الرسالة ٤٦٨

# أسس الاتصال الفعَّال عند الجاحظ

## (مقاربة في ضوء معطيات علم الاتصال الحديث)

د. أمين عبد الله محمد اليزيدي
قسم اللغة العربية - كلية التربية
جامعة حضرموت

د. علي أحمد اليزيدي الحاوري
قسم الإذاعة والتلفزيون - كلية الفنون
جامعة الحديدة

اليمن

حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية - الحولية السابعة والثلاثون - ١٤٣٨هـ / ٢٠١٧م

## المؤلِّف:

**د.أمين عبد الله محمد حسين اليزيدي.**

- دكتوراه في الأدب والنقد عن أطروحتي: «الخصائص الفنية في الحكم والأمثال العربية دراسة تحليلية تطبيقية على كتاب مجمع الأمثال للميداني» جامعة النيلين – السودان. ٢٠٠٥م.

- أستاذ الأدب والنقد المشارك، نائب العميد للشؤون الأكاديمية، كلية التربية – المهرة – جامعة حضرموت.

**الإنتاج العلمي:**

**أولاً- الكتب:**

مباحث في علم البيان، المتفوق للطباعة والنشر، صنعاء ٢٠١٢م.

**ثانياً- البحوث:**

١ – تجليات الصراع بين الذات والمفهوم في رواية (أحلام نبيلة) مجلة جامعة الحديدة، العدد الثالث، ٢٠١٣م.

٢- المنجز اللغوي في فكر الجاحظ (الهوية والانتماء) قراءة اجتماعية في اللفظ والمعنى، المجلة العلمية، ٢٠١٢م. كلية الآداب، جامعة أسيوط، العدد ٤٤.

٣- الصراع في المثل العربي القديم، مجلة آداب النيلين، العدد الأول/ج١/يناير – مارس ٢٠٠٩م.

٤- قصور الكفاءة اللغوية، آثاره، أسبابه مظاهره، مجلة دراسات حوض النيل، العدد العاشر، سبتمبر ٢٠٠٧.

٥- العلاقة بين الناقد والنص، وأثرها في تطوير النقد العربي القديم، مجلة كلية الآداب، جامعة أسيوط، مصر، العدد ٢٢، يناير ٢٠٠٧م.

٦- مقولات الاختيار عند ابن قتيبة دراسة نقدية، مجلة كلية الآداب، جامعة طنطا، مصر، المجلد الثاني، العدد ٢، يناير ٢٠٠٧م.

٧- فاعلية إنجاز الكلمة في شعر البردوني (الفجر) أنموذجاً، مقبول للنشر مجلة كلية الآداب جامعة صنعاء، تاريخ القبول ٢٠١٠/٥/٩م.

مكتبة لسان العرب
www.lisanarb.com

## المؤلِّف:

**د.علي أحمد اليزيدي الحاوري.**

- دكتوراه في علوم الاتصال (إذاعة وتلفزيون) عن أطروحتي: «المسلسلات التلفزيونية العربية والصّينية، دراسة تحليلية تطبيقية» كلية وسائل الاتصال، جامعة بكين. ٢٠٠٧ .

- أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد، رئيس قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الحديدة.

### الإنتاج العلمي:

**أولاً- الكتب:**

١- أساسيات في فقه الاتصال، المتفوق للطباعة والنشر، صنعاء، ٢٠١٤م.

٢- التلفزيون ولقيم. (تحت الطبع).

**ثانياً: البحوث:**

١ - المعالجة الإعلامية لقضايا الفساد في القنوات الفضائية اليمنية غير الحكومية، دراسة تحليلية. جائزة البحث العلمي، جامعة عدن، ٢٠١٤م.

٢- عناصر الإخراج ودورها في زيادة جاذبية الجسد الأنثوي لفتيات المسلسلات التلفزيونية العربية. مجلة كلية الآداب، جامعة الحديدة، العدد الثالث، ٢٠١٣م.

٣- المسلسلات التلفزيونية العربية ودورها في الانهيار الأخلاقي في المجتمعات العربية، منشورات الملتقى الدولي للتلفزيون، جامعة المدينة، الجزائر، أبريل، ٢٠١٣م.

# المحتـوى


- الملخص ..... ١٥
- مقدمة ..... ١٧
- أولًا: الاتصال والحاجة الإنسانية إليه ..... ١٩
- ثانياً: اللغة أساس عملية الاتصال الإنساني ..... ٢٤
- ثالثاً: مقاربة لمفهوم البيان/الاتصال ..... ٣١
- رابعاً: عناصر الاتصال في الرؤية الحديثة وفي أدبيات الجاحظ ..... ٤٣
- خامساً: معوقات الاتصال ..... ٦٣
- سادساً: الإستراتيجيات المستخدمة في الرسائل الإقناعية..... ٦٦
- الخلاصة..... ٨٥
- الهوامش..... ٨٧
- قائمة المصادر والمراجع..... ١٠١

## الملخص

تحتل العمليات الاتصالية أسمى مكانة في الأفعال الإنسانية بالغة التأثير في حياة البشر، ومعظم الاحتياجات الفردية والمجتمعية تقوم على العمليات الاتصالية ، ويُعَدُّ الاتصال القائم على اللغة هو الأوسع انتشاراً والأقوى تأثيراً والأسهل استخداماً. ويزخر التراث العربي بإسهامات واضحة في هذا الميدان العلمي. ويُعَدُّ الجاحظ من أوفر العلماء العرب حظاً في ملاحظة الاتصال اللغوي الواقعي ومراقبته ، مدوناً ملاحظاته في كتبه لا سيما (البيان والحيوان) ، في أسلوب مرن أقرب إلى السرد والحكاية ، معتمداً على ملاحظة الواقع الاجتماعي والوقائع اللغوية، ومن ثم فهو ينقل صوراً للتخاطب والاتصال في ذلك العصر المفعم بحيوية الجدل والمحاججة، ملاحظاً ومدوناً ما يتعلق بالاتصال الفعّال في المجتمع الإنساني أو التجمعات الإنسانية بلغة مشتركة واحدة أو بلغة هجين . ومن هنا فقد اختار الباحثان استقراء نصوص الجاحظ لاستنباط المبادئ الأساسية للاتصال اللغوي الفعّال ضمن مفهوم البيان مقارنة بمفهوم الاتصال عند المحدثين، ومفهوم عناصر الاتصال لدى الجاحظ والمحدثين وصولاً إلى إستراتيجيات الإقناع. وقد خلص الباحثان إلى أن الجاحظ قد رسم ملامح نظرية اتصالية متكاملة الأركان محددة المفاهيم منطلقاً من مفهوم البيان والخطابة

## مقدمة

العملية الاتصالية عملية إنسانية وجدت مع وجود الإنسان لسكنى الكون وعمارته، وقد أسهم التراث العربي وعلماؤه إسهاماً واضحاً في مسيرة تطور العلوم والمعارف، على مختلف الصعد، وفي جميع المعارف المكتشفة حينئذٍ، ورموا في كل ميدان بسهم، وبرعوا في فنون العلوم التطبيقية والتنظيرية. ومن المعارف والمهارات التي اعتنى بها التراث العربي العلوم المتصلة بفنون اللغة ومهاراتها التطبيقية كالنحو، والتصريف، وعلوم البلاغة، وفنون الأداء كإنشاد الشعر، والخطابة. وهي فنون استخدمت اللغة للتأثير في أفكار الآخرين وسلوكهم، وهذه الفنون لها صلة مباشرة بما يعرف اليوم بعلم الاتصال، حتى إن البلاغة العربية، في آخر المطاف، رسا بنيانها على أنها: مطابقة القول لمقتضى الحال، وهو أساس متين لكل فنون الاتصال. وكان من أبرز علماء العربية: أبو عثمان عمرو بن بحر بن محبوب الجاحظ، وتراثه موضع هذه الدراسة في ضوء مبادئ علم الاتصال الحديث. ولقد مثَّل الجاحظ منعرجًا بينًا في تاريخ الثقافة العربية ، لا فقط من حيث هي مادة وفكر ومضمون أدب وزاد علم وتدوين تاريخ فحسب، وإنما على وجه الخصوص، من حيث هي مؤسسة ذات آليات لاختزان المعرفة وصيانتها وتأمين انتقالها، ثم من حيث هي آليات بُنَى تواصلية لها قوانينها الذاتية، ولها مراسمها العرفية، ولها أدواتها الإبلاغية والأدائية. هذه الأدوات والقواعد، اليوم، تُعد جزءًا أصيلًا من نظم وقواعد علم الاتصال. أما العملية الاتصالية في ذاتها فهي فعل إنساني غريزي.

وكما تتواشج الدراسات النقدية والأدبية بالفنون الأخرى فإن دراسة الأدب ونقده وتحليله، تتداخل بدراسات اللغة ومستوياتها، ووظائفها، وطاقاتها الاتصالية المتعددة.

في ضوء الحاجة الغريزية للإنسان لممارسة العملية الاتصالية، بأشكالها المتعددة الذاتية والثنائية والجمعية والجماهيرية، وفي ظل الدور المتنامي لوسائل الاتصال الجماهيرية والذي يتطلب ضرورة تطوير الأساليب الاتصالية، فإنَّ هذه الدراسة تتحدد في إثبات دور العرب والمسلمين فيما يتعلق بوضع قواعد علم الاتصال، وسبر أغوار التراث العربي بغرض الاستفادة منها في تطوير المهارات الاتصالية، إذ إنَّ ممارسة الإنسان للعملية الاتصالية كانت قائمة وناجحة قبل الجاحظ، كما أنها استمرت بعد الجاحظ. ولم نكن – نحن العرب أو غيرنا – في حاجة للتذكير بأهمية الاتصال، بوصفه ممارسة أو علماً، إلا أنَّ الذي يمكن زعمه أن الجميع بحاجة إلى استنباط واكتشاف ما يمكن اكتشافه من الأساليب والفعاليات الاتصالية في التراث والفكر العربيين، لكون تلك الأساليب والوسائل منبثقة من صميم الممارسة الاتصالية العربية؛ وهو ما يجعل دراستها مفيدةً من الناحية التطبيقية والنظرية.

**معوقات الدراسة:**

1. اتساع مجال هذا الحقل المعرفي بما يجعل من المحال الإلمام به من جميع أطرافه.
2. تداخل عناصر الموضوع في حد ذاتها، وأيضاً، التداخل الذي تتميز به كتابات الجاحظ.

**أهداف الدراسة:**

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. محاولة العودة إلى لغات الاتصال في ينابيعها الأولى للوصول إلى تجديد البحث في التراث الإنساني اللغوي الذي يمثل آلة الاتصال برمتها.

2. استعراض ما قدَّمه الجاحظ في عصره بغرض الاستفادة منه، واستنتاج المبادئ الاتصالية مما قدَّمه.

3. المقارنة والتطوير للأساليب والاستخدامات الاتصالية، وفقاً لمتطلبات العصر القائمة، وتكنولوجيته الهائلة، خصوصًا أن الأساليب الاتصالية تتميز بالمرونة، وتقبل القياس، والمراقبة، وتتمتع بالمصطلحات الخاصة بها، والتي جرى تطويرها أولاً بأول.

4. إبراز دور العرب واللغة العربية في وضع وإرساء قواعد ممارسة العملية الاتصالية.

**منهج الدراسة:**

استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، لوصف الواقع وتحليل مكوناته، ولعرض المادة الجاحظية كنموذج في إطار التراث اللغوي والبلاغي العربيين، وفي ضوء المعطيات والدراسات اللغوية والنقدية الحديثة في علم الاتصال. كما تم استخدام الاستقراء ثم فرز النصوص الدالة والاكتفاء منها بما تحتاجه الدراسة، ويحقق الغرض ويبين الحجة.

## أولاً. الاتصال والحاجة الإنسانية إليه

ظاهرة الاتصال بين الأفراد والأمم والشعوب «ظاهرة قديمة قدم الإنسان والأمم، لكن الاهتمام بدراسة ظاهرة الاتصال، والإعلام، والدعاية، والرأي العام، دراسةً منهجية منتظمة، قد اتضح في الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية»[١]. وقد بادر الباحثون بدراسة الاتصال لكونه «محور الخبرة الإنسانية، والاتصال تبادل الأفكار من المعلومات التي تتضمن الكلمات والصور والرسوم والرموز المختلفة. ويحدث الاتصال لجميع الأفراد في كل الأوقات»[٢].

ويستخدم الباحثون مصطلحات: «الإعلام، والاتصال، والتخاطب، بالتبادل للإشارة إلى عملية إرسال واستقبال معلومات وإشارات أو رسائل ورموز يتم تبادلها بين شخصين أو أكثر، سواء بشكل مباشر أي المخاطبة وجهاً لوجه، أو بشكل غير مباشر، أي بالتخاطب عن بعد عبر وسائل الإعلام الجماهيري المختلفة من صحافة وإذاعة»(٣).

واصطلاح الاتصال يشير إلى جوانب عديدة للسلوك الاجتماعي؛ لأن «مقدرة الإنسان على إرسال وتلقي رسائل بطرق لا حصر لها، هي القوة الدافعة في العلاقات البشرية؛ بهذا المعنى فإنَّ الاتصال ينتشر ويتخلل الظروف الاجتماعية المحيطة بنا، وهو أساس الحياة الاجتماعية، وهذا يعني أن تحليل عمليات الاتصال هو أحد الطرق لدراسة الحياة الاجتماعية، لذلك فإنَّ أيَّ علمٍ يهتم بالمجتمع البشري أو السلوك الإنساني ينبغي أن يهتم بالضرورة بعملية الاتصال، وذلك لأن الطريقة التي تنتقل بواسطتها المعاني من المحتم أن تؤثر على العمليات الاجتماعية الأخرى»(٤).

وسواء أكان اتصالاً مخططاً، وهو ما نقوم به في حياتنا اليومية داخل الأسرة أو مع الغير، أو في الجماعات الصغيرة، أو داخل المجتمع ككل، فإن الهدف الجامع للقيام بعملية الاتصال هو تلبية حاجاتنا الإنسانية، فبالنسبة للفرد يُعَدُّ الاتصال ضرورة، والفرد يدخل في العلاقات الاتصالية لأنه يرغب في بناء العلاقة ببيئته، وبصفة خاصة البيئة الإنسانية المحيطة به. وفي إطار الدوافع والحاجات الثانوية يرى خبراء الاتصال في العصر الحديث أن أهمية الاتصال بالنسبة للفرد فيما يلي: في قيامه بدوره الاجتماعي داخل الجماعة أو داخل المجتمع ككل، وإحساسه بالطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعي، وبه يقضي على عزلته Isolatio، ويوفر حاجة الفرد من المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية

ليتخذ الفرد قراراته وينمّي مهاراته، ومن عملية الاتصال يكتسب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه، أي الحاجة إلى الانتماء والتكيف الاجتماعي، ويخفف عن نفسه عبء الحياة اليومية من خلال الهروب إلى واقع آخر يرسمه الآخرون، وتعرضه وسائل الإعلام. أما أهمية الاتصال بالنسبة للفرد في إطار مجتمعه فقد لخصها لازويلH . Lasswell في كتاباته الأولى بالآتي:

1. يوفر الاتصال للأفراد في المجتمعات، والمجتمع ككل، المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها لتجنبها مما يساعد على دعم الاستقرار.
2. يحقق الاتصال الترابط والتقارب بين أفراد المجتمع وعناصره، ويدعم التفاعل بينهم فيؤدي ذلك إلى تحقيق التماسك الاجتماعي.
3. يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع[٥].

وقد تطورت المفاهيم الاتصالية مع تطور المجتمعات، وتطور وسائل التواصل بين بني البشر، حيث يرى بعض علماء الاتصال «أنَّ هناك وحدة وتنوعاً على الصعيد الإنساني العام في جميع الفنون، وأنَّ مفهوم الوحدة يشمل الوظائف الاتصالية الجوهرية التي توجد في كل المجتمعات، في حين أنَّ مفهوم التنوع يشمل تنوع الوسائل في التعبير عن هذه الوظائف؛ لذلك فمن الخطأ البيّن أن نتصور أن وسائل الاتصال التي تعبر عن وظيفة اتصالية جاءت وليدة للحضارة البشرية وحدها. والاتصال لكونه مرتبطاً بالتاريخ الإنساني العام، وجد في كل مكان وإن كان قد اتخذ أشكالاً متباينة[٦] وهذا يؤكد أن الاتصال حاجة إنسانية لازمت الإنسان منذ بدء الخليقة، وتأسيساً على هذا الفهم فإنَّ التفسير الاتصالي (الإعلامي) يذهب بنا إلى أنه قد تمَّ نوع من تبادل الأدوار بين الوحدة والتنوع على الصعيد الإنساني بين العصور القديمة والعصر الحديث، فقد كانت الوحدة قديماً تعني وجود الإعلام

كوظيفة اتصالية في كل مكان في العالم، وكان التنوع قديماً يعني التنوع في شكل هذا الفن الاتصالي، أما اليوم فإنَّ الوحدة أصبحت في الشكل الإعلامي فناً له قواعد وأصول موحدة نتفق عليها عالمياً، في حين أصبح التنوع مرتبطاً بالشخصية القومية وما تنتجه من آثار فنية مطبوعة بطابعها القومي(٧).

إن العمل الاتصالي البشري أي (التفاهم) على أساس الرموز، هو من «القدرات التي تُعَدُّ شرطاً مسبقاً، وبدون هذا الاتصال لا يمكن للإنسان أن يطور مجتمعاته وثقافاته إلى الدرجة المعقدة التي طورها بها، والواقع أنه لا يمكن تخيل إمكان وجود أي شكل من أشكال المجتمعات البشرية بدون هذه المقدرة، فالعمل الاتصالي هو الوسيلة التي يتم بواسطتها التعبير عن أنماط الجماعة، وهو الوسيلة التي تمارس بواسطتها السيطرة الاجتماعية وتوزيع الأدوار، ويتم بفضلها تنسيق الجهود، وتصبح التوقعات ظاهرة وتنفذ بها العملية الاجتماعية كلها... ومن الصحيح أيضاً أنَّ اندماج الفرد في اللغة هو مفتاح هذه الطبيعة السيكولوجية، فبدون أن يتعلم الفرد استخدام الرموز ومعانيها الداخلية المرتبطة بها، لن يصبح قادراً على التأثير في المعاني وتكوين معتقدات عن نفسه، ولن يستطيع أن يفكر بعمق في أية مشكلة، أو أن يكوّن عواطف بشرية، أو يدرك مبدأ أو يخطط للمستقبل، أو يتعلم من دروس الماضي، أو يؤدي أعمالاً بشرية أخرى»(٨). فالمرسل من خلال لغته يُعَبِّر لنا عن رغبته في الانتماء الاجتماعي والسياسي والفكري، وعن حلمه في جماعة تضامنية يعتبر نفسه ممثلاً لها(٩). والاتصال بالآخرين مسألة حياة بالنسبة لكل من: الفرد، والنوع الإنساني. و«اللغة.. هي إلى حدٍّ بعيد نظام الاتصال الأكثر كفاءة الموجود تحت تصرف البشر، وهو ما نتج عنه مباشرة القيمة الاستعمالية الفائقة للغة. وهذا أمر حاسم في الواقع لدرجة أن الناس غير القادرين على الكلام يُنْظَرُ إليهم – في العادة – بوصفهم عجزة أو غير طبيعيين»(١٠).

وفي أدبيات الجاحظ نراه يتحدث عن الاتصال من حيث الحاجة البشرية إلى الاتصال والاجتماع بوصفه حاجة بشرية كالغريزة، ذلك: «أَنّ حاجةَ بعض الناس إلى بعض، صفةٌ لازمةٌ في طبائعهم، وخِلقةٌ قائمةٌ في جواهرِهم، وثابتةٌ لا تُزَايلُهم، ومُحيطةٌ بجماعَتِهم، ومشتملةٌ على أدناهم وأقصاهم...»[١١]. ويكون تحقيق هذه الحاجة بالتعبير والاتصال؛ إذ إنَّ «المعاني القائمة في صدور النّاس المتصوَّرَة في أذهانهم والمتخلّجة في نفوسهم، والمتَّصِلة بخواطرهم، والحادثة عن فِكَرهم، مستورةٌ خفيّة، وبعيدةٌ وحشية، ومحجوبةٌ مكنونة، وموجودةٌ في معنَى معدومةٍ، لا يعرف الإنسانُ ضميرَ صاحِبه، ولا حاجة أخيه وخليطِه، ولا معنَى شريكِهِ والمعاونِ له على أموره، وعلى ما لا يبلغه من حاجات نفسه إلاّ بغيره، وإنما يُحيي تلك المعانيَ ذكرُهم لها، وإخبارُهم عنها، واستعمالُهم إيّاها، وهذه الخصالُ هي التي تقرّبها من الفهم، وتُجَلّيها للعقْل، وتجعل الخفيَّ منها ظاهراً، والغائبَ شاهداً، والبعيدَ قريباً، وهي التي تلخّص الملتبِس، وتحلُّ المنعقد، وتجعل المهمَل مقيَّداً، والمقيَّد مطلقاً، والمجهولَ معروفاً، والوحشيَّ مألوفاً، والغُفْل موسوماً، والموسومَ معلوماً، ... والدَّلالة الظاهرةُ على المعنى الخفيّ هو البيانُ»[١٢]. وفي النص أيضاً سرد لمجمل الوظائف الاتصالية كالتعبير، وطلب الحاجيات، والتفهيم، والإقناع، والتعريف، وزيادة الإيضاح. ومن الدليل على نفعية الاتصال أنه يكون لغةً، واللغة أمر مفروغ منه في طبائع البشر، ومع ذلك فإنه وبقدر استفادتهم منها يكون تعلمهم واستعمالهم إياها: «واللغاتُ إنما تشتدُّ وتعسُرُ عَلَى المتكلم بها؛ عَلَى قدْر جهله بأماكنها التي وضعت فيها، وعَلَى قدْر كثرةِ العدد وقلَّته، وعلَى قدْر مخارجها، وخفَّتها وسَلَسهَا، وثقلها وتعقُّدِها في أنفسها.... والجملة: أنَّ مِنْ أعْوَنِ الأسباب عَلَى تعلُّم اللغة فرط الحاجةِ إلى ذلك، وعلى قدْر الضرورة إليها في المعاملةِ يكونُ البلوغُ فيها، والتقصير عنها»[١٣].

بل ربما جعل الجاحظ من الاتصال البشري فعلاً تعبديًّا؛ لأن فيه صلاحاً للبشرية وعمارةً للكون، يقول الجاحظ: «ثمَّ تعبَّدَ الإنسانَ بالتفكُّرِ فيها، والنظرِ في أُمورِها، والاعتبار بما يَرَى، ووَصَل بينَ عُقولهم وَبيْنَ معرفةِ تلك الحكَم الشريفة، وتلك الحاجاتِ اللازمة، بالنظرِ والتفكير، وبالتنقيب والتنْقير، والتثبت والتوقُّف؛ ووَصَلَ معارفَهم بموَاقعِ حاجاتِهم إليها، وتشاعُرِهم بمواضع الحكم فيها بالبيانِ عنها. [وقد] جعلَه اللّه تعالى سبباً فيما بينَهم، (اجتماعي) ومعبّراً عن حقائق حاجاتهم، (تعبيري وتفاعلي) ومعرّفاً لمواضع سدّ الخَلَّة ورفْع الشبهة، ومداواةِ الحَيرة (الإقناع)، ولأنّ أكثرَ الناسِ عن الناس أفهمُ منهم عن الأَشباحِ الماثلة... ولأنَّ الشّكلَ أفهَمُ عن شكله» (تفاعلي إنساني)[١٤].

وللفعل الاتصالي عند الجاحظ أغراضٌ أساسية أهمها: تحقيق حاجة إنسانية اجتماعية ونفسية ونفعية، وهو أيضاً يؤدي وظيفة إقناعية واجتماعية وتعبيرية، وهو يتسم بالإنسانية. وللاتصال أغراض لا يخلو من أحدها وقد يجمع بين أكثر من غرض، فقد يكون غرض الاتصال إثراء معلومات القارئ فقط أو إرادة أن يكشف للفرد عن قدراته الاتصالية الكامنة فيه وفي اللغة وكيف يمكن استغلالها وتوظيفها. وقد «يساهم الفرد في عملية الاتصال لكي يؤثر على الآخرين من حوله وحتى لا يصبح محوراً لتأثيرهم فقط، أي أنه يتصل ليؤثر، يتصل لكي يشعر بأن له دوراً وأن له كياناً مستقلاً وأنه قادر على ممارسة إرادته والتأثير في الظروف المحيطة»[١٥].

## ثانياً. اللغة أساس عملية الاتصال الإنساني

تظل اللغة في علاقتها بالاتصال موضع اهتمام الدارسين والباحثين منذ أن بدأت الدراسات الفكرية، فقد نشر جون لوك John Lock عام 1960 أحد التحليلات الأصيلة لطبيعة وأهمية الاتصال في الحياة الإنسانية، ربط فيها ربطاً مباشراً ما

بين العقل واللغة فقال: «عندما خلق الله الإنسان ككائن اجتماعي لم يخلقه راغباً ومحتاجاً لرفاق من جنسه فقط، وإنما زوَّده أيضاً باللغة التي هي أداة ضخمة ورابطة مشتركة في المجتمع... وامتلك الإنسان أعضاء تتلاءم مع حالة الألفاظ الصوتية التي سنطلق عليها اسم الكلمات ... وإلى جانب الألفاظ الصوتية، كان لا بد من القدرة على استخدام هذه الأصوات بوصفها إشارات تمثل المفاهيم الداخلية، وجعلها تمثل الأفكار الموجودة في العقل، بشكل يجعلها معروفة للآخرين، وقادرة على نقل أفكار الإنسان من شخصٍ لآخر. ويصف لوك في نظريته العلاقة بين الكلمات والمعاني الداخلية ودور اللغة باعتبارها أساساً لكل من العقل والمجتمع»[١٦].

كما اهتم علماء اللغة وعلماء النفس اللغوي بالعمليات التي يقوم بها كل فرد من أطراف عملية الاتصال في هذه العملية، حينما يختار كل فرد بناءً أو تركيبًا نحويًّا ليعبِّرَ به عن فكرة و معنى، أو يفسر كلام الآخرين ليصل إلى الدلالات الضمنية للتركيب أو البنايات النحوية[١٧]. فاللغة كنظام من الرموز، وسلوك اتصالي، تنطوي على معان موضوعية إشارية صريحة، وأخرى وجدانية ، والاتصال السليم القائم على الفهم المتبادل بين الأشخاص والجماعات يستلزم الوعي بالمعاني المختلفة الكامنة وراء الكلمات والعبارات، وتوظيف الكلمة في خدمة السلوك الاتصالي[١٨].

مما سبق نجد أنَّ علماء علم اللغة وعلم الاجتماع وعلم الاتصال في العصر الحديث، قد بذلوا جهداً كبيراً وهم يقومون بتحليل الفعل الاتصالي الإنساني، ووضعوا له المبادئ والمراحل، آخذين في الاعتبار حالة الاتصال باستخدام الكلمة الواحدة، وحالة الاتصال باستخدام تراكيب الكلمات التي تتبع قواعد محددة من النحو والتركيب. هذه الأوضاع خاض فيها الجاحظ قبل عدة قرون ووضع فيها مبادئ ومحددات تتشابه إلى حد التطابق مع ما وضعه علماء الاتصال في العصر الحديث.

فالجاحظ صورةٌ للإنسان المتفاعل مع قضايا عصره، والمُعَبِّر عن مجتمعه المحلي في كتاباته، التي تكاد تلامس مختلف القضايا، والفعاليات المجتمعية، مهما صغرت، بما فيها مخاطبة النوكى والمجانين، وفرَّق بين أسلوب مخاطبتهم وبين مخاطبة العقلاء[١٩] وكتب عن اللصوص والبخلاء والمعلمين وغيرهم من فئات المجتمع ومكوناته. وهو يبحث في طبيعة الخطاب اللغوي الواقعي، ووظيفة اللغة في ذلك الاتصال اللغوي، وعلاقة الخطاب/ اللغة بالمجتمع، وهو ما أذِن ببدء مرحلة جديدة تُمَثِّلُ ظاهرةً تاريخيةً جديرةً بالملاحظة في النظر إلى اللغة في صورتها الأدائية الفعلية أدباً، أو خطاباً يومياً اعتيادياً، متصلاً باللغة والفكر، والفن، والثقافة، والمجتمع، نظرةً تتجاوز وصف جزئيات متناثرة إلى وصف طبيعة اللغة الإنسانية من زاوية اتصالية. وهذه الزاوية تمثل التمثيل الفعلي الأكثر حضوراً واستثماراً لغوياً من قبل البشر – عامة – في الماضي والحاضر، وحتى تقوم الساعة؛ إذ ما ينطبق على العربية في رؤية الجاحظ، يمكن أن ينطبق تماماً – كتعميمات – على اللغات الأخرى، فنظرته لم تكن محدودة في قواعد تخص لغة العرب، بقدر ما كانت تنظر إلى اللغة ذاتها، بوصفها هِبَةً إلهية تؤدي وظيفة/ وظائف متعددة وفقاً للفكر الإنساني، لا الفكر العربي فقط. ولذا، فلا عجب أن نجد كتابات الجاحظ قد مهدت لنهضة كبيرة في علوم اللغة المختلفة، وخصوصاً في البيان والبلاغة والنقد، ثم في علاقة المجتمع باللغة والهوية. ولا غرو أن نجد عظماء أعلام العربية، في مختلف الفنون، قد نقلوا، أو استلهموا تراث الجاحظ وأسلوبه ومحاوراته. كانت محاوراته حجاجية واقعية، وكأنَّه يروي حدثاً اجتماعياً، أقرب إلى السرد منه إلى المنطق العلمي الصارم.

أيضاً تتجلى في نصوص وكتابات الجاحظ مقدرةٌ لغوية، وأدبية، وفنية؛ جعلته يُضَمِّن المحاورات والسياق السردي والكلام الشعبي في سياقٍ متصل؛ تحقيقاً

لوظائف اللغة الاتصالية. وهو في أثناء ذلك لا يؤدي رسالة اتصالية تعليمية وتربوية تتناسب مع المحيط الاجتماعي والثقافي، فحسب، بل وضع للإنسانية جمعاء مبادئ هامة تتعلق بممارسة عملية الاتصال؛ فقد حرص الجاحظ أن يرشد قارئه/ متلقيه إلى العيوب والمزالق لتجنبها، لتتحول المعرفة إلى ممارسة «فلولا استعمال المعرفة لما كان للمعرفة معنى»[٢٠]. كما ذكرَ نماذج ناجحة للتأثر بها، ونقلَ تجارب ناجحةً وامتدحها للتأسي والتحفيز، كواصل بن عطاء[٢١]، ومحمد بن عبد الملك الزيات[٢٢]. ولعل من أبرز ما يؤكد هذا: تصنيفه الناس إلى خواص وعوام، ثم هو يرى أن العوام أسرع تصديقاً[٢٣] بما لا يقع ولا يكون من الخرافات، وهم لا يبصرون الجمال لفسادٍ في أذواقهم[٢٤]، وهم أبعد عن الفهم، ويسهل على الراقي والحواء اختداعهم على قدر الطمع في عقولهم[٢٥] ويَنْهَى المتلقي أن يذهب مذهب العامة وقد جعله الله من الخاصة[٢٦]. «فأَمَّا عوامُّ الأمم، فضلاً عن خواصهم، فهم يعلمون مِن ذلك مثلَ ما نعلم، وإنما يُتفاضَل بالبيان والحِفظ، وبنسق المحفوظ، فأَمَّا المعرفة فنحن فيها سواء...»[٢٧]. والجاحظ بذلك يؤكد مسألةَ مستوى تعليم وذكاء المتلقي كعامل من عوامل النجاح الاتصالي. وكل هذه الاعتبارات لها وجاهتها في مبادئ علم الاتصال الحديث. والتي أصبحت فيما بعد تعرف تحت اسم: تصنيف خصائص جمهور وسائل الإعلام. ويعد «إطار الانتماء والعلاقات الاجتماعية مطلباً مهماً للكشف عن المعايير الثقافية والاجتماعية، الكلية، في المجتمع، لأغراض التخطيط للحملات الإقناعية ووصف الجمهور»[٢٨].

ويظهر أن كتابات الجاحظ، مع أنها أدبية بصفة عامة، فإنها تتضمن بُعداً قصصياً خاصاً، فهي احتجاجية تحاكي البيئة المحيطة. يقول في بداية كتابه البخلاء: «ذكرتَ حفظك الله أنك قرأتَ كتابي في تصنيف حيل لصوص الليل، وفي تفصيل حيل

سرَّاق النهار، وأنك سددتَ به كل خلل، وحصَّنتَ به كل عورة ... وقلتَ: اذكر لي نوادر البخلاء، واحتجاج الأشحاء، وما يجوز من ذلك في باب الهزل، وما يجوز منه في باب الجد..»[٢٩] ثم يفصل ما أجمله في القول السابق بقوله: «ولك في هذا الكتاب ثلاثة أشياء: تبين حجة طريفة، أو تعرف حيلة لطيفة، أو استفادة نادرة عجيبة»[٣٠].

وتعكس نصوص الجاحظ ونقوله وملاحظاتُه، ملاحظاته عن تعامل الناس مع اللغة وبها، في إطار مجتمع متعدد الثقافات والأعراق، انطلاقاً من المحادثة اللغوية في صورها الاعتيادية، والراقية. وهذا جعل كتبه زاخرة بالألفاظ السهلة والجزلة على حدٍّ سواء، وبصورةٍ طريفة. وقد اتخذ الجاحظ من المحادثة مؤشراً على اللغة والمجتمع، فالمحادثة «تُشَكِّلُ صيغة التفاعل اللغوي والمطلق، صيغةً يتفاعل من خلالها المشتركون في الحدث مباشرة في سياق ملموس، وبذلك ينفذون نشاطاً اجتماعيًّا تعاونيًّا، يُعْنى أساساً بالعلاقات المجتمعية والروابط الشخصية والاجتماعية داخل تلك العلاقات؛ لكون التفاعل يشكل سمة أساسية في النشاط اللغوي، وكون النشاط اللغوي صيغة خاصة في تبادل الأثر المجتمعي... وتحتل المحادثة مكاناً مرموقاً في تأملات تحليل النص لأن المحادثات تكون الشكل الأصلي للنشاط اللغوي»[٣١]. إذ التفاعل اللغوي الفعلي الأول والأكثر حضوراً هو المحادثة والتفاعل المباشر باللغة، وبها مع المجتمع؛ لكونها وسيلة الاتصال والتواصل، والحضور الاجتماعي. ومن هنا تبدو تبعات المفهوم الاجتماعي للغة متمثلة في تبعات الاتصال والتواصل، كإلقاء التحية والتعبير عن الود وغيره ونقيضه، وقضاء المنافع والحاجات، والاتفاق على التسمية، وفعل التسمية في حدِّ ذاته أو التعيين.

واعتماد الجاحظ على المحادثة يعني إدراكه للعملية الاتصالية في أبعادها

المختلفة؛ «فالمحادثة جزء أساس ومهم من النشاط الإنساني اليومي، المكوّن لعالَمنا الاجتماعي، فالمحادثة، شأنها شأن أي نشاط اجتماعي آخر، إنتاجٌ تفاعليٌّ يُحَدِّدُ فيه شركاء المحادثة نشاطاتهم اللغوية على أنها نشاطات من نوع معين، ولذا فإن تكوين الاتصال اللغوي يكون بشكل متبادل بين طرفي الاتصال بطريقة منتظمة»[٣٢].

وتكشف لنا نصوص الجاحظ التنظيرية، وما ينقله في معرض الاستشهاد أو المدح أو الذم أو التوجيه ... وغير ذلك، عن رؤيته للأداء التفاعلي اللغوي وطبيعته ووظائفه. فالمهم ليس نطق الأصوات، بل المدار على: الفهم، والإفهام، والتأثير. وللإفهام وسائله اللغوية والأدائية، وآثاره البادية على المتلقي والمنطلقة من المرسل. وقد بدأ الجاحظ بنفسه، بوصفه مرسلاً، مستعيذاً بالله من الحصر، والعي، ومن التكلف ومن الهذر[٣٣]. من هنا فقد تجاوز التنظير للأداء عند الجاحظ مسألة صحة اللغة وسلامة النحو إلى مسائل أخرى، من قبيل سلامة آلات الأداء، وموافقة الأداء للحركات، واستثمار تلك الحركات والإيماءات في التأثير في المتلقي، وفي إنجاح العملية الاتصالية التي تظهر آثارها في: استمالة المتلقي وإقناعه، إعجابه، متابعة المرسل... ونحو ذلك[٣٤].

كما سعى الجاحظ إلى تحديد معالم بلاغة الخطابة القائمة على البيان في كتاب ((البيان والتبيين))[٣٥]، في حين أنه ضمَّن كتاب ((الحيوان)) ورسالة ((التربيع والتدوير)) معالم لبلاغة النص الكتابي[٣٦]. ويبدو أن الجاحظ يركز بحكم البيئة على إستراتيجيات الإقناع، والاستمالات المستخدمة في الرسائل الإقناعية، في بيئة تتهددها أخطار متنوعة ومتعددة، أهمها الخطر الثقافي في الثوب اللغوي. وتعكس نصوص الجاحظ، في موضوع البحث، رؤيته تجاه الفعل اللغوي الاتصالي وعناصر

الحديث واقتناعه بقدرة اللغة بوصفها وسيلة اتصالية/ قناة اتصال، وإعجابه بها في قدرتها التعبيرية والتأثيرية. ومن خلال تتبع الإشارات التي أرسلها الجاحظ عن الاتصال وطبيعة الفعل الاتصالي يمكن أن نستنتج ما يلي: اهتمام الجاحظ بالخطوط التوجيهية الأولى، وإلى أنواع العوامل والمتغيرات التي ينبغي أن تؤخذ في الحسبان للوصول إلى عملية الإقناع. «كالمهارات الاتصالية. ويُقْصَدُ بها المهارات اللغوية: مهارات الكتابة والتحدث عند المرسل (القائم بالاتصال)، ومهارات القراءة والاستماع عند المستقبل. وقدرة الطرف الأول على اختيار رموز رسالته، أي وضع الفكر في رموز اتصالية **Encoding**، وقدرة الطرف الثاني على فك هذه الرموز وتحويلها إلى معان وأفكار **Decoding**، ويطلق على هذه العملية مهارات الترميز **Coding**»[٣٧]. وبهذا يكون الجاحظ قد ألمَّ بمجمل العناصر الاتصالية في حين ركزت كل نظرية اتصالية على طرف على حساب آخر.

فالتنظيمات الاتصالية (القول لـ(جروسه)): «ترتبط مباشرة بوجود المجتمع... تنتج عن التفاعل، وهي ضرورية كتفاعل»[٣٨]. من خلال عناصر عملية التعبير والاتصال، «وهذه العناصر أو المواد الخام هي: الكلمة، والصورة أو الرسم، والصوت»[٣٩]. وهي عند الجاحظ: لفظ، وخطّ، وعَقْد، وإشارة[٤٠]. ونحن هنا نتحدث عن الاتصال اللغوي بوصفه أكثر استعمالاً وانتشاراً، وأيسر فهماً لجميع البشر تقريباً. واللغة هي العنصر المركزي لكفاءة الاتصال، على الرغم من أنها ليست العنصر الوحيد، بل هي أيضاً العنصر الذي يمكن تقييمه على نحو أسهل في شكل التكلفة المالية، ومن ثمَّ يمكن اكتسابه عن طريق الاستثمار الرشيد. وفضلاً عن الشفرة اللغوية بالمعنى الدقيق فمن الضروري تعلم طريقة استعمالها بشكل صحيح، أي طريقة استعمالها في توافق مع الأنماط الاتصالية والاجتماعية...[٤١]. واللغة أوسع وأهم أبواب هذه الصور. ولأن الاتصال فعل إنساني وحاجة بشرية؛

فإن اللغات وبقدر حاجتهم إليها وتفاعلهم بها، كانت سننهم التعبيرية وفقاً لها؛ ذلك «أنّ للنَّاس عاداتٍ، وكلاماً يُعرِّف كل شيءٍ بموضعه، وإنما ذلك على قدْر استعمالهم له، وانتفاعهم به»[٤٢].

واللغة نشاط إنساني، وهي أهم أدوات الاتصال الحضاري، والتواصل الإنساني الاجتماعي. «وقد أصبح عزل الناس بعضهم عن بعض وسيلة من وسائل التعذيب [والتأديب التربوي] فالسجن والنفي نوعان من التعذيب، وأهم ما فيهما هو حرمان الإنسان من التكلم مع الغير، أو الاستماع إليه، أو كلا الأمرين»[٤٣] ولقد كان العزل الاجتماعي ومنع التواصل والاتصال بالآخرين عقوبة إلهية على الثلاثة الذين تخلفوا عن غزوة تبوك.

## ثالثاً. مقاربة لمفهوم البيان /الاتصال

عاش الجاحظ في بيئة يعوزها التواصل الفعلي الناجح بين بعض الفئات، وهو ما لم يكن مألوفاً قبل الانفتاح العربي الإسلامي على مختلف الثقافات والمجتمعات، بما تحمله من هوية، وعقائد، وأخلاق، وعادات أخلاقية وتعبيرية. من هنا فنظرة الجاحظ للغة – في فعلها الاتصالي – تُعَدُّ أول نظرة عربية ثاقبة في هذا المجال. والمؤسف أن التابعين للجاحظ من النقاد والبلاغيين واللغويين اجتزؤوا الأفكار وطوروها مجزأة، فلم تظهر أنها ضمن عملية كبرى هي العملية الاتصالية في أبعادها المختلفة، اجتماعياً، وثقافياً، وفكرياً، وأدبياً، فالبلاغة – وخصوصاً علم المعاني – تضع قواعد قوية لكيفية ممارسة عملية الاتصال. وتوقع الشاعر لدرجة استجابة متلقيه – أيضاً – عملية اتصالية. وفنون الكتابة وفنون الخطابة عملية اتصالية... وهكذا. إلا أن هذه الفنون قد دُرِسَت في معزل عن تأثيراتها الاجتماعية، والاكتفاء بتصنيف الأساليب، واستنباط ما يمكن استنباطه من قواعد.

ومُشكل تجزئة الأفكار رافق العلماء حتى وقت قريب، ثم اتسع مجال الاتصال في أواخر الأربعينيات وبداية الخمسينيات اتساعاً كبيراً، حين بادر عدد من علماء الاجتماع والسلوكيين وخبراء الاتصال بتفسير العملية الاتصالية، ووضع نماذج ونظريات للاتصال، شملت مواضيع مثل: أسس الاتصال اللفظي وغير اللفظي من إشارات وغيرها، وأساليب الإقناع، وطبيعة الاتصال الجماهيري... إلخ، وكلٌّ منهم فسّر العملية الاتصالية حسب خلفيته العلمية التخصصية، ومن ثمّ نجد مضمون التفسير ينظر إلى العملية من زاوية واحدة لها علاقة مع التخصص، لذا كان القصور موجوداً. ثم ظهرت دراسات تحليلية لعملية الاتصال في شكل نماذج تفسِّر عملية الاتصال والعلاقة بين عناصرها المختلفة، كان أشهرها آنذاك تشخيص العالم «هارولد لاسويل H. Lasswell» الذي نشره عام 1948، والذي يتلخص في: (من يقول؟ ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي أثر؟). ثم تلاه نموذج «شانون وويفر Shannon& Weaver» عام1949 ، اللذين أدخلا مصطلح الضوضاء أو التشويش الذي قد يتداخل مع إرسال الإشارة من مصدرها إلى هدفها. ثم جاء نموذج «شرام Schramm» عام 1954، ظالذي قدم مفهوماً هاماً هو: مجال الخبرة المشترك بين المرسل والمستقبل. ونموذج «وستلي، وماكلين Westley & Maclean» عام 1955، اللذين اقترحا أنّ الاتصال لا يبدأ بمصدر بل مجموعة من الإشارات أو الرسائل المحتملة في بيئة المرسل. وفي نفس السياق أضاف «برادوك R. Braddock» عام 1958 إلى نموذج «هارولد لاسويل H. Lasswell» بأسئلته الخمسة عنصري: الظروف/البيئية المحيطة التي تتم فيها عملية الاتصال، وأهداف المرسل (لأي هدف؟ تحت أي ظروف؟). ثم جاء نموذج «أسجود وشرام Osgood & Schramm» عام 1959، الذي يبين أن هناك تماثلاً بين سلوك المرسل والمستقبل

أثناء عملية الاتصال[44]. وفي الستينيات من القرن العشرين ظهر نموذج «بيرلو Berlo» عام 1960، الذي وضع عوامل ضابطة أو محددات لكل عنصر من العناصر الاتصالية التقليدية الأربعة: المصدر، الرسالة، القناة، المستقبل. ثم جاء نموذج «نيوكمب Newcomb» عام 1961، الذي يصف عملية الاتصال من حيث تفسير ما يحدث داخل الأفراد. ثم طور «ديفلور Defleur» عام 1966 نموذج «شانون» مناقشاً مدى التطابق (الذي نادراً ما يكون كاملاً) بين الرسالة المُنْتَجة من قِبَل المصدر والرسالة الواصلة إلى المستقبل، ومضيفاً الأثر الرجعي وفوائده التعديلية. وفي عام 1967 ظهر نموذج «واتزلاويك، وبيفن وجاكسون Watzlawick، Beavin، Jackson»، والذين صوروا الاتصال على أنه عملية أخذ وعطاء للرسائل بين المرسل والمستقبل. وفي عام 1981 ظهر نموذج «روجرز، كنكيد Rogers & Kincaid»، الذي يركز على أهمية الوصول إلى فهم مشترك وكاف عن موضوع الإيصال عن طريق المعلومات المتبادلة بين المرسل والمستقبل[45].

وهذه النماذج، وغيرها، عكست بشكل واضح التطور التاريخي لعلم الاتصال منذ منتصف القرن العشرين حتى الآن، وعكست الإسهامات التجريبية التي تمت في هذا المجال من أجل وضع إطار نظري لهذا العلم وفروعه المختلفة. بجانب ما عكسته من إسهامات العلوم الأخرى مثل: علم الاجتماع، وعلم النفس، وعلم اللغة في هذا المجال. ومع هذا نجد أنَّ كل نموذج اهتم بجزئية معينة في عملية الاتصال على حساب أخرى، فبعض نماذج الاتصال اهتمت بعنصر واحد أو عنصرين وتأثيراتها في عملية الاتصال، مثل تأثيرات ضبط المعلومات في بناء الرسائل الاتصالية، أو تأثيرات الدوافع والحاجات في التعرض والإدراك لمحتوى الاتصال. وهذه لا يمكن أن نوجه إليها النقد بقصورها في عملية تفسير الحركة أو التأثير، ولكنها تكون قد

قامت بدورها في حدود الأهداف العلمية لبناء هذه النماذج. وهذا ما يمكن القول به فيما قدمه الجاحظ في هذا الجانب العلمي.

فالجاحظ في تعريفه للبيان أو التطرق لمفهومه، يُضَمّنه عناصرَ مهمة توضح رؤيته لطبيعة الاتصال اللفظي وشروطه من حيث: الأداء (طريقة العرض أو تقديم الرسالة)، والهدف (التأثير، أو ردة الفعل، أو الاستجابة)، وموافقة الحال للمقام (السياق)، ومراعاة الطبقة الاجتماعية للمرسل وللمتلقي. ولطبيعة الظرف الاتصالي من حيث: الأداء وهيئة ونطق وتركيب الرسالة... والظرف الاتصالي المتضمن: المقام، طبيعة السامعين، الظرف المكاني، الغرض من الاتصال، نوع الاتصال (فردي/ ثنائي/ جمعي)، خطبة نكاح، خطابة عامة، رسائل رسمية، نكتة طرفة نادرة.

إذاً فالبيان/العملية الاتصالية في نظر الجاحظ، فعلٌ إنسانيٌّ، يمكن تعميم مكوناته على مختلف اللغات. فهو عملية إنسانية متكاملة مستمرة تتم بين طرفين، أو أكثر، عبر رسالة، هي هنا لغوية (مباشرة أو مكتوبة) تحمل مضموناً أو موضوعاً، له غرضٌ قصدَ إليه المرسل، ويقع هذا الغرض والمفهوم ضمن نطاق إدراك وفهم المتلقي، وبما يتناسب مع المقام (الأحوال والمتغيرات المكونة للعملية الاتصالية، والمؤثرة فيها) لضمان أكبر قدر من النجاح الاتصالي. ويتسم هذا البيان بأنه إنساني يلبي حاجة غريزية بشرية (نفعية، اجتماعية، نفسية...). وأنه تفاعليٌّ يحدث ضمن المجموعة كما يحدث داخل الفرد.. وأنه نفعيٌّ به يتفاهم البشر ويحققون أغراضهم ومنافعهم.. وأنه مستمرٌ ومرتبطٌ بوجود الحياة البشرية.. وأنه ثقافي به يتناقلون التجارب والخبرات والتاريخ ويعززون الانتماء والهوية.. وأنه مهاري يجمع بين الاستجابة للغريزة والحاجة، وبين تطوير المهارة والتدرب.. مهاريٌّ يجمع بين الغريزة (كونه

حاجة إنسانية وله مقومات غريزية وعضلية في جسم الإنسان وطبيعته) وبين المَلَكَة (كونه يُنَمَّى بالتدريب والتثقيف) وأنه متغير بتغير الحال ويتأثر بالمحيط، ويرتبط بمفهوم المقام ومكوناته المختلفة، ويتأثر إيجاباً أو سلباً بعدد من المتغيرات التي تؤدي إلى نجاح العملية الاتصالية أو إعاقتها والتشويش عليها. وهذا يتوافق في مجمله مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات التي أجريت على عمليات الاتصال الإنساني ضمن حقول علمية عديدة، حيث قادت نتائج هذه الدراسات إلى الاستنتاج بأنه يجب النظر إلى الاتصال ضمن خمسة مفاهيم أساسية في أقل تقدير وكما يلي[٤٦]:

1. «أنَّ الاتصال عملية دلالية (سيمية) تعتمد على الرموز وعلى قواعد الاستخدام التي يمكن اختيارها من قبل جماعة لغوية معينة. (وتختلف تلك الرموز باختلاف المجتمعات).

2. أنَّ الاتصال عملية عصبية – neurobiological – يتم فيها تسجيل معانٍ ورموز معينة في ذاكرة الأفراد. (ويتم استعادتها عند الحاجة).

3. أنَّ الاتصال عملية نفسية – Psychological – ، حيث يكسب الأفراد من خلال التعلم معاني الكلمات ومعاني غيرها من الرموز، وتؤدّي مثل هذه المعاني دوراً أساسياً في إدراك العالم والاستجابة له.

4. أنَّ الاتصال عملية ثقافية – Cultural –، واللغة هي مجموعة من المصطلحات والأعراف الثقافية. (المتفق عليها). أي أن اللغة في أي مجتمع هي: مجموعة من المواقف والإشارات والرموز مرتبة بشكل معين، بحيث يكون لها تفسيرات مشتركة متفق عليها (بين أفراد المجتمع).

5. أنَّ الاتصال عملية اجتماعية –Social – وهو الوسيلة الأساسية التي يستطيع الكائن الحي بواسطتها أن يتفاعل بأشكال لها معنى، وهكذا فمن خلال التبادل الرمزي يستطيع الأفراد أداء الأدوار وفهم قيم الجماعة وتطبيق الأعراف الاجتماعية وتقييم أفعال الآخرين وذلك ضمن نظام القيم المشتركة».

والبيان بوصفه ممارسة هو عملية إنسانية تعني: إرسال رسالة مقصودة، لها مضمون ما، يتوقع منها إحداث أثرٍ ما، وبُنِيَت وفق سنن اللغة المتخاطب بها إلى متلقٍ/ متلقين، بما يؤدي إلى إفهامهم مضمون تلك الرسالة. أما البيان بوصفه مفهوماً ونتيجة وخلاصة للممارسة فهو: الإفهام المرتكز على أدوات إجرائية تتعلق بالممارسة ومكوناتها، من حيث: المرسل، الرسالة، المتلقي، المقام. تتوافق وسنن اللغة المتخاطب بها بأداء رسالة تعبيرية، تُحدِث أثراً في المتلقي بما تعمّد فيها مرسلها من صنعة ودقة (مهارة).

وخلاصة مفهوم البيان عند الجاحظ: أنَّ البيان «اسمٌ جامعٌ لكلِّ شيءٍ كشَفَ لك قِناعَ المعنى، وهتكَ الحِجَاب دونَ الضمير (مفهوم الرسالة)، حتّى يُفْضِيَ السّامعُ (المتلقي/ ولا بد من مرسل) إلى حقيقته، ويَهجُم على محصولِه كائناً ما كان ذلك البيانُ، ومن أيّ جنسٍ كان الدّليل؛ لأنّ مَدَارَ الأمرِ والغايةَ التي إليها يجرِي القائل والسّامع، إنَّما هو الفَهْمُ والإفهام (الغرض)؛ فبأيّ شيءٍ بلغْتَ الإفهامَ (الأداة) وأوضَحْتَ عن المعنى (المضمون)، فذلك هو البيانُ في ذلك الموضع (متغير ويتأثر بالمحيط الاتصالي أو الظرف الاتصالي)، ثم اعلم – حفِظَكَ اللَّه – أنّ حُكْمَ المعاني خلافُ حُكمِ الألفاظ؛ لأن المعانيَ مبسوطةٌ إلى غير غاية، وممتدّةٌ إلى غير نهاية، وأسماءَ المعاني مقصورةٌ معدودة»[٤٧]. ويقول الجاحظ: «وإنّما مَدارُ الشّرَف على الصواب وإحراز المنفعة، مع

موافَقَة الحال، وما يجب لكلّ مَقام من المقال، (ظرف اتصالي) وكذلك اللفظ العامّيّ والخاصّيّ، فإنْ أمكنَكَ أن تبلغ من بيان لسانك وبلاغة قلمك ولُطف مَداخلك واقتدارِك على نفسك، إلى أن تُفْهم العامَّة معانيَ الخاصَّة، وتكسُوَها الألفاظَ الواسطة التي لا تَلطُف عن الدَّهْماء، ولا تَجفُو عن الأَكْفاء، فأنت البليغ التامّ»[٤٨].

**العقد الاتصالي عند الجاحظ:**

في النص السابق وبقية مضمون صحيفة (بشر بن المعتمر) يمكن استخلاص مبادئ العقد الاتصالي بين المرسل والمتلقي.

العقد الاتصالي كما يراه الجاحظ يقوم على: ركن أساس هو «الإفهام والتَّفهُّم والبيان والتبيُّن والطَّلب ثم التثبُّت»[٤٩] ثم ما يتفرع عنه من مقومات مثل: مخاطبة المتلقي بما يفهم، ومراعاة مقامه، ومناسبة حال السامعين ونحوها.

وهذا يُشْتَرط بصورة نسبية متفاوتة تبعاً للغرض؛ فقد يكون الغرض افتتاح قول وتعارف، وقد يكون الغرض أمر توجيه ممن يحق له ذلك، أو غيره. وفي كل الأحوال فالعقد الاتصالي ينشأ مع البداية العفوية أو مع البداية المقصودة، أو عند التفكير في الاتصال ببناء تصور مبسط عن هذا العقد، يتضمن مبادئ أساسية في التعامل الاتصالي، كما يتضمن توقع ردة فعل المتلقي، وأيضاً مواجهة المرسِل لردة الفعل وتعامله معها، وفق توقع فهم الرسالة وتأثيراتها ومدى نجاحها. كما يتضمن العقد الاتصالي تفكير المرسل في خطة لإفهام المتلقي/ ضمان فهم المتلقي، لمضمون الرسالة، بما يؤدي إلى إحداث الأثر المطلوب، هذا في ذهن المرسل وحين اتصاله، وستتوقف نسبة النجاح وفق أفق التوقع.

**ويفيد تبني تصور مسبق عن أفق التوقع في:**

1 – إمكانية قياس نجاح الرسالة، ومن ثمَّ أيضاً إحداث إشباع لدى المرسل بأنه أوصل غايته.

2 – التهيؤ لأكثر من توقع محتمل، وهذا يساعد، قدر الإمكان، في تمكين المرسل من تقدير فعالية الاتصال وفق الخط الذي يسير عليه، وما إذا كان يجب إتمامه أو تطويره أو التراجع عنه تمامًا، أو عن بعض مضمونه.

3 – يساعد في تبنّي إستراتيجيات دفاعية/ حجاجية ( فإن قلتَ – في محاورات الجاحظ ) وحشد أدلة يتوقع إفادتها والاستفادة منها في الفعل الاتصالي.

4 – التقليل من الخسائر العَرَضية قدر المستطاع.

5 – يتيح جمع وترتيب الأفكار والحجج، وخصوصاً في الرسالة المكتوبة، أما الرسالة المباشرة فإن الكلام قد يجرُّ بعضه بعضاً. إلا أنَّ التوقع يكون مفيداً في معظم الأحوال، على أن لا يكون التوقع محدوداً منغلقاً فإنَّ هذا قد يؤدي إلى هدم مشروع الاتصال، أو تعرضه لهزات تغير مساره، وأسلوبه، وتوقعاته.

وهذا العقد: ضمني، ونفسي، وشخصي، ووهمي. فهو ضمنيٌّ غير معلن. وهو نفسيٌّ يتبع الحالة النفسية والمزاجية. وهو شخصيٌّ يتأثر بالتصور المسبق عن الآخرين وبالعلاقات الشخصية. وهو ظنيٌّ يتأثر وينبني وفق تصورات مسبقة عن الأشخاص والأشياء والأفكار.. وقد يكون رسمياً وهذا في التعاملات الرسمية وله عندئذٍ خصائصه وفق المتعارف عليه. من الأعلى إلى الأدنى، ووفق الرتب الوظيفية والاجتماعية.

ومن مبادئ هذا العقد عند الجاحظ – بعد الإفهام –: تَجَنُّب ما يكون سبباً في جلب الكرب للمتلقي، كالتعبير السخيف في غير موضعه، أو العجز عن الإتيان بالتعبير وفق متطلبات الأداء المتعارف عليها كحكاية النوادر وفقاً لأسلوب أدائها، دون تخير اللفظ أو استعمال الإعراب: «فإنما الكَرْبُ الذي يَخْتِم على القلوب، ويأخذُ بالأنفاس، النادرةُ الفاترة التي لا هي حارّةٌ ولا باردة، .... ومتى سمعتَ – حفِظك اللَّه – بنادرةٍ من كلام الأعراب، فإيّاك أن تحكيها إلا مع إعرابها ومخارِجِ ألفاظها؛ فإنَّك إنْ غيَّرتَها بأن تلحَنَ في إعرابها وأخرجْتَها مخارجَ كلام المولّدين والبلديّين، خرجْتَ من تلك الحكايةِ... وكذلك إذا سمِعتَ بنادرةٍ من نوادر العوامّ، ومُلْحة من مُلَح الحُشوَة والطَّغام، فإيَّاكَ وأن تستعمِلَ فيها الإعراب، أو تتخيَّرَ لها لفظاً حسناً، أو تجعل لها مِن فيك مخرجاً سَرِيّاً؛ فإنّ ذلك يفسد الإمتاع بها، ويُخرجها من صورتها، ومِن الذي أُرِيدَت له، ويُذهب استطابَتهم إياها واستملاحَهم لها، ثمَّ اعلمْ أنّ أقبَحَ اللَّحن لحنُ أصحاب التّقعير والتقعيب، والتَّشديق والتمطيط والجَهْورةِ والتفخيم»[٥٠]. وإفساد متعة المتلقي بالرسالة ينهي العقد الاتصالي؛ فالمتعة هي المكافأة التي ينتظرها المتلقي من التلقي والاستماع، وهذه المتعة قد تمثل الإشباع لدى المتلقي وهو «أكثر الثمار التي يتم جنيها من هذه المكافأة»[٥١].

ومن مبادئ هذا العقد: عنايته بالمقام، وبالطبقة، وبالموقف، وبحالة المستمعين. وأيضاً عنايته بالالتزام بالتقاليد الموروثة في الخطاب، كالبدء بالأطلال في القصيدة العربية القديمة؛ لأنه مما تحبه النفوس، ويذكرها الصبابة والأحباب، واتخاذ العصا، واتخاذ الزي المناسب للمقام وللوظيفة الاجتماعية والرسمية، بما يوحي بمقام المتكلم. والبعد عن المصطلحات المجلوبة من أصحاب المهن.

وكل ما يتعلق بحضور المتلقي في بنية الخطاب لغةً، أو ضمناً قد يكون من حقه أن يكون داخلاً في بنية العقد الاتصالي. وما يتعلق بمهارات المرسل وعلاقته بالمتلقي يقع ضمن مفهوم العقد الاتصالي. وفي حال تم بناء العقد فإنه سيكون على الطرفين – وخصوصاً المرسل – الالتزام بمواد ومبادئ هذا العقد التي يمكن النظر إليها على أنها تعميمات. ويمكن إيجاز بنود هذا العقد في:

– إفهام المتلقي ومخاطبته بما يفهم.

– مخاطبته وفق مقامه.

ومما يؤكد حضورَ وفهم العقد الاتصالي عند الجاحظ، وفق التوصيف السابق، ربطه البيان بالإفهام، وبأن لا يؤتى السامع من سوء إفهام المرسل، ولا يؤتى المرسل من سوء فهم السامع(٥٢). وفي إتمام بنود ومتطلبات العقد الاتصالي يتوقع أن يجد المرسل استجابةً ما للرسالة.

من هنا فالغاية الكبرى والأولية من الاتصال هي التفاهم، والتفاهم – قطعاً – ليس مجرد إرسال إشارة نفعية فقط، بل في التفاهم معنىً أعمق من مجرد التوقف عند المنفعة التي تشبه في غرضها الاتصال الحيواني بعضه ببعض. ومن استقراء النصوص السابقة ونحوها يتجلى أنَّ مفهوم البيان (كما يراه الجاحظ) يقوم على عدد من المكونات، هي:

**المكون الأول. الإفهام:**

والإفهام ضمن البيان/ الاتصال الناجح الفعَّال هو: الإفهام القائم على عقد اتصالي يتضمن التفاهم: «وبأي شيء تفاهَم الناسُ فهو بيانٌ، إلا أنَّ بعضه أحسنُ من بعض»(٥٣). والحسن ليس يعود إلى الألفاظ في ذاتها، بل إلى موقف اتصالي

يشمل: اللفظ، والمتلقي، والغرض، والموضوع. وهذا التفاهم على مراتب يمكن للمرء ملاحظته والتدرب عليه، وقياس نفسه إليه[٥٤]. ولعل في لفظ التفاهم ما يشير صراحة إلى التفاعل بين طرفين أو أكثر، ومع إمكانية حدوث سوء فهم، أو اختلاف أو عدم فهم، وهذا يتطلب التفاهم. «فمدار الأمور والغاية التي يُجرَى إليها على: الفهم والإفهام والتَّفهُّم والبيان والتبيُّن والطَّلب ثم التثبُّت»[٥٥]. والإفهام يكون في المكتوب كما يكون في اللغوي المباشر، وفق سننهم التعبيرية والأدائية وأساليبهم النظمية، دون تكلف مفرط أو تساهل مجحف؛ «فمَدارُ اللائمة ومستقَرُّ المذَمّة، حيث رأيتَ بلاغةً يخالطها التكلف، وبياناً يمازجه التزيّد»[٥٦]، والتزام المرسل بسنن أصحاب اللغة يؤدي إلى إرسالٍ ناجحٍ، لرسالةٍ تؤتي ثمارها بتحقق الإفهام والتأثير، ويتحقق ذلك إجرائياً بمهارة المرسل في بناء الرسالة وأدائها؛ إذ «على قَدر وُضوح الدَّلالة وصوابِ الإشارة، وحسن الاختصار، ودِقّة المَدْخَل، يكون إظهارُ المعنى، وكلّما كانت الدَّلالة أوضَحَ وأفْصَح، وكانت الإشارةُ أبيَنَ وأنْوَر، كان أنفَعَ وأنْجَع، والدَّلالة الظاهرةُ على المعنى الخفيّ هو البيانُ الذي سمِعْتَ اللَّه عزّ وجلّ يمدحُه، ويدعو إليه ويحثُّ عليه، بذلك نَطَقَ القُرآنُ، وبذلك تفاخَرَت العَرب، وتفاضَلَتْ أصنافُ العَجَم»[٥٧]. وهذه هي بعض شروط الرسالة الاتصالية الناجحة عند الجاحظ، والمهارات الخاصة بالمرسل التي تضمن له حُسن الأداء وقوة التأثير في المتلقين.

**المكون الثاني. العبارة:**

المكون الثاني لمفهوم البيان الاتصالي الناجح، وهو العبارة وما يتعلق بشكل الرسالة من حيث الألفاظ وبنية العبارة وموسيقاها وغرضها، وهو مفهوم مبثوث في أثناء كتابات الجاحظ. يقول: «ليس الكتابُ إلى شيءٍ أحوجَ منه إلى إفهام معانيه، حَتَّى لا يحتاجُ السامع لما فيه من الرويَّة، ويحتاجُ مِنَ اللفظ إلى مقدارٍ يرتفع به عَنْ ألفاظ

السِّفْلَةِ والحَشْو، ويحطُّه من غريب الأعراب ووَحْشِيّ الكلام»[٥٨]. والإفهام لا يكون بأيِّ لفظ أو إشارة بل: «إفهامكَ العربَ حاجتَك على مَجاري كلام العرب الفُصَحاء»[٥٩]

**المكون الثالث. إحراز المنفعة:**

أي لا تكون الرسالة ألفاظاً تندرج ضمن التصويت، لا فائدة منها، ولا غرض ولا هدف، بل ربما كانت فعلاً غير مقصود. ولعل (إحراز المنفعة) هو من أبرز ما ركز عليه «ولبور شرام» في نموذجه بتأكيده: «ضرورة أن تصاغ الرسالة بما يتفق وحاجات المستقبل بحيث تحقق له عائداً من وراء التعرض للرسالة. وفي هذا الإطار أوضح شرام أن اختيار رسالة ما سيتوقف على قدر الجزاء الذي سيحصل عليه الفرد، أو قدر العقاب أو الأذى الذي سيتجنبه مقسوماً على قدر الجهد المطلوب»[٦٠].

**المكون الرابع. التناسب بين الألفاظ والمعاني:**

تمكنه من التناسب بين الألفاظ والمعاني، وبين الرسالة والمتلقين «فمدارُ الأمر على إفهام كلِّ قوم بمقدارِ طاقتهم، والحملِ عليهم على أَقدار منازلهم، وأن تُواتِيَهَ آلاتُه، وتتصرّفَ معه أداتُه»[٦١] وأن يراعي حال السامعين ومقاماتهم، يقول الجاحظ: «ويقسم أقدارَ المعاني على أقدار المقامات، وأقدارَ المستمعين على أقدار تلك الحالات»[٦٢].

**المكون الخامس. موافَقَة الحال:**

موافقة الحال وما يجب لكلّ مَقامٍ من المقال[٦٣]، وهذا المكون هو خلاصة تجتمع في ظلها مجمل المكونات. والمقامٍ/ الظرف الاتصالي وهو من أهم مكونات الدورة الاتصالية.

## رابعاً. عناصر الاتصال في الرؤية الحديثة وفي أدبيات الجاحظ

لعلم الاتصال جذور تاريخية عميقة، «حيث وضع» أرسطو«أسساً علمية لا تزال قائمة للتفاعل بين الخطيب (المرسل) والجمهور (المستقبل) تقوم على أن يُعِدَّ المرسل رسالته (خطبته) بصورة شائقة وجذابة ومقنعة، حين يمكن أن تؤثر في الجماهير بالصورة المستهدفة»[٦٤]. وعرف أفلاطون حجم وحدود المدينة بأنها: «تلك التي تستوعب عدداً من الناس يستطيعون سماع صوت خطيب واحد... فقد كان يعني بذلك الحدود التي يفرضها الاتصال على المجتمع»[٦٥].

وعناصر الاتصال كما رسمها ياكبسون هي: مرسل (رسالة – سياق – صلة – شفرة) مرسل إليه، ولكي تكون الرسالة فاعلة في المرسل إليه فإنها تتطلب سياقاً يحيل إليه يفهمه المرسل إليه ويكون لغويًّا أو يمكن التعبير عنه لغوياً كما تتطلب الرسالة أن تكون لها شفرة مشتركة كليًّا أو جزئيًّا[٦٦].

1. **المرسل** Sender ، **أو القائم بالاتصال** Communicator :

وهو «الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها»[٦٧]. وينبغي «أن تتوفر في المرسل عدة مهارات حتى يكون قادراً على صياغة أفكاره في رموز تناسب المتلقي وتؤدي إلى تحقيق أهدافه»[٦٨].

وقد اهتم خبراء الاتصال والباحثون ابتداءً من «دافيد بيرلو[٦٩]» D, Berlo 1960، بالعوامل التي تؤثر في نجاح أو فشل الاتصال في علاقتها بكل عنصر من عناصره. ووجود هذه العناصر أو غيابها يحدد بشكل مباشر مصادر التشويش في عملية الاتصال واتجاهاته، والتي تؤدي إلى عدم إدراك المعنى المتماثل لدى كلٍّ من: المرسل والمستقبل، لذلك حدد الخبراء مجموعة من المهارات اللازم توافرها في المرسل مثل: الفصاحة اللغوية، وسلامة النطق، والثقافة الشاملة، وسرعة البديهة ...إلخ.

ومن منظور الجاحظ يرتكز مفهوم المرسل على: شخصية لها القدرة على اجتذاب الجمهور[٧٠]، ولديها المهارات اللازمة لتقدير الخطاب وفقاً لمقام الخطاب والتلقي[٧١]، والإفهام، عبر التمكن من العبارة، والتزام سنن التعبير، فضلاً عن التمتع بعدد من الخصائص الجسدية كالسلامة من عيوب اللسان وسقوط الأسنان. وأخرى معنوية أهمها: أن يكون له قابلية وطبيعة في التمكن من مهارات الاتصال[٧٢]، وأن يكون موفور المحفوظ من الأمثال والأشعار والحكايات، على علم بثقافة العصر والمجتمع، ومعرفة الأبنية والاشتقاقات. ويتمتع بخصائص مهارية حركية وأخرى لغوية تعبيرية، أما الحركية فتتمثل في موازنته بين الحركة والعبارة، والعناية بالمتلقي ومتابعته بعينيه، وأما اللغوية التعبيرية فتتمثل في: جودة الأداء، وحسن العبارة، كل ذلك في غير تكلف ظاهر. والمرسل الناجح في أعلى مراتبه هو ما عبَّر عنه الجاحظ – وفقًا لصحيفة بشر بن المعتمر – بالبليغ التام في قوله: «فكُن في ثلاثِ منازل؛ فإن أُولَى الثلاث أن يكون لفظُك رشيقاً عذْبًا، وفخْمًا سهلًا، ويكونَ معناك ظاهرًا مكشوفًا، وقريبًا معروفًا، إمَّا عند الخاصَة إنْ كنتَ للخاصَّة قصَدت، وإمَّا عند العامَّة إنْ كنتَ للعامَّة أردت .... فإنْ أمكنَكَ أن تبلغ من بيان لسانك، وبلاغة قلمك، ولُطف مَدَاخلك، واقتدارك على نفسك، إلى أن تُفْهم العامَّة معانيَ الخاصَّة، وتكسُوَها الألفاظَ الواسطة التي لا تَلطُف عن الدَّهْماء، ولا تَجفُو عن الأَكْفاء، فأنت البليغ التامّ»[٧٣]. ومجمل هذا المفهوم يمكن اكتشافه في مبحث إستراتيجيات الإقناع.

ولأن الاتصال مهاري فهو يجمع بين استجابته للغريزة والحاجة البشرية، وبين خضوعه للتدرب والمران، وقبوله للقياس والملاحظة، وفق نموذج مثال (راقي). ولا يتمكن الإنسان من تنمية قدراته الاتصالية ما لم يكن لديه قابلية ورغبة، ثم حرص على التدرب والمران، وكثرة الاستماع وملاحظة الفعل اللغوي لذاته كشخص، وللآخرين في تفاعلهم الفعلي باللغة. وهذا ما يعبر عنه الجاحظ بوصيته: «وأنا أُوصِيكَ ألاّ تدَعَ

التماسَ البيان والتبيين إن ظننتَ أن لك فيهما طبيعةً... ولا تُهمِلْ طبيعتَك فيستوليَ الإهمالُ على قُوّة القريحة، ويستبد بها سوءُ العادة، وإنْ كنتَ ذا بيان وأحسستَ من نفسك بالنُّفوذ في الخَطابة والبلاغة، وبقُوّة المُنّة يوم الحَفْل، فلا تُقصّرْ في التماس أعلاها سُورة، وأرفعها في البيان منزلةً»[٧٤]. ويحذر من العوائق والمشوشات التي تثبط من مهارة المرسل، وأبرزها الخوف. والجاحظ يدعو إلى اكتشاف المرء ذاته الإبداعية في الحقل الاتصالي والتعبيري. ومن وسائل اكتشاف الذات: الثقة بالنفس، ولكن بصورة تدريجية، وحتى يتم التأكد منها، وليرى مدى قبوله اتصاليًّا، من خلال أمارات تظهر على المتلقي: «فإنْ رأيتَ الأسماعَ تُصْغي له، والعيونَ تَحْدِج إليه، ورأيتَ مَن يطلبُه ويستحسنه، فانتحله، فإن كان ذلك في ابتداء أمرك، وفي أوَّل تكلُّفك فلم تر له طالباً ولا مستحسناً، فلعلّه أن يكون ما دام ريّضًا قضيبًا، أن يحلَّ عندَهم محلَّ المتروك، فإذا عاودْتَ أمثالَ ذلك مرارًا، فوجَدْتَ الأسماع عنهُ منصرفة، والقلوبَ لاهية، فخُذْ في غير هذه الصناعة»[٧٥] وينقل صحيفة بشر بن المعتمر في بيان كيف يتمكن المرء من اكتشاف مهاراته الاتصالية وتطويرها[٧٦].

وتتفاوت القدرات الذاتية باختلاف الاهتمامات وتنوعها، وهذه النظرة تؤكد أنَّ شروط القائم بالاتصال الناجح (مهارات المرسل الناجح) وثيقة العلاقة بالقدرات والطبائع ، وقد لا تتوافر في جميع الأشخاص: «فقد يكون الرَّجل له طبيعةٌ في الحساب وليس له طبيعة في الكلام؛ وتكون له طبيعة في التِّجارة وليست له طبيعةٌ في الفلاحة... ويكون له طبعٌ في تأليف الرسائل والخطب والأسجاع، ولا يكون له طبع في قرض بيت شعرٍ، ومثل هذا كثيرٌ جدّاً»[٧٧]. وهذا يؤكد ما ذهب إليه علماء الاتصال، في العصر الحالي، من ضرورة توافر مهارات اتصالية معينة في من يمارس العملية الاتصالية. إلا أنه ينبغي على من يسعى إلى امتلاك ناصية الاتصال

الفعَّال استمرار الرياضة، والتدرب، وعدم الخوف، أو الركون إلى ما قد حصَّل من إمكانية القدرة، وضرورة تعهد الذات بما يصلح مواهبها ويصقل قدراتها ذلك أنه: «إذا ترك الإنسانُ القولَ ماتت خواطرُه، وتبلّدَتْ نَفْسُه، وفسَدَ حِسُّه... واللّسان إذا أكثرتَ تقليبه رقَّ ولانَ، وإذا أقللتَ تقليبَه وأطَلْت إسكانَه جسأ وغلظ ... وأيةُ جارحةٍ منعتَها الحركةَ، ولم تمرّنها على الاعتمال، أصابَها من التعقُّد على حسب ذلك المنْع»[٧٨]. والمران والتدرب لا يناقضان الطبع «فرأس الخَطابة الطبْع، وعَمُودُها الدُّربة، وجناحاها رواية الكلام، وحَلْيُها الإعراب، وبهاؤُها تَخيُّر الألفاظ، والمحبَّة مقرونةٌ بقلّة الاستكراه»[٧٩].

ويتنافى مع المهارة الاتصالية والتمرن لإتقانها ما يضاد الأمور التي تؤدي إلى البراعة في الاتصال والتمكن من مهاراته، ومنها: طول استماع العجمة، أو الهجنة اللغوية، والإقامة الطويلة في الديار التي تفسد اللغة[٨٠]، وعدم مراقبة المرء نفسه لأدائه وتعهده لها بالصنعة[٨١]. ومما يتنافى مع الحرص على التفوق الاتصالي والتدرب عليه: «ترك الحفظ، والبعد عن استماع أهل البراعة في الأداء، والقرب ممن هم دون الذروة في الخطاب» لأنّ المعنى الحقيرَ الفاسدَ، والدنيَّ الساقط، يعشّش في القلب ثم يَبيض ثم يفرّخ فإذا ضَرَب بجرانِه ومَكَّن لعُروقه، استفحل الفساد وبَزَل، وتمكّن الجهل وقَرَحَ، فعند ذلك يقوى داؤه، ويمتنع دواؤُه؛ لأنّ اللفظَ الهجينَ الرديّ، والمستكْرَهَ الغبيّ، أعلَقُ باللّسان، وآلف للسمع، وأشدُّ التحاماً بالقلب من اللفظ النَّبيه الشّريف، والمعنى الرَّفيع الكريم»[٨٢] ولذا فقد أُعْجِبَ الجاحظُ بالكُتَّاب: «فإنهم قد التمَسُوا من الألفاظ ما لم يكن متوعرًا وحْشيًّا، ولا ساقطًا سُوقيًّا»[٨٣] وربما كان ذلك لأنَّ أعمالهم أكثر اتصالية من غيرهم، فهم في موقعٍ رسميٍّ، وكلماتهم تسير بين الناس.

2. **الرسالة/المفهوم:**

والرسالة هي التي تحتوي على عدد من المعاني أو الأفكار، ينقلها المرسل أو القائم بالاتصال إلى الطرف الآخر –المستقبل/المتلقي– ويتم التعبير عن هذه المعاني أو الأفكار من خلال الرموز اللغوية أو اللفظية Verbal، أو من خلال الرموز غير اللفظية Non -Verbal أو من خلالهما معاً.

والرسالة الإعلامية ((الاتصالية)) تتكون من عدة عناصر هي: «الرموز، والمحتوى (المعاني، الأفكار، القيم)، والمعالجة أو أسلوب عرض وتقديم الرسالة»(٨٤).

ويشير علماء الدلالة إلى أننا «نستخدم الكلمات ذات المعاني القياسية (القاموسية) إذا ما رغبنا في الاتصال مع آخرين من ذات جماعتنا اللغوية. ويشيرون إلى أنَّ مثل هذه المعيارية هي التي تجعل الاتصال ممكنًا»(٨٥). وإن كان لكلٍّ منا معانيه المجازية الخاصة للكلمة، إضافة إلى تلك المعاني التي اكتسبت معيارية معينة لدى جماعتنا اللغوية ... فالعديد من الكلمات لها معانٍ مركبة مثلًا كلمة (رأس) تعني الجزء الأعلى من الجسم، كما قد تعني رَجُلًا مسؤولاً (رأس) الدولة أو (رأس) الشركة، وذلك وفقًا للسياق الذي تستخدم فيه، وقد تعني هذه الكلمة معنىً مجازياً ينفرد به هذا الشخص، فقد تعني مثلًا (الرجل المتآمر)(٨٦). ومع ذلك فعند وضع الكلمات بعضها مع بعض وفقًا لنماذج مختلفة، ولقواعد ثقافية محددة فإن معاني الرسائل الناتجة عن هذه الكلمات تتخطى المعاني المرتبطة بكل رمز مفرد منها. فالمرسلون الذين يصوغون الرسائل المعقدة، والمستقبلون الذين يستجيبون لها، يأخذون هذه النماذج أو ما وراء الرموز في الحسبان، في حالة إضفاء المعاني على الرسائل لتفسيرها، وهكذا، فما وراء الرموز هي نماذج وتراكيب لسمات معروفة ثقافيًّا، تشمل معاني تقع وراء تلك المعاني المرتبطة برمز محدد في رسالة معينة ... فكلمة (دُبّ) تعني حيوانًا ضخمًا،

والرمز (أكل) يُحَفِّز فينا معنى تناول الطعام، ومصطلح (رجل) تتضمن معنى الكائن الإنساني الحي، ووضع هذه الكلمات الثلاث بعضها مع بعض في النموذج التالي: (أكل الدب الرجل) يضيف لهذه الرموز معاني لا تتضمنها الكلمات المفردة(٨٧).

وتعتمد المعاني المحددة برموز وبما وراء رموز معينة بوصفها استجابات معرفية ثقافيّة، على الثقافة التي نشأ فيها المشارك بالاتصال، فالمعنى الذي يصف به الناس جوانب محددة من العالم المادي أو الاجتماعي ليس اختراعًا شخصيًا، ولكنه بناء للحقيقة التي تم تعلمها من خلال التنشئة الاجتماعية في مجتمع اللغة المعين، ومن هنا فنحن بحاجة لأن نمعن النظر في العلاقة بين المعاني الشخصية والبناء الاجتماعي للحقيقة والسلوك النمطي تجاه مثل هذا البناء(٨٨).

وقدَّم نموذج (ديفيد بيرلو) عرضًا لمقومات الاتصال الناجح، واهتم بمهارة كل من المرسل والمستقبل في عملية الترميز Coding، والتي يقصد بها إمكانية صياغة المعنى في رموز تعبر عن هذا المعنى، سواء أكانت الرموز لفظية أم غير لفظية، وكذلك تفسير الرموز لإدراك المعاني، وتحقيق الاستجابة، ذلك لأن اللغة لا يقف دورها عند حدود الوساطة في نقل المعلومات، لكنها تعمل كمثير أو كمنبه للفرد لتحقيق استجابة معينة، وهذا المنبه لا يتوفر في شكل الرموز، ولكن في المعنى أو الغاية النهائية لبناء هذا الرمز أو تكوينه، وهو ما يُسَمَّى بدلالة الرموز Semantic(٨٩).

ثم قدم (تشارلز اسجود) نموذجه في الخمسينيات الذي يقوم على نظرية المعاني وعمليات علم النفس اللغوي بصفة عامة(٩٠). والرسالة في هذا النموذج هي النظام الذي يربط بين المرسل والمستقبل(٩١). كما أنَّ الكثير من أفكار (ولبور شرام) التي صاغها في نماذج 1954، وطورها عام 1971، استلهمها من نموذج (اسجود)، حيث تم الربط بين المرسل والمستقبل من خلال الرسائل المتبادلة في النموذج الذي ينظر

إلى الاتصال كعملية تفاعل Interaction بين المرسل والمستقبل[٩٢]. ومجمل ما ذكره علماء الاتصال يركز على عملية صناعة المعاني (المفهوم) داخل الرسالة.

ونؤكد المفهومَ لأنَّ الجاحظ لم يكن يعتني بالمصطلح الدقيق بقدر اعتنائه بالممارسة المفهومية/ المفهوم. ويقوم المفهوم على: أن الرسالة ليست سطحًا من الكلمات، وأنها خاضعة لبنية تعبيرية اجتماعية، أو بعبارة أخرى أنها ملتزمة بقيم تعبيرية وبنائية. وأنها تتسم بعدد من السمات، هذه السمات هي ميزات وخصائص الرسالة.

وأول هذه السمات: تجاوزها عن مجرد الإفصاح عن الغرض بأية لكنة وهجنة لغوية، إلى الالتزام اللغوي المقامي وإحداث تأثير أو قصد، فليس كل من أفهمنا قصده كان فصيحاً بليغاً، بل من أفهمنا قصده وفق مجاري كلام العرب الفصحاء، الذين لهم أبنيتهم الاشتقاقية والتعبيرية التي لا يمكن تفسيرها وترجمتها كما هي في الظاهر[٩٣].

وثاني سمات الرسالة: تجاوزها سطح الكلمات، وعلى ذلك ينبغي أن تُفهَم الرسالة، بل كانت وما تزال تُفهَم في ضوء هذه الممارسة الاتصالية، فالمجاز والتشبيه والاستعارات وتفسير الشعر والأمثال والكنايات جميعها لا يُنظر إلى حقيقتها، وإلا كانت فساداً من العبارة وهذراً من القول[٩٤]. وللناس أبنية واشتقاقات حسب قول الجاحظ؛ لأن هذه الاشتقاقات مرتبطة بالمجتمع ولغته ، والسنن المتعارف عليها عند المجتمع، منها السنن «المستعملة بينها التي لا تفهم إلا سماعًا»[٩٥].

وهذا هو المفهوم الذي نظر إليه الشعراء في مدحهم وهجائهم، وكذلك فهمها المجتمع المتلقي، فلم يُفهم المدح والهجاء إلا في ضوء قصديَّة المرسل، وبناءً على القيم التعبيرية للمجتمع. وتظهر البنية السطحية في سطح لغوي رمزي له علاقة وشائجية متينة الصلة بعادات الناس التعبيرية، وقيمهم الاتصالية، وأساليبهم الأدائية

التعبيرية، مدحًا وذمًا وتزكيةً ووضعًا وتصويرًا، حتى إن الشاعر ليقول القول فيكون عذابًا صُبَّ على القبيلة يهجوها، وسوطَ عذابٍ يسير به الراكبُ والمثل[٩٦]. وعلى هذا أدرك الشعراء تأثيرهم في المجتمع.

وفي نصوص الجاحظ قصد واضح إلى تحميل الرسالة مقصداً غير ما هو في سطح الكلمات فكتاب البخلاء فيه الطرفة والتذكرة والنادرة[٩٧] وكتاب الحيوان كتاب تفقيه وتعليم وبيان[٩٨]، والذين مدحوا الكلب أو هجوه لم يكن قصدهم إلى الكلب بل إلى البشر، وهو يصرح بهذا في قوله: «وكثير من هجاء الكلب ليس يُراد به الكلب وإنما يُراد به هجاء رجل فيجعل الكلب وُصلةً في الكلام ليبلغ ما يريدُ من شتمه»[٩٩].

ويبدو أن مجمل حديث الجاحظ وخصوصًا محاوراته المطولة عن الكلب والديك وغيرهما، مما يُعَدُّ في باب النقد الاجتماعي للمجتمع، فالحيوان لا شأن له بالخسة والنذالة والسمو والرفعة والدنو، ونحوها مما يتعلق أساسًا بالتربية والثقافة اللذين هما من أهم خواص البشر، وذلك مفهوم وفق القيم التعبيرية للمجتمع وإلا لما كان له أثر «فللعرب أمثالٌ واشتقاقاتٌ وأبنية، وموضعُ كلام يدُلُّ عندهم على معانيهم وإرادتهم، ولتلك الألفاظ مواضعُ أُخَرُ، ولها حينئذ دَلالات أخر، فمن لم يعرفْها جَهِل تأْويل الكتابِ والسُّنَّة، والشاهد والمثلِ، فإذا نظَر في الكلام وفي ضروب من العلم، وليس هو من أَهل هذا الشأن، هلك وأَهلك»[١٠٠]. فالرسالة في منظور الجاحظ ليست سطحًا من الألفاظ، ومن ثم فإنَّ «مدار الأمر على فهم المعاني لا الألفاظ، والحقائق لا العبارات، فكم من دارس كتاباً خرَج غُفْلاً كما دخل، وكم من متفهّم لم يفهم؟ ولن يستطيع الفهم إلا من فرَّغ قلبه للتفهم، كما لا يستطيعُ الإفهام إلا من صحت نيتُه في التعليم»[١٠١]. على هذا الأساس يمكن النظر إلى العمليات الاتصالية بوصفها «تعبيراً

عن أعراف وتقاليد المجموعة وليس تعبيراً ذاتياً عن مزاج شخصي لفرد»[١٠٢]. ومما يؤكد اهتمام الجاحظ بمفهوم الرسالة لا بسطحها اللغوي فقط، ذكره نماذج من الفهم الناجح للرسالة.

ويشترط في لغة الاتصال أن تكون فصيحة بأي لغة[١٠٣]. فالرثاثة في القول لا تؤدي إلى الأثر المطلوب ولا إلى الاستمتاع، ولا إلى حصول المتلقي على درجة من الأريحية أو الإشباع. ويُقصَدُ بالأريحية – هنا – الشعور بالرضا، أما الإشباع فيُقصَدُ به: الشعور بأنَّك تقول في نفسك هذا ما كنت أبحث عنه[١٠٤]. والإشباع أو الأريحية: الحالة النفسية والذاتية التي يشعر المرء – مرسلاً أو متلقياً – عندها أنَّه قد حصل على مراده من النص، أو الفيلم، أو المشهد، أو اللوحة، وهذا المراد أمرٌ غير نفعي. وهو ما ينطبق على الرسالة في شكلها وسطحها اللفظي؛ فينبغي أن تكون ألفاظها شريفة ومعانيها راقية رائقة، وفق متطلبات بناء النص. ومن ثمَّ فقد صار تأليف الرسالة وانتظامها بمنزلة تأليف العقد وانتظامه، ولا بد في ذلك من مراعاة أمور ثلاثة:

1 – اختيار الكلمة المفردة.

2 – نظم كل كلمة مع ما يشاكلها أو يماثلها، لتأتي في أحسن موقع وأعجب صورة «وارتصاف مقاطع غير شيقة أو سمجة اللفظ نادراً ما يكون مبهجاً للأذن»[١٠٥] ذلك «أن تأثير كلمة ما يختلف باختلاف الكلمات الأخرى التي توضع بينها، فالكلمة الغامضة جداً تغدو محددة المعنى في سياق مناسب. وهكذا هو الأمر يعتمد مؤثر أي عنصر على العناصر المترافقة معه»[١٠٦].

3 – مطابقة الغرض المقصود من الكلام على اختلاف أنواعه وتباين فنونه، وأن يتوافق القول من المقول له من حيث المكانة والطبقة.

وإذا كانت البلاغة هي: مطابقة الكلام لمقتضى الحال مع فصاحته[١٠٧]، وهي عبارة عن: الوصول إلى المعاني البديعة بالألفاظ الحسنة، وإيصالها إلى قلب السامع. مع العناية بحسن السبك وجودة المعنى، في إيجاز غير مخل، ولا إطالة مملة[١٠٨]. فهذا يعني أنَّ البلاغة والاتصال يقومان على العناصر الرئيسة التي تعتني بعدد من المبادئ الأساس وهي[١٠٩]:

1. العلاقة بين المرسل، والرسالة، والمرسَل إليه.

2. مبدأ الاختيار، ويتعلق بالمفردات ، والأسلوب، والصياغة وطريقة العرض.

3. التأثير في المتلقي، وهو النتيجة التي يمكن الاعتماد عليها بحصول النجاح الاتصالي/البلاغي.

وينبغي أن لا تخلو الرسالة من حجة بينة، أو مثل مضروب أو متمثل به، أو بيت شعرٍ شارد[١١٠]، أو «إفادة علم أو تعليم صنعة أو حرفة ولا استخراج آلة، ولا تعليم فِلاحةٍ، ولا تدبير حرب، ولا مقارَعة عن دِين، ولا مناضَلة عن نِحْلة»[١١١].

من هنا فالرسالة الاتصالية تتسم بكل أو بعض الآتي: أنها لفهمها تتجاوز سطح الكلمات، وأنها قصدية وليست هذراً ولغواً، وأنها تتجاوز الإخبار والعفوية – ما لم يكن ذلك مقصدها – إلى إحداث أثر واستمالة، هذا الأثر قد يكون تثبيت حجة أو تفنيدها أو رد خصم أو إمتاعًا أو إدهاشًا أو ترفيهًا. وأنها تعبيرية . وتوافق سنن التعبير الاتصالي في لغة الحديث، فلكل لغة سننها وقيمها التعبيرية. ولها هدف. مفهومة، وتناسب المقام. متغيرة تتغير بتغير الظرف الاتصالي أو تتأثر بأحد متغيراته. كما تتغير بتغير المقام، والغرض والمتلقين.

إذن فالرسالة: هي ذلك القول التعبيري المفيد المؤدَّى وفق سنن التعبير اللغوية المعترَف بها لتأدية غرض مقصود، من قبل المرسل، يفهمه، أو يُتَوَقَّع أن يفهمه المتلقي، وفق قيم تعبيرية واجتماعية. وهذا في الرسالة اللغوية إن كانت شفهية أو كتابية.

### 3. المستقبل Receiver أو المتلقي Audience:

وهو الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعنى في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها خلال عملية الاتصال. والمستقبل هو هدف الرسالة وغايتها[١١٢].

والمتلقي (المرسل إليه) هو أحد أركان الحدث اللساني/ الاتصالي (المرسل – اللغة – المتلقي) ناهيك عن الحدث الأدبي، والفني عموماً، واللفظي منه أو الحركي أو التشكيلي أو فن النحت، فالمتلقي وما يرتبط به من فعل التلقي وتبعاته وآثاره، ضرورة لسانية/ اتصالية لأنه أحد أركان الحدث اللساني/ الاتصالي وهو جزء حاضر في اللغة وأساليبها وسننها . قال أبو عبيدة : «إن العرب تختصر كلامها لعلم المخاطب بما أريد»[١١٣] فالمتلقي جزء مكوّنٌ للغة بهذا الفهم، وهو أيضًا جزءٌ من الحدث الاتصالي في صوره المتعددة، وهو جزءٌ من الحدث الأدبي والفنّي، فالأثر الجمالي يظهر في التأثير الذي يحدثه في المتلقي، كما أنه – أي المتلقي– جزءٌ من العملية التواصلية، ذرائعية كانت أو تعليمية أو فنية اجتماعية لغوية، كما أنه حامل لنص الرسالة ومفهومها وعامل إثراء له بتجديده بقراءته له أو تلقيه مباشرة. إذن فجمهور التلقي عنصر من ماهية العملية الاتصالية، وشريك أساسيٌّ فيها لأنه هو المتلقي المباشر لما ينتج عن العملية الاتصالية، وعليه يقع الأثر محدثًا تأثيرًا، ويظهر تأثيره إما بتماهي المتلقي مع المنتج الأدبي وتمازجه معه، أو بإثارة انفعاله وخياله وإحداث أريحية وهزة. وإذا كان المتلقي لم يشارك المرسل تجربته بناء الرسالة وخياله وانفعاله، فإنه قد توحد معه عن طريق المنتج الاتصالي، وكأنه شارك في تلك الخصوصية. أي خصوصية المساهمة الفاعلة في إنتاج دلالة الرسالة الاتصالية وتفعيلها[١١٤].

ويظهر المتلقي بوضوح في كتابات الجاحظ متأثرًا ببيئة الاحتجاج والجدل والتنوع والتعدد، وهو ما ترك أثرًا ممتعًا في تلك الكتابات. وتظهر بيئة الجدل في الأساليب الآتية[١١٥]:

1. بناء كتاباته على تفاعلية الأضداد وصراع الحجج والبراهين، والحوار بين الأضداد أو أصحابها، بافتعال خصومة للتحاور حولها. وعليه بنى أسلوب كتابه (الحيوان).
2. التصريح بالمذاهب والأفكار والفرق العقائدية[١١٦].
3. الاستماع إلى الآخر ومناقشة حجته: فإن قلتَ، وقد قلتَ.
4. حضور فكرة استمالة المتلقي إلى صف المرسِل إما بالمخاطبة العاطفية، أو العقلية، أو المنطقية.

ويمكن متابعة حضور المتلقي في:

1 – الخصومات المفتعلة.

2 – الألفاظ الدالة: مخاطبته مباشرة مثل قوله: سمعتَ، رأيتَ، ونحوها، واصطحاب المرسل (الجاحظ) للمتلقي طوال رحلة التأليف[١١٧]. أو ذكره بالعموم مثل: السامع، المتفهم عنك[١١٨].

3 – استخدامه لقواعد التخاطب للتأثير في المتلقي كإستراتيجية للإقناع لديه، وتبنّي إستراتيجية واضحة المعالم للإقناع والاستمالة والتأثير في المتلقي، بمراعاة قواعد التخاطب، ومراعاة فكر المتلقي وطبيعته وثقافته، وطريقة التخاطب مع كل طبقة، والاستفادة من الموروث المشترك؛ لأنه ليس كالعوام الذين يرغبون في استماع وتصديق الغرائب بلا تفكير ولا نقد أو تمحيص.

4 – توقع ردة فعل المتلقي (رد الفعل/الاستجابة) وفائدة ذلك التوقع في توقي ما يوجب المعايب الفادحة، أما المعايب التي من قبيل الحسد والغيرة والشخصانية

فمما لا بد منه، إذ «ينبغي لمن كَتبَ كتاباً ألا يكتُبَه إلاّ على أَنَّ النَّاس كلَّهم له أعداء، وكلُّهم عالمٌ بالأمور، وكلُّهم متفرّغ له... فَيَتَوَقَّفُ عند فصوله توقُّفَ من يكونُ وزنُ طمَعه في السلامة أنقَصَ من وزنِ خوفِه من العيب»[١١٩].

والجاحظ يُصَنِّف المتلقين إلى أصناف حسب تفاعلهم وتعاملهم مع الرسالة وتثبتهم من مضمونها، فهناك الخاصة[١٢٠]، وهناك العوام وأشباه العوام[١٢١]، والنساء وأشباه النساء[١٢٢]، والجُهَّال[١٢٣] وأصحاب الضلالات[١٢٤]، وأصحاب الأهواء والملل[١٢٥]، والكُتَّاب وأصحاب المهن. والأعراب وأشباه الأعراب[١٢٦] وكلٌّ يُخاطَب على قدر عقله وفهمه[١٢٧]. وينبغي على المرسِل عدم إغفال المتلقي فهو شريك في العملية الاتصالية. وكثيراً ما يعتني الجاحظ بالمتلقي، لأنّ «مَدَارَ الأمرِ والغايةَ التي إليها يجرِي القائل والسّامع، إنَّما هو الفَهْمُ والإفهام؛ فبأيّ شيءٍ بلغْتَ الإفهامَ وأوضَحْتَ عن المعنى، فذلك هو البيانُ في ذلك الموضع... والمفهمُ لك والمتفهّم عنك شريكان في الفضل، إلاّ أنّ المفهِم أفضل من المتفهّم وكذلك المعلّم والمتعلّم»[١٢٨]. إذاً فالمتلقي هو المقصود بالرسالة، سواء أكان فردًا أم جماعة، تربطه بالمرسل علاقة ما ثقافية، أو لغوية، أو نفعية، أو غيرها، ولا يوجد التلقي في أيسر صوره إلا بوجود قواسم فهم مشتركة بين الطرفين، بما يضمن للمرسل إمكانية فهم المتلقي للرسالة. متى ما تشابهت خبرات المعاني، لدى المرسل، مع ذات الخبرات لدى المستقبل. على أنَّ التوازي التام للمعاني بين الطرفين – أي تشابه الخبرات لدى المرسل مع ذات الخبرات لدى المستقبل تشابهًا كاملًا – أمرٌ غير ممكن ما عدا في حالة الرسائل العادية جدًا، وهكذا فالاتصال الدقيق الكامل إما أن يكون نادرًا أو لا يوجد على الإطلاق، حيث توجد دائمًا عناصر معوقة تقلل من تشابه المعاني بين المرسل والمستقبل[١٢٩].

### 4. رجع الصدى (رد الفعل Reaction، أو الاستجابة Response ):

وهو ما «يرتد مرة أخرى إلى المُرسِل في شكلٍ من أشكال التعبير، ويدخل في ذلك التعبيرات غير اللفظية، مثل إيماءات الوجه، أو الإشارات ... وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث ردة فعل للرسالة، سواء أكان رد الفعل إيجابياً يتفق مع أهداف المرسل، أم سلبياً يتعارض مع هذه الأهداف، وهذا ما يطلق عليه في العملية الاتصالية: التغذية العكسية أو المرتدة أو الراجعة، أو ما يسمى: رجع الصدى Feedback»[١٣٠]. ورجع الصدى عامل مهم في تبادل المعاني بين المرسل والمستقبل، فمن خلال رجع الصدى يستطيع المُرسل أن يُقَيّمَ مدى نجاح رسالته، ومن ثمَّ يُعَدِّل أو يُغَيّر من إستراتيجيته في الاتصال مستقبلاً.

ويتوافر لعملية الاتصال الثنائي أو الجمعي ظهور رجع الصدى بشكل فوري وواضح، من خلال عملية التفاعل المستمرة بين المُرسل والمستقبل. أما في الاتصال الجماهيري فعملية رجع الصدى تكون متأخرة وغير واضحة، بحيث لا تقدم للمُرسل ما يُمكنه من خلالها تعديل رسائله وتلافي الأخطاء التي وقع فيها... لذلك يلجأ القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة إلى ابتكار الأساليب المختلفة، لتعرُّف ردود أفعال الجماهير، وذلك بإجراء الدراسات الميدانية من خلال بحوث استطلاعات الرأي، كما يلجأ البعض إلى استخدام أسلوب التغذية المتقدمة Front Feedback، والذي يتمثل في عرض أعمالهم مقدمًا على عينة مختارة من الجمهور، ورصد ردود أفعالها قبل عرض العمل[١٣١].

وربما كان لعمليات فهم الرسائل الاتصالية والنصوص برمجةٌ أو توجيهٌ من قبل مرسل النص، أي أن المرسل يتوقع تفاعلاً معيناً عند نقطة معينة من الرسالة، لذا يعمل على تكثيفها وتوجيهها لإنتاج عواقب تفاعلية، أو إنتاج حوافز لتلك العواقب

أو للتصرف الفعلي بعد التلقي، وتختلف من رسالة وغرض إلى آخر، فقد تكون: إثارة اجتماعية، إثارة نعرة، تثبيت معلومة سابقة، تصحيح موقف المتلقي، توسيع معرفته[١٣٢]؛ وذلك يكون بتفاعلية: المتلقي والمرسل مع الخطاب وانسجامهما في العملية الاتصالية دون الاتجاه إلى بترها، وبالأثر الناتج، وبالحركات أو الانفعالات التي تظهر على المتلقي. أو بمتابعة العيون للمرسل؛ يقول الجاحظ: «فإنْ رأيتَ الأسماعَ تُصْغي له، والعيونَ تَحْدِج إليه، ورأيتَ مَن يطلبُه ويستحسنه، فانتحله، فإن كان ذلك في ابتداء أمرك، وفي أوَّل تكلُّفك فلم تر له طالبًا ولا مستحسنًا، فلعلّه أن يكون ما دام ريضاً قضيباً، أن يحلَّ عندَهم محلَّ المتروك، فإذا عاودْتَ أمثالَ ذلك مرارًا، فوجَدْتَ الأسماع عنهُ منصرفة، والقلوبَ لاهية، فخُذْ في غير هذه الصناعة»[١٣٣].

### 5. التأثير/الغرض Effect:

تسعى كل عمليات الاتصال بأنواعها المختلفة (شخصي، جمعي، جماهيري) إلى إحداث تأثيرٍ ما لدى المتلقي. ويقصد بتأثير عملية الاتصال: حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال، أو وظيفة الاتصال. وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المُرسل أو القائم بالاتصال، ويتوقع تحقيقه من المتلقي.

فعملية الاتصال في الأساس تقوم على تحقيق التفاعل والعلاقات الإنسانية بين طرفين (المرسل، والمستقبل)، بعبارة أخرى محاولة المشاركة في استيعاب المعلومات أو نقل فكرة أو اتجاه، كما أنها عملية لتغيير المفاهيم باستعمال اللغة[١٣٤]. والهدف أو الغاية التي يتغياها المرسل عادة هي التأثير، والاستمالة، ثم تتنوع وتتعدد صور التأثير في المتلقي، كاكتساب المعلومة، أو الاقتناع بالفكرة، أو الرأي، أو اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المُرسل، أو القيام بأنماط سلوكية تشير إلى حدوث الأثر بحيث يسهل الكشف عنه وقياسه.

ويغدو مركز التفكير البلاغي: «التساؤل عن كيفية الوصول إلى المؤثرات الاتصالية المثالية التي تُحَقَّق بوسائل بلاغية، لا سيَّما النجاح في الإقناع، وبهذا المعنى يمكن أن تفهم البلاغة على أنها مجموع المفاهيم والقواعد للظهور بمظهر مؤثر لدى الجمهور»[١٣٥]. يقول أبو هلال العسكري[١٣٦]: «البلاغة كلّ ما تبلغ به المعنى قلب السامع فتمكّنه في نفسه كتمكّنه في نفسك مع صورة مقبولة ومعرض حسن. وإنَّما جعلنا حسنَ المعرض وقبول الصورة شرطاً في البلاغة، لأنَّ الكلام إذا كانت عباراته رثّة ومعرضه خلقاً لم يسمَّ بليغاً، وإن كان مفهوم المعنى مكشوف المغزى». ويُفْهَمُ من هذا القول – الذي يعد شرحًا لما ورد عند الجاحظ – تأكيد العسكري القدرةَ التعبيريةَ على التأثير في الآخرين حتى إنهم ليتلبسهم الموقف الذي تلبَّسك. وهو أمر غاية في التعقيد؛ لاختلاف الأذواق، والهموم، وظروف التلقي، فإذا استطاع المبدع نقل المتلقي من همومه الذاتية وتقوقعه في الزمان والمكان إلى مشاعر المرسل وخلجاته فهو إبداع بلا منازع، وهذا هو معنى الوصول إلى درجة عالية من التأثير في المتلقي ويكون إما:

أ. بتصورهم معانيك وهيئتها كما تمثلت لك بالتخييل، وهو فعل المتلقي، أما الخيال المفهوم من سطح النص فهو فعل المرسل.

ب. بإقناعهم بحجتك وتبديل رؤيتهم تجاه الأشياء.

جـ. قلب المفاهيم التي كانت لديهم، أو زعزعتها بطريقة الاحتجاج.

ويمكن إجمال الأغراض الأساسية للاتصال اللغوي في الآتي[١٣٧]:

أ. الإثارة وإحداث الدهشة. وهي مسألة مهمة وموجودة في أشكال كثيرة من أشكال الاتصال والتواصل اليومي، فمنه الدعايات والإعلانات والدعاية الانتخابية في جمل قصيرة أو شعارات الترديد أو غير ذلك.

ب. لفت النظر. بما تقدمه النصوص البليغة من أمور غير متوقعة ولم تكن ملائمةً لِمَا اقترنت به قبل أن تكون في النص، على الأقل من وجهة نظر المتلقي. وهذا نجده في الشواهد والتمثيل، والكناية.

جـ. تقديم الخبرة البديلة تجاه الأشياء والوقائع. لأنَّ الصورة الفنية نتاج لفاعلية الخيال، و« فاعلية الخيال لا تعني نقل العالم أو نسخه، وإنَّما تعني إعادة التشكيل واكتشاف العلاقات الكامنة بين الظواهر والجمع بين العناصر المتضادة أو المتباعدة»[١٣٨]. وقد أصر (نادل) على القول: «إنَّ كل أشكال الفن هي بمنزلة التحويل للخبرة الإنسانية إلى شكل غير عادي»[١٣٩].

د. التأثير والإقناع والاحتجاج.

هـ. تحفيز الوعي الفكري واللغوي والفني.

إذن فالهدف من الرسالة هو: الغاية التي يرومها المرسل ويقصد إليها بإرسالها إلى المتلقي. كما أنه يمكن إيجاز هدف الرسالة الاتصالية والتعبير بصفة عامة في التأثير في المتلقي، ومن ثمَّ تتنوع وتتعدد صور ذلك التأثير ومضامينه. (بما لا يؤدي إلى انفراط عقد الاتصال ما لم يكن ذلك أمراً مقصوداً).

ومن العوامل التي تبدو مؤثرة في الاستيعاب خصوصًا حينما يكون الاتصال متجاوزًا للغرض النفعي البسيط[١٤٠]:

أ. طريقة تقديم العرض.

ب. الموقف والحالة. فقد تستمع إلى الآية القرآنية أو الموعظة – على سبيل المثال – مرة بعد أخرى، لكنَّك في لحظة شعوريةٍ ما تدرك وكأنَّك تسمعها للوهلة الأولى.

جـ. الوعي القائم من المتلقي تجاه القول والموقف البلاغيين. من حيث المعرفةُ والمهارة اللازمتان، فالذي لا يفهم طرق التعبير الاجتماعية لمجتمعٍ ما لن يفهم الأسلوب

البلاغي لذلك المجتمع، والذي لا يعرف الأمثال وفنون القول التي لها صفة (اللازم الكلامي)، سيظنُّ أنَّ ما يسمعه هذراً وسخفاً، والذي لا يستطيع أن يفرق بين كون القول مباشرًا صريحًا وبين كونه كنائيًّا تعبيريًّا يفوته حتمًا إدراك واستيعاب القول البلاغي وغرضه. وكم في حياتنا الخاصة والعامة من تعبيرات اجتماعية لا تكون ذات مدلول مفهوم، فضلاً عن أن تكون ذات مدلول بلاغي ما لم يكن لدى المتلقي وعيٌ مسبق بذلك الأسلوب أو التعبير.

د. ملامسة الهموم القائمة وقرب القول من واقع الحياة، ومع أنَّ هذا ليس شرطاً لازماً إلا أنَّ قُرْبَ التمثيل مما يفهمه المتلقون أو ربط التمثيل وتقريبه للأفهام بما هو مفهوم لهم، وبما يألفونه من الألفاظ[١٤١] فإنَّه يساعد على تسهيل الاستيعاب.

هـ. دور الرسالة وغرضها، هل هو ثقافي، تعليمي، تربوي، تذوقي وفني، وهكذا، فالمواقف مختلفة ومتنوعة بتنوع البيئات والزمان والثقافة والمزاج الشخصي في أحيان كثيرة.

و. ومما يُعَقِّدُ مسألة الاستيعاب افتقار العديد من الناس إلى الخلفية المتراكمة من الخبرة، أو افتقارهم أيضاً للقدرة الخاصة على التشغيل للمعلومات من أجل استخلاص المعنى من النص[١٤٢].

غير أن هناك متغيرات عديدة تواجه عنصر الاستجابة أبرزها:

أ. ضعف فهم المتلقي في ذاته. إذ تتنوع الملكات وقوتها وضرورة ظهورها، و«قد زعم أناسٌ أنَّ كلَّ إنسانٍ فيه آلة لِرْفقٍ من المرافق، وأداةٌ لمنفعةٍ من المنافع، ولا بدَّ لتلك الطبيعة من حركةٍ وإنْ أبطأت، ولا بدَّ لذلك الكامنِ من ظهور، فإنْ أمكَنهُ ذلك بعثَه، وإلاَّ سَرَى إليه كما يسري السمُّ في البدن»[١٤٣] وهو ما يمكن أن يُطلق عليه الاستيعاب البلاغي الاتصالي لعملية الاتصال أو التواصل، إذ يؤمن العوام والجهال والنساء برسائل الحوّائين وأصحاب الحيل أكثر من غيرهم[١٤٤].

ب. توافق طرفي الاتصال. وتتعدد صور التوافق، كالتوافق في المهنة أو الاهتمام لتوافق الطبائع والمهن إذ «تتشابه طبائع العامّة في كلّ بلدة وفي كل عصر»[١٤٥].

جـ. غرض طرفي الاتصال من الاتصال والدخول فيه، فقد يكون لتتبع العثرات فقط[١٤٦]، أو للاستمتاع، كالاستماع للنوكى والحمقى والأعراب، أو للتدرب والتعلم كالاستماع إلى الأشعار وكلام الأعراب[١٤٧].

د. الفهم الانتقائي. وهو يعود إلى العامل الشخصي، أو إلى الغرض من الاتصال والتلقي. وقد نبَّه الجاحظُ قارئ كتابه المتتبع لسقطاته أن يقرأ متحللاً من كلِّ شيءٍ حتى يصل إلى قرارٍ صحيحٍ؛ يقول: «فإنّ كثيراً ممّن يتكلّف قراءة الكُتب، ومدارسةَ العلم، يقِفون من جميع الكتب على الكلمة الضعيفة، واللَّفظة السَّخيفة، وعلى موضعٍ من التأليف قد عرض له شيءٌ من استكراه، أو ناله بعضُ اضطراب، أو كما يعرض في الكتب من سَقَطات الوهْم، وفَلَتات الضَّجَر، ومن خَطأ النّاسخ، وسوء تحفُّظ المعارِض على معنًى لعله لو تدبَّره بعقلٍ غير مفْسَدٍ، ونظرٍ غير مدخول، وتصفّحَه [وأن يقرأ] وهو محترِسٌ من عوارض الحسد، ومن عادة التسرُّع»[١٤٨].

ويقول: «وهذا كتابُ موعظةٍ وتعريفٍ وتفقُّهٍ وتنبيه، وأراكَ قد عِبتَه قبل أن تقفَ على حُدودِه، وتتفكَّرَ في فصوله، وتَعتبِرَ آخره بأوله، ومَصَادرَه بموارده، وقد غلّطَك فيه بعضُ ما رأيتَ في أثنائه من مزحٍ لا تعرف معناه»[١٤٩]. ويقول: «ثم لم أرَكَ رضِيتَ بالطعن على كلِّ كتاب لي بعينه، حتَّى تجاوزتَ ذلك إلى أَنْ عبت وضْعَ الكتبِ كيفما دارت بها الحالُ، وكيفَ تصرفَتْ بها الوجوه»[١٥٠].

هـ. الحظ. وهو عامل أو متغير لا يمكن التنبُّؤ به. وقد ذكره الجاحظ متعجبًا منه، ومنبهًا عليه. يقول في سير الشعر والأقوال، والسير ما هو إلا أقوى دلائل النجاح الاتصالي: «وكما تَحْظَى بعض الأشعار وبعض الأمثال، وبعضُ الألفاظ دون غيرها، ودونَ ما يجرى مجراها أو يكونُ أرفَعَ منها، قالوا: وذلك موجودٌ

في المرزوق والمحروم .... وبَعْدُ؛ فكَمْ من بيت شعر قد سار، وأجودُ منه مقيمٌ في بطون الدَّفاتر، لا تزيده الأيَّامُ إلاَّ خمولاً، كما لا تزيد الذي دونَه إلاَّ شُهرةً ورِفعةً، وكم من مَثَلٍ قد طار به الحظُّ حتَّى عرَفَته الإماءُ، ورَوَاه الصِّبيان والنِّساء»[١٥١]

كما ينبِّه الجاحظ إلى متغير لا يمكن قياسه والتنبؤ به وهو: الحكم للسابق إلى القلب دون تبصر، خصوصًا من العامة، وهذا يشير إلى تفاوت مراتب الفهم الاتصالي والتفاعل الاتصالي وهو ضمن الحظ أيضاً: «وكذلك حظوظ الفُرسان، وقد عُرِفتْ شُهرةُ عنترة في العامَّة، ونباهة عمرو بن مَعْدِ يكَرب، وضَرَبَ الناسُ المثلَ بعبيد اللَّه بن الحُرّ، وهم لا يعرفون، بل لم يسمعُوا قطُّ بعتيبة بن الحارث بن شهاب، ولا ببِسطامِ بن قيس... فتركَتْ تحصيلَ الأمورِ والموازنَةَ بين الرجال وحكَمتْ بالسَّابق إلى القلب، على قدر طباع القلب وهيئته، ثمَّ استوت علل العامَّة في ذلك وتشابهت، والعامَّة والباعَة والأغنياء والسِّفلةُ كأنَّهم أعذارُ عامٍ واحد، وهم في باطنهم أشدُّ تشابهًا من التَّوْءَمين في ظاهرهما، وكذلك هم في مقادير العقول وفي الاعتراض والتسرُّع، وإن اختلفت الصُّور»[١٥٢].

مما سبق يتضح أننا في عموم عمليات الاتصال لا نعدم إطارًا عامًا يوجه الاستجابة ولا يحددها أو يقيسها، ضمن إطار اجتماعي، أو فني، يتمتع بخصوصية ذوقية المتلقي، والحالة النفسية للمتلقي، وطريقة عرض النص عليه. ويمكن أن نفهم استقلالية التلقي والاستجابة من إيمان الجاحظ بارتباط الشيوع بالحظ وسهولة اللغة[١٥٣]. والاستجابة أمر حدوثه وأثره ليس بالهين، وليس من اليسير قياسه قياسًا علميًّا لتحديد أسبابه ومقوماته، إذ نجد أنَّ التقبُّل عمل جماعة التلقي، وذلك أمر غير ممكن القياس، كما لا يمكن رده إلى لغة الرسالة فقط «إذ إنَّ العامة ربما استخفت أقل اللغتين وأضعفها، وتستعمل ما هو أقل في أصل اللغة استعمالاً، وتدع ما هو أظهر وأكثر، ولذلك صرنا نجد البيت من الشعر قد سار ولم يسر ما هو أجود منه، وكذلك

المثل السائر»[١٥٤]. وكل ما يمكن قياسه ومتابعته إنما هو مهارة المرسل/ الرسالة في استخدام الإستراتيجيات المختلفة للتأثير في المتلقي.

## خامسًا. معوقات الاتصال

التشويش بشكل عام، يعني: عدم وضوح الرسالة، أو عدم القدرة على تفسيرها، أو كليهما معًا. أما في علوم الاتصال الإنساني فيعني: عدم إدراك المستقبل للرسالة بنفس المعنى الذي يقصده المُرسل. ويشير هذا التعريف إلى أن التشويش يمكن أن يكون بتأثير عوامل عديدة أو أحدها، تؤدي إلى عدم قدرة المُستقبل على تفسير رسالة واضحة، سواء كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة، وذلك لأسباب تعود إلى كل عنصر من عناصر الاتصال على حدة، أو عنصرين أو أكثر، أو بتأثير عوامل خارجية مثل التشويش البيئي- Enviromental Noise -... وهو: التدخل الخارجي الذي يمنع أطراف الاتصال من استلام الرسائل الاتصالية، أو استلامها بشكل منقوص. وهناك أسباب أخرى تمنع أطراف الاتصال من إدراك معنى الرموز في الرسائل الاتصالية، تتصدرها المشكلات الخاصة بدلالة الرموز، أو مشكلات الإعراب في بناء المفردات اللغوية، أو عدم القدرة على ترتيب الأفكار وترتيب المعلومات في بناء الرسالة. وكذلك التشويش الذي يحدث بتأثير العوامل الاجتماعية والنفسية في أطراف الرسالة[١٥٥].

كما أن التشويش الدلالي ينتج عنه «عدم قدرة المُستقبل على تفسير الرسالة تفسيرًا صحيحًا بحيث يفهمها بطريقة خاطئة. ومن أهم الحالات التي يمكن أن تحدث تشويشًا دلاليًّا: استخدام المرسل لبعض الرموز أو المفردات التي لا يستطيع المستقبل فهمها بسهولة، أو يفهمها بطريقة خاطئة، أو احتواء الرسالة على موضوعات وأفكار فوق مستوى فهم المستقبل، أو عدم وضوح هدف المرسل بشكلٍ كافٍ»[١٥٦].

وباستقراء مجمل إشارات الجاحظ إلى البيان والبلاغة وما أورده من نماذج، يستنتج القارئ العوامل المؤثرة في نجاح العملية الاتصالية، وأيضاً العوامل التي قد تؤدي إلى ضعف أو انعدام النجاح الاتصالي. والعوامل المساعدة على إنجاح العملية الاتصالية مُلاحَظَةٌ في: مهارات المرسل، والمتلقي، وطبيعة الرسالة، وإستراتيجيات الإقناع، لذا فسيُكتَفى هنا بالإشارة إلى بعض الأمور التي تُمَثِّلُ معوقات لنجاح العملية الاتصالية ويمكن تصنيفها إلى: معوقات تعود إلى ذات المرسل بوصفه شخصاً، وهي المتمثلة في عيوب اللسان وما يتعلق بها. ومعوقات مرجعها العلاقة بين المرسل والمتلقي والمجتمع وهي التي تتمثل في التشارك في الشفرة اللغوية والثقافية. ومعوقات مردها إلى المرسل من حيث مهارته في بناء الرسالة. ومن أبرز المعوقات الاتصالية كما تبدو في كتابات الجاحظ:

عيوب اللسان كاللثغة والتأتأة... ونحوها، مما يضيع صوت الحرف أو يؤثر في سلاسة الحروف أو ينقصها عن تمامها[١٥٧]، ومن عيوب اللسان أو ما يتعلق به نقص الأسنان عن تمامها بما يؤثر سلبًا في إتمام صوت الحرف[١٥٨]، وغلظ اللسان بما يؤثر في سلاسته[١٥٩].

عدم الكفاية اللغوية المشتركة، أو عدم امتلاك شفرة لغوية موحدة، ويمثل عدم الكفاية اللغوية المشتركة بين المرسل والمُرْسَل إليه عرقلةً للاتصال وربما انهياره، وفي أقل الأحوال سوءًا التشويش عليه وعرقلته؛ فالشفرة في نظام الاتصال تتكون من «نظام من العلامات وطريقة استخدامها بحيث يمكن للمرسل أن يُصَدِّر رسالة يفهمها المُرْسَل إليه... ولضمان فاعلية الرسالة يجب أن يكون لطرفي الاتصال معرفة كافية بالشفرة»[١٦٢]. وفي ضوء هذا نفهم حكاية التاجر الخراساني[١٦٠]؛ إذ وجد الجاحظ أن كلام الخراساني – الذي لم يفهمه الحجاج – لا ينطبق عليه أية ممارسة اتصالية لغوية ذات نظام أو تنتمي إلى نظام لغوي، لكونه يفتقد إلى الأداء الصحيح في أيسر

صوره، فلغة التعامل ضمن هذه المعاملات (البيع والشراء) شكل من أشكال هوية المجتمع. فهل كان في اختيار الجاحظ لحكاية الخراساني تأكيد أن البيع والشراء عنده ليس مفهومًا محايدًا لا علاقة له بالمجتمع وهويته الثقافية وقيمه الاتصالية.

وكما أن من عراقيل الاتصال أو إضعاف جودته عدم امتلاك طرفي الاتصال لشفرة لغوية واحدة، فإن من معوقاته أيضاً: أن لا يمتلك المُرسَل إليه قدرًا نسبيًّا من الشفرة الجمالية، فعدم تشارك طرفي الاتصال في هذه الشفرة يؤثر سلباً في الاتصال ذلك أن الشفرة الجمالية لها بُعْد اجتماعي وترتبط بالسياق التاريخي أو الوطني... ومنها أيضًا عدم التشارك في الشفرة الثقافية فمن الرسائل ما يَرُدُّ المتلقي/القارئ إلى وقائع ومفاهيم وقيم يكون فهمه لها شرطاً لفهم الرسالة/ النص، كالوقائع التاريخية، وأيام العرب، والرموز، والإحالات إلى الحكاية الشعبية، والمثل، والخرافة.. ونحوها، فتلك معالم رئيسة في الفهم الجماعي للبلاد[١٦٢]. ومن مخاطر عدم امتلاك شفرة ثقافية يتشارك فيها طرفا الاتصال عجز الطرفين أو أحدهما عن فهم الرسالة، وخصوصاً إذا ما كانت مبنية وفق الاستخدام الكنائي أو المجازي، ولذا لا يستطيع المترجم إتقان ترجمته ما لم يكن على علم بأبنية العرب واشتقاقاتهم وأمثالهم وتعبيراتهم الخاصة[١٦٣].

ومن معوقات نجاح الاتصال: التكلف و الهذر[١٦٤]، والاستكراه[١٦٥]، ووضع الشاهد في غير موضعه من القول[١٦٦]. الخاطر الذي يشغل القلب[١٦٧]. حدوث الرجفة والبهر والدهش والعَرَق[١٦٨] والتسرع وعدم التماسك[١٦٩]. ومما يؤثر سلباً في تلقي الرسالة الإطالة والملل، وإعادة الحديث[١٧٠].

إذن فالمعوق الاتصالي يقصد به: كل ما يمكن أن يخل أو يؤثر في سلامة الاتصال أو فهم الرسالة الاتصالية وفقاً لغرضها ومقامها. وهي أمور تتداخل مع عناصر العملية الاتصالية منفردة ومجتمعة.

## سادساً. الإستراتيجيات المستخدمة في الرسائل الإقناعية

أكَّد علماء الاتصال في العصر الحديث أنَّ «لفكرة الإقناع جذورًا قديمة»[١٧١]*. وقبل عصر وسائل الاتصال الجماهيرية بوقت طويل، كان علم البيان أو الفصاحة يُستَخدَم للإشارة إلى فن استخدام اللغة للتأثير في أفكار الآخرين وسلوكهم.

فالرسالة الاتصالية هي محتوى السلوك الاتصالي، ويرتبط محتوى الرسالة بالقدرة على الإقناع Persuation فقد كان أفلاطون يعَرِّف البلاغة بأنها: «كسب عقول الناس بالكلمات. وكان أرسطو يرى البلاغة هي: القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها»[١٧٢].

ولا يقف بناء الرسالة الاتصالية عند حدود اختيار الرموز والمعاني فقط كما يقول (رولوف وميلير)(1980)، ولكن «التنظيم يُعَدُّ عاملاً حيوياً في تحقيق أهدافها أيضاً. فالتنظيم ترتفع أهميته في التعليم، والرسالة التي تنحرف قليلاً عن التنظيم يمكن أن تؤثر في تحقيق هدف تغيير الاتجاهات، وحتى الأخطاء النحوية يمكن أن تؤثر في الاتجاه نحو الرسالة نفسها، وإن كان تأثيرها محدوداً على التعليم»[١٧٣].

ويرتبط بالبناء العديد من الأسئلة الخاصة بالبداية، والخاتمة، والترتيب، والتكرار، وغيرها من النظم التي تربط وحدات الرسالة الإعلامية ببعضها. وتقدم بحوث: كاتز، ولازاسيفيلد، وماكجوير، و هوفلاند، في الستينيات والسبعينيات، مؤشرات عديدة تتمثل في: تحديد المداخل أو البداية، الخلاصة والنتائج، استخدام الأدلة، عرض جانب واحد أو جانبي الفكرة، ترتيب الرسائل الإعلامية، لغة الرسالة أو أسلوبها[١٧٤] بمعنى أنَّ القائم بالاتصال عليه اتخاذ عدة قرارات مثل تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها، وتلك التي سوف يستبعدها، والحجج التي يسهب في وصفها، وتلك التي يجب أن يختصرها، ونوعية الاستمالات التي يستخدمها ومدى

قوتها، فكل رسالة إقناعية هي نتاج للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومحتواها، وأغلب تلك القرارات لا يمليها الهدف الإقناعي للرسالة فقط، ولكن تمليها - أيضاً - خصائص المتلقي ومهارات القائم بالاتصال[١٧٥].

فالاستمالة هي: العملية التي نقوم بها للتأثير في الآخرين، عن طريق استخدام مختلف الأدلة، والشواهد، والأمثلة، والبراهين، والنوازع النفسية والميول والرغبات، ليقبلوا ما نقدمه لهم من أفكار وآراء، أو للقيام بعمل معين، أو تكوين اتجاهات محددة[١٧٦].

وتُعَدُّ إستراتيجية الاستمالة والإقناع من أهم وأول عوامل التغيير والاتصال. ومن ثمَّ فإن إستراتيجية الاستمالة تركز على بعض الحالات النفسية للفرد، والتي يُفتَرَض أن تُحَدِّد سلوك الاختيار. وتحاول إستراتيجية الاستمالة الدوران حول الحواجز النفسية بتقديم رسالات قادرة على تطويع إدراكات المتبني لكمية المخاطرة التي يتضمنها سلوك معين. أي أن هذه الإستراتيجية تحاول تطويع المشاعر الخاصة بالتكلفة مثلاً في مقابل فرص الجزاء[١٧٧].

والاستمالة حسب رأي الباحثَين: (روجرز وشوميكر)، في نموذجهما الجديد، الخاص بمراحل تبني أو رفض الأفكار المستحدثة، حيث تأتي الاستمالة كمرحلة ثانية تتبع مرحلة المعرفة. الاستمالة حسب رأيهما هي: «تكوين الفرد اتجاهاً مؤيداً أو معارضاً نحو الفكرة الجديدة»[١٧٨].

وقد ذهب الباحثان: (روجرز وشوميكر) إلى تصنيف الاستمالات المستخدمة في الرسالة الإقناعية إلى[١٧٩]:

**1. الاستمالات العاطفية:**

وتستهدف الاستمالات العاطفية التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ، ومخاطبة حواسه وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي:

**أ. استخدام الإشارات والرموز:**

تعتمد على خاصية التبسيط المفرط لعملية التفكير Over Simplifecation Device. واختزال مراحله المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مُبَسَّط . وتشير الشعارات إلى العبارات التي يطلقها القائم بالاتصال ليصل هدفه في صيغة واضحة ومؤثرة. وتصبح مشحونة بمؤثرات عاطفية تثار في كل مرة تستخدم فيها.

**ب. استخدام الأساليب اللغوية مثل التشبيه والاستعارة والكناية وغيرها.**

**ج. دلالات الألفاظ:**

وهي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة، أو صفة، أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة، قد تكون سلبية تضفي نوعاً من الرفض على الاسم أو الفاعل المصاحب لها مثل: استخدام صفات «التخريبية» أو أفعال مثل : ادعى – زعم – اعترف . وقد تكون إيجابية مثل : المعتدل – النشط.

**د. صيغ أفعل التفضيل:**

وتستخدم لترجيح فكرة معينة أو مفهومٍ ما، دون التدليل على هذا الترجيح.

**هـ. الاستشهاد بمصادر:**

وهي تستغل في ذلك حب التشبه بمن هو أكثر شهرة، أو سلطة، أو من يحظى بمصداقية عالية من جانب المتلقي.

**و. عرض الرأي على أنه حقيقة:**

وذلك على الرغم من عدم الاتفاق والإجماع عليه .. مثل عبارات: لا شك، أو في الحقيقة.

**ز. معاني التوكيد:**

وهي الألفاظ والعبارات التي تستخدم لتقوية المعنى مثل : مجدداً – بشدة – بقوة. وهذه ألفاظ توكيد لفظية، ويوجد أخرى مثل حروف التوكيد: إنّ وأنّ، وأساليب بنائية مثل: التقديم والتأخير.

**ح. استخدام غريزة القطيع** Band wagon:

ويقصد بها استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي إليها، ويطلق عليها «لوبون» العدوى النفسية.

**2. الاستمالات العقلانية:**

تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها، وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك:

أ. الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

ب. تقديم الأرقام والإحصاءات.

ج. بناء النتائج على مقدمات.

د. تفنيد وجهة النظر الأخرى.

ومن خلال أدبيات الجاحظ في البيان والبلاغة، يبدو تركيزه واهتمامه بتأثير أساليب عرض المحتوى في عملية التأثير والإقناع، كما نستنتج من أدبه - أيضاً - العديد من العوامل المؤثرة في نجاح العملية الإقناعية، وأيضاً المحددات التي قد تؤدي إلى ضعف أو انعدام التأثير في المتلقي. وهذا التوجه للجاحظ يتوافق إلى حدٍّ كبيرٍ مع رؤى خبراء الاتصال والرأي العام، والحرب النفسية في العصر الحديث .

وباستعراض أسلوب الجاحظ في كتاب (الحيوان) أو في كتاب (البيان والتبيين) يمكن الخلوص إلى عدد من الإستراتيجيات التي كان يتبنَّاها الجاحظ للتأثير في المتلقي/ القارئ واستمالة القلوب والأعناق، أو يرشد إليها. وبوصفه مُرسِلًا فقد جعل قدرة المُرْسِل على التأثير والانتصار الهادئ لحجته مؤهلًا أساسيًّا من مؤهلات نجاحه. كما جعل من صفات ومؤهلات المُرْسِل الناجح مهارته في استخدام وتوظيف إستراتيجيات التأثير والإقناع. وتتمثل هذه الإستراتيجيات من وجهة نظر الجاحظ فيما يلي:

### 1. الاستفادة من الموروث المشترك:

وليس الشعبي لأنَّ الحوار – خصوصاً في عصر الجاحظ – لم يكن عربيًّا عربيًّا، وفي هذا الخصوص نجد:

أ. الاستشهاد بالموروث المُعْتَبَر في لغة التخاطب (الاستشهاد بالأدلة والبراهين): أمثال، أشعار، حِكَم، تجارب غابرة، قصص. وقد قيل: «لا شيء أسبق إلى الأسماع وأوقع في القلوب وأبقى على الليالي والأيام من مثل سائر وشعر نادر»[١٨٠]. وقد اعتدَّ الجاحظ كثيراً بهذه الفنون، نظريًّا وتطبيقًا، فلا يكاد يخلو احتجاج من التعقيب بالمثل أو البيت الشعري، وإن ذكر حجَّةً أكَّدها بوجودها في الشعر، أو بما تمثَّل الناس به من مضمونها، و«يزيدهم في وضوح الحُجَّة، بما ذكرها اللّه به في الكتاب الناطق، والخبر الصادق، وما في الآثار المعروفة، والأمثال المضروبة، والتجارب الصحيحة. وما قالت فيها الشعراء، ونطقَتْ به الخطباء، وميَّزتْه العلماء، وعجّبت منه الحكماء...»[١٨١]. ويرى أن الاستشهاد بالمثل أو الشعر دليل قوة حجاجية، يقول: «ونحن حفظك اللّه تعالى، إذا استنطقْنا الشَّاهد، وأحَلْنا على المثل، فالخصومة حينئذٍ إنَّما هي بينهم وبينها، إذْ كنّا نحنُ لم نستشهد إلاّ بما ذكرنا»[١٨٢] وهو شديد الحرص على أن لا يذكر طُرفَةً أو خبرًا

إلا ويتبعه بما يؤيد حجته ويزيد قوته: «ولم نذكر، بحمد اللّه تعالى، شيئًا من هذه الغرائب، وطريفة من هذه الطرائف إلا ومعها شاهد من كتاب مُنْزِلٍ، أو حديثٍ مأثور، أو خبرٍ مستفيض، أو شعرٍ معروف، أو مثلٍ مضروب، أو يكون ذلك ممّا يشهد عليه الطبيب، ومَنْ قد أَكْثَرَ قراءة الكتب»[١٨٣]. ويمتدح كتابه (الحيوان) بأن القارئ يخرج من أسلوب احتجاجي إلى آخر حرصًا على أن لا يشعر المتلقي بالملل: «فإن مَلِلْتَ الكتابَ واستَثْقَلْتَ القراءة، فأنت حينئذ أعذَرُ، ولحظّ نفسك أبْخَسُ، وما عندي لك من الحيلة إلا أن أصوّره لك في أحسن صورة، وأقلّبَك منه في الفنون المختلفة، فأجعلَكَ لا تخرجُ من الاحتجاج بالقرآن الحكيم إلا إلى الحديث المأثور، ولا تخرجُ من الحديث إلا إلى الشِّعر الصحيح، ولا تخرجُ من الشّعر الصحيحِ الظريفِ إلا إلى المثلِ السائر الواقع، ولا تخرج من المثل السائر الواقع إلا إلى القول في طُرف الفلسفة، والغرائب التي صحَّحَتْها التجربة، وأبرزها الامتحان، وكشَف قِناعَها البُرهانُ، والأعاجيبِ التي للنفوسِ بها كَلَفٌ شديدٌ وللعقول الصحيحة إليها النزاع القوي»[١٨٤]. ويعيب على الزنادقة إنفاقهم على تجويد أوراق كتبهم في حين أنها غير نافعة ولا مفيدة، فيقول: «والذي يدلُّ على ما قلنا، أنّه ليس في كتبهم مثلٌ سائر، ولا خبرٌ طَريف، ولا صنعةُ أدبٍ، ولا حكمةٌ غريبة، ولا فلسفةٌ، ولا مسألةٌ كلاميَّة، ولا تعريفُ صِناعة، ولا استخراجُ آلة، ولا تعليمُ فِلاحةٍ، ولا تدبير حرب، ولا مقارَعة عن دِين، ولا مناضَلة عن نِحْلة»[١٨٥]. بل إنه ذمَّ الرسالة التي تخلو من أي إستراتيجية إقناعية[١٨٦]، أو غرض رئيس من أغراض الاتصال كالتعليم وبذل المعرفة أو البيان[١٨٧]. وفي النص ما يدل على أن خلو كتب الزنادقة من البيان كان بسبب خلوها من الأمثال والنادرة ونحوها، وكأنها مقومات الاتصال الحقيقية. وكان من مؤهلات وأمارات المرسل الناجح عند العرب: تمكنه من التمثل، حتى ضُرِبَ به المثل، فقيل في بعضهم: لم يُرَ أضربَ للمثل منه.

ب. الاستشهاد بالنصوص الدينية: (قرآن، حديث، نصوص كتب مقدسة أخرى) بوصفها تتمتع بثقة اعتبارية في الخصومة والاحتجاج: «فأجعلَكَ لا تخرجُ من الاحتجاج بالقرآن الحكيم إلا إلى الحديث المأثور، ولا تخرجُ من الحديث إلا إلى الشِّعر الصحيح...»[١٨٨]. ويقول: «ولم نذكر، بحمد اللّه تعالى، شيئاً من هذه الغرائب، وطريفة من هذه الطرائف إلا ومعها شاهد من كتاب مُنْزِلٍ ..»[١٨٩].

ج. الاستشهاد بالنصوص الاعتبارية الأخرى: أقوال علماء، حكماء، متخصصين في الطب أو غيره حسب السياق الاحتجاجي كأن يكون الاحتجاج بعد المثل والشعر: «ممّا يشهد عليه الطبيب، ومن قد أكثر قراءة الكتب»[١٩٠]. من هنا فإن قيمة الاستشهاد بالأمثال تكمن في أنها تمثل التجربة البشرية للمجتمع، وأنها ذات دلالات تعبيرية وتواصلية واجتماعية وثقافية، والذي لا يُضَمِّن رسالته الاتصالية شيئاً من فنون المجتمع التعبيرية والإقناعية، وخصوصاً المثل فإنه يدل على أنه يتخرّص القول تخرُّصاً ولا دليل له ومن ذلك رسائل الزنادقة وكتبهم.

وهي عملية غاية في الأهمية؛ لأن ذكر أسماء الشخوص في سياق الحديث يُطَمْئِنُ المتلقي إلى أن ما يسمعه ليس من ابتكارات المرسل، ولكن هذا الأمر يحتاج إلى شيء من الفطنة لئلا يصل إلى ما أسماه الجاحظ الزهد الكاذب. وهذا التوثيق له صور عديدة منها:

أ. الإحالة إلى شخصية معتبرة موثوقة عند المتلقي، أو مشهود لها في باب الحديث الدائر، إن كان نحوًا أو شاهدًا، أو قولًا فلسفيًّا... أو نحو ذلك. كالإحالة إلى قول صحار العبدي في حديثه عن البلاغة[١٩١] أو إلى قول أبي عمرو بن العلاء في مدح الكتاب[١٩٢]. والأمثلة كثيرة في هذا.

ب. الإحالة إلى اسم محدد. والفرق بين هذا وبين سابقه أن الإحالة هنا إلى شخصية ليست مشهورة شهرة الشخصية السابقة، فقد يكون اسم عبدٍ، أو حجّامٍ، أو

جاريةٍ، أو مجنونٍ[١٩٣]. وذِكْرُ الأعلام في الاحتجاج يفيد في استحضار ما يتعلق بالشخصية، أو ما يتعلق بالمعنى المرتبط بها ضمن التجارب الفردية. ويفيد في تكثيف وتركيز القيمة في شخصية محددة يسهل الرجوع إليها، خصوصًا إن كانت مشتهرة، كما أن في ذلك قربًا من المتلقي من الجهات الآتية:

* تقرير وقوع الحدث أو إمكانية وقوعه لارتباطه بشخصية بشرية.
* دخول هذه الشخصيات ضمن السياق التاريخي والاجتماعي للمجتمع.
* دخول الصفات والدلالات، في سياق الممارسة الاجتماعية والمشاهد اليومية المألوفة، في لقطات بشرية واجتماعية معروفة والتعبير عنها بطريقة ما، فإن هذا مما يزيد في رغبة المتلقي في المتابعة والتأثر.

ج. الإحالة إلى الذات المتحدثة: حدثني، رأيتُ، سمعتُ، ذهبتُ وكنتُ حاضرًا... ونحوها[١٩٤].

د. الإحالة إلى تجربة معروفة أو مشتَهَرَة، أو يُعْرَفُ صاحبها، أو متخصصة، والفرق بين هذه وبين الإحالة إلى نصوص اعتبارية للعلماء والمتخصصين: أنّ الأولى قولٌ يُنسَب إليهم، والثانية حكاية تجربة عنهم. فمنهم: من قد أكثر قراءة الكتب، أو بعض من قد مارَس الأسفار، وركب البحار، وسكنَ الصّحارِي واستَذْرى بالهضاب، ودخل في الغياض، ومشى في بطون الأودية[١٩٥]. ويحتج صاحب الكلب بما أوجد العيان فيها – أي في الكلاب – وما استخرجت التجاربُ منها من أصناف المنافع والمرافق...[١٩٦]. وعن تجرِبةِ النّاس لها وفِراستِهم فيها، وما عايَنوا منها؛ وكيف قال أصحابُ الفأل فيها[١٩٧] والغرائب التي صحّحَتْها التجربة، وأبرزها الامتحان، وكشَف قِناعَها البُرهانُ، والأعاجيبِ التي للنفوسِ بها كلَفٌ شديدٌ وللعقول الصحيحة إليها النزاع القوي[١٩٨].

3. **جودة العرض والأداء. وهذا يتطلب:**

أ. فصاحة النطق، وسلامة الأعضاء[١٩٩]، وقد استعاذ الجاحظ كثيرًا من: الحصر، والعيّ، والحبسة والهذر، وتكلف الحجة، والإسفاف في القول[٢٠٠]. و«تشكل الخاصية التعبيرية للصوت الإنساني جانبًا من نظامنا الغريزي الخاص بتوصيل الانفعال ويستفيد الغناء من هذه العملية الجوهرية على نحو واضح»[٢٠١]. ويُعَدُّ الصوت وطريقة النطق والأداء الصوتي أحد وسائل الجذب، أو مكونات الجذب الخاصة بالأشخاص، بصورة مباشرة مع الجمهور والحضور، ويضاف إلى الصوت: الثقة بالنفس، الشهرة، الشكل الخارجي، الموقع الرسمي والاجتماعي[٢٠٢].

ب. تناسب القول مع الحركة التعبيرية المصاحبة في الخطاب المباشر: «وحُسنُ الإشارة باليدِ والرأسِ، مِن تمام حسن البيان باللسان»[٢٠٣]. ويؤكد أنّ «الإشارة واللّفظ شريكان، ونِعْم العونُ هي له، ونعم الترجمانُ هي عنه، وما أكثرَ ما تنوب عن اللّفظِ، وما تُغني عن الخطِّ... وفي الإشارة بالطّرف والحاجب وغير ذلك من الجوارح مرفقٌ كبير ومَعُونة حاضرة، في أُمورٍ يستُرها بعضُ النّاسِ من بعض، ويخفونها من الجليس وغيرِ الجليس»[٢٠٤]. ويوضح الجاحظ تأثير الإشارة في عملية الاتصال بقوله: «والمتكلّم قد يشير برأسه ويدِه على أقسام كلامه وتقطيعه، ففرّقوا ضروبَ الحركات على ضروبِ الألفاظ وضروبِ المعاني، ولو قُبِضَت يدُه ومَنعَ حركةَ رأسه، لذهب ثلثا كلامه، وقال عبد الملك بن مرْوان: لو ألقيتُ الخيزُرانةَ من يدي لذهب شَطر كلامي... ومن شأن المتكلمين أن يُشيروا بأيديهم وأعناقهم وحواجبهم، فإذا أشاروا بالعصيّ فكأنهم قد وصلوا بأيديهم أيدياً أُخَر»[٢٠٥]. وكأن الجاحظ يدرك أن التفاعل اللفظي الحركي والنفسي مفيد في

موضوع الاحتجاج. أي «إنّ هذا الوعي بجمالية الجسد والصوت أداءً وتعبيراً، وإن اندرج في سياق بلاغة الخطيب وحسن بيان الشاعر، فهو دالٌّ على إدراك الفضاء الجامع بين الباث والمتلقي، في مجال بصري سمعي، به يتحقق الإفهام والتواصل وينبجس المعنى واضحًا جليًّا»[٢٠٦]. ذلك أنّ «أوضاع الجسم الكلية لها قوة التعبير نفسها عن المشاعر، أي في مقابل حركة طرف محدد كاليد أو الرأس أو العين أو الحاجب. وفي هذا الجانب أيضاً – أي جانب الإشارات ولغة الجسد ووضعياته – ينبغي على الغريب عن المجتمع أن يفهم ثقافة المجتمع تجاه الإشارات قدر الإمكان ذلك أن ثقافة الجمهور ينبغي أن توضع في الاعتبار»[٢٠٧]. ويرى الجاحظ أن الإشارة خاضعة لثقافة الجمهور وأعرافه الاتصالية والتعبيرية والرمزية، يقول: «فهل تَعدو الإشارةُ أن تكون ذاتَ صورةٍ معروفةٍ، وحِلْية موصوفة، على اختلافها في طبقاتها ودلالاتها، وفي الإشارة بالطّرف والحاجب وغير ذلك من الجوارح، مرفقٌ كبير ومَعُونة حاضرة، في أُمورٍ يستُرها بعضُ النّاسِ من بعض، ويخفونها من الجليس وغيرِ الجليس، ولولا الإشارةُ لم يَتفاهم النّاسُ معنَى خاصّ الخاصّ، ولَجَهِلوا هذا الباب البتّة»[٢٠٨]. أما في المكتوب فيكون تناسب عرض الموضوع، وتسلسل العبارة بحيث لا يستغلق فهم القارئ، مع تجويد الخط ووضوحه وتنميقه والعناية بما بات يعرف اليوم بعلامات الترقيم؛ حتى لا يكون بين الحروف المجموعةِ والمصوّرةِ من الصوت المقطّع في الهواء، ومن الحروف المجموعة المصوّرة من السواد في القرطاس فرق[٢٠٩].

ج. براعة الصورة من خلال الأمثال والاستعارات والتشبيهات ونحوها، وصنع الأمثلة القريبة من فهم المتلقي، وبما يتناسب مع سياق الخطاب، وأن لا يُتْرَك المتلقي عرضةً للملل والضجر، بحيث لا يخرج من أسلوب تعبيري تصويري احتجاجي إلا إلى آخر[٢١٠].

د. جمع الشواهد وبثّها حسب الحاجة، إمّا مجموعة أو متفرقة، وهو يرى أن جمعها: «أبلغ في تزكية الشّاهد، وأنور للبُرهان، وأملأ للنفس، وأمْتع لها، بحسن الرّصف، وأحمده، لأنّ جُملة الكتاب على حالٍ مشتملةٍ على جميع تلك الحجج، ومحيطة بجميع تلك البرهانات، وإن وقع بعضُه في مكان بعضٍ، تأخّر متقدّم، وتقدّم متأخر»[٢١١]. وذلك أنه «بالاجتماع تجتمع القوة، ومن الأبعاض يلتئم الكُلُّ، وبالنظام تظهرُ المحاسن»[٢١٢].

4. **مواجهة الحجة/ تفنيد الحجة:**

ويكون بالتفاعل مع الاحتجاج وعدم تغافله عنه ثم:

أ. تفنيد الحجة بالقول المأثور المشهور، بالتجربة، بالشاهد الشعري، بالحكاية الشعبية، ونحوها؛ لتكون الخصومة بعد ذكر الحجة (المثل أو القول الشعري أو المأثور) ليست بين شخص المرسل والآخر، بل بين الآخر وثقافة المجتمع وفكره. و«التقصير في إثبات الحجة من هذه الطريق إنما هو عجز وابتلاء»[٢١٣]. إذ تعدُّ الأمثال شكلاً من أشكال التعبير الجاهز عن أحوال الأمم – ومنهم العرب – بما أودعت من «الأوصاف والتشبيهات والحكم ما أحاطت به معرفتها وأدركه عيانها، ومرت به تجاربهم، وهم أهل وبر، صحونهم البوادي وسقوفهم في السماء، فليست تعدو أوصافهم ما رَأَوا فيها»[٢١٤]. وهذا ما يؤكده الجاحظ بقوله: «فإنْ كنّا أسأنا في هذا التقريع والتوقيفِ، فالذي لم يأخُذ فينا بحُكم القرآن ولا بأدَب الرسول عليه الصلاة والسلام، ولم يَفزَع إلى ما في الفِطَن الصحيحة، وإلى ما توجبهُ المقاييسُ المطّردةُ، والأمثالُ المضرُوبة، والأشعار السائرة، أولَى بالإساءَة وأحقُّ باللائمة»[٢١٥] ولذا فقد ضرب الله الأمثال في القرآن لما فيها من زيادة إفهام وبيان وتوضيح، ولقدرتها على التصوير والتأثير في نفس المتلقي؛ نظراً لأنس

الإنسان بهذا اللون من التعبير، وهي تُمَثِّل خلاصة تجارب اتصالية، وتفاعلات ثقافية موروثة. فالاتصال عملية اجتماعية وضرب الأمثال والاستشهاد بها يقع ضمن فعاليات المجتمع؛ فهي من صميم العملية الاتصالية في بُعدها الاجتماعي، والثقافي، فهي منعكسة عن المجتمع وممثلة له وللغته، وتَستَمِد منه وبأعرافه وأعراف لغته وبيئته. والمثل جزء من الضمير الاجتماعي وعلى هذا فقد كان ضرب المثل استجابة لحاجة لغوية واجتماعية، ولها قوتها الدلالية والاستدلالية، لإفادتها التجربة، وقدرتها البيانية والتأثيرية.

ب. تفنيد الحجة من داخلها: من خلال الاعتراف بها ومجاراة صاحبها ثم نقض أدلتها. وهذا يظهر في محاوراته بين صاحب الكلب وصاحب الدِّيك، وغيرهما(٢١٦).

ج. زيادة التشكيك للوصول إلى مرحلة من اليقين بتفنيد وتوهين أدلة الحجة الأخرى/ بعرض الأمر ونقيضه/ أو ما ينقضه، يقول الجاحظ: «ولم أكتب هذا لتقرّ بهِ، ولكنها رواية أحببت أن تسمعها، ولا يعجبني الإقرار بهذا الخبر، وكذلك لا يعجبني الإنكار له، ولكن ليكنْ قلبك إلى إنكاره أميلَ. وبعد هذا فاعرف مواضع الشّكّ، وحالاتها الموجبة له، لتعرف بها مواضع اليقين والحالات الموجبة له، وتعلم الشّكّ في المشكوك فيه تعلُّماً، فلو لم يكن في ذلك إلاّ تعرُّف التوقُّف ثمّ التثبُّت، لقد كان ذلك ممّا يحتاج إليه. ثمّ اعلم أنّ الشكّ في طبقاتٍ عند جميعهم، ولم يُجْمعوا على أن اليقين طبقاتٌ في القوّة والضعف»(٢١٧).

**5. استثارة رغبة المتلقي وفق أفق التوقع. ومن ذلك:**

أ. تحريك وتر العصبية لكل طرف من المتحاورين(٢١٨).

ب. الإحالة إلى شخصية محببة عند السامع أو متناسبة مع الموضوع(٢١٩).

ج. المفاجأة وإحداث الدهشة، وذلك بمسببات وآليات مختلفة، مثل صدور النجاح الاتصالي/البيان عمّن لا يُظن به ذلك ولا يتوقع منه، لرثاثة هيئته، أو لعدم معرفتهم

به؛ «لأنّ الشّيءَ من غير معدنه أغرب، وكلّما كان أغرَبَ كان أبْعدَ في الوهْم، وكلّما كان أبعَدَ في الوهم كان أطْرَف، وكلّما كان أطْرفَ كان أعجب، وكلما كان أعجبَ كان أبدع، والنّاسُ مُوَكّلُون بتعظيم الغريب، واستِطراف البعيد»[٢٢٠] وقد تتحقق المفاجأة والدهشة بالشواهد المنتخبة، أو العرض، وقد تكون المفاجأة في استعانة المرسل/ المتكلم بعناصر يعلمها المخاطبون لكنهم لا يتوقعون حضورها في مقامهم الخاص، فأتى بما لا يتوقعه المتلقي. وهذا يحدث في التمثيل وضرب المثل من أجل التأثير والاحتجاج أو الإقناع أو النادرة والطرفة. من هنا كان «نفاذ الخطاب مرتبطاً بتوصل المرسل إلى إقامة علاقات عميقة ورهيفة بين آليات وعناصر لم يكن من المتوقع حصول تلك العلاقات بينها، ومن ثَمّ فعنصر المفاجأة الطريفة يُعَدُّ من أبرز الخطط الحجاجية في مجالي الملفوظ والمكتوب على السواء. فالحذق في توظيف الآليات التواصلية واستغلالها بالطرق التي لم تكن معهودة يُعَدُّ أمراً مهماً به تتجلى براعة مرسل الخطاب»[٢٢١].

**6. استحضار المتلقي في بنية الخطاب والاهتمام به وعدم استغفاله:**

لأنه ليس كالعوام الذين يرغبون في استماع وتصديق الغرائب بلا تفكير ولا نقد أو تمحيص، وتوقع ردة فعل المتلقي وفائدة ذلك التوقع في توقي ما يوجب المعايب الفادحة، أما المعايب التي من قبيل الحسد والغيرة والشخصانية فمما لا بد منه ، ومن ثم فإن الجاحظ يوصي بقوله: «ينبغي لمن كَتبَ كتاباً ألا يكتُبَه إلاّ على أَنّ النّاس كلّهم له أعداء، وكلُّهم عالمٌ بالأمور، وكلُّهم متفرّغ له، ثم لا يرضى بذلك حتى يدع كتابه غُفْلاً، ولا يرضى بالرأي الفطير، فإنّ لابتداءِ الكتابِ فتنةً وعُجْبًا، فإذا سكنت الطبيعةُ وهدأت الحركة، وتراجَعَتِ الأخلاطُ، وعادت النفسُ وافرة، أعاد النّظر فيه، فَيَتَوَقّفُ عند فصوله توقُّفَ من يكونُ وزنُ طمَعه في السلامة أنقَصَ من وزنِ خوفِه من العيب»[٢٢٢].

**ويكون استحضار المتلقي بآليات منها**[٢٢٣]:

أ. مخاطبته بما يفهم حسب السياق والمقام والموضوع. إذ يرى الجاحظ أنه :«ليس ينبغي للعاقل أن يسُوم اللُّغاتِ ما ليس في طاقتها، ويسومَ النُّفوس ما ليس في جِبلّتها، ولذلك صار يحتاجُ صاحبُ كتاب المنطق إلى أنْ يفسّره لِمَنْ طُلب مِنْ قبَلِه علم المنطق، وإن كان المتكلمُ رفيق اللِّسان، حسن البيان، إلاّ أنّي لا أشُكُّ على حالٍ أنّ النفوسَ إذْ كانتْ إلى الطّرائف أحنّ، وبالنّوادر أشغف، وإلى قصار الأحاديث أمْيل، وبها أصبّ - أنّها خليقةٌ لاستثقال الكثير، وإن استحقّت تلك المعاني الكثيرة، وإنْ كان ذلك الطّويلُ أنفعَ، وذلك الكثيرُ أردّ»[٢٢٤]. ومن ثمّ يتجلى احترام المتلقي في بنية التخاطب بالألفاظ وانتقائها بما يتناسب وثقافته وسننه التعبيرية، وبالخصومات المفتعلة وباحترام ثقافته وعدم التهوين من شأنها ابتداء. وهذا ما نجده مبثوثاً في مباحث كتب الجاحظ ومحاوراته.

ب. تضمين حاجاته واهتماماته، فمدار الأمر على إحراز المنفعة.

ج. احترام رأي المتلقي وشخصه، بالاستماع منه، ومناقشة حججه، وعدم الاستخفاف بحجج المتلقي بل مواجهتها ونقضها.

د. إظهار عدم الحرص على تغيير وجهة نظر المتلقي وكأنها ضرورة لدى المرسل، وهذا يعود إلى احترام المرسل لرأي وفكر وشخص المتلقي، يقول الجاحظ: «ولم أكتب هذا لتقرّ به، ولكنها رواية أحببت أن تسمعها، ولا يعجبني الإقرار بهذا الخبر، وكذلك لا يعجبني الإنكار له، ولكن ليكنْ قلبك إلى إنكاره أميلَ. وبعد هذا فاعرف مواضع الشّكّ، وحالاتها الموجبة له، لتعرف بها مواضع اليقين والحالات الموجبة له، وتعلم الشّكّ في المشكوك فيه تعلُّماً، فلو لم يكن في ذلك إلاّ تعرُّف التوقُّف ثمّ التثبُّت، لقد كان ذلك مما يحتاج إليه»[٢٢٥]. وعلى المتكلم أن يحترس من الاندفاع الزائد على القدر المعتاد الوسط، لأن «الحماس الزائد على المألوف يعد أمراً سلبياً

على وضع المتكلم في المقام إزاء المخاطبين وإزاء ما ينوي توصيله»[٢٢٦]. ومن ثم كان من» المهم في الخطاب الإقناعي ألا تكون عناصره إجراءات procedes هدفها الوصول إلى أذهان المخاطبين بأية وسيلة أو بأي ثمن، بل لا بد من مراعاة الانسجام التام بين شكل الخطاب ومضامينه الفكرية والاجتماعية من جهة، وبين الأسلوب والعلامات الموحية بعفوية الطرح وبراءته من جهة ثانية[٢٢٧].

هـ. احترام العقد الاتصالي بين الطرفين/ الأطراف عن طريق: مراعاة المتلقي، وضوح الفكرة، الإفهام، وتجنب ما يجلب الكرب.

### 7. توفر المهارات الاتصالية عند المرسل/ القائم بالاتصال:

كما يهتم الجاحظ بالمقومات التي يتمتع بها المرسل، لما لها من تأثير في إقناع المتلقي ولعل من أبرز هذه المقومات والإمكانات:

أ. **ثقة المرسل بنفسه، وبالمعلومة، والتمكن منها**، والإحاطة بها وبغيرها مما يتطلبه المقام فيكون له من كل شيء شيء، فمن المستحيل معرفة كل شيء، ولكن يكتفي بمعرفة ما يحتاجه «من سائرِ ما يجري فيه الناسُ ويخوضون فيه»[٢٢٨]، وعلى المرسل أن يعرض حججه ومهاراته على أنها حقيقة مُسلّم بها، وهذا ما كان يجيده الحوّاؤون وأصحاب الحيل[٢٢٩]. **وإظهار التمكن ويكون ضمنه**:

(1). التمكن اللغوي أداءً، وعبارةً، وعرضاً، وتصويراً وضرباً للأمثال.

(2). مهارته في استغلال الظرف الاتصالي/ البيئة الاتصالية وقدرته على التعامل معها، والذي يتضمن القيم التعبيرية، والقيم الاجتماعية، وتوظيفها. وطبقات السامعين ومستوياتهم، واهتماماتهم، ثقافياً، واجتماعياً، ومهنياً. والظرف الاتصالي هو: كل ما يتعلق بالبيئة المحيطة بالعملية الاتصالية ومكونات المقام. ومن القيم التعبيرية: كالأمثال والكنايات الاجتماعية وطرق التعبير المختلفة التي تكون خاصة بلغة كل قوم.

ب. **مناسبة هيئة المتحدث لمقام الحديث وموضوعه وللمتلقين**، ويكون هذا بالتزيي بالزي اللائق بالمقام من حيث: المرسل، والمتلقي ( شخصهما، طبقتهما، وظيفتهما...) والمكان، لا سيما إن كان منبرًا أو مقام خلافة أو نحوه «فلكلِّ قوم زِيٌّ»(٢٣٠). وكان «الكاهنُ لا يلبس المصبّغ، والعَرّاف لا يدَعُ تذييلَ قميصه وسَحب ردائه، والحَكَمُ لا يفارق الوَبَر...»(٢٣١) وفي كلام الجاحظ إشارة إلى أن الزي قد يكون ضمن العملية الاتصالية. واتخاذ الزي المناسب له أثره في المرسل أولاً، ثم في المتلقي. أما على المرسل فهو يمثل تهيئةً نفسيةً استعداداً للمقام الاتصالي. والتهيؤ بالحالة النفسية من حيث الهيئة والمقام، فمقام خطبة النكاح، غير مقام خطبة الجمعة، وغير السوق، ليس في أماكنها فحسب بل في من يحضرها، وفي التهيؤ اللازم لها، وفي مقام كلٍّ منها. وأما المتلقي فبالهيبة والتأثير فيه؛ حتى إنّ اتخاذ الزي الخاص بكل وظيفة أو مقام كان عملية أساسية في التأثير في جمهور الناس؛ ويستدل الجاحظ بأنّ «ذلك قد كان شائعاً في الأسلاف المتبوعين... ولذلك اتّخذوا في الحروب الرّايات والأعلام، وإنّما ذلك كلُّه خِرَق سُود وحُمر وصُفر وبِيض، وجَعلوا اللِّواءَ علامةً للعَقْد، والعَلَم في الحرب مرجعاً لصاحب الجولة، وقد علموا أنّها وإن كانت خِرقاً على عصيّ أنّ ذلك أهيَبُ في القلوب وأهوَلُ في الصُّدور، وأعظَمُ في العيون»(٢٣٢). ومما يتناسب مع الهيئة اتخاذ مدعمات أخرى كاستخدام العصا؛ لكون استخدام العصا عرفًا عربيًّا، وهو كما يقول الجاحظ عرفٌ «خاصٌّ في خطباء العرب، ومقصورٌ عليهم، ومنسوبٌ إليهم»(٢٣٣). وتتوافق مع المقام الخطابي المعتمد على الإقناع والحجة، وأيضاً فإنّ حَمْل العصا والمخصرة دليلٌ على التأهُّب للخطبة، والتهيُّؤ للإطناب والإطالة، فكأن التزيي بالزي اللائق بالمقام، واتخاذ العصا أو نحوها، يُعَدُّ من مدعمات الجذب بالنسبة للمرسل تجاه المتلقي، وفي اتخاذ العصا فائدة أخرى أنها تساعد المرسل على

الثبات وتقيه من الارتجاف، وتعمل على التقليل من الحركات المصاحبة الزائدة عن الحاجة، لتكون الحركات والإيماءات حين يقوم بها أكثر دلالة؛ كون تلك الحركات الزائدة قد تتحول إلى معوق من معوقات نجاح العملية الاتصالية[٢٣٤].

ج. **الثقة بالنفس وإظهار رباطة الجأش وسكون النفس**. وليكون رابط الجأش فإن على المتكلم أن يتجنب ما يُخِلُّ برباطة الجأش؛ فيتجنب الحركات الزائدة، كمس اللحية، أو توزيع نظراته بما لا يليق بمقام التخاطب[٢٣٥]. ويجعل الجاحظ هذه الثقة من أسس البلاغة «فأوّل البلاغة اجتماع آلة البلاغة، وذلك أن يكون الخطيبُ رابطَ الجأْش، ساكن الجوارح، قليلَ اللّحْظ، متخيّر اللّفْظ...»[٢٣٦]. وهي أمور مهارية يقتدر عليها الواثق في أدائه «فالثّقة تنفي عن قلبه كلّ خاطرٍ يُورِث اللّجلجة والنحنحة، والانقطاعَ والبُهْر والعَرَق»[٢٣٧]. وهذا الخاطر أحد معوقات الاتصال الناجح.

د. **جودة الأداء**، وفصاحة المنطق، والتمكن من العبارة، ووضوح الصوت. ربما مثّل الأداء الجيد صورة من صور الجذب، حيث يستطيع اجتذاب جمهور أكبر[٢٣٨]. وهو من أقوى العوامل المؤثرة في الاحتجاج والإقناع والتأثير في المتلقي خصوصاً في المقام المباشر، يقول الجاحظ: «والصوتُ هو آلةُ اللّفظ، والجوهرُ الذي يقوم به التقطيع، وبه يُوجَد التأليف، ولن تكون حركات اللسان لفظاً ولا كلاماً موزوناً ولا منثوراً إلاّ بظهور الصوت، ولا تكون الحروف كلاماً إلا بالتقطيع والتأليف»[٢٣٩] ويقول: «وعلى قَدر وُضوح الدّلالة وصوابِ الإشارة، وحسن الاختصار، ودِقّة المَدْخَل، يكون إظهارُ المعنى، وكلّما كانت الدّلالة أوضَحَ وأفْصَح، وكانت الإشارةُ أبيَنَ وأنْوَر، كان أنفَعَ وأنْجَع، والدّلالة الظاهرةُ على المعنى الخفيّ هو البيانُ»[٢٤٠]. ومن عوامل جودة الأداء: السلامة من عيوب اللسان، يذكر الجاحظ أن: «الجمحيّ خطب خطبةَ نكاحٍ أصابَ فيها معانيَ الكلام، وكان في كلامه صفيرٌ يخرج من

موضع ثناياه المنزوعة، فأجابه زيدُ بنُ عليّ بنِ الحسين بكلام في جودة كلامه، إلا أنّه فَضَلَه بحسن المخرج والسّلامةِ من الصفير... وقال عمر بن الخطاب رحمه اللّه في سُهَيل بن عمرو الخطيب: يا رسولَ اللّه، انزَع ثَنِيّتَيْه السُّفْلَيَيْنِ حَتّى يَدْلَعَ لسانُه، فلا يقومَ عليك خطيباً أبدًا»[٢٤١]. ولا يغفل الجاحظ تأثير عيوب الخلقة في فاعلية العملية الاتصالية، يقول: «وربما قصرتْ بالمرء سجية في بدنه تقصر به عن الريادة في الخطابة فقد كان زيدُ بن جندبٍ أشْغَى أفلح، ولولا ذلك لكان أخطبَ العرب قاطبةً»[٢٤٢]. وهذا يعني أن عيوب اللسان معوّق من معوقات الاتصال الناجح.

هـ. **استحضار وتضمين الأمثلة والشواهد.** فمن مقومات الاتصال الناجح معرفة أبنية الكلام والعادات التعبيرية للمجتمع، كالمجاز والتمثيل والاستشهاد بالأمثال ونحوها، وقد جعل ابن الأثير الأمثال النوع الثالث من الأنواع الثمانية التي يجب تعلمها على من يريد أن تكمل له آلات الكتابة والكلام[٢٤٣]. وهي عنده أول الأجناس الأدبية التي يجب معرفتها فهي إحدى الخيارات المتاحة لتطوير الأداء التعبيري للمتحدث. ويحثُّ الجاحظ على حفظ الشعر الذي يصلح للمثل: «وإذا مر بك الشعر الذي يصلح للمثل وللحفظ فلا تنس حظك من حفظه»[٢٤٤]. فالمثل أحد الأدوات الفنية/ التعبيرية التي تساعد في بناء الشكل الراقي للرسالة الاتصالية وكان ورود المثل ضمن النص الاتصالي ( الشعري أو الخطابي) يبدو وكأنه ومضة في سماء النص، حتى قالوا في وصف بلاغة المتكلم: إنّهُ لم يُرَ أضرب للمثل منه. وقد قيل: «لا شيء أسبق إلى الأسماع وأوقع في القلوب وأبقى على الليالي والأيام من مثل سائر وشعر نادر»[٢٤٥]. كل هذا يجعل للاستشهاد بالأمثال والأقوال المشتهرة قوة إقناعية كبيرة، ولعل ارتباط جماليات وفنية النصوص الأدبية بالتقاليد الموروثة، وبالمعايير الفنية للمجتمع، هو ما عبر عنه ابن طباطبا بقوله: «وليست تخلو الأشعار من أن يُقتص فيها أشياء هي قائمة

في النفوس والعقول فيحسن العبارة عنها وإظهار ما يكمن في الضمائر ، فيبتهج السامع لما يرد عليه مما قد عرفه طبعه وقبله فهمه»[٢٤٦]. ومن القيم التعبيرية معرفة ألفاظ كل قوم وخاصيتهم في التعبير بها، وهو ما يؤكده الجاحظ بقوله: «فلكل قوم ألفاظ حظيت عندهم»[٢٤٧].

و. **براعة التصوير، وتنويع طرق العرض وأساليبه**. يخاطب الجاحظ قارئه وهو يبين له منهجه في التأليف، بقوله: «فإن مللْتَ الكتابَ واستَثْقَلْتَ القراءة، فأنت حينئذ أعذَرُ، ولحظِّ نفسك أبْخَسُ، وما عندي لك من الحيلة إلا أن أُصَوّره لك في أحسن صورة، وأقلّبَك منه في الفنون المختلفة، فأجعلَكَ لا تخرجُ من الاحتجاج بالقرآن الحكيم إلا إلى الحديث المأثور، ولا تخرجُ من الحديث إلا إلى الشّعر الصحيح، ولا تخرجُ من الشّعر الصحيحِ الظريفِ إلا إلى المثلِ السائر الواقع، ولا تخرج من المثل السائر الواقع إلا إلى القول في طُرف الفلسفة، والغرائب التي صحّحَتْها التجربة، وأبرزها الامتحان، وكشَف قِناعَها البُرهانُ، والأعاجيبِ التي للنفوسِ بها كلَفٌ شديدٌ وللعقول الصحيحة إليها النزاع القويّ»[٢٤٨].

ز. **عرض الموضوع وتسلسله واختيار ألفاظه ونظمها مع ما يشاكلها**؛ يقول الجاحظ: «وإنما الألفاظ على أقدار المعاني، فكثيرُها لكثيرها، وقليلها لقليلها، وشريفُها لشريفها، وسخيفها لسخيفها، والمعاني المفردةُ، البائنة بصُورها وجهاتها، تحتاج من الألفاظ إلى أقلّ مما تحتاج إليه المعاني المشتركة، والجهاتُ الملْتبسة»[٢٤٩].

## الخلاصة

أرسى الجاحظ مبادئ علم الاتصال وفق مصطلحات عصره وممارسات أهل العصر، ومبادئ الاتصال كما عبر عنها الجاحظ في تعليقه على الممارسة اللغوية والاتصالية والبيان، ولعلها لا تخرج عما عليه اليوم مقرر في علم الاتصال الحديث إلا باختلاف الأسماء والمصطلحات، كنتيجة للتطور العلمي في المفاهيم والمصطلحات، ونتيجة لتغير الظروف والبيئات الحاضنة للعلوم. وكان تأكيد الجاحظ منصباً حول التفوق الاتصالي بما أسماه البيان ومهاراته المختلفة وحول القدرة على الاستمالة من خلال تبني آليات مساعدة للتأثير في المتلقي وإقناعه، هذه الآليات مارسها الجاحظ في كتبه كما أرشد إليها قارئ كتبه.

ومما يحسب للجاحظ أنه اعتنى في مشروعه الاتصالي بأطراف الدورة الاتصالية كاملة (مرسل، ومستقبل، ورسالة، ورجع صدى، وتأثير، وبيئة)، كما وضع أسسًا علمية عميقة للتفاعل بين المرسل والرسالة والمستقبل، إذ لا قيمة للاتصال ما لم يكن مقبولًا ومفهومًا من الجمهور (المستقبلين). وهنا يتضح أن الجاحظ قد حدد محورًا للعلاقة بين المرسل والرسالة والمستقبل. وألزم الجاحظ المرسل أن يدرك ما يعتمل في نفوس الجمهور من قيم ومبادئ ومعايير وسنن اجتماعية، على أساس أن إدراك الجمهور للرسالة يتأثر بتفسيره لهذه الرسالة. كما قدّم الجاحظ معايير قوية لمعوقات ومقومات الاتصال الناجح، ووضع أصولاً علمية تتطابق مع الأصول العلمية التي قامت عليها بعض النظريات الاتصالية الحديثة. فضلاً عن اهتمامه باكتساب الناس للمحددات المشتركة لمعاني الأشياء، والتأثير الشخصي والاجتماعي للمشاركة في جماعة اللغة، وبالمثيرات الأولية للفرد في عملية الاتصال، والاستجابة إلى هذه المثيرات بما يحقق أفضل تأثير في المتلقي. وبذلك يكون الجاحظ قد قدّم مفاهيم بيانية تبين مدى وعيه لحاجة وحيوية تنظيم الاتصال اللغوي بالنسبة للإنسان.

## الهوامش

(١) أحمد بدر، الإعلام الدولي، دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، ط4، مزيدة ومنقحة، دار قباء للطباعة والنشر، 11

(٢) حسن مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط1، الدار المصرية اللبنانية، 1993م، 41

(٣) عبد المنعم شحاته، مكونات الإعلام وآثاره من منظور علم النفس، عالم الفكر، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، العددان الأول والثاني، 1995م، 292

(٤) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، 1978، 55

(٥) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 1997م، 21 -24.

(٦) عبد العزيز شرف، الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية، القاهرة، الهيئة العامة المصرية للكتاب، 2003م، 7، 8. علي أحمد الحاوري، أساسيات في فقه الاتصال، المتفوق للطباعة النشر، صنعاء، 2014م، 15-16

(٧) المرجع السابق،7، 8.

(٨) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار النهضة العربية، 1997، 597

(٩) إيمانويل فريس، برنارموراليس، قضايا أدبية، آفاق جديدة في نظرية الأدب، ترجمة: د. لطيف زيتوني، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم المعرفة، عدد 300، فبراير 2004م، 33

(١٠) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، ترجمة: د أحمد عوض، مراجعة : عبد السلام رضوان، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون عالم المعرفة، 263، 2000م، 79

(١١) الجاحظ، أبو عثمان عمرو بن بحر، الحيوان، تحقيق وشرح: عبد السلام هارون، بيروت، دار الجيل، 1996م، 1/ 42

(١٢) الجاحظ، البيان والتبيين، تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، بيروت، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، د. ت. 1/ 75

(١٣) الجاحظ، الحيوان 5/ 289- 290

(١٤) المرجع السابق 4/ 44- 45

(١٥) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، 64

(١٦) John Locke. An Essay Concerning Human Understanding ed. Peter Nidditch. Oxford: Clarendon Press. 1975 P. 402.

(١٧) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 69.

(١٨) طلعت منصور، سيكولوجية الاتصال، عالم الفكر، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، المجلد11، العدد2 سبتمبر، 1980، 131.

(١٩) الجاحظ، الحيوان 4/ 82

(٢٠) المرجع السابق 115/2

(٢١) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 14 على سبيل المثال، يقول: ولما علم واصل بن عطاء «4» أنه ألثغ فاحش اللثغ، وأن مخرج ذلك منه شنيع، وأنه إذا كان داعية مقالة، ورئيس نحلة، وأنه يريد الاحتجاج على أرباب النحل وزعماء الملل، وأنه لا بد له من مقارعة الأبطال، ومن الخطب الطوال وأن البيان يحتاج إلى تمييز وسياسة، وإلى ترتيب ورياضة، وإلى تمام الآلة وإحكام الصنعة، وإلى سهولة المخرج وجهارة المنطق، وتكميل الحروف وإقامة الوزن، وإن حاجة المنطق إلى الحلاوة والطلاوة، كحاجته إلى الجزالة والفخامة، وإن ذلك من أكثر ما تستمال به القلوب، وتثنى به الأعناق، وتزين به المعاني، وعلم واصل أنه ليس معه ما ينوب عن البيان التام، واللسان... ومن أجل الحاجة إلى حسن البيان، وإعطاء الحروف حقوقها من الفصاحة – رام أبو حذيفة إسقاط الراء من كلامه، وإخراجها من حروف منطقه، فلم يزل يكابد ذلك ويغالبه، ويناضله ويساجله، ويتأتى لستره والراحة من هجنته، حتى انتظم له ما حاول، واتسق له ما أمل. ولولا استفاضة هذا الخبر وظهور هذه الحال حتى صار لغرابته مثلاً، ولطرافته معلماً، لما استجزنا الإقرار به، والتأكيد له. ولست أعني خطبه المحفوظة ورسائله المخلدة، لأن ذلك يحتمل الصنعة، وإنما عنيت محاجة الخصوم ومناقلة الأكفاء، ومفاوضة الإخوان.

(٢٢) الجاحظ، رسالة التربيع والتدوير، مجموعة رسائل الجاحظ، تحقيق وشرح عبد السلام هارون، ط1، بيروت، دار الجيل 1991م، مج2، ج3/ 72. يقول الجاحظ: وقد كنت أتعجب من

محمد بن عبد الملك وأقول: ما يقولون في رجل لم يقل قط بعد انقضاء خصومه وذهاب خصمه: لو كنت قلت كذا كان أفضل، أو كنت لم أقل كذا كان أمثل! فما بال عفوه أكثر من جهدكم، وبديهته أبعد من أقصى فكرتكم؟

(٢٣) الجاحظ، الحيوان 4/ 195

(٢٤) المرجع السابق 2/ 245

(٢٥) المرجع السابق 4/ 190

(٢٦) المرجع السابق 3/ 302

(٢٧) المرجع السابق 4/ 82

(٢٨) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 193.

(٢٩) الجاحظ، البخلاء، تحقيق وتعليق: طه الجابري، دار المعارف، ط8، د.ت. 1

(٣٠) المرجع السابق، 5

(٣١) فولفجانج هانيه من، ديتر فيهفيجر، مدخل إلى علم اللغة النصي، ترجمة: د. فالح بن شبيب العجمي، نشر جامعة الملك سعود ، 249

(٣٢) المرجع السابق، 96

(٣٣) الجاحظ، الحيوان 3/ 409–4/ 206 على سبيل المثال

(٣٤) أمين عبد الله محمد اليزيدي، مباحث في علم البيان، ط1، صنعاء، المتفوق للطباعة، 2012م، 58

(٣٥) محمد سالم ولد محمد الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان، دولة الكويت، عالم الفكر، المجلس الوطني للثقافة والفنون، مج 28، عدد3، 2000م، 65

(٣٦) انظر على سبيل المثال: الحيوان، 1/ 80– 87 – 88 – 89– 99. 3/15. 5/ 155– 199. 6/ 12– 13– 35. رسائل الجاحظ 2/ 27– 39– 103.

(٣٧) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 66–67 .

(٣٨) فولفجانج هانيه من، ديتر فيهفيجر، مدخل إلى علم اللغة النصي، 203

(٣٩) أحمد بدر، الإعلام الدولي دراسات في الاتصال والدعاية الدولية، 14

(٤٠) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 33

(٤١) فلوريان كولماس، اللغة والاقتصاد، 163– 164

(٤٢) الجاحظ، الحيوان 75/4

(٤٣) وسيمة عبد المحسن المنصور، توظيف المأثور القولي في تنمية لغة الطفل، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم الفكر، مج 28، عدد 3، 152

(٤٤) فضل دليو، الاتصال مفاهيمه – نظرياته – مفاهيمه، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003م، 21– 22.

(٤٥) المرجع السابق، 22– 23.

(٤٦) م . دي فلور، س بال روكاخ، نظريات الإعلام، ترجمة: محمد ناجي الجوهر، ط1، الأردن، إربد، دار الأمل للنشر والتوزيع، الإصدار الثاني، 1994، 169– 170.

(٤٧) الجاحظ، البيان والتبيين، 1/ 76

(٤٨) المرجع السابق، 136/1

(٤٩) المرجع السابق، 1/ 11– 76– 93– 2/ 39

(٥٠) المرجع السابق، 1/ 145– 146

(٥١) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، ترجمة شاكر عبد الحميد، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم المعرفة، 258، يونيو 2000م، 53

(٥٢) الجاحظ، الحيوان، 89/1.

(٥٣) المرجع السابق، 5/ 287

(٥٤) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 136

(٥٥) المرجع السابق، 1/ 11 - 76– 93– 2/ 39

(٥٦) المرجع السابق، 1/ 13

(٥٧)المرجع السابق، 13/1

(٥٨) الجاحظ، الحيوان 1/ 90

(٥٩) الجاحظ، البيان والتبيين 1 / 162

(٦٠) حسن مكاوي وسامي الشريف، نظريات الإعلام، القاهرة، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م، 83.

(٦١) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 93

(٦٢) المرجع السابق، 1/ 139، الحيوان 3 / 368

(٦٣) المرجع السابق، 1/ 136 – 139 – 193 – الحيوان 1/ 200 - 3/ 43 - 3/ 367 – 368

(٦٤) جبار عودة العبيدي، هادي حسن عليوي، مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال، صنعاء، مركز عبادي للنشر والتوزيع، 8.

(٦٥) أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، القاهرة، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998م، 15.

(٦٦) إيمانويل فريس، برنارموراليس، قضايا أدبية، آفاق جديدة في نظرية الأدب، 25

(٦٧) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 24 .

(٦٨) حسن مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 22 .

(٦٩) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 66 .

(٧٠) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 203 – 1/ 14

(٧١) المرجع السابق، 1/ 136 – 137

(٧٢) المرجع السابق/ 1/ 220 – 208 – 4/ 27 - الحيوان 1/ 201 – 4/ 206

(٧٣) المرجع السابق، 1/ 136

(٧٤) المرجع السابق، 1/ 200

(٧٥) المرجع السابق، 1/ 203

(٧٦) المرجع السابق، 1/ 136

(٧٧) المرجع السابق، 1/ 208

(٧٨) المرجع السابق، 1/ 272

(٧٩) المرجع السابق، 1/ 44

(٨٠) المرجع السابق، 1/ 163

(٨١) المرجع السابق، 1/ 11-136-137-4/ 27

(٨٢) المرجع السابق، 1/ 86

(٨٣) المرجع السابق، 1/ 137

(٨٤) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 22 .

(٨٥) دي فلور، س بال روكاخ، نظريات الإعلام، 170.

(٨٦) المرجع السابق، 171.

(٨٧) المرجع السابق، 188.

(٨٨) المرجع السابق، ص 194.

(٨٩) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 69.

(٩٠) J.W. Tankard. Jr and Sverin. W. J.. Communication Theories.. Origins. Methods. Uses.. New York: Longman. 1988 P.32.

(٩١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 70.

(٩٢) Schramm Wed. Men. Message and Media.. New York. Harper & Row Publishers. 1973. P.297 - 299.

(٩٣) الجاحظ، الحيوان، 1/ 77

(٩٤) ابن طباطبا، عيار الشعر، تحقيق : عباس عبد الساتر، بيروت، المكتبة العلمية، ط1، 1982م، 17

(٩٥) المرجع السابق، 37

(٩٦) الجاحظ، الحيوان، 1/ 363

(٩٧) الجاحظ، البخلاء، 1-5

(٩٨) الجاحظ، الحيوان 1/ 37 - 38

(٩٩) المرجع السابق، 1/ 383

(١٠٠) المرجع السابق، 1/ 153

(١٠١) المرجع السابق، 5/ 542

(١٠٢) ديفيد انغليز، جون هغسون، سوسيولوجيا الفن، طرق للرواية، ترجمة: ليلى الموسوي، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون عالم المعرفة، العدد 341، 2007م، 44

(١٠٣) الجاحظ، الحيوان 1/ 32. يقول الجاحظ: والإنسانُ فصيح وإنْ عبَّرَ عن نفسه بالفارسيّة أو بالهنديّة أو بالروميّة وليس العربيُّ أسوأ فهماً لِطَمْطَمَةِ الروميِّ من الرومي لبيانِ لسان العربيّ فكلُّ إنسانٍ من هذا الوجه يقال له: فصيح، فإذا قالوا : فصيح وأعجَم فهذا هو التأويل في قولهم أعجم وإذا قالوا العرب والعجم ولم يلفظوا بفصيح وأعجم فليس هذا المعنى يريدون إنَّما يَعنُون أنَّه لا يتكلَّم بالعربيَّة وأنَّ العربَ لا تفهم عنه.

(١٠٤) أمين عبد الله اليزيدي، مباحث في علم البيان، 31

(١٠٥) آ. أي ريتشاردز، مبادئ النقد الأدبي، ترجمة: د. إبراهيم الشهابي، دمشق، منشورات وزارة الثقافة ، 2002م. 119

(١٠٦) المرجع السابق، 170

(١٠٧) البهاء السبكي، أبو حامد، أحمد بن علي، عروس الأفراح في شرح تلخيص المفتاح، تحقيق : خليل إبراهيم خليل، ط 1، بيروت، دار الكتب العلمية، 2001 م ، 1/ 34

(١٠٨) ينظر: الجاحظ، البيان والتبيين، 1/ 90 وما بعدها

(١٠٩) أمين اليزيدي، مباحث في علم البيان، 27

(١١٠) الجاحظ، الحيوان 4/ 209 – 6/ 16

(١١١) المرجع السابق، 1/ 57

(١١٢) حسن مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 23 .

(١١٣) الحسن بن بشر الآمدي، الموازنة بين الطائيين، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، د. ت. ط بيروت، مكتبة العلمية، 170.

(١١٤) أمين عبدالله محمد اليزيدي، الخصائص الفنية في الحكم والأمثال العربية دراسة تحليلية تطبيقية في كتاب مجمع المثال للميداني، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة النيلين، 2005م.

(١١٥) انظر: ما يتعلق بالمتلقي في مبحث إستراتيجيات الإقناع من هذا البحث.

(١١٦) الجاحظ، الحيوان 1/ 5–6–55– 4/ 82– 206 – 298– 6/ 459 على سبيل المثال

(١١٧) على سبيل المثال لا الحصر: البخلاء 1–5، الحيوان1/ 37–38 - 4/ 76

(١١٨) الجاحظ، البيان والتبيين1/ 76، الحيوان 1/ 89 على سبيل المثال

(١١٩) الجاحظ، الحيوان 1/ 88

(١٢٠) على سبيل المثال: الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 90 – 136، الحيوان 1/ 57–361 - 2/ 104

(١٢١) الجاحظ، الحيوان 4/ 195–5/ 326 – 6/ 201–205

(١٢٢) المرجع السابق 4/ 190

(١٢٣) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 85–86– الحيوان 4/ 82

(١٢٤) الجاحظ، الحيوان، 4/ 287

(١٢٥) المرجع السابق، 1/ 55–4/ 82–206

(١٢٦) المرجع السابق، 6/ 202–251

(١٢٧) المرجع السابق، 3/ 368–369

(١٢٨) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 11

(١٢٩) م . دي فلور، س بال روكاخ، نظريات الإعلام (1994)، 189. في: Claude E. Shannon and Warren Weaver. The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press، 1949.

(١٣٠) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 26 .

(١٣١) حسن عماد مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 25–26 .

(١٣٢) فولفجانج هانيه من، ديتر فيهفيجر، مدخل إلى علم اللغة النصي، 385

(١٣٣) الجاحظ، البيان والتبيين، 1/ 203

(١٣٤) جبار عودة العبيدي، هادي حسن عليوي، مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال، ط 1، صنعاء، مكتبة الجيل الجديد، 1993م، 7.

(١٣٥) فولفجانج هانيه من، ديتر فيهفيجر، مدخل إلى علم اللغة النصي، 14

(١٣٦) العسكري، الصناعتين، تحقيق مفيد قميحة، دار الكتب العلمية، ط2، بيروت، 1984م ، 19

(١٣٧) أمين عبد الله اليزيدي، مباحث في علم البيان، 38

(١٣٨) عبد المطلب جبر ، المصطلح والأداة في الصورة الفنية مقدمة لتأصيل المفهوم، علامات في النقد، جدة، النادي الأدبي، مج 16، جزء 64، فبراير 2008م، 288

(١٣٩) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، 282

(١٤٠) أمين عبد الله اليزيدي، مباحث في علم البيان، 47

(١٤١) الجاحظ، الحيوان 3/ 366

(١٤٢) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، 53

(١٤٣) الجاحظ، الحيوان 1/ 201

(١٤٤) المرجع السابق، 4/ 190–195–303–6 / 201–205

(١٤٥) المرجع السابق، 2/ 105

(١٤٦) يدخل ضمن الفهم الانتقائي في الفقرة التالية.

(١٤٧) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 137

(١٤٨) الجاحظ، الحيوان 7/6

(١٤٩) المرجع السابق، 1/ 37

(١٥٠) المرجع السابق، 1/ 38

(١٥١) المرجع السابق، 2/ 103

(١٥٢) المرجع السابق، 2/ 104

(١٥٣) الجاحظ، البيان والتبيين، 1/ 18

(١٥٤) الجاحظ، البيان والتبيين ،1 /18

(١٥٥) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 28–29 .

(١٥٦) حسن مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 24.

(١٥٧) الجاحظ، الحيوان 1/ 90–4/ 206–209– 7/5- البيان والتبيين 1/ 13–14–1/ 27 /4–77

(١٥٨) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 58

(١٥٩) المرجع السابق 1/272

(١٦٠) إيمانويل فريس، برنارموراليس، قضايا أدبية عامة، 46

(١٦١) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 162 وخلاصة الحكاية أن الحجاج خرج ليشتري دوابَّ للجيش فوقف على خراساني يبيع الدواب فكلمه الخراساني بكلام لم يفهمه الحجاج فقال له: ويلك ما تقول؟ فأجابه بكلام آخر غير مفهوم، ففسره للحجاج من كان قد اعتاد سماع كلام الأعاجم حتى صار يفهم ما يقولونه.

(١٦٢) إيمانويل فريس، برنارموراليس، قضايا أدبية عامة، 51– 52

(١٦٣) الجاحظ، الحيوان 1/ 153

(١٦٤) الجاحظ، الحيوان 3/ 409– 4/107– 206 – 6/ 5– 7/ 5 على سبيل المثال، البيان والتبيين 1/ 13

(١٦٥) الجاحظ، البيان والتبيين 1/44

(١٦٦) الجاحظ، الحيوان 4/206–209– 7/5– البيان والتبيين 1/13– 1/77

(١٦٧) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 134

(١٦٨) المرجع السابق، 1/133

(١٦٩) المرجع السابق، 1/ 44– 92

(١٧٠) الجاحظ، الحيوان ، 5/ 199– 7/25– 65

(١٧١) حسن مكاوي، نظريات الإعلام، 161.

* كثيراً ما تذكر المصادر الأوروبية دور الرومان واليونان في موضوع الإقناع، ويتجاهلون دور العرب واللغة العربية.

(١٧٢) حسن مكاوي، نظريات الإعلام، 151.

(١٧٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، 328.

(١٧٤) جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، 285 – 289.

(١٧٥) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، 462.

(١٧٦) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، القاهرة، 53.

(١٧٧) أحمد بدر، الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية، دار قباء، القاهرة، 1998، 297.

(١٧٨) المرجع السابق، 296.

(١٧٩) جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، 463. حسن مكاوي، سامي الشريف، نظريات الإعلام، 152 – 154

(١٨٠) العسكري ، الصناعتين 155

(١٨١) الجاحظ، الحيوان 7/ 73

(١٨٢) المرجع السابق، 6/ 14

(١٨٣) المرجع السابق، 6/ 12 – 13

(١٨٤) المرجع السابق، 5/ 155

(١٨٥) المرجع السابق، 1/ 57

(١٨٦) المرجع السابق، 4/ 209 – 6/16

(١٨٧) المرجع السابق، 1/ 55 وينظر على سبيل المثال الصفحات 11 – 13 – 14 – 16 – 55 من الجزء الأول من الحيوان.

(١٨٨) المرجع السابق، 5/ 155

(١٨٩) المرجع السابق، 6/ 12 – 13

(١٩٠) المرجع السابق، 6/ 12 – 13

(١٩١) المرجع السابق، 1/ 89

(١٩٢) المرجع السابق، 1/ 60

(١٩٣) المرجع السابق، 1/ 55 – 7/ 360 – 361 على سبيل المثال.

(١٩٤) الحيوان 1/ 52 – 53 – 2/ 138 – على سبيل المثال والبيان والتبيين 1/ 44 على سبيل المثال

(١٩٥) المرجع السابق، 6/ 12 – 13

(١٩٦) المرجع السابق، 2/ 5

(١٩٧) المرجع السابق، 1/ 223

(١٩٨) المرجع السابق، 5/ 155

(١٩٩) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 55- 58- 79

(٢٠٠) الجاحظ، الحيوان 4/ 206-209- 7/5- البيان والتبيين 1/ 13- 1/ 77

(٢٠١) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، 58

(٢٠٢) المرجع السابق، 102

(٢٠٣) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 79

(٢٠٤) المرجع السابق، 1/ 78

(٢٠٥) المرجع السابق، 1/ 119

(٢٠٦) خالد الغريبي، الشعر ومستويات التلقي، علامات في النقد ، جدة، النادي الأدبي، مجلد 9، جزء 34 – 122

(٢٠٧) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، 171

(٢٠٨) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 78

(٢٠٩) الجاحظ، الحيوان 1/ 72

(٢١٠) المرجع السابق، 5/ 155 وينظر النص في الصفحة (71) من هذا البحث

(٢١١) المرجع السابق، 6/ 38 - 39

(٢١٢) المرجع السابق، 5/ 199

(٢١٣) المرجع السابق، 1/ 11 – 13 –14

(٢١٤) ابن طباطبا، عيار الشعر ، 16

(٢١٥) الجاحظ، الحيوان 1/ 16

(٢١٦) المرجع السابق، 1/ 203 - 209 على سبيل المثال.

(٢١٧) المرجع السابق، 6/ 35

(٢١٨) ينظر محاوراته حول العصا في البيان 3/ 117، ومحاوراته حول الفيل في الحيوان 7/ 182– 183 - 184 – 188 – 191 على سبيل الاستشهاد.

(٢١٩) انظر التوثيق والإسناد من هذا المبحث.

(٢٢٠) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 89 – 90

(٢٢١) محمد سالم الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان، 59

(٢٢٢) الجاحظ، الحيوان 1/ 88

(٢٢٣) انظر ما يتعلق بالمتلقي في مبحث عناصر الاتصال من هذا البحث

(٢٢٤) الجاحظ، الحيوان 6/ 8

(٢٢٥) المرجع السابق، 6/ 35

(٢٢٦) محمد سالم الأمين، مفهوم الحجاج عند بيرلمان، 70 – 71

(٢٢٧) المرجع السابق، 75

(٢٢٨) الجاحظ، الحيوان 1/ 60

(٢٢٩) المرجع السابق، 4/ 190 - 195

(٢٣٠) الجاحظ، البيان والتبيين 3/ 92

(٢٣١) المرجع السابق، 3/ 96– 97

(٢٣٢) المرجع السابق، 3/ 119

(٢٣٣) المرجع السابق، 3/ 117

(٢٣٤) جيلين ويلسون، سيكولوجية فنون الأداء، 152

(٢٣٥) المرجع السابق، 1/ 44

(٢٣٦) الجاحظ، البيان والتبيين 1/ 92

(٢٣٧) المرجع السابق، 1/ 134

(٢٣٨) آسابريغز بيتر بورك، التاريخ الاجتماعي للوسائط من غتنبرغ إلى الإنترنت، ترجمة: مصطفى محمد قاسم، دولة الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون عالم المعرفة، العدد 315، مايو 2005م، 67

(٢٣٩) الجاحظ، البيان والتبيين، 1/ 79

(٢٤٠) المرجع السابق، 1/ 75

(٢٤١) المرجع السابق، 1/ 58

(٢٤٢) المرجع السابق، 1/ 55

(٢٤٣) ينظر: ضياء الدين نصر الله بن محمد بن عبد الكريم بن الأثير ، المثل السائر، تحقيق : محمد محيي الدين عبد الحميد، بيروت ،المكتبة العصرية، 1999م، 1/ 28

(٢٤٤) الجاحظ، الحيوان ، 3/ 391

(٢٤٥) العسكري، الصناعتين، 155

(٢٤٦) ابن طباطبا، عيار الشعر، 125

(٢٤٧) الجاحظ، الحيوان 2/ 368

(٢٤٨) المرجع السابق، 5/ 155

(٢٤٩) الجاحظ، الحيوان 6/ 8 – البيان والتبيين 1/ 44 - 75 - 136 - 137 - 139

# قائمة المصادر والمراجع


- الآمدي، الحسن بن بشر ، **الموازنة بين الطائيين**، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، د. ت. ط مكتبة العلمية بيروت.
- ابن الأثير ، ضياء الدين نصر الله بن محمد بن عبد الكريم، **المثل السائر**، تحقيق : محمد محيي الدين عبد الحميد، المكتبة العصرية، بيروت، 1999م .
- الأمين، محمد سالم ولد محمد، **مفهوم الحجاج عند بيرلمان**، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم الفكر، مج 28، عدد3 ، دولة الكويت، 2000م.
- انغلين، ديفيد ، جون هغسون، **سوسيولوجيا الفن، طرق للرواية**، ترجمة: ليلى الموسوي، العدد 341، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم المعرفة، دولة الكويت، 2007م.
- إيمانويل فريس، برنارموراليس، **قضايا أدبية، آفاق جديدة في نظرية الأدب**، ترجمة: د. لطيف زيتوني، عالم المعرفة، عدد 300، فبراير ، المجلس الوطني للثقافة والفنون، دولة الكويت ،2004م.
- بدر، أحمد، **الاتصال بالجماهير بين الإعلام والتطويع والتنمية**، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998م.
- .....، الإعلام الدولي، **دراسات في الاتصال والدعاية الدولية**، ط4، مزيدة ومنقحة، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة.
- البهاء السبكي، أبو حامد، أحمد بن علي بن عبد الكافي، **عروس الأفراح في شرح تلخيص المفتاح**، تحقيق : خليل إبراهيم خليل، ط 1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2001 م .
- بيتر بورك، آسابريغز ، **التاريخ الاجتماعي للوسائط من غتنبرغ إلى الإنترنت**، ترجمة: مصطفى محمد قاسم، عالم المعرفة، العدد 315، مايو، المجلس الوطني للثقافة والفنون، دولة الكويت، 2005م.
- الجاحظ، أبو عثمان، عمرو بن بحر ، **البخلاء**، تحقيق وتعليق: طه الحاجزي، ط8، د.ت، دار المعارف.

- .....، **البيان والتبيين**، تحقيق وشرح: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت.
- .....، **الحيوان**، تحقيق وشرح: عبد السلام هارون، دار الجيل، بيروت، 1996م.
- .....، **رسالة التربيع والتدوير**، مجموعة رسائل الجاحظ، تحقيق وشرح عبد السلام هارون، ط1، دار الجيل، بيروت، 1991م.
- جبر، عبد المطلب ، **المصطلح والأداة في الصورة الفنية مقدمة لتأصيل المفهوم**، علامات في النقد، النادي الأدبي، جدة، مج 16، جزء 64، فبراير 2008م.
- الحاوري، علي أحمد، **أساسيات في فقه الاتصال**، المتفوق للطباعة والنشر، صنعاء، 2014م.
- حجاب، محمد منير ، **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م.
- دليو، فضل، **الاتصال مفاهيمه – نظرياته – مفاهيمه**، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.
- رشتي، جيهان أحمد ، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، دار الفكر العربي، 1978م.
- .....، **الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997م.
- روكاخ، دي فلور، س بال ، **نظريات الإعلام**، ترجمة: محمد ناجي الجوهر، ط1، الإصدار الثاني، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن، إربد، 1994م.
- ريتشاردز، آ. أي ، **مبادئ النقد الأدبي**، ترجمة: د. إبراهيم الشهابي، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق، 2002م.
- شحاته، عبد المنعم ، **مكونات الإعلام وآثاره من منظور علم النفس**، عالم الفكر، العددان الأول والثاني، المجلس الوطني للثقافة والفنون دولة الكويت، 1995م.
- شرف، عبد العزيز ، **الأجناس الإعلامية وتطور الحضارات الاتصالية**، الهيئة العامة المصرية للكتاب، القاهرة، 2003م.
- ابن طباطبا، محمد بن أحمد، **عيار الشعر**، تحقيق : عباس عبد الساتر، ط1، المكتبة العلمية، بيروت، 1982م.

- عبد الحميد، محمد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997م.
- العبيدي، جبار عودة ، هادي حسن عليوي، **مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال**، ط 1، مكتبة الجيل الجديد، صنعاء، 1993م.
- .....، **مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال**، مركز عبادي للنشر والتوزيع، صنعاء.
- العسكري، أبو هلال، الحسن بن سهل، **الصناعتين**، تحقيق مفيد قميحة، ط2، دار الكتب العلمية، بيروت، 1984م .
- الغريبي، خالد ، **الشعر ومستويات التلقي**، علامات في النقد ، النادي الأدبي، جدة، مجلد 9، جزء 34
- كولماس، فلوريان ، **اللغة والاقتصاد**، ترجمة: د أحمد عوض، مراجعة : عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، 263، المجلس الوطني للثقافة والفنون دولة الكويت، 2000م.
- مكاوي، حسن ، الشريف، سامي، **نظريات الإعلام**، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 2000م.
- مكاوي، حسن ، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993م.
- منصور، طلعت ، **سيكولوجية الاتصال**، عالم الفكر، المجلد11، العدد2 سبتمبر ، المجلس الوطني للثقافة والفنون، دولة الكويت، 1980م.
- المنصور، وسمية عبد المحسن ، **توظيف المأثور القولي في تنمية لغة الطفل**، المجلس الوطني للثقافة والفنون، عالم الفكر، مج 28، عدد 3، دولة الكويت. 2000م.
- هانيه من، فولفجانج ، ديتر فيهفيجر، **مدخل إلى علم اللغة النصي**، ترجمة: د. فالح بن شبيب العجمي، نشر جامعة الملك سعود .
- ويلسون، جيلين ، **سيكولوجية فنون الأداء**، ترجمة شاكر عبد الحميد، 258، يونيو المجلس الوطني للثقافة والفنون عالم المعرفة، دولة الكويت، 2000م.

- اليزيدي، أمين عبد الله محمد، **الخصائص الفنية في الحكم و الأمثال العربية، دراسة تحليلية تطبيقية على مجمع الأمثال للميداني**، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة النيلين، الخرطوم، 2005م.

- .....، **مباحث في علم البيان**، ط1، المتفوق للطباعة، صنعاء، 2012م.

John Locke, **An Essay Concering Human Understanding** ed. Peter Nidditch (Oxford: Clarendon Press, 1975)

Schramm W(ed)(1973), **Men, Message and Media**., New York harper & Row Publishers.

Sverin, W, J. and J,W, Tankard, Jr(1988)**, Communication Theories, Origins, Methods, Uses.** New York: Longman.

# Fundamentals of The Effective Communication in the Works of Al-Jahedh: The Comparative Approach of Modern Communication


## Abstract

It is well known that the communicative processes occupy the most important role in human experience and highly influenced the lives of human beings. Most of the individual and social needs are based on the communication processes. The language-based communication is considered as the most common, the most influential and easier to use.

The Arabic folklore is full of contributions in this scientific field of communication. One of the most influential Arab scholars in this field is Al -Jahedh. He observed and monitored the realistic linguistic communication and wrote his observations and remarks in his books "Al Bayan" and "Al Hayawan" (Animal) in a flexible narrative and story – telling style. He based his remarks on the observation of the social reality and facts of language. Thus he conveyed different styles of communication in that era, which was full of lively debates and arguments. He observed the effective communication in human society and gatherings of humanity which used one common language or hybrid of language.

The researchers chose to analyze the texts of Al -Jahedh to derive the basic principles of effective communication in Al -Jahedh's books and compared them to the principles of modern communication. Also, they compared the concept of Al-Jahedh's communication elements with the modern elements of communication all the way to the strategies of persuasion.

The researchers concluded that Al -Jahedh had drawn the features of an integrated theory of communication based on the concept of rhetoric and discourse.

## Auther:

**Dr. Ali Ahmed Alyazidi Alhawri**

1 - PhD in Communication Science (Broadcasting & Television), Faculty of Arts and Mass Media. Beijing University.

2- Assistant Professor of Broadcasting and Television. Head of Media Department, Faculty of Arts, Hodeida University. University 2007.

## Publications:

### 1. Books:

1 - **Principles of Communication**. AI-Mutafawiq Publisher 2014.

2- **Television and Values** (under publication).

### 2. Researches:

1 - "Media treatment of the corruption issues in Yemeni non-governmental satellite channels analytical study Award of Scientific Researchthe University of Aden. 2014.

2 - "The Directing Elements and their Role in Rising Female Body Attraction for Actresses in Arabic TV Series". **The Journal of Art**, Alhodeida University. 2013.

3 - "Arabic TV Series and their Role in the Moral Collapse among Arab Societies" ...*International TV Forum Publications*. Medena University, Algeria April 2013.

## Auther:

**Dr. AmeenAbdullahMohammed HoussinAI Vazidi**

- Ph.D.in Literature and Criticism AI- Neelian University Sudan, 2005.

- Associate Professor of Literature and Criticism-Vice Dean of Academic Affairs, Faulty of Education, AIMahra., Hadramout University

### Publications:

### 1. Books:

- **Studies in Rhetoric.**

### 1. Researches:

1- "Manifestations of the Conflict between the Self and the Concept in Nabeela's Dreams". **Journal of AI- Hodeida University.** 2013.

2- "Social Study of the Word and Meaning". **Scientific JournaI**. Faculty of Literature, Asyut University. Issue 44. 2012.

3- "The Effectiveness of the Completion of the Word in AI- Fajr (Dawn) as a Model". **Journal of Faculty of Arts**, Sana'a.2010.

4- "Conflict in Archaic Arabic Proverbs", **Literary Journal of AI- Neelian University**, Sudan. Issue NO.1 , Chapter1 , January- March, 2009.

5- "Limitation in Language Proficiency: Its Impacts, Causes, and Indications". Issue No. 10. AINeelian University, Sudan Issue No. 10, September 2007.

6- "The Relationship between the Critic and the Text and its Impact in the Development of Archaic Arabic Criticism" **Journal of Faculty of Literature**, Asyut University, Egypt, Issue No. 22, January 2007.

7- "Expressions In Ibn Qutayba: A Critical Study". **Journal of Faculty of Literature**, Tanta University. Volume No. 2. Issue No .2, January 2007.

Monogragh 468

# Fundamentals of The Effective Communication in the Works of Al-Jahedh:

## The Comparative Approach of Modern Communication

Dr. Ali Ahmed Al Yazidi
Department of Radio and Television -
Faculty of Arts
Hodeidah University

Dr. Amin Abdullah Mohammed Al Yazidi
Department of Arabic Language
Faculty Education
Hadramout University

Yemen