقائع التي لا تتفق مع اهتمامات الناس لا يتمشى مع الأمانة الصحفية كما ترى الجمعية الأمريكية لتحرير الصحف.

ج. افتعال الإهتمام:

وهو الوجه الآخر لتجنب الأمور المثارة. ويعني افتعال الإهتمام بمعلومات معينة وإبرازها، والحصول على تفاصيل وإبرازها، بغض النظر عن درجة أهميتها للناس. ومن ذلك اهتمام الصحف بتصريحات زيارة أحد المسؤولين، فتبرزها وتحرص على اختيار عناوين ضخمة لها رغم عدم أهميتها. وهذه الممارسة تتنافى مع الصدق والموضوعية.

د. تقديم الآراء على أنها حقائق:

ويعتبر هذا الأسلوب الأكثر شيوعا في وسائل الإعلام وفي كثير من الكتابات الأخرى، على الرغم من أن الفصل بين الرأي والحقيقة يعتبر أخلاقيات مهنة الكتابة.

وتساعد الخطوات الآتية المحرر على عدم المزج بين الحقائق والآراء:

✚ لا تكتب شيئا عن حدث لم تدونه بنفسك.

✚ احذر الكتابة عن موضوعات تثير الجدل.

✚ قارن بين الحقائق من خلال الاستعانة بأكثر من مصدر للتأكد من المعلومة.¹

¹ المرجع نفسه، ص 81-82.

✦ اعتمد دائما على الوثائق فهي براهين دامغة، واسع لها دائما واقرأها بعناية، وقارن بين ما تتضمنه من معلومات ومعلومات المصادر الأخرى.

هـ. معالجة المعلومات بطريقة غير موضوعية:

وتعني المعالجة جوانب متعددة، ابتداء من عملية الاختيار التي تتم وفقا لظروف متعددة. فقد تركز المعالجة على ابراز بعض الجوانب على حساب أخرى، أو الاكتفاء بالجوانب السلبية لشخص أو لفكرة على حساب الجوانب الايجابية. وأبشع ما تقدم عليه الصحف من أساليب المعالجة غير الموضوعية للأخبار، هو تعمد إضافة معلومات غير صحيحة، وهو ما اعتبرته الجمعية الأمريكية لحرري الصحف أمر مدمر للقيم الأساسية لمهنة الصحافة.

و. العناوين المضللة:

فعندما نستخدم العناوين للايحاء باتجاه معين. أو تكون الصلة بين العنوان ومضمونه صلة واهية. أو عندما يقدم العنوان بشكل موجز جدا، فهذا يعني أن هناك محاولة للتأثير المتعمد على القارئ، مما يؤثر بصفة أساسية على موضوعيتنا.

التكرار: فالتكرار المستمر لمعلومات تتعلق بشخصيات معينة أو أفكار أو مشاعر، يمكن أن تستثير مشاعر محددة أو مقصودة، لإبراز هذه الشخصيات والمشاعر والأفكار بشكل دعائي، مما يؤثر على درجة موضوعيتنا.

4. القاعدة الخامسة: البساطة

التبسيط سمة هامة من سمات التحرير الكتابي الذي يعرض الأحداث والأفكار بطريقة مفهومة، والكتابة المبسطة ليست الكتابة التافهة السطحية، فأحسن الكتابات هي البسيطة والسهلة التي يسهل تتبعها، والتي تحدث اتصالا بينك وبين القراء، فالصحافة هيب الاتصال، وقد صرح "رانست همنجواي" بأنه يكتب للذين يحركون شفاههم أثناء القراءة.

فالكتابة البسيطة هي الكتابة التي يسهل على الجماهير استيعابها وفهمها. كما أنها مواد تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده. وينتج عن ذلك أن ما يعرض على الناس ليس هو الحقيقة الكامنة، وإنما هو الحقيقة الواقعية المبسطة، ولا بد أن تكون المادة المعروضة متفقة مع الثقافة الشائعة والمعتقدات الدينية والمعايير الأخلاقية.

وترتبط البساطة بمدى مقدرة الكاتب على فهم ما ينقل. يقول "جيم جانون" المحرر التنفيذي لـ "ديمواريجستر أند تريبيون" إذا لم تستطيع التبسيط فأنت لا تفهم، وأبسط الطرق لإظهار مدى فهمنا لموضوع ما، هو أن ننقله للناس بطريقة يفهمها كل الناس، فإذا لم يكن بمقدور القراء أن يفهموا ما نكتبه.. فلماذا إذن نكتب؟

وبأخذ التبسيط في الكتابة جانبيين:¹

¹ المرجع نفسه، ص 83-84.

أ. الجانب النمذجة:

ويشمل تبسيط الشخصيات والأفكار والعقائد والمذاهب والتجارب الإنسانية فيما يسمى بالنمذجة. بمعنى الاستعانة بالرموز والأنماط والنماذج لتجسيد هذه المعاني، ليسهل على عقلية الجماهير استيعابها، كما يقول الدكتور إبراهيم إمام.

وتقوم هذه النماذج على أساس انتزاع بعض الصفات تحريها من سياقها العام، ثم إبرازها وإلقاء الضوء عليها، مع إعطاء مغزى لها يميزها، ويسر فهمها. والطبيعي أن تقوم هذه العملية على أساس التضحية بالتفاصيل؟، وعدم الاحتفاظ بالنسب الحقيقية في الشخصية الأصلية من أجل خلق النموذج المبسط الذي يفهمه الناس، فالإرهابي والمتطرف والوطني والشيوعي واللص والشريد والعامل والزنجي واليهودي.. كل هذه نماذج بشرية تقدم في بضع خطوط أو لمسات شديدة الاختزال، تبعد عن الحقيقة الكاملة بتفاصيلها المتشعبة. وتتلقى الجماهير ثقافتها ومعلوماتها من خلال هذه النماذج. وتتضح خطورة هذه النماذج عند المبالغة في التبسيط، فليس غريبا أن نجد الزنج كسالي، والعرب متخلفين واليهود ماكرين، والرجل الأبيض تقدميا، والملون مهضوم الحق حقيرا، فضلا عن معاني الحرية والديمقراطية والاشتراكية والشيوعية التي تتردد كذلك بنفس البساطة النمطية والتجسيد السريع.

ورغم ما يمثله هذا النمط في التبسيط من أهمية، إلا أنه كثيرا ما يؤدي إلى فشل الاتصال، وبخاصة عندما لا يعرف الجمهور ما تعنيه كلمات الكاتب، ولا يفهم ما يقصده، لذلك يتعين على الكاتب أن يعرف ما يتحدث عنه حتى يعبر عنه ببسر وسهولة، وعندما يستخدم تجريدات مثل الديمقراطية والحرية والرأسمالية فينبغي أن يوضح معانيها. كما ينبغي أن يتجنب استخدام الكلمات البراقة، التي قد لا يفهمها كثير من الكتاب أنفسهم، وألى بنا ألا نكتب إلا إذا كنا نعرف ما نقول.

ب. جانب تبسيط أسلوب الكتابة:

ويعني التبسيط تحقيق سهولة الفهم نتيجة لأسلوب الكتابة، أي أن نحاول أن نقدم للقارئ موادا يمكن أن يفهمها بسهولة ويسر، ولهذا فإن فن الكتابة المؤثرة هو فن التغلب على عقبات الفهم ويسر القراءة. والبحوث التي ركزت على دراسة تبسيط القراءة تسمى ببحوث الإنقراطية، أو قابلية القراءة، ومع معظم الدراسات التي تناولت هذا الجانب ركزت على الكتابة باللغة الإنجليزية، إلا أن النتائج الرئيسية التي توصلت إليها يمكن تطبيقها على اللغات الأخرى أيضا، وفي نطاق هذه الدراسات تم التوصل إلى اختبارات يمكن أن توضح مدى سهولة وصعوبة الكتابة على الفهم، وهذه الاختبارات معظمها اختبارات أمريكية. ولكن الفكرة العامة ستظل صحيحة على الأرجح: وهي أنه كما كانت كتاباتك معقدة تطلب ذلك أن يكون قراؤك على قدر كبير من التعليم.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 84-85.

وقد توصلت الدراسات الخاصة بتبسيط أو ييسر القراءة إلى نتائج بالغة الأهمية فعندما تكون الجملة علمية وتكون الجملة طويلة صعبة، فإن درجة القابلية للقراءة لا تزيد بحال عن 30%. وعندما تكون الجملة أكاديمية، ويصل طول الكلمات في الجملة إلى 25 كلمة، وعندما تكون الجملة رفيعة المستوى، وعدد الكلمات في الجمل 21 كلمة، فإن درجة القابلية للقراءة لا تزيد عن 20%. وعندما تكون الجملة مختارة، ويكون الأسلوب عاديا، تصل درجة القابلية للقراءة إلى 70%. وعندما تكون جملة قصص مصورة، وعدد كلمات الجملة حوالي 8 كلمات فأقل، تصل درجة القابلية للقراءة إلى 100% في بعض الحالات.

وفي بحث "لثور نديك ولورج" لاستكشاف الكلمات الشائعة أو الأكثر شيوعا. توصلنا إلى أن ألف كلمة من الكلمات الشائعة تمثل نسبة 80% من الكلمات الإجمالية التي وجدها في بحثنا في الكتب والمجلات. أما التسعة آلاف كلمة الشائعة التي تليها فتمثل نسبة 18% من الكلمات الإجمالية، أي أنه يمكن القول بأن العشرة آلاف كلمة الشائعة تمثل 98% من مجموع الكلمات المستجدة في الصحف والمجلات. ويعد اختيار "روبرت جانين" في عام 1968 من أشهر الاختبارات لقياس قابلية القراءة، ولذا على هذا الاختيار اسم الاختبار "الضبابي" بمعنى أن الكتابة المعقدة هي كتابة ضبابية، وإذا كان عليك أن تكتب ببساطة فعليك أن تبدد الضباب.

وقد اكتشف الدكتور "رودلف فليش" معادلة أو صيغة لقياس يسر القراءة، كما اكتشف معادلة أخرى لقياس الجاذبية الإنسانية أو الاهتمام الإنساني، وقد بني معادلة الأولى على أساسين:

الأول : متوسط طول الجملة.

الثاني: متوسط طول الكلمة محسوبا بالمقاطع.⁽¹⁾

أما معادلة الاهتمام الإنساني أو الجاذبية فهي مبنية على أساسين هما:

✚ متوسط النسبة المئوية لعدد الكلمات الشخصية، وهي جميع الأسماء المعبرة عن الحسية الطبيعية وجميع الضمائر، فيما عدا الضمائر المحاذية، وكلمة الناس المستخدمة مع أفعال الجمع وكذلك كلمة القوم.

✚ متوسط النسبة المئوية للجمل الشخصية، وهي جمل المحادثة المنطوقة بين علامات الاقتباس، وكذلك الجمل المنتهية بعلامات الاستفهام أو التوكيد، ومنها جمل الرجاء والطلب والأمر. وكذلك الجمل الناقصة على أساس النحو اللغوي، ولكن يمكن للقارئ فهمها من سياق الحديث.

وعامل الاهتمام الإنساني كما يقول الدكتور "فليش" يساعد على يسر الفهم ومن فوائده العظمى القارئ وتوبيقه للقراءة.⁽²⁾

(1) المرجع نفسه، ص 86.

(2) جلال الدين الحماسي، الصحيفة المثالية، دار المعرفة، القاهرة، 1974، ص 90.

❖ الطرق المساعدة على الكتابة السهلة:

وفيما يلي مجموعة من الضوابط، يسهل الالتزام بها على الكاتب المبتدئ مهمة الوصول إلى الكتابة البسيطة السهلة، وهي على النحو التالي:

⊕ ضع أهم المعلومات أولاً.

⊕ اربط الأجزاء المختلفة للنص بكلمات أو عبارات رابط للوصل بين الفقرات، ويفضل أن تكون العبارات الرابطة جملة ذات أهمية، بحيث لا يشعر القراء أنهم اجتذبوا عقليا وسيقوا من نقطة إلى أخرى. ومن أمثلة ذلك:

- ورغم المعرصة.

- ومع ذلك فإن.

- أما فيما يتعلق ب.

- وبهذا البيان.

- وعلى سبيل المثال.

⊕ وبالنسبة لحروف ربط الجمل مثل : قد...ولقد...وواو العطف.. فإنه من الأفضل حذف هذه الحروف كلما أمكن.

⊕ استخدام الكلمات المألوفة والقصيرة على كل ما عداها من كلمات:

فاستخدم بدلا من

حريق أتون

دفن طمر

سافر ظغن

وتنجذب استخدام الكلمات التي تتنافر حروفها مثل افرقع، بمعنى انصرف تجنب الكلمات الرنانة مثل :

انفجار الأسعار عند حدوث ارتفاع طفيف في الأسعار

وكلمة أزمة إذ تأخرت عربة القمامة

وكلمة مأساة إذا اصطدمت سيارة بشجرة على جانب الطريق

⊕ تجنب استخدام الكلمات المعربة والأجنبية باستثناء الشائع والمألوف منها مثل:

التلفزيون، الراديو، التليفون، الفاكس.

⊕ قد تظهر الكلمات في الجمل بنظام صحيح.. لأن معنى الكلمة مرتبط بموقعها في الجملة. وأن تكون الجملة تامة لإعطاء معناها كاملا.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 91-92.

✦ الابتعاد عن الجمل الاعتراضية التي تفقد النص تسلسله وسهولته وتصعب عملية الفهم لدى بعض فئات القراء، والجمل الاعتراضية هي أجزاء من الجملة توجد بين شرطين أو هلالين وتبدأ عادة: بالتي-عندما- حينما-بينما، وتعزل باقي الجملة لتوضيح معناها.

✦ تجنب الكليشيهات أو الجمل المحفوظة أو التعبيرات البالية التي يلجأ إليها البعض لضيق الوقت. مثل التعبيرات التي تطلق على وصف الشخصيات:

- رجل يصل إلى أغوار الموضوع.

- رجل يسعى للاستحواذ على قلوبنا.

✦ الاستغناء عن الكلمات الزائدة، كأدوات التعريف التي لا لزوم لها، والأفعال والصفات وظروف المكان والزمان، وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها مثل :

هطل المطر في الجبل تصبح هطل المطر

قام بأعداد بحث تصبح أعد بحثنا

في يوم غد تصبح في غد

دمرت السيارتان تدميرا تصبح دمرت السيارتان

وقد قال لي في حديثه تصبح قال في حديثه

ويلاحظ أن الجملة لا تبدأ بأداة ربط ما لم تتبعها جملة مستقلة في السياق.

✦ فكرة واحدة لجملة واحدة:

وهي نصيحة ليست ضارة أبداً مادامت ممكنة. فأفضل الجمل هي الجمل التقريرية البسيطة، وتضم كل جملة فكرة واحدة. ويشترط ألا يكون ذلك على حساب التنوع والإيقاع الموسيقي الذكي، وهذا الأسلوب يلاحظ أنه لا ينطبق على كل قصة، ولا يمكن استخدامه في كل جملة أو موقف، ومع ذلك فهي طريقة تساعد على الفهم.

✦ طول الجمل والفقرات:

يراعي في الكتابة ألا يزيد عدد كلمات الفقرة الواحدة على 75 كلمة وألا تتألف الفقرة من أكثر من أربع جمل، وقد ينقص عدد الجمل إلى جملة واحدة في الفقرة فالقارئ ملول، والجمل والفقرات الطويلة تزيد مللا، كما أشرنا إلى ذلك سابقا، بشرط عدم الإخلال بالمعنى، أو هلهلة الأسلوب وتداعيه. وهذه العوامل السابق الإشارة إليها لا تعكس إلا المزيد من الاهتمام بالقراء والحرص على تيسير سبل الاتصال بهم، فالأسلوب المؤثر هو الأسلوب الذي تكتب به إلى خمسة آلاف شخص ممن يختلفون اختلافا عظيما في قواهم العقلية ويفهمون جميعا ما تقول.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص93-94.

6. القاعدة السادسة: الوضوح

وهو نوعان:

أ. وضوح التعبير ب. وضوح المضمون.

أ. وضوح التعبير:

يقصد بوضوح التعبير أو التركيب أن توائم الفكرة الأسلوب حتى يفهمه القارئ. أي وضوح التركيب اللغوي. ونعني بذلك بساطة التركيب وشفافيته وخلوه من التعقيدات والزخارف.. ويتحقق هذا الوضوح من خلال التركيب النحوي والمنطقي ومن خلال طبيعة العلاقات المتبادلة للألفاظ والفقرات وتعاقبها المطرد في تكوين الجمل والفقرات.

وفيما يلي بعض القواعد التي تساعد على وضوح التركيب:

- ✦ تجنب الكلمات المبهمة والغامضة، وكذلك الكلمات والتراكيب التي تدل على معنيين.
- ✦ استخدام أدوات العطف وجمل الربط حتى لا تكون هناك فجوة في الأسلوب. ويجب ألا يلجأ الكاتب إلى إدخال فكرة جديدة بصورة يفجأ القارئ بها.
- ✦ الموازنة بين الفكرة وبين كسائها اللفظي، بحيث يكون الإطار اللفظي كافياً للتعبير عن الفكرة بوضوح زيادة أو نقصان.
- ✦ استخدام معبرة
- ✦ استخدام الزمن للإشارة إلى فورية الحدث، وإبراز عنصر الزمن في الرواية الإخبارية (اليوم، أمس، مساءً، غدًا).
- ✦ وتجنب التعميمات : فالتعميمات غالباً ما تحجب وضوح النص، وبدلاً من أن تكتب أن رجلاً طويلاً القامة، قل إن طوله 170سم. وبدلاً من كلمة ثقيل قل إن وزنه 150 كجم. فالتعميمات تفسد وضوح العمل المكتوب، في حين أن التحديد يزيد الكتابة وضوحاً يضفي عليها حيوية. وإذا أمكن استخدام إحصائيات فإنه ينبغي أن تضفي معنى جديداً. وكذلك مكان وقوع الحدث مهم أيضاً. فإذا شب حريق أو انقلب قطار ينبغي أن نحدد الموقع بالضبط. لأننا لا نستطيع تجاهل اهتمامات الناس.
- ✦ الالتزام بالقواعد النحوية والصرفية باعتبار وسيلة إلى صحة الكتابة ووضوحها وفهم معانيها. فأخطاء النحو تغير المعنى تماماً. وتؤدي إلى الغموض والإبهام. ولعل المثال الذي كان يضرب في المرحلة الابتدائية لا يزال يحضر بعضنا.. هل ضرب التلميذ المعلم أم أن المعلم هو الذي ضرب التلميذ. فالأذن العربية شديدة الحساسية لهذه الأخطاء وتنفر بطبيعتها من الكتابات غير الصحيحة نحواً. ولذلك فإنه لاجتذاب القراء وللإيضاح أيضاً ينبغي أن يلزم المحرر في كتابته بقواعد اللغة العربية نحواً وصرفاً، ولا عذر له إن جهلها. أما إن جهلها وجاهر بضرورة التحلل منها فأولى به أن يترك هذه المهنة⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص95.

✦ الالتزام بقواع الإملاء الصحيحة باعتبارها الوسيلة للتعبير الكتابي والطريقة الصناعية التي اخترعها الإنسان في أطوار تحضره ليترجم بها عما في نفسه لمن تفصله عنهم المسافات الزمانية والمكانية. ونستطيع أن ندرك منزلة الإملاء بوضوح إذا لاحظنا أن الخطأ الإملائي يشوه الكتابة ويعوق فهم الجملة ويدعونا إلى احتقار الكتاب وازدراؤه، وينصح لذلك الكاتب عندما لا تسعفه الذاكرة في هجاء الكلمات هجاءاً صحيحاً بالاستعانة بمعجم لغوي للوقوف على الكتابة الصحيحة.

✦ **مراجعة علامات الترقيم:** الترقيم في الكتابة هو رموز اصطلاحية معينة بين الجمل أو الكلمات، لتحقيق أغراض تتصل بتسيير عملية الإفهام من جانب الكاتب، وعملية الفهم على القارئ، ومن هذه الأغراض تحديد مواضع الوقف، حيث ينتهي المعنى أو جزء منه، و الفصل بين أجزاء الكلام، والإشارة إلى انفعال الكاتب في سياق الاستفهام، أو العجب. وفي معرض الابتهاج أو الاكتئاب أو الدهشة، أو نحو ذلك، وبيان ما يلجأ إليه لكاتب من بيان أمر عام، أو توضيح شيء مبهم، أو التمثيل لحكم مطلق، وكذلك بيان وجه العلاقات بين الجمل، فيساعد إدراكها على فهم المعنى، وتصوير الأفكار. . وكما يستخدم المتحدث في أثناء حديثه بعض الحركات اليدوية، أو يعتمد إلى تغيير قسما ت وجهه، أو يلجأ إلى التنويع في نبرات صوته ليضيف إلى كلامه قدرة على دقة التعبير وصدق الدلالة، كذلك يحتاج إلى علامات الترقيم. وعلامات الترقيم في الكتابة العربية هي:

- النقطة (.)
- توضع النقطة في نهاية الجملة أو الفقرة لتدل على الانتهاء وبداية جملة جديدة.
- لا توضع في العنوانات الأصلية أو الفرعية أو في الشرح الذي يكتب تحت الصور.
- توضع على شكل ثلاث نقاط (...) لتدل أن هناك عبارة محذوفة.
- الفاصلة (،)
- توضع بين الجمل التي يتكون من مجموعها كلام تام في معنى معين.
- وبين أنواع الشيء وأقسامه.
- وبين لفظ المنادي وبين الكلمات المفردة المرتبطة بكلمات أخرى.
- وبين الجمل الاعتراضية.
- وفي الأرقام للدلالة على النسبة العشرية، وعلى كسور الجنيه.
- علامة الوقف الاستدراكي: (:)
- تستخدم قبل تقديم سلسلة من السماء.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 96-97

- ولتحديد الوقت.
- وقبل الشيء وأقسامه.
- وللتمهيد لأقوال مقتبسة.
- الشولة المنقوطة: (؟)
- تستخدم للفصل بين الأسماء والعناوين
- وفي العناوين بدلا من النقطة.
- الشرطة: (-)
- تستخدم عند الاستفهام والرد للاستغناء عن أقواس الإقتباس.
- وبين الجمل الاعترافية.
- وفي العنوان للفصل بين موضوعين.
- وفي إعلان نتائج المباريات.
- وبين رقمين للدلالة على أنهما يشملان كل ما بينهما.
- أقواس الاقتباس: (" ")
- وتسمى علامات التنصيص ويوضع بينهما الكلام المقتبس.
- ولتمييز الكلمات أو المصطلحات الجديدة في اللغة أو الكلمات العامة.
- وكذلك لتمييز عناوين الخطب والمقالات والكتب والمسرحيات والقصائد... إلخ.
- علامة الحصر: ()
- تستخدم حول الأرقام.
- ولوصف الأشخاص.
- وإذا أريد اقحام كلمة في العنوان.
- وحول الكلمات التي يقصد بها زيادة الإيضاح مثل: وستدخل الطاقة النووية (أي الذرية).
- علامة الاستفهام: (؟)
- وتوضع بعد الجملة الاستفهامية.
- علامة التعجب: (!)
- توضع بعد الجمل التي تعبر عن الانفعالات والتعجب والفرح والدهشة والدعاء والحزن والاستغاثة.⁽¹⁾

⁽¹⁾المرجع نفسه، ص 98-99.

ب. وضوح المضمون:

لكي تكون مفهوما.. يجب أن تكون واضحا. فحتى تصل إلى عقل القارئ بمعلومات وأحداث وأخبار جديدة... وحتى تهمز عواطفه وتحرك أشجانه... لا بد أن تكون واضحا.

ولكي تكون واضحا.. يجب عليك أولا أن تكون واثقا من المعنى المحدد بالضبط...وعليك بعد ذلك أن تعبر عن هذا المعنى وحده... لا شيء أكثر منه ولا شيء أقل منه...لكي لا تكون واضحا في التفكير والتعبير معا. وليس لأجل أن تكون مفهوما فقط، ولكن لكي لا يساء فهم ما تكتبه. ولكي تكون واضحا يجب عليك بذل مجهود أكبر، وأحيانا يجب أن تكون أكثر شجاعة.

فأنت عين وأذن الناس كافة، والطريقة التي ستقدم بها موضوعك هي الطريقة التي يراك الناس بها. وهم يصدقون ما يرونه إن هم وثقوا بك أنت، أو بمعنى آخر هم يصدقونك فقط إن هم وثقوا بك. ومن هنا تأتي أهمية الوضوح.

ويذهب بعض الكتاب في وجوب تحديد الوضوح إلى أنه يجب أن يشمل كل لفظ وكل تركيب، وأن تكون هناك كلمة واحدة تستغرق على الفهم، أو كلمة محيرة للذهن وألا يكون هناك تسامح ولا تساهل في لفظ واحد، وليس المطلوب أن يكون الأسلوب مجملا، وليس الهدف الأسمى أن يكون الأسلوب مفهوما مع التخمين والحدس، بل ينبغي أن يكون هذا الأسلوب مفهوما بوضوح، ولا مفر من أن يكون كذلك. ولا مكان للحجة التي يتعلل بها بعض الكتاب المبتدئين بأن "هذا ليس هو المقصود بالضبط، ولكنه قريب منه"، ولا لتحجج البعض الآخر بأنه ليس مكلفا بأن يكتب ويعطي عقلا في وقت واحد، فمثل هذه التعللات التي تصدر لا تعبر إلا عن الكسل والفشل والقصور. ولا يغني هؤلاء الذين يشفقون على أنفسهم من خوض غمار الصراع انهم منجذبون إلى مزج الحقيقة بالخيال كي يجعلوا عملهم أكثر تشويقا.

ونقطة البداية للوصول إلى الكتابة المؤثرة الواضحة تعد أمرا ذاتيا للكاتب ذاته، وتتعلق بمدى فهمه لما يكتب عنه. فلا ينبغي ألا تقدم على كتابة أي شيء إلا إذا كان مفهوما بالنسبة لك تماما، لأن من لا يفهم الشيء لا يستطيع أن يعبر عنه التعبير الواضح الصحيح.

ولهذا ننصح دائما بأن نفكر قبل أن نكتب. ففكر في أثناء بحثك في الزاوية التي ستكتب منها، والعبارات التي ستعبر بها، والأهم من ذلك كله أن يروق لك الموضوع. وأبدأ بتكوين الفكرة العامة فوق الورق. المهم هو ان تتفاعل مع كل ما هو مشوق وممتع فحين تنطلق الكلمات فوق سطح الورقة يجب أن تركز في المقدمة على الأسلوب الذي ستميز به، وعلى وحدة الأرقام، والعبارات التي تستشهد بها، وعلى الصراع الذي يتألق داخل رأسك في أثناء نمو الفكرة، فهذا العنصر هو الذي استفز خيالك، ولعله أيضا استفز خيال القارئ.

واجبك الأول هنا أن تكون صادقا مع الفكرة، وأن تخرجها بالدقة الواجبة كما هي ف ينفسك، سواء كانت لفكرة عسيرة أم يسيرة، وسواء كانت بسيطة أم مركبة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 100-101.

وفيما يتعلق بالمعاني الواضحة التي تتطلبها الحياة اليومية فليس هذا بالشيء المجهد. أما إذا كان الأمر يتعلق بمعنى عسير أو فكرة عميقة تحتاج إلى تحليل أو تمييز، فعندئذ لا يكون الوضوح والبساطة مترادفين. أي أنهما ليس شيئاً واحداً. فإذا أتى الكاتب بلفظ بسيط لفكرة مركبة فإن هذا اللفظ قد يزيد الفكرة غموضاً وتعقيداً، وبدل أن يساهم في توضيح التعبير فإنه يزيد غموضاً. ولذا فإن الكاتب مطالب ببذل مزيد من الجهد لاختيار اللفظ الذي يقتضيه المعنى بالضبط وذلك لضمان الوضوح. وهذا هو ما يقصد بوضوح الفكرة، أو ما يسميه البعض كما يقول الدكتور "محمد كامل جمعة" بالتعبير الواضح القسماط.

❖ وفيما يلي بعض القواعد تساعد على وضوح المعنى:

✚ تقديم الخلفية الكاملة عن الموضوع، وما يرتبط من حقائق، وما يلزمه من شرح وإيضاح.. وتحديد أهميته وحجمه وعلاقته بالقارئ وتأثيره عليه، ووصف الشخصيات المتصلة به والظروف المحيطة.. وأيضاً الربط بينه وبين الموضوعات أو القضايا المشابهة.. أو الربط بتطورات التاريخة.. وذلك للمساعدة على فهم الصورة الحقيقية الكاملة للمشكلة أو القضية.

✚ البناء الفعال: وذلك بترتيب الكلمات في جمل مبنية جيداً.. تتوافر لها الصفات الآتية.

- **الوحدة:** بمعنى أن الجمل والفقرات معا تنطلق في إطار وحدة واحدة، أو فكرة رئيسية واحدة، تنبثق منها أفكار فرعية.. و كل الجمل والفقرات تسير في سياق الفكرة الأساسية.. والفقرة الرئيسية تتضمن هذه الفكرة الرئيسية هي الفقرة أو الجملة المفتاح.. وهي تأتي في بداية النص أو نهايته.. أما باقي الفقرات فهي لتدعيم وحدة هذا البناء.

- **الترابط:** ومعنى أن تماسك الجمل والفقرات في وحدة بناء منطقي مترابط العلاقات بصورة تساعد على تدفق المعنى وترابطها مما يشعر القارئ بالتواصل.

- **التأكيد:** وذلك للأجزاء المهمة لإعطاء طابع القوة.. ويمكنك التأكيد بالتكرار، وموضع الجملة.. فالجمل المهمة في موضع أفضل من الجمل الأخرى. سواء في البداية أو النهاية.. وكذلك التأكيد للوضوح، يتم بتكرار كلمات معينة أو معاني معينة. ولكن إذا زادت التأكيدات عن الهدف المنشود أحل ذلك بقاعدة الإيجاز.

7. القاعدة السابعة: المناسبة

وتعني المناسبة موافقة اهتمامات القارئ.. فنحن لا نكتب لأنفسنا وإنما لقارئ محدد يحرص على أن يقرأ ما نكتبه وينفعل به، لكي تحقق كتابتنا الهدف المرجو منها.. وهذا القارئ لا يقبل على القراءة لنا إلا إذا وضعنا نصب أعيننا، وتعرفنا على رغباته واهتماماته ومشاكله وآرائه واتجاهاته وردود الفعل المتوقعة منه.. فإذا عكست كتابتنا هذه الاهتمامات.. وأظهرت للقارئ الفوائد التي يحققها من التعرض لرسالتنا، ساعد ذلك على ضمان¹

¹ المرجع نفسه، ص 102-103.

اجتذاب القارئ، واستجابته لرسائلنا.. حتى وان كانت هذه الاستجابة محدودة.

وتتحقق المناسبة أيضا بالاجيائية.. فسهولة تنفيذ ما نحث القارئ على فعله.. وبيان مقدرته على ذلك .. والتوسل إلى ذلك بالكلمات الايجابية والمشجعة، تجعله يقتررب منا ويستجيب لرسائلنا.. أما أساليب التخويف والتنفير والتهيب واستخدام كلمات لا، ولا يمكن، وأبدأ، وعرض الصور السلبية، فتشعر القارئ بعدم الراحة، وتجعله ينفر منا، وذلك مثلما يفعل بعض الدعاة عندما يتحدثون فقط، عن النار والقبر وعذابه... ويكثرون من كلمة لا.. لا يدخل الجنة من يفعل كذا، ولا من يفعل كذا... أو يكثرون من مدح الأسلاف.. وذم المعاصرين.. والتركيز على الهوة السحيقة بيننا وبينهم، وأنا لا يمكن أن نفعل فعلهم، أو نصل إلى ما وصلوا إليه... فتكون النتيجة فقدان التأثير على القارئ.

أما العنصر الثالث للمناسبة، فيتحقق من خلال التركيز على أنت، بدلا من أنا ونحن... فالقراء عادة مهتمون بأنفسهم أكثر من اهتمامهم بنا... وينجذبون أكثر لمن يبدي اهتماما بهم وبمشاكلهم... ولذلك فهم يقبلون على القراءة لنا عندما تخاطبهم بضمير المخاطب أنت، أو عندما يرون أسماءهم أو أسماء الشخصيات المحببة إليهم.. ولهذا السبب تهتم الصحف بالمحليات.. بالقضايا والحوادث والشخصيات المعروفة لنا، والقريبة منا، كأحد عوامل الجذب لزيادة توزيع الصحف... على أساس أن حب الاستطلاع لدى الناس يدفعهم أكثر لمعرفة ما يدور في البيئة الأقرب فالأقرب.

8. القاعدة الثامنة: التأكيد

ويستخدم لأبراز معاني معينة، أو للتأكيد على معان محددة ذات دلالة. ويتحقق ذلك للأسلوب من خلال وسائل عديدة منها:

✦ الكلمات ذات المقاطع القليلة - أو التي تنتهي بأصوات حادة مثل: التاء والكاف والجيم... كما في

قوله تعالى: ﴿وَالسَّمَاءِ ذَاتِ الْبُرُوجِ.. وَالْيَوْمِ الْمَوْعُودِ.. وَشَهِدَ وَمَشْهُودِ.. قَتَلَ أَصْحَابِ الْأَخْدُودِ﴾

✦ استخدام الجناس، لإعطاء الشعور بالقوة.

✦ اختلاف الإيقاع... بوضع الجملة القصيرة بين عدة جمل طويلة.. فكسر الإيقاع يخلق الإحساس

بالتأكيد.

✦ تغيير الترتيب الطبيعي للجملة من خلال التقديم والتأخير.. كأن يتقدم المفعول على الفاعل أو

الفاعل على الفعل.

✦ استخدام كلمات مثل : قد، وإن.

✦ وينبغي استخدام أساليب التوكيد بحذر، ولتحقيق أهداف محددة، وبصورة لا تعطي طابع التكلف...

أما الإفراط في استخدامها وبدون هدف محدد فقد يؤدي بنا إلى المبالغة وإلى فقدان ثقة القارئ

وبالتالي عدم استجابته أو تفاعله معنا.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 104.

المطلب الثالث: التخطيط للكتابة المؤثرة

إن الحرب كما قال نابليون فن لا ينجح فيه شيء ما لم نخضعه للإحصاء ونفكر فيه وكما تصدق هذه المقولة على الحرب، تصدق أيضا على الكتابة المؤثرة... فهي رحلة ذات هدف.. ولا بد من تخطيط يجذب القارئ إليها، ويربطها به ربطا متينا. والخطة التي يضعها الكاتب، تبدأ من لحظة التفكير في اختيار الموضوع المناسب وتجميع المعلومات اللازمة لكتابته. وفي نفس اللحظة أيضا لا يفصل الكاتب عن قرائه.. فيفكر فيمن سيهتمون بهذا الموضوع؟ ولماذا؟. إلى أي مدى سيكون اهتمامهم به؟.. وأيضا ماذا يريد هو من كتابته؟

ثم ينتقل الكاتب إلى مرحلة تالية، وهي التفكير في تكتيك الكتابة.. فيحدد أسلوب العرض، وطريقة البناء اللغوي، وأسلوب تسلسل الأفكار، والملامح العامة للمقدمة والجسم والخاتمة، وذلك قبل التنفيذ الفعلي للكتابة. وفي هذه المرحلة نلاحظ أن التكتيك يختلف باختلاف الموضوعات والأنماط المستخدمة للتحليل وباختلاف الجمهور. وأيضا وفقا للأهداف المحددة التي يهدف إليها الكاتب كما تمتزج في هذه المرحلة الأصول بالأسس، والقواعد العلمية للكتابة المؤثرة بالخبرة والتجربة والممارسة والاستعداد الشخصي للكاتب. بالإضافة إلى المهارات المكتسبة، وبخاصة فيما يتعلق بأسلوب الكتابة، وريقة عرض المعلومات، بحيث يمكننا القول بأنه لا توجد طريقة محددة للكتابة، بل طرق عديدة متنوعة وفقا لقدرات الكتاب.

وهذا المستوى التخطيطي ينطوي على عمل ذهني، ويصبح همل الكاتب هنا كما يقول "وليفر شيلدون" هو أساسا المهمة الصعبة للجلوس والتفكير.. ويقول إن الأعمال الحديثة بصفة عامة تعاني إلى درجة كبيرة من انعدام هذا التفكير. إذ أنه بالنسبة لبعض الناس يعتبر عبئا غير محتمل. ورغم هذا، فإن التفكير التأملي أساسي للكاتب، إذ يساعده على تصور الاتصالي، والسيطرة على عملية الاتصال لتحقيق الأهداف المحددة من عملية الاتصال الكتابي.

وتتضمن عملية التخطيط للكتابة المؤثرة عدة خطوات أساسية أهمها ما يلي:

- تحديد الأهداف والأولويات.
- دراسة الجمهور.
- اختيار فكرة الموضوع.
- جمع المادة اللازمة.
- تحديد التكتيك الأمثل للكتابة.

وستحدث فيما يلي عن كل من هذه الخطوات بإنجاز وتركيز:⁽¹⁾

(1) أحمد شوقي رضوان، عثمان بن صالح القريح، التحرير العربي، جامعة الملك سعود، 1993، ص72.

1. تحديد الأهداف.

الأهداف لفظ يعبر عن الغايات التي توجه إليها جهودنا.. وهذا المبدأ من أهم المبادئ التي وصفها العسكريون للحرب.. ففي الحرب الأخيرة مثلا، كان للهدف عند الجندي معنى محدد جدا.. فكان يعرف أن قدر كبيرا من التفكير والتخطيط يجب أن يترجم إلى جهود لبلوغ هذا الهدف... وأن النجاح في بلوغ هدف ما، له أثره في باقي العمليات، وهذه بدورها لها أثرها على النتيجة النهائية للحرب.

ومن المسلم أن لكل نشاط من الأنشطة الاتصالية غرضا محددًا، يطلق عليه اسم المقصد أو الهدف.. فلا معنى لنشاط لا هدف له ولا مقصد.

والاتصال الكتابي بطبيعة الحال نشاط هادف.. فنحن لا نكتب لمجرد الكتابة أو للعبث. فعندما نعد تقريرًا، أو نبعث برسالة شخصية أو إدارية، أو نعد حديثًا إذاعيًا، أو نكتب مقالًا... فنحن نكتب أساسًا لتحقيق أهداف محددة.

وهذه الأهداف المباشرة للنص الذي تعده هي في الأساس جزء من أهدافنا الخاصة.. وجزء في الوقت نفسه من الأهداف العامة للمنشأة أو الجهة التي تمثلها، أو تعمل في نطاقها.

ويقوم مبدأ الأهداف على حقيقة ثانية... وهي أن كل شيء يخلق مرتين... مرة في عقولنا ومرة على أرض الواقع... فالمهندس قبل أن يبني منزلاً فهو يقيمه أولاً في عقله بجميع تفاصيله، بتحليل شكله الخارجي، ونظامه الداخلي، وعدد غرفه وأدواره قبل أن يبدأ البناء.. وكذلك الفنان يتخيل الرسم أولاً، ثم ينفذ.. وعملية التخيل هذه سمة أساسية للإنسان، إذ بالخيال يستطيع أن يخلق بعيداً، ويتصور أشياء وعوامل لم تتحقق بعد، ثم يسعى إلى تحقيقها.

وهذا التخيل يساعدنا على تحديد الأهداف التي نسعى إلى تحقيقها.. وعلى تحديد مدى امكانية تحديد هذه الأهداف. وما إذا كانت ايجابية أم سلبية، ومدى موافقتها لاحتياجات الناس، وتلبيةها لاهتماما مهم.. وأيضاً مدى موافقتها للعادات والآراء السائدة وميول الجماهير المختلفة التي يراد التأثير فيها، وأساليب التفكير الاجتماعي والاقتصادي السائدة.

فنقطة البداية لممارسة النشاط الكتابي أو أي نشاط اتصالي آخر، هي أن نبدأ بالإجابة عن سؤال هو: ماذا نريد؟.. والإجابة عن هذا السؤال هي التي ستوجه مختلف أوجه نشاطنا التالي، وستحدد قدر النتائج التي نحصل عليها.

2. تحديد الجمهور.

عندما نفكر في وضع خطة لموضوعات، فأنت تفكر في العلاقة بينك وبين قرائك أساساً... في مدى احساسكم بهم، واحساسك بنفسك، وبأفضل كيفية لإعداد الرسالة. أو بمعنى آخر، تحدد كيف نكتب إليهم؟..⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 74.

وكيف تضع نفسك في رؤوسهم؟.. وتعرف ما يحتاجون لمعرفته؟. وسواء أكان قارئك شخصا احدا، كما يحدث عندما تكتب تقريرا أو خطابا أو مذكرة ويقرأها المسؤول.. أو كان قارئك عشرات أو مئات الأشخاص، أو كانوا آلاف أو عشرات الألوف... في الواقع لا تخاطب كل هؤلاء، وإنما تخاطب كل شخص على حدة. على الرغم من أن كثيرا من الكتاب حينما يكتبون، يكتبون بصيغة الجمع، وكما لو كانوا يخاطبون الكثير من الناس.. وهذا من شأنه التأثير على طبيعة علاقتك بقارئك... فالقارئ عموما يهتم بما يؤثر فيه.. والذي يؤثر فيه هو الذي يبدو قريبا منه.. ولهذا ينبغي أن نشعره بخصوصيته من خلال لغة التخاطب التي تقرنا منه، وتبعدنا عن التعامل الرسمي معه.

ومعرفة الجمهور لا تؤثر فقط في تحديد لغة التخاطب.. ولا اختيار اللغة التي تجعله قريبا منا، وإنما تؤثر أيضا في تحديد المضمون الذي سنقدمه، والكيفية التي تجعل هذا المضمون يؤثر في حياتهم. ويلبي احتياجاتهم الحقيقية. فالجمهور أهم متغير في عملية الاتصال عامة، والاتصال الكتابي خاصة.. وإذا لم يكن لنا فكرة جيدة عن طبيعة العقلية والعاطفة وخصائصه الأولية، فسوف يجد ذلك من مقدرتنا على التأثير والافئاع، مهما كانت قدراتنا الاتصالية، ومهما أحسنا اختيار الوسيلة.

فنحن نرسل فقط.. أما فاعلية الاتصال فتتوقف على كيفية استقبال الجمهور لرسالتنا وكيفو إدراكه وتفسيره لها... وكيف سيتصرف بإزائنا؟. وهل سيتفاعل معنا ويقبل علينا؟ أم سيقطع الاتصال وينصرف عنا؟ والإجابة عن هذه الأسئلة تحتاج إلى مزيد من المعلومات عن الجمهور، وإلى تحليله تحليلا موضوعيا والتعرف عليه، من حيث أهدافه واتجاهاته ونوعيته ولغته وعاداته ودوافعه وخصائصه الشخصية والنفسية وإقناعيه. ومعرفة الإجابة على هذه الأسئلة، يعني أن هناك محاولة جيدة منا لفهم الجمهور والتعاون المستمر والخلاق في علاقتنا به... فليس من المعقول أن نطلب من الناس أن يفهمونا، قبل أن نبذل قصار جهدنا لمحاولة فهمهم أولا... إن هذا التفاهم المشترك يعد الخطوة الأولى للتواصل وللتأثير في الآخرين.

3. فكرة الموضوع:

اختيار الفكرة في مجالات الاتصال الإداري أو الروتيني ليس مشكلة.. فمتطلبات العمل ومستلزماته ومشكلاته ووقائعه هي التي ستمدنا بأفكار لأنماط الاتصال الكتابي سواء كنا سنكتب مذكرة أم شكوى أم تقريرا. أم تعليمات.... إلخ.

أما في مجالات الكتابة الإبداعية والإعلامية، فإن الحصول على الفكرة يعد مشكلة أساسية تقتضي من الكاتب والصحفي أن يقدح ذهنه للحصول على الفكرة التي تصلح لكي تتحول إلى مادة للكتابة... وتتطلب هذه العملية من كل منهما أن يكون قد أشد حالات يقظته وإعماله لفكرة من رصد المناخ العام الذي يحيط به والتعرف عليه.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 75-76.

لا يلزم بالضرورة أن تكون مفكراً عميقاً أو عبقرياً لكي تبتكر أفكاراً جديدة... يلزم فقط أن تكون مفتوح العينين والأذنين لكل ما يدور حولك... إن الناس الذين تلتقي بهم هم مصدر الكثير من الأفكار. ومن الضروري جداً لكل إنسان يسعى لابتكار أفكار جديدة وجيدة أن يعمق علاقاته بمختلف أنواع البشر.. وأن يحسن الاستماع للمناقشات والأحاديث والندوات، وأيضاً لمحطات الإذاعة، وأن يحسن مشاهدة برامج التلفزيون والكمبيوتر وقراءة الصحف والمجلات والنشرات والكتب والمصادر والمطبوعات المختلفة.

لاشك أنك لو أمسكت بورقة وقلم وكتبت الآن أفكاراً تصلح للكتابة لدونت عشرات الأفكار.. ولكن هل كل هذه الأفكار تصلح للكتابة؟.. إن هذا يعني أنك محتاج لتقوم هذه الأفكار بنفسك لاختيار الأكثر صلاحية منها.. ونحن نقوم الأفكار عادة وفقاً لمعايير عديدة. فهناك المعايير الخاصة بالفكرة ذاتها: -مثل الفورية... والمحلية والضخامة والشهرة... إلخ وقد تناولتها بالتفصيل "كتب التحرير الصحفي"

ومعايير خاصة بالعوامل البيئية المحيطة بالفكرة إعلامية، كالنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري، والظروف الخاصة بمؤسسة النشر نفسها. وعوامل خاصة أخرى، مثل كثرة تناول الفكرة وقدمها من الناحية الزمنية، وعدم كفاية مصادرها وعدم تميزها، وعدم اتفاقها مع خبرة الكاتب أو اتجاهاته، أو لنقص المعلومات المتوافرة عنها.

وعلى الرغم من أهمية المعايير السابقة، إلا أنه معيار الأهمية بالنسبة للقراء يعد أهمها جميعاً... فلكي تكون الكتابة مؤثرة يجب أن ترضي احتياجات القراء. وفي إطار ذلك يحدد الكاتب نوعية المعلومات التي سيضمونها رسالته وتلك التي سيهملها.. وعلى هذا فإن مجال المضمون في الوثيقة أو النص سيتحدد وفقاً لهدف الكاتب، ولأهداف الجمهور، ولأهداف المؤسسة أو المنشأة. وأيضاً وفقاً للوقت المحدد للكتابة، وللمعلومات المتوافرة.

وعلى أية حال، فإنه كلما توافر للفكرة أكبر قدر من هذه المعايير كانت أقرب للاكتمال وقابلة للتنفيذ. ومن الضروري هنا أن نشير إلى أهمية تفاعل الكاتب مع الأفكار التي اختارها، وذلك من خلال التفكير فيها وتأملها ومزجها بخبراته وتجاربه وثقافته، كمدخل لاقتناعه هو شخصياً بها. وحتى من ذهنه متوثبة مليئة بالحياة والحيوية.. وتحمل الفكرة في ذاتها تعبيرها المثالي، مثلما تتضمن البذور مكوناتها وخصائصها، كما تختلف النباتات التي تنتجها هذه البذور من حيث أوراقها وثمارها وزهورها وطعومها، وفقاً لأنواع هذه البذور، فكذلك الأفكار تحمل في ذاتها تعبيرها المثالي.

ومن هنا تتضح طبيعة العلاقة بين الفكرة والأسلوب، وبين نع الفكرة أيضاً والأسلوب الذي تقضيه. فالفكرة بطبيعتها تحدد لنا نوع الأسلوب الذي ترغبه وذلك كما سيتضح لنا مما يأتي.

أ. الفكرة والأسلوب:

إن جهد الكاتب ليس موجهاً ليخلق لنفسه أسلوباً، ولكن ليحقق المطالب التي تقتضيها طبيعة فكرته حتى تخرج كيانا مكتملاً.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 76-77.

ولذلك فنحن عندما ننظر إلى الأسلوب نجد أنه لا يمكن اعتباره شيئاً منفصلاً عن الفكرة، وليس شيئاً يضاف من الخارج. وما قد تتطلبه الفكرة لتخرج إلى عالم الألفاظ فهو شيء كامن ينبئ عن نفسه حال ظهوره. إن الأسلوب هو الفكرة مجرداً من الزيادة أو النقصان، ومعرضاً في قوته ال أصلية وجماله. فالصدق في التعبير هو أساس كل جمال تعبيرى، بمعنى أن تتواءم الفكرة مع التعبير ويتفقان ويكونان كلام متكاملًا. فالفكرة هي جوهر الاتصال الكتابي ومادته. واللغة ليست فقط الوعاء الذي ينقل الفكر أو الوسيلة التي نستخدمها لنقل الأفكار، ولكنها الوعاء والفكرة معاً، أي أن اللغة والتفكير شيئان مرتبطان إلى أبعد الحدود ويتعذر فصلهما. وهذه النقطة أصبحت حقيقة عملية إتفق عليها خبراء علم اللغويات منذ أكثر من عقد من الزمان بعد أن سادت نظريات سابقة تفيد بأن الفكر أو التفكير شيء، واللغة شيء آخر. وواقع ممارستنا الإعلامية يعكس هذا الارتباط، فالخبر الذي تقرأه أو المقال، أو التحقيق ليس نصاً نهائياً ولكنه نتيجة مستويات متتالية من التنقيح والتكرير والنمو، وإذا تذكرنا عدد المسودات التي مزقتها لكتابة هذا المقال أو الخبر، ومرات الحذف والتنقيح وإعادة الترتيب حتى تبلورت أفكار المقال أو التحقيق ولغته وفي المساحة والوقت المحددين، لا تضح لنا أننا نكتب لفكر بطريقة خاصة، ثم نفكر لنكتب وهكذا.. إلى أن تتم بلورة النصوص في أفضل صورة ممكنة.

فهناك مستويات للكتابة ترتبط بدرجة وضوح الفكرة وتبلورها، وإنما نتدرج من مستوى إلى مستوى من خلال التنقيح و التصحيح لتبلور الفكرة واللغة معاً، فتتقدم بالخبر أو التحقيق أو المادة الإعلامية إلى سكرتير التحرير، أو الرئيس المسؤول عن التحرير النهائي أو الصياغة النهائية، فيعيد الصياغة مرة أخرى لإزالة أي جملة غامضة تحمل الإلتباس، ويختصر إن لزم الأمر، ويراجع صحة الحقائق والوقائع، أي يقوم بمراجعة الصياغة، لجعل الموضوع منسجماً ومتوافقاً مع أسلوب الجريدة، وللمحافظة على المستوى الرفيع للتعبير الذي تلتزم به الجريدة. ويقوم المصحح بذلك بعمليات أخرى من التنقيح والتصحيح لبلورة الفكرة واللغة، حتى تصبح المادة الإعلامية واضحة ومؤثرة، في تناول فهم أغلب القراء. ولذلك فإن المحرر الناجح هو المحرر الذي ينجح في الكتابة بلغة صحيحة لا تحتاج إلى عملية تحرير، أي ينجح في التفكير والتعبير عن الفكرة بلغة مفهومة للقارئ، وفي الشكل الصحفي المناسب لتحقيق أهداف الجريدة من الصدور وأهداف سياستها التحريرية.

وهذا المستوى للتعبير يسمى بالأسلوب الصحفي، أو لغة الصحافة، أو الكتابة الصحفية. وتختلف هذه الكتابة العلمية التي تعتمد على المصطلحات العلمية أو الأدبية التي تعتمد على الخيال والبلاغة والاستطراد، وتتوجه إلى قارئ يبحث عن المتعة الجمالية والفكرية.

فالحقيقة واحدة داخل كل من العالم والأديب والصحفي. وكل منهم يعبر عنها بطريقة مختلفة. فالأول يعبر بطريقة نظرية، والثاني يعبر طريقة جمالية، أما الثالث وهو الصحفي فيعبر عنها بالأسلوب العلمي المتأدب، أو ما يسميه البعض باللغة الوسطى، أو لغة الصحافة، أو الأسلوب الصحفي الذي يفهمه قارئ الصحيفة العادية.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص78-79.

وفي هذه المستويات الثلاثة للتعبير فنحن نعبر عن الفكرة عن طريق الأصوات اللغوية، ونستخدم اللغة كما يقول العالم الأمريكي "سابير" كوسيلة لتوصيل الأفكار والانفعالات والرغبات عن طريق نظام من الرموز التي يستخدمها الفرد باختياره.

ولهذا فإن العلاقة بين الفكرة وأسلوب التعبير نجدتها واضحة في أحدث تعريف للغة. ذلك التعريف الذي وضعه العلامة "جسبرسن" في كتابه "فلسفة النحو" يقول: تكمن روح اللغة في نوع النشاط الإنساني. نشاط من جانب فرد يجد في افهام نفسه لشخص آخر. ونشاط من جانب هذا الشخص، بغرض فهم ما يجري في ذهن هذا الشخص الأول.

ب. أنواع الأفكار:

والأفكار أنواع عديدة، ولكل نوع منها طرقته المميزة في العرض والأسلوب المميز.. والتعرف على هذه الأنواع، يساعدنا ونحن نختار الأفكار التي سنقيم عليها بناءنا الكتابي. وقد أشار الدكتور محمد ادهم في كتابه "الفكرة الإعلامية" إلى أنواع عديدة منها أهمها:

✦ **الفكرة العرضية:** وهي من أشهر الأفكار المستخدمة في مجالات الإعلام المختلفة. وتنتج إلى زوايا وجوانب العرض المباشر، أي أن المحرر عندما يضع يده عليها فإنما يهدف عن طريقها إلى عرض الشيء أو المكان أو الحادث أو الوقائع أو التفضيلات أو القضايا... إلخ. ومن ثم فهي نوع تقريرى وتسجيلي. وتنتج إعلاميا في قوالب التقارير المصورة.

✦ **الفكرة الوصفية:** وهي شبيهة بالفكرة السابقة وتنتج إلى نفس مجالاتها، وتدور في نفس دوائرها الصحفية، مع تدخل أكثر درجة وأشد إيجابية من جانب العنصر البشري الذي لا يكتفي هنا بعمليات الرصد والتسجيل والنقل التقريرى والوثائق في بعض الأحيان، وإنما يتدخل ليقدم الصف المشرب بفكرة الإعلامي وبنظرة الخاصة. مع قدر أكبر من الإيجابية للكاميرا للمساعدة على نقل التعبير، وخاصة عندما يخرج إلى الشواطئ والصحاري الأحياء الشعبية والأماكن التاريخية والمناسبات الدينية ليصف ما يجري من أحداث ووقائع، فتكمل الكاميرا وصف ما تضمنه التقرير.

✦ **الفكرة النقدية:** والفكرة هنا تنتج بالمحرر أو كاتب المقال إلى تخطيط وتنفيذ الموضوعات والمقالات والتحقيقات والأحداث الصحفية التي تمي بين الخطأ والصواب، وتقول للمحسن أحسنت وللمسيء أسأت. مستخدمه في ذلك روح النقد الصحيح.

✦ **الفكرة المقارنة:** وهي فكرة عالية الكفاءة، شديدة الحساسية، تحتاج إلى عقلية إعلامية متمرسة وخبرة ومنتقفة أيضا. (1)

(1) المرجع نفسه، ص 80-81.

✦ فليس كل من يفكر إعلامياً يستطيع أن يدعم حاسة المقارنة عنده والتي تتصل اتصالاً وثيقاً بملكة النقد كما تؤكد الخلفيات الثقافية والاتصالية في ذهنه فليس باستطاعة الإعلاميين

✦ كما يقول الدكتور محمود أدهم الوصول في جميع الأوقات إلى أعمال إعلامية كاملة قائمة على فكرة المقارنة. وإنما تتدخل بشكل أو بآخر. ويجري تطعيم التحقيقات والأحاديث والمقالات بها عندما تسمح الظروف والمادة نفسها بذلك. وتمثل هذه الموضوعات في تلك التي تـ قارن بين عهدين أو زمانين، أو حادثتين.

✦ **الفكرة التاريخية:** وهي الفكرة التي تتخذ من التاريخ أو أحداثه وأشخاصه وقضاياها ووثائقه وكتبه وأماكنه موضوعاً لها يجذب العقول ويشد انتباه القراء، ويقدمها من خلال نظرة بين معنى التاريخ وفلسفته. وتساعد في الكشف عن وقائع وأحداث جديدة. وهذه الأفكار تحتاج من المحرر استعداداً خاصاً وثقافة تاريخية. ومن أفضل القوالب لعرضها قالب التقرير والتحقيق الصحفي. ومن أمثلة هذه الأفكار، الأفكار الخاصة بالاحتفال بالمناسبات والذكريات التاريخية، والعرض التاريخ لكيفية حدوث أحداث معينة.

✦ **الفكرة التوجيهية:** وهذه الأفكار تتناول التوجيه والدعوة لعمل شيء محدد. كالحد من الاستهلاك أو تنمية الادخار، أو للمشاركة في برامج خدمة المجتمع. وهي تخدم أهداف العامة، وتبرز أكثر في المقالات الافتتاحية والتحقيقات الصحفية وموضوعات الخدمات والتوعية الجماهيرية.

رابع: التخطيط لجمع المادة اللازمة:

نحن لانكتب من فراغ، وإنما في إطار ما يتوفر لنا من معلومات. ومن خلال عمليات أعمال الفكر أو التفكير التأملية والاستنباط والاستقراء والقياس نستخلص وجهات النظر.. أو بمعنى آخر نقدم الرأي أو الإضافة الجديدة.. وقد نمزج الرأي بالخبرة... سواء خبراتنا نحن أو الخبرات المشتقة عن الآخرين.. وفي كل الأحوال، تحكمنا طبيعة مادتنا... من حيث الوفرة والتنوع والاكتمال والنضوج.. زمن حيث قدر الاهتمام الذي نوليه لأفكارنا، والوقت الذي تخصصه لانضاج هذه الأفكار. ولهذا فنحن ككتاب نخت لف وفقاً لهذه الاعتبارات في قدر كتاباتنا، وقدر الاهتمام الذي يوليه قراؤنا لنا.. فالقارئ المرهف يشعر بالكاتب الجيد و يتجاوب معه، أما الكاتب المتسرع فلا يكاد يوليه اهتماماً ويمر على كتاباته مرور الريح دون أن يسمح لها بأن تترك أثراً يذكر.

وهذا يدعونا للتأكيد على أهمية الإجابة... فبعد الاجتهاد في اختيار الفكرة وتعميقها.. يجب أن نتوقف برهة ونتساءل عن مصادر جمع المادة اللازمة.. ما هي؟.. وأيهما أكثر أهمية وأكثر مصداقية وقيمة؟.. وليست هناك حدوداً نتوقف عندها إلا حد الامتلاء والرضى.... والمصادر التي تتوافر لنا حالياً على قدر كبير من الثراء والكتب ووسائل الإعلام والنشرات والإحصائيات والدراسات والبحوث.. وهناك المصادر الحديثة كمرکز المعلومات وشبكات المعلومات كالإنترنت والمعلومات المسجلة على ديسكات الكمبيوتر وأسطوانات الليزر.¹

(1) المرجع نفسه، ص82-83.

ومشكلتنا الأساسية ليست في مجرد الحصول على المعلومات اللازمة للكتابة المؤثرة.. وإنما في وزن وتقييم وتقدير هذه المعلومات.. حتى لا نخرج منها بشيء متناقض أو مشوش أو غامض فتفقد كتاباتنا ما نريده لها من دقة ووضوح وموضوعية.. ووزن المعلومات وتقديرها يقتضي منا في هذه المرحلة التعرف على نوعيتها... فما نحصل عليه من معلومات من المصادر المختلفة لا يخرج الأشكال الأربع الآتية:

✦ حقائق.

✦ بينات "شواهد وأمثلة".

✦ أرقام وإحصائيات.

✦ موضحات: كالصور والجداول والرسوم والبيانية والهندسية.

1. الحقائق:

وهي الأفكار والآراء والنتائج والتطورات المتحصلة نتيجة جهود الآخرين... والبحث عنها يحتاج إلى جهد كبير.. لكنه ضروري للكتابة فلا يمكن أن يتحقق الإقناع للكاتب ما لم يلم بجميع المتعلقة بالموضوع الذي يتناوله.. وأن تكون هذه الحقائق وقررة ومتعمدة وأمنية ومتكاملة.

وقد تختلف هذه الحقائق باختلاف وجهات النظر المؤدية والمعارضة فكل يؤيد فكرته بحقائق بدافع عنها.... ولذلك فإننا نقف في كثير من الأحيان في حيرة من الأمر ولا نعرف ما الحقيقة... بل إن الإنسان مازال يكافح منذ ظهر إلى الوجود للوصول إلى الحقيقة.. ولا يمكن القول بأنها مطلقة.. وإنما هي نسبة بالقياس إلى الزمان والمكان والظروف والحال.. وهذا يعني أن ما نعتبره حقيقة ليس إلا مجرد تقديرات لاحتمالاتنا على أساس البيئة المتوافرة لدينا في تلك اللحظة.

وهذا يدعونا للتأكيد على ضرورة الإلتزام بالدقة والتجرد والتحوط قبل أن ندعى أننا نعرف شيئاً على سبيل الجزم والتأكد.

على أننا ينبغي أن نكون متأكدين عندما يكون لنا الحق في أن نكون متأكدين.. وحينما توجد مسائل خلافية فلنتزم جانب التواضع ونستعمل عبارات أكثر حياءاً على غرار البيئة تدل على أن هذا أو ذاك ربما يكون هو واقع الأمر.

وعلى أية حال. فليس بين يدينا ميزان الذهب ليرشدنا في كل حالة، ويميز لنا هذه من تلك.. وغنما وسعنا وبكل بساطة أن نحاول أن نتلافى أمرين متطرفين:

أولهما: التقبل الجزائي بلا فحص ولا نقد ولا تقيص ومن ثم القفز إلى نتائج أو أحكام نهائية مما توافر لنا من معلومات دون أي تمحيص.

وثانيهما: الغلو في الارتباب والتشكيك ومن رفض أي معلومات تتاح لنا رغم ما قد يبدو من صحتها.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 84-85.

وأخيرا فإن ما يجب علينا أن نتمسك به هو ألا نلقي الكلام على عواهنه دون إحساس بمسؤوليته الفعلية وإنما علينا أن نتقصى ونبحث في حقيقة أو احتمال صحة هذه الآراء وحقيقة البيانات أو الأدلة والشواهد التي نعتمد عليها في اثبات صحة ما نقدمه من آراء.

2. البيانات: " الشواهد والأدلة"

الشواهد والأدلة التي نتحصل عليها من الوثائق والمصادر المختلفة تحتاج إلى قدر كبير من التيقن والتثبت... وهذا يعني أنها جميعا ليست بالضروري صحيحة.

3. الأرقام والاحصائيات:

يعتمد الصحفيون والكتاب بصفة عامة على المقولة "إن في وسعك أن تبرهن على شيء بالأرقام وذلك بناء على افتراض مسبق، وهو ان الأرقام لا تكذب.

4. الموضحات:

وهي عبارة عن الصور والرسوم ورسوم الكاريكاتير والجداول والخرائط والرسوم البيانية والهندسية والأشكال المختلفة، والتخطيط لاختيار هذه الموضحات يبدأ من لحظة الاستقرار على الفكرة.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 86 .

المبحث السادس: المهارة الجسدية

❖ جسمك يتكلم

عندما تقوم بتقديم خطاب، فإنك ترسل نوعين من الرسائل لمستمعك، فبينما ينتقل صوتك من خلال رسالة مسموعة فإن كما هائلا من المعلومات يتم نقله بصريا بواسطة مظهرك وسلوكك وحركاتك الجسمية. في الخطابات العامة فإن جسمك يمكن أن تكون أداة فعالة لإضافة التأكيد والتوضيح على كلماتك، كما أنه أكثر مدواتك فاعلية لإقناع جمهور ما بإخلاصك وجديتك وحماسك.

إن تقديم الخطاب المؤثر يشمل كل الجسم، فعندما تتكلم فإن مستمعك سوف يراقبون الرسالة البصرية في مظهرك ووقفك، وكيف تحرك يديك وذراعيك وحركات جسمك وتعبيرات وجهك وما تركز عليه عينك، وإذا كنت ترغب في أن تكون خطيبا مؤثرا، فمن الضروري أن تفهم كيف يتكلم جسمك، حيث أنك لا تستطيع منع إرسال رسائل غير منطوقة لمستمعك، ولكنك يمكن أن تتعلم إدارتها والتحكم بها.

المطلب الأول: الأفعال أقوى من الكلمات .

إن هدفك عند إلقاء خطاب عام هو أن توصل المعنى، وتكون خطيبا أكثر تأثيرا، فإنك يجب أن تبين الجدية و الحماس والإخلاص بواسطة جعل سلوكك وأفعالك يؤكدان ما تقول وإذا لم تكن كذلك، فإن النتيجة قد تكون كارثة، كما هو مبين في المثال التالي:

وسط تصفيق الحضور الذين يجيونه، توجه الخطيب نحو منصة الخطاب ببطء شديد ووجه عابس كما لو يقول أن شخصا ما قاده للمشرحة وعند وصوله وضع العديد من أكوام الورق وتهدد بشكل مسموع وقد بدأ يتصفح كومات الورق، سحب ربطة عنقه بقوة وعدل من وضع نظارته، قمت نفسه كثيرا وشد أصابعه التي ظهر بها خاتم يتلأأ، ثم تنحنح ليصفي صوته ثم حدق بقوة في الحائط الخلفي للغرفة عبس بشدة ثم انهمر في خطابه، قائلا: يسعدني أن أكون هنا هذا اليوم، فلدي لكم رسالة شديدة الأهمية إن تأثير هذه الملاحظات الافتتاحية لم يكن إيجابيا فكثير من المحاضرين قد يللموا بغضب وآخرين سمحوا لعقولهم أن يستطلع بعيدا، وبقي القليل ممن يتابعونه باهتمام لسماع بقية كلامه، وبعد عشر ثواني من البداية أيقن الجميع فشل الخطاب، لماذا؟

لقد فشل المتحدث لأنه أرسل لمستعميه رسالة ذات حدين، ما شاهدوه يتعارض مع ما سمعوه، وعندما يحدث مثل هذا فإن المستمعين من غير قصد يصدقون ما يرونه وليس ما يسمعونه ففي الوقت الذي قصد عبر صوت الخطيب عن سعادته في إلقاء الخطاب، إلا أن أرسل رسالة غير مسموعة تقول: أنني أتألم كثيرا وبينما كانت كلماته توضح أن خطابه كان على درجة من الأهمية للمستمعين، إلا أن جسمه يوضح بأن ذلك لم يكن مهما له، وفي نفس الوقت كانت عيناه ووجهه يبينان بأنه قليل الاهتمام لمستعميه، إن أي من هذه الرسائل البصرية لم⁽¹⁾

(1) غالب جليل صويص، تقنيات ومهارات الاتصال: مستعدا كنت أم لا من الحياة إلى العرض التقديمي، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص19.

تكن ترسل عن وعي، وقد كانت تولد ببساطة من جراء الارتباك وعدم الخبرة، ومع ذلك وصف هذا الخطيب غير المحظوظ بعدم الإخلاص وعدم الاختلاف وعدم الكفاءة، مع أنه لم يكن أي من هذه الأشياء. فكلما كانت أكثر وضوحا في التوصيل من خلال سلوكك غير المنطوق أكثر من توصيلك للمعلومات من خلال كلماتك عندما تقوم أنت بإلقاء الخطاب أو محاضرة، فإن مستمعيك سوف يستخدمون إحساسهم البصري لتقرير:

- ✦ هل أنت مخلص؟
- ✦ هل تستمتع فعلا بالفرصة للحديث معهم؟
- ✦ هل تؤمن حقا بما تقول؟
- ✦ هل أنت مهتم بهم ويهتمك أمرهم؟⁽¹⁾

المطلب الثاني: نظرية التشارك العاطفي

إن جزء من أثر سلوكك الفيزيائي على المستمعين يمكن أن يوضح بواسطة نظرية التشارك العاطفي وهي المقدرة على مشاركة الأشخاص الآخرين عواطفهم أو مشاعرهم، وعندما تتكلم فإن المستمعين يميلون لعكس ميولك وتوجهاتك كما يتلقونها من خلال أحاسيسهم، فهم من غير وعي يشعرون بكل ما تشعر به أنت ويستجيبون بناء على ذلك، ومن الضروري بناء على ذلك أن يعرض جسمك مشاعرك الحقيقية. وإذا ما ظهرت سعيدا ووثيقا، فإن جمهورك سوف يشعرك بالارتياح والثقة بك، وإذا ما تبسمت في وجه مستمعيك فهم سوف يشعرون بأنك شخص أنيس محبوب، تسهل صداقته، وهم عادة سيادلونك الابتسامة وإذا ما شعروا بأنك سعيد للتحدث أمامهم، فإنهم سيكونون سعداء للاستماع إليك، والأمر الأكثر أهمية من ذلك أنهم إذا ما اقتنعوا بأنك مخلص و تستحق الثقة، فإنهم سوف يبرون المزيد من الانتباه لما تقول وقيمون أقوالك بالطريقة المناسبة.

وطبعا فإن هذا الإجراء يمكن أن يعمل بطريقة مختلفة، فإذا اظهرت عصبيتك، فمن المحتمل أن يكون مستمعوك عصبين، وإذا كنت عابسا، حتى عن غير قصد عفويا، فإن مسمعيك سيادلونك العبوس، وإذا لم تنظر إليهم فقد يشعروا بأنهم يستثنون من الحديث، وإذا تملمت فقد يشعروا بجاحتك للسيطرة على النفس ويفقدون الثقة بك وبما تقول.⁽²⁾

⁽¹⁾ مرجع نفسه، ص 20.

⁽²⁾ محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 36-37.

المطلب الثالث: فوائد الحركة الجسمية المؤثرة.

حركات الجسم توفر لنا مقياس صحيح للمشاعر والتوجهات، وهي الفائدة الوحيدة الكبرى المقصودة من الأفعال الجسمانية المؤثرة في الخطابات العامة ولكن هناك غيرها:

1. تجعل الرسالة أكثر معنى و قابلية للتذكر:

إن الناس يملون من الأشياء التي لا تتحرك، ولهذا السبب فإن أخبار التلفاز تحتوي دائما على أفلام بها حركة فإذا كان هناك قصة مثيرة ومرئية مثل لإطلاق نار أو مظاهرات احتجاج، فإن نشرة الأخبار يبدأ بها عادة حتى ولو لم تكن هي حدث اليوم، فنشرة الأخبار التي تحتوي فقط على أشخاص يتحدثون سوف تفقد مشاهديها لأنه ببساطة يمكن للمستمع أخذ المعلومات من الراديو.

وبالمثل فإن الناس يندفعون لرؤية الأفلام ذات الصور المتحركة، ففي الاجتماعات الهامة قد تلاحظ مدى الاهتمام الذي يوجه للخلافات البصرية التي تتم خلال الخطابات، عندما يتأخر بعض الناس في الحضور أو تشعل الأنوار تلاحظوا كيف يتم تشتيت الناس عن الخطاب والميل الثالث الهام بالنسبة للناس هو مقدرتهم على تذكر الرسائل التي تخاطب أكثر من حاسة واحدة من الحواس، فالناس يتذكرون ما يرونه أكثر مما يتذكرون ما يسمعونه.

2. إضافة علامات التنقيط إلى خطابك:

إن اللغة المكتوبة لديها مجموعة كاملة من علامات التنقيط، والفواصل والوقفات وعلامات التعجب، ولكن عندما تتكلم فإنك تستخدم علامات أخرى مختلفة لتظهر لمستمعيك أي الأجزاء هي الأكثر أهمية، ولتعطي قوة وحيوية لكلماتك، بعضها قد لا تؤدي بواسطة الصوت وتكون فاعلة مثل الإيماءات وحركات الجسم وتعبيرات الوجه.

3. تساعد على تخفيف التوتر العصبي:

أن تكون متوترا بعض الشيء قبل الخطاب أمر صحيح، وهذا يعني أن الخطاب مهما لك وبأنك تهتم بأداء جيد، وكثير من مشاهير الناس يعترفون بأنهم كانوا عصبيين قبل العرض، ولكن الخوف الحقيقي عندما يدمر التوتر الخطاب ويجعلك غير قادر على تقديم خطاب فعال، إن مخاوف الخطيب وقلقه يمكنه أن يتم التغلب عليها بواسطة الثقة بالنفس، وهو نتيجة ثانوية للأعداد و الخبرة.

وعلى أي حال يمكنك التحكم بالحركات التي تعبر عن الخوف و القلق أثناء الخطاب، إن الخطابات العامة تحفز الغدة الأدرينالية التي تخلق قوة فاعلة من الطاقة فتسارع نبضات القلب، ويصبح التنفس أقل عمق وأكثر سرعة، وتوتر العضلات.

و حين التخلص من هذا التوتر فغتك سوف تبدو عصبي ، ويعمل الجسم كل شيء للتخلص من التوتر.⁽¹⁾

⁽¹⁾مرجع نفسه، ص 83.

المطلب الرابع: طرق لجعل جسمك يتكلم بفعالية.

- ✦ خلص نفسك من التكلف والتصنع الذي يشتمل المستمعين.
- ✦ كن طبيعي، عفويا وكثير التحدث.
- ✦ إجعل جسمك يعكس مشاعرك.
- ✦ بناء ثقة بالنفس من خلال الأعداد.
- ✦ استخدام البيت أو الجامعة أو مكان العمل كمختبر للتعليم.

1. وفتتك التي تتكلم:

إن وقفة الجسم أثناء الحديث هي التي تعطي الصورة الكلية الكاملة الناطقة، والوقفة الجيدة تساعدك في التنفس الجيد والتعبير بصوتك واستخدام طاقتك الصوتية بطريقة جيدة، وتساعدك على الشعور بالراحة و الانتباه، مما يقلل التوتر و العصبية و يقلل من الحركات العشوائية المشتتة للانتباه. ما هي الوقفة الجيدة؟

قف مستقيما وليس مشدودا، وابتعد قدميك عن بعضها من 15-30سم ولتكن أحدهما متقدمة عن الأخرى. و ازن ثقل جسمك على قدميك الاثنتين، الركب يجب أن تكون مستقيمة لكن ليس مقفلة، الكتفين مفرودين بارتياح ولكن ليس منهدلين، حافظ على صدرك مرتفعا لا تفرد بطنك. ورأسك مرتفع ولكن بدون مبالغة، دع ذراعيك بصورة طبيعية يتدليان من جسمك. خذ نفسا عميقا طويلا، إذ لم تكن مرتاح في هذا الوضع حاول تغيير موقع قدميك قليلا لتشعر براحة أكبر.

2. الإيماءات:

هي حركات محددة من الجسم والتي تقوي الرسالة الشفوية أو تنقل فكرة أو عاطفة، ويمكن أن تعمل بواسطة الرأس أو الوجه أو اليدين أو القدمين ولكن أغلبها تعمل باليدين أو الذراعين. عندما تتحدث فقد تكون يداك أدوات تعبير رائعة، ولكن عديمي الخبرة يجهلون ما يفعلون بأيديهم، البعض يستبعدونها كلياً بواسطة وضعها في الجيب، أو خلف الظهر، و البعض يقوم بها بطريقة عصبية. و الإيماءات يمكن أن تحمل رسائل دقيقة جدا ومعبرة. إن الجسم يمكن أن يقوم بعدد لا نهائي من الإيماءات، فليم تحرم جسمك من هذه القدرة. والإيماءات قد تختلف معانيها من ثقافة إلى أخرى، لذا يجب أن تدرك أبعاد حركاتك عندما تتحدث أمام مستمعين من جمهور دولي، لأن ما هو محمود في هذه الثقافة قد يكون مستنكرا في ثقافة أخرى.⁽¹⁾

(1) علي رزق، نظريات في أساليب الاقناع، دار الصفوة للنشر والتوزيع، بيروت، 1994، ص 25.

الإيماءات هي الأكثر تحفيزاً بين الاتصالات غير المنطوقة، وتساعدك في بلاغة التعبير أكثر من أي وسيلة أخرى حيث أنها:

✦ توضح وتدع كلماتك.

✦ ترسخ الصورة في عقول المستمعين.

✦ تساعد في التخلص من التوتر العصبي.

✦ تقوم بعمل الوسائل البصرية المساعدة.

✦ تحفز مشاركة المستمعين.

تصنف أنواع الإيماءات ضمن أربع مجموعات رئيسية:

(1) الإيماءة الوصفية: تستخدم لتوضيح أو تحسين الرسالة الصوتية.

(2) الإيماءة التأكيدية: تستخدم للتأكد على ما تم قوله، وهي توضح الحماس و القناعة.

(3) الإيماءة الافتراضية: هي رموز من الأفكار و العواطف، تستخدم لمساعدة المتحدث على إحداث المزاج المطلوب أو التعبير عن فكرة معينة.

(4) الإيماءات الفورية: تستخدم لتحقيق الاستجابة المطلوبة من المستمعين، فإذا ما كنت تريد من مستمعك أن يرفعوا أيديهم، فإنك تشجعهم بواسطة عمل ذلك بنفسك⁽¹⁾.

3. نحن نضع ملامح وجوهنا: إن جمال الشكل موهبة طبيعية، بينما يكمن كل من الابداع و المهارة في قدرة الشخص على ان يكون جذاباً ومؤثراً في أسلوبه، كما أن الاتصال و الإيماء بالعين وسيلة مهمة وفعالة لإشعار الحضور بأهميتهما لدى المحاضر. وإخلاص المحاضر لرسائله بإيصال المعرفة بصدق وأمانة وليس التظاهر و التصنع للحصول على الانتباه.

فلا تستطيع اقناع الحضور بإخلاصك لهم واهتمامك بهم إلا إذا كنت تنظر إليهم.

4. حركة الجسم:

هي تغيير موقع أو وضعية الجسم أثناء الحديث، ويعتبر أحد أهم وأوسع وأوضح الطرق للتعبير يستطيع المتحدث القيام بها وهي تعطيه قوة جبارة لأداء جيد. عندما تتحدث، يمكنك الاستفادة من ثلاث خصائص، من تحريك جسمك بأسلوب هادف ومنضبط.

✦ حركة الجسم يمكن أن تدعم وتعزز ما تقول.

✦ تجذب انتباه جمهور المستمعين بشكل دائم تقريباً.

✦ هي أسرع الوسائل وأكثرها فاعلية في توضيح الطاقة العصبية والفكرية و التقليل من نوع التوتر.

السبب الصحيح الآخر لحركة الجسم، هو تحسين فهمك لرسائلك فالمعاني المقترحة من حركات الجسم أقل دقة من تلك المثارة بالإيماءات الفردية، لكن حركة الجسم مع أهميتها تعمل كمكمل بصري مؤثر لكلماتك.²

(1) المرجع نفسه، ص26.

(2) علي عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص130.

في بعض الحالات، يمكنك أن تستعمل حركة الجسم لتصوير أو تخيل معانيها على سبيل المثال، إذا كنت تصف حركة جسمية، كرحي القهوة أو عداء يجاهد لقطع الشريط والفوز بالسباق، يمكنك أن تساعد مستمعك لتصور الموقف بشكل واضح بتمثيل ذلك الموقف، أن تنتقل من مكان إلى آخر ربما هو الأسهل لحركة الجسم.

5. تعابير الوجه:

إن الوجه ذا التعبير الجامد هو مصدر قوة للاعب الورقة الجيد، لكن بالنسبة للخطيب أو المتحدث يعبر الجمود في تعبير الوجه مانعا للاتصال الفعال والمؤثر مع من يستمعون إليه. فالمستمعون يراقبون وجه المتكلم أثناء الحديث، كنوع من التهذيب، وبنفس درجة الأهمية على حد سواء حاجتهم للحصول على البيانات البحرية مما يجعل رسالة المتكلم ذات مغزى أكبر. تعبير الوجه في أغلب الأحيان المقرر الرئيسي للمعنى من وراء الرسالة.

مثلا إذا قال لك صديق وهو يبتسم بدفء "أنت مجنون" هل تشعر بالإهانة؟ من المحتمل لا، في الحقيقة قد تأخذها كإشارة للتحجب، إن من المستحسن عدم الابتسامة بشكل مستمر. أو إذا كان الموقف جادا مما يعطي الانطباع بخفة وزن المتحدث، ولكن حاول أن تبقي الابتسامة على وجهك حيثما اقتضى الموقف ذلك.. مستمعك بأنك سعيد بفرصة مشاركتهم أفكارك، فهذا سيمتلك ويجعلك مقبولا لديهم. ليس هناك أي قواعد تحكم استخدامك تعبير معين، فإذا تحررت مما يعيقك، وسمحت لنفسك بأن تستجيب لروح الأفكار والمواقف والأحاسيس فإن تعبير وجهك سيكون مناسب، ومعبّر ويعكس الاخلاص والاقناع والمصادقية.⁽¹⁾

6. اتصال العيون:

إن كل من مظهرك الخارجي ووضعتك وحركات جسمك وتعبير وجهك، تعتبر عناصر حساسة وأبلغ من الكلام، لكن بعد صوتك عيونك هي أداتك الأقوى للاتصال. إن اتصال العيون يشكل الرابطة الوثيقة التي تربط المتحدث بمستمعيه، فعندما تتكلم فإنك تستطيع بعيونك أن تشرك مستمعك بما تقدمه، جاعلا إياه مباشرا، غنيا بالنقاش وذا طابع شخصي، بالمقابل ليس هناك طريقة معقدة لقطع حبل التواصل كالإخفاق في النظر إلى جمهورك.

مهما يكن عدد الجمهور، فكل منهما يرغب بالإحساس بأهميته، حتى يشعر وكأن هناك علاقة شخصية مع المتحدث، وأنه يحدثه بشكل مباشر وإلا سيشعر المستمع بأنه مهمش إذا قصرت بتواصلك العيني معه. عندما ترى جمهورك مهتم بما تقول، ستكسب ثقته وتصبح أكثر راحة.

الاتصال العيني يمكن أن يساعدك أيضا للتغلب على العصبية والخوف هو السبب الأكثر شيوعا للعصبية، وتترك العصبية سينقص.⁽²⁾

(1) المرجع نفسه، ص 131.

(2) ابراهيم علي رابعة، مرجع سبق ذكره، ص 62.

✦ كيف تستعمل نظرات عيونك بفاعلية؟

- اعرف مادة حديثك

- أنشئ رابطة شخصية مع كل مستمع.

✦ راقب التغذية الراجعة البصرية.

✦ إذا كان ينظر مستمعوك بحيرة فأنت بحاجة لتوضيح أو تفسير اضافي للشيء الذي تقول، وأثناء ذلك كما لمراقبتهم، فإذا أشارت وجههم بالفهم انتقل إلى النقطة التالية من الفكرة.

✦ إذا عبس المستمعون في وجهك تذكر بأن المسمعين وبغير وعي يميلون لتقليد من يتحدث إليهم، فقد تكون أنت من يعبس في وجوههم من غير قصد، ابتسم وأنظر إذا اختلفت تعبيراتهم إذا بدءوا بالتلمل بعصبية، فقد تكون قمت بتشتيت انتباههم ببعض حركاتك.

✦ بالمقابل إذا دلت وجوههم على أنهم سعداء ومهتمون ومنتبهون جيداً، ابق على ما أنت عليه ولا تغير شيئاً، لأن ذلك يعني أن أدائك جيد.

✦ كيف يكون الانطباع الأول جيداً؟

✦ من الخطابات الهامة، كما في أشكال التفاعل الانساني، قد لا تجد فرصة ثانية لإعطاء الانتباه الأول.

✦ الانطباع الأول حرج ومهم، فالأشخاص الذين يجتمعون للمرة الأولى يميلون إلى تشكيل أحكام فورية عن بعضهم البعض والتي قد تصبغ علاقتهما للأبد.

✦ عندما تلقي خاباً سيحكم عليك من قبل جمهورك، والانطباع الذي تتركهم لديهم، له تأثير مباشر على نجاح تقديمك.

7. المستمع كالمراة:

وهنا نقصد بالمستمع كالمراة، أنك ترى فعلك برد فعل مستمعك، أفكر بالمستمع كمرآة مني بتقبله للفكرة واستحسانها واستساغتها فهو يعكس شخصية، لذا إذا كنت تبحث عن فعل من المستمعين فالأفضل أن تقوم بذات الفعل.

8. كن طبيعياً:

التحضير يبين الثقة، و الثقة تساعد المتكلم لأن يكون مرتاحاً ويعزز نفسه بنفسه.

9. المظهر الخارجي:

سواء أحببته أم لا، فمما لا شك فيه أن مظهرك الخارجي له بالغ الأثر في كيفية نظرة الناس إليك. عندما تتحدث، فإن مظهرك يعكس رسالة بصرية قوية لمستمعك رسالة مهمة وحيوية بالنسبة لنجاحكم⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه ، ص 63 .

10. الطريقة الجيدة المجربة للباس هي على أقل تقدير:

حسن الهندام أو اللباس الجيد حتى تكون أنيقا.

إذا كان مستمعوك سيرتدون اللباس الرسمي فالبس أيضا بدلة رسمية فهذا أفضل.

إن ما صورتك المشرقة أن يكون كل جزء من لباسك نظيف ومخاطا جيدا ومنابا.

لا تلبس جواهر ذات بريق أو تصدر أصواتا عندما تمشي لأنها ربما تحول انتباه المستمعين بعيدا على

المحاضرة.

و للسبب ذاته أفرغ جيوبك من الأشياء الثقيلة أو التي تصدر أصواتا عندما تتحرك.

يفضل المستمعون المتحدثين الذين يعكسون البنية الجسمية الصحيحة دلت الأبحاث أن المستمعين يتجهون

للربط بين البنية الجيدة وقوة الأداء الصوتي لذا راقب غذاءك وتمارينك بانتظام⁽¹⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 64 .

المبحث السابع: مهارة اللقاء

يعتبر اللقاء وسيلة فعالة في مخاطبة الناس وهي طريقة لنقل الأفكار إلى المستمعين أو المشاهدين بهدف إيصال الأفكار و التعامل معها، وهذا يحتاج إلى توافر المهارات معينة حتى يتحقق الهدف المطلوب. إن الإلقاء فن ومهارة، فهو فن لأنه يحتاج إلى موهبة فطرية يستطيع صاحبها أن يكتسبها بالممارسة أو التدريب على الإلقاء بحيث يتقن هذا الفن ويصبح ذلك مهارة لديه يستخدمها وقت الحاجة .

إزدادت أهمية فن اللقاء بعد أن تعددت وسائل مخاطبة الجمهور واتسعت لتشمل أحيانا الملايين منهم، وأصبح بإمكان أي منا أن يوصل الأفكار التي يريدتها إلى الآخرين على مدى واسع وبتيسير وسهولة إذا ما أتاحت له وسائل الإعلام المناسبة.

ولتحقيق إلقاء ناجح وفعال يجب إتباع المراحل و الخطوات التالية:

المطلب الأول: مرحلة عملية التنظيم

قبل البدء بعملية تحضير اللقاء، هناك ثلاث أمور يجب أخذها بعين الإعتبار وسوف تساعدك على أن تكون من المتحدثين الناجحين.

1. الهدف:

عادة ما يندرج تقديمك تحت واحد من ثلاثة أنواع من الاهداف :

أ. الأخبار

ب. الإقناع

ت. الترفيه

وقبل التقديم يجب أن تحدد أي من تلك الأهداف تريد أن تحقق.

✦ **الحديث الإخباري:** يهدف إلى مشاركة الآخرين بالمعلومات المتعلقة بالمادة المقدمة، حيث يجب أن

تكون ممتعة بقدر الإمكان لكي لا يشعر الجمهور بالملل أثناء التقديم.

✦ **الحديث الإقناعي:** يهدف إلى الحصول على رد الفعل أو سلوك من الأفراد المتلقيين أو التأثير عليهم،

ويمكن إستخدام النطق أو التأثير على المشاعر والأحاسيس في محاولة إقناع الجمهور بشيء معين .

فالمتحدث الناجح يستخدم هذا النوع من الحديث لتعزيز مصداقيته لدى الجمهور.

✦ **الحديث الترفيهي:** يهدف هذا النوع من الحديث الى التسلية ، ولكن المقصود هنا الترفيه لا الهزل .

حيث قد يطلب منك أثناء حياتك العامة مثل هذا النوع من التقديم بإلقاء خطاب ترحيبي أو آخر

تأبيني أو جزء من مناسبة معينة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ عبد الوارث عسر، فن الإلقاء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1993، ص18-19

2. الجمهور:

إن الوقت الذي تستغرقه لجمع المعلومات عن الحضور ربما يكون عاملاً يحدد نجاح أو فشل التقديم. إذ لم يبد الحضور اهتماماً بالموضوع الذي تقدمه فإن فرصتك في التقديم جيد سوف تتضاءل، لذلك يجب أن يكون الموضوع مناسباً للجمهور المتلقي و مستحوذاً على إهتمامهم وبنفس الوقت أي لا يكون لديهم ألهام كامل عن المعلومات التي ستقدمها لأن هذا سيقبل من مدى الإهتمام لسماع ما ستقوله، فكلما كان لديك معلومات عن الحضور كلما كانت عملية التقديم أسهل.

إذا اخترت الموضوع الذي سوف تقدمه وكانت لديك المعلومات عن الحضور حينها سوف تكون قادراً على تقديم الموضوع بشكل يناسب ذلك الحضور، وأفضل مصدر للمعلومات عن الحضور هو الحصول عليها من الجهة المنظمة للبرنامج، وكذلك الإتصال بأناس كانت لهم علاقة بنفس المجموعة من قبل.

3. الامور اللوجستية:

هل ذهبت يوماً لحضور ندوة أو إستماع موضوع ما في غرفة مظلمة بعد أن تناولت وجبة الغداء من المؤكد أنك سوف تغفو بين الحين و الآخر، ولكن إذا تعمد الشخص المقدم جعل قاعة التقديم مضاءة بأنوار ساطعة واستخدام وسائل مرئية، وكان التقديم بتسلسل سريع و مرتب فإن ذلك سوف يقلل من النعاس الذي يصاب به الحضور بعد الغداء إذا لم يقضي عليه.

عندما تقوم بمحاولة السيطرة على الامور اللوجستية يجب عليك أخذ الامور التالية بعين الاعتبار :

✦ وقت التقديم

✦ الشخص الذي قدم قبلك والشخص الذي سيقدم بعدك.

✦ المدة الزمنية التي استغرقها المقدمون السابقون في التقديم .

✦ المدة المخصصة للإجابة على استفسارات الحضور

✦ المعدلات الازمة للتقديم

✦ الشكل العام للقاعة التي سوف تقدم فيها .

المطلب الثاني: مرحلة تنظيم عملية التقديم

خلافاً للكلام المكتوب الذي يمكن قراءته وإعادة قراءته إذا ألزم الأمر لديك فقط فرصة واحدة لتكون واضحاً في العرض الشفهي الذي تقدمه، الطريقة التي تستخدمها في التنظيم ستعكس على نوع الخطاب الذي تلقيه ان كان اعلامياً او تحفيزياً او للمتعة و التسلية لذلك يجب ان يكون التقديم مصمم بشكل جيد و الحركات المستخدمة تقوم الجمهور للهدف المراد وتؤدي الى استنتاج قوي.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 20-21.

1. تحديد المسار الاساسي :

هو وضع الاساسيات كأداة للتخطيط لإعطاء شكل وهيئة للعرض المقدم ، وبغض النظر عن الهدف من هذا العرض الا ان الاساسيات المستخدمة سوف تساعدك على انشاء عرض فعال و الطريقة المفضلة هي استخدام اسلوب التعبير الموجز

2. تنظيم الحديث الرسمي:

الحديث الرسمي يمكن ان يكون منظم بوحدة من الاشكال التالية :

✦ الترتيب الزمني (ترتيب بشكل متزامن مع الوقت)

✦ الترتيب المكاني

✦ الترتيب الجغرافي

✦ الترتيب الموضوعي

✦ المقاربة و التباين

✦ السبب و التأثير

3. إنشاء عرض تحفيزي ومقنع:

هل قمت بطلب شيء وأنت تشاهد التلفاز وهل قمت بشراء أي شيء عبر الهاتف او عن طريق احد قام بالقدوم إليك إلى المنزل؟ إذا كان جوابك إيجابيا إذا فقد تعرضت إلى عرض إقناعي. كيف يمكن أن تكون مقنعا باستخدام طرق مختلفة لإقناع المستمعين؟

الفيلسوف الإغريقي أرسطو تحدث عن استخدام الشعارات وروح الجماعة في طريقة العرض وهي ما زالت تعطي أثرا فعالا حتى يومنا هذا.

من الأمور المستخدمة أيضا العواطف، فهذه الطريقة تستخدم للتركيز على الاحتياجات والامور التي تحتاجها من الجمهور، معظم المناقشات مبنية على الخلط بين المنطق و العاطفة. عليك فهم احتياجات الجمهور فهم جيدا لكي تحثهم على الشعور الجيد اتجاه النقاش المطروح ويمكن أن تجمع الشعارات و العاطفة لتحقيق مرادك المنطقي لاتخاذ القرار بينما هنالك الكثير من المفكرين الذين يدعمون العاطفة فقط وهي تشكل اهتماما أكبر من غيرها بالنسبة لهم.

روح الجماعة و التحفيز هي طريقة أخرى لإثبات المصادقية عند المقدم. كيف يمكن ان تتعلم من جمهورك؟ هذا من المحتمل أن يتأثر بمستوى تحصيلك العلمي، جنسك، مستواك الوظيفي في نفس الشركة التي تعمل بها-إذا كنت موظفا- إذا كان موظفوك ممن يثقون بك سيكون من السهل إقناعهم وجعلهم يفكرون بالطريقة التي ترغب⁽¹⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 23-24.

4. كسب المصداقية المتبادلة:

ماهي أهم عناصر كسب المصداقية عند الجمهور؟

المصداقية تحتوي على ثلاثة أمور أساسية:

أ. الاعتمادية:

وهي كون الشيء جدير بالثقة والاعتماد وإيمان راسخ وملاحظة الكفاءة. بغض النظر عن ما إذا كان المحاضر يتمتع بالمصداقية فإن تفاعل الجمهور هو المهم. إذا كان الجمهور مقتنع بأن المحاضر ذو مصداقية فإن ما تبقى سيكون من مسؤولية المحاضر لتحويل ما يعتقد الجمهور.

ولعل من أصعب الأمور هي تحقيق شعور الثقة عند الجمهور. أن الوسيلة الشائعة لبناء الثقة هي عن طريق استخدام الأرضية المشتركة بحيث يشعر الجمهور بأنك تمر بنفس الظروف التي يمرون بها كأن تقول "لقد تعلمت في مدرسة" كالكتير منكم "أو أنني مازلت ادفع الضرائب" كالكتير منكم لمدة 25 سنة". لقد قمت بذلك بتشكيل أرضية مشتركة تعمل على التقريب بينك وبين جمهورك وقد تسهل فرص مصداقيتك عند الجمهور.

ب. الهدف:

بالإضافة الى كل ما سبق ذكره فعلى المقدم أن يحقق هذه المراحل في التقديم:

✦ **التحفيز:** أنها أول مراحل التقديم حيث يتوجب على المقدم أن يفعل مشاركة الجمهور من دون المحاولة

للتأثير عليهم كي يغيروا أو يبدلوا آراءهم ومعتقداتهم.

✦ **الإقناع:** تريد من الجمهور أن يقتنع ويغير معتقداته بحسب القناعة التي تريدها. قد لا تريد منهم شيء

سوى تغيير معتقداتهم، مثلا إذا كانت شركتك تدعم مراكز العناية بالأطفال وانت ترى فيها شيئا جيدا

للشركة لذلك يكون تركيزك على أن توصل لهم هذه الفكرة وتغنعم فيها.

✦ **نداء العمل:** ثم تنتقل للمرحلة الثالثة وهي نداء للعمل حيث تقوم بالمبادرة بتوضيح الحاجة الى بدأ

العمل، مثلا في حالة مركز الرعاية تقوم بالاجتماع مع المدراء المشجعين لمراكز الرعاية وإقناعهم بأنه

وسيلة هامة للتطور.

ج. الجمهور:

حدد جمهورك. هل هم داعمون ومؤيدون، أم هل هم عدائيون، أم هل هم لا مبالون، أم هم خليط مما سبق.

ولكي تكون ناجحا في عرضك فمن الافضل ان يكون لديك علم بمن ستقابل و ما هي التوجهات المتوقعة من

قبلهم. عند التعرض لهذه الامور يجب ان تضع في ذهنك عدة انواع من الجمهور:

- **المؤيدون:** هذا النوع من الجمهور يقومون بمشاطرتك الراي وفي الغالب يريدون ما تريده انت. فمثلا

الذين يقومون بالانتساب لمراكز العناية الخارجية سيكونون من المؤيدين لإنشاء مراكز عناية خاصة

بالشركة⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه، ص 24-25.

- **العدائيون:** أولا يجب ان تعرف سبب عدائية هذا الجمهور. هل هو بسبب التوقيت أم هو بسبب اللغة أم هو بسبب الفلسفة المتبعة أو بسبب المحاضر نفسه. مثلا إذا كنت منتدبا في يوم من الأيام لتقدم عرض عن كيفية إدارة الأعمال خاصة للمدراء المتوسطين، ودخلت قاعة العرض وبدأت بتقديم نفسك ولم تجد ترحيبا متوقعا فعندئذ عليك القيام بتدارك الامر ومن ثم اعطائهم نبذة عن الموضوع المغطى في العرض و القيام بسؤالهم لماذا هم معترضون على الموضوع ولماذا يظنون أنه هدر لأوقاتهم؟

من هنا يمكن ان يشعر جمهورك بأنك مقرب لهم، فيبدؤوا بتفسير سبب عدائهم للموضوع وعليك ان تخبرهم وتفسر لهم حقيقة الموضوع وبشكل صادق. هنا قمت بكسب ثقتهم نوعا ما وتخفيفهم على مشاركتك المعلومات وياشعارك لهم بأهميتهم.

- **اللامبالون:** هم الذين لا يؤثر الموضوع المطروح عليهم، مثلا نعود لموضوع مراكز الرعاية المطروح فلو كان هناك موظفون لا أطفال لهم فلن يكونوا ذوي اهتمام بهذا الموضوع وبالتالي لن يعيروا انتباها للموضوع ومن هنا سيكون الهدف هو اعلامهم عن الايجابيات التي قد يجزونها من دعم القرار. مثلا سيكونون مدعومين من قبل زملائهم الذين سيكونون متعاونين ولن يكون هناك اعمالا اضافية بسبب ترك زملائهم للعمل.

- **المثاليون:** هم الجمهور الذي لا يعارض. هو في الواقع لا يعلم عن ماذا ستحدث ولا يعرف المراد من هذا التقديم فتكون مهمتك بالتالي هي اعلامهم بالتفصيل عن المزايا التي قد يحصلون عليها و ما هي التأثيرات الايجابية التي قد يواجهونها.

- **المختلطون:** هناك نوعان من الجمهور المختلط الداعم و الراض. قد تجد عنصرا واحدا عدائيا من جمهورك مما يؤثر على اراء الاخرين فبالثالي يجب الانتباه لمثل هذه العناصر. ومن وظيفة محلي الجمهور ان ينبهوك لوجود مثل هذه العناصر قبل بدا المحاضرة. في الواقع ان الجمهور المختلط العدائي هو أسوأ أنواع الجمهور الذي من الممكن أن يواجه المقدم لذلك استعدادك لمثل هذه النوعية سيكون كاستعدادك لأسوء الأمور.

ح. **المكان الذي ستقدم به:**

بعد أن تقوم بتحديد الاهداف والجمهور قم بالتفكير بالمكان المخصص بالعرض، في أي وقت وفي أي ترتيب.

5. **تحضير العرض الإقناعي الفعال:**

العرض الإقناعي الفعال ممكن أن يجهز باستخدام ثلاث طرق:

فرضية تحاول إثبات صحتها، أو مشكلة تريد حلها أو انعكاس للآراء، أو مراحل متطورة:⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 24-25

أ. فرضية واثبات صحتها:

في هذه الطريقة تقوم بعرض هدفك في البداية. سيكون جمهورك عالما بما تهدف اليه ببداية العرض ومن تبدأ بتحقيق مرادك باستخدام ثلاث إلى خمس نقاط لدعم وكسب عاطفتهم، وفي النهاية ستقوم بمراجعة الحقائق و تتوصل لنتيجة قوية بما انك لا تريد من جمهورك ان يكونوا مصدومين بما تقول في عرضك. انت لا تريد ان تكون عدائيا لهم في بداية عرضك فبالتالي لن تجعلهم يغيرون قناعاتهم وتقوم بإعطائهم معلومات جديدة مجهزة بطريقة سهلة الاستيعاب من قبلهم. هذه الطريقة يفضل استخدامها مع الجمهور الداعم و اللامبالي و المثالي او المختلط منهم لكنه لا يستخدم مع الجمهور العدائي او العدائي المختلط.

ب. مشكلة وحلها:

في هذه الطريقة تقوم بعرض المشكلة ومن ثم تقوم بعرض الحل من وجهة نظرك. على الجمهور ان يقتنع بان هناك مشكلة يجب حلها. هذا ما يجب ان يكون مفهوما قبل ان تقوم بعرض الحل المقترح من قبلك، واذا كانت المشكلة متشعبة فخذ وقتا كافيا حتى تتأكد ان الجمهور قد استوعب المشكلة. وبعد ذلك قم بعرض الحل كما تقترحه انت. تأكد من تقديمك اكثر من نقطة متبوعا بمواد تدعيمية. هذه الطريقة فعالة ايضا مع الجمهور الداعم و اللامبالي و المثالي او المختلط منهم ولكنها لا تستخدم مع الجمهور العدائي او العدائي المختلط.

المطلب الثالث: مرحلة ما تحتاجه لمعرفة كيفية العمل واستخدام المساعدات المرئية

ان قدرتنا على الاحتفاظ بالمعلومات قد تزيد بنسبة 40% عند استخدامنا المساعدات المرئية، وبالنسبة لك كمحاضر، يعني هذا ان لديك فرصة اكبر لترك اثر واضح لدى حضورك. ان الاستعمال الصحيح للمساعدات المرئية يسمح بتفكيك المعلومات المعقدة و المشابكة إلى أجزاء بسيطة، كما يسهل على الجمهور فهمها. ان استخدام المساعدات المرئية يعطي المحاضر حرية التنقل أثناء إلقاء المحاضرة و الحفاظ على انتباه وتركيز الحضور.

1. ست قواعد مهمة يجب معرفتها عند استعمال الادوات البصرية:

- 1) يجب ان تكون المساعدات المرئية بسيطة بما فيه الكفاية ليفهم الحضور ما هو مطلوب في اقل من 20 ثانية. اما اذا كانت المادة معقدة، استعمل طريقة البناء التدريجي، وذلك بأن تبدأ بنقطة سهلة الاستيعاب ثم تدريجيا نحو الأكثر تعقيدا.
- 2) أترك المساعد المرئي مدة كافية أمام الحضور وذلك ليتفحصها قبل أن تبدأ في الحديث عنها.
- 3) لا تجعل ما تغرده معقد للغاية، بحيث يضطر الحضور إلى متابعة قراءته أثناء الحديث.
- 4) لا تتحدث وأنت متجه نحو الشاشة، اتجه نحو الحضور. قف حيث يكون المساعد المرئي إلى يمينك . أشتر بيدك اليمنى والتي يجب ان تكون القرب الى الشاشة عندما تبدأ الحديث. نحن نقرا من اليمين الى اليسار لذا نحن نريد أن نشير إلى بداية الجملة.⁽¹⁾

(1) نجاة علي، فن الالقاء بين النظرية والتطبيق، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1996، ص30.

5) تدرب على استخدام المساعد المرئي قبل تقديم المحاضرة لكي تستطيع أن تتعامل مع الأدوات والمعدات بشكل أفضل.

6) في حالة حدوث أي خلل في المساعد المرئي أو المعدات المستخدمة، حاول المتابعة بدون توقف، إطفئ الألة وياشر دون استخدام المساعد المرئي. وتذكر دائما أن المساعدات و الوسائل المرئية ليست إلا وسيلة تساعد الجمهور على الاستيعاب و الفهم وليس لمساعدتك، لذا عليك ان تكون قادرا على المتابعة بدونها. يجب أن يكون مجوزتك دائما إحتياطي من المصاييح و الوصلات الكهربائية أو أي شيء آخر يكون عرضة للتعطيل.

2. إختيار المساعد المرئي:

إن التقدم التقني في هذه الايام يقدم لك خيارات متنوعة من المساعدات المرئية، بالإضافة أيضا إلى الاساليب الأكثر تقليدا مثل الشفافيات، ألات العرض مثل البروجيكتور، و اللوحات المعلقة (flip chart) بحيث يمكن الاستفادة من اللوحات المعلقة في الاجتماعات البسيطة كما يمكن أيضا استخدام الحاسب العاكس للضوء (computer projection) لأغلب المحاضرات المتعلقة بالمبيعات او بالمواضيع الأخرى. ولكي تقرر أي من الوسائل هي الافضل، يمكنك ان تتدرب على استعمال بعض الأنواع المختلفة من المساعدات المرئية قبل ان تتخذ القرار الأخير، وقد ترغب في استخدام أكثر من مساعد مرئي في محاضرتك مثل: اللوحات المعلقة (flip chart)، بروجيكتور، و أجهزة الفيديو. كما انك قد تجد أن نوع المساعد المرئي الذي اخترته يعتمد على عوامل عديدة:

✦ مدة المحاضرة

✦ عدد الحضور

✦ المعدات و الأدوات المتاحة.

✦ مقومات قاعة الاجتماع.

✦ نوع المحاضرة التي سوف تلقيها.

✦ لا تستخدم نوع المساعد المرئي الذي تتراح لاستخدامه فقط، وتتردد في استخدام أي نوع أخرى. بحيث يمكن للمحاضرة التي تكون قد قدمتها خمسين مرة أن تاخذ شكلا مختلفا و رونقا جديدا، باستخدامك نوع آخر من المساعدات المرئية.

3. أنواع المساعدات المرئية وكيفية استخدامها:

أ. الحاسب العاكس للضوء (computer projection):

أن أنظمة الحاسب العاكس سريعة لدرجة أنها قد تغني عن استخدام 35 مليمترا من محاضرات الشفافيات. إن آلات العرض وأنظمة ال ال .سي. دي (LCD Panels) تخولك من استخدام نوعية أفضل من المرئيات في محاضرتك كما أن انخفاض كلا من وزن و ثمن هذه الأنظمة جعلها قابلة للنقل وقليلة التكلفة.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 30-31 .

إن آلات العرض كاملة في ذاتها فهي تجمع آلة العرض ال سي دي وتصدر إضاءة عاكسة للصورة. على الرغم من كون هذه الأنظمة أكبر وزنا من أنظمة ال سي دي العادية، إلا أنك قد تجد كل ما تحتاجه في مكان واحد لذلك فإنك لا تحتاج إلى آلة العرض باهظة الثمن، وبما أنها قد تحتوي على مصدر للإضاءة فإن تشابه مقومات آلة العرض ال سي دي مما يجعلها تنتج صورة بنوعية أفضل.

ولجعل حديثك أكثر تنوعا باستخدام الشفافيات باستمرار، أجعل شاشة العرض سوداء من حين إلى آخر، بحيث يمكنك فعل ذلك بضغط على المفتاح "b" الموجود على لوحة المفاتيح، وعند استخدامك برنامج استخدم آلة التحكم عن بعد الضغط على السهم لنتقل إلى الشفافية التالية.

❖ خمسة نصائح لاستعمال الآلات العرض ال سي دي في المحاضرات:

- 1) إحرص على أن يكون لديك مصباح إضافي .
- 2) في حالة أنك تجاهلتها أول مرة تأكد أن هناك مصباح إضافي.
- 3) قم بسؤال الفندق أو القائمين على مكان المحاضرة عن كيفية آلة عرض أخرى إذا حدث أي طارئ.
- 4) قم بتوصيل كل شيء ثم شغل آلة العرض أولا.
- 5) إذا أضاء المصباح ولم يكن هناك صورة تفقد جميع الوصلات.

4. التحضير لاستخدام المساعدات المرئية:

عند التحضير لإستخدام المساعدات المرئية تذكر أن الهدف فيها هو تعزيز محاضرتك وليس تحويل الانتباه عنها. إن من الواضح ان ما سوف يقدمه المحاضر هو الأهم، إلى أن استخدام المساعدات المرئية الجيدة يساعد على ابقاء وحب انتباه الجمهور, وعند كتابة مادة المساعدات المرئية تذكر النقاط التالية:

أ. **المطبوعات:** قم بإختيار واحدة لتسهيل قراءتها. كن ثابتا وستعمل نفس الخط لكل العناوين والنصوص، لا تستعمل أكثر من نوعين من الخطوط. استعمل قياس 18-22 على أن يكون الخط عريضا.

ب. **حاول ان تكون العبارات بسيطة:** إن قراءة عدد كبير من الكلمات سوف يرهق الحضور، حاول كتابة كلمات تصف نقاطك وقم بتلخيصها إذا أمكنك ذلك. إستخدم الصور و الصور البيانية بدلا من الكلمات كل ما أمكن .

ج. **كن ثابتا:** في حالة استخدام وسيلة مرئية واحدة، حاول عرض النقاط على شكل أسئلة أو جمل إخبارية.

د. **عناوين:** حدد العناوين في المرئيات بسطر واحد، والعناوين الفرعية بسطرين. لا تضع عنوان البرنامج في كل مساعد مرئي وإلا بدى غير منظم.

هـ. **استعمال الأحرف الكبيرة:** لا تجعل كل الأحرف كبيرة لن قراءتها صعب للغاية. كبر او حرف في أول الجملة وكبر أول حرف من الأسماء⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 32-33

المطلب الرابع: مرحلة الأجزاء الثلاثة الرئيسية في تقديمك.

يمكن تقديم أي عرض في ثلاثة أجزاء رئيسية: المقدمة، المحتوى (الموضوع) والخاتمة.

أولاً: المقدمة.

يجب أن تحتوي المقدمة على الموضوع الذي ستقدمه للحضور، وإذا كان العرض لمدة ثلاثين أو أربعين دقيقة فيجب أن لا تتجاوز المقدمة 10% من العرض.

يجب أن تكون المقدمة حيوية لأنها تكون الإنطباع الأول عن الموضوع. إذ لن يكون لديك فرصة أخرى لخلق ذلك الإنطباع فالمقدمة توضح الهدف والغاية من العرض:

✦ إجعل الحضور يستمعون إليك وذلك بجذب إهتمامهم.

✦ حدد أهمية الموضوع بالنبة لهم .

✦ إجعل حديثك ينطوي على المصادقية وخلق رابط مع الحضور.

✦ إجعل الحضور يعرفون ماذا تقصد و متى يطرحون الأسئلة.

1. **أجذب إهتمام الحضور:** عليك جذب إهتمام الحضور فوراً فلا تكن متثاقلاً في البدء لأن ذلك لن يجعل الحضور منتبهين إلى ما تقول، وأفضل طريقة لذلك هي ان تشدهم إليك كأن تلقي قصة على مسامعهم أو تطرح أسئلة أو سؤال افتراضياً أو حوار أو استشهاداً (مثل اقتباس) أو إلقاء نكتة أو طرفة وإليك بعض الأمثلة التي ستشد إليك الحضور.

2. **طرح الأسئلة:** إذا كان حديثك عن نوع جديد من الزبدة فمن المستحسن أن تبدأ بطرح السؤال التالي:

من منكم لا يأكل الزبدة لأن بها الكثير من الدهون؟ أو تسأل " هل تحبون أن تذوقوا نوعاً جديداً من الطعام له نفس طعم الزبدة ولكن ليس به دهون أو دسم على الإطلاق؟ هذا النوع يستقطب انتباه الحضور بسرعة فإخذون في التفكير ما هو الشيء الذي له طعم الزبدة ولكن ليس به دهون.

3. **بيان وقائع أو حقائق غير مألوفة:** وقد تبدأ بإحصائية مثل هناك 65 نوعاً بديلاً للزبدة في السوق ولكن ليس لأحد منها طعم الزبدة الحقيقية أو ليس به دهون أو دسم على الإطلاق⁽¹⁾.

4. **أعطي إيضاحات مثال أو قصة:** أرسم صورة عقلية أمام الحضور بأن تروي لهم قصة ذات صلة بالموضوع فهذا يشد انتباههم و يقربهم منك. مثلاً لقد عملت شركتنا لمدة 25 سنة لإيجاد بديل للزبدة له طعمها ولكنه خالي من الدهون أو الدسم وأخيراً تكلمنا سعيماً بالنجاح.

5. **استخدام اقتباسات:** للعبارات التي تتعلق بالأذهان أو الموحية أو الإقتباسات جاذبيتها، خاصة إذ لم تصبح مبتذلة بكثرة الاستعمال. اجث عن مثل هذه العبارات في الانترنت أو من أقوال أشخاص غير عاديين .

⁽¹⁾ غالب جليل صويص، مرجع سبق ذكره، ص37-38.

6. استخدام الفكاهة: إذ إستخدمت الفكاهة تأكد ان تكون رفيعة الذوق وذات صلة بالموضوع وأنتك تتراح إليها، أي تكون مسلية وتنطوي على فكاهة. إذا لم تكن متأكد إستخدمها قبل التقديم مع شخص تثق به.

إن استخدام الفكاهة أمام حشد من الناس خطر جدا لأنك لا تعرف من سيسر بها ومن قد يغضب منها، إن رد فعلها يختلف حسب ثقافة الجمهور.

7. ما أهمية العرض للجمهور؟ لا تتأخر في إبداء هذا الجانب للحضور وإلا فإنك سوف تفقد اهتمامهم و انتباههم خاصة إذا كانوا قد حضروا وهم مترددون. إذ من شأن التأخر أن يشعر بالملل و السأم فإذا لم تستقطب إهتمامهم منذ الدقائق الأولى فإن ذلك سيجعل مهمتك شاقة. وإذا لاحظت أن بعضهم يغادر القاعة لا تياس! فالناس يتكون العرض للأسباب عديدة، لذا حاول أن يكون عرضك على أفضل نحو ممكن خاصة لما جاءوا يستمعون إليه.

8. عرف الحضور بنفسك: إذا كان الجمهور الحاضر يعرف من انت لا داعي لتعريفهم مرة أخرى وإلا عليك أن تعرفهم بنفسك ومؤهلاتك أو ما لديك ولماذا يتوجب عليهم الإستماع إليك، وليكن ذلك في حدود الموضوع الذي جئت من أجله وإذا قدمك أحد إلى الحضور وعرفهم بموقعك أو مركزك فلا تكرر ذلك ووضح الأسباب التي تريد من أجلها ان يستمع إليك الحضور مع امكانية ابراز أشياء أخرى إذا لم تكن قلت في تقديمك مع ذكر تجربة تمهد للعرض الذي ستقوم به.

مثلا تقول لقاء عابر مع شخص ما جعلني أترك التدريس وأفتح شركة وهذه العبارة هامة في حد ذاتها ولكنها تمهد الطريق للتحدث عن الشركة وإذا كنت تتحدث في مؤتمر كبير أو لقاء هام وبجاجة تقديم أعد المقدمة وأر سلها إلى الشخص الذي سيقوم بتقديمك وليكن معك نسخة أخرى وأطلب منهم أن يقرأ ما كتبت بهذا تصل إلى الوضع الذي تريده.

9. إستعراض الموضوع: إذا كان الحضور يعرفون لقبك أو منصبك والموضوع الذي ستتحدث فيه أو لديهم فكرة عامة عنه فلا بأس أن تعيده على مسامعهم، وإذا كان العرض إعطاء معلومات فقل للحضور ما تريد تحقيقه، كن مباشر ودون إطالة و بإمكانك ان تسجل النطاق التي سوف تتطرق إليها وإلى أين ستمضي في العرض فإذا كان هدفك إقناعهم فلا حاجة بأن يكون كلامك محددًا ومن المستحسن ان تبين لهم متى ستردوا على أسئلتهم .

10. ما عليك تجنبه في تقديم نفسك لهم هو " صباح الخير " أسمى.....

11. وأنا مسرور للتحدث إليكم هذا اليوم عن⁽¹⁾

⁽¹⁾ لمرجع نفسه، ص 39.

12. فالحضور إما أن يكونوا عارفين اسمك أو لا يهم ذلك، بالإضافة إلى أنه عندما تبدأ الثواني الأولى تضيق لأن الحضور لا يكونون مصغيين إليك تمام فإذا قلت يسرني أن أكون هنا فإن لك لا يهمهم أنهم هنا لأن ذلك يهمهم ولصالحهم وليس لصالحك .
" ولا تقل سوف أتحدث عن"

فالحضور يعرفون ذلك! استخدم الإفتتاحية لتصرفهم عما يشغلهم عن الإستماع وذلك بإثاراتهم و تسليط الضوء على حاجاتهم وعلى إيجاد تواصل معهم قبلان تبدأ بطرح الموضوع، فالإفتتاحية أو المقدمة هي أهم جزء في العرض.

ثانيا: الموضوع (محتوى).

يشكل الموضوع 80% من العرض، قسم المادة إلى 3 أو 5 نقاط رئيسية، ثم دعم كل نقطة مع بيانات اخرى عدا عن الحقائق والأرقام. وأربط النقاط مع بعضها.

هذا هو ما يحدد أسلوب العرض ويوصلك إلى هدفك في طلب الموضوع أو طرح الإجابة على أسئلة الحضور وعادة ما ينطوي على عناصر المحتوى، وقد يحتوي على مادة جديدة أو مادة قد تكون مألوفة لديهم ولكنها معروضة بطريقة جديدة. قم باختيار المعلومات المناسبة فليس كل المعلومات التي لديك هامة في بهذا السياق ومن المفيد أن تحتفظ بملفات لأفكارك تضع فيها الأفكار التي تعرض إليك في جريدة أو مجلة أو مقالة لا تعتمد فقط على ذاكرتك!

إليك بعض الأمور التي تجعل من عرضك شيئا ذا جاذبية و مشوقا.

- ✦ ضرب الأمثلة .
- ✦ رواية القصص.
- ✦ ايراد الاقتباسات.
- ✦ اسراد التعاريف.
- ✦ عقد المقارنات.
- ✦ الاحصائيات .
- ✦ ايراد القياس (اتحاد شيئين في العلة أو السبب).
- ✦ المجازات والإستعراض.
- ✦ الفكاهات.
- ✦ اشراك الحضور.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 40-41.

✦ وسائل الإيضاح.

1. استخدام العبارات الانتقالية: لضمان استمرارية من نقطة إلى أخرى في العرض استخدم عبارات انتقالية وهي عبارة عن ملاحظات قصيرة تتمكنك من الانتقال من المقدمة إلى صلب الموضوع ومن ثم إلى الخاتمة.
2. استخدام مواد مساعدة في صلب الموضوع: العبارات المساندة تساعدك على شرح النقاد لديك وعليك أن تجمع معلومات لذا اختيارك للموضوع. أكتب ما تعرفه عن الموضوع والنقاط الرئيسية وماتريد الوصول إليه وأن تكون بياناتك دقيقة لتعزيز موقفك.
3. دعم وجهة نظرك: بالوقائع والإحصائيات التي تساعدك في اقناع الحضور. إستخدام الحقائق التي تسند موقفك مستشهدا بمواقف مماثلة.
4. مشاركة الحضور أو الجمهور: إجعل الحضور يشاركون في العرض واستخدم بيانات تمهمهم كأن تقول لهم كم عدد أطفالكم الذي يستخدمون الزحافات كم منكم يشعر بالأمان أكثر إذا إنطلقت هذه الزحافات بعيدا عن شوارع المدينة أو القرية.
5. اوجد رابطة عاطفية: إذا كان موضوعك الوقاية من النار بالمنزل فمن الأفضل إستخدام قصص منشورة عن الحسائر التي حصلت في منطقتك فالناس يستجوبون للعواطف.

ثالثا: الخاتمة

خصص 5% -10% من العرض للخاتمة كي تلخص للجمهور ما قلته لهم وهو آخر ما يسمعه الحضور. تأكد من مراجعة النقاط الرئيسية أو توجيه رجاء حار للحضور للعمل، النهاية الفعالة يجب أن تكون ذات تركيز على النقاط الهامة التي وردت في العرض. لوضع خاتمة لا تنسى استخدام الأمثلة الخاصة بالإفتتاح، أشر إلى واقعة غير مألوفة، أعطى ايضاحا، أضرب مثلا أو قصة

المطلب الخامس: مرحلة أساليب التمرن والأداء.

تماما مثل ما يقوم الرياضي بالتمرن قبل أي حدث رياضي كذلك يجب على المتحدث أن يتمرن أيضا فأبي خطاب مهما كان هاما يفقد أهميته إذا لم يتم ايصاله أو القائه بصورة سليمة وبارعة والطريقة الوحيد للتدريب هي بالتعليم بصورة عال أثناء التدريب أو العرض

بعض النصائح في عملية التمرن على الإلقاء:

- ✦ تمرن على الإلقاء بطرق مختلفة في كل مرة تتمرن فيها، فهذا سيساعدك أن تكون تلقائي أثناء الإلقاء وأن تكون مستعد حتى آخر لحظة. (1)

(1) المرجع نفسه، ص 42-43.

- ✦ إذا كان الإلقاء الذي تريد ان تلقيه معقد وفيه أمور فنية كثيرة تمرن عليه كأن تلقيه لصديق لك يجب طريقتك بالإلقاء لتتمكن لمعرفة مدى تلقيه للفكرة وفهمها.
- ✦ بعد ممارسة عدة تمارين، حاول ان تتمرن على النقاط التي وجدت فيها صعوبة وحاول هذا مطولا من خلال استعمال الجمل المفتوحة والمغلقة في النقاط الرئيسية حتى يصبح عليك الأمر سهلا.
- ✦ اجري التمرين كما لو أنك في الإلقاء الحقيقي، فإذا كان الإلقاء سوف يجري وأنت واقف تمرن وأنت واقف.
- ✦ سجل لنفسك على أسطوانة خلال تمرينك على صوتك. وأنت تسمع لنفسك ، اسأل نفسك أنك لو كنت مستمعا لهذا الإلقاء هل ستكون مستمع أو لا، إذا كان الجواب لا، فعاود المحاولة⁽¹⁾.

المطلب السادس: الخوف من المسرح وكيفية السيطرة عيله

ربما تكون أنت واحد لملايين الأشخاص الذين يخافون التحدث أمام العامة أنت لست لوحدهم سواء كان هذا أول عرض تقديمي لك، أو العرض تقديمي رقم 100. يعاني كل شخص تقريبا من بعض مستويات الخوف من المسرح أو القلق المرتبط بالأداء. ما يجب عليك هو أن تمسك بتلك المشاعر وان تستخدمها لمصلحتك. على الرغم من أن الأبحاث أظهرت أن الخوف من التحدث أمام العامة يأخذ درجة أعلى من التحدث عن الخوف من الطيران والمرتفعات والأفاعي . إلا أن هذا الخوف يمكن أن يسيطر عليه، انه لشعور طبيعي على نحو كامل، ونوع من الطاقة والتي من الممكن أن تشق طريقا لمنفعتك. حتى تستخدم هذه المشاعر لمصلحتك العامة، يتوجب عليك أولا أن تقوم بتحديد هائلها. هنالك أربعة أنواع من المخاوف الشائعة و التي يمتلكها المتحدثون :

1. الخوف من فقدان الوعي:

لم نسمع بشخص أغمي عليه ولم يكن يعاني من مشكلة صحية من قبل تقريبا. قد تشعر بالإغماء لكنه من غير المحتمل انه سوف يغمى عليك.

2. الخوف من أن يضجر جمهورك:

إذا كان حديثك موجها للجمهور والجمهور متفاعل معك ، ببساطة لن تكون قلقا من أن يمل جمهورك. تأكد من :

- ✦ أن مادتك التي تتحدث عنها ممتعة وانك قد دعمتها بحقائق وحكايات لتعزيز وتوضيح وجهات نظرك. أن تتحدث إلى كل فرد ن الجمهور لذلك ليس هنالك سبب لألحد بان يشعر بالملل .
- ✦ انك متحمس حول الموضوع ، وصوتك ولغة جسمك يظهران ذلك⁽²⁾ .

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 44-45 .

⁽²⁾ عبد الوارث عسر، مرجع سبق ذكره، ص 77.

- ✦ الخوف من خلو عقلك من الأفكار : من الممكن أن يحدث هذا لذا تحتاج لان تتعلم ما يتوجب عليك أن تفعل إذا حدث لك ذلك توقف ، انظر إلى ملاحظاتك أو مخططك وحاول ا تستعيد مرة أخرى ما قد أضعته ، أو انتقل إلى فكرتك التالية .
- ✦ لا تكن خائفا من استخدام ملاحظاتك في العود إلى المسار الصحيح. إذا أدركت انك ارتكبت غلطة في أثناء عرضك التقديمي، قم بتصحيحه إذا ما اثر على الجمهور، أو دعه يمر إذا لم يكن شيئا مهما.

4. الخوف من أن يتم تقييمك:

- إذا كنت مستعد بشكل جيد وتمرنت بشكل كافي، لا بد أن يسير كل شيء بسلاسة. من المهم أن يعلم جمهورك بأنك مستمتع بموضوعك، حتى إذا قمت ببعض الأخطاء. المقدمة الحقيقي القائم بعمله عملها المتحضر جيدا وبشكل واضح ، أن يتم تقييمه بقسوة . حالما تتحدد مخاوفك ، ابدأ بإدارتها واجعلها تكون عوناً لك .
- تقبل أن الخوف من المسرح شعور طبيعي قد جريه معظم الناس . ثم لاحظ كيف يتعامل المتحدثون الآخرون مع قلقهم أو بسؤالهم عما يفعلون لته
- دقة أعصابهم قبل العرض التقديمي. أن العديد من المتحدثين يمتلكون تمارين روتينية سابقة تساعدهم على الارتخاء. يستخدم الآخرون الحديث مع النفس لقلب الخوف إلى إثارة . مظهرا أحر من مظاهر السيطرة على الخوف هو التدريب المتكرر. كلما تمرنت بشكل اكبر، كلما أصبحت متحدثا أفضل.
- أ . إن الحديث مع النفس يبني الثقة الذات :

- إذا كنت تستطيع ضبط حديثك مع نفسك لتحسين صورتك الذاتية ، تستطيع أن تقنع نفسك تقريبا بكل شيء . إذا عازمت على تقديم عرضا وأنت مؤمن بأنك سوف تفشل ، فانك حتما سوف تفعل ولأكن ا إذا منحت نفسك حديث ذاتي ايجابي ، فان فرصك بالنجاح سوف تزداد بشدة .
- #### 5. التصور:

- هناك طريقة فعالة للسيطرة على الخوف من المسرح وهي استخدام التصور . في عملية التخيل تتصور نفسك مقابلا للجمهور انك متزن، واثق من نفسك ومسيطر انك ترى نفسك تقوم بأداء العرض التقديمي ، وفي نظرك ترى نفسك وكأنك وصلت إلى نفوس الجمهور بنجاح وقمت بتأدية عرض تقديمي موجه للجمهور . لا تحتاج لان تتعد على مقدمة الموضوع ولاكنك قد ترغب بالحصول على تجاوب ايجابي من قبل الجمهور . بتخيل نفسك وفي وضع ناجح ، تستطيع منحها الثقة التي تحتاج لتحقيق هدفك .

6. المحافظة على السيطرة :

- يعتبر الحديث الايجابي مع النفس والتخيل أدوات تساعدك في السيطرة على خوفك من المسرح ، ولكن يوجد هنالك بعض القواعد الرئيسية التي يجب أن تتبع والي ستمكنك من السيطرة على مخاوفك بسهولة اكبر ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص. 78-79 .

7. الوصول مبكرا:

إذهب للمكان الذي ستقوم بتقديم عرضك التقديمي فيه مبكرا وذلك لاحتياط . سوف يساعدك هذا على الاسترخاء، تعرف على ما يحيط بك، قم بزيارة غرفة الاستراحة، نظم أفكارك، تفقد المرافق... كما هو الحال مع الأدوات التي قد تستخدم. إن المتحدث الذي يستعجل في الآونة الأخيرة من العرض التقديمي يسبب لنفسه الأذى. أننا جميعا بحاجة إلى وقت لتجهيز أنفسنا ذهنيا للحدث الذي سنعيش.

8. تناول الطعام بشكل خفيف :

قبل ذهابك إلى تقديمك العرضي انه امن الأفضل لك بان تتجنب الوجبات الثقيلة أو أي شيء قد يسبب الإزعاج لمعدتك . يعتبر الموز خيارا جيدا ، انه خفيف ومشبع . انه لمن المهم أيضا تجنب تناول الأدوية أو عقاقير اجري والتي قد تجعلك نعسا .

9. لا ترغب بان تظهر تعباً أثناء عرضك التقديمي:

استمع إلى شريط مضحك في طريقك إلى عرضك التقديمي واسمح لنفسك بالضحك. يعتبر الضحك أعظم مخلص من التوتر . أزل بعضاً من الضحك عن نفسك وذلك باستخدام بعض التقنيات الفعالة. عندما تبدأ بعرضك التقديمي خطط لسؤال أعضاء الجمهور أسئلة واجعلهم يرفعون أيديهم. أو يجعلهم يصرون صوتاً ، أو أية أداة فعالة تستطيع أن تفكر بها . سيؤدي هذا إلى تحويل تركيزك إليهم . تستطيع أن تستخ دم هذه اللحظات لأخذ نفس عميق والاسترخاء.

10. قواعد الاسترخاء:

أ. تمرين الجسم:

قف بشكل مستقيم باعد بين قدميك بشكل مريح. مرن نفسك بشكل طولي ، ثم انحنى بالهبوط بشكل سريع وبترك يديك تتدلى تشعر بالاسترخاء . حافظ على استرخاء يديك وذراعيك ورقبتك . لا تقفز او تنهض بسرعة . انتظر مدة 10 ثواني . وألان انهض ببطء حتى تصبح بوضع مستقيم ، حافظ على نفسك مسترخي كرر ذلك 5 مرات .

ب. أرجحة الرأس:

بينما لانزال رقبتك مسترخية . قف بشكل مستقيم واضمم يديك إلى صدرك ببطء .أبدا بتدوير رقبتك أولاً إلى اليسار ، ثم إلى الأمام واجعل ذقنك للأسفل ، ثم إلى اليمين ، لا تدحرج رقبتك إلى الخلف ، كرر درجة التدوير لليمين، إلى الأمام ، ثم إلى اليسار ثم إلى الأمام . كن متأكدا أن رقبتك مسترخية .اعد ذلك 5مرات. (1)

(1) المرجع نفسه، ص 80.

ج. أرجحة الذراعين:

بعد أرجحة الرأس ، قف وقفة مستقيمة وضع يديك على جانبيك . أرجح يدك اليسرى على شكل دائرة كبيرة من الأمام إلى الخلف ، وكأنك تقوم بالتجديف إلى الخلف ، أرجح يدك اليمنى على شكل دائرة كبيرة من الأمام إلى الخلف ، أرجح يدك اليمنى على شكل دائرة كبيرة من الأمام إلى الخلف بنفس الطريقة السابقة .
عد وأرجح يدك اليسرى على شكل دائرة كبيرة من الخلف إلى الأمام و افعّل نفس الشيء ليديك اليمنى .
أرجح يديك بهذا الشكل 5 مرات لكل جانب .

د. هز الكتفين:

بعد أرجحة الذراعين مباشرة ، قف بشكل مستقيم واجعل ذراعيك أي جانبيك . باستخدام ذراعيك قم بتحريك كتفيك بشكل مستقيم إلى الأعلى وحتى تصل إلى مستوى أذنيك، اعد كتفيك إلى الأسفل بحيث تشعر بالاسترخاء، قم بهز كتفيك 4 مرات آخر.

و. التثاؤب:

بعد الانتهاء من هذه العمليات ، تكون عضلات وجهك ورقبتك وأوتارك الصوتية مسترخية ، وألان قف بشكل مستقيم ، تتأهب بيطئ ، مصدرا صوت (التهد) أثناء عملية الزفير . أن الصوت الذي أصدرته هو صوت مسترخي ، أسعى لهذه الصفة الاسترخائية و المتاحة كلما تكلمت .

ز. التنفس الباطني:

اجلس بوضع عمودي على ككسي وقم بتمديد قدميك على الأرض ، ضع يديك في حرك خذ نفسا عميق في أثناء تمديدك لمعدتك ، قم بالدفع إلى الخارج بينما يدخل الهواء إلى الرئتين ،يمكن لكتفيك إن يرتفعا قليلا وقد يرجعا إلى الخلف بشكل بسيط ، ضع إحدى يديك على صدرك والأخرى على بطنك ،أي اليدين ترتفع بشكل أكبر إذا كانت اليد الموضوعة على بطنك هذا يعني انك تتنفس بشكل جيد ، إذا لم تكن هي اسحب نفسا بشكل أعمق إلى رئتيك حالما تمتلئ رأناك بالهواء احبس نفسك حتى تصل بالعد إلى الرقم 6 ومن ثم دع الهواء يخرج من انفك ، كرر ذلك أخذا كل نفس عميق بيطئ من انفك كرر ذلك 10 مرات .

11. المنعشات العامة :

إذا وجدت نفسك بحاجة إلى منعش سريع قبل البدا بتقديمك العرضي ، إليك منعشين تستطيع ممارستهما حتى في أثناء جلوسك على طاولتك أو في أثناء وقوفك على المنصة .
التنفس بشكل عميق رقم (1): خذ نفس عميق من انفك وشد كل شيء من جسمك ومن راسك ورقبتك وكتفيك ويديك وأصابع يديك وقدميك وأصابع قدميك . احبس نفسك لمدة 6 ثواني ، ومن ثم بيطئ أطلق التوتر الموجود في جسمك في إناء عملية الزفير من خلال فمك حتى العد لرقم (10).¹

¹ المرجع نفسه، ص 80-81

التنفس بشكل عميق رقم (2) : خذ نفسا عميقا ثم ضم يديك إلى بعضهما البعض . احبس نفسك بينما تقوم بضم راحتي يديك إلى بعضهما البعض بشدة، اترك يديك وتنفس في الوقت ذاته.
كلا هذين المعشيين التنفسيين يساعدانك على إبطاء دقات قلبك ، كلما فعلت هذا ، سوف تبطئ أيضا اندفاع الأدرينالين الذي يجعلك متوترا.

12. كيفية التعامل مع الخوف من المسرح:

- ✦ تقبل حقيقة أن الخوف من المسرح شيء طبيعي قد يحصل معك في كل مرة تتحدث ولكن وظيفه لمصلحتك عن طريق التفكير به كعنصر إثارة.
- ✦ راقب المتحدثين الآخرين وتعلم تقنياتهم .
- ✦ ركز على نقاط قوتك عوضا عن نقاط ضعفك .
- ✦ تدرب، تدرب تدرب قبل أن تقوم بتقديم عرضك التقديمي. تذكر ، أن الممارسة الممتازة تصنع عروض تقديمية جيدة .
- ✦ تحدث كثيرا، كلما تحدثت بشكل اكبر، كلما تمكنت من التعامل مع خوفك من المسرح بشكل أفضل
- ✦ اعمل .. اعمل .. اعمل .

13. تدبر الأعراض الجسدية للخوف من المسرح :

أ. لجفاف الفم :

- ✦ لا تتناول منتجات الحليب ، الصودة ، مشروبات كحولية ، منبهات كافيين ، سكريات .
- ✦ قم بتغطية أسنانك بطبقة خفيفة من الفازلين ، الذي سوف يوقف شفطيك من الالتصاق بأسنانك .
- ✦ قم بعض طرف لسانك (سوف يساعد هذا على إسالة اللعاب).
- ✦ تناول أي شراب بنفس درجة حرارة الغرفة او ماء دافئ (مع الليمون إذا توفر).

ب. للأيدي الجسام المتعرفة :

- ✦ نتناول مسحوق النشاء .
- ✦ احمل منديل أو محرمة .

ج. إذا كان لديك بقع حمراء على وجهك :

- ✦ ارتدي ألوان زهرية أو حمراء .
- ✦ استخدام الدعابة للترويح عن النفس.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 81-82.

د. إذا كان صوتك مهتزا :

- صلت صوتك للصف الخلفي من الجمهور .

هـ. إذا كانت يداك مهتزتين :

- الإشارات ، اجعلها إشارات صغيرة ، لا تلوح بيديك بشكل مبالغ فيه .

و. إذا كانت قدماك تهتران :

- تحرك حول المنصة أو امشي .

ي. إذا كانت دقات قلبك سريعة :

- تنفس بشكل عميق .

المطلب السابع: الإلقاء الديناميكي : أن طريقة إرسال رسائلنا للآخرين تتكون من ثلاثة مكونات رئيسية :

✦ وسيلة إيضاح بصرية مرئية .

✦ وسيلة إيضاح صوتية .

✦ وسيلة إيضاح فعلية لفضية .

✦ وكل واحد منها يوصل نسبة من الإدراك والفهم لمستقبلي الرسالة . والنسبة الكلية للإدراك تعتمد

على المتحدث والموضوع والسامعين .

✦ والوسيلة البصرية هي ما نستطيع رؤيته مثل اللباس ، ولغة الجسم والتعبير الفيزيائي والمزاج .

✦ أما الوسيلة الصوتية فتتكون من الصوت الناتج وما رأى الآخرين به والوسيلة الفعلية تعنيا الكلمات

المختارة عن الحديث وهذه الوسائل الثلاث متساوية في الأهمية ، والأنسب للمتحدث عن الوسيلة

المرئية كونها تعطي الانطباع الأول للسامعين لاستقبال رسالة مرئية بشكل ايجابي .

1. الوسيلة البصرية :

- البس جيدا من اجل نجاحك .

- كيف يكون للباسك تأثير على السامعين عندما تتحدث؟

بعد إنهائك واجباتك وأبحاثك المتعلقة في موضوع السامعين يجب ان تختار اللباس الذي يدعم طريقة

عرضك للموضوع ويجب مراعاة أن يكون مناسباً حسب مناسبة الحديث .

مثلا عندما تعرض في مؤتمر أو على منصة مسرح يجب أن تسال عن اللون الخلفي للستائر الخلفية

وللرجال مثلا يجب أن يكون اللباس أكثر رسمية في المناسبات ويجب الابتعاد عن الملابس الرياضية

و الفضفاضة .⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 81-82.

ويجب الأخذ بعين الاعتبار انه يجب الانتباه إلى ملابس المستمعين لأنها إذا كانت عادية أو عرضية ليس من المناسب أن تكون متحفظ جدا في لباسك، وعندما تختار يجب أن تسأل الشخص الذي سيقدمك للحديث وتأخذ رأيه وتسال كل شخص تعتقد أن لديه الخبرة الكافية ليعطيك النصيحة الملائمة .

يجب التركيز على أن الألوان الغامقة مثل الرمي والأسود تعطي الرجل القوة والرزانة وبالنسبة للكبار في السن الأسود يجعلهم أكثر تزمتم وقسوة.

ومن الملاحظ أن لبس الجاكت يعطي مجال لإظهار وسع الصدر وضيق الخصر مما يعطي جمالية للمقدم . ولون القميص يفضل أن يكون لايض أو الأزرق الفاتح مع ربط مناسبة وجرابات مشرقة وحذاء جلدي قائم اللون.

هناك أيام للشركات لا يلبس فيها الموظف لباس رسمي لكن إذا حصل ذلك يجب أن تتأكد من ذلك وتضع نفسك في مكان مناسب من حيث اللباس لان الزبون سوف ينظر إليك ويتأكدك إذا كان اللباس غير ملائم .

بالنسبة للمرأة هي ليست بحاجة إلى أن تلبس مثل الرجل لكي تظهر بمظهر محترفة لكن هذا لا يتنافى مع أهمية اهتمامها في لباسها ، مثلا يجب على المرأة إلا تلبس تنوره قصيرة أو ضيقة جدا . ويجب أن يكون الحذاء من النوع المحافظ ذي كعب متوسط ، وبالنسبة للمجوهرات يجب إلا تتبالغ في لبس المجوهرات وإلا تكون رنانة أو متدللة . أما البلوزة يجب ألا تكون ضيقة جدا أو قصيرة ويجب على المرأة أن تختار اللون المناسب وان تجتهد التناغم في الألوان بين لباسها وإذا احتارت يجب أن تسأل المتخصصين الاستشاريين في اللباس . وإذا كنت تلبس نظارة يجب أن تكون غير ملونة أو لها لون خفيف لان المستمعين يجب أن يرو عيونك. يجب أن لا تلبس حذاء جديد وقت العرض إلا إذا كنت مضطرا لذلك لأنه قد يسبب لك الألم والقلق النفسي الذي ليس له داعي . ويجب أن تتأكد من مظهرك بواسطة الآخرين بواسطة مرايا كبيرة من كل الجهات، لان أي ضعف في لباسك قد يشتت السامعين ويبقى في أذهانهم التعليق وليس ما قلته في العرض.

أ. المحتوى التقليدي في خزانة رجل الأعمال المحترف :

نوعين من البدلات تكون بزرين أو بثلاثة أزرار والألوان قد تكون رمادية أو فحمية ولا يجب إلا تكون بالية قديمة ربطات عنق وألوانها ليست مزعجة أو مضيئة واللون الأحمر أو الخمرى يعتبر مناسب مع بعض القطعات المقلمة البسيطة على الربطة .

✚ لا تلبس كفوف في يديك .

✚ القميص قطني بأكمام واللون يجب أن يكون سادا وبدون أي نقاط أو علامات ويجب إن يلبس جيدا

✚ حذاء جلدي نظيف ذو لون غامق⁽¹⁾.

(1) فيصل مقدادي، فن الإلقاء والخطابة، منشورات جامعة، قاربونس، 1985، ص84.

ب. المحتوى التقليدي في خزانة المرأة المحترفة في الأعمال :

- ✦ تنوره رمادي أو سوداء .
- ✦ فستانان زائد حاكيت .
- ✦ قمصان حرير محارية اللون .
- ✦ قراط أذن ذهبي أو فضي .
- ✦ ملابس محاكاة بألوان مختلفة .
- ✦ الوشاح .

ج. المزاج مهم جدا :

- ✦ هل أنت مترهل أو تشعر بالكسل ؟
- ✦ كم من الوقت تستطيع أن تقف وتتكلم ؟
- ✦ يجب أن تقيم نفسك بواسطة التسجيل بالفيديو أو التصوير الفوتوغرافي .

إذا كان وضعك غير مرتاح اتبع الخطوات التالية :

- ✦ ابقى أقدامك بوضع متباعد قليلا وتوازي في نفس الوقت واجعل كل ثقل وزنك على رؤوس أصابعك ليكون وزنك متواز مع الركب وتكون إمكانية الحركة الخفيفة للجسم .
- ✦ اترك يديك إلى جانبيك .
- ✦ ارفع أكتافك واجعل وقفتك متزنة مما يعطيك القوة والوضعية الجيدة . عندما تجلس على كرسي اجلس جيدا واجعل نفسك مرتاحا وقم بفتح يديك على الطاولة .

د. المزاج والحركة :

- ✦ هل رأيت في حياتك متحدثا يلوح ويهز على منصة ؟
- ✦ من المؤكد أن حركتك يجب أن تكون متناغمة مع الموضوع الذي تتكلم فيه .
- ✦ يجب أن يشعر السامعون بأنك مرتاح وأنت تقدم ما تريد ويشعرون بأنك هادئ وواثق من نفسك.
- ✦ ولكي تتحدث براحة باعد بين قدميك 6-8 بوصة واثنى ركبتيك قليلا واجعل حركة خفيفة مع الأرجحة وأنت تقف .
- ✦ امشي خطوتين وارجع مكانك لكي ترتاح قليلا ولا تسرع ، توقف وتحدث ثم ارجع مكانك.
- ✦ ارفع راسك وأنت تتحدث واجعل مسافة مناسبة بينك وبين السامعين ، ولا تكتف يديك بل اجعلهما مفتوحتين وحركهما بشكل خفيف ومتناغم مع حديثك .

هـ. استيعاب العيون :

إحرص على أن تكون عيونك متجهة للسامعين وذلك بأسلوب حريص وقم بتمرير نظرك بشكل حرف⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 85 .

زاد وابدأ بالنظر إلى الناس الذين تعرفهم وان لم تعرفهم انظر إلى الوجوه الهادئة البريئة لكي تتراح نفسياً، انظر إلى الأشخاص الذين يملكون تلك المواصفات لخمس ثواني فقط ثم انتقل إلى شخص آخر ، وإذا نظرت لشخص وقام بلف وجهه عنك لا تعيد النظر إليه ولا تتقصد ذلك .

وفي بعض الثقافات الناس لا يحبون أن ينظر إليهم مباشرة لذلك كن حريصاً على النظر وقم بقراءة الرضا وعدمه من خلال حركة الرأس.

و. تعابير لوجه : راقب وجهك جيداً عن طريق وراة عندما تتحدث وعندما تستخدم الهاتف ودرّب نفسك على لابتسام وعلى الظهور بملامح حسنة .

ليس من السهل أن تبتسم وأنت تتحدث خصوصاً عند الرجال لكن يجب التدريب على ذلك لأنه من الضروري الابتسامه ولو لمرة واحدة في التقسيم وخوفاً من النسيان اجعل ملاحظة لتذكيرك بالابتسام.

2. لغة الجسم :

إذا كنت في لقاء وشعرت انك عصبي المزاج ولست جاهزاً يجب عليك أن تجلس على الكرسي بهدوء وان تضع يديك على الطاولة واستخدم الإيماءات واتصال العين ، أعط نفسك الوقت الكافي للتفكير في إجابة السؤال وذلك بالبدء في مجال الإجابة الذي تكون قويا به مما يعطيك الفرصة لكي تفكر بما تبقى .

تذكر أن أناس يهتمون للغة جسمك عند المقابلة ولحركاتك تأثير كبير في رأي من يقابلونك.

تذكر أن تتاح لك الفرصة لتعيد الانطباع الأول في المقابلة لهذا يجب ان تكون رسالتك قوية وواضحة ن البداية .

م. الإيماءات :

هي جزء من الصور المرئية تدعم الأفكار والكلمات وعندما تحاول الاتصال مع المستمعين وتتضمن اليدين والأذرع وحركة الرأس ، ابتعد عن بعض الأمور والإيماءات الغير مناسبة مثل التأشير بالإصبع وتكثيف الأيدي ووضع الأيدي بالجيوب ويجب الاهتمام بالإيماءات في التقسيم لأنها تجعل المستمع يهتم بكلامك وان يكون معك في كل لحظة من لحظات اللقاء .

لكي تحصل على إيماءات فعالة :

✦ استخدم الإيماءات للتأكد من النقطة الأساسية .

✦ اجعل حركتك واسعة ومریحة وليست سريعة ومفاجأة .

✦ نوع إيماءاتك .

✦ لا تشر بإصبعك .

✦ استخدم راحة اليد . حرك اليد والذراع بشكل متناغم ووحدة واحدة استخدم الإيماءات الكبيرة إذا كان

العدد كبير والصغيرة إذا كان العدد صغيراً.

✦ قيم نفسك بواسطة المرأة⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه، ص 86-87.

- ✦ ابتعد عن الإيماءات التي تبدو من خلالها غضبان .
- ✦ لا تضع يدك خلف ظهرك .
- ✦ لا تضع يديك في جيوبك .
- ✦ اجعل حركة اليدين فوق خصرك.
- ✦ الابتسامة والعبوس في الوقت المناسب يجعلك على اتصال كبير مع المستمعين .

2. المؤثرات الصوتية:

من المؤكد أن للصوت تأثير كبير في إيصال الرسالة للجمهور ، لأنه من خلال الصوت سنتبين الحالة النفسية للمتحدث ويتبين كم هو وقور في كلامه .

أ. درجة الصوت :

الصوت المحفض يفشل التقديم وكذلك الصوت المرتفع لذلك يجب أن تتنفس بعمق قبل أن تتحدث وتوازن الصوت الذي يخرج مع وضع الغرفة التي تتحدث فيها وان تخرج الدرجة المناسبة وان تستمر بأخذ النفس العميق لإخراج الصوت بالدرجة المطلوبة .

ب. التحدث السريع والتحدث البطيء :

التحدث الطبيعي يكون بين 100-120 كلمة في الدقيقة أما إذا سئلت بالإعادة يجب أن تكون أسرع قليلا وذا حصلت مقاطعة تحدث تبطئ . يجب أن تدرب نفسك على الحديث بحيث تقرا 120-170 كلمة في الدقيقة مع التدريب المستمر ويجب أن تكون مرتاحا وأنت تتحدث ، إذا تحدثت الانجليزية أمام غير الناطقين أو كان الموضوع تقني فهنا يجب التحدث ببطء .

ج. الأسلوب :

الأخطاء اللفظية تعتبر من أهم الأسباب التي تؤدي إلى الأسلوب السيئ في الحديث ، وقد تلفظ الكلمة الواحدة بأساليب مختلفة في مناطق مختلفة لهذا إذ لم تثق في كلمة فلا تستخدمها إلا عندما تسأل عنها الخبير في اللفظ .

د. مشاكل الصوت:

- ✦ الخشونة : يجب أن تكون هادئ وأنت تتحدث وإذا كنت تشعر أن الحلق جاف اشرب القليل من عصير الليمون لمعتدل الحرارة .
- ✦ التحدث من الأنف : يجب أن تفتح الفم أكثر قليلا عند الكلام وان لا تشد على أسنانك .
- ✦ الصوت اللاهث : تنفس بعمق .
- ✦ حدة الصوت : يجب الدرب على تقليل الحدة (1)

(1) المرجع نفسه، ص 87-88 .

3. وسيلة الإيضاح الفعلية اللفظية :

انتقي لكلمات المناسبة ومستوى الحديث الملائم للمستمعين و عليك استخدام الألفاظ المناسبة عندما تتحدث عن موضوع تقني ويجب الابتعاد عن الألفاظ الأجنبية التي لا يفهمها المستمعون .

- ✦ وسيلة الإيضاح المرئية.
- ✦ البس اللباس المناسب الذي لا يعيق لتقدم.
- ✦ قف بعيدا خطوة واحدة عن المنضدة .
- ✦ ابتسم بالوقت المناسب .
- ✦ اجلس قبل أن تتحدث.
- ✦ أبدا الاتصال بواسطة العيون والمستمعين .
- ✦ أبدا بالتحدث دون النظر إلى الملاحظات .
- ✦ ارجع لملاحظاتك في الحالات الصعبة جدا .
- ✦ لا تنظر إلى الأرض .
- ✦ استخدم الإيماءات .
- ✦ قف منتظم وبهدوء وبراحة.
- ✦ استخدم تعابير لوجه .
- ✦ ارفع ذقنك .
- ✦ لا تحرك قدميك .
- ✦ لا تسرع .
- ✦ تحرك قليلا عن المنضدة .
- ✦ اشعر المستمعين باهتمامك.
- ✦ اظهر ثقتك بنفسك وهدوئك.
- ✦ لا تلعب بالقلم أو الجواهر أو غيرها.
- ✦ وسيلة الإيضاح السمعية:
- ✦ تحدث بحماس .
- ✦ الصوت ممتع وصادق.⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 88-89 .

المرحلة الثامنة: أسئلة وأجوبة.

سوف يكون لفترة الأسئلة والإجابات تأثير على الحضور. لا تحاول التهرب من هذه اللحظة الحاسمة بالجلوس أو مغادرة المنصة.

إن هذه القواعد البسيطة القليلة التالية سوف توجهك خلال العملية لمرحلة أسئلة وإجابات ناجحة:

- ✦ قبل الإجابة على الأسئلة ، أصغ بعناية وأعد صياغة الأسئلة قبل ان تبدأ بالإجابة عنها.
- ✦ أنظر طارح السؤال أثناء إعادة صياغتك للسؤال أو أدخل السؤال باعتباره جزءا من الإجابة ولكن أنظر إلى كل الحضور عند قيامك بالإجابة.

✦ عندما يكون الأمر ملائما ، قم باستدعاء خبراء من الحضور ولكن سيطر على الموقف مرة ثانية بعد أن يفرغوا من إجابة الأسئلة.

✦ حدد زمنا معيناً لا تقبل تجاوزه لطارح الأسئلة العدوانية.

✦ أخبر طارح الأسئلة العديدة أن أسئلتهم ليست محل اهتمام لكل الحاضرين أو انك سوف تقوم بالإجابة عليها إما مع نهاية الجلسة أو لاحقاً إما كتابة أو عن طريق الهاتف.

✦ الذين سوف تتكلم إليهم ، أعط محاضرتك أو أعطها مع اخذ الأسئلة من المستمعين واسألهم عن انطباعهم واعمل التوجيهات اللازمة⁽¹⁾

(1) المرجع نفسه، ص 90 .

خلاصة الفصل:

نستنتج مما سبق ذكره في الفصل بأن مهارات الاتصال مهمة بالنسبة للإعلاميين الذين يسعون إلى تحقيق أهدافهم، وأحلامهم إلا أن لها أهمية أكبر، وأهمية مضاعفة عندما يتسلم الإعلامي منصب قيادي فعالاً، حيث تزداد المسؤوليات الملقاة على ظهوره، فهو يحتاج مهارات الإتصال بشكل أكثر فعالية حيث يكون قادراً على إقناع الآخرين بأفكاره وتطلعاته، وخططه، وحتى يكون قادراً أيضاً من الحفاظ على عمله وإيصال الرسالة الإعلامية للجمهور المتلقي في أكمل وجه ضمن الحدود المطلوبة من الجودة والكفاءة.

الفصل الثالث:

العمل التلفزيوني

تمهيد:

يعتبر العمل التلفزيوني عملا ضخما ومعقدا وحساسا مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، حيث يتطلب تكاملا وتفاعلا بين مختلف العاملين في الحقل التلفزيوني بدءا بالمعددين والمدربين ومرورا بالمقدمين للرسالة الإعلامية لتكون كل تلك الإجراءات والتحضيرات مخرجا يشرف على كادر فني يتمثل في المهندسين والفنيين لتصل الرسالة الإعلامية عبر الشاشة إلى المتلقي.

المبحث الأول: الأداء الصحفي ومقدم البرامج

المطلب الأول: الإحتياجات الصحفية اللازمة

❖ التدريب والخبرة:

وهذا هو الإحتياج الأول بالنسبة للصحفي التلفزيونية ، أن يعرف الأخبار جيدا، أن يحترف عمله، وكانت الوسائل للتدريب إما في المحطات الصغيرة، أو في الراديو أو البنية الأساسية في الصحف، أما الآن فإن رجل الأخبار التلفزيونية الناجح يتجه إلى السرعة في التدرّب الأكاديمي المتوفر لأخبار التلفزيون.

❖ المعرفة التقنية:

إن التخصص في أخبار التلفزيون ذو قيمة خاصة، حيث يوفر المعرفة التقنية المطلوبة للصحفي التلفزيوني، فيستطيع إلى جانب التحرير و التحقيق تأليف الأفلام، و إخراجها، و هي فنون تتطلب من رجل الأخبار أن يكون فنانا بكل ما تعنيه الكلمة.

❖ الأداء:

لابد لمنذوب التلفزيون من القدرة على الأداء أمام الكاميرا، وجها وصوتا وأن يكون أداءه مقنعا، وأن لا تبدو عليه العصبية أو الذعر، فلا يمكن للكاميرا أن تخفي القلق، ولا بد له من أن يجيد لغته بكل تفاصيلها.

❖ التعلم:

لابد للصحفي التلفزيوني أن يكون واسع الإطلاع، مثقفا محيطا بالاتجاهات الاجتماعية و السياسية والتكنولوجية والدينية ومدلولاتها، يعرف القادة، متربعا للتغيير، قد يدرس معهد وقد يعلم نفسه، ويبحث عن كل وسائل المعرفة والتطور بشكل دائم⁽¹⁾.

❖ الأخلاقيات:

أن الإيمان هو الذي يعطي الصحفي معيارا يقيس به نفسه وعمله، والوازع الأخلاقي هو الذي يدفع الإنسان، وفوق طاقته إلى تحقيق الأحلام، وأفضل رجال أخبار التلفزيون تلقوا من هذه الطيبة، الطيبة المعطاة المليئة بالحب والصدق والقدرة على تحمل الأمانة، والبحث عن الحقيقة، وإبرازها وتحقيقها⁽²⁾.

المطلب الثاني: مميزات الصحفي التلفزيوني الناجح

أهم ميزتين يفترض أن يتصف بهما الصحفي التلفزيوني الناجح الوسامة والفصاحة، وهما العاملان الأساسيان للنجاح في عالم الفضائيات، لكن هناك عدة عوامل أخرى مكتملة لهذين العنصرين أو بديلة عنهما يمكننا اكتسابها بالتدريب المتواصل.

⁽¹⁾ جلال الخوالدة، المذيع التلفزيوني، التدريب والتأهيل، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص99-100 .

⁽²⁾ أحمد زكرياء أحمد، الممارسة الصحفية والأداء الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، جامعة المنصورة، 2007، ص85.

1. الشكل الحسن:

يجعل المرء قريبا من المشاهدين، والتلفزيون يعتمد كثيرا على تأثير الصور التي تغني أحيانا عن بعض العناصر المهنية الأخرى التي يتولى تكميلها مساعدون إعلاميون خلف الستار، ونلاحظ أن أغلب الفضائيات تعتمد على الصحافيات الجميلات في تقديم أهم النشرات لجلب أكبر عدد من المشاهدين، لكن الجمال قد يكون له أثر سلبي أحيانا، فقناة سي أن أن (CNN) الأمريكية و البي بي سي (BBC) البريطانية لاحظنا أن المشاهدين يركزون على جمال الصحافيات ووسامة الصحافيين وهندامهم أكثر من اهتمامهم بنوعية الأخبار والمادة الإعلامية المقدمة لهم، لذلك أصبح اختيارهم لمقدمي النشرات الإخبارية لا يبنى على عنصر الجمال والوسامة بل على العكس من ذلك حيث يشترطون على مقدمي النشرات والحصص أن لا يكونوا فائقي الجمال والإثارة بل يفضلون الجمال الهادي و الأناقة غير المبالغ فيها، وقد يتساءل البعض في وجل ممن خاتمهم الحظ في جمال الوجه كيف أكون صحفيا ناجحا في التلفزيون لكننا نقول له: لهذه المشكلة حل، إذا أن الإنسان بإمكانه إضفاء مسحة جمال على وجهه عبر الابتسامة الأخاذة، والهندام الأنيق والمتناسق الألوان، وتسريحة الشعر وقوة الشخصية المؤثرة حتى ولو لم يتكلم صاحبها، ففي الصحافة الأمريكية مثلا نجد صحافيين زنوجا ولكنهم حققوا نجومية منقطعة النظر تفوق أحيانا نجومية بعض الصحافيات فائقات الجمال من البيض⁽¹⁾.

2. الصوت الإذاعي:

يمثل الصوت الأجلش والقوي العامل الثاني للصحفي التلفزيوني والعامل الأول بالسبة للصحفي الإذاعي لأن الأصوات لها تأثيرها الخاص وسحرها على النفوس، وإيقاع الصوت يتغير حسب نوعية الخبرة، فعندما تكون بصدد إلقاء خبر مفرح أو التعليق على مقابلة رياضية مثلا يكون إيقاع الصوت سريعا وقويا، وعندما تنتقل للحديث عن خبر محزن كوفاة شخصية مهمة وعزيرة على المشاهدين نخفض من ارتفاع الصوت ومن سرعته ويكون الصوت منخفضا وحزينا، ولا بد أن يظهر الحزن على تراسيم الوجه لكي يكون هناك تفاعل بين الصوت والصورة، وهناك عنصر مهم قد يغفل عليه بعض الصحافيين غير المتخرجين من معاهد الصحافة ويتعلق بمخارج الحروف، فعلى الصحفي أن ينطق الكلمة بسلاسة، فلكل حرف مخرجه الذي يختلف عن مخرج الآخر، وتسمى في علم تجويد القرآن بحروف الإظهار والإدغام والاختفاء والاقلاب، ولديها مخارج من الحلق ومن الحنك العلوي والسفلي وفوق اللسان وتحتته وبين الشفتين، والفرق بين الظاء والضاد مرتبط بشكل أساسي بمخرج كل حرف منهما رغم تشابههما⁽²⁾.

3. الكتابة الصحفية للخبر:

تختلف الصياغة الخبرية في الصحافة السمعية البصرية مع نظيرتها في الصحافة المكتوبة فالصحافة التلفزيونية ليس لها عناوين والصحفي يدخل مباشرة في الموضوع، وإن وجدت العناوين فتأتي في بداية النشرة وتسمى

⁽¹⁾ غسان عبد الوهاب حسن، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 253-254.

⁽²⁾ أديب خضيرة، الصحافة التلفزيونية، ط2، دمشق، 2009، ص 110.

"عناوين النشرة". وتضم أبرز المواضيع التي ستتطرق لها النشرة الإخبارية، وليس بالضرورة أن يبدأ الصحفي في التلفزيون بجملة فعليه كما هو الأمر بالنسبة للصحافة المكتوبة ورغم تشدد بعض الأكاديميين في ضرورة البدء دوماً بفعل في الصحافة السمعية البصرية كما هو الصحافة المكتوبة إلا أن الواقع يعاكسهم، فالصحافة ليست علماً ميكانيكياً، ولكنها لها مبادئها العامة، والهدف في النهاية هو من يؤثر في أكبر عدد من الناس مع ترك أقوى أثر في المشاهدين ولكل أسلوبه وطريقته في الوصول إلى هذا الهدف.

4. تشكيل الخبر وتقطيعه:

يقوم صحافيو الإذاعة والتلفزيون بتشكيل الخبر وتقطيعه إلى جمل، والهدف من تشكيل الخبر هو النطق الصحيح للكلمة وحتى لا ينصب الفاعل ويضم المفعول به، أي لتجنب الأخطاء النحوية والصرفية، فأبي خطأ ولو كان بسيطاً قد يحسب عليك، فملايين الناس يتابعونك لحظة بلحظة وأنفاسك وحركاتك محسوبة، وبالنسبة لتقطع الخبر فيحدد أماكن الوقف، وهو أمر مهم في نطق الخبر ومرتبطة بالتنفس فلا يمكن لأي إنسان أن يتكلم طويلاً دون وقف، لذلك يجب أن تكون الجمل قصيرة وليست طويلة، وعلى الصحفي أن يتجنب التنفس بعمق لأن الميكروفون يجعل صوت الشهيق والزفير مسموعاً لدى المشاهدين والمستمعين وهذا يشوش على طريقة الإلقاء.

5. الارتهالية:

يحتاج الصحفي في السمع البصري إلى الارتهالية في الإلقاء في بعض الحالات والمواقف، فمن مميزات الصحافة المرئية و المسموعة قصر الزمن فعمر الخبر محدود مقارنة بالصحافة المكتوبة التي قد يعيش فيها الخبر من 24 وحتى 48 ساعة قبل أن يفقد أهميته، لذلك عندما يكون خبر عاجل ولا يكون بإمكان الصحفي التحضير الجيد لإلقاءه، فلن يجد من ينقذه سوى الإرتجالية ونقل الخبر مباشرة، لذلك يستحسن التدرّب على مثل هذه الحالات في أوقات الفراغ، وفيه من الصحفيين من يتميز بالارتهالية بالفطرة، وبعضهم بالخبرة، لكنها تنقذ المرء من الكثير من المواقف الصعبة وغير المنتظرة والتي تتطلب سرعة في التصرف⁽¹⁾.

6. حركة الجسم:

على الصحفي خاصة مقدم النشرات أن تجلس بشكل مستقيم وهادئ وأن لا يكون كثير الحركة ولا جامداً حتى لا يمل المشاهدون، فالرأس واليدان يتحركون بشكل مدروس وكفي أن تراقب حركة مقدمي النشرات في قنوات مشهورة كالعربية والجزيرة وتتابع حركة الجسم الهادئة و المتزنة والمعبرة للصحفيين حتى تفهم أهمية حركة الجسم في زيادة التأثير والحب على الاستمرار في متابعة الأخبار مثلاً خاصة في ظل اشتداد المنافسة بين الفضائيات، فكل عضو في جسم الإنسان له لغته الخاصة وإيماءاته التي تؤثر في الغير سلبياً أو إيجابياً، لذلك لا بد للصحفي الشاب أن يهتم بتعلم هذه اللغة الصامتة².

(1) فاروق أبوزيد، فن الكتابة الصحفية، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1984، ص 25-27.

(2) رضا عكاشة، الحوار الصحفي فنون الصياغة وإدارة الحديث، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص 135.

المطلب الثالث: تعريف مقدم البرامج التلفزيوني أو المحاور Préparation Programmer

إنه الإعلامي الأنيق الفطن الذي يدير دفة الحوار، وهو في الواقع ممثل بارع يجيد الدور ويحاول جاهداً أن يبرز الجوانب المشرقة والجذابة من شخصيته، وذلك لكسب إعجاب أكبر عدد من المشاهدين والتأثير عليهم تأثيراً نفسياً بالغاً. على مستوى الوعي كذلك على مستوى اللاوعي، وهو الشخص الذي يجعل نفسه مركزاً موجهاً لمسار الحوار مهمته إيصال الحقيقة وتنوير المشاهد، وبنفس الوقت أن يخدم أهداف وغايات أصحاب القناة التي يعمل فيها، وبنفس الوقت يخدم مصالح وسياسات وتوجهات من يقفون وراء القناة من الممولين والموجهين والدائمين، ويكون المهم الأساسي لمقدم البرامج منصباً على التركيز على صورته الشخصية لدى المشاهد والتأثير عليه تأثيراً قوياً مباشراً وبكل الإمكانيات المتاحة له وإن ذلك التركيز على شخصه وصورته يكون ذا أثر بالغ في جذب أعداد أكبر من المشاهدين لبرنامجهم وفي جعل المشاهدين يتعلقون ببرنامجهم أكثر فأكثر مما يزيد من رصيده الإعلامي ومن شعبيته وشهرته⁽¹⁾.

المطلب الرابع: أبرز سمات مقدم البرامج التلفزيونية:

يفضل أن يكون معد البرامج موهوباً بمعنى أن يكون لديه الاستعداد الشخصي والرغبة في الكتابة والإعداد ثم عليه بعدد هذه الموهبة وتنميتها بالمران والممارسة. ولكي تسير تجربة المعد بنجاح فهي في حاجة إلى تنمية مستمرة، ويأتي ذلك بالدراسة العلمية المتعمقة والاشتراك في الدورات التدريبية المتخصصة. ومن السمات والمؤهلات العامة التي ينبغي توفرها في معد البرامج ما يلي:

- ✦ تشترط معظم التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي، ويمكن من اللغة العربية والانجليزية.
- ✦ القدرة على التعبير عن الأفكار تتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة.
- ✦ القدرة على تحصيل المعرفة وفهم الآخرين وتحصيل المعلومات من خلال قدرته على القراءة والاستماع.
- ✦ مستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتب فيها.
- ✦ المعاشية الكاملة للواقع و الإحساس الشديد بمشكلات مجتمعه.
- ✦ القدرة على التخيل والابتكار.
- ✦ الالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق و الموضوعية.
- ✦ الإلمام بالتشريعات الإعلامية.
- ✦ فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماتها⁽²⁾.
- ✦ التزود بالثقافة التي تتصل بالعمل التلفزيوني، بمعنى أن يتزود الكاتب بمجموعة المعارف الأساسية والعلوم والفنون التي تتصل بالعمل التلفزيوني وترتبط به، ومن ذلك الدراما والموسيقى والتذوق الفني والتمثيل

⁽¹⁾ محمد جمعة غباشي، كيف تعد برنامجاً تلفزيونياً، دار الفاروق للنشر والتوزيع والاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2008، ص 19.

⁽²⁾ غسان عبد الوهاب الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 53-54.

والنظريات الأدبية والفنية المختلفة، قضا عن العلوم والفنون التي تتصل بتخصص دقيق يكون الكاتب قد اختار العمل فيه.

✦ الإمام بالثقافة العامة، والمقصود بها مجموعة المعارف والاهتمامات المتنوعة التي تشمل السياسة والتاريخ والاقتصاد والمجتمع، وهذه الثقافة الموسوعية تعد جزءاً لا يتجزأ من محركات الكاتب ورصيداً مهتماً من الأفكار والمعلومات التي كثيراً ما تعينه على أداء عمله.

✦ وأيضاً المرونة والقدرة على مواجهة المفاجآت، وهذا أمر تفرضه طبيعة الإنتاج التلفزيوني أولاً وأخيراً، حيث يخضع مقدم البرنامج التلفزيوني للمفاجآت والظروف المتغيرة في كثير من جوانبه.

✦ فقد يرفض أحد الضيوف الحضور في لحظة حرجة، وقد يتعذر الحصول على موافقة السلطات لتصوير برنامج ما أو لقطات في مكان معين، كما قد يتعذر التصوير في مكان ما لسبب في خارج عن الإرادة، وهذه المفاجآت تتطلب من الكاتب أن يكون مرناً أو أن تكون لديه القدرة التي تمكنه من مواجهة مثل هذه المفاجآت.

✦ الشكل المقبول: فمن الضروري أن يكون المقدم مقبولاً على الشاشة حتى يرتاح المشاهد له بالكامل لأن المشاهد بطبيعة الحال ينفر من الشكل القبيح وبالتالي ليس بالضرورة أن يكون رسمياً جداً على الأقل أن يكون شكله مقبولاً لا مألوفاً.

✦ القدرات اللغوية: فعلى المقدم التلفزيوني أن يكون صاحب لغة قوية وسليمة وأن يكون متعمقاً في قواعد اللغة العربية وأن يكون قادراً على تطبيق هذه القواعد أثناء الحوار مع الضيوف⁽¹⁾.

✦ أن يكون مقدم البرامج قيادياً أي لديه القدرة على قيادة الحوار وإدارته بلباقة.

✦ أن يكون قادراً على احتواء المستمع ويشعره بانتمائه للبرنامج.

✦ لديه القدرة على السيطرة على المواقف عند حدوث أي عطل فني أو خطأ بحيث لا يشعر المستمع بذلك ويمسك بزمام الأمور ولا يظهر ذلك في ردود أفعاله.

✦ استخدام الأدلة و البراهين في الحوار تزيد من مصداقية المستمع للمقدم واهتمامه بما يقدمه ويطرحه ومتابعته للبرنامج.

✦ استخدام أسلوب متميز في تقديم البرنامج وهذا يشعر المتلقي بتميز المقدم ويجذبه ويعتاد على أسلوبه ويصبح معروفاً لديه ومحبوباً.

✦ مقدم البرنامج الذي هو من تؤثر كلماته في أحاسيس المتلقي وتخرق مفهوماً لعقل المتلقي، دون الثرثرة بالحديث أو الصمت المدمن الذي يمل منه المتلقي أو المستمع ولا يخرج بشيء بعد انتهاء البرنامج⁽²⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 55-56.

⁽²⁾ محمد الدروبي، الصحافة والصحفي المعاصر، الموسوعة الإسلامية، 2012، ص 72.

بل خير الكلام ما قل ودل أي تكون كلماته مفيدة وهامة ومؤثرة وسريعة الوصول للمتلقي وتكون خاصة بمضمون ما يقدمه بالبرنامج.

- ✦ النيولوك أو التجديد عندما يبحث عن كل ماهو جديد وغريب ويقدمه وبالتالي تشوق المستمع لمتابعته وشعوره بالسعادة للاستماع للمقدم لأنه يعلم أنه سوف يكسب معلومة جديدة مما يقدمه.
- ✦ مقدم البرامج الناجح هو الذي يستنبط من الحوار الأسئلة المحورية القوية ويلتقطها من ثنايا الضيف لتكون هدفا رائعا يستمتع به المشاهد ويشبع رغباته في المعرفة للقضية الحوارية، وأما المقدم الذي تقدم له الأسئلة جاهز ومعلبة وما عليه هو إلا أن يرفع صوته بها فهذا حوار سيكون باردا خاليا من المتعة والحيوية الحقيقية التي تشد المشاهد ويتفاعل معها.
- ✦ لابد لمقدم البرنامج الناجح كذلك أن يكون عضوا فاعلا في إعداد الحلقة وإعداد محاورها والتعرف على الضيف وخلفيات الموضوع الذي سيتم الحوار حوله، وأن لا يكون مجرد ببغاء ينقل ما يقدم إليه فقط، وهذا يعكس مدى تحكم المقدم بملقته الحوارية وقوتها وإدارتها وأسلوبه في الطرح⁽¹⁾.

المطلب الخامس: مقومات المذيع التلفزيوني الناجح.

قبل أن تفكر كيف لاتصبح مذيعا تلفزيونيا ناجحا، عليك أولا التفكير مليا في مواهبك قدراتك وكفاءتك، وعليك أن تدرك أن هذا العمل بقدر ما يحتاج إلى الدراسة والتأهيل والخبرة فإنه يحتاج إلى الموهبة والقدرة والكفاءة، وأنه ليس عملا عاديا، مهنيا أو حرفيا تنجز فيه العمل خلال المدة المطلوبة وينتهي الأمر عندئذ، ولن تكون طبيبا أو مهندسا أو محاسبا أو محاميا، تقوم من خلال عملك بمهمة واحدة محدد تحتاج منك إلى الخبرة والمعرفة. إن الموهبة الحقيقية الموجودة في داخلك، والتي تدفعك بقوة لكي تصبح مذيعا لامعا هي الوحيدة القادرة على تفجير كفاءتك وقدرتك، فأنت تقف أمام الكاميرا التي تصل بالأجهزة الخاصة والتي يتم إرسالها إلى الأثير ليراهها الملايين.

أنت تقف أمام الكاميرا، أمام الملايين يسمعون ويرون كل حرف تنطقه وكل حركة تأتي بها، ويستطيعون ملاحظة كل ما تفعل ومنهم عباقرة ومفكرين ومختصين ومذيعين وأطباء ومهندسين ونجارين وحلاقين وفيهم الرجل والمرأة والطفل والشيوخ والمراهق والمريض، واليائس والغني والفقير، أي أنك تقف أمام كل الناس لتقول كلمتك هذه فلا بد إذا أن تتفوق موهبتك ورغبتك لتصوغ كل ما لديك بسلاسة وليونة أشبه إلى السحر لا إلى الرومانسية إلا إذا احتجت ذلك.

وبالإضافة إلى الموهبة، يجدر بالمذيع أن يكون في داخله صحفيا، صادقا موضوعيا، حياديا همه الأول أن يقول للناس شيئا في الوقت الذي يحتاجون فيه إلى هذا القول، صحفيا جريئا يتحمل المخاطر ويركب الصعب من أجل أن ينقل للناس حدثا أو قصة، وأن يكون متزنا واعيا ناضجا لا يدفعه الحماس الشخصي،⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 73.

⁽²⁾ جلال خوالدة، مرجع سبق ذكره، ص 120.

أو رغبة الظهور الخاصة أو التسلقية والوصولية، فالناس تدرك الآن هذا جيدا وتميزه، وما أسهل على الجمهور من أن يميز هذا المذيع حين يراه يوافق لمسؤول أو يتطلع إلى شيء ما أثناء برنامجه وعمله، ويميزون أيضا المذيع الناجح الصادق الذي يظهر هم الناس ورغباتهم فيما يقدم ويسعى .
وبالإضافة إلى المهوبة والكفاءة والقدرة والصحفية فهناك مقومات أساسية تفرضها مهنة المذيع التلفزيوني ولها دور كبير وفعال في نجاحه وتميزه.

1. حضور الشخصية:

مصطلح الشخصية، من أصعب الاصطلاحات فهما وتفسيرا، ومع أنه يستخدم بصورة تلقائية في الحياة اليومية، إلا أنه وحتى لعالم النفس يعتبر اصطلاحا هاما يحاول باستمرار التوصل فيه إلى معنى أكثر تحديدا اعتمادا على نتائج الدراسات المختلفة التي تجري في هذا المضمار.
إن مصطلح الشخصية يستعمل في الكلام الدارج للتعبير عن الصفات السلوكية المحببة عند الفرد، وأنماط سلوكه وتكييفه مع البيئة المحيطة.

أما حضور الشخصية فهو مصطلح الذي يطلق على مدى استجابة المجتمع والبيئة وتقبلها لشخصية ما وتأثيرها بها وتعاطفهم معها، فهذه الشخصية تبدل والمجتمع يقيم، فإذا ما وصل تقييم مجتمع ما أو فرد ما لشخصية إلى حد الإعجاب بها فإن حضورها لديهم يكون طاعيا ومؤثرا.

يتأثر حضور الشخصية للمذيع التلفزيوني بمظهره العام وطبيعة قدراته ودوافعه، وردود أفعاله العادية والمفاجئة، وكذلك طبيعة الخبرات التي سبق ومر بها ومجموعة القيم والاتجاهات والميول التي توجه سلوكه.

إن مدى إعجاب المجتمع بشخصية ما، وهو ما نسميه حضورها، يعود إلى ثقافة هذه الشخصية ومرونتها وتجاوبها، كما يعود إلى اهتمامها بالتفاصيل ودقتها في الشرح وقدرتها على الاختزال ولفت الانتباه إلى دقائق الأمور، لإضافة إلى اتزانها واستقرارها. ويكاد يكون حضور الشخصية هو الجامع لأوحد لتركيباتها، كيف لا وهو انعكاسها في العيون والقلوب، وهو سر تجاوب المجتمع معها، إلا براءة الشخصية الدائمة، في الوجه والسلوك بعد أخطر ما يجعل هذه الشخصية ذات حضور كبير وخارق، ويقال على لسان أحد النقاد المصريين، أن مصر والعالم العربي لم يعرف حضورا فاعلا وقويا ومؤثرا كما عرف الناس حضور للفنانة "فاتن حمامة" في أعمالها، فهي بريئة الوجه والسلوك وبريئة الصوت وتكاد تقسم أن ذلك طبيعتها.

إن حضور شخصية المذيع التلفزيوني وحدها، دون أن يفعل شيئا كفيلا بأن تجعله ناجحا مميذا مثيرا، وتجعل من برامجه وأعماله الأولى دائما، الأوسع انتشارا والأكثر إقبالا، وإنها قادرة على أن تجعل الناس تصدق مسبقا كل كلمة يقولها، ويتأثرون بكل قضية يثيرها، ويندفعون لأي موضوع يطرحه⁽¹⁾.

(1) المرجع نفسه، ص 121-122 .

2. اللغة الصحيحة:

اللغة هي الوسيلة التي جعلت الأمم والشعوب تتألف وتتفاهم، وهي التي جعلت المجتمعات تتطور وتتقدم وجعلت الإنسان يرقى ويتميز عن كل الكائنات. وتعد اللغة بالنسبة للمذيع التلفزيوني واحد من أهم الميزات التي عليه أن يحتفظ بها، وبحفاظ عليها، فهي بوابة تواصله مع الناس، وهي طريقة للوصول إلى قلوبهم وعقولهم، وهي مفتاحه الذي يدخله إلى مجتمعه المغلق، فمن خلالها يصوغ أفكاره واهتماماته، فتتناسب من فهمه صحيحة كاملة تعبر عن داخله.

3. اللغة الفصيحة:

وهي اللغة الأم، لغة العرب الواسعة الغنية بالمفردات الصادقة في المعاني، اللذيذة، لغة القرآن الكريم وأمهاش شعر العرب ومؤلفاتهم، وقد تحدثنا سابقا عن أهميتها وقواعدها وتدريباتها.

4. اللغة العامية:

وهي لغة الحديث والشارع، وتسمى باللهجة فهب اللهجة المحلية التي يتعامل بها جمهور المتلقي، وهي اللغة ذاتها لكن طراً عليها ما يسمى بالتلحين والتحرير والنتاج عن اختلافات بيئية، والتطور والامتداد السكاني. ويستخدم اللهجة العامية مقدمي البرامج المنوعة كبرامج المسابقات العم برامج الأغاني وبعض البرامج الرياضية وبعض اللقاءات الميدانية التي تدعو لاستخدام هذه اللهجة. وبما أن هناك نسبة عالية من الجمهور يفضلون هذه لبساطتها وعفويتها وقدرتها على الوصول بعاطفية إلى قلوب المشاهدين، واستخدامها يؤدي إلى نتيجة طيبة وتقبل كبير، ويجدر بالمذيع إذا أراد استخدامها محاولة تفصيها قدر المستطاع، أي نطقها دون الإفراط، ودون التوغل في المصطلحات الشعبية التي قد يعجز البعض عن فهمه، أو لا يستطيع المشاهد في البلدان مختلف اللهجات تميزها، إضافة لأهمية الارتقاء بهذه اللهجة إلى أقرب المراتب من الفصيحة، باعتبار جمهور المتلقين يتأثر داخلها ووجدانيا وفيهم نسبة عالية من الأطفال الذين تساعد لغتهم الأم من الارتقاء بتذوقهم لما يقرؤونه في الكتب والروايات والأشعار⁽¹⁾.

5. سرعة البديهة وحسن التصرف:

يحتاج المذيع التلفزيوني، حاجة ملحة إلى سرعة البديهة وحسن التصرف في كثير من الموقف التي تواجهه، وغالبا ما تكون هذه الموقف للمذيع كثيرة متنوعة، قد تضعه في حالة من الإحراج، الذي لا يمكن أن ينقذه منه سوى تجاوزه ومعالجته، فهو شخصية عامة معرضة لكل ما يمكن أن تتعرض له الشخصيات الهامة، وسنحاول تلخيص هذه الموقف بما يلي⁽²⁾:

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 123

⁽²⁾ كرم شلي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الشروق للنشر والتوزيع، جدة، 2008، ص 168.

- ✦ ارتكاب خطأ لغوي فادح أو معنى مختلف أثناء قراءته أخبار رئيسية أو تسمية قياديين أو رؤساء بغير أسمائهم أو بالخلط فيها، أو حدث خلل فني طارئ، أو سقوط شيء، أو إحداث صوت مزعج داخل الاستوديو وعلى الهواء مباشرة.
- ✦ تقديم معلومات خاطئة أو مغلوبة أثناء إجراء مقابلات داخل الاستوديو وعلى الهواء وتصحيحها من قبل الحضور، أو باتصال هاتفي.
- ✦ وقوع مفاجئة من أي نوع للمذيع وهو يسجل لقاء أمام جمهور وحضور، كأن يقع جهازا أو تمر سيارة تربيكه.
- ✦ توجيه سؤال أو استفسار له من المواطنين حول أشياء خاصة بالتلفزيون وخارج اختصاصه يضطر فيها للإجابة.

والمواقف المحرجة كثيرة، ولكن على المذيع أن يتنبأ بما عادة ويضعها نصب عينيه، وتلزمه هنا سرعة البديهة، للمعالجة الفورية لهذه المواقف وتجاوزها دون أن يترك أثرا لدى المشهدين أو الجمهور، وتتجلى سرعة البديهة لدى المذيع التلفزيوني، بإظهار ثقافته التي تساعد عليها القراءة المتواصلة، والاستزادة من المواضيع العامة والمطالعة الدائمة، إضافة إلى تطويع النفس واكتسابها المهارة العالية بحسن التصرف دون إسفاف أو ابتذال.

وبما أن سرعة البديهة لا تكتسب إنما تخلق مع الإنسان، فلا بد للمذيع الذي يرى نقصا في شخصية في هذا الجانب أن يحاول تعويضه بل تسخير كل إمكانياته وقدرته لإتمامه، فالحكمة والهدوء مكتسبان، ويمكنهما تعويض أي خلل أو نقص بل إن الحكمة تتفوق على سرعة البديهة، وتطغى عليها، فقدم تؤدي سرعة البديهة الزائدة عن حدودها إلى إحداث إحراج أكثر من الإحراج الذي وقع بسبب الخطأ، لكن بالهدوء والحكمة من خلال تدوير أداء العجلة والاندفاع والحماس، والصمت ولو لثانية واحدة والتفكير ولو لخمس ثوان. واستجماع الأفكار ولفت الانتباه إلى الأفكار الجديدة بصورة تلهب المشاعر، وتعالج الخدش وتطغى عليه.

إن حسن التصرف هو أبسط ما يمكن أن يمرن المذيع نفسه عليه، وهو أعظم ما يحتاجه المذيع في حياته المهنية، وهو الذي يعكس شخصيته وقدرته وكفاءته⁽¹⁾.

6. الاهتمام بالمظهر:

لابد من قناعة المذيع والمذيعات التلفزيونية أولا إلى أن الاهتمام بالمظهر لا يأتي بسبب الرغبة الداخلية للتأنق وحب الاستعراض والظهور، ولا يأتي للمغالاة في رسم الشخصية والحضور، لأن هذه الرسومات تحتاج إلى روح حية أصيلة، خلوقة بريئة صادقة، وأنى للرسومات من ذلك. إن اهتمام المذيع بمظهره الخارجي هو احترام لمشاهديه ولجمهوره ومحبيه، وهو القالب الذي يحبون أن يرونه فيه، فبعد أن تكتمل لصديق، يشاركه ويشاطره وهمومه وأفراحه، فيرغب عندئذ أن يراه دائما في أروع حله وأحسن مظهر⁽²⁾.

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 169.

⁽²⁾ مصطفى حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدي النشر والطباعة، الإسكندرية، 2007، ص 237.

إن الأناقة التي على المذيع أن يتعب من أجلها، الأناقة البسيطة الذكية التي تزيد من عمق الصداقة بينه وبين جمهوره، ولكن قد تزداد الأناقة لتصبح مغالاة في الاستعراض وخاصة لدى المذيعات، وعليهن أن يعلن تماما أن الجمهور الجالس في بيته، أغلبه من متوسطي الأحوال، فإذا كان بعضهم ممن هم أحسن حالا، فأهم يشعرون بالحد والكراهة والمنافسة، أما إذا كانوا دون ذلك فيشعرون بالسخط والغيرة، وكلاهما يتعد في آن معا، وتبقى للطبقة المتوسطة التعليقات والإشاعات.

ولا نريد هنا أن يشعر المذيع بأنه معرض تماما لهذا السخط إنما المغالاة في التألق لحد الإسفاف هي التي قد تجعل مذيعا ما محط كره وحقد دون سبب مباشر.

7. سعة الصدر والوعي والنضوج:

ويتعرض المذيع في مهنته إلى النقد، وقد يصل الأمر إلى التجريح سواء من كاتب صحفي، مدفوع بأسباب أو بأهداف، أو مشاكسا يهوي مهاجمة ونقد الشخصيات العامة، أو مواطنا لا يعرف المذيع ولم يره قبل ذلك. أو ماحكة من أحد زملاءه في المحطة أو محطة منافسه.

وإذا تعرض المذيع إلى أي نقد أو تجريح، فعليه بالحال أن يتحلى بالوعي والنضوج ويضبط أعصابه ويستخدم حكمته وحسن تصرفه وسعة صدره في فهم أسباب هذا النقد دون سخرية أو لا مبالة، فإذا وقف على أسباب هذا النقد عليه المحاولة لمعرفة كافة السبل لمعالجة، بتروي ودكاء، دون عصبية أو اندفاع.

ويحتاج المذيع سعة الصدر والنضوج في عمله عند إجراء مقابلات مع المواطنين، فبعضهم يخاف الكاميرا، والآخر لا يحسن الحديث، وهذا لا يستطيع تجميع أفكاره، وذلك لديه مرض التطويل والشرح، وذلك يقاطع المذيع صوته فوق الصوت المطلوب، وأحدهم يخجل ويستحي، والثاني لا يعرف الإجابة... إلخ.

فعلى المذيع أن يتحلى بسعة الصدر يدرك تماما بأن الناس جميعا ليسوا متحدثين بارعين، وأن يحاول قدر استطاعته أن يعطي كل ذي حق حقه، وبعد ذلك وأثناء تحرير الأخبار يستحسن المذيع ما يراه مناسبا لمادته فيسجله في تقريره للأخذ به.

8. الحيادية والموضوعية:

الحيادية بمفهومها الحالي هي طهارة رأي الإنسان من أي تعصب أو تنصر لرأي دون الآخر، والموضوعية هي إعطاء صفة المنطق وصيغة الحقيقة صبغة الاعتدال والوسيلة للآراء والأفكار.

ومن الأبجديات الأولى في العمل الإذاعي التلفزيوني حيادية ناقل الخبر والرأي وموضوعيته في طرحه ومناقشته، دون تعصب أو طغيان الرأي الخاص المطلق على كنه القضية وأبعادها، والمحاولة لجعل طريقة طرحها تبدو صافية نقية خاصة من أي وجهة نظر شخصية أو مدفوعة للتأثير على الطرف الآخر أو جمهور المشاهدين.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 238-239.

ومثال على ذلك أن يقدم مذيع ما خبرا رياضيا مثلا بين فريقين كبيرين، ويكون المذيع في شخصية العادية يشجع أحدهما، فيطغى التقليل من شأن فوز الفريق الثاني إذا خسر فريقه فيخترع له الشعارات والجمل والألفاظ ليزين فوزه.

وقد تحدث مثلا إذا أجر لقاء مع عدة شخصيات حول موضوع تأثر به قبلا فإنجاز لرأي دون الآخر، وأفرز انحيازه وتعصبه أثناء اللقاء، فيخسر حيادية وشخصيته الاعتبارية.

إن صدق المذيع مع نفسه وأيمانه بالمسؤولية الكاملة وميثاق الشرف الإعلامي والتلفزيوني واهتمامه بكل مشاهدته يجعله يدع عواطفه ومشاعره الخاصة بعيدا حين يعمل، ويجعله يترك أفكاره وآراءه المنحازة جانبا حين يناقش ويجري اللقاءات والبرامج، فيتفرغ حينئذ لما يلي:

- ✦ الإبداع والابتكار في طرق طرح الموضوع.
- ✦ تغطية الموضوع من كافة جوانبه.
- ✦ توزيع الأسئلة والإجابات والوقت اللازم لها بمساواة وعدل.
- ✦ إعطاء المواضيع صبغة العمومية.⁽¹⁾

المطلب السادس: بعض أعضاء فريق البرنامج التلفزيوني:

1. المذيع:

وهو الذي يقوم بتقديم البرامج، وإجراء المقابلات خلال الحلقة التلفزيونية، ويجب أن يكون لديه شكلا مقبولا، وحدا أدنى من الثقافة، وصوتا بمخارج حروف واضحة وجيدة وفدرة على الحوار.

2. المعد:

وهو الشخص الذي يقوم بكتابة الحلقة، واعداد المحتوى فيها، وهو يجب أن تكون لديه مهارات عالية في الكتابة، وصاحب أفكار مبتكرة، ومبدعة، وقادر على صياغتها ضمن إطار مناسب للتلفزيون.

3. المنتج:

تختلف التسميات من مكان لآخر، بعض القنوات تطلق إسم المنتج على المعد والمقدم الذي يقوم في العادة بإنتاج البرنامج كاملا ومتابعة أموره، وفي مجالات أخرى فإن المنتج هو الذي يشرف على عملية الانتاج، ويديرها ابتداء من اختيار فكرة للتنفيذ، ومرورا بالتواصل مع فريق العمل، وإنهاءا بتسويق البرنامج.

4. المصور:

المصور التلفزيوني هو الشخص الذي في كاميرا الصوت، ويقوم بتحريكها، وضبطها وفقا لمتطلبات التصوير وهو يتلقى تدريبا احترافيا يؤهله للتعامل مع الكاميرا، ولأخذ مشاهد ولقطات جميلة، وضمن ما هو مطلوب منه.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 240.

⁽²⁾ الرجبي محمود، كيف تعد وتقدم برنامجا تلفزيونيا، عمان، الفرسان للنشر والتوزيع، 2014، ص 110.

5. فني الصوت:

وفي بعض الإذاعات يطلق عليه مهندس الصوت حتى لو لم يكن حاصلًا على شهادة جامعية في هذا المجال وهو الشخص المسؤول عن تسجيل الصوت والتعامل مع المؤثرات الصوتية، وكل ما يتعلق بها في الإذاعة أو التلفزيون.

6. المخرج:

وهو مدير البرنامج التلفزيوني بمعنى الكلمة، والشخص الذي ينفذه كاملاً ضمن رؤيته، وتبقى توجيهاته وقراراته هي النافذة في أي عمل، ويكون المخرج مؤهلًا جامعيًا في العادة، وربما حصل على بعض الدورات، إضافة إلى خبرة من خلال العمل باعتباره مساعداً لمخرج محترف، ويقوم المخرج كذلك بتوجيه الممثلين - ليقيم باختيار لقطات معينة، وأثناء تنفيذ البرنامج على الهواء فإنه يقوم أيضاً باختيار اللقطات، والمشاهد من مختلف الكاميرات العاملة، وتوجيه العاملين، والتنسيق بينهم فنياً ليكون العمل على أكمل وجه¹.

وهو أيضاً الذي يملك مفردات القيادة من ثقة بنفسه ومن الوعي الكامل الشمولي ومن التمكن في الأمور الفنية والتقنية، ويجب أن يولد وعياً في أمور الحياة ووجهة النظر المطروحة العربية والعالمية أي الثقافة بكل شيء في السياسة والاقتصاد وكافة مناحي الحياة، ويجب كذلك على المخرج أن يكون حازماً عادلاً متصرفاً، حكيماً موضوعياً.

كما يجب أن يكون له قيمة يدافع عنها اتجاه المجموعة وليس قيم ذاتية وأن يتمتع بالموهبة التي من خلالها تكون لديه رسالة يدافع عنها، فلذلك المخرج الدرامي الناجح هو المخرج الذي يؤمن برسالة معينة تحمل قيمة عالية مثل قضايا الأمم، الدفاع عن الإنسان، مشاكله همومه وتشخيص هذه الحالة لتوفير النقد الإنساني⁽²⁾.

المبحث الثاني: البرنامج التلفزيوني:

المطلب الأول: تعريف البرنامج التلفزيوني.

1. سيناريو البرنامج التلفزيوني:

وهو السيناريو الخاص بالأعمال التلفزيونية، التي اصطلح على تسميتها برنامج وهذا النوع من السيناريو هو موضوع دراستنا.

2. مفهوم البرنامج التلفزيوني:

لم تنته المصادر والمراجع من تحديد مفهوم حديث للبرنامج التلفزيوني يجاري التصورات التي حدثت في العلوم الإعلامية، بعد التأثير الذي أحدثته "نظريات الاتصال" مفاهيم وقوانين وأساليب تلك العلوم بما في ذلك⁽³⁾

(1) المرجع نفسه، ص 111.

(2) سهير جاد وسامية أحمد علي، البرامج الثقافية من الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 34.

(3) عبد الله بو جلال وآخرون، برامج التلفزيون وتأثيرها على القيم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر، الجزائر، 2000، ص 139.

من مراجع "الإستكلوبيديا البريطانية" كمرجع مهم ورئيس، والطريق للوصول إلى مفهوم البرنامج التلفزيوني يبدأ من الإجابة على السؤال الآتي: ما هو البرنامج التلفزيوني؟

البرنامج التلفزيوني وفقا لنظريات الاتصال هو:

أ. رسالة:

بما أنها رسالة، فهذا يعني يجب أن يكون هناك مرسل يقوم بتحرير هذه الرسالة وإرسالها إلى مستقبل يقوم باستلام هذه الرسالة، التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما، أي قناة يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالته لكي تصل إلى المستقبل أي قناة اتصال، وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت والصورة المتتابعان في ما يسمى بفيلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية، وأجهزة الإستقبال الموجودة عند المستقبل، إذا..... فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفق لما تحدده نظريات الاتصال هي: رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل.

وهل المرسل يقوم بإرسال الرسالة دون غاية محددة يريد إيصالها إلى المستقبل؟

والجواب بدهامة هو: لا بد من أن يكون المرسل راغبا في تحقيق أهداف تدفقها مسبقا يريد منها:

✦ أن يمحو أفكار موجودة في ذهن المستقبل.

✦ أن يزرع أفكار جديدة في ذهنه.

✦ أن يستبدل أفكار موجودة في ذهنه بأخرى جديدة.

وعليه لا بد من أن تكون الرسالة محملة بمعلومات قادرة على أن تحقق الأهداف التي حددها في هذه الرسالة، هذه المعلومات على نوعين، فهي إما أن تكون "عقلية" تخاطب عقل المستقبل مباشرة، وهب المعلومات العلمية البحتة، سواء كانت هذه المعلومات تتعلق بأرقى العلوم ونظرياتها، أو مجرد معلومة عن طريقة سلق البيض في برنامج تلفزيوني عن الطبخ مثلا، أو أن تكون هذه المعلومات "وجدانية" وهي المعلومات التي تثير أي نوع من العواطف، مثل خبر احتفاء محجم الدرّة وأبوه خلق الكتلة الكونكريتية، فهو خبر ينقل إلينا معلومات، وقد تشترك المعلومات ذاتها في أن تكون عقلية ووجدانية معا، ولعل مثال محمد الدرّة ينطبق على ذلك، فإن الخبر ذاته يثير فينا شعور التعاطف، وكذلك ينقل لنا معلومة همجيو سلوك المحتل، في الوقت ذاته فمن خلال المعلومة معلومة خبرية عقلية تقوم ذات المعلومة بإثارة الشعور بالتعاطف لدى المستقبل⁽¹⁾.

وتعرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل، لا بد أن يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة، التي تستغرق زمنا يصل إلى ساعة أو أكثر، حسب زمن البرنامج التلفزيوني، كاملة، أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها، ووسيلة ذلك هو في أن يجعل المعلومات الموجودة في رسالته متضمنة ل: الامتاع: وهذا الإمتاع على نوعين هما:

الامتاع العقلي، والامتاع الوجداني أي المتعة الذهنية من المعلومة العقلية ومتعة التعاطف، مع أو صد، ما تحمله المعلومة الوجدانية والإمتاع بنوعية وقدراته العقلية، وهذا يعني أن على المرسل أن يحدد طبيعة المستقبل ليتمكن من

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 140-141.

إختيار المعلومات، التي تناسب ميوله ورغباته وقدراته العقلية ، وبالإضافة إلى الإمتاع فغن هذه المعلومات لا بد من أن تطرح بطريقة تبث في المستقبل،

ب. الترويج:

وهو ايصال المعلومات إلى المستقبل بأقل جهد منه، من خلال تبسيط المعلومات باستعمال أو باستخدام أساليب وتقنيات تطرح المعلومات من خلالها بيسر وسهولة، هذا بالإضافة إلى استخدام وسائل أخرى، مثل تباطؤ سيل المعلومات، التنقل بين العقلية والعاطفية، فصل سيل المعلومات بفواصل مثل اللطيفة والنادرة، إعطاء المعلومات عبر مادة تبث الراحة والاسترخاء، عرض مادة تبث الاسترخاء فقط، ومن غير الامتاع والترويج، لا يستطيع المرسل أن يضمن استمرار المستقبل في استلامه للرسالة كاملة، أي أن الامتاع والترويج هما اللذان يقومان بـ :الشد والتشويق" وبدونهما يتولد لدى المستقبل النفور، الذي يحول دون ايصال الرسالة، وهذا يعني أن المرسل سيعجز عن تحقيق الأهداف التي أرادها من إرسال هذه الرسالة، لذا يتوجب على المرسل إختيار رسالة (معلومات) تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تبث الامتاع والترويج فيه.⁽¹⁾

3. تعريف البرنامج التلفزيوني :

البرنامج التلفزيوني عبارة عن مادة تلفزيونية تبث مسجلة أو حية على الهواء وتشغل مساحة زمنية محددة من ساعات البث التلفزيوني لأنه قناة تلفزيونية... عادة ما تكون هذه المادة في إطار البرنامج تحمل اتجاه معيناً أو صفة معينة تحقق فيها إحدى أهداف المحطة البث، وبرامج التلفزيوني هي العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيونية، فمجموع البرامج المبثه يعطي محصلة هوية المحطة، ولأن التلفزيون هو اهم وسائل الإعلام في العصر الحاضر وأكثرها تأثيراً، لأجل ذلك سعت السرب -ولاتزال- لإنتاج العديد من البرامج التلفزيونية المميزة والمهادفة انطلاقاً من فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين بإستخدام الصورة والصوت بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق الهدف المطلوب .

هي المادة الإعلامية والثقافية والتربوية والترفيهية التي تبثها القنوات التلفزيونية.

هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ ف يقابل تلفزيوني معين ، بإستخدام الصورة والصورة بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين.⁽²⁾

المطلب الثاني: أنواع البرامج التلفزيونية:

1. أنواع البرامج التلفزيونية من حيث المضمون .

أصبح التلفزيون يلعب دوراً ذا أثر بالغ في حياة المجتمعات الإنسانية، يوصل إليهم ما يعرضه من مواد، برامج ومعلومات العلم والخبرة والترفيه، حيث أن البرامج العامة هي تلك الصفحة الكاملة لمجموعة من الحصص⁽³⁾

⁽¹⁾ فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007، ص 35 - 36.

⁽²⁾ (د.إ.م)، المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، بيروت، ط3، 1997، ص 25.

⁽³⁾ سهير جاد وسامية أحمد علي، مرجع سبق ذكره ص 58.

المتعلقة بالتلفزيون طيلة يوم كامل، حسب الساعات التي تبث من خلالها، وكذا المواضيع التي تتطرق لها كل حصة من الحصص.

تنوع البرامج التلفزيونية حسب المادة التي تعرض من خلالها ويمكن تصنيفها إلى:

✦ البرامج الترفيهية:

وهي البرامج غير المنهجية التي تهدف إلى التسلية والترفيه وتحتوي على الموسيقى والأغاني الخفيفة والراقصة والمسابقات والألعاب والاستعراضات، وكل ما يتعلق بالتسلية والضحك ونجاح مثل هذا النوع من البرامج يتوفر على الإثارة التي يحدثها في نفسية المشاهد، ومدى ما يحققه من تسلية وإضحاك وترويح، ويحتاج إلى أوقات معينة لإذاعتها وغالبا ما تداع في السهرة عند عودة الجمهور إلى المنزل.

✦ البرامج الثقفية:

وهي البرامج التي تهدف إلى تزويد المشاهدين بالمعلومات والمعرف والعلوم في مختلف مجالات الحياة، وتساعدهم على تكوين المواقف الفكرية والعاطفية اللازمة لفهم حركة المجتمع والتلاؤم معه. وهذه البرامج قد تكون موجهة للجمهور بشكل عام، وقد تستهدف جمهورا محدودا كالنساء والأطفال أو الذين تجمع بينهم اهتمامات. وتحتوي هذه البرامج على الأشرطة العلمية والأفلام الوثائقية وبرامج الأحاديث والمناقشات والندوات، وهذا النوع يعتمد على شخصية المتحدث وما يتمتع به من براعة وقدرة على التعبير وتوجيه المقابلات يسمح باجتذاب الجمهور المشاهد ويتوقف نجاحها على ما يلي:

- وضوح المناقشة، مقدم البرنامج، طريقة تناول الموضوعات، إلقاء الأسئلة، طريقة تركيب الأسئلة، درجة تغطيتها للموضوع، الديكور والإخراج.

✦ البرامج التعليمية:

وهي تلك الدروس المذاعة لتلفزيونيا والتي تتصل اتصالا مباشرا بنقطة الدراسة في المدرسة، والتي توجه إلى فئة معينة من التلاميذ وحسب مستواهم الدراسي وهي تختلف عن البرامج الثقفية أو حتى البرامج التربوية المساعد للتعلم في المدرسة.

✦ البرامج الدينية:

وهي أداة للتثقيف والتوجيه بالثقافة الدينية ونشر الوعي الديني كشرح مبادئ الدين الإسلامي وتحتوي على الأحاديث واللقاءات والندوات وكذلك التمثيليات والمسلسلات وذلك بغرض التوعية والتوجيه.

✦ البرامج الرياضية:

تتم معظم الدول في العالم بهذا النوع من البرامج، وهي تدخل في إطار الترفيه والتوجيه خاصة للجمهور المحب لهذا النوع من البرامج بصفة خاصة الرجال لما للرياضة من أثر عظيم لبناء الإنسان وتنشئته وزيادة قدرته على العطاء والإنتاج، ويعتمد هذا النوع من البرامج على التشويق والإثارة وتقديم العروض الرياضية المختلفة وذلك لجلب انتباه الجمهور وخاصة فئة الرجال.⁽¹⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 59-60.

✦ برامج الأطفال:

تهدف هذه البرامج إلى توجيه تعليم الطفل وكذا تنمية قدراته الذاتية وتنشئته اجتماعيا من خلال مواضيع متعددة تبرز في أساليب كثيرة منها المسابقات والألغاز والرموز والرسوم المتحركة والمقابلات وال فقرات التمثيلية والمحاورات مع الحيوانات والأغاني ويحظر هذا النوع من البرامج بإهتمام معظم تلفزيونات العالم التي تخصص وقتا للأطفال.

✦ البرامج السياسية:

في عالم الإعلام القضائي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتتيح فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها. وما يميز هذا النوع من البرامج هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما يدور من أحداث سياسية للبلاد. كما تعد البرامج السياسية واحدة من أهم البرامج التي يقوم عليها البناء العام للبث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات التلفزيونية في العالم. إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي، وهي في جميع الأحوال تمثل المواقع الأولى من بين أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى.

✦ البرامج الحوارية:

وهي من أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا حيث يقسم هذا النوع من البرامج إلى ثلاثة أقسام:

- حوار الرأي: يعتمد على الاستطلاع على رأي شخصية معينة في موضوعا ما.
- حوار المعلومات: ويهدف للحصول على معلومات أو بيانات تخدم هدفا معينا.
- حوار الشخصية: ويستهدف هذا القالب تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد. ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج على اختيار الشخصية المناسبة ومدى كفاءة مدير الحوار وطريقة وضع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة وفي الوقت نفسه قوية وواضحة، ولا تكون الأسئلة مما يحتمل الاجابة عنه بنعم أو لا، ولكن يفضل اختيار أسئلة تسمح للضيف بأن يخرج اجابات تقريرية أو تفسيرية. ويفضل أن يبتعد عن الأسئلة الإيمائية التي تتضمن في طياتها الإجابة التي يجب أن يرددها الضيف، ومن المهم أن يستقر المعد الشخصية المجري معها الحور بأسئلة تجعله يقدم معلومات جديدة ومشوقة أو آراء مهمة. (1)

✦ المسلسلات والدراما:

المسلسلات هي مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة يستغرق في عرضها حسب عدد الحلقات، وتنتهي كل حلقة بسؤال مجهول وتؤدي كل منها إلى الأخرى في تسلسل ومنطقية، أي أن كل حلقة تنتهي بموقف درامي مثير ومشوق وكثير من الحلقات بأزمات صغرى لتحقيق قدر كبير من التأثير. (2)

(1) المرجع نفسه، ص59-60.

(2) عبد الله بوجللال وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص78.

✦ الأخبار:

تعتبر الأخبار محورا أساسيا في البرنامج اليومي لما لها من أهمية بالغة في معظم محطات العالم، ولقد استخدمت الأخبار المصورة في السنوات الأخيرة تأثيرا متزايدا في مجالات السياسة والرأي العام، ووصلت إلى مرحلة تقدم لم يسبق لها مثيل، وأصبحت جزءا متضمنا في التلفزيون.

وتشير الدراسات والبحوث أن حجم نشرات الأخبار يختلف باختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي وهي أنواع منها: الأخبار السياسية و، الاقتصادية، الثقافية، العلمية والرياضية، والاجتماعية.

ويستقبل التلفزيون الجزائري الأخبار عبر الأقمار الصناعية من مختلف الوكالات الخاصة، وكالة ناس السوفييتية والوكالة الفرنسية ووكالة رويتر الإنجليزية.

✦ الإعلان التلفزيوني:

يتميز كوسيلة بإمكانيات ضخمة لتعريف المشاهد بخدمة أو سلعة معينة وإيجاد حالة من الرضا والإقناع لدى المشاهدين تدفعهم إلى الشعور بأنهم في حاجة إلى هذه السلعة استخدام فيه الإثارة والتشويق من خلال عروض باهرة وجذلية و مقنعة.

✦ البرامج الوثائقية:

وهي البرامج والأفلام الوثائقية التي تبحث عن الحقائق وتخلو من البناء القصصي الروائي.⁽¹⁾

2. أنواع برامج التلفزيون من حيث الموضوع:

تنقسم برامج التلفزيون إلى:

أ. برامج ناقصة النص:

وهي غير درامية ولا يوجد تمثيل أو حط درامي واضح، ولا يوجد ديكور أو اكسوا، والمعد يقوم بتسليم النص الناقص للمذيع والمخرج للتنفيذ.

وتشمل هذه البرامج، وتسمى عادة برامج النجومية، إذ البطل فيها هو المذيع أو مقدم البرامج ويمكن تحديدها فيما يلي:

❖ البرامج الاستدلالية:

وهي ابسط شكل من اشكال البرامج التلفزيونية، تعتمد على المذيع في المقام الأول، ومثال ذلك برامج أقوال الصحف، إذ لا يوجد ديكور، ويمكنه الاستعانة بوسائل ايضاح.. خريطة، كرة الأرضية، صورة، والقيمة ليست في المادة المقدمة فقط ولكن فيمن يقدم البرنامج.

✦ مواصفات مقدم هذا النوع من البرامج:

- أن يتميز وجهه بالحميمة الشديدة.
- الوجه المستدر مثل وجه الطفل أو الأقرب إلى الاستدارة.

(1) المرجع نفسه، ص78.

- أن يكون هناك تناسب في تفاصيل الوجه.
- النغمة الرئيسية المنبعثة من وجهه تبث أيضا من النغمة الصوتية المحملة بالدفء.
- أن لا تكون المذيعة صارخة الجمال.
- أن تكون الملابس نظيفة ومعتدلة.
- أن يقتنع بما يقول حتى يستطيع أن يقنع الآخرين وهذا يتوقف على: موهبته، ثقافته.
- ألا يكون عنده لزمات في وجهه أو في لسانه فلا يكون أسرع مثلا.

✚ دور المعد:

- اختيار الموضوع.
 - اختيار الشكل.
 - اختيار بعض وسائل الايضاح من أفلام ورسومات.
 - الاستعانة في بعض الموضوعات الخاصة بمختص.
 - خطابات المشاهدين في بعض المناسبات.
- كما يلزم هذا النوع من البرامج تتر أي عنوان ومقدمه ثابتة، موسيقى ثابتة، موعد إذاعة ثابتة.

❖ المقابلة:

وهي عبارة عن تبادل للرأي والفكر وتحتاج إلى مقدم برامج ثقافته أعلى من مقدم البرنامج الاستدلالي وإلى ضيف حيث يتبادلان الرأي والفكر في موضوع يضم الناس، طرفان، طرف يملك المعلومة، وطرف يسأل لكي يخرج هذه المعلومة للمشاهد.

ويتوقف نجاح المقابلة على ما يلي:

- جو الحوار.
- مدى توفيق المخرج في اختيار المكان.
- مدى توفيق المعد في اختيار الضيف.
- مدى توفيق المعد في اختيار الموضوع.

ويلاحظ أن هذا النوع من البرامج لا يحتاج في معظم الحالات إلى ديكور، ويشمل هذا النوع من البرامج الشكل البراجمي المسمى بمائدة الضيوف والندوات المختلفة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ عبد المجيد شكري، الاتصال الإعلامي والتنمية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 144 - 145.

❖ المذيع والفلم:

مجموعة أفلام يربطها ونجد لا يربطها خط، المذيع هو الذي يربط بينها والربط بشكل منفصل هو أسوأ أنواع الربط، إذ المفروض على المذيع إيجاد خط يربط بينها، ربط غير منظور مثل برامج جولة الكاميرا وبرنامج اخترنا لك. (1)

❖ برامج المحكمة:

من أخطر وأهم أشكال البرامج التلفزيونية وأكثرها تأثيراً على الجمهور، وهذا الشكل البرامجي التلفزيوني يكاد يكون غير موجود مطلقاً في أي من التلفزيون العربي، وهو يستمد اسمه من شكل المحكمة ويعتمد في المقام الأول على ما يلي:

-معد جيد.

-هيئة المحكمة.

-ديكور.

-نص نصف مكتوب، وثائق مصورة.

ويتم اختيار أعضاء هيئة المحكمة، ويتم تجسيد المحكمة بكل أبعادها وأهم شيء هو الصراع، ويكون الشكل العام كما يلي :

وجود محامي الاثبات الذي يجهز عريضة الدعوي.

وجود متهم هو عادة شخص تنفيذي مسؤول وقد يكون وزيراً أو حتى رئيس الوزراء.

محامي دفاعي يجهز دفاعه يقدم أدلة البراءة مصورة.

والبرنامج كما نرى يحتاج إلى مساحة واسعة من الفكر الديمقراطي والحرية.

❖ المجلة التلفزيونية:

مستعارة أصلاً من الصحافة ثم من الراديو وقد يكون أكثر من معد، وتشمل عدة فقرات، ريبورتاج ورسائل المشاهدين وكلامهم، المهم أن مقدم المجلة يقلب العديد من الصفحات المشوقة مثل مجلة المرأة... إلخ

❖ برامج المنوعات:

وتشمل برامج المسابقات والبرامج التي تجمع بين أكثر من شكل برامجي حيث أغان وموسيقى وعرض راقص وتمثيل صامت وأغاز ومسابقات ومنها تمثيل شعر ومقالات وغير ذلك.

ب. برامج كاملة النص:

وتشمل هذه البرامج التمثيلات التلفزيونية و المسلسلات و البرامج التي تحتاج إلى تعليق مكتوب مثل البرامج البيوجغرافية والتسجيلية. (2)

(1) المرجع نفسه، ص146.

(2) المرجع نفسه، ص 147 - 149.

❖ أنواع اللقطات:

اللقطة ببساطة وبتعبير عام ما يظهر على الشاشة ويراه المشاهد في أية لحظة بعينها، وهذه اللقطة تتغير محل محلها لقطعة أخرى بطريقة من طرق الانتقال يحددها المخرج حسب ما يراه ملائماً لتحقيق أفكاره الخاصة عن تنفيذ الموضوع، ويحدث هذا التغير أو انتقال بأن تتغير الكاميرا أو تتحرك أو بأن يتحرك الموضوع نفسه وقد تستمر اللقطة ثواني قليلة أو تستمر دقيقة كاملة أو قد تستمر طوال البرنامج، إذا رأى المخرج أن ذلك هو أحسن الوسائل لعرض موضوعه، وعلى ذلك فالذي يعمل في التلفزيون يجب أن يقل التفكير في نطاق اللقطات ثم يعد ذلك، أي بعد أن يحدد المخرج اللقطات التي ستظهر متسلسلة متعاقبة على الشاشة، يحدد أشكال الانتقال من لقطة إلى أخرى.

⊕ اللقطات الطويلة:

هذه اللقطة يلجأ إليها المخرج ليقدم للمشاهد الفكرة العامة عن المكان الذي سيدور فيه المشهد أو المشاهد التالية، والفرصة من هذه اللقطة الطويلة هو تعريف المشاهد بالمدر الكلي للمنظر كله، والعلاقة بين كل جزء من أجزائه. مثلاً محطة سكة حديد يظهرها المخرج من الخارج بساعتها وسيارة الأجرة والمسافرين، ثم يظهر التفاصيل، هذه اللقطة هامة جدا حيث إن اللقطات التالية لها سوف تعرض في الغالب جزءاً صغيراً من المنظر في كل مرة، وهذه اللقطات يقصد بها التمهيد للتفصيلات التي تليها.

⊕ اللقطة القصيرة أو القريبة:

هذه اللقطة القريبة أكثر اللقطات ملاءمة لشاشة التلفزيون الصغيرة المساحة، وهي ذات أهمية خاصة إذ أنها تساعد على خلق جو من الألفة والصدقة مع المشاهد، ويلجأ المخرج إلى هذه اللقطة لعدة أغراض، كما أن الكاتب يجد فيها الوسيلة المثلى لجذب اهتمام المشاهد نحو قطعة بذاتها في المشهد أو تعبير بذاته على وجه أحد الممثلين مثل نمرة هامة على أحد البيوت أو الفنادق، اسم المحكمة أو محل أو مؤسسة لها أهمية خاصة في الموضوع أو سيدور المشهد التالي داخلها، إلى التلفون وهي ترن حامله نبأ هاماً، خطاب أو وثيقة ضائعة دليل شركة مجرم في مكان الجريمة، إلى آخر كل هذه الأشياء. ويمكن لفت نظر المشاهد إليها باللقطة القريبة الـ Closeup ، ويمكن أن يلجأ إليها الكاتب والمخرج بدون ترد، للتعبير عن أهمية المادة أو الشيء أو الشخص أو الجزء موضوع اللقطة.

❖ حركات الكاميرا:

⊕ الحركة العريضة: عبارة عن حركة أفقية نصف دائرية تقوم بها الكاميرا وهي على حاملها،

الكاميرا هنا تتحرك بدون الحامل وتستعرض يمينا أو شمالاً، بسرعة أو ببطء.

⊕ من اليمين لليساار.⁽¹⁾

⊕ من اليسار إلى اليمين.

(1) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال الجديدة في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص152.

اليمين هو يمين الكاميرا، واليسار هو يسارها، أي بالنسبة للمصور وقد تكون من أعلى أو أسفل.

❖ تعليمات مستخدمة:

إخراج الممثل: تبقى الكاميرا في موضعها ويخرج الممثل من الكادر ولا تتبعه الكاميرا.

إدخال الممثل: تبقى الكاميرا في موضعها ويدخل الممثل إلى الكادر.

إدخال لقطة مكبرة: تبقى الكاميرا في موضعها ويتحرك الممثل مع الكادر مع اقترابه نحو الكاميرا.

اتباع الممثل: تتبع الكاميرا الممثل مع استخدام البان Pan أو التلث أو الدولي dolly إلى الأمام أو الخلف أو إلى الأعلى.⁽¹⁾

❖ ماذا يفعل المخرج:

- يراقب البرنامج على الـ Monitor الرئيسي.
- يراقب البرنامج على الثلاث Monitors لكل الكاميرا أو أكثر ليختار منها الصورة التي تظهر للمشاهدين.
- يراقب النص وليس العمل على الورق بمساعدة سكرتيرة مختصة .
- يراقب التوقيت بمساعدة السكرتيرة .
- يستمع إلى الصوت.
- يصدر التعليمات للفنيين المختلفين.
- ينفذ أيها تعديلات سريعة يقتضيها الوقف.

دخول تقنيات جديدة: إن على المخرج اليوم أن يتابع كل جديد في تكنولوجيا الاتصال وأن يلم إلماما بكافة التقنيات الجديدة في مجال التصوير والتسجيل التلفزيوني بعد أن دخ الكمبيوتر هذين المجالين بصفة خاصة، فقد أصبح من الممكن خلق شخصيات ورسوم مع إمكانية تجميع وتفريق وتغيير كل ذلك مع تحقيق وجود انتقالات ولقطات تلفزيونية جديدة وعمل نترات أو عناوين للبرامج وأسماء القنوات بالإضافة إلى تصوير فيديو كليب وهو عبارة عن قصة تلفزيونية قصيرة، وقد أمكن استغلال هذه الفقرة الفنية مهارة كبيرة في التلفزيون العربي والعالمي كمهارة فائقة في كافة مجالات الانتاج التلفزيوني.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 153-154.

⁽²⁾ كرم شلي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1987، ص 136.

المطلب الثالث: أهم قوالب و تصنيفات البرامج التلفزيونية:

1. قالب الحديث المباشر.
2. قالب الحوار المقابلة.
3. قالب المائدة المستديرة.
4. قالب جمهور المشتركين.
5. قالب المحاكمة.
6. قالب الفيلم ومقدم البرنامج.
7. قالب المسابقات.
8. قالب المتنوعات.
9. قالب التدقيق .
10. قالب البرنامج الخاصة.
11. قالب المجلة التلفزيونية.

1. برنامج الحديث المباشر:

وهو أبسط أنواع البرامج، إذ يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه إما لجمهور الشاشة أو جمهور الاستوديو. وهو يعتمد كلياً على شخصية المتحدث. ومن مواصفات المتحدث الناجح ما يأتي:

- ✦ الا يناس في الشكل والصورة، والألفة في الصوت والنبرة.
- ✦ القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح.
- ✦ القدرة على جذب الانتباه الدائم. عدم التكلف والبعد عن التصنع.

2. برنامج المقابلة و الحوار:

وهو البرنامج الذي يعرضه محادثة بين شخصين ذات هدف معين. ويصنف الحوار من حيث الهدف إلى ثلاثة أقسام.

أ. حوار المعلومات:

ويهدف إلى الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعتباره مصدراً للمعلومات، أو مطلعاً عليها.

ب. حوار الرأي: ويهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية، أو أداء الناس العاديين في شيء معين.⁽¹⁾

⁽¹⁾ فهد بن عبد الرحمن الشمبيري، التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام، دار إقرأ الدولية، مصر، 2011، ص 35 – 36.

ج. حوار الشخصية:

ويهدف إلى تعريف المشاهدين بجوانب شخصية الضيف، سواء كان من الناس المشهورين أو غير المشهورين. ومكونات الحوار الناجع تشمل عناصر عديدة تتعلق بالمقدم، والضيف والموضوع والأسئلة والزمان والمكان واللغة، والجمهور.

3. المجلة التلفزيونية:

وهو قالب أو شكل تلفزيوني يعرض بصفة دورية، ويتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل والمضمون تربطها وحدة عضوية، وتقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة. وأحياناً يطلق على حلقة البرنامج إسم "العدد" وتأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة مثل: موضوع الحلقة الافتتاحية، شخصية العدد... وهكذا. وبصفة عامة فإن المجلة التلفزيونية تجمع القوالب الأخرى بشكل مصغر، وفيها الحديث المصغر، والحوار المصغر، والخبر المصغر، والتقارير التلفزيوني المصغر.

4. البرنامج الخاص:

وهو البرنامج ذو المحور الواحد، الذي يسعى لإبراز الموضوع بمختلف القوالب الفنية، مثل الدراما، والحوار والأغنية، والتحقيق، والرسوم، والصور، وعناوين الصحف، واللقطات الأرشيفية، مع إضفاء عناصر الحركة والتنوع والانتقال بين اللقطات والمواقف والفقرات، وإبراز التناقض في الآراء والمواقف المختلفة، وتحقيق التشويق والقلق والترقب، وتعميق التفاصيل، والشرح والتوضيح وعقد المقارنات، ليعطي معلومات شاملة عن مشكلة معينة أو موضوع معين. وهو يرتبط بذاتية المنتج وأسلوبه الخاص بتوصيل فكرته إلى الجمهور.

5. برنامج التدقيق التلفزيوني:

وهو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، استناداً على التحليل الواقعي، ولقاء الأشخاص أصحاب العلاقة، والمعايشة الحقيقية، في المكان والزمان والظروف والأشياء ذات الدلالة. وهناك ثلاثة أنواع أساسية.

أ. **التقرير الإخباري:** وهو يستلزم الحيوية والسرعة والعرض المختصر.

ب. **تحقيق الحدث:** وهو التحقيق الذي يبحث عما وراء الأحداث الآنية ويوضح الخلفيات، والعلاقات الكامنة، والأسباب غير الظاهرة، وهو مثل التحقيق الصحفي الذي يركز على إجابة سؤال (لماذا؟) ولا يكتفي بإجابة أسئلة الخبر (من؟)، (متى؟)، (ماذا؟)، (أين؟).

ت. **تحقيق المعالم:** وهو لا يستلزم أن يكون هناك حدث بيني عليه البرنامج، وهو يشمل أنواع متعددة، مثل تحقيق المشكلات، تحقيق الانجازات تحقيق الشخصية، تحقيق المكان، تحقيق الاستفتاء، التحقيق التاريخي.⁽¹⁾

¹ المرجع نفسه، ص 37 - 38.

وبرامج التدقيق التلفزيوني أو ما تسمى (بالبرامج الوثائقية) أو (الصحافة الاستقصائية) هي أعلى البرامج التلفزيونية مهنية وحرفية وأكثرها تكلفة، وأعمقها تأثيراً.

ويتم تصنيف البرامج التلفزيونية عبر عدة معايير وهي على النحو الآتي:

- ⊕ الوظيفة أو الهدف الإعلام- الترفيه - التثقيف - التعليم - الإعلان...إلخ.
- ⊕ المحتوى والمضمون" ديني - سياسي - اقتصادي - ثقافي - رياضي - فني - علمي...إلخ.
- ⊕ الجمهور: عامة المجتمع - الأطفال - الشباب - النساء - نخبة متخصصة...إلخ.
- ⊕ دورية البث: يومي - أسبوعي - شهري - نصف شهري...إلخ.
- ⊕ وقت البث: برامج الصباح - برامج الظهر - برامج المساء - برامج السهرة...إلخ.
- ⊕ اللغة: لغو عربية فصحي - لهجة عامية - لغة أجنبية مترجمة...إلخ.
- ⊕ الشكل أو القالب الفني: حديث - حوار - تحقيق - مجلة...إلخ.

وهذا هو أهم أنواع التصنيف، لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسة البنية الأساسية لبرامج التلفزيون. (1)

المطلب الرابع: مكونات البرنامج التلفزيوني.

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينتقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع هو ما يصطلح عليه بـ "المحتوى" ، هذا المحتوى يجب أن يتضمن أهدافاً يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما ستصطلح عليه بـ "الأهداف" ، كما أن عملية نقل الموضوع نحتاج إلى أساليب محددة سيصطلح عليها بـ "الطريقة"، وكذلك أن الموضوع والطريقة لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، وسيصطلح على ذلك بـ "طبيعة المستقبل".

فمكونات البرنامج التلفزيوني إذا هي:

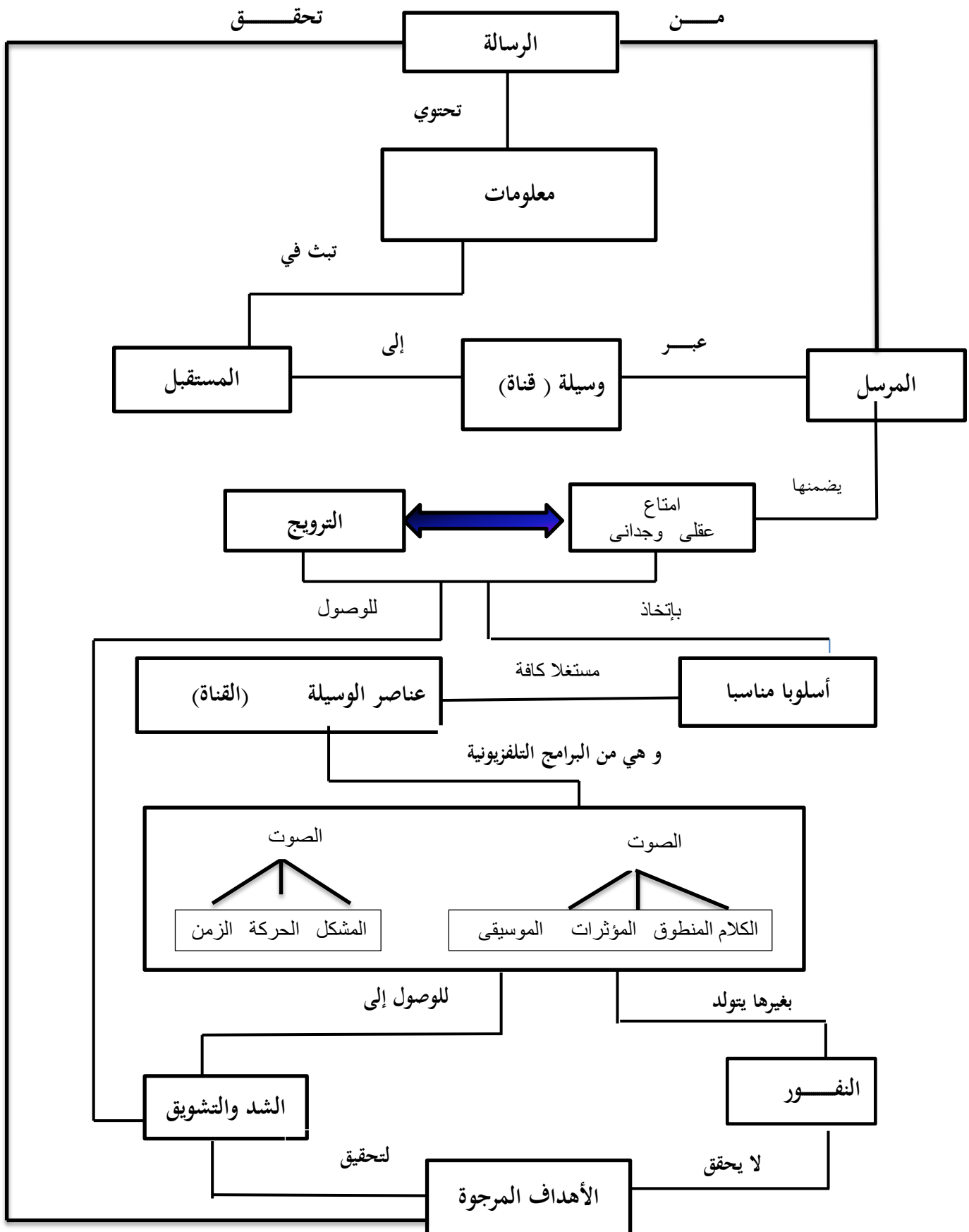
- ⊕ طبيعة المستقبل.
- ⊕ المحتوى.
- ⊕ الأهداف.
- ⊕ الطريقة.

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفر مكوناته، لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه المكونات الأربعة. (2)

(1) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 2000، ص156.

(2) فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص51.

مخطط رقم (01): يوضح مفهوم وعناصر البرنامج التلفزيوني والعلاقة بينهما:



المصدر: فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007، ص42.

المطلب الخامس: متطلبات إنتاج البرنامج التلفزيوني وخطوات صناعته.

1. المستلزمات التقنية:

أستوديو (كاميرات، إضاءة، تجهيزات صوت، ديكور، أكسسوار...): هو المكان المخصص لإنتاج البرامج التلفزيونية المختلفة وبنها إلى جمهور المشاهدين ويتم تصميمه بمواصفات معينة، بحيث يكون محكم العزل الصوتي ويشمل على كل الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لإنتاج البرامج التلفزيونية.

غرفة الإخراج: ريجيه (ميكسر صوت، ميكسر صورة، ميكسر إضاءة، CCV، غرفة اتصالات Hompter، Intercom، VTR): وهي غرفة صغيرة ولكنها تعد بمثابة الجهاز العصبي للإنتاج التلفزيوني ويفصلها عن البلاتوه حاجز زجاجي بحيث يمكن للمتواجد فيها أن يشاهد ما يحدث في البلاتوه وليس العكس وتحتوي غرفة التحكم على ثلاث وحدات تحكم وهي وحدة التحكم في الصوت، ووحدة التحكم في الصورة ووحدة التحكم في الإضاءة، كما يوجد فيها عدد من شاشات مشاهدة تلفزيونية تسمى (مونيتور Monitor) يتصل كل منها بمصدر معين للصورة، إما مفهوم البلاتوه أو الأستوديو الداخلي فهو (عبارة عن قاعة كبيرة المساحة ويتم فيها تصوير الموقف التعليمي أو استضافة المشاركين بالبرنامج يطلق عليه أيضا الأستوديو ويوجد فيه من 3-5 كاميرات أو أكثر وقطع الديكور والأثاث والإكسسوار اللازم وكل ما يلزم التصوير ويعد مكانا معزولا صوتيا عن كل شيء خارجي).

- جرافيكس.

- موسيقى.

- مستلزمات للتصوير الخارجي (كاميرا، صوت، إضاءة...).

- غرفة توليف.

2. حركات الكاميرا:

تلقط كاميرا التلفزيون المناظر والمشاهد المراد تصويرها، إما وهي ثابتة في مكانها على الحامل أو هي متحركة أو متنقلة من مكانها.

وحركة الكاميرا وهي ثابتة على حاملها نوعان:

أ. اللقطة الاستعراضية Panorama

وهي حركة أفقية تتم فيها متابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره أو استعراض لمنظر بشكل عام، وتكون هذه الحركة من اليمين إلى اليسار أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة حسب مقتضيات الحال.

ب. اللقطة الرئيسة Tilting:

تكون الكاميرا ثابتة على الحامل ولكنها تقوم بحركة رأسية على محورها أثناء التصوير لمتابعة حركة المنظور أو الشيء المراد تصويره في حركته من أعلى إلى أسفل أو العكس، وقد تكون بطيئة أو متوسطة أو سريعة.⁽¹⁾

⁽¹⁾ محمود معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 138.

أما حركات الكاميرا التي تنتقل فيها الكاميرا من مكانها، فهي أنواع ثلاثة:

الحركة المقتربة والزاحفة إلى الأمام (Dolly in)

الحركة المبتعدة أو الزاحفة إلى الخلف (Dolly Out)

الحركة المصاحبة (Traveling Traking)

ج. عدسة الزوم Zoom:

الزوم حركة أشبه بحركة الاقتراب والابتعاد، وإن كانت الكاميرا لا تتحرك فيها، إنما بوساطة (عدسة خاصة) هي ما تسمى بالعدسة الزوم (Zoom Lens) أو العدسة متغيرة البعد البؤري، وهي عدسة يمكن تغيير بعدها البؤري بسرعة أثناء التصوير دون توقف أو قطع، بحيث يتغير حجم اللقطة عند عرضها على الشاشة من اللقطة العامة إلى اللقطة الكبيرة في حالة (Zoom in) أو من اللقطة الكبيرة إلى اللقطة العامة في حالة (Zoom out)

د. اللقطات:

هناك كثير من لقطات الكاميرا، ولكل لقطة معناها التي تعبر عنه، ولذلك لابد للمخرج والمصور من قبلهما كاتب النص أن يتوخى الحذر في اختيار اللقطات المناسبة المعبرة عن مضامين نصه التلفزيوني، ومن هذه اللقطات:

- اللقطة المكبرة
- اللقطة المكبرة جدا
- اللقطة المتوسطة الكبرى
- اللقطة المتوسطة
- اللقطة المتوسطة الطويلة
- اللقطة الطويلة
- اللقطة الطويلة جدا

هـ. وسائل الانتقال:

أي الانتقال من كاميرا إلى أخرى، وتتمثل فيما يلي:

- القطع
- الظهور
- الظهور والتلاشي
- المنزج¹

¹ كرم شليبي، مرجع سبق ذكره، ص 190 - 191.

- المسح
- التطابق (التراكب)
- المزج المتطابق
- المزج عن طريق تغيير البعد البؤري

3. تحرير الصوت والصورة:

يبدأ إعداد برامج التلفزيون بتلقي الأفكار والمعلومات من مصدرها ليتم تشكيلها حسب نوعية البرنامج، ونوعية جمهور المشاهدين حيث تتعدد برامج التلفزيون، فهناك الأخبار، البرامج الإخبارية، الثقافية، الاجتماعية، التعليمية، الرياضية، الخاصة، الطارئة، الفئوية كبرامج الأطفال والشباب والمرأة.

ويتطلب الإعداد التلفزيوني من صاحبه Script unités أو السيناريست Scenarist القدرة على تجسيد أفكاره ومعلوماته في صورة لقطات ومشاهد مرتبة، على اعتبار أن التلفزيون صورة مرتبة في المقام الأول، فضلا عن قدرته في اختيار مكونات النص من كلمات وجمل وفقرات تؤدي المعنى بوضوح.⁽¹⁾

ويعمل معد البرنامج في ظل الزمان والمكان والخصائص التي تميز التلفزيون كجهاز إعلامي غايته توصيل أفكاره ومعلوماته من خلال مخاطبة حاستي السمع والبصر. ومن الطبيعي أن عليه أن يلم بعناصر التعبير التلفزيوني ومعداته، وتختار ما تجسد مشاهدته، لينجح في توصيل مفاهيمه إلى مشاهديه، بل ويستحوذ على اهتمامهم منذ اللحظة الأولى وفي نهاية البرنامج باستخدام أساليب التشويق المتعددة.

فالكاتب للتلفزيون كما يقول د. محمد معوض ليست مجرد تسطير كلمات يلقيها المشتركون في البرنامج وإنما الكيفية التي تظهر بها الصورة والقطات والمشاهد في قالب واضح محدد، يعالج جميع جوانب الفكرة أو الهدف المطلوب في فترة زمنية محددة وأساليب متنوعة، تختلف حسب طبيعة البرنامج التلفزيوني، ونوعية وإمكانيات والخدمات التي يستخدمها.

والتحرير بالنسبة للتلفزيون يعني تحرير النص وتحرير الصورة، ويطلق الخبراء على التحرير بالصورة (Editing Tilms and védeo Tapes) ويسمونها الباحثون والعاملون في المجال بالتوليف Editing ، وتهدف عملية التوليف إلى تجميع اللقطات الفيلمية أو التجميع الإلكتروني للمادة المصورة لبرنامج معين عن طريق ما يسمى المونتاج (Montage) ، وهي اختيار وترتيب اللقطات المصورة، وفقا لتسلسلها وترتيبها الموضوعي المطلوب، لخلق تأثير في مطلوب أو معنى إضافي معين قد يتعدى المعنى الخاص الذي تعبر عنه اللقطات.⁽²⁾

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص 193.

⁽²⁾ فاروق بوزيد، فن الخبر الصحفي، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1984، ص 191-192.

4. المونتاج:

يستخدم التلفزيون نوعين من المونتاج فيلمي وإلكتروني.

أ. المونتاج الفيلمي:

ويعني تقطع أجزاء الفيلم لإبعاد اللقطات غير المطلوبة أو غير الصالحة، ثم ترتيب وتجميع ما تبقى من لقطات وربطها ببعضها، مع مراعاة تسلسل الموضوع، وفقا للنص المكتوب والشخص الذي يقوم بهذه المهمة هو مؤلف الأفلام أو المونتير (Montour) بمساعدة معد الفلم.

ب. مونتاج الفيديو (الإلكتروني)

وهو نوعان:

✚ المونتاج الفيديو المباشر: الذي يتم عند إذاعة البرنامج على الهواء مباشرة من داخل الاستوديو أو بواسطة وحدات النقل الخارجي SNG، وذلك بواسطة المحول (Switch) الذي يمكننا من اختيار أي إشارة مرئية من الإشارات الداخلة له بسهولة كما يمكن اختيار الصوت المصاحب للصورة الحية.

ويتولى الفن (Switcher) تنفيذ تعليمات المخرج الذي يتابع الصور واللقطات على الشاشات أمامه أجهزة الرؤية (Monitour) والمتصلة بمصادر الصورة.

✚ المونتاج الإلكتروني: للبرامج المسجلة على شرائط الفيديو VIR حيث يتم نقل الفقرات المطلوبة من شريط آخر، ويتميز بالسرعة والدقة، ولكنه يتطلب وحدات عالية الثمن لمونتاج الفيديو (Vidéo Production Appardus).

ويمكن إضافة المؤثرات الإلكترونية أثناء المونتاج، مثل: القطع، المزج الإختفاء الطهور التدريجي. (1)

5. أستوديو التلفزيون:

لابد للمخرج وكاتب النص وكل فريق الإنتاج التلفزيوني أن يكون مهم مهندسة الأستوديو التلفزيوني وأنواعه وخصائصه وأجهزته وملحقاته ، ومن هذه :

- البلاطو (ستوديو التصوير).
- الغرفة الفنية.
- مراقبة الصوت.
- مراقبة الكاميرا.
- أجهزة الرؤية.
- التليسينما. (1)

(1) محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 86 - 87.

6. الإضاءة:

من أهم عناصر الإنتاج في التلفزيون والتي تعتمد عليها جودة الصورة التلفزيونية ، ولهذا كان من الضروري توفير الإضاءة اللازمة وتوزيعها بشكل مناسب مع مراعاة الأجسام المراد تصويرها من حيث الألوان يجب أن تتفق شدة الإضاءة و نوعيتها مع اللقطات والمشهد المطلوب، ذلك أن سوء الإضاءة قد يفسد المشهد واللقطات . وعمل موزع الإضاءة شاق ومضن، يحتاج إلى فهم كامل لمعدات الإضاءة وأنواعها المتباينة، ويجب أن يكون على دراية واسعة بالالكترونيات، خاصة ما يتصل بالاستيديو التلفزيوني ومكوناته، وتشغيل الكاميرات، والميكروفونات وأنواع التيار الكهربائي.

7. الخدمات الإنتاجية : وهذا لا يكتمل العمل التلفزيوني بدونها، وتتمثل فيما يلي :

- الديكور

- الأكسيسوار.

- الماكياج.

- وسائل الإيضاح.

- الأزياء.

- الأثاث .

- الخطوط.

❖ العناصر البشرية الأساسية:

وبالإضافة إلى متطلبات إنتاج البرنامج التلفزيوني السابقة الذكر يحتاج الأمر أيضا إلى تضافر جهود عدد آخر من العناصر البشرية و هي:

- المذيع .

- قارئ النشرة.

- مقدم برامج المنوعات.

- المصور.

- المنادى.

- عامل الميكروفون.

- عامل الموسيقى.

(1) فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص65.

- مشرف الإضاءة.
- المنتج.
- مساعد الإنتاج.
- فن الصوت .
- مدير الاستديو. (1)
- مسؤول عن المزج .
- مراقبة النص.
- مشرفة ارتداء الملابس.

❖ و تمر خطوات البرنامج التلفزيوني بثلاثة مراحل أساسية :

مرحلة ما قبل الإنتاج مرحلة الإنتاج مرحلة ما بعد الإنتاج.

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل الإنتاج .

وهي فترة التحضير ومعاينة المواقع و تشتمل العناصر الآتية:

1. **اختيار الفكرة وتحديدتها:** يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للوقائع المحيط به وإحساسه بمشاكلته وقضاياها و اهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة والقراءة للكتب المختلفة والدراسات روافد مهمة لخلق أفكار جديدة بيد المعد . ولا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتلامس مشكلته وأن تكون الفكرة أخلاقية وهادفة بمعنى أن تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته وكذلك من أهم العناصر الفكرة أن تكون جديدة ومبتكرة وجذابة وبسيطة بمعنى غير معقدة، تخدم الهدف وتلامس الواقع وتراعي قيم المجتمع كما سبق وذكرنا.
2. **الإعداد :** وهو يشمل البحث المعلوماتي والميداني، وحصر كافة المستجدات حول الموضوع ،و العمل على ابتكار كل ما هو جديد .
3. **إعداد خطة العمل:** وتشمل الفكرة الرئيسية، إسم البرنامج، نوع البرنامج، قالب الفني، المقدمين الضيوف، المواضيع، الفقرات، المدة، عدد الحلقات ، الجمهور المستهلك ،جدول الإنتاج الزمني. (2)
4. **كتابة السيناريو:** يعرف كتاب ومعدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني:

أولهما النصوص الكاملة: فهي التي تستخدم في البرامج الدرامية عادة حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها ويحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية .

(1) المرجع نفسه، ص66.

(2) نوال محمد عمر، فن صناعة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993، ص 173 - 174.

أما الشكل الثاني فهو النصوص الغير كاملة، وفي هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرنامج أن يتحكم في كل عناصر البرنامج، و من ثم المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج و النقاط والجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه.

ويتم في كتابة السيناريو التخييل الكامل لشكل البرنامج بكامل عناصره المكتوبة على الواقع تماما كأنك تراه على الشاشة ويشمل النص والصوت والصورة ، والمؤثر والنقلة والمشهد .⁽¹⁾

المرحلة الثانية: مرحلة الإنتاج.

وهي مرحلة التنفيذ الفعلي وتشمل:

- ⊕ إعداد موقع وديكور وتحديد كوادر التصوير.
- ⊕ تخطيط وتصميم وتنفيذ الإضاءة التي تساهم في بناء المشهد البصري، وإثراء لغة البرنامج، وتحقيق أهدافه.
- ⊕ تنفيذ عملية التصوير: وهي لغة التلفزيون في التعبير عن الرسالة الإعلامية أو الفنية وهو الفن الذي يقوم بجذب انتباه المشاهد والسيطرة على حواسه. ويهدف التصوير الناجح المتميز إلى خلق رؤية مؤثرة وجذابة لموضوع التصوير والشيء الذي نصوره وليس مجرد التعرف عليه أو نقل صورته، لأن قوة البرنامج وإمتاعه وتأثيره لا تأتي مما نصوره بل كيف نصوره.
- ⊕ وفي تنفيذ عملية التصوير تبرز مهنة المخرج ولمساته الساحرة في استخدام عناصر اللغة البصرية ، للتعبير عن رسالة البرنامج وأهدافه .

مثال: اختلاف زاوية التصوير

على سبيل المثال فإن زاوية التقاط الصورة في الكاميرا بارتفاعها وانخفاضها تعطي معاني مختلفة، ومن ذلك مثلا:

1. اللقطة ذات الزاوية المنخفضة للشخص تظهره أكثر طولا ومجالا وقوة، وتعزز من سيطرته داخل اللقطة.

2. لقطة ذات زاوية مرتفعة : حيث توضع الكاميرا أعلى شخص المصور تظهره أقل من حجمه الطبيعي، وتعطي ظلا من ضعف الموقف والهزيمة وهكذا في سائر أدوات اللغة البصرية المعبرة في صناعة التلفزيون.

المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد الإنتاج وفي هذه المرحلة تجرى العمليات الآتية:

- ⊕ تفرغ اللقطات المصورة وفهرستها و تصنيفها و الاختيار من بينها
- ⊕ تنفيذ المونتاج بجمع اللقطات المطلوبة في الصيغ المتتالية حسب السيناريو .

⁽¹⁾ روبرت ملبارد، تر مؤيد حسن فوزي، الكتابة للتلفزيون والإذاعة ووسائل الإعلام الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص93.

- ✦ تسجيل نص التعليق.
- ✦ تسجيل المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية.
- ✦ مزج الصوت.
- ✦ استخدام الجرافيك مثل كتابة أسماء متحدثين.
- ✦ النسخ. البث.

فكل عنصر من هذه العناصر له قوعد فنية وإبداعية خاصة، ولغة أدا مميز تصنع الفرق بين مخرج ، وبين برنامج وبرنامج. (1)

المطلب السادس: معايير وعوامل نجاح البرنامج التلفزيوني

1. مقومات نجاح البرنامج التلفزيوني:

وللوقوف على مقومات نجاح البرنامج لا بد من معرفة عوامل نجاحه للعمل بها وعلى ضوئها، ومعرفة مواصفات عنصرى الصوت والصورة وإمكانياتها، للعمل على إستغلالها وكذلك تحديد ماه و البرنامج الناجح وما هي صفاته؟ للعمل أن يكون البرنامج الذي نكتبه متصف بصفاته. ماهي صفاته؟ كما لا بد من معرفة معايير نجاحه، لتحديد مستوى هذا النجاح.

2. معايير نجاح البرنامج التلفزيوني:

المعيار الرئيسي لقياس درجة البرنامج، هو في درجة تحقيقه للأهداف المحددة له في الشريحة المراد الاتصال بها المستقبل بواسطة معلومات التي تحتويها الرسالة، فكلما اقترب البرنامج من الوصل بأهدافه إلى مستواها الأعلى فإن ذلك يعني البرنامج يقترب من مستويات النجاح العليا أما المعايير الأخرى مثل إستمرار البرنامج للدورات التكوينية كثيرة أو متابعة البرنامج من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين والتي تعرف بواسطة الإستفتاءات أو الإتصال، أو المشاركة في البرنامج فإنها معايير قد تدل على النجاح ولكنها في أحسن أحوالها لا تحدد مستوى النجاح، لأن إستمرار البرنامج عبر زمن طويل قد يعود إلى الرغبات و منافع شخصية ليستلعملية دور فيها، وأن متابعة البرنامج من قبل أعداد كبيرة من المشاهدين قد يصاحبه جنوح البرنامج عن الأهداف المحددة له. بل أحيانا هناك برامج يحقق أهداف مخالفة للأهداف التي كانت موجودة من عملية أنتاجها. (2)

إذا ... إذا كان المعيار الرئيسي الذي يقيس مستوى نجاح البرنامج، هو مستوى تحقيق أهدافه المحددة سلفا كيف يكون البرنامج محققا لأعلى مستوى ممكن من الأهداف؟ وبعبارة أخرى ما هي عوامل نجاح البرنامج؟

3. عوامل نجاح البرنامج:

هناك اعتقادات شائعة حول أسباب نجاح البرنامج عند الكثير من العاملين المتخصصين في الإعلام المرئي والمسموع، وليست بخاطئة ولكنها تمس أجزاء من الحقيقة العلمية فمنهم من يعتقد أن نجاح البرنامج يعتمد على

(1) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 94.

(2) المرجع نفسه، ص 96 - 97.

الموضوع فمثلاً، أن أي برنامج يعني بالرياضة سيكون برنامجاً ناجحاً وذلك لإهتمام الجمهور واسع في هذا الموضوع ومنه من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بمهوم الناس سيكون ناجحاً (برنامجاً ناجحاً)، ومنهم من يعتقد أن تقديم المعلومات التي يريدونها المستقبل (يحتاجها) سينتج برنامجاً ناجحاً، و منهم من يعتقد أن طريقة عرض البرنامج هي تيسر في نجاح البرنامج، وبمجرد استذكار سريع لكثير من البرامج الرياضية وكثير من البرامج التي تهتم بمهوم الناس وكثير من البرامج التي تقدم المعلومات التي يحتاجها المستقبل، وكثير من البرامج التي كانت ذات طرق عرض جيدة، سيعلمنا هذا الاستذكار بأن كثير من هذه البرامج قد فشلت، والسبب هو ان البرنامج الناجح يعتمد على العوامل التالية لا على عامل واحد:

⊕ أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل.

⊕ أن تكون غايته من الغايات التي ينشدها المستقبل.

⊕ اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع⁽¹⁾.

⊕ اختيار الطريقة الأمثل.

أ. أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل:

أن أي موضوع لا يهتم به المستقبل، أولاً يمكن إثارة إهتمامه به سوف يجعل المستقبل عارفاً عن متابعته، وهذا يعني تولد (النفور) لديه، مما يحول دون تحقيق الأهداف، لعدم وصول الرسالة إليه، ولاستقطاب المستقبل، لا بد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعاً يهتم به المستقبل، أن يكون قادراً على إثارة إهتمامه به منذ اللحظات الأولى، وذلك بإستعارة بأن الموضوع مفيد أولاً، وممتع ثانياً، أو إحداهما على الأقل⁽²⁾.

ب. أن تكون غايات البرنامج من الغايات التي ينشدها المستقبل:

ليس من المنطقي أن يكون أي برنامج قادراً على إجتلاس المشاهد لمدة ساعة أو نصف ساعة، ليسمع ويشاهد أصواتاً وصوراً لا تحقق له أي غاية يريدونها هو مهما كانت أهمية الموضوع بالنسبة له، إن أهمية الموضوع بالنسبة له تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له، وليس من الضروري أن تمنحه الفائدة⁽³⁾.

ج. اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع:

لأي موضوع، بسيطاً كان أم معقداً، معلومات كثيرة وله زوايا كثيرة يمكنه النظر إليه من خلالها، فليس من الضرورة أن تضخ المعلومات التي ستحصل عليها من المراجع كاملة، مهما كانت علاقتها قوية بالموضوع، وهي المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط، وتخلص من المعلومات الزائدة⁽⁴⁾.

د. إختيار الأسلوب الأمثل:

ويكون كالاتي:

⁽¹⁾ كرم شلي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

⁽²⁾ المرجع نفسه، ص 87.

⁽³⁾ كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1987، ص 93.

⁽⁴⁾ الرحيبي محمود، مرجع سبق ذكره، ص 156.

✦ أن يكون دقيقا وواضحا.

✦ أن يكون متنوعا.

✦ أن تنقل من المعلوم إلى المجهول. (1)

✦ أن تنقل من المحسوس إلى المجرد.

✦ أن تنقل من البسيط إلى المعقد.

✦ أن تختار التقنية المناسبة لأسلوب التقديم.

✦ أن يستغل كافة إمكانيات العرض. (2)

إن للصورة السينما توغرافية والتي أصطلح على تسميتها باللقطة، مواصفات تمنح إمكانيات هائلة في تقديم أعقد المعلومات بطريقة مبسطة وتمثل هذه المواصفات في:

✦ اللقطة مرئية.

✦ اللقطة ترينا ما لا نقدر على رؤيته عن طريق أعيننا.

✦ اللقطة تتجاوز الزمان والمكان.

✦ إمكانية إعادة استخدام اللقطات.

✦ اللقطة لها ميزة إثارة الإنتباه والتركيز. (3)

4. العلاقة بين عوامل النجاح البرنامج التلفزيوني:

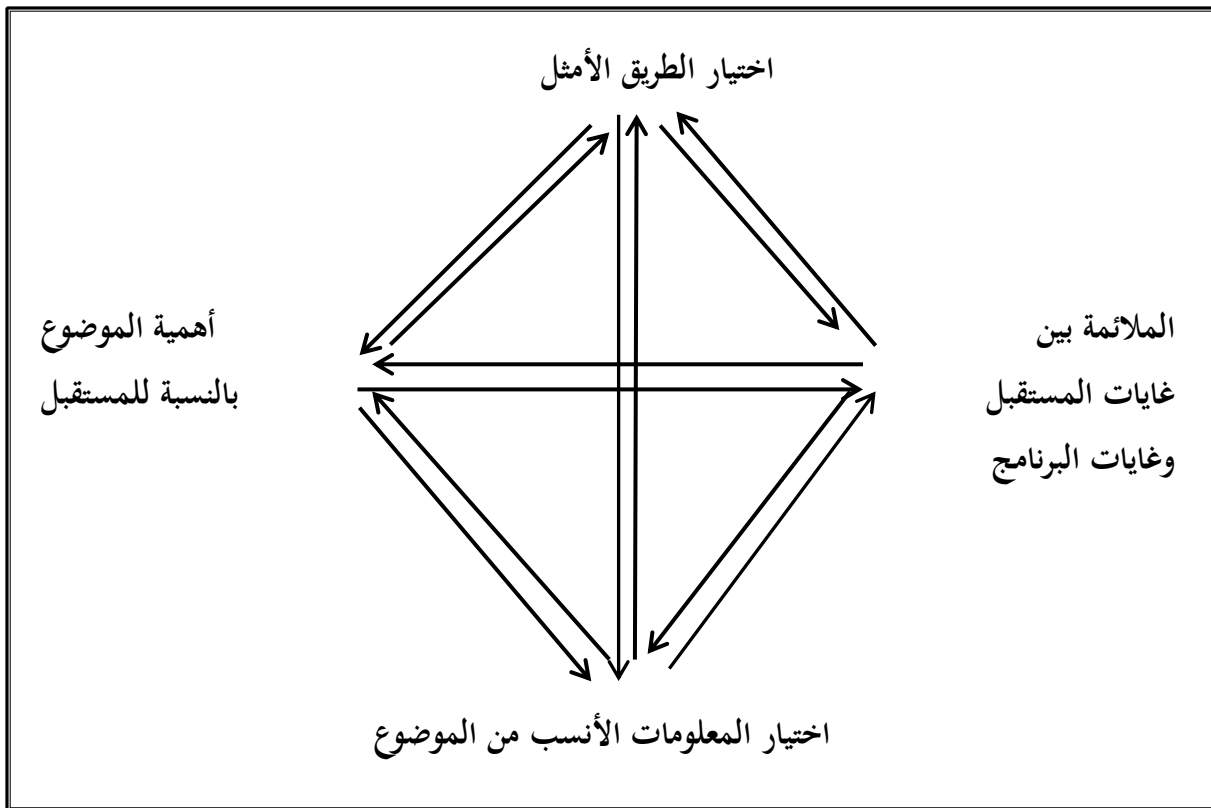
من الجدير بالذكر أن بين عوامل نجاح البرنامج التلفزيوني علاقة تأثير متبادلة، فكل عوامل من العوامل يؤثر ويتأثر بالعوامل الأخرى، كما أن كل ناتج من نواتج هذا التأثير المتبادل بين أي عاملي يؤثر ويتأثر بالعوامل الأخرى، ونواتج تأثير بعضها على بعض أيضًا.

(1) روبرت مليارد، ترجمة مؤيد حسن فوزي، مرجع سبق ذكره، ص100.

(2) فاروق ناجي محمود، مرجع سبق ذكره، ص47-75.

(3) كرم شليبي، مرجع سبق ذكره، ص180-181.

الشكل رقم (03) : يوضح العلاقة بين عوامل نجاح البرنامج



المصدر: كرم شليبي الإنتاج التلفزيوني وفنون الاخراج دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1997.

5. متى يكون البرنامج ناجحًا؟

يكون البرنامج ناجح إذا حقق الأهداف التي أنتج من أجلها وهذه الأهداف إما أن تكون تجارية بحت أو فكرية أو مزيج من التجارية والفكرية، ولكن... كيف يكون البرنامج محققا لأهدافه وناجحًا؟
"يكون البرنامج ناجحًا عندما يكون ذو فعالية وتأثير"⁽¹⁾.

6. وكيف يكون البرنامج ذو فعالية وتأثير؟

يكون البرنامج ذو فعالية وتأثير عندما يستخدم عوامل النجاح، التي تم التعرف عليها، ليمر بالمستقبل بأربعة مراحل وهي:

الأولى: الاستقطاب: وهو أن يكون البرنامج قادرًا على دعوة المستقبل بعد تحديد طبيعته ونوعه، وهيئته لإستلام الرسالة.²

⁽¹⁾ المرجع نفسه، ص181.

⁽²⁾ محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص116.

الثانية: الشد والتشويق: وهو أن يبقى البرنامج المشاهد مشدودا إليه، يتشوق إلى متابعته حتى نهايته ويلاحظ أن لوسائل الإستقطاب دورا كبيرا في ذلك، إلا أن أهم هذه الوسائل هو العمل على توفير عوامل نجاح البرنامج، فلربما تقوم هذه الوسائل بإستقطاب المستقبل، إلا أن البرنامج الضعيف في عوامل نجاحه سيجعل المستقبل في نقطة ما من البرنامج، متحولا من الشد والتشويق إلى النفور الذي يجعله عازفا عن متابعة بقية الرسالة.

الثالث: التعاطف و الاقناع العقلي

إن غايات أي رسالة، بما فيها البرنامج التلفزيوني ، هي اما زرع قناعة جديدة في ذهن المستقبل ، أو تغيير قناعة خاطئة، او تعزيز "تثبيت" قناعة صحيحة و أي من هذه الغايات لا تتم ، الا عبر التعاطف مع الفكرة، أو الافكار و المعلومات المقدمة من خلالها اولا ، ثم الاقناع العقلي، ولا يشترط فيه ان نقدم افكار و المعلومات. مع ضرورة ذلك ،مدعمة بالوثائق و الحجج و البراهين المنطقية او العقلية، خصوصا في حالة استخدام الاساليب غير المباشرة.

كيف ينتقل البرنامج بالمستقبل إلى مرحلة التعاطف و الاقناع العقلي؟

يكون البرنامج قادرا على المرور بالمستقبل في هذه المرحلة عبر عوامل النجاح بها من خلالها.

الرابعة: التغيير في التفكير و السلوك

عرفنا ان معيار نجاح البرنامج هو في تحقيق للأهداف المرجوة منه، ولكن ما هو معيار تحقيق الاهداف؟ ان معيار تحقيق الاهداف هو في تغيير التفكير الذي يحدثه في ذهن المستقبل بالاتجاه المحدد له ، ومعيار ذلك، هو التغيير الذي يحدثه في سلوك المستقبل، نتيجة للتغيير الذي احدثه في تفكيره. ومثال ذلك ، رؤية الشباب يرتدون نفس ملابس البطل ، او المغني او تقليده في قصة شعره او على عكس ذلك ، رؤية ازدياد الشباب في الجوامع ليؤدون الصلاة بعد موجهة اعلامية صنعتها قناة اسلامية ، قامت بها الموجات الاعلامية التي كانت اهدافها زعزعة الايمان الفطري في قلوب الشباب المسلمين . لذلك على البرنامج ان يمر بالمستقبل في مرحلة التغيير في التفكير او تعزيز التفكير الصحيح الذي ينتج تغييرا في السلوك او تعزيز للسلوك الصحيح.⁽¹⁾

(1) محمد جمعة غباشي، مرجع سبق ذكره، ص223.

خلاصة الفصل:

نستنتج من مجمل ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، بأن العمل الإعلامي، والبرنامج التلفزيوني جزء منه، عمل إبداعي والإبداع يعني الإتيان بالأمر الجيد المفيد، فلا وجود لمعادلة يكون الإبداع في أحد طرفيها، والفشل في طرفها الآخر، وإن وجدت مثل هذه المعادلة، فذلك يعني أن على العاملين في هذا النوع من الإعلام، ومنهم كتاب ومقدمي البرامج التلفزيونية، أن يتخذوا من كتابة "عرض حال" مهنة لهم، لأنهم في ذلك سيكونون أنفع وإذا لم ينفعوا، فسوف لا يؤدي عملهم في الإعلام إلى الخسارات الكبيرة في الجهد والوقت والمال والطاقات.

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع:

الإطار التطبيقي للدراسة

أولاً: عرض البيانات وتحليلها

(1) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
34%	34	ذكر
66%	66	أنثى
100%	100	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (01) المتعلقة بتوزيع العينة حسب متغير الجنس إلى أن 34 فرداً بنسبة 34% هم من الذكور في حين نجد 66 فرداً بنسبة 66% من العينة محل الدراسة إيناثاً ومنه نستنتج أن أعلى نسبة في نسبة الإيناث وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي تعد أغلبيته إيناثاً.

(2) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

السنة	التكرار	الفئات
26%	26	أقل من 22 سنة
60%	60	من 22-26 سنة
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (02) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن يتضح أن نسبة 60% التي تمثلها الفئة العمرية من 22-26 سنة تمثل المرتبة الأولى، تليها نسبة 26% التي تمثلها الفئة العمرية أقل من 22 سنة، وتليها الفئة العمرية التي تمثل أكثر من 26 سنة بنسبة 14%. فنجد أن النسبة الأكثر تمثلها الفئة العمرية من 22-26 سنة وهذا راجع إلى أنها تتناسب مع أعمار الطلبة الجامعيين.

3) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير حجم الوقت الذي يقضيه الطالب أمام التلفزيون في اليوم من طرف الطالب الجامعي:

الإختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من ساعة	7	7%
من 1 إلى 3 سا	59	59%
أكثر من 3 سا	24	24%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (03) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب حجم مشاهدة الطلبة الجامعيين للتلفزيون في اليوم أن 59 فردا بنسبة 56% يشاهدون التلفزيون أكثر من 3 ساعات، وتليها نسبة 7% تمثل 7 أفراد يشاهدون التلفزيون في اليوم أقل من ساعة.

ومنه نجد أن نسبة كبيرة من العينة تشاهد التلفزيون من ساعة إلى 3 ساعات أي تصنف العينة. من بيانات الجدول، يظهر بأن أفراد العينة بنسبة 59% هم الأكثر مشاهدة للتلفزيون من ساعة إلى 3 ساعات وهو حجم معتبر إذا ما ربطناه بعلاقة الطالب في استغلال وقته في الدراسة التي تتطلب جهدا ومثابرة، أما يقارب نصف هذه النسبة أي 24% يمضون وقتهم لأكثر من 3 ساعات، ويشكل هذا الحجم الساعي القومي إفراطا وحالة مرضية في الطالب خاصة إذا كانت المتابعة هذه في دورة التحضير الدراسي.

4) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجات مشاهدة التلفزيون من قبل الطلبة الجامعيين:

الإختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	43	43%
نادرا	19	19%
أحيانا	38	38%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (04) والذي يوضح درجات مشاهدة التلفزيون من قبل الطالب الجامعي، يتضح أن درجة مشاهدة فئة الطلبة عينة الدراسة للتلفزيون قائمة بين أحيانا ودائما أي 38% و 43% على التوالي، أي ما يعادل 38 فردا و 43 فردا على التوالي، أما نادرا فتمثل 19 فردا بنسبة 19%، ومنه نستنتج أن درجات مشاهدة التلفزيون من قبل الطلبة الجامعيين تكون بدرجة متوسطة.

5) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الأوقات المفضلة لمشاهدة التلفزيون.

أوقات مشاهد التلفزيون	التكرارات	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	32	32%
الفترة المسائية	68	68%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (05) والذي يوضح توزيع العينة حسب الأوقات المفضلة لمشاهدة التلفزيون لدى الطالب الجامعي، نلاحظ أن 68 فردا بنسبة 68% يمثل وقت مشاهدة الطالب الجامعي في الفترة المسائية، تليها 32 فردا بنسبة 32% يمثل وقت المشاهدة في الفترة الصباحية. ومنه نستنتج أن أكثر من نصف العينة تفضل مشاهدة التلفزيون في الفترة المسائية ربما أنها الفترة الأنسب للتفرغ لمشاهدة التلفزيون.

6) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة البرامج التي يشاهدها الطالب الجامعي:

النسبة المئوية	التكرارات	البرامج التلفزيونية
65%	65	أفلام
29%	29	دينية
53%	53	إخبارية
35%	35	رياضية
35%	35	ترفيهية
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة البرامج التي يحرص الطالب الجامعي على مشاهدتها، نلاحظ أن 65 فردا بنسبة 65% يشاهدون الأفلام، وهي أكبر نسبة وذلك لما تزخر به الشاشة العربية من أفلام في ظل تعدد القنوات المتخصصة في بث الأفلام سواء العربية أو الأجنبية، تليها الأخبار بنسبة 53% أي في المرتبة الثانية، وأخذت البرامج الرياضية والترفيهية المرتبة الثالثة بنسبة 35%، وتليها البرامج الدينية في المرتبة الرابعة بنسبة 29%، كونها برامج مفيدة لها قيم إيجابية على الطالب الجامعي. ومنه نستنتج أن الطلبة الجامعيين تبقى تستهويهم المضامين السنمائية أو الدرامية أكثر من المضامين الأخرى.

7) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية اللغة الرسمية للطلاب الجامعي:

النسبة المئوية	التكرارات	الإختيارات
78%	78	نعم
22%	22	لا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (07) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسي متغير مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية اللغة الرسمية للطلاب الجامعي يبين لنا أن نسبة 78% أي 78 فردا يوافقون على أن البرامج

التلفزيونية تساهم وبشكل كبير في تنمية اللغة الرسمية لدى الطالب -أفراد العينة-، وفي المقابل نجد نسبة 22% أي 22 فردا يرون بأن تلك البرامج لا تساهم في تنمية لغتهم الرسمية.

ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة أي بنسبة 78% تساهم البرامج التلفزيونية في تنمية لغتهم الرسمية وهذا راجع لمدى اعتماد مقدمي البرامج التلفزيونية على لغتهم المحلية في تقديم الرسالة الإعلامية وانعكاس ذلك على الطالب الجامعي -المتلقي-

8) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تأثير البرامج التلفزيونية في تنمية السوكيات الإتصالية لدى الطالب الجامعي.

النسبة المئوية	التكرارات	تأثير البرامج التلفزيونية في تنمية السلوكيات الإتصالية الخيارات
85%	85	أصبح اجتماعيا
7%	7	منعزلا
1%	1	عنيد في تصرفه
7%	7	أخرى
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تأثير البرامج التلفزيونية في تنمية السوكيات الإتصالية لدى الطالب الجامعي، نجد أن الأغلبية الساحقة بنسبة 85% من الطلبة كان تأثير البرامج التلفزيونية في تنميط سلوكياتهم إجتماعيا أي إيجابيا، في حين لم يكن التأثير في الجانب الإنعزالي إلا بنسبة 7%، كما كشف الجدول بأن البرامج التلفزيونية ساهمت بشكل كبير في تثقيف شريحة واسعة ثقافة بعيدة كل البعد عن القيم و المبادئ الإسلامية (التغريب) وكانت نسبة هذه الفئة تقدر ب 7%، لم يكن التأثير في تغير السلوك إلى سلوك عنيد إلا بنسبة 1%.

من هذه المعطيات الإحصائية يظهر بأن البرامج التلفزيونية نمت بشكل إيجابي الجانب الإجتماعي في سلوكيات الطلبة المعنيين بالعينة.

9) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب الجامعي:

النسبة المئوية	التكرارات	مدى مساهمة البرامج في تنمية الجانب المعرفي
48%	48	ساهمت بشكل كبير
51%	51	ساهمت بشكل قليل
1%	1	لا تساهم
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (09) تظهر البيانات المدونة في الجدول بأن مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب الجامعي كانت بشكل قليل وتمثلت في نسبة 51% وهي تزيد بمقدار 3% عن نسبة المساهمة بشكل كبير في تنمية الجانب المعرفي لدى الطلبة بجامعة قالمة ونعني أن معدل المساهمة بشكل كبير بلغت 4%، أما عدم مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب الجامعي فلم تمثل إلا نسبة 1% وهي ضعيفة إلى حد إمكانية إهمالها، وعليه فإن مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب الجامعي بشكل كبير كادت أن تضاهي تلك المتعلقة بالمساهمة بشكل قليل مما يعد مساهمة متوسطة.

10) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية.

النسبة المئوية	التكرارات	الخيارات
80%	80	المواضيع
7%	07	المؤشرات الصوتية
13%	13	مقدمي البرامج
100%	100	المجموع

تشير معطيات الجدول رقم (10) المتعلقة بتوزيع أفراد العينة حسب متغير دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية نجد أن 80% من أفراد العينة يجذبون متابعة البرامج التلفزيونية وفقا لمواضيعها وهو اهتمام طبيعي لدى المشاهد لأنها تعالج في الغالب مواضيع تتعلق بحياته الإجتماعية أو المهنية أو الوظيفية وأخرى سياسية، رياضية... إلخ، وعليه كان اتجاه العينة يميل كثيرا إلى المواضيع المدرجة في التلفزة، وقد تبين أن فئة الشباب تتجه لمتابعة المواضيع الرياضية برامج ذات العلاقة بالموضة ولاحظنا أيضا أن شريحة واسعة من النساء الشابات يولين إهتماما كبيرا لمواضيع الطبخ، وقت الحلويات ، أما المهتمين -شريحة العينة- التي تتأثر بالمؤشر الصوتي عند مشاهدة البرامج التلفزية فتمثل أضعف نسبة وهي 7%، في المقابل تتأثر شريحة من المشاهدين بمقدمي البرامج على حساب المواضيع والمؤشرات الصوتية وذلك بمعدل 13% إجمالا نتيجة العينة واتجاهها دائما بنسبة 80% نحو المواضيع، وقد يكون ذلك راجعا إلى فوائدها في مجال اختصاص أفراد العينة في الدراسة في العمل وفي إدارة الشؤون المنزلية.

(11) جدول يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير التأثيرات السلبية للبرامج التلفزيونية.

النسبة المئوية	التكرارات	التأثيرات السلبية للبرامج التلفزيونية
48%	48	التشجيع على التقليد
6%	06	إثارة الغرائز
20%	20	تضعف الوازع الديني
18%	18	لا تنقل الواقع كما هو
8%	08	عادات و تقاليد أخرى
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن التأثيرات السلبية للبرامج التلفزيونية لدى عينة الدراسة تتمثل في التشجيع على التقليد بنسبة 48% أنها برامج غريبة بالدرجة الأولى تدفع إلى التقليد الأعمى، تليها نسبة 20% للدين يرون بأنها تضاعف الوازع الديني من خلال أنها تجمع بين مشاركين من ديانات مختلفة، ثم لا تنقل الواقع كما هو بنسبة 18%، وذلك لأن ما تبته هذه البرامج لا يتوافق ما هو موجود في الواقع الفعلي، ثم تليها زرع عادات وتقاليد أخرى بنسبة 8% لأنها لا تتماشى مع العادات والتقاليد العربية وتبيح أشياء مكروهة، وأخيرا جاءت نسبة 6% حسب أفراد العينة أنها تعمل على إثارة الغرائز وهذا راجع لما يعرض من مشاهد ساخنة ومثيرة، إضافة إلى أنها تشجع على القيم السلبية كالعري والاختلاط.

12) توزيع أفراد العينة حسب متغير تقليد مقدمي البرامج:

النسبة المئوية	التكرارات	تقليدي بعض مقدمي البرامج
75%	75	نعم
25%	25	لا
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (12) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير تقليد مقدمي البرامج يتضح لنا أن نسبة 75% يحاولون تقليد مقدمي البرامج وذلك لانبهارهم واعجابهم بهما، وكذا إلى نقص وعيهم بتبعات هذا التقليد، أما نسبة 25% لا يحاولون تقليد مقدمي هذه البرامج، وذلك لتعارض سلوكياتهم مع مبادئهم والعادات السائدة في مجتمعهم .

13) الجدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع التقليد:

النسبة المئوية	التكرارات	الإختيارات
54%	54	المظهر
46%	46	السلوك
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) والذي يوضح نوع التقليد حسب أفراد العينة يتضح لنا أن نسبة 54% من أفراد العينة يحاولون تقليد المظهر (اللباس)، تليها نسبة 46% من أفراد العينة يحاولون تقليد السلوك ومنه نستنتج أن نصف أفراد العينة أي نسبة 54% يحاولون تقليد مقدمي البرامج التلفزيونية في المظهر وهذا راجع لجعله للمرء أو المقيد قريبا من المتلقين للرسالة الإعلامية، كذلك إعتقاد التلفزيون كثيرا على تأثير الصورة التي تغيب أحيانا عن بعض العناصر المهنية الأخرى والتي يتولى تكميلها مساعدون إعلاميون خلف الستار وهي أهم ميزة يفترض أن يتصف بها الصحفي التلفزيوني الناجح بعد السلوك وهي العامل الأساسي للنجاح في

عالم الفضائيات حاز الإهتمام السلوكي على نسبة 46% من وحدات العينة، وهي نسبة مرتفعة مع أنها أقل شأنًا من نسبة الإهتمام بالمظهر، لأن متابعة سلوك المقدم التلفزيوني تكون حين موعد المقدم مع المدعوين للمقابلة،

وهي برامج عادة يقدمه أهل الإختصاص في الفن والإقتصاد والسياسية و الدين، وهنا تظهر براعة المقدم في إدارة الحوار وتتجلى سلوكياته (الهدوء-الاتزان-القلق والتوتر....).

وعيه نستنتج بأن الطلبة في عينة البحث يهتمون اهتماما كبيرا بالمظهر لذا المقدم ويعيرون عناية أقل يسلك مقدم الحصص التلفزيونية.

14) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير رغبتهم في المشاركة في تقديم البرامج التلفزيونية:

الإختيارات	التكرارات	النسبة المئوية
تشارك	59	59%
لا تشارك	41	41%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (14) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب رغبتهم في المشاركة في تقديم البرامج يتبين لنا أن نسبة 59% من أفراد العينة يرغبون في المشاركة فيهم لأنهم يطمحون للشهرة والنجومية واكتساب مبالغ مالية كونها برامج عصرية، تليها نسبة 41% من أفراد العينة لا يطمحون في المشاركة في هذه البرامج، وذلك لعدم اقتناعهم بها، ولأنها تعتبر من واقعهم ويرون أنها مضيعة للوقت وتافهة.

15) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المهارات الإتصالية الواجب توفرها لدى مقدمي البرامج:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المهارات الجسدية	16	16%
مهارات الإلقاء	23	23%
مهارات الإستماع	20	20%
مهارات الحديث	21	12%
القدرة على الإقناع وإيصال الرسالة الإعلامية	10	10%
جذب وإثارة المشاهدين	10	10%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (15) نلاحظ توزيع أفراد العينة حسب متغير عامل المهارات الإتصالية الواجب توفرها لدى مقدمي البرامج.

نلاحظ أن أفراد العينة يتأثر بمهارات الإلقاء بنسبة 23% وهي أعلى نسبة في التوزيع المتعلق بمتغير المهارات الإتصالية الواجب توفرها تليها مهارة الحديث حيث يتأثر بها العينة بنسبة 21%، ولا تختلف عنها إلا بدرجة واحدة الميل لمهارة الإستماع، ويبدو أن المهارة الجسدية تحوز على نسبة أضعف بالمقارنة مع المهارة السابقة ذكرها مع تسجيل نسبة 16% من أفراد العينة، أما عن القدرة على الإقناع والجذب وإثارة المشاهد فسجلنا معاً نسبة 20% مع تفوق طفيف بمعدل 4% للعامل الأول، نلاحظ أن مهارة الإلقاء والقدرة على الإقناع لإيصال الرسالة الإعلامية مجتمعين يؤثران في المشاهد بنسبة 35% وهما في الواقع شديدي الإرتباط في العملية المتعلقة بتقديم البرامج.

16) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تأثير المهارات الإتصالية على الرسالة الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرارات	تأثيرها على الرسالة الإعلامية
72%	72	بشكل جيد
28%	28	بشكل ضعيف
100%	100	المجموع

من خلال الجدول (16) الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير تأثير المهارات الإتصالية على الرسالة الإعلامية، نجد أن معظم أفراد العينة وبنسبة 72% أي 72 فرداً يرون بأن المهارات الإتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها كمهارة الحديث، المهارة الجسدية، مهارة الإلقاء وغيرها تؤثر وبشكل جيد في تلقيهم للرسالة الإعلامية، بينما فئة قليلة بنسبة 28% يرون بأنها تؤثر بشكل ضعيف. ومنه نستنتج بأن المهارات الإتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية تؤثر بشكل جيد على فعالية الرسالة الإعلامية التي يتلقاها الطالب الجامعي كمتلقي.

17) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التأثير بمهارات مقدمي البرامج:

النسبة المئوية	التكرارات	التأثر بمهارات مقدمي البرامج
52%	52	نعم
09%	09	لا
39%	39	نوعا ما
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (17) تظهر البيانات في الجدول نسبة 52% من أفراد العينة تأثرت بمهارات مقدمي الحصص المتمثلة في المهارات الجسدية والإلقاء والمهارة في الإستماع للمستجوب interview ، وإبلاء الأهمية القصوى لهذه العناصر الأساسية في حقل الإتصال في المقابل عبرت نسبة 9% فقط بأنها لا تتأثر بمهارات مقدمي البرامج واهتمامهم ينصب حول المضمون والمحتوى للرسالة الإعلامية بالدرجة الأولى وقد تكون نسبة 39% هي المعبرة عن هذا الاتجاه. ويبدو بوضوح أن نسبة 9% أدلت بالرأي المنافي لفكرة التأثير بمهارات مقدمي البرامج. مما سبق يتجلى بأن الاتجاه السائد يتمثل في التأثير بمهارات المذكورة أعلاه، وترتفع نسبة تأثير الطلبة بمهارات مقدمي الحصص ب 2% بالمقارنة مع فئة "لا" وفئة "نوعا ما".

18) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات المتعلقة بطريقة عرض البرامج:

النسبة المئوية	التكرارات	مؤثرات متعلقة بالمضمون
25%	25	السهولة والبساطة في تقديم المادة الإعلامية
17%	17	تقنيات الصوت
11%	11	ديكور مميز وجميل
9%	9	طريقة الإخراج
20%	20	طريقة تقديم المذيع
10%	10	القصص محبوكة بشكل جيد "السيناريو"
8%	8	قريبة من الواقع
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (18) الذي يوضع توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات المتعلقة بطريقة عرض البرامج، نجد أن الطلبة الجامعيين - أفراد العينة - يقبلون على مشاهدة مختلف البرامج ويتأثرون بمهارات مقدميها نتيجة عامل طريقة عرض هذه البرامج كعامل من العوامل المرتبطة بالبرامج، حيث ركز معظم أفراد العينة على السهولة والبساطة في تقديم المادة الإعلامية في المرتبة الأولى بنسبة 25%، يليها عامل طريقة تقديم المذيع بنسبة 20% ثم عامل تقنيات الصوت بنسبة 17% ثم يليها عامل جاذبية الديكور بنسبة 11%، ثم يليها عامل القصص المعروضة المرتبطة بالسيناريو بنسبة 10%، ثم يليها عامل طريقة الإخراج بنسبة 9%، وأخيراً عامل القرب من الواقع ومعالجة المواضيع بمصداقية بنسبة 8%، ومنه فطريقة عرض البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها كانت كعامل ساهم في إقبال الطلبة الجامعيين على مشاهدتهم لها.

19) جدول يمثل توزيع العينة حسب متغير المؤثرات النفسية المتعلقة بالطالب الجامعي:

مؤثرات نفسية	التكرار	النسبة المئوية
توجيه السلوك	25	25%
تطوير فهم الذات	35	35%
تحرير الإنفعالات والمشاعر	10	10%
مواجهة المشاكل النفسية	10	10%
المشاركة الوجدانية مع الأصدقاء	20	20%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات النفسية المتعلقة بالطلبة الجامعيين لإقبالهم على مشاهدة البرامج التلفزيونية، نجد أن معظم أفراد العينة وبنسبة 35% يقبلون على مشاهدة مختلف البرامج ويتأثرون بمهارات مقدميها نفسياً أنها تساعدهم على تطوير فهمهم لذاتهم ومقارنتها بالآخرين سواء كانوا ممثلين أو مقدمين للبرامج أو أفراد عاديين تعرض هذه البرامج حياتهم على الشباب وتتيح لهم فرصة معرفة ذاتهم مقارنة بهم. ومنه تساعد هذه البرامج الطالب الجامعي على فهم ذاته ومقارنتها بغيرها من الذوات التي تعرضها هذه البرامج، كما تؤكد نسبة 25% من أفراد العينة بأن نسبة إقبالهم على مثل هذه البرامج يعود إلى ما توفره هذه البرامج من معطيات ومعلومات تساعدهم على توجيه سلوكه سواء النفسية أو الشرائي أو الاجتماعي في التعامل مع الآخرين أو السياسي أو الصحي وغيرها من السلوكيات التي يكتسبها الشباب من خلال مشاهدتهم لهذه البرامج وتأثرهم بمهارات مقدميها. كما أن نسبة 20% من الشباب الجامعي -أفراد العينة- يقبلون على مشاهدة هذه البرامج وذلك لأن زملائهم وأصدقائهم يشاهدونها، فتكون هذه البرامج كعامل ربط بينهم وبين من يحبون ويشاركون بذلك معهم وجدانياً من أجل مشاهدتها أو من أجل توطيد علاقتهم معهم، فتكون مواضيع هذه البرامج مواضيع مناقشة وإثراء لعلاقتهم مع بعضهم البعض وربما عامل لخلق علاقات جديدة مع من هم من سنهم ويقبلون على مثل هذه البرامج. كما أن نسبة 10% من الشباب الجامعي -أفراد العينة- يشاهدون البرامج التلفزيونية لأنها تساعدهم من جهة في تحرير انفعالاتهم ومشاعرهم والتعبير عنها بعيداً عن الواقع الذي يمكن أن يرفضها لإعتبارات أخلاقية وثقافية ودينية. وتؤكد نفس النسبة من جهة أخرى على أن مثل هذه البرامج تساعدهم

في مواجهة مشاكلهم النفسية وتناسب البعض منها، لما يشاهدونه من حالات مشابهة لحالاتهم النفسية من جهة ومن فرصة للتعبير عن مكنوناتهم ومشاكلهم وما يخلق أنفسهم من ضغوط نفسية واجتماعية تحيط بهم. ومنه فالشباب الجامعي -أفراد العينة- يقبلون على مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية ويتأثرون بمهارات مقدميها لأنها تلبي لهم حاجات نفسية متعددة

20) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات الاجتماعية المتعلقة بالطالب الجامعي:

النسبة المئوية	التكرار	مؤثرات إجتماعية
33%	33	قيم ومعتقدات
25%	25	عرض السلوكات السلبية
06%	06	توفير مواضيع لمناقشتها
23%	23	مشاهدة أفراد الأسرة لهذه البرامج
13%	13	مواجهة المشاكل الاجتماعية وحلها
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم (20) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات الاجتماعية المتعلقة بالطالب الجامعي، نجد أن معظم أفراد العينة وبنسبة 33% يقبلون على مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية ويتأثرون بها لأنها تساعدهم على اكتشاف ومعرفة قيم ومعتقدات مجتمعنا الجزائري، تليها نسبة 25% يتأثرون بمشاهدة هذه البرامج لأنها تعرض سلوكات اجتماعية سلبية وتكشف لهم عن عواقبها مما يجعلها تؤدي وظيفة إرشادية للسلوكات التي يجب تفاديها ونتائجها السلبية عليهم في حالة اقتنائهم بها، كما أن نسبة 23% يتأثرون بمشاهدة هذه البرامج لأن أفراد أسرهم يشاهدونها وهذا من أجل تحقيق المشاركة الاجتماعية معهم، يليها بنسبة 13% يتأثرون بها لأنها تساعدهم على مواجهة المشاكل الاجتماعية التي قد يتعرضون لها والتي تعرضها البرامج المختلفة من جهة أخرى. وأخيرا نسبة 6% يتأثرون بمشاهدتها لأنها تتعرض إلى مواضيع تتيح لهم فرصة جعلها مواضيع للنقاش مع الآخرين سواء كانوا أصدقاء أو أفراد أسرهم أو أقارب أو أشخاص آخرين ومنه تتيح لهم معرفة مواضيع تشكل لهم اهتمامات مشتركة مع الآخرين.

ومنه فالشباب الجامعي -أفراد العينة- يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية بمختلف أنواعها ويتأثرون بها ومهارات مقدميها لأنها تلبي لهم حاجات اجتماعية أهمها ما يلي:

✦ اكتشاف وعرفه قيم ومعتقدات المجتمع الجزائري.

- ✦ معرفة السلوكيات السلبية الإجتماعية واكتشاف عواقبها لتفاديها مستقبلا.
- ✦ تحقيق المشاركة الإجتماعية مع أفراد الأسرة.
- ✦ مواجهة المشاكل الإجتماعية التي قد يتعرضون لها والتي تعرضها هذه البرامج.
- ✦ وأخيرا توفير مواضيع للنقاش تتيح لهم تشكيل اهتمامات مشتركة مع الآخرين.

21) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات التعليمية التثقيفية:

مؤثرات تعليمية تثقيفية	التكرار	النسبة المئوية
تعلم مهارات جديدة	20	20%
معرفة ما يجري من أحداث	10	10%
تكوين وعي بالثقافة العربية	24	24%
الإطلاع على أحداث الإكتشافات	34	34%
تكوين وعي في كل المجالات	12	12%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (21) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات التعليمية التثقيفية المتعلقة بالطالب الجامعي، نجد أن معظم أفراد العينة وبنسبة 34% يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية ويتأثرون بها ومهارات مقدميها لأنها تطلعهم على أحدث الإكتشافات، تليها نسبة 24% يتأثرون بمشاهدة البرامج لأنها تساعدهم في تكوين وعي بالثقافة العربية، تليها نسبة 20% يتأثرون بها لأنها تعلمهم مهارات جديدة، وتليها نسبة 12% من أفراد العينة يقبلون عليها ويتأثرون بها لأنها تساعدهم في تكوين وعي في كل المجالات وأخيرا نسبة 10% يتأثرون بها لأنها تعلمهم بما يجري من أحداث.

ومنه فالشباب الجامعي -أفراد العينة- يقبلون على مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية ويتأثرون بها ومهارات مقدميها وذلك لأنها تلي لهم حاجات تعليمية وتثقيفية أهمها ما يلي:

- ✦ الإطلاع على أحدث الإكتشافات.
- ✦ تكوين وعي بالثقافة العربية.
- ✦ تعلم مهارات جديدة.
- ✦ تكوين وعي في كل المجالات.
- ✦ معرفة ما يجري من أحداث.

22) جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات الترفيهية المتعلقة بالطالب الجامعي:

مؤثرات الترفيهية	التكرار	النسبة المئوية
الإسترخاء وإراحة الأعصاب	20	20%
التنفيس والهروب من التوتر	12	12%
ملاً وقت الفراغ	30	30%
إزالة الضغط الاجتماعي المعاش	06	06%
إدخال البهجة والسرور	24	24%
القضاء على الملل والروتين	08	08%
المجموع	100	100%

من خلال الجدول رقم (22) والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤثرات الترفيهية المتعلقة بالطالب الجامعي لإقباله على مشاهدة مختلف البرامج التلفزيونية، نجد أن معظم أفراد العينة وبنسبة 30% يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية ويتأثرون بها لأنها تملئ أوقات فراغهم، تليها نسبة 24% يتأثرون بها لأنها تدخل في قلوبهم البهجة والسرور من خلال البرامج الفكاهية، تليها نسبة 20% من أفراد العينة يرون بأنها تساعدهم على تحقيق الإسترخاء وإراحة أعصابهم، وتليها نسبة 12% يتأثرون بها لأنها تساعدهم على التنفيس والهروب من التوتر، وتليها أيضا نسبة 8% يرون بأنها تؤثر فيهم لأنها تقضي على شعورهم بالملل والروتين في حياتهم، وأخيرا نسبة 6% من أفراد العينة أي الطلبة الجامعيين يتأثرون بمشاهدتها لأنها تزيل عنهم الضغط الاجتماعي الذي يعيشونه.

وهكذا فالشباب الجامعي -أفراد العينة- يقبلون على مشاهدة البرامج التلفزيونية و يتأثرون بمشاهدتها وبمهارات مقدميها لأنها تلبي لهم حاجات ترفيهية أهمها مايلي:

- ✦ ملء وقت الفراغ.
- ✦ إدخال البهجة والسرور من خلال البرامج الفكاهية التي تعرض.
- ✦ الإسترخاء وإراحة أعصابهم.
- ✦ التنفيس والهروب من التوتر
- ✦ القضاء على الملل والروتين.
- ✦ إزالة الضغط الاجتماعي الذي يعيشونه.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة:

بناء على الدراسة الميدانية ومعالجة البيانات التي وردت بإجابات المبحوثين وجدنا أن:

- ✦ لمتغير الجنس والسن دخل في حجم مشاهدة أفراد العينة للتلفزيون حيث أن أغلب أفراد العينة يتابعون دائما بنسبة 43% والمدة من 1 سا إلى 3 ساعات بنسبة 59%.
- ✦ وقد جاءت الأفلام والمسلسلات في مقدمها البرامج التلفزيونية التي يحرص الطالب الجامعي على مشاهدتها بنسبة 65% خاصة من قبل الإناث، ثم تليها البرامج الإخبارية بنسبة 53% من قبل الذكور باعتبار أنها تدخل ضمن دائرة اهتمامهم.
- ✦ كما وجد الوقت المفضل لمشاهدة التلفزيون بالنسبة لأفراد العينة هو الفترة المسائية بنسبة 68% باعتبارها الفترة الأنسب لتفرغ لمشاهدة التلفزيون.
- ✦ كذلك وجدنا أن البرامج التلفزيونية ساهمت بشكل كبير في تنمية لغة الطالب الرسمية بنسبة 78%، وهذا راجع لمدى اعتماد مقدمي البرامج التلفزيونية على لغتهما المحلية في تقديم الرسالة الإعلامية وانعكاس ذلك على الطالب الجامعي كونه المتلقي بالدرجة الأولى، كما أثرت في تنمية في سلوكياتهم الإتصالية بشكل ايجابي من الناحية الإجتماعية بالدرجة الأولى بنسبة 85%.
- ✦ يقيم أفراد العينة مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية جانبهم المعرفي بشكل قليل بنسبة 51%.
- ✦ يهتم الطلبة أو عن وحدات العينة اهتماما بالغا بمظهر مقدم الحصص التلفزيونية بالمقارنة مع سلوكه أثناء التقديم ، مما يعني بأن أفراد العينة لا يركزون على الجانب النفسي (السلوكيات و التصرف) مقارنة مع ما يبدو من مظاهر جمالية وتحسينية في شكل مقدم الحصة. بالموازاة نلاحظ بأن الطلبة المسنين يهتمون بشكل بالغ بمواضيع المبرجة في التلفزة، وهي نتيجة تتناقض مع ما ورد في متغير المظهر أو السلوك حيث أن 56% تولى الإهتمام بالمظهر والشكل الذي يطغى على الطالب الجامعي.
- ✦ يقيم أفراد العينة البرامج التلفزيونية السلبية في التشجيع على التقليد مما يعني بالنسبة لهم أن البرامج التلفزيونية لا تزال غير منفتحة على المحيط الثقافي وعلى العولمة الثقافية مما يضيف على البرامج طبيعة الملل والغرور عن متابعتها بحكم أنها تشجع على الانغلاق والجمود. أما أقل نسبة فتعني 6% تخص البرامج المثيرة للغرائز وهي من صميم احترام القيم الروحية الثقافية الدينية... إلخ.
- ✦ فالجتمتع الجزائري ، قد يجز هذا حرمان الطالب إلى البحث عن قنوات أخرى لاشباع نزواته وغرائزه.
- ✦ وعن تقليدهم لبعض مقدمي البرامج التلفزيونية فإن أغلب أفراد العينة يقلدون بنسبة 75% باعتبار أنها تنشر قيم ايجابية، وأن أغلب من يقلدوهم يمثلون نماذج يقتدي بها، وفي حالة ما إذا أتاحت للطالب الجامعي الفرصة للمشاركة في تقديم أحد هذه البرامج التلفزيونية فإن أغلبهم يرغبون بالمشاركة بنسبة 59% كونهم يطمحون للشهرة والنجومية واكتساب مبالغ مالية كونها برامج عصرية.

- ✦ يقيم أفراد العينة كونهم متابعين البرامج التلفزيونية أن أبرز المهارات الإتصالية الواجب توفرها لدى مقدم البرامج تكمن في مهارة الإلقاء بالدرجة الأولى بنسبة 23% تليها مهارة الحديث بنسبة 21% .
- ✦ يقيم أفراد العينة تأثير المهارات الإتصالية في تلقيهم للرسالة الإعلامية بشكل جيد بنسبة 72%،
- ✦ فيما يخص المؤشرات المتعلقة بالمحتوى المتمثلة أساسا في السهولة والبساطة في تقديم المادة الإعلامية التي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 25% ، طريقة تقديم المذيع، تقنيات الصوت، جاذبية الديكور، حبه القصص المعروضة، طريقة الإخراج، تلاؤم المادة المعروضة مع الواقع ، والذي يبرز من خلال قرب المواضيع من الواقع المعاش، ومعالجة هذه المواضيع بمصادقية تقرب المضامين التي تنسبها من الواقع، إضافة لاستخدامها لديكور يتلاءم وطبيعة المضامين المعروضة التي تعرضها هذه البرامج التلفزيونية بين مضامين اجتماعية ، ترفيهية، وحصص ذات مواضيع متنوعة، إضافة إلى صفات شخصيات البرامج التلفزيونية من خلال طريقة عرض هذه الشخصيات لهذه البرامج وقوة شخصيتها ووسامتهم وطريقة تمثيلهم وأناقتهم وشهرتهم، كلها تأثيرات مرتبطة بالبرامج التلفزيونية ساهمت في إقبال الطلبة الجامعيين "أفراد العينة" على مشاهد البرامج التلفزيونية.
- ✦ في حين نجد أن المؤثرات النفسية المتعلقة بالطالب الجامعي تتمثل في تطوير فهم الذات بالدرجة الأولى بنسبة 35%، وتوجيه سلوكهم في كافة مجالات حياتهم اليومية، إضافة لاعتبارها فرصة لتلبية حاجتهم للمشاركة الوجدانية مع أصدقائهم وزملائهم ومن هم في سنهم، وذلك من خلال أنها توفر لهم فرصة خلق علاقات جديدة أو توطيد علاقات قديمة، وإرضاء من يحبونهم، من خلال متابعة نفس البرامج والترابط مع أحداثها ومتابعتها سويا مع بعضهم البعض، فتكون مواضيع هذه البرامج مواضيع مناقشتهم وإثراء لعلاقتهم مع بعضهم البعض، وربما عامل لخلق علاقات جديدة، كما أنها فرصة لتلبية حاجة تحرير عواطفهم ومشاعرهم والتعبير عنها، وهي كذلك فرصة لتلبية حاجتهم في مواجهة مشاكلهم النفسية وتناسي ما يمكن تناسيه منها وذلك من خلال معاشتها نفسيا لما يشاهدون من أحداث وما يرونه من شخصيات.
- ✦ يقيم أفراد العينة أن المؤثرات الاجتماعية تتمثل في الحاجة لإكتشاف قيم ومعتقدات المجتمع الجزائري بالدرجة الأولى بنسبة 33%، والحاجة إلى معرفة السلوكات الاجتماعية السلبية واكتشاف عواقبها لتفاديها مستقبلا.
- ✦ والحاجة لتحقيق المشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة ومواجهة المشاكل الاجتماعية التي قد يتعرضون لها والتي تعرضها هذه البرامج وأخيرا حاجتهم لتوفير مواضيع للنقاش تتيح لهم تشكيل اهتمامات مشتركة مع الآخرين.
- ✦ في حين يقيم الطلبة الجامعيين - أفراد العينة- أن المؤثرات التعليمية والتثقيفية تتمثل في الإطلاع على أحدث الإكتشافات والتي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 34%، تكوين الوعي بالثقافة العربية، تعلم مهارات جديدة، تكوين وعي في كل المجالات وأخيرا معرفة ما يجري من أحداث في العالم.

✦ أما فيما يخص المؤثرات الترفيهية المتعلقة بالطالب الجامعي فهي تتمثل بالدرجة الأولى في ملء وقت الفراغ، إدخال البهجة والسرور من خلال البرامج الفكاهية التي تعرض، الاسترخاء وإراحة أعصابهم من الضغوط المحيطة بهم، التنفيس والهروب من التوتر، القضاء على الملل والروتين في حياتهم اليومية وأخيرا محاولة إزالة الضغط الاجتماعي الذين يعيونه. وهكذا فإن كل المؤثرات سواء ارتبطت محتوى البرامج التلفزيونية وبحاجات الشباب الجامعية المتعددة ساهمت بشكل كبير في إقبال الطالب الجامعي -أفراد العينة - على مشاهدة البرامج التلفزيونية المتنوعة.

الخاتمة

من خلال الدراسة النظرية والميدانية التي تم إنجازها توصلنا إلى أن الشباب الجامعي نتيجة لتعدد حاجاته واختلاف خصائصه النفسية والاجتماعية والثقافية وغيرها يقبل بحجم كبير على مشاهدة ما يبث من برامج تلفزيونية متنوعة ويتأثر بالمهارات الإتصالية لمقدميها حيث أنها تلعب دورا كبيرا في التأثير على فاعلية الرسالة الإعلامية التي يتلقاها، وذلك بتلبية حاجات نفسية واجتماعية وتعليمية وثقافية وترفيهية وفق أنماط معينة من المشاهدة وهذه النتائج يمكن لأن تكون بداية لبحوث علمية أخرى لأكثر تعمقا من الناحية العلمية فيما يخص هذه البرامج والشباب الجامعي الذي يتعرض لها.

وكغيره من البحوث تعرضنا في إنجازنا لهذا البحث إلى مجموعة من الصعوبات أهمها:

قلة المراجع والدراسات الخاصة بالموضوع حسب إطلاعنا في مكتبة الكلية -سويداني بوجمعة- الأمر الذي أزم علينا الإنتقال إلى ولاية قسنطينة والجزائر العاصمة لطلب كتب ومراجع والاستعانة بها في بحثنا.

قلة إهتمام الشباب الجامعي -عينة البحث- لموضوع الدراسة ولكن هذا لا يعني أنها أنقصت من جهود مجموعة البحث، بل إعتبرناها كخطوة أولى لمعرفة واقع الدراسة الميدانية واكتسبنا من خلالها خبرة حتى ولو كانت بسيطة ساهمت في إثراء معارفنا الميدانية والعلمية، واكتسبنا نوعا ما القدرة على استخدام أدوات الحث العلمي وأساليبه.

❖ التوصيات والإقتراحات:

- ❖ على مقدمي البرامج التلفزيونية أن يمتلك مستوى مرتفع من المهارات الإتصالية، والخبرة في مجال العمل، والمساهمة في التشويق والإثارة ورفع مستوى انتباه الجمهور، وهذا لا يتحقق ما لم يتمتع المقدم بمهارات ترتبط باستخدامه للأدوات بشكل مناسب، وأن يتمتع بخلفية دراسية وعلمية مناسبة تقود في محصلتها النهائية إلى التأثير على الجمهور المتلقي.
- ❖ على مقدمي البرامج أن يجدوا فرصة للتفاعل وتشكيل نمطهم الخاص، بحيث يستنفدون من ثروة الإتصالات والتقنية، والانفتاح القائم بمجال الإعلام، أن يتطلعوا إلى جذب الجمهور بإبداع طرق وأساليب تقديم جديدة لجذب المشاهدين وبخاصة جمهور الشباب الجامعي، الذي يغلب عليه طابع الإثارة و الحداثة عما هو غير مألوف وهذا يتطلب قدرات إبداعية واضحة.
- ❖ على المقدم أن يمتلك ثقافة واسعة ومتعددة الجوانب، وصاحب خيال خصب من خلال قدرته على التعامل مع كافة أعضاء الفريق الإعلامي.
- ❖ التأكيد على المقدمين أن يعرفوا حقيقة أن المتلقي أصبح يتابع العمل من إسم المقدم، وهذا لا يتحقق ما لم يتمتع المقدم بمهارات ترتبط باستخدامه و توظيفه لأدوات بشكل مناسب وتكون له مسألة فنية التي تميزه عن بقية المقدمين.
- ❖ الإهتمام بالمقدم التلفزيوني وإعطائه كافة حقوقه (معنوية أو مادية) حتى يستطيع أن يقدم عمل يليق بمستوى المتلقي "الجمهور".
- ❖ على المقدم الإعلامي أن يتمتع بالموهبة والإبداع والعبقرية، التي تقود في محصلتها النهائية إلى التأثير على جمهور المتلقين وأن يقدم لهم شيئا يحاكي واقعهم.
- ❖ أن يكون هناك جامعات ومعاهد متخصصة في هذا المجال تدرس مادة التقديم التلفزيوني.
- ❖ تقديم أعمال جزائرية متميزة وقادرة على المنافسة في السوق العربي.
- ❖ دعوة الحكومة الجزائرية لتشجيع البرامج التلفزيونية الجزائرية والعمل على دعمها ماديا ومعنويا.
- ❖ دعوة إلى أصحاب رؤوس الأموال أن يستثمروا في التلفزة الجزائرية.
- ❖ دعوة إلى جميع الإعلاميين أن يتدربوا على طرق التقديم الحديثة.
- ❖ على المقدم التلفزيوني أن يطور نفسه دائما حسب التطورات العالمية ويكون مطلعاً على كل جديد في المجال الإعلامي الفني.
- ❖ على مقدمي البرامج التلفزيونية التركيز على مضمون الرسالة الإعلامية من خلال عمله الإعلامي، التلفزيوني.

- ✦ على المقدم التلفزيوني أن يكون قائدا متمكنا من أدواته الإتصالية الإعلامية، وأن يتعامل بروح الفريق الواحد، وأن يكون دارسا، وصاحب موهبة وخيال خصب، ومثقفا، وعنده رؤية ودراية كاملة لأداء عمله، وإيصال رسالته الإعلامية للمتلقي.
- ✦ العمل على دعم الحكومة للعمل التلفزيوني وإيجاد آلية لإنصاف المقدم المتميز وكافة الفنانين الإعلاميين.
- ✦ إيجاد جيل ثالث مؤهل مهياً وليس أكاديمياً والسبب يعود لقلة الإنتاج وعدم إعطائهم أية فرصة لإثبات قدراتهم.
- ✦ العمل على زيادة الوعي لدى المتلقي "الجمهور" بأهمية العمل التلفزيوني من خلال الترويج المستمر لمقدمي العمل الإعلامي التلفزيوني.
- ✦ التخلي عن المحسوبة والشكلية في العمل الفني التلفزيوني، والاتجاه للمقدمين المبدعين من الشباب دون التفكير في الأمور المادية، فمن أبدع استمر في مشواره من جيل الشباب، ومن فشل في تقديمه عملا مميزا أقصى نفسه وابتعد.
- ✦ إعطاء الفرصة لجيل ثالث من المقدمين الشباب المؤهلين أكاديميا لحمل الراية .
- ✦ عقد ندوات و مؤتمرات دورية يلتقي فيها المقدمون لعرض أعمالهم ونتائجهم وتبادل الخبرات، ومناقشة الصعوبات وتحديات العمل، والبحث في أساليب تطوير المهنة نحو الأفضل.
- ✦ الإعتزاز بهويتنا الجزائرية من خلال إبرازها، والترويج لها، في أعمالنا التلفزيونية، البرامج.
- ✦ العمل على إنشاء مجلة دورية شهرية متخصصة، تعنيه بشؤون الإعلام و الإعلاميين، وبخاصة العاملون المهنيون في مجال التقديم، الذين لهم احتكاك مباشر مع الجمهور، وتكون صادرة باسم مؤسسة التلفزيون الجزائري، باعتبارها المؤسسة الإعلامية الوحيدة الناطقة باسم الدولة، على أن يكون القائمون عليها لهم خبرة طويلة في مجال العمل الإعلامي وأن يسمح للجميع الكتابة فيها كل حسب اختصاصه، حتى تظهر إبداعاتهم، ويتم صقلها والتركيز عليها، والاستفادة منها.
- ✦ إلى قطاع الإعلام أهمية كبر وبخاصة المؤسسات التي لها تماس مباشر مع الجمهور، أن يتولى إدارتها مخرجون ومقدمون أكاديميون ومهنيون من ذوي الخبرة لأنهم الأقدر على توصيل رسالة الدولة، بطريقة سهلة مبسطة، ومشوقة، ولأنهم يمهّدون الطريق أمام الموظفين المبدعين، بإعتبار أن المقدم أو المعد في أي عمل إعلامي تلفزيوني، هو القائد المتمكن من جميع أدواته وتقنياته الإتصالية.

الملاحق:

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قلمة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

تخصص: تكنولوجيا الإعلام والاتصال و المجتمع .

استمارة استبيان حول :

المهارات الاتصالية لمقدمي البرامج التلفزيونية و مدى تأثيرها على فاعلية الرسالة الاعلامية دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سويداني بوجمعة -قلمة-

الرجاء منكم الاجابة على الأسئلة التي تدخل في إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع وذلك بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة مع كل الاحترام و التقدير .

تحت إشراف الأستاذ:

سردوك علي .

من إعداد الطالبات:

✦ قاسمي أميرة.

✦ زغدودي صليحة.

✦ حزام شافية .

ملاحظة: هذه المعلومات في غاية السرية التامة إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

السنة الجامعية:2015-2016

المحور I : المعلومات الشخصية

1. الجنس:
- ذكر أنثى
2. العمر:
- من 22 – 26 أقل من 22
- أكثر من 26

المحور II : عادات و أنماط مشاهدة تلفزيون من قبل الطلاب

3. كم ساعة تقضيها أمام التلفزيون ؟
- أقل من ساعة من 1 سا إلى 3 سا أكثر من 3 سا
4. هل تشاهد التلفزيون؟
- دائما نادرا أحيانا
5. ما هي الأوقات المفضلة لديك لمشاهدة التلفزيون؟
- الفترة الصباحية الفترة المسائية
6. ما طبيعة القنوات التي تشاهدها؟
- أفلام إخبارية رياضية
- دينية ترفيهية

المحور III : مستويات تأثير البرامج التلفزيونية على السلوك الاتصالي

لدى الطالب الجامعي

7. هل ساهمت البرامج التلفزيونية في تنمية لغتك الرسمية؟
- نعم لا
8. كيف أثرت البرامج التلفزيونية في تنمية السلوكيات الاتصالية لدى الطالب؟
- أصبح اجتماعيا أصبح عنيد في تصرفه
- أصبح منعزلا
- أخرى :
9. هل ساهمت البرامج التلفزيونية في تنمية الجانب المعرفي لدى الطالب؟

ساهمت بشكل كبير ساهمت بشكل قليل

لم تساهم

10. ما الذي يشدك لمشاهدة البرامج التلفزيونية؟

المواضيع مقدمة البرامج

المؤشرات الصوتية و الصورية عالية الجودة

11. حسب رأيك ما هي أهم التأثيرات السلبية لهذه البرامج؟

التشجيع على التقليد تضعف الوازع الديني

اثارة الغرائز لا تنقل الواقع كما هو

عادات وتقاليد أخرى

12. هل تحاول تقليد بعض مقدمي هذه البرامج؟

نعم لا

13. ما هي الجوانب التي تحاول تقليدها؟

السلوك المظهر

14. إذا اتاحت لك الفرصة للمشاركة في تقديم أحد هذه البرامج؟

تشارك لا تشارك

15. حسب رأيك، كونك متابع للبرامج التلفزيونية، ما هي المهارات الاتصالية الواجب توفرها

لدى مقدم البرامج؟

أذكرها:

لماذا؟

16. هل أثرت تلك المهارات الاتصالية في تلقيك للرسالة الإعلامية؟

بشكل جيد بشكل ضعيف

المحور VI: تأثير المهارات الاتصالية على فعالية الرسالة الاعلامية و انعكاساتها على الطالب الجامعي

17. كونك متلقي للرسالة الإعلامية ، هل تتأثر بمهارات مقدميها؟

نعم لا نوعا ما

إذا كانت (نعم) فيما تتمثل أبرز هذه المؤثرات؟

18. مؤثرات متعلقة بالمحتوى "المضمون" "محتوى البرامج"

- كونها تقدم لك المادة الاعلامية بأسلوب سهل و بسيط
- كونها تستخدم تقنيات عالية في نقل الصوت بوضوح
- كونها تستخدم ديكور مميز و جميل
- لأن طريقة الإخراج تعجبك، أو التقديم
- شخصية مقدم البرنامج:
- لأن القصص المعروضة محبوكة بشكل جيد
- كونها قريبة من الواقع و تعالج المواضيع بمصداقية

19. مؤثرات متعلقة بالطالب أو الشباب الجامعي:

- مؤثرات نفسية:
- لأنها توجه سلوكك
- لأنها تساعدك على تطوير فهمك لذاتك مقارنة بالآخرين
- لأنها تساعدك على تحرير انفعلاتك و مشاعرك
- لأنها تساعدك على مواجهة المشاكل النفسية وتناسيها
- لأنها تربطك بزملائك و أصدقائك الذين يشاهدونك
- مؤثرات اجتماعية
- لأنها تساعدك على اكتشاف معرفة قيم و معتقدات مجتمعنا الجزائري
- لأنها تعرض عليك السلوكات السلبية و تكشف عن عواقبها
- لأنها تساعدك على خلق مواضيع لمناقشتها مع الآخرين

■ لأنها تساعدك على مواجهة المشاكل الإجتماعية و حلها

■ لأن أفراد أسرتك يشاهدون هذه البرامج

⊕ مؤثرات تعليمية تثقيفية

■ لأنها تعلمك مهارات جديدة

■ لأنها تعلمك بما يجري من أحداث

■ لأنها تساعدك في تكوين وعي بالثقافة العربية

■ لأنها تطلعك على أحدث الإكتشافات

■ لأنها تساعدك في تكوين وعي في كل المجالات

⊕ مؤثرات ترفيهية:

■ لأنها تساعدك على تحقيق الاسترخاء و اراحة أعصابك

■ لأنها تساعدك على التنفيس و الهروب من التوتر

■ لأنها تملئ وقت فراغك

■ لأنها تزيل عنك الضغط الاجتماعي الذي تعيشه

■ لأنها تدخل في قلبك البهجة و السرور من خلال البرامج

الفكاهية

■ لأنها تقضي على شعورك بالملل و الروتين في حياتك

قائمة المراجع

الكتب:

- 1) إبراهيم إمام، دراسات الفن الحديث الصحفي، الأنجلو المصرية، 1972.
- 2) إبراهيم علي رابعة، مهارة الإتصال، شبكة الألوكة، 2015.
- 3) أحمد ماهر، كيف ترفع مهارتك الإدارية في الإتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 4) أحمد جمال الدين، فن الإدارة بالسؤال، مكتبة القرآن، القاهرة، 1995.
- 5) أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيرها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
- 6) أحمد زكريا، أحمد، الممارسة الصحفية والأداء الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 7) أحمد شوقي رضوان وعثوان بن صالح، القريح، التحرر العربي، جامعة الملك السعود، 1993.
- 8) أحمد ماهر، السلوك التنظيمي: مدخل بناء المهارات، دار الجامعية للطباعة والنشر، 1993.
- 9) أحمد محمد الحوفي، فن الخطابة، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1963.
- 10) أحمد مطهر عقبات، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية و التلفزيونية، ط2، جامعة صنعاء للطباعة والنشر، اليمن، 2013.
- 11) أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 12) آديب خضير، الصحافة التلفزيونية، ط2، دمشق، 2009.
- 13) أشرف فالح الزعبي، الدور الإتصالي للمخرج في العمل الدرامي التلفزيوني، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 14) أمير منصور علي وسلوى عثمان الصديقي، الإتصال والخدماعية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2005.
- 15) ب.د.م، المنجد في اللغة والإعلام، ط3، دار الشروق للنشر والتوزيع، بيروت، 1997.
- 16) جلال الخوالدة، المذيع التلفزيوني: التدريب والتأهيل، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 17) جلال الدين الحمامصي، الصحيفة المثالية، دار المعارف، القاهرة، 1974.
- 18) الحافظ أبو بكر بن عبد الله بن أبي الدنيا، الصمت وحفظ اللسان، دار الإعتصام للنشر والتوزيع، القاهرة، 1986.
- 19) حسين أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
- 20) حقي محمود سليمان، السلوك التنظيمي والأداء، دار الجامعات المصرية، الإسكندرية، د.ت.ن.

- (21) حميد الطائي وبشير العلق، أساسيات الإتصال نماذج ومهارات، درا اليازودي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- (22) خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والإتصال، دار لسان العربي للترجمة والتأليف والنشر، الجزائر، 2000.
- (23) راتب جليل صويص، تقنيات ومهارات الإتصال: مستعدا كنت أم لا الحياة إلا عرض تقديمي، إثراء للنشر و التوزيع، عمان، 2008.
- (24) راتب قاسم عاشور، المهارات القرآنية والكتابية، طرائق تدريسها و إستراتيجيتها، دار المسيرة للنشر، د.ت.ن
- (25) راسم محمد الجمال، مقدمة في مناهج البحث في الدراسات الإعلامية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1995.
- (26) الرحبي محمود، كيف تعد وتقدم برنامج تلفزيونيا، مؤسسة الفرسان للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- (27) رشدي أحمد طعيمة، المهارات اللغوية: مستوياتها وصعوبات تدريسها، دار الفكر العربي، القاهرة، 2006.
- (28) رضا عكاشة، الحوار الصحفي: فنون الصياغة وإدارة الحديث، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.
- (29) روبرت مليار، الكتابة للإذاعة والتلفزيون ووسائل الإعلام الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2003.
- (30) زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
- (31) سعد مصلوح، دراسة السمع والكلام، عالم الكتب، القاهرة، د.ت.ن.
- (32) سمير محيب الدين سيخاني ، أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطوير فنون الكتابة الصحفية، دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية و السورية اليومية، أطروحة الدكتورا غير منشورة ، القاهرة ، جامعة مصر ، 1999.
- (33) سهير جاد وسامية أحمد علي، البرامج الثقافية من الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- (34) الشميمري فهد، التربية الإعلامية، دار إقرأ الدولية، مصر، 2011.
- (35) صالح أبو إصبع وتسيير أبو عرجة، الإتصال والعلاقات العامة، منشورات الجامعة القدس المفتوحة، الأردن، 1999.
- (36) صبيحة عكاشة فارس ، تعليم مبادئ القراءة الجامعة الأمريكية، بيروت، (د.ن.ت.ن).

- 37) عامر موفق أمين، نقص السمع وتفاديه، منشورات علاء الدين، دمشق، 1997.
- 38) عبد القادر حسين، فن البلاغة، عالم الكتب، بيروت، 1984.
- 39) عبد الله بوجلال وآخرون، برامج التلفزيون وتأثيرها على القيم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.
- 40) عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الإتصال الجديدة في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.
- 41) عبد الله الزلب استخدامات الوسائل التقنية الحديثة في إنتاج برامج الأطفال بالقنوات التلفزيونية الخليجية الحكومية، الرياض، 2014.
- 42) عبد الباسط الحطامي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ومقارنة، النشر المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، مصر، 2005.
- 43) عبد الوارث عسر، فن الإلقاء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1993.
- 44) عبد مجيد شكري الإتصال الإعلامي والتنمية، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
- 45) عادل نور الدين، لغة الجسد ومهارات الاتصال للإعلاميين، نصر، 2013.
- 46) علي رزق، نظريات في أساليب الإقناع، دار الصفوة، بيروت، 1994.
- 47) علي عبد الرحمان، فنون ومهارات العمل في الإذاعة والتلفزيون، عالم الكتب، 2008.
- 48) غالب جليل، تقنيات ومهارات الاتصال، مستعد كنت أم لا من الحياة إلى العرض التقديمي، اثرء النشر والتوزيع عمان، 2008.
- 49) غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 50) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1984.
- 51) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط3، عالم اكتب، القاهرة، 1985.
- 52) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ط3، عالم الكتب، 1985.
- 53) -فاضلي إدريس، الوجيز في المنهجية والبحث العلمي،الدار الجامعية للطباعة والنشر،الجزائر،2003.
- 54) فاطمة إبراهيم حميدة، مهارات وأساليب إلقاء الأسئلة، دار النهضة المصرية، الإلقاء، 1996.
- 55) فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتاباته ومقومات نجاحه، دار الفجر للنشر و التوزيع والطباعة، 2007.
- 56) فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، درا الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1994.
- 57) فؤاد عبد المنعم البكري، الإتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الإتصال، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.

- 58) فهد بن عبد الله الشمبمري التربية الاعلامية كيف تتعلم مع الإعلام، دار اقرأ الجولية، مصر، 2011
- 59) فيصل المقدادي، فن الإلقاء والخطابة، منشورات فاريونس، 1985.
- 60) فيصل علي المخالفي، المؤسسات الاعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة، 2005.
- 61) كرم الشليبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1987.
- 62) كرم الشليبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار ومكتبة الهلال، بيروت، 2008.
- 63) كمال كامل، مهارات الإتصال، المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائزية، القاهرة، 2007.
- 64) ماجد بن عبد العزيز التركي، سياسات الإعلام، دار إيشيليا للنشر والتوزيع، الرياض، 1996.
- 65) محمد الدروري، الصحافة والصحفي المعاصر، الموسوعة الإسلامية، 2012.
- 66) محمد الصغير بناني، النظريات اللسانية والبلاغية عند العرب، دار الحداثة، بيروت، 1982.
- 67) محمد بن عبد الرحمان الحصنيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟، مكتبة العيكان، الرياض، 1998.
- 68) محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية: بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
- 69) محمد محمود رضوان، تعليم القراءة للمبتدئين، الدار المصرية اللبنانية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
- 70) محمد معوض إبراهيم وبركات عبد العزيز، إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، منشورات السلال، الكويت، 2000.
- 71) محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
- 72) محمد منير حجاب، مهارات الإتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، ط2، إدار الفجر للنشر والتوزيع، 2000.
- 73) محمد صلاح الدين علي وآخرون، سيكولوجية القراءة ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 74) محمود أدهم، دراسات في فن الحديث الصحفي، مطبعة دار النشر الثقافة، القاهرة، 1983.
- 75) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1992.
- 76) مصطفى ديمد كاظم، الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لدينا لطباعة النشر، الإسكندرية 2007.
- 77) موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، درا القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.

- 78) محمد جمعة غباش، كيف تعد برنامج تلفزيوني ، دار فاروق للنشر والتوزيع والاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2008.
- 79) نجاة علي، فن الإلقاء بين النظرية والتطبيق، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- 80) نجوى فوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الإجتماعية، القاهرة، 1992.
- 81) نوال محمد عمر، فن صياغة الخبر في الإذاعة والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
- 82) هاري شور، ثلاثون الطريقة، لتحسين قدراتك، ط2، دار المعارف، 1996.
- 83) هالة منصور، الإتصال الفعال: مفاهيمه وأساليبه ومهارته، المكتبة الجامعية، مصر، 2000.
- 84) وليم.ح.ماكولاف، فن التحدث والإقناع، ط2، دار المعارف، 1994.

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بأبرز المهارات الإتصالية الحديثة الواجب توفرها لدى مقدم البرامج والتي تساعده في عرض وتقديم البرنامج بصورة لها تأثير كبير عن فعالية الرسالة الإعلامية من مهارة الإستماع، الحديث، الكتابة، الحوار والتعبير، مهارة السؤال القراءة وكذا مهارة الإلقاء والمهارات الجسدية كذلك التعرف على المفاهيم الأساسية لهاته المهارات المعتمدة في العمل الإعلامي وإبراز قيمتها في تحسين عملية الأداء الصحفي بإعتبارها الركيزة الأساسية بالأداء الصحفي الناجح، كما إهتمت الدراسة بالعمل الإعلامي لما له من أهمية .

حيث ركزت على أهم الإحتياجات الصحفية التي يجب توفرها لدى المقدم التلفزيوني من التدريب والخبرة والمعرفة التقنية والتعلم وكذا الأخلاقيات، ركزت أيضا على أهم السمات التي يتصف بها المعد الناجح من أهمها الشكل الحسن والحركات الجسدية والمستوى المعرفي والقدرة على التخيل والإبتكار والموهبة والرغبة في الكتابة والإعداد. وخلصت الدراسة بأبرز عوامل ومعايير نجاح البرنامج التلفزيوني. ولهذا حاولنا القيام بدراسة ميدانية لتأثير المهارات الإتصالية لمقدمي البرامج على فعالية الرسالة الإعلامية وفي الختام قمنا بطرح مجموعة من التوصيات والإقتراحات من ما نراه ضرورة من أجل تحقيق وتأهيل الأهداف.

الكلمات المفتاحية:

التلفزيون، العمل التلفزيوني، العمل الاعلامي، البرنامج التلفزيوني، مقدم البرنامج.

Résumé

Cette étude pour objectif de définir les importantes compétences de communication modernes que doit avoir le journaliste. Ces habilités aident le présentateur à exposer et à présenter ses programmes en ayant un impact sur l'efficacité de la mission de l'information ou du média. Parmi ces capacités on trouve celle de l'écoute du discours de dialogues et d'expérience sont oublier celles du questionnement de lecture de Et de la gestuelle.

De plus nous devons identifier et connaitre les concepts fondamentaux de ces compétences requises et exigées dans le domaine de l'information et des médias tout en faisant apparaitre leurs valeur dans l'amélioration l'exécution de l'acte journalistique et en les considérant comme des piliers de base de l'action réussie du journalisme

Vu l'importance de l'information (médias) notre étude c'est penchée de façon particulière sur les besoins (nécessités) et les exigences du métier du présentateur (commentateur...)

Comme l'entraînement l'expérience le savoir technique l'apprentissage et l'éthique (morale professionnelle).

Notre mémoire a également porté sur les caractéristiques de réalisateur son portrait physique ses gestes son niveau d'instruction.

Sa capacité a imaginé et a s'inventer et sans omettre le talent et le désir d'écriture et de réalisation.

Pour finir nous nous sommes intéressés aux critères et aux facteurs de réussite des programmes tv nous avons entrepris correctement une étude sur terrain concernant l'effet ou l'impact des compétences de communications des présentateurs des programmes sur l'efficacité ou l'efficience de la mission de l'information et des médias.

Et pour conclue nous avons formulé des recommandations et de propositions que nous avons jugé indispensables pour atteindre les objectifs.

Mots Clé :

Télévision, travaux de télévision, Le travail des médias, émission de télévision, interpellateur