

أثر العوامل النفسية في إنتاج وتلقي الخطاب الشفهي

The effect of psychological factors on the production and reception of oral speech

زهور حميدي^{1*}

¹ جامعة وهران 1 أحمد بن بلة (الجزائر)، hamidizhor@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2024/03/30

تاريخ القبول: 2024/01/04

تاريخ الإرسال: 2023/06/09

ملخص:

تشارك في حالة التواصل الشفهي عدة عناصر أهمها المرسل وهو منتج الخطاب، والمتلقي وهو المستمع، فردا كان أو جماعة، والخطاب، وقناة الاتصال التي تتمثل في المشافهة، ويعتمد نجاح هذا النوع من التواصل على الكفاءة اللغوية؛ أي معرفة الإنسان الضمنية للغة والأداء الكلامي؛ الذي يرتبط بالسياق والعوامل الخارجية التي تحيط بالموقف الاتصالي، وتساهم في إنتاج الخطاب ولا تقل أهمية عن الكفاءة اللغوية، منها الحالة النفسية الخاصة بكل من المرسل والمتلقي، والعوامل المكانية والزمانية.

فمهما بلغت كفاءة المرسل اللغوية والتواصلية، فإنه إذا لم يتخير اللحظات النفسية والزمانية المناسبة لإنتاج خطابه، لا يمكنه النجاح في تحقيق ما يسعى إليه، وكذلك إذا لم يراع الظروف نفسها عند المتلقي مهما كان مستواه، كان الخطاب قاصرا عن تحقيق مقاصده؛ لأن المستمع موجه أساسي لعملية التواصل يؤثر بشكل مباشر في إنتاج الخطاب؛ لهذا كان لا بد من دراسة كل الظروف التي تساهم في إيجاد هذه اللحظات النفسية المناسبة، وما يرتبط بها من عوامل اختيار التوقيت والمكان، والاشتراك في الأطر اللغوية والثقافية والمرجعية.

الكلمات المفتاحية: الخطاب؛ المرسل؛ المتلقي؛ الاتصال الشفهي؛ الإلقاء؛

Summary:

Summary: In the case of oral communication, several elements are involved, the most important of which is the sender, who is the producer of the speech, the recipient, who is the listener, whether an individual or a group, the speech, and the communication channel, which is orality, and the success of this type of communication depends on linguistic competence, that is, the implicit human knowledge of his language and verbal performance, which is related to the context and external factors that surround the communicative situation, and contribute to the production of the speech and is no less important than linguistic competence, including the psychological state of the sender and the receiver, and spatial and temporal factors.

Whatever the sender's linguistic and communicative competence, if he does not choose the appropriate psychological and temporal moments to produce his speech, he cannot succeed in achieving what he seeks, as well as if he does not take into account the same circumstances in the recipient, regardless of his level, the speech falls short of achieving his purposes, because the listener is a basic guide to the communication process that directly affects the production of the speech, so it was necessary to study all the circumstances that contribute to finding these appropriate

psychological moments, and the associated selection factors. Timing and location, and participation in linguistic, cultural and reference frameworks.

Keywords: Discourse; sender ;receiver ;oralcommunication ;diction.

1. مقدمة:

إن الخطاب سواء أكان مكتوباً أم شفهيًا يخضع لعوامل متعددة ومختلفة تتحكم فيه من حيث الإنتاج والتلقي، والخطابات الشفهية متنوعة؛ يأتي هذا التنوع من اختلاف المواضيع والهدف منها؛ كالخطاب الإقناعي، والتعليمي، وغيرهما، لكنها تشترك في بعض عوامل أدائها، لذلك تجدر الإشارة إلى أن الاهتمام بطرق الأداء ودراستها دراسة علمية لا يقل أهمية عن الاهتمام بدراسة بنية الخطاب ولغته؛ لأن ذلك من العوامل المؤدية إلى حسن الاستقبال، وجودة الأداء تحقق جودة التلقي وبلوغ المتحدث غاية الإقناع.

2. مفهوم الخطاب:

لقد سعت الدراسات العلمية إلى مقارنة الخطاب بشقيه المنطوق والمكتوب، وتشير المعاجم العربية إلى أن "الخطاب والمخاطبة مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخاطبا وهما يتخاطبان... والخطبة اسم للكلام الذي يتكلم به الخطيب... والمخاطبة مفاعلة من الخطاب والمشاورة¹.

ويعني مصطلح الخطاب في منظور اللسانيات الحديثة كل ملفوظ يتجاوز الجملة²، بمعنى أنه يماثل الخطاب الملفوظ³. وترى بعض الدراسات أن مصطلح "الخطابة والخطاب اشتقا من الخطب لأنهما مسموعان..."⁴. وهذا ما يذهب إليه تودوروف أيضا حينما يورد قولاً لبنفنيست، يعرف فيه الخطاب بأنه "أي منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راو ومستمع وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما"⁵.

تؤكد هذه الأقوال على أن مصطلح الخطاب يرتبط بالكلام الذي يكون بين متكلم ومستمع، بمعنى يكون شفهيًا ويضيف عليه القول الأخير تأثير المتكلم على المتلقي المستمع. وهذا يشير إلى أن المتحدث يمتلك القدرة على إدارة هذا الموقف الاتصالي.

وتتحكم في تقديم أي خطاب وإلقائه؛ عوامل كثيرة "إذ تبين أن الكلام يهيأ للقبول من جهة ما يرجع إليه وما يرجع إلى القائل وما يرجع إلى المقول فيه والمقول له..."⁶، بالإضافة إلى الظروف، والعوامل الخارجية؛ كزمن الإلقاء ومكانه، ويستدعي كل ذلك مهارة المتحدث في التعامل مع كل العناصر التي تحيط بهذه العملية التواصلية وأن يمتلك "...درجة الكفاءة والجودة في الأداء..."⁷ عند لقائه بالمتلقي.

وتقع المسؤولية في نجاح هذه العملية على منتج الخطاب، لأن عليه "... أن يعرف كيف يتكلم ويتكلم بطلاقة لكي يصل إلى جمهوره ويحقق النفوذ الذي يبغيه"⁸، ولتحقيق ذلك ينبغي أن تتوفر فيه شروط. كما تشارك في عملية إنتاج الخطاب واستقباله عوامل خارجية غير عناصر الفعل الاتصالي؛ كالعوامل النفسية، والزمانية، والمكانية، وغيرها.

3. العوامل النفسية:

يعتمد نجاح أي خطاب على المرسل والمتلقي في آن واحد، ويشكل العامل النفسي لكل منهما أمراً مهماً خاصة عند المرسل؛ لأنه يمثل القطب الأساس لهذه العملية فهو المسؤول عن إنتاج الخطاب وإلقائه حين يكون الخطاب شفهيًا.

وقد تعرضت الدراسات الحديثة لأثر العوامل النفسية في إنجاح التواصل، وكذلك أولها التراث العربي مكانة كبيرة، مثلما ورد في صحيفة "بشر بن المعتمر" في "البيان والتبيين" حينما تناول قضية الخطابة حيث يقول: "خذ من نفسك ساعة نشاطك وفراغ بالك وإجابتها إياك. فإن قليل تلك الساعة أكرم جوهرها وأشرف حسبا وأحسن في السماع وأحلى في الصدور وأسلم من فاحش الخطأ [...]"⁹

إذ يشير الجاحظ من خلال الصحيفة إلى العامل النفسي عند قطبي الاتصال المرسل والمتلقي، لأنه يوجه الكلام إلى الخطيب بأن يتخير اللحظة النفسية المناسبة له للتقديم، المتمثلة في النشاط الجسدي وفراغ الذهن وانسياق النفس لصاحبها، ويبين بعد ذلك أثر هذا التخير على المرسل والمتلقي في قوله: "أحسن في السماع وأحلى في الصدور، وأسلم من فاحش الخطأ"، فالسماع يتعلق بالمتلقي، والخطأ بالمرسل.

فحسن اختيار اللحظة الإنتاجية المناسبة يجعل الخطاب يقع موقعا حسنا في نفس المتلقي، ويحمي المتحدث من الخطأ الذي ينتج عن الإرهاق، أو التعب، أو عدم التركيز نتيجة ضغوطات نفسية، أو انشغال البال وقد يكون تأثيره سلبيا على نجاح الخطاب، لأن نفس السامع تنفر منه ولا تتقبله.

كما يلخص هذا القول عوامل نجاح الأداء الخطابي؛ العوامل النفسية المتعلقة بالمتلقي والمتلقي. كما سبقت الإشارة إليه، أضف إلى العامل الزمني في قوله: "خذ من نفسك ساعة نشاطك"، والعامل الصوتي حين تحدث عن قضية السماع، وكل ذلك مرتبط باختيار الزمن وأثره في المرسل.

- العوامل النفسية المتعلقة بمنتج الخطاب:

يشكل المرسل القطب الرئيس في عملية الاتصال، فهو المسؤول الأول أمام المتلقي فردا كان أو جماعة عن صياغة الخطاب وعن تقديمه، إنه مسؤول عن كل كلمة يوظفها، وعن كل صوت يصدره، لذلك يشترط أن يحسن الإعداد لخطابه حتى يصل إلى النتيجة التي يسعى إليها منه.

خاصة إذا كان الخطاب يوجه إلى مجموعة من المتلقين ما يعرف بالخطاب الجماهيري؛ كالخطاب الإعلامي، أو المحاضرات، أو أي خطاب كان يهدف إلى الإقناع قد يتعدى جمهوره الإطار المكاني المحدد لإلقائه، إلى إطار لا محدود عبر وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة، فلم "... يعد الجمهور السامع كما كان في الماضي تجمعا صغيرا ...، فالجمهور الآن قد يكون ألفا أو ملايين"¹⁰، مما يجعل مسؤولية منتج الخطاب أكبر مما كانت عليه قبل عصر التكنولوجيا، لتعذر الاتصال المباشر مع كل جمهوره، وبالتالي تعذر المعرفة التامة لردود أفعالهم في اللحظة نفسها.

ويفرض هذا الأمر على المتحدث دراسة نفسية للجمهور المتلقي، والتنبؤ بردود أفعالهم سواء كانت سلبية أو إيجابية، وهذا يستدعي وجود مهارات اتصالية في المرسل منها: "... أن يكون لديه مهارة وقدرة على متابعة استجابة المستقبل لرسالته"¹¹.

وقد ركز البلاغيون العرب "على العلاقة الوطيدة بين ما ينطق به اللسان وما تجيش به النفس ... وبمعنى آخر أن البعد البلاغي النفسي كان على الدوام الجانب الأثير عند رجال البلاغة العربية ..." ¹²، لما له من الأثر في تقديم أي نص سواء كان إبداعيا أم إقناعيا؛ لأن المرسل هو مجموعة من العواطف والأحاسيس، والنفس إن لم تهياً تهينة مناسبة لا تستطيع أن تقدم ما يطلبه منها العقل.

لذلك لا بد لمنتج الخطاب من صفاء الذهن والتحرر ما أمكن من تهيب الموقف، وعدم التفكير بما يؤثر سلباً على مسيرة الحديث، وأن يقدم على الخطبة بثقة ورغبة¹³.

وهناك عوامل كثيرة ترتبط بالعامل النفسي عند الإنسان وتؤثر فيه، أهمها:

- الاستعداد الفطري والموهبة:

ويقصد بالاستعداد الفطري أن يتمتع الشخص الملقى بموهبة فطرية تعينه على الإلقاء الجيد¹⁴؛ إذ تمثل الموهبة جانباً مهماً في الاتصال الشفهي، فلا يمكن أن يكون كل شخص خطيباً إلا من تمتع بموهبة خطابية واستعداد فطري منذ نشأته؛ هذه الموهبة التي يمتلكها الفرد تتضح في قدرته على الحديث أمام الجمهور، ولا يمتلكها الفرد من التعلم سواء في ذلك أخضع له أم لا.

وشدد العرب على امتلاك المتحدث الموهبة، حيث اعتبروا أن رأس الخطابة الطبع^{15*}، على الرغم من أن الخطيب يحتاج لأن يكون على معرفة بعلم العربية من نحو وصرف، وما يحتاج إليه من اللغة وهو المتداول المؤلف استعماله، ومعرفة أمثال العرب وأيامهم ووقائعهم، والاطلاع على تأليفات من تقدمه من هذه الصناعة المنظومة منها والمنثورة، ومعرفة الأحكام السلطانية في الإمامة والإمارة والقضاء والحسبة، وحفظ القرآن الكريم والتدرب على استعماله، وحفظ ما يحتاج إليه من الأخبار الواردة عن النبي (ص) ومعرفة علم العروض والقوافي. لكن إذا لم يكن ثم طبع فإنه لا تغني تلك الآلات شيئاً¹⁶.

ويكون ذلك طبعاً في الإنسان؛ أي الطبع القادر بالفطرة على الأداء الإلقائي نطقاً وحركة؛ إذ يختلف الناس في قدراتهم على الإبداع القولي الإلقائي، مثلما يتفاوتون في قدرتهم على الإبداع التعبيري الكتابي¹⁷.

وهذه الموهبة هي من الأركان الأساسية لشخصية المتكلم، فلا بد من التعويل على الطبع المهيذب الذي صقله الأدب، وشحذته الرواية، وجلته الفطنة، وألهم الفصل بين الجيد والردى¹⁸.

لكن الاعتماد على الموهبة غير كاف فلا بد من "التدرب والممارسة لأن في ذلك زيادة الثقة والاطمئنان وتجنب الكثير من الأخطاء،... والتدريب يكون على كل ما له علاقة بالخطابة من صوت وأسلوب وإلقاء وإشارات وغيرها"¹⁹.

هذا التدريب يزيد من قدرات المتحدث، وبالتالي يرفع معنوياته عندما يحس أنه قادر على الأداء، ويكون له أثر كبير في نفسيته، فيحس بالاطمئنان والراحة وهو أمر مطلوب أثناء تقديم الخطاب.

- الثقة في النفس:

إن المتحدث إذا أحس بامتلاكه الموهبة، وأحاط بكل ما يحتاجه منتج الخطاب من وسائل تعينه في ذلك، وعرف أنه متمكن من أداء دوره، أدى ذلك إلى ثقته في نفسه.

والثقة في النفس صفة أساسية لا بد من توفرها في المتكلم، فهي تعزز موقفه وتبعده عن الارتباك حتى يستطيع مواجهة الجمهور، فإذا اهتزت هذه الثقة فقد السيطرة على الموقف، وقدرته على الإلقاء والتأثير²⁰.

وتبدأ ثقة الإنسان في نفسه من يقينه بأنه قادر على تأدية هذا الدور ونجاحه فيه، فإن لم يمتلك ذلك اليقين واستعاض عنه بالشك والاعتقاد بالفشل، "... فإن هذا سيؤثر على استعداداته النفسي، فينعكس على

حركاته وإيماءاته ويكبح طريقة تفكيره أيضا. فيكون ذلك سببا كافيا لفشله وإحباطه ومدعاة لتكوين الناس لانطباع سلبي اتجاهه"²¹.

وتستلزم الثقة الرضى عن النفس، والتوقعات الإيجابية للأثر المنعكس عن الخطاب، ويتطلب ذلك أيضا أن يبذل المرسل جهدا إضافيا للرفع من معنوياته، وتحفيز قدراته الكامنة فيه.

ومما يترتب عن الثقة في النفس سكون الجوارح والصبر والبعد عن الغضب، ذلك أن الذي لا يكون سيدا على أهواء نفسه لا يمكن أن يتحكم بأهواء سواه"²².

فتظهر عليه الهيبة والوقار عند استقباله لجمهوره مما يمهّد الطريق بينه وبينهم، فترى كل متلق ينتظر منه أن ينطق بكل احترام، وهذا الانعكاس الإيجابي يزيد من ثقة المتحدث في نفسه، ومن احتمال ردود الأفعال الإيجابية الموائية.

وقد عدها العرب أهم من سلامة أعضاء النطق، فإن الأعيب من دقة الصوت وضيق مخرجه، وضعف قوته، "أن يعتري الخطيب الهير والارتعاش والرعدة والعرق"²³.

وهو ما يدل على ارتباطك المتحدث، وله علامات ظاهرة منها (التعرق، واحمرار الوجه، وتصلب الجسم، والتلعثم في الكلام، وغيرها)، "وهي أعراض من شأنها أن تؤثر على تفكير وتركيز المتكلم، وتهدد بتفويض مهمته"²⁴.

وكما أن للارتباك علامات ظاهرة فكذاك للثقة في النفس والسيطرة على الموقف علامات، لهذا انصب اهتمام العرب قديما على الوسائل التي تمكن الخطيب من السيطرة على النفس، فمما جاء في كلامهم: "وعلامه سكون نفس الخطيب ورباطة جأشه هدوءه في كلامه وتمهله في منطقه"²⁵.

إن ما جاء في تفسير آلة البلاغة، خاصة: رباطة الجأش وسكون الجوارح، وقلة اللحظ، يعكس وعيا شديدا برهبة هذا الاتصال ومشقته، الذي يلتقي فيه طرفا الاتصال وجها لوجه، ويزيده رهبة كثرة عدد المتلقين الذين نجدهم في الأغلب جمهورا، يرمق أفراد الخطيب بأبصارهم، ويتبعونه بأذانهم، ويرصدون حركاته وسكناته، ويتبعون ألفاظه وسقطاته"²⁶.

وترتبط ثقة الإنسان في نفسه بعوامل تنشئته وتعامل الآخرين معه؛ إذ "يتفق الباحثون في علم التواصل على أن الإطار النفسي للعملية التواصلية يحكمه مفهوم 'صورة الذات'²⁷ أو مفهوم الذات"

وتنتج صورة الذات عن اعتقادنا بتصورات الآخرين لنا؛ أي الكيفية التي يروننا بها. وتتكون هذه الصورة عبر مراحل تاريخ الشخص من بداية المراحل الأولى لطفولته، عندما يبدأ الطفل في اللعب بتقليد أدوار الأب والأم والآخرين من الذين يوجدون في محيطه، ليخرج الصورة التي يبدو عليها في عيونهم، إيجابية كانت أو سلبية، بما تحمله من إحباط وإشباع، قلق وارتياح، رضا أو سخط، إقدام أو خجل"²⁸.

إذن معاملة الآخرين والصورة التي يعطونها للإنسان عن نفسه وتشجيعهم أو ذمهم لتصرفاته، قادرة على بناء شخصية إما تثق بنفسها أو مهزوزة غير قادرة على مواجهة الآخرين والحديث أمامهم.

ومن عوامل ثبات المتحدث - أيضا - ثقته بصحة ما يدعو إليه وبقدر إيمانه "وتأثره يكون تأثيره في نفوس السامعين"²⁹.

وعلى الرغم من أهمية السيطرة على النفس والثبات لنجاح الحديث، إلا أن الدراسات تشير إلى "عامل القلق الإيجابي الذي يشعر به كل فرد، مما قد يترجم في شكل ارتعاش أو اضطراب، فهذا النوع من القلق المرضي، يلعب دورا هاما في حمل الشخص على مزيد من البذل والمثابرة والعطاء"³⁰.

ذلك لأن الإحساس بالتوتر والقلق يجعل الإنسان حريصا على تأدية واجبه ويزيد من عزمه، "وعموما فإن القول بأن قدرا من العصبية يساعدك في إلقاء الحديث، ويمنحك ما يسميه علماء النفس "التوتر العضلي" هو قول صحيح. والإنسان الذي يتوتر قليلا يؤدي في العادة عملا دون المتوسط ..."³¹.

فالقلق الذي يصاحب المتحدث قبل الحديث سيف ذو حدين؛ أحدهما إيجابي والآخر سلبي، على أن لا يتعدى الإحساس بالقلق المرحلة التي تسبق الحديث، لأنه إذا رافق المتحدث أثناء حديثه يؤدي إلى انعكاسات سلبية؛ لأنه سيؤثر على أدائه (صوته ولغته) فيتلعثم ويقع ما لا تحمد عقباه.

وقد تقلل الموهبة الفطرية من الإحساس بالقلق، فلا شك " ... أن هناك عددا قليلا من الأشخاص الموهوبين الذين لا يحتاجون للإحساس بالقلق ولكنهم في الحقيقة نادرو الوجود"³².

ومن عوامل حفظ النفس من القلق والتوتر التحضير المسبق للنص الخطابي، فقد حذر علماء التراث العربي من الاعتماد الدائم على الارتجال فأروا أنه ينبغي للمتحدث " ... أن يتقي خيانة البديهة في أوقات الارتجال، ولا يغتره انقياد القول له في بعض الأحوال فيركب ذلك في سائر الأوقات وعلى جميع الحالات"³³.

ذلك لأن الإعداد هو أكبر معين ولا بديل عنه، حيث إن الإعداد الجيد والعرض الناجح ضروريان في أي حديث تقدمه، بل إن الإعداد أكثر أهمية وضرورة من طريقة الإلقاء³⁴. بمعنى الابتعاد عن الارتجال.

وهناك عوامل أخرى إضافة إلى ثقة المتحدث في نفسه تزيد من ثقة الناس فيه؛ أهمها:

- حسن السيرة والسمعة الطيبة:

تخضع ميولات الناس إلى الفكرة التي يبنونها حول المتحدث، فإذا كان الخطيب ذا سيرة حسنة وسمعة طيبة يلقى قبولا مبدئيا عند الجمهور؛ "...لأن لسيرة الخطيب وسمعته الاجتماعية تأثيرا إيجابيا أو سلبيا في إقناع المستمعين ..."³⁵.

ومن الصفات الحسنة المرغوبة في المتكلم صدقه في أقواله وأفعاله، "والصدق يعني أن يعكس حديثك حقيقة مشاعرك وأفكارك وآرائك؛ أي المطابقة بين باطنك وظاهره... ويعني من ناحية أخرى مطابقة أقوالك لأفعالك ..."³⁶.

وهذا الصدق قد يمنح المتحدث مكانة كبيرة عند المتلقي خاصة إن كان من ذوي النفوذ والسلطة، "...حيث يجعل النفوذ صاحبه متحكما في أهواء ومشاعر الجمهور، وقد يكون النفوذ طبيعيا كالموهبة وقوة الشخصية والقدرة الذاتية الكافية على التأثير كما هي عند كبار الخطباء من علماء وأئمة مساجد وغيرهم"³⁷.

إن المتحدث إذا توافرت فيه كل تلك الخصائص؛ من الموهبة والاستعداد وحسن الإعداد والثقة في النفس، سيطر على الموقف الاتصالي وكان له دور كبير في نجاح عملية الاتصال الشفهي، وإحداث الهدف الأساس منها وهو الإقناع والتأثير.

- العوامل النفسية المتعلقة بالمتلقي:

إن المتلقي في حالة الخطاب الشفهي قد يكون فرداً أو جماعة، وسواء في ذلك كان جمهوراً تضبطه الحدود الجغرافية أو فئة معينة من المتلقين، أو جماعة تختلف مستوياتها، فإن وجه الاختلاف يكون في مستوى اللغة الموظفة. وتساهم في نجاح عملية التلقي عوامل، أهمها:

- حسن الاستماع:

إن طبيعة الخطاب الشفهي تجعل المتلقي يحضر لحظة ولادته، مما يجعله عنصراً فاعلاً في إنتاجه وتحقيق معانيه³⁸، وموجهاً ضرورياً له، يتحكم في تأليفه، واختيار الألفاظ المعبرة عن المعاني، فيسعى المتكلم إلى مراعاة العامل النفسي للمتلقي، ومخاطبته حسب مستواه.

وبما أن الخطاب الشفهي يعتمد على مهارة السماع بالدرجة الأولى، التي تعد "...من المهارات الأساسية لنجاح عملية الاتصال"³⁹، فإن هذه المهارة تحتاج إلى تدريب وتنمية، وترتبط برغبة الفرد في التعبير عن نفسه، وقد أولاه العرب عناية كبيرة، حتى أقروا بأن "السمع أبو الملكات اللسانية"⁴⁰.

لكن تلقي الخطاب لا يقف عند حد السماع وهو التقاط الأصوات الخارجية بما فيها صوت المتحدث، إنما يتعداه إلى الإنصات؛ وهو نوع "...من الإيحاء الذي يساعد ... على تلمس الشعور النفسي للمرسل، وعقب ذلك يكون المرسل قد تهيأ نفسياً ليكون مستقبلاً، ويصبح أكثر استعداداً للاستماع وأكثر قابلية للآراء التي تنتهي إليها عملية الاتصال"⁴¹، بما في ذلك ردود أفعال الجمهور.

إن حسن الاستماع يمثل عنصراً فاعلاً في إنجاح التواصل أو إفشاله، وينتج عن رغبة المتلقي في الاستماع، لهذا يرى الجاحظ أن فعل الخطاب لا يتحقق إلا بوجود لسان مرسل مبين وقلب مستبين له قصد في الفهم، فلا يتحقق هذا الفعل إلا بوجود شراكة بين المرسل والمرسل إليه⁴²، هذه الشراكة تتمثل في القصدية؛ قصد المرسل ورغبته في الكلام والتبليغ، وقصد المتلقي في الاستقبال والفهم، ولولا ذلك لما أقيم فعل التواصل من الأصل.

والاستعداد للسمع يرتبط بالاستعداد النفسي للمتلقي ورغبته فيه، فكما تؤثر العوامل النفسية في إنتاج الخطاب وأدائه، تؤثر في تلقيه وتفكيك رموزه، وردود الأفعال التي تصاحبه، فإن "القول في شيء يصير مقبولاً عند السامع في الإبداع في محاكاته وتخيله على حالة توجب ميلاً إليه، أو نفوراً عنه بإبداع الصنعة في اللفظ وإجادة هيأته ومناسبتها لما وضع بإزائه"⁴³، فتميل النفوس إلى تصديق المتكلم وتقنعها دعواه⁴⁴، إذا أجاد المتكلم تخير اللفظ مما يقع من المتلقي موقفاً حسناً يُرغبه في السماع.

- دافعية الاستقبال والتلقي:

وكما يراعي المرسل حالته النفسية والوضعية التي تسمح له بتقديم الخطاب، يدرس أيضاً حالة المتلقين ويراعي أحوالهم النفسية، كما ينبغي له توفير الدوافع والأسباب التي تجعل المتلقي يقبل على الخطاب، ما "يجعله يستمع بفاعلية من ناحية، ويتذكر بصورة أفضل المعلومات المقدمة من ناحية أخرى [...]"⁴⁵.

ومن أكثر الأمور التي تدفع المتلقي إلى الاستماع وتجعله يقبل على الخطاب؛ قيمة الموضوع عنده، فإذا كان الحديث من اهتماماته، سعى إلى استقباله وفهمه وتبين مقاصده؛ لأن المتلقي يذعن إلى الخطاب الذي يميل إلى موضوعه، والذي يمثل جزءاً من اهتمامه.

- المعرفة اللغوية والخلفية الثقافية:

وقد توصلت الدراسات إلى أن المستمع يسمع ما يتوقع سماعه، ويسهل له هذا التوقع درايتته بأصوات لغته وقواعدها، ومعرفته بمعاني المفردات في لغته، وإدراكه لأبعاد حضارة أمته، فيشكل ذلك عنصرا إيجابيا فعلا عند استماعه إلى الكلام⁴⁶.

فعندما يكون الخطاب باللغة التي يجيدها المتلقي، وتتوافق القضايا التي يعالجها مع خلفيته الثقافية وقيم مجتمعه، لقي قبولا عند المتلقي، وإذا تعارض الخطاب مع الإطار الثقافي الاجتماعي، لقي رفضا ونفورا من المتلقي وأعرض عن الاستماع.

حيث يشكل الإطار الثقافي المرجعية الفكرية التي تحدد أنواع السلوك المرغوب وغير المرغوب، وتختلف الأطر الثقافية باختلاف المجتمعات، فما يكون مسموحا به في مجتمع ما قد يكون غير مسموح به في مجتمع آخر⁴⁷.

ويساهم عاملان آخران في التأثير في نفسية المتحدث والمتلقي؛ هما مكان وزمان الخطاب:

4. اختيار المكان:

إن المكان يقوم بعملية اتصال ويمنح الموقف نغمة خاصة⁴⁸، لذلك يتطلب تقديم الخطاب اختيار المكان المناسب للمتحدث والمتلقي، ويخضع لطبيعة الخطاب الذي قد يحتاج إلى قاعة مخصصة لمثل هذه التفاعلات مهيأة لاستقبالها، أو مسرحا، أو غير ذلك، إذا كان عدد المتلقين كثير.

ويقصد بالمكان الحيز الجغرافي بعناصره المادية المختلفة الذي يجمع المتحدث بالمتلقي، فالمكان المناسب يشعر المتكلم بالراحة، ويدفعه إلى الاسترسال بالحديث، ويمنحه الثقة بالنفس، والقدرة على السيطرة على لغته، أما المكان غير المناسب فيشعره بالانقباض وعدم الراحة، وقد يعمل على إعاقة اختياره للكلمات المعبرة عما يريد⁴⁹.

ويشترط في المكان المناسب لتقديم الخطاب مجموعة من الشروط أهمها:

- الإنارة: يشترط تجهيز القاعة بالإنارة الاصطناعية المناسبة لما لها من تأثير كبير على سلوك المستمعين، فإذا كانت القاعة تخضع للإنارة الطبيعية يمكن أن يؤدي ضوء الشمس إذا كان حادا إلى مضايقة المستمعين أو يثير فيهم الخمول والوهن، وكذلك إذا كان الجو متلبدا بالغيوم، قد يحدث جوا كثيبا أو استعدادا للغفوة، لذلك تبقى الإنارة الاصطناعية ضرورية⁵⁰.

إن الحرص على توفير إضاءة مناسبة تمكن المتحدث من رؤية جمهوره بوضوح، وكذلك توفر فرصة اطلاع المتلقين على المتحدث، كما تساهم في خلق الجو المناسب للأفكار والمواقف المراد نقلها إلى المتلقي، لكي يستطيع إدراك المعاني والأفكار التي تنقلها الصور المقدمة بواسطة الصوت⁵¹، وبها يحدث التأثير.

- موضع المتحدث في القاعة:

يشترط في موضع المتحدث أن يعتلي مكانا مرتفعا عن مستوى المتلقين ما يعرف عند العرب بالمنبر، ليتمكن الحضور من مشاهدته ويفترض في هذا المكان "أن يعد إعدادا لائقا وأن تصف مكبرات الصوت بشكل

مدروس لا تحجب وجه الخطيب ولا تعيقه عن الحركة، فبذلك ترتاح عيون الحاضرين إلى منظر المنبر ومرأى الخطيب.⁵²

فالوضعية التي يتخذها المتحدث في هذه الحالة تعزز ثقته في نفسه، وتريحه حيث يتمكن من مشاهدة القاعة كلها، وملاحظة ردود أفعال المتلقين الذين يمثلون نموذجاً لجمهور أكبر خارج القاعة يتعدى حدود المكان، وبالتالي يستطيع تكييف الخطاب حسبها وتدارك الأمر إن جد جديد في القاعة مما يمنحه راحة نفسية. ولا يؤثر ذلك على المتحدث فحسب، بل يحدث أثراً إيجابياً في المتلقين لأن المستمع بطبيعته يحب رؤية من يتحدث وينزعج إذا حجب عنه، بل تزيد رؤيته من تأثير الخطاب في المتلقي وإحداث الإقناع، لما يصاحبه من عوامل بصرية تشارك العوامل الصوتية في إنتاج الخطاب، يحتاج المتلقي معرفتها لإتمام فكرته حول المتكلم ولا يتسنى له ذلك إلا بأخذ المتحدث موقعاً كهذا.

- مواضع جلوس الجمهور:

إن أماكن جلوس الجمهور المتلقي تكون في معظم الأحيان مجهزة سلفاً "...فمن المستحسن أن تصف المقاعد بشكل يستطيع فيه الجميع رؤية الخطيب..."⁵³، مما ييسر للمتلقى أيضاً سماع صوت الخطيب، فعدم رؤية الخطيب أو سماع صوته يؤديان إلى الفوضى في القاعة وبالتالي الفشل في الأداء الخطابي. كما ييسر ذلك للمتكلم رؤية وجه سامعيه "... حتى يرى فاعلية إشارات الآخر وحركاته وتعبيراته في توجيه مجرى الخطاب، وسياسة الموقف الاتصالي على نحو آخر"⁵⁴.

فكما يمثل موقع المتحدث بالنسبة للمتلقى دوراً في التأثير في نجاح فعل التواصل الخطابي، فكذلك وضعية جلوس المتلقين أيضاً تمثل دوراً كبيراً في عملية الأداء سواء في ذلك للمتحدث والمتلقي، وأماكن الجلوس داخل القاعات المخصصة لإلقاء الخطابات تخضع لمقاييس مضبوطة؛ أهمها أن تكون وضعيتها في موضع منخفض عن مكان المتحدث؛ وأن تصف بطريقة تجعل من الجالس في أي موضع منها قادراً على رؤية المتحدث وسماعه بطريقة واضحة.

كما تراعى المسافة التي تفصل بين الكراسي أو أماكن الجلوس عامة وموضع المتحدث؛ وهي ما يعرف "بالمسافة العامة البعيدة"⁵⁵، حيث "تندم فيها الرؤية التفصيلية الواضحة للجسد، فتغيب تفاصيل البشرة وتعاير الوجه، وتشكل في هذه الحالة الإيماءات وحركات الجسم ونبرات الصوت المرتفع إحدى مقومات التواصل غير اللفظي، وهو ما يلجأ إليه الخطباء قصد التأثير في الجماهير"⁵⁶.

وتبقى الطريقة المثلى لتوزيع المتلقين داخل القاعة وأخذ أماكنهم؛ هي أن يلتف المستمعون حول المتحدث فلا يتركون فراغات كبيرة بينهم، مما يشتت بصر المتحدث وبالتالي ذهنه خاصة إذا كان فضاء القاعة واسعاً.

إن هذه الفضاءات الفارغة يمكنها أن تؤثر على المتحدث سلباً، لأنها تمتص نظراته وتقطع اتصاله الدائم بمستمعيه، وهذا ما يربكه عند مواجهته لجمهور على هذه الشاكلة، فتجميع المستمعين يعتبر محاولة لتهيئة وضعية أكثر ملاءمة للتواصل.⁵⁷

5. اختيار الزمان:

تمثل اللحظة التي يلقي فيها الخطاب نقطة هامة في فعالية أدائه للمتحدث والمتلقي في الوقت نفسه، وتقع مسؤولية ذلك على عاتق المتحدث فهو المسؤول عن تحديد الوقت المناسب لإلقاء الخطاب، وتحديد الوقت المناسب قد يخضع لعوامل تتعلق بالتوقيت، وقد يخضع لعوامل خاصة لكل من الملقى والمتلقي. وقليلًا ما يولي المتحدثون اهتمامًا بهذا البعد الذي يتعلق باختيارهم الوقت المناسب الذي يعتبر من المهارات الهامة فكثيرًا من حالات الفشل في التواصل تعزى إلى سوء التوقيت، ويتعلق التوقيت المناسب بعاملين؛ العامل الأول هو الوقت بمفهوم الزمن؛ أي الفترة الزمنية (اليوم، الساعة، الصباح، الظهيرة...)، والعامل الثاني؛ الوقت بمفهومه المشاعري والعاطفي والجسدي؛ أي الحالة المزاجية والمشاعرية والجسدية التي يكون عليها المتحدث والمتلقي⁵⁸.

فهناك أوقات ينشط فيها الجسم فتكون مناسبة للعباء والتلقي في آن واحد؛ كالفترات الصباحية، كما أن هناك "... فترات أخرى للتراجع والنكوص، ففي نهاية الفترة الصباحية تتراجع قدرات الانتباه ... وتضعف القدرة على التركيز أما في نهاية اليوم فيشكل الإعياء عامل نزوع شديد إلى الاسترخاء والخمول ..." ⁵⁹. لذلك يفترض تحديد الوقت الذي يكون فيه الجسم نشطًا قابلاً للعباء، فينشط فيه الدماغ ويقوى التركيز.

6. خاتمة:

يعتمد نجاح الخطاب على اعتبار الظروف النفسية للمرسل والمتلقي في الوقت نفسه، والتي تبني على أسس أهمها اختيار المكان واللحظة الزمنية المناسبة لكليهما؛ لأن لكل إنسان توقيتًا ينشط فيه حسب طبيعته وعاداته، فالإنسان يختار الساعة التي يكون فيها مستعدًا للإلقاء ويتخير لحظة صفاء الذهن وفراغ البال، لأنه إذا كان في ذهنه ما يعكر صفوه انعكس ذلك سلبًا على خطابه. كما أن تخير اللحظة المناسبة للتلقي، لا يقل أهمية على اختيار لحظة الحديث، لأن الهدف من الخطاب هو أن يترك الأثر المرغوب في المتلقي.

7. قائمة المراجع:

- 1- ابن الأثير ضياء الدين، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تج: أحمد الحوفي، بدوي طبانة، دار نهضة مصر، الفجالة، القاهرة.
- 2- أحمد مختار عمر، دراسة الصوت اللغوي، عالم الكتب، القاهرة، 1997.
- 3- أنطوان القوال، فن الخطابة دار العلم للملايين، ط: 01، بيروت، لبنان، 1996.
- 4- تزفتان تودوروف، اللغة والأدب، مقالات لغوية، اللغة والخطاب الأدبي، تر: سعيد الغانمي، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط: 1، 1993.
- 5- الجاحظ، أبو عمرو عثمان بن بحر، البيان والتبيين، تج: عبد السلام محمد هارون، مكتبة الخانجي، مطبعة المدني، القاهرة، ط: 07، 1998.
- 6- جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، دط، 2000.
- 7- حلمي خضر ساري، الأبعاد والمبادئ والمهارات، كنوز المعرفة، الأردن، ط: 1، 2014.

- 8- خديجة غفيري، سلطة اللغة بين فعلي التأليف والتلقي، أفريقيا الشرق، المغرب، 2012.
- 9- ابن خلدون، المقدمة، دار الفكر، بيروت لبنان.
- 10- رشيد بن مالك، قاموس مصطلحات التحليل الـسيمائي للنصوص، دار الحكمة، 2012.
- 11- سامي عبد الحميد، تربية الصوت وتطوير الإلقاء، مطبعة الأديب البغدادية، 1974.
- 12- سمير أبو حمدان، الإبلاغية في البلاغة العربية، منشورات عويدات الدولية، بيروت، باريس، ط: 01، 1991.
- 13- عبد الرحيم تمحري، تقنيات التواصل والتعبير، منشورات مجلة علوم التربية، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط1، 2007.
- 14- عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، دار القلم، الرباط، ط: 01، 2008.
- 15- علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطيب، مكتبة رحاب، مطبعة المعارف، الجزائر، دط، د.ت.
- 16- فاروق سعد، فن الإلقاء العربي الخطابي والتمثيلي، دار الكتاب اللبناني، ط1، بيروت لبنان، 1987.
- 17- فجر جودة النعيمي، علم النفس الاجتماعي، دراسة لخفايا الإنسان وقوى المجتمع، دار الرافدين، لبنان، دار أوما، العراق، ط1، 2016.
- 18- فرنسيس، ج برجين، الإعلام التطبيقي - واستخداماته في تطوير الإدارة، ترجمة: إبراهيم سلامة إبراهيم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1995.
- 19- القرطاجني، أبو الحسن حازم، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تح: محمد الحبيب ابن الخوجة، ط 3، دار الغرب الإسلامي، بيروت، لبنان، 1986.
- 20- محمد سيد، هناء حافظ بدوي، تكنولوجيا الاتصال والخدمة الاجتماعية، 1991.
- 21- محمد عبد الرحيم عدس، فن الإلقاء، دار الفكر، ط1، عمان، الأردن، 1995.
- 22- محمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، دار عماد، دمشق، ط: 01، 1999.
- 23- محمد منير حجاب، مهارات الاتصال عند الإعلاميين والتربويين والدعاة، دار الفجر، مصر، ط: 01، 1999.
- 24- منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الإسكندرية، 2001-2002.
- 25- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت.
- 26- نايف خرما، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، عالم المعرفة، الكويت، دط، 1978.
- 27- أبو هلال العسكري، الصناعتين، تحقيق: محمد علي البجاوي، ومحمد أبو الفضل إبراهيم، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، ط: 01، 2006.
- 28- ابن وهب، أبو الحسين إسحاق بن إبراهيم بن سليمان، البرهان في وجوه البيان، تقديم وتحقيق: حنفي محمد شرف، مكتبة الشباب، مطبعة الرسالة، دط، د.ت.
- 29- يوسف أبو العدوس، المهارات اللغوية وفن الإلقاء، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط: 01، 2007.
- 30- Jean dubois, Dictionnaire de linguistique, Larousse, 1973, Paris, p156

8. الهوامش:

¹ - ينظر ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مج: 01، ص 361.

² - voir Jean dubois, Dictionnaire de linguistique, Larousse, 1973, Paris, p156

³ - ينظر رشيد بن مالك، قاموس مصطلحات التحليل الـسيمائي للنصوص، دار الحكمة، 2012، ص 59.

⁴ - ابن وهب، أبو الحسين إسحاق بن إبراهيم بن سليمان، البرهان في وجوه البيان، تقديم وتحقيق: حنفي محمد شرف، مكتبة الشباب، مطبعة الرسالة، دط، د.ت، ص 151-152.

- ⁵ - تزفان تودوروف، اللغة والأدب، مقالات لغوية، اللغة والخطاب الأدبي، تر: سعيد الغاني، المركز الثقافي العربي، بيروت، ط: 1، 1993، ص 48.
- ⁶ - القرطاجني، أبو الحسن حازم، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، تح: محمد الحبيب ابن الخوجة، دار الغرب الإسلامي، ط 3، بيروت، 1986، ص 347.
- ⁷ - منال طلعت محمود، مدخل إلى علم الاتصال، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، الإسكندرية، 2001-2002، ص 43.
- ⁸ - أحمد مختار عمر، دراسة الصوت اللغوي، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 402.
- ⁹ - الجاحظ، أبو عثمان عمرو بن بحر، البيان والتبيين، تح: عبد السلام محمد هارون، مطبعة المدني، القاهرة، ط 7، 1998، ج: 01، ص 135.
- ¹⁰ - أحمد مختار عمر، دراسة الصوت اللغوي، ص 402.
- ¹¹ - محمد سيد، هناك حافظ بدوي، تكنولوجيا الاتصال والخدمة الاجتماعية، 1991، ص 122.
- ¹² - سمير أبو حمدان، الإبلالية في البلاغة العربية، منشورات عويدات الدولية، بيروت، باريس، ط: 01، 1991، ص 126.
- ¹³ - ينظر محمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، الخطابة علما وإعدادا، دار عماد، دمشق، ط: 01، 1999، ص 60.
- ¹⁴ - ينظر، محمد عبد الرحيم عدس، فن الإلقاء، دار الفكر، ط 1، عمان، الأردن، 1995، ص 16.
- * والطبع والطبيعة الخليفة التي جبل عليها الإنسان. [ابن منظور لسان العرب، ج: 8 ص 232]
- ¹⁵ - ينظر أبو هلال العسكري، الصناعتين، تحقيق: محمد علي البجاوي، ومحمد أبو الفضل إبراهيم، المكتبة العصرية، صيدا، بيروت، ط: 01، 2006، ص 56.
- ¹⁶ - ينظر ابن الأثير، المثل السائر، ابن الأثير ضياء الدين، المثل السائر في أدب الكاتب والشاعر، تح: أحمد الحوفي، بدوي طبانة، دار نهضة مصر، الفجالة، القاهرة، ج: 01، ص 38 - 41.
- ¹⁷ - ينظر فاروق سعد، فن الإلقاء العربي الخطابي والتمثيلي، دار الكتاب اللبناني، ط 1، بيروت لبنان، 1987، ص 204.
- ¹⁸ - ينظر يوسف أبو العدوس، المهارات اللغوية وفن الإلقاء، دار المسيرة، عمان، الأردن، ط: 01، 2007، ص 190.
- ¹⁹ - محمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، ص 10، 11.
- ²⁰ - ينظر محمد عبد الرحيم عدس، فن الإلقاء، ص 20، ويوسف أبو العدوس، المهارات اللغوية وفن الإلقاء، ص 192، ومحمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، ص 10.
- ²¹ - عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، دار القلم، الرباط، ط: 01، 2008، ص 70.
- ²² - ينظر أنطوان القوال، فن الخطابة، دار العلم للملايين، ط: 01، بيروت، لبنان، 1996، ص 16.
- ²³ - الجاحظ، البيان والتبيين، ج: 01، ص 159.
- ²⁴ - عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، ص 73.
- ²⁵ - أبو هلال العسكري الصناعتين، ص 26.
- ²⁶ - ينظر جميل عبد المجيد، البلاغة والاتصال، دار غريب، القاهرة، دط، 2000.
- ص 74.
- ²⁷ - عبد الرحيم تمحري، تقنيات التواصل والتعبير، منشورات مجلة علوم التربية، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، ط 1، 2007، ص 72.
- ²⁸ - ينظر المرجع نفسه، ص 72.

- 29 - محمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، ص 16.
- 30 - ينظر عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي ص 71.
- 31 - فرانسيس ج برجين، الإعلام التطبيقي - واستخداماته في تطوير الإدارة، ترجمة: إبراهيم سلامة إبراهيم، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1995، ص 27.
- 32 - المرجع نفسه، ص 27.
- 33 - ابن وهب، البرهان في وجوه البيان، ص 213.
- 34 - ينظر فرانسيس ج برجين، الإعلام التطبيقي، ص 27.
- 35 - أنطوان القوال، فن الخطابة، ص 16.
- 36 - عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، ص 71.
- 37 - محمد علي حلوم، الخطابة علما وإعدادا، ص 16.
- 38 - ينظر خديجة غفيري، سلطة اللغة بين فعلي التأليف والتلقي، أفريقيا الشرق، المغرب، 2012، ص 224.
- 39 - محمد منير حجاب، مهارات الاتصال عند الإعلاميين والتربويين والدعاة، مهارات الاتصال عند الإعلاميين والتربويين والدعاة، دار الفجر، مصر، ط: 01، 1999 ص 75.
- 40 - ابن خلدون، المقدمة، دار الفكر، بيروت لبنان ص 566.
- 41 - محمد منير حجاب مهارات الاتصال عند الإعلاميين عند الإعلاميين والتربويين والدعاة، ص 12.
- 42 - خديجة غفيري، سلطة اللغة بين فعلي التأليف والتلقي، ص 203.
- 43 - القرطاجني، منهاج البلغاء وسراج الأدباء، ص 347.
- 44 - المصدر نفسه، ص 347.
- 45 - محمد منير حجاب مهارات الاتصال عند الإعلاميين عند الإعلاميين والتربويين والدعاة، ص 39.
- 46 - ينظر نايف خرما، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، أضواء على الدراسات اللغوية المعاصرة، عالم المعرفة، الكويت، د.ط، 1978، ص 203.
- 47 - عبد الرحيم تمحري، تقنيات التواصل والتعبير، ص 80.
- 48 - ينظر فجر جودة النعيمي، علم النفس الاجتماعي دراسة خفايا الإنسان وقوى المجتمع، دار الرافدين، لبنان، دار أوما العراق، ط 1، 2016، ص 308، 309.
- 49 - ينظر حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، كنوز المعرفة، الأردن، ط 1، 2014، ص 180.
- 50 - ينظر عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، ص 65.
- 51 - ينظر سامي عبد الحميد، تربية الصوت وتطوير الإلقاء، مطبعة الأديب البغدادية، 1974، ص 100.
- 52 - أنطوان القوال، فن الخطابة، ص 22.
- 53 - أنطوان القوال، فن الخطابة، ص 22، 23.
- 54 - محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، ص 30.
- 55 - ينظر عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي، ص 64.
- 56 - المرجع نفسه، ص 64.
- 57 - ينظر المرجع نفسه، ص 67.
- 58 - ينظر حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمهارات، ص 181.
- 59 - عز الدين الزياتي، التواصل اللفظي والتواصل غير اللفظي ص 69.