

# الوحدة الثانية



## وحدة التواصل الشفهي

مهارات  
الخطابة  
والإلقاء

# مهارات الخطابة والإلقاء



الخطابة التي نقصدها في هذه الوحدة ليست الخطبة التقليدية وهي ليست الخطبة العامة التي تلقى على جمع من الناس بصوت عالٍ فقط إنما هي أبعد من ذلك بكثير، إنها:

☀ تشمل أنواع الكلام المقول المخطط والمنظم الموجه لعدد من الناس، سواء كان هذا العدد كبيراً أو كان قليلاً ومحدوداً.

☀️ وتعني نقل المعلومات من فرد إلى آخرين، أحدهما مرسل نطلق عليه اسم خطيب أو متحدث، والآخر هم المستقبلون ونطلق عليه اسم الجمهور أو المستمعين.

☀️ وتستهدف التأثير في الجمهور وميوله وتفكيره وسلوكه بالصورة التي تتماشى مع أهداف المرسل أي الخطيب.

على هذا لا بد أن نفهم الخطابة على أساس أنها عملية اتصالية لسببين:

✓ أولهما: هناك أسس عامة ومشاركة بين جميع مستويات وأشكال الاتصال، وبما أن الخطابة تعد شكلاً تطبيقياً للاتصال، إذاً يتوجب علينا فهم هذه الأسس حتى نفهم الخطابة.

✓ ثانيهما: توسع هذه المعرفة مداركنا بالخطابة على أساس أنها موقف خطابي لنقل المعلومة وتأسيس علاقة بين طرفين يريد أحدهما تحقيق هدف من الثاني.

## كيف تتم عملية الخطبة؟



في سبيل فهم إجراء عملية الخطابة، نحاول في البداية أن نحدد خريطة للدور الذي يقوم به الخطيب حتى يسهل علينا فهم بقية عناصر عملية الخطابة أو الاتصال بالمستمعين، ولورسمنا سهمًا واحدًا ينطلق من اتجاه الخطيب (المرسل) إلى اتجاه المستمع (المستقبل) فإن هذا السهم سوف يرينا دور الخطيب في الإرسال فقط، وهذا يعني أن الخطيب يُلقي خطبته دون معرفة دور المستمع.

مستمع



خطيب

ولكن لو كررنا نفس الرسم وأضفنا سهما يتجه من المستمع إلى الخطيب، فإن ذلك يوضح تجاوب المستمع، ويعني أيضا أن هناك عوامل أخرى تتدخل في الخطابة، فما هي بقية هذه العوامل؟



سوف نتضح هذه العوامل من خلال استعراض ثلاثة نماذج، النموذج الأول يتناول عناصر الخطبة، والنموذج الثاني يتناول أبعاد دور الخطيب، والنموذج الثالث يتناول أبعاد دور المستمع.

## ١- نموذج أرسطو:

يعتبر أرسطو صاحب رؤية متطورة نحو فهم ظاهرة الاتصال رغم بعده عن هذا العصر بحوالي ٢٥٠٠ عام. فهو أول من وضع إطاراً تنظيرياً للاتصال من خلال ثلاثة عناصر للخطبة وهي:

أ- الخطيب. ب- الخطبة. ج- المستمع.

لو ترجمنا هذه العناصر لتتواءم مع عناصر الاتصال الحديثة سوف نجد أنها تعكس النموذج التالي أي أنها تتكون من ثلاثة عناصر هي المرسل والرسالة والمستقبل.

مستقبل

رسالة

مرسل

يتكون نموذج ديفيد بيرلو من أربعة عناصر هي: المصدر (الخطيب)، الرسالة، الوسيلة، المستقبل. وفي هذا النموذج لا يكفي أن نحدد بداية الخطبة من الخطيب أو المرسل؛ لأن المعلومات التي لدى الخطيب تعد نتيجة عوامل متعددة، منها: مهارات الخطيب، المعرفة، الميول والنظام الذي يعيش فيه، لذلك يعد اتصال المرسل حصيلة لهذه المؤثرات وتفاعلها مع بعضها البعض، كذلك يشترك المستمع في حصيلة هذه المؤثرات، ولتوضيح ذلك نسلط الضوء على ثلاث نقاط تساعدنا على فهم تخطيط وإعداد الخطبة:



• **المهارات:** يمكن القول إنه عندما يتحدث الخطيب (المرسل) إلى المستمع (المستقبل) فإن اتصاله يعتمد على كيفية استخدام مهارات الاتصال بنجاح وفاعلية، ذلك أن يتضمن الاستخدام الفعال للبراهين والحجج واستخدام التأثير الوجداني والإقناع، كذلك فإن للمستمع مهاراته التي تحدد مدى تقبله أو مقاومته للتأثير.

• **الاتجاهات:** للخطيب أو المرسل ميوله واعتقاداته المكتسبة خلال سنوات حياته، لذلك عندما يتصل فإنه يعكس تلك الاعتقادات والميول والتوجهات، كذلك للمستقبل ميول واعتقادات مما يجعل تقبله للرسالة يعتمد على مدى انعكاس تلك الميول والتوجهات.

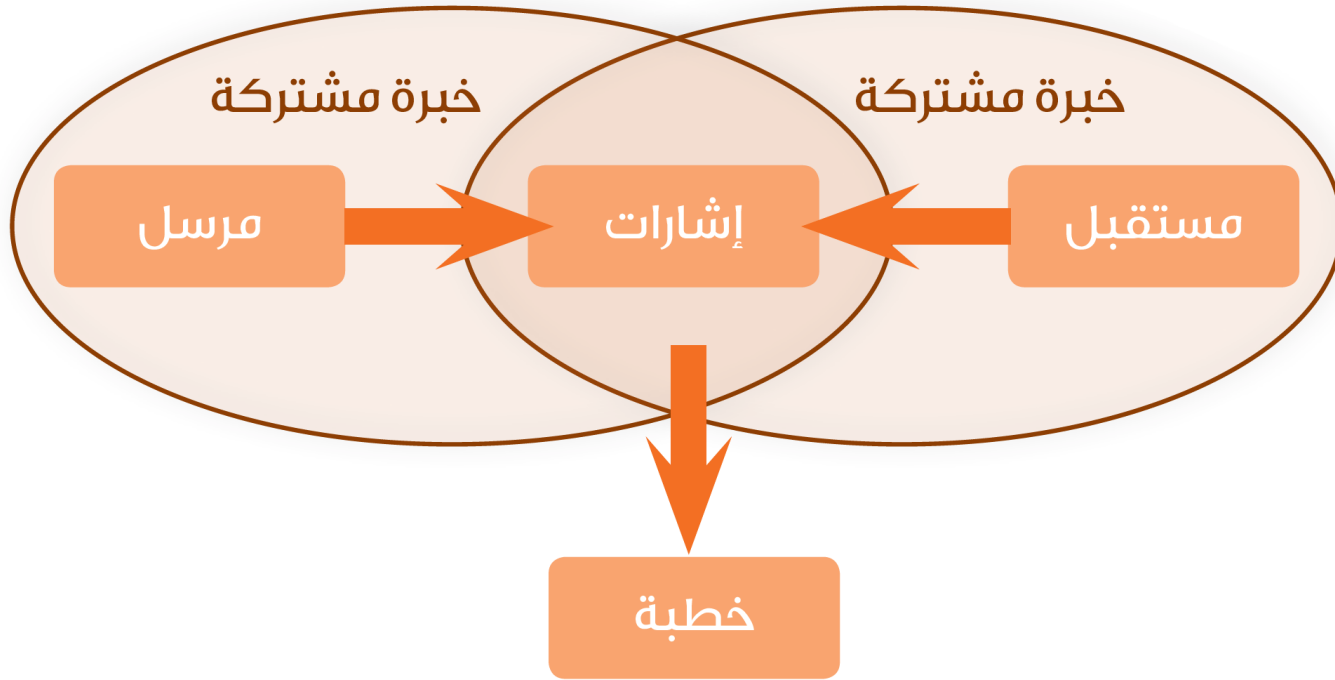
• **النظام الاجتماعي والثقافي:** لابد أن يتم فعل الرسالة الاتصالية من خلال مضمون ثقافي واجتماعي، على سبيل المثال لابد للمرسل أن يعرف نوعية المستقبل لكي يختار أسلوب المخاطبة الذي من الضرورة أن يعكس النظام الذي يشكل شخصية ونفسية المستقبلين، فخطاب التبوع لصالح جمعية خيرية في مجتمعين مختلفين، سوف يتفق مع المضمون الاجتماعي والثقافي للموقف الاتصالي.

إذا يعتمد نجاح الخطبة على معرفة الخطيب بالمضمون الثقافي والاجتماعي لبيئة المستمع، فمنه يؤسس حوار مع المستقبل ومن ثم تزداد إمكانية التأثير عليه بواسطة استخدام المهارات التي يملكها لكي تعكس ميوله واتجاهاته.

يتضح من نموذج ديفيد بيرلو أن نجاح الخطبة الفعالة والمؤثرة يعتمد على:

استغلال الخطيب للأشياء المشتركة الموجودة بينه وبين الجمهور، وتشمل هذه الأشياء النواحي الدينية والاجتماعية والثقافية وكذلك التوجهات السياسية أو الفكرية.

ويمكن التعرف على أثر هذه الأشياء المشتركة في نجاح الخطبة من نموذج ولبر شرام.



حيث نلاحظ أن عملية الإرسال التي تتم بنجاح بين الخطيب والمستمع (المرسل والمستقبل) تتكون من خبرة مشتركة بينهما تمثل الأرضية التي تشمل الأشياء المشتركة بينهما.

## تعريف الخطابة:



عندما نعرف الخطابة لا بد أن ننسى أي تصور خاطئ يعتبر الخطبة مجرد وسيلة لإلقاء الكلام بصوت مرتفع، إذ لا بد أن نتعامل مع الخطبة على أساس أنها عملية مخططة، لها أهداف، ولها إستراتيجيات لتحقيق تلك الأهداف.

لذلك فإن التعريفات التي درسناها في البداية تخدم هذا التصور للخطابة، فالإتصال معني بنقل المعلومات والمعاني، وكذلك الخطابة معنية بالتأثير لفهم هذه المعاني في موقف خطابي، فتعريف أرسطو قبل ٢٥٠٠ عام يبينها على أساس أنها:

- استخدام الوسائل الممكنة للتأثير.
- ويعرفها إيج ميرز: علم المنطق الذي يقود إلى فن
- الإلقاء بهدف نقل المشاعر عن طريق استخدام قوة الاستدلال.

إذا كان هذا التعريف يُبين علاقة الخطابة بالمنطق، وخاصة علاقتها بالجدل البياني أو الخطابى - وهو أمر طبيعي في مجال الخطابة - فإن الرؤية الحديثة للخطابة تضيف أنها عملية اتصالية لنقل المعاني باستخدام جميع الوسائل الممكنة في التأثير، لذلك فإن هذه التعريفات تخدم التعريف العربى لعلى محفوظ بأنها:

• توجيه الكلام نحو الآخرين للإفهام.

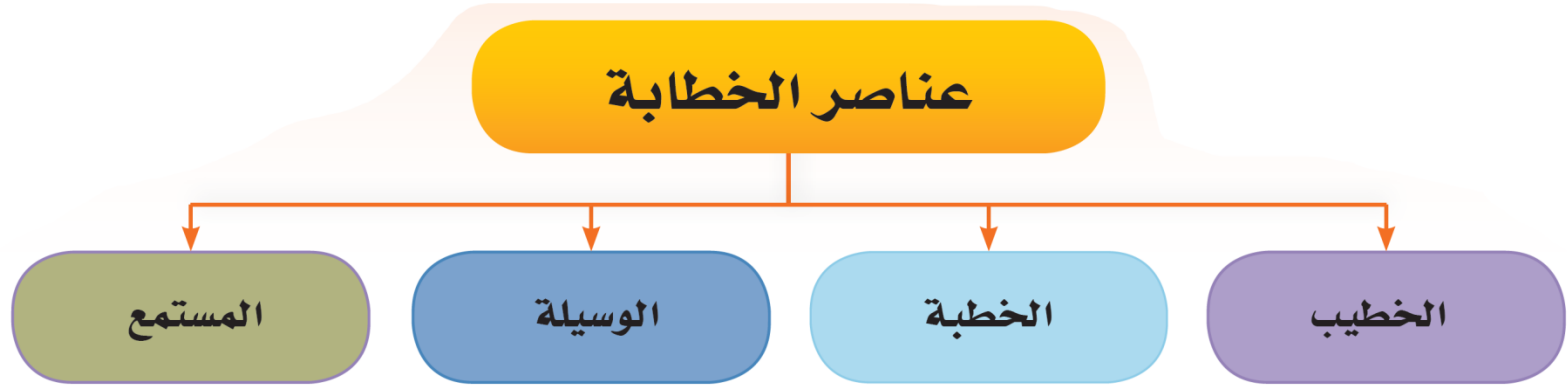
ولزيادة الإيضاح يمكن فهمها على النحو التالي: سلوك السُّني يتعمد إيصال المعلومات عن طريق الإلقاء الشفهي وغير الشفهي المخطط تتمثل في تفعيل التعاون لاستمالة الجمهور لقبول فكرة أو إحداث تغيير في اتجاهاته أو أفكاره أو سلوكه.

## أهمية الخطابة:



- ١ تساعد على زيادة التأثير الشخصي وإثبات المرء لوجوده، واللذين يعدان أمرين مهمين بالنسبة للنجاح المهني.
- ٢ تساعد على بناء تقدير الذات.
- ٣ تتيح لك الوصول إلى الكثيرين من الناس في نفس الوقت.
- ٤ يمكن أن تلهم وتحفز الناس على اتخاذ مسار معين من الإجراءات.
- ٥ الخطبة أو الكلمة الفعالة تسهل من عملية صنع القرار بشكل أفضل.





### ١- الخطيب (المرسل):

المعنى البديهي لكلمة مرسل هو المتحدث أو المتكلم ولكن في حقيقة الأمر يشمل المعنى أنشطة اتصالية متعددة تتركز جميعها حول إرسال المعلومة بالكلام أو بالرمز وسواء كانت وجهاً لوجه مثل: المحادثة، الخطبة، المناظرة

والمفاوضات، أو كانت عن طريق وسيلة: كالكتاب أو التلفاز،  
ومعنى ذلك أن المرسل أو الخطيب هو من يقوم بالإبلاغ أو  
الإيصال حتى لو كان بالرمز، فالأم حين تبسم لطفلها أثناء  
سؤاله عن حاجة يأخذها، فإنها ترسل موافقتها عن طريق الإيماء مثلاً بالسماح لأخذ ذلك الشيء بدون  
أن تتلفظ بالكلام.

ومهما تعددت أهداف المرسل، فإن الهدف الأساسي يشمل تحقيق رغباته من الآخرين، فالمرسل  
الناجح هو من يستطيع أن يقنع الناس برأيه، ويؤثر فيهم، ويحصل على ما يريد منهم.

## صفات الخطيب الناجم:

### أ-المصداقية:

معنى المصداقية كما عبر عنها أرسطو في كتابه البلاغة، هي الصفات التي تجعل المتحدث مؤثرا مثل الأمانة، الصدق، السمعة، والنزاهة، بالإضافة إلى ذلك هناك عاملان يقويان ويؤسسان المصداقية وهما:

١ الإلمام بالموضوع.

٢ الخبرة.

والمقصود بالإلمام بالموضوع، هو توفر المعلومات الكافية، وبواسطتها يتمكن المرسل أو الخطيب من التحكم في الموقف الاتصالي، وتوليد الثقة في نفسه، وتنعكس على قابلية قناعة المستقبل بمحتوى الرسالة.

أما الخبرة في الاتصال فهي علاقة المرسل بالموضوع، وأهليته في الحديث عنه، ويتضمن ذلك مرجعية المرسل، فالمتحدث عن شؤون الصحة هو الطبيب، والمتحدث عن قضية كروية إما أن يكون لاعب كرة أو معلقاً رياضياً، ومثال ذلك: حرص مروجي معجون الأسنان على ارتداء ممثلي الإعلان زيّ الطبيب، مما يعني أن المتحدث يشكل مرجعية عالية نابعة من العلم بالشيء والخبرة به، مما يجعله متحدثاً معتمداً يحق له الحديث عن ذلك المعجون بمصداقية عالية توحى به الرسالة باعتباره طبيباً يدلي بشهادته عن شيء يعرفه ويمكنه من نصح الناس باستخدامه.

بواسطة هذه المصداقية، يستطيع المرسل تكوين علاقة مع المستقبل يحصل بها على ثقة المستقبل فيه، فيكون مصدرًا موثوقًا به أي مصدقًا، وبالتالي تنعكس هذه العلاقة على تسليم المستقبل بمحتوى الرسالة والتأثر بها.

## ب- مهارات الاتصال:

تتضمن هذه المهارات القدرة على استخدام كل الوسائل المؤثرة التي منها:

- ١ استيعاب تجاوب ورد فعل المستقبل.
- ٢ سرعة الاستجابة لها.
- ٣ معرفة اتجاهات ودوافع المستقبل.
- ٤ معرفة طبيعة الموقف الاتصالي.
- ٥ الإلمام بفنون الإقناع والتأثير في الآخرين.
- ٦ تلبية اهتمام المستقبل.

كلما وضع المرسل نفسه في موقف المستقبل، فإنه يستطيع أن يفهم طرق وصول تأثير الرسالة، فالشعور بشعور المستقبل وتبني أفكاره والتعاطف معه وإشعاره بأن هناك شيئاً مشتركاً بينهما، يسهل طرق قبول المستقبل للمرسل.

## ٢- الخطبة (الرسالة):

المقصود بالرسالة في عملية الاتصال هو كل ما يتم نقله وتبادله بين المرسل والمستقبل، أي أن الرسالة هي المعلومات التي يرسلها المرسل أو المستقبل إلى الآخر، ومعنى ذلك أن الرسالة تعني الخطبة التي يلقيها الخطيب لتحمل المعنى إلى الآخرين.

### ٣- الوسيلة:

هي القناة التي تحمل الرسالة أو معانيها وتنقلها إلى الآخرين.

الوسائل المستخدمة في الخطابة:

أ- القنوات المباشرة: ويمكن أن نطلق عليها اسم القنوات الشخصية، والتي تقوم بوظيفة النقل وجها لوجه عن طريق:

١- القناة البصرية.

٢- القناة الشفهية.

٣- القناة الجسدية أو حركات الجسم.

ب- القنوات غير المباشرة مثل الراديو والتلفزيون.

## ٤-المستمع: (المستقبل)

هو الذي يستقبل الرسالة التي يرسلها المرسل، وقد يكون المستقبل فردًا واحدًا أو عدة أفراد أثناء الاتصال الذي يحدث وجها لوجه، وقد يتكون من عدة مئات كما يحدث في الخطابة، أو قد يكون المستقبل عدة ملايين من الناس كما في الاتصال الذي يحدث من خلال وسائل الإعلام كالتلفزيون مثلاً.

وفي الخطابة يلعب المكان دوراً مهماً في حجم الجمهور المستمع في الوقت الراهن، ومع وجود مكبرات الصوت يمكن أن تلقى الخطبة في الإستادات الرياضية ويحضرها عشرات الآلاف من المستمعين.



ويحتل المستمع أهمية تعادل وجود الطبيب نفسه، فعليه يقع عبء فهم الخطبة وفك رموزها، أي عليه أن يقوم بعملية الاتصال كما يقوم بها المرسل، ذلك أنه يقوم بالإصغاء والتفكير ثم رد الفعل والتجاوب. أي أنه يشترك في فعل الاتصال الخطابي.

هذه العوامل توضح أن تأثير الخطبة لا يعتمد على الخطيب فقط بل على المستمع أيضا، وبالتالي يقع على الخطيب فهم صفات المستقبل التي منها نوعية جنسه ذكراً كان أم أنثى، ومراحل عمره، وحالته النفسية والاجتماعية، ودرجة ذكائه وثقافته، من خلال تحليل المستمعين.

## تحليل المستمعين:

عند اتصالنا بالناس عن طريق الخطابة أو بواسطة الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون لا بد أن نعرف من هؤلاء الناس الذين يستمعون إلينا أو يقرأون لنا أو يشاهدوننا، إذ ينبغي أن نتعرف على ميولهم ورغباتهم ثم طبيعة نفسيتهم لكي نختار أحسن السبل للوصول إليهم ثم التأثير فيهم؛ لأننا عندما نغير اعتقادات وميول الآخر (المستمع)، فإننا نعمل في الواقع على إقناعه .

على هذا الأساس يهتم الخطيب وتهتم محطات الإذاعة والتلفزيون والمؤسسات الصحفية بدراسة هؤلاء الناس الذين نطلق عليهم لفظ (المستقبل) أو المستمع لمعرفة ميولهم واتجاهاتهم لكي نصيغ لهم الرسالة التي تتماشى مع رغباتهم، ونطلق على هذا الإجراء اسم تحليل المستمعين، أي دراسة نفسياتهم.

وفي مجال الخطابة، يهتم الخطيب بالمستمع أيضاً لأسباب كثيرة منها:

- لكي يفهم ميول المستمع ورغباته.
  - لكي يجعل الخطبة تتماشى مع تلك الميول.
- لذلك يضع الخطيب في اعتباره حقيقة مهمة وهي: ضرورة الإلمام بما يفكر فيه جمهوره المستمع إليه، حيث:

- يختار الموضوع المناسب لهم.
  - يختار الأفكار التي تلامس احتياجاتهم.
  - يختار الأساليب المناسبة لميولهم ورغباتهم لإيصال تلك الأفكار.
- في سبيل تحقيق ذلك، يعمل الخطيب على تحليل المستمع من خلال الصفات والعوامل التالية:

## العمر:

يعرف الخطيب الناجح أن إلقاء خطبة عن موضوع واحد في عدة مناسبات يتطلب منه أن يغير أسلوب الخطبة لكي تتلاءم مع أعمار جمهور كل مناسبة، فالخطبة التي تلقى لجمهور المستمعين في مرحلة الشباب هي ليست نفس الخطبة التي تلقى على كبار السن لاختلاف الأهداف والميول وطبيعة نظرتهن إلى الحياة.

## الجنس:

هناك اختلاف في درجة الإقناع بين النساء والرجال، وبالرغم أن أغلب البحوث تشير إلى احتمال زيادة القابلية للاقتناع عند النساء إلا أن وظيفة الثقافة والتربية بين الجنسين ثم طبيعة الموضوع تؤثر في مدى تدخل الجنس في قبول الإقناع، على سبيل المثال: معروف عن المرأة أنها لا تتأثر بالخطبة التي تحرضها على العدوان، كذلك تتأثر المرأة بالأدلة المنطقية رغم تدفق العطف والرحمة لديها أكثر من الرجل.

## ❖ التكوين الاجتماعي:

ويتضمن العوامل الاجتماعية والنفسية وكذلك التعليمية والاقتصادية، وجميعها تعمل على تحديد نوعية شريحة المستمعين من الناحية الفكرية أو الاقتصادية مما يؤثر على نوعية الاستجابة لمؤثرات الخطبة وبالتالي تفرض على الخطيب اختيار الأسلوب المناسب للشريحة التي يمثلها الجمهور.

## ❖ الذكاء:

تحتم معرفة درجة الذكاء العام للمستمعين، وعدم نزول الخطيب بمستوى الخطبة دون مستوى ذكاء الحضور، وكذلك عدم الارتفاع بمستواها بصورة تتخطى إدراك الجمهور لها، فالخطبة التي تتناول ظاهرة علمية بحتة لجمهور متخصص تختلف في إلقائها للجمهور غير المتخصص، فاختلال درجة الذكاء بينهما تفرض على الخطيب تقديم الأدلة العلمية للجمهور المتخصص، بينما تفرض عليه توضيح أثر الظاهرة على الناحية الاجتماعية للجمهور غير المتخصص.

تلعب ميول المستمعين واتجاهاتهم الفكرية دوراً مهماً في تنويع شريحة الجمهور وبالتالي في اختلاف تأثيرهم بالخطبة وفهمها. لذلك فإن الخطيب الماهر هو الذي يميز هذه الفروق بين المستمعين، فهناك فرق بين الجمهور من بلد عربي وبلد عربي آخر، وبين جمهور عربي وجمهور غير عربي، وبين جمهور مسلم وجمهور غير مسلم، وكذلك بين جمهور محافظ وجمهور متحرر.

تتضمن طبيعة العلاقة الاتصالية بين كل من المرسل والمستقبل وبين الخطيب والمستمع، حدوث شيء ما نطلق عليه اصطلاحًا الأثر، وهو يعد نتيجة حتمية لما يحدث بينهما.

اهتم الإنسان بدراسة الأثر في الاتصال منذ بداية نمو إدراكه بظاهرة الاتصال، وكان الاهتمام منصبًا على المرسل أي الخطيب باعتباره هو الذي يرسل الخطاب، وعُرف هذا الاهتمام تاريخياً بدور المرسل في التأثير وذلك في جميع العصور القديمة التي لم تعرف إلا الصوت وسيلة للاتصال، ففي العصر اليوناني والروماني نجد ذلك واضحاً من خلال أعمال أرسطو وكوانتليان، وكذلك نجد ذلك الاهتمام واضحاً في الثقافة العربية من خلال ما نسمعه من تركيز على فحولة الشاعر.

وأصبح اليوم يُنظر إلى هذا الأثر من خلال كونه عملية إجرائية شاملة في الخطابة حيث أصبح هناك تركيز على تفاعل الخطيب مع البيئة وبصورة أوضح مع أفكار المستمعين والتعبير عنهم، وانسحب على الكاتب والصحفي حيث من المفترض أن يعكس رغبات واهتمامات المستقبل.

## التجاوب: ❖

يُقصد بالتجاوب، كل ما يفعله المستمع تجاه المرسل، أي إرسال شيء ما من المستقبل إلى المرسل، يتضمن التفاعل والحوار.

ويلعب التجاوب دوراً مهماً في حياتنا اليومية؛ لأننا لا نستطيع ألا نتجاوب أبداً، ولتقريب ذلك نختار بعض الأمثلة لما نمارسه يومياً من أحداث مع الآخرين.

عندما نستمع إلى من يحادثنا بالتليفون، نحاول إشعار الطرف الآخر أننا معه فنحاول أن نسمعه تجاوبنا، حيث نلجأ إلى الأصوات غير اللفظية مثل (أوه)، (آه) بالإضافة إلى استخدام اللغة اللفظية نفسها باستخدام كلمة واحدة أو جملة قصيرة مثل نعم.. لا.. صحيح.

وعندما نتحدث مع إنسان آخر وجهها لوجه فإننا نستخدم حركات جسمنا وتعبيرات وجوهنا للتعبير عن رأينا أو شعورنا نحو الطرف الآخر، فقد نستخدم الرأس بنعم أو لا، وقد نشد الوجه أو نبعد بجسمنا إلى الوراء قليلاً لإبداء عدم الرغبة في الحديث، وقد نتشرح أسارير الوجه لإصباح الموقف الاتصالي بالرغبة في التجاوب والاستمرار.



## ❖ الموقف الاتصالي:

عندما ندرس الموقف الاتصالي يسترعى انتباهنا ما يقال في دروس البلاغة «مراعاة الكلام لمقتضى الحال» حيث يقصد به معرفة العوامل التي كوّنت العمل الإبداعي الأدبي، وكذلك نستخدم في الخطابة وفي الاتصال بصفة عامة مصطلح الموقف الاتصالي حيث يقصد به جميع العوامل المكونة والمؤثرة في تشكيل الفعل الاتصالي، فالاتصال يعد نتيجة عوامل كثيرة منها الحالة النفسية لكل من الخطيب والمستمع أي (المصدر والمستقبل)، وهناك حالة الجو والمكان الذي يحدث فيه الاتصال وكذلك الوقت والزمن الذي يتيح فيهما العمل الاتصالي، بالإضافة إلى الشعور الكامن لدى الخطيب والمستمع لمجريات الأحداث في البيئة المحيطة بهما، والخطيب الفعال هو الذي يراعي هذه العوامل مثله في ذلك مثل الشاعر أو الأديب الذي يراعى مقتضى الحال.



لا يتوهم متوهم أن في إعداد الخطبة وتحضيرها ما يعيب القدرة أو يشكك في الأهلية، ولكن المعيب أن يتفوه المتصدر للخطابة وحديث الناس بكلام مبتذل لا قيمة له هزيل في معناه متهدم في مبناه. إن ذا الاطلاع الواسع والعلم الغزير إن لم يراجع نفسه حيناً بعد حين ويفكر طويلاً فيما يعتزم قوله ويجمل في نفسه أو قرطاسه من الألفاظ والعبارات المناسبة، فسوف يهتز موقفه ويضعف أسلوبه ويتراخى أدأؤه، ويتناقص عطاؤه، وينحدر في منحرف الابتذال السحيق وتكون معالجاته سطحية تفقد تأثيرها وتخسر جمهورها .

من المعلوم مما سبق ويتأكد فيما سيأتي أن الخطبة وسائر الأعمال العلمية والأدبية تحتاج إلى أسس ثلاثة:

قلب مفكّر، وبيان مصوّر، ولسان معبّر.

فالأول يكون به إيجاد الموضوع وابتكاره وتوليده، وبالثاني تنسيقه وترتيبه ورصّه، وبالثالث عرضه والتعبير به.

## ❖ اختيار موضوع الخطبة :

من المعلوم أن بواعث الاختيار متعددة، والمتحدث كلما كان ذا كفاءة وكان صادقاً في قصده، مهتماً بجمهوره وسامعيه، جاداً في طرحه، محترماً لنفسه، مبتغياً الجديد، فسوف يحسن الاختيار، ويقدم زناد فكره بجدية نحو الابتكار وحسن الاختيار، يضاف إلى ذلك الظروف المحيطة، والأحوال المستجدة، والأغراض الباعثة التي تستدعي الحديث عن بعض الوقائع والتعليق على بعض الأحداث والتفسير لبعض المواقف وتصحيح بعض المفاهيم، ونظر الخطيب الحصيف يدلّه على تقديم بعض وتأخير بعض وحسن التفسير ونوع التعليق .

يعتبر اختيار الموضوع مفتاح نجاح الخطبة، فالاختيار المناسب يجعلها فعالة يقبلها الناس ويتأثرون بها؛ لأن الموضوع المقبول لدى المستمع يسهم في تأسيس الثقة بين الخطيب والمستمع، إذ إنه يضفي مصداقية عالية على أداء وشخصية الخطيب.

شروط اختيار الموضوع:

له شروط ثلاثة:

١- اختيار الموضوع الذي تعرفه:

من البدهي عندما يتحدث الإنسان عن الموضوع الذي يعرفه، فإنه يدرك أنه أصبح سيد الموقف لا يخشى الخطأ، وبالتالي يبعد عن نفسه شبح الخوف من الفشل، ويضفي بمعرفته التي لديه عن الموضوع الثقة في نفسه وتؤدي دون شك إلى نجاح الإلقاء.

كذلك تؤدي هذه المعرفة إلى تكوين انطباع لدى الجمهور بأنك خبير فيما تتحدث عنه، على العكس من ذلك يفشل أمام عند التحدث كل من يتصدى لموضوع لا يعرفه بسبب الشهوة في حب الكلام دون معرفة ودون هدف.

## ٢- اختيار الموضوع المشوق إليك:

الموضوع الذي يهيك هو الذي يزيدك حماسة، وتتعاطف معه؛ لأنك ستشعر أن القضية التي ستتناولها هي قضيتك التي تدافع عنها، وبالتالي سوف تستمر في الخطبة بنفس راضية، وسوف ينعكس ذلك على إحساس الجمهور بصدقك؛ لسبب بسيط وهو أنك لست مجبراً على الحديث عما لا تحبه.

## ٣- اختيار الموضوع المشوق إلى الجمهور:

كلما نجح الخطيب في اختبار الموضوع الذي يلاقي اهتمام الجمهور، كلما نجح في جذب انتباه المستمع، ويؤدي ذلك إلى تلاشي القلق الذي ينتاب المتكلم عادة خوفاً من عدم انتباه واهتمام الحضور إليه.

وعندما يشعر الخطيب بأن جمهوره قد انجذب نحو الموضوع، فإن ذلك الجمهور يصبح ملكاً للخطيب حيث يستطيع أن يتفاعل معه ويستطيع أيضاً أن يجعل كلامه مؤثراً وفعالاً.

## طرق إثارة انتباه الجمهور:

- ناقش في خطابك المواضيع التي تهتم الجمهور ويفكرون بها دائماً مثل الحديث عن مشاكلهم، وبالتالي يصبح هذا الحديث تجاوباً لتوقعاتهم، ويشمل هذا الحديث مشاكل الخدمات كالكهرباء والإسكان والتأمين الصحي وهذه المشاكل تعدّ الشاغل الأول لاهتمامات كل الناس في أي مجتمع.

- تكلم عن قضية الساعة، أي القضية التي لا زالت شاغلة لاهتمامات الناس وتكثر حولها الآراء.
- قدم الحلول والمقترحات للقضايا التي تناقشها، فيشعر الناس بفائدة ما تتكلم عنه ويقيمون الوقت الذي استمعوا إليه بأنه لم يضع سدى.
- بسّط تلك الحلول والمقترحات، وشرح كيفية تطبيقها.
- ازرع الثقة والأمل في قلوب المستمعين حتى لو ناقشت عيوبهم، ذلك أن تعرية تلك العيوب يعد نفورًا مما نقول وهدمًا لمصداقيتك.



## ❖ المقدمة الواعية :

ينبغي أن يهتم الخطيب بمقدمته وافتتاحيته، فيأتي بعبارات الاستهلال التي توحى للسامع بمقصود الخطبة، مما يشد الانتباه ويهيئ النفوس، وأن يبين علاقة الجمهور بالموضوع وقد يكون ذلك بآيات قرآنية زاجرة أو مرغبة أو بعض الحكم البليغة، والافتتاحية هي أول ما يلقيه الخطيب على جمهوره، فإذا ما فاجأهم بحسن التقديم، وبين فوائد الموضوع، وأشعرهم بحاجتهم لأفكار جديدة، وكون علاقة جيدة معهم، ودمجهم بروح الموضوع، استطاع متابعة بقية خطبته بانطلاق ونشوة وعاش مع جمالها اللفظي وسبكها الفني ومعناها الدقيق.

وإن الناظر في افتتاحيات أوائل السور في القرآن الكريم يدرك ما تثيره في النفس من الإجلال والشوق والرغبة في المتابعة، فترى الافتتاح حيناً بالثناء على الله عز وجل تسبيحه وتثنيته، وحيناً بالنداء أو الاستفهام أو القسم مما يولد الرغبة في المتابعة ويولد اللفتة في الاستكشاف لدى كل ذي ذوق رفيع وحس مرهف.

والمقصود أن يكون في صدر الكلام ما يدل على غاية المتحدث، على أن من المعلوم أن خطبة الجمعة تفتتح بحمد الله والثناء عليه والشهادتين والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ ويكون في هذه الألفاظ من حسن الانتقاء ما يدل على موضوع الخطبة ومقصودها.

ومعروف عند المتقدمين من السلف - رحمهم الله - أن ما لا يبتدئ بالحمد فهو الأجدم الأبتري، وما لم يزين بالصلاة على رسول الله ﷺ فهو المشوه .

مهما كانت الخطبة قصيرة، لا بد من تمييز المقدمة، ولا بد من وجودها؛ لأن المقدمة هي التي تهيء المستقبل إلى الاستماع إلى الخطبة وتعطيه تصورا لمضامين الخطبة خاصة إن الجمل الاستهلالية التي تتضمنها المقدمة تؤدي إلى تفاعل الجمهور مع الخطيب.

فالمقدمة لها تكتيك خاص ومميز، يبذل فيه الخطيب جهداً لا يقل في أهميته عن الجهد المبذول في صياغة بقية أجزاء الخطبة، وذلك أن هذا الجهد هو الذي يقود الجمهور المستقبل إلى الاهتمام بالخطبة ثم الاستمرار على سماع بقيتها.

من خلال هذا التنظيم يركز الخطيب على إظهار حاجة المستمع للموضوع، ويوضح الفائدة التي سيحققها لهم سماع الموضوع.

## ١- بين علاقة الجمهور بالموضوع:

أشعر المستمعين أن الموضوع يخصهم ومتعلق بهم، مثلاً: يمس صحتهم، أو يمس مستقبل أبنائهم أو دخلهم.

## ٢- عرّف الجمهور مناسبة الخطبة:

عن طريق توضيح مناسبة الخطبة بصورة غير مباشرة، حتى يتمكن المستمع من استيعاب الموضوع.

• مثال على الأسلوب الخاطئ في التعريف بالمناسبة:

إنني أحدثكم اليوم بمناسبة انتهاء العام الدراسي عن مشكلة توظيف خريجي الجامعات.

• مثال على الأسلوب الصحيح في التعريف بالمناسبة:

كلنا نعلم ماذا تعني كلمة نجاح أبنائنا من الجامعات، ولكننا نعلم أن تخرجهم يعني التفكير في

البحث عن وظائف مناسبة لهم.

### ٣- بين فوائد الموضوع:

عن طريق لفت أنظارهم إلى مشكلة تواجههم، ثم استعرض طرق حلها وبين طرق وكيفية تطبيق حلولها.

### ٤- كوّن علاقة قوية بينك وبين الجمهور:

تركز هذه العلاقة على محورين:

- المصداقية، يتم ذلك بتوضيح خبرتك في الموضوع الذي تتحدث عنه، ثم أشعرهم بصدق معلوماتك وسلامة مصادرها.

- الثقة، أشعرهم بأنك تفكر فيهم وتبني مشاكلهم، وأشعرهم باحترامك لوجهة نظرهم، وبالتالي سوف يشعرون بأنك واحد منهم، وأن هناك روابط وأشياء مشتركة فيما بينكم.

## ٥- اعمل على إدماجهم مع روح الخطبة:

عن طريق طرح الأسئلة التي تساعد على التفاعل والتجاوب مثل:

• الآن ترى هل تعتقد أن..؟

• يجدر بنا أن نسأل أنفسنا.

• هل توافق معي.. بأنها تمسنا جميعا؟

لا يشترط حصول الإجابة من المستمع؛ لأن هذه الأسئلة مصممة لإثارة جو المشاركة ومن ثم تبعد المستمع عن السرحان.

## مكونات المقدمة:

ننظر إلى مقدمة أي خطبة على أساس أنها تشكل خطبة مصغرة للخطبة نفسها وعلى هذا الأساس لا بد أن توحى هذه المقدمة بوجود شيئين يكونان الخطبة هما: مضمون الخطبة، وميول الخطيب، وتتكون المقدمة من عنصرين:

### ١- كتابة الجملة الاستهلالية:

يمكن إجمال مضمون الخطبة في جملة أساسية واحدة، وتسمى في النصوص العربية الجملة الاستهلالية، وهي عبارة عن جملة أو مقطع من الجمل الموجزة تعكس مضمون الموضوع الذي يريد الخطيب نقله إلى الجمهور.

مثال: هناك ثلاثة أبعاد تتحكم في إيجاد وظائف لخريجي الجامعات....  
يتضح من هذا المثال أن المستمع سوف يفهم أن موضوع الخطبة يتضمن:

- وجود مشكلة أمام خريجي الجامعات.
- وجود حل لهذه المشكلة.
- تداخل عوامل مختلفة في سبل الحل.

عن طريق كتابة جملة تعكس توجه الخطيب نحو المطالبة بشيء ما يخدم هدف الخطبة.  
مثال: لا بد أن نفكر جميعا في إيجاد وظائف لخريجي الجامعات.  
أحيانا تأتي الأساليب على أشكال مختلفة.

• على شكل إثارة سؤال:

هل فكرنا في كيفية إيجاد حلول لخريجي الجامعات؟

• أو على شكل الاستهلال بجملة قصصية:

قبل ٣٠ سنة كان خريج الجامعة يخطب من قبل الإدارات الحكومية والأهلية، فلا يحمل هما ولا قلقا على مستقبله الوظيفي؛ لأن هناك وظيفة محجوزة له في كل مكان يفضل الانتماء إليه، فالخيارات كثيرة ومتعددة، ولكن أصبح اليوم التنافس شديدا و..



## ١- أسأل أسئلة بهدف الإلقاء:

لا تهدف هذه الأسئلة الحصول على إجابة من المستمعين، بل تهدف إلى إثارة المستمع إلى موضوع الخطبة، ثم دعوته للتفكير في محتوياتها.

تُلقى هذه الأسئلة في البداية، وتلقى في الوقت الذي يخشى فيه المتكلم شرود ذهن المستمعين، وربما تُستخدم عند نهاية الخطبة كوسيلة لترك القضية في يدي المستمع وتحميله المسؤولية؛ لأن له دوراً لا بد أن يؤديه بعد الانتهاء من سماع الخطبة، مثال على ذلك: ترى ماذا أنتم فاعلون الآن تجاه ظاهرة...؟

## ٢- وظف الأشياء المشتركة:

لوراجعنا نموذج ولبرشرام لوجدنا أن هناك أرضية أو خلفية مشتركة بين الخطيب وبين المستمع تساعد على نقل وتوضيح المعنى بينهما، كذلك يفعل الخطيب عندما يستغل إثارة الأشياء المشتركة بينه وبين المستمعين حتى يؤسس من خلالها وصول المعنى إلى المستمع، مثال على ذلك: قبل أن نسرع في الطرق علينا أن نسأل أنفسنا جميعاً: هل أطفالنا يحتاجوننا أم لا؟

## ٣- استخدم جملاً طريفة:

مثال: كلنا نتذكر حكاية النجار الذي يترك بابه مخلوعاً، واليوم هل فكرنا كم منا من نسي واجباته وأخذ يعلم تلك الواجبات إلى الناس؟

## ٤- استخدم الأدلة الدينية:

مثل: الاستشهاد بأية قرآنية أو حديث شريف للرسول ﷺ.

## ٥- استخدام الأقوال المشهورة:

مثل: الأبيات الشعرية، والأمثلة والأقوال المأثورة التي لها علاقة بالخطبة.

## ٦- استشهد بمصادر لها مصداقية:

مثل: استخدام رأي طبيب مشهور عن علاقة التدخين بأمراض السرطان، أو رأي مسؤول يحتل مركزاً له علاقة بموضوع الخطبة، أو عالم دين في مسألة دينية، أو محلل اقتصادي في موضوع اقتصادي.

## ❖ اختيار أسلوب العرض المناسب:

هناك أشكال متعددة يختارها مؤلفو كتب الخطابة الحديثة، يلاحظ على بعضها التشابه والتكرار، ويلاحظ عليها أيضاً ميلها إلى الشكل الإقناعي، ومنعاً للتشابه والتكرار سوف نفصل الشكل الأسلوبى عن الشكل الإقناعى.

### ١- الأسلوب القصصى:

يستخدم أسلوب القصة سواء كانت القصة خيالية أو حقيقية، ليوحى بها الخطيب شيئاً ما يريد مقارنته أو القياس عليه للوصول إلى نتيجة معينة، سواء كانت للعبرة، أو التهديد، أو الإسقاط، أو الوعظ والنصح.

## ٢- أسلوب إثارة السؤال:

يستخدم هذا الأسلوب لشد انتباه المستمع إلى موضوع معين في الخطبة عن طريق طرح الأسئلة. وتأتي الأسئلة غالباً في بداية الخطبة ولا يشترط أن تكون مباشرة، كما لا يشترط أن يجيب عنها الخطيب إجابة مباشرة في مستهل الخطبة.

## ٣- أسلوب التسلسل:

يستخدم هذا الأسلوب لمساعدة المستمع على فهم ولمّ نقاط الموضوع لمنع التداخل بين أجزاء الموضوع المتناثرة (الزماني، المكاني، النوعي، حسب الشريحة).

## ٤- الأسلوب الوصفي:

يقصد به استعراض الأفكار بطريقة وصفية حقيقية تعتمد على الإلمام بالموضوع، وعلى بيان أبعاد الموضوع التي تغطي كل أو بعض النقاط التالية:

- الإجابة عن سؤال في البداية يحدد قضية الموضوع أو وصفاً لحدوث المشكلة.
- تعريف الموضوع، صفاته، أقسامه ووظائفه وعلاقته بالناس.
- الأسباب التي أدت إلى ظهور الحالة ونتائجها ثم سرد لوسائل حلها.

## ٥- أسلوب الطرفة:

يستخدم لشد انتباه المستمع إلى الموضوع، وعن طريق النكتة أو الإسقاطات، يستطيع الخطيب إثارة اهتمام المستمع للظاهرة التي يتناولها الموضوع.

## ٦- أسلوب الأشياء المشتركة / المألوفة:

يستخدم هذا الأسلوب لتأسيس علاقة بين الكاتب أو الخطيب والمستمع حول شيء ما عن طريق إثارة الخيال للعواطف نحو تاريخ قديم يتعلق به الجمهور عند الحديث عن الأشياء المألوفة أو عن طريق إثارة الانتباه نحو المصلحة المشتركة في الموضوع عند الحديث عن خطر ما أو أهمية تعود بالفائدة على المستمع.

## ❖ ضمان الفهم:

- الدقة في انتقاء المفردات.
- اللجوء إلى التصوير والتشبيه.
- استخدام الإحصائيات.
- استخدام الشواهد وأقوال العلماء والأمثلة الواقعية.
- عمل التباين أو التضاد.
- ربط الأفكار بأشياء مألوفة.



## ❖ ضمان الانتباه:

- كن واثقاً فيما تقول.
- تجنب التكرار وكثرة استدعاء الأفكار.
- لا تطل في المقدمة.
- المس مشاعرهم وأمانهم وتطلعاتهم.
- أثر تفكيرهم.

## ❖ الخاتمة الجيدة:

بعد الانتهاء من كتابة المتن لا بد من تهيئة المستمع إلى اقتراب نهاية الخطبة، ويتم ذلك عن طريق إضافة قسم آخر للخطبة يسمى الخاتمة، وهو قسم صغير بسيط الغرض منه تحقيق الأهداف التالية:

## ١- تلخيص الموضوع في نقاط محددة:

مثال: اتضح لنا أن هناك ثلاثة أسباب كانت وراء مشكلة قلة تمليك المنازل بالتقسيط التي استمعت إليها هذا المساء، السبب الأول هو ارتفاع سعر الأرض، والسبب الثاني هو ارتفاع تكاليف البناء، أما السبب الآخر فاعتقد أنه أهم هذه الأسباب الثلاثة إذ أنه يتمثل في إحصام المؤسسات الاستثمارية عن دخول هذه المشاريع بسبب طول مدة استرجاع القرض.

## ٢- تسليط الضوء على فكرة مهمة في الخطبة:

مثال: تبين لنا أن ارتفاع سعر التكلفة يعد سببا أساسيا وراء إحصام دخول القطاع الخاص في الاستثمار في بناء الوحدات السكنية الصغيرة، وتمليكيها بالتقسيط، مما يعني زيادة المدة الآجلة لسداد القيمة الكلية عن ٣٠ سنة، وهذا بالتالي يؤدي إلى تقلص إمكانيات التمويل لمثل هذه المشاريع.

### ٣- استخدام قول مأثور ( ديني )

مثال: يحسن بنا في هذا الموقف أن نذكر قول الرسول ﷺ ...

### ٤- استخدام رأي مسؤول:

مثال: أعتقد أن ما أورده رئيس قسم الإحصاء بإدارة المرور يعد كافيًا للاهتمام بمشكلة زيادة عدد الوفيات؛ بسبب التهور في السرعة، حيث بلغت النسبة..

### ٥- تفعيل دور المستمع:

مثال: الآن فإن الفرصة سانحة للاستثمار في هذا المشروع؛ لأن فرصة الاستفادة من الإيجار بالسعر الرمزي للموقع سوف تنتهي بعد عام واحد فقط.

## ٦- تحميل المستمع المسؤولية:

مثال: هذه هي الحاجات الملحة لمن أصيب بهذا المرض، ترى هل نتركهم عرضة للآلام ودون مساعدة؟ أظن أننا لو تركناهم لشأنهم سوف لا نعلم كيف سنقابلهم يوم الحساب، إن المشروع ببساطة يتطلب منكم يا أحباب الله تبرعا بالدم أو قيمة زيارة للطبيب وثمان علاج.

# الإلقاء

ثمة خط دقيق جداً يفصل ما بين الخُطْب، والإلقاءات، فالخطب إجمالاً، يكون القصد منها إقناع الناس أو الترفيه عنهم أو نقل المعلومات إليهم، أما الإلقاء فله غرض أوسع من ذلك، فبالإضافة إلى سعي الإلقاء لإقناع الحضور فهو يسعى أيضاً إلى شرح الأفكار ومشاطرة المعرفة والتجارب وإلى مساعدة الحضور على اتخاذ قرارات مبلغة إليهم، واستتباط ردودهم على ذلك.

وهناك اعتقاد خاطئ عند معظم الناس، مفاده أن إلقاء الخطبة لا يحتاج إلى اهتمام ولا يحتاج إلى بذل الجهد فيه، إذ أن الإنسان يكفيه أن يطالع في خطبة مكتوبة ثم يلقيها على الجمهور، أو أن يأخذ خطبة كتبها غيره فيقرأها على المستمعين.

في ظل هذا الخطأ، لا يزال الاعتقاد بعدم الحاجة إلى الاهتمام بأصول وفنون الإلقاء هو السائد بين معظم الناس على الرغم من المعاناة التي يشعر بها المتحدث قبل مواجهة الجمهور نتيجة الخوف من الفشل أمامهم. حيث تدعم هذا الاعتقاد الخاطئ أربعة أسباب:

١ أن الإلقاء تلقائي وكل إنسان يعرفه.

٢ أن الإلقاء لا يتطلب إلا القراءة أو الحفظ.

٣ أن الإلقاء بسيط ولا داعي من تعلمه.

٤ أن الإلقاء موهبة لا يمكن تعلمه.

لوسلمنا بصحة هذا الادعاءات فإن السؤال الذي يطرح نفسه هو: ما الفرق – إذن – بين إلقاء الخطبة من أوراق مكتوبة وبين الإلقاء المسبق من خلال شريط التسجيل؟!

بالتأكيد لا يوجد اختلاف بينهما، ففي كلتا الحالتين، يصبح الإلقاء شيئاً آلياً ليس فيه روح ولا يحدث مشاركة بين الخطيب وبين مستمعين؛ لأن الإلقاء ليس نشاطاً لسانياً فقط بل هو أيضاً:

• نشاط سلوكي، يفعل فيه الخطيب الإلقاء، فيراه الجمهور قبل أن يستمع إليه، بمعنى أنه يستخدم فيه لغة الإشارات.

• نشاط نفسي، يتعامل به الخطيب مع الجمهور، فيحس به قبل أن يستمع إليه، لأن الخطيب يضيف روحه على ما يقول، وينفث فيه شعوره إلى المستمعين.

إن الإلقاء في حقيقة الأمر ليس صعبا وليس مستحيلا ، بل هو في الواقع سهل وبسيط، ويمكن تعلمه؛ لأن له أصولا وطرقا، وبالتالي نستطيع دراستها وتعلمها ثم التدرب عليها، وبذلك نستطيع - أنا وأنت - تحويل الكلمات التي هي عبارة عن هيكل إلى جسم مفعم بالحيوية فيسير أمام المستمعين حاملا للمعنى بقوة وتأثير.



## ١- الإلقاء المرتجل العفوي:

لا يعتمد الإلقاء العفوي على إعداد مسبق. إذ يواجه الإنسان أحياناً موقفاً يتطلب منه القيام بإلقاء كلمة. وتأتي أشكال هذا النوع أيضاً أثناء التعليق والمشاركة برأي أو بإثارة الأسئلة أثناء المحاضرات والخطب والندوات.

## ٢-الإلقاء المرتجل المسبق الإعداد:

ويعتمد على إعداد كامل ومسبق لموضوع الخطبة. إذ يقوم الخطيب بإعداد كلمته ثم يسجل الأفكار الأساسية والفرعية في نقاط موجزة ثم يدونها في كروت خاصة. بعد ذلك يلقي كلمته بالرجوع إلى تلك البطاقات عند الحاجة فيضيف عليها من ذاكرته ما أعده سابقاً.

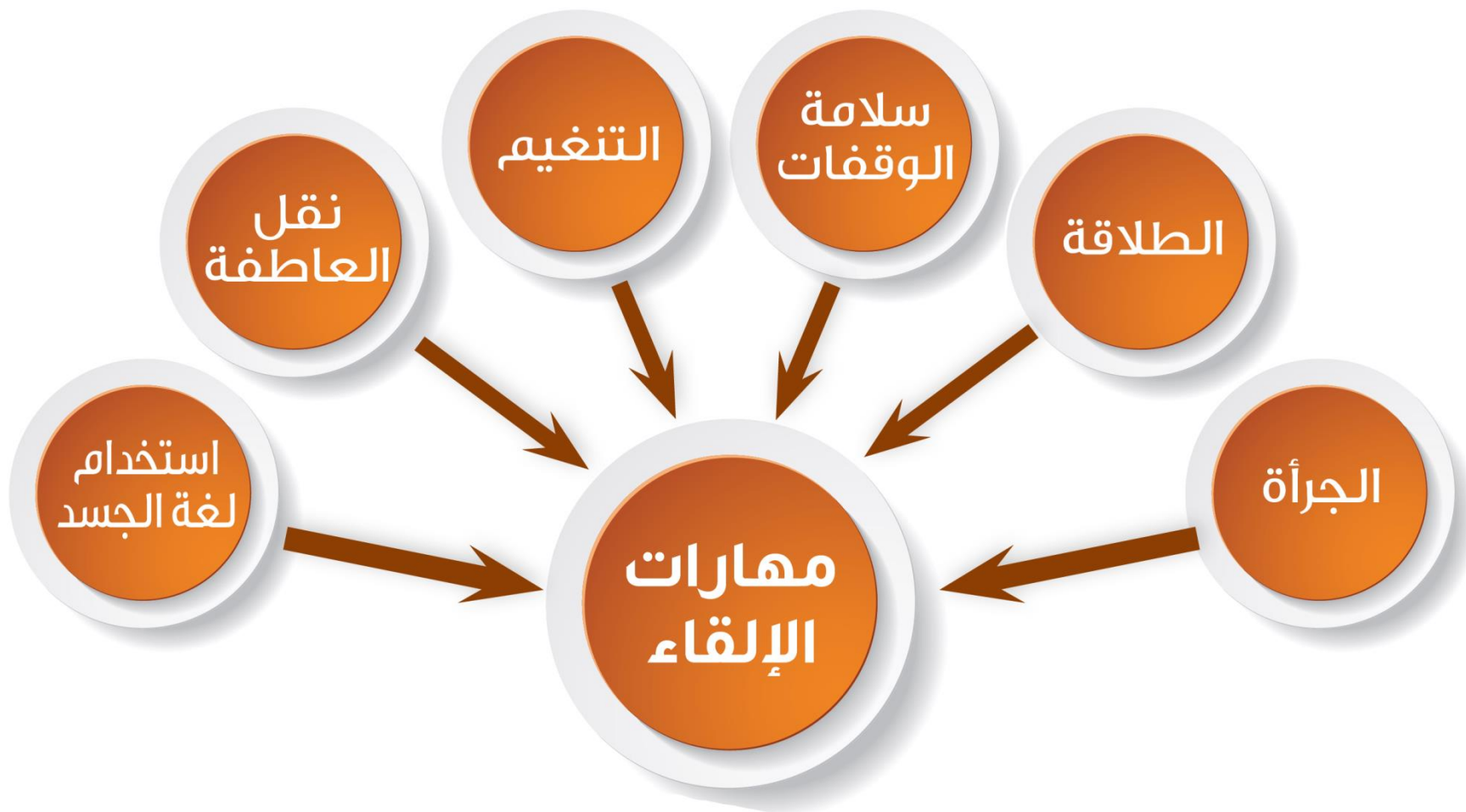
## ٣-الإلقاء بالحفظ:

يعتمد على إعداد الخطيب لموضوع خطبته مسبقاً. ثم حفظها.. بعد ذلك يقوم بإلقائها اعتماداً

على الذاكرة.

## ٤- الإلقاء المقروء:

يعتمد على إحضار الخطيب كلمته مكتوبة.. ثم يقرأها كاملة من الأوراق أمام الجمهور. وتأتي أغلب أشكالها هذا الإلقاء، في الخطب الرسمية التي يلقيها رؤساء الدول أو مندوبوها في المؤتمرات والاجتماعات والاحتفالات. كما تأتي بعض أشكالها في الكلمات الترحيبية وفي قراءة التقارير أثناء اجتماعات العمل.



الجرأة: القدرة على مواجهة الجمهور دون خوف أو خجل.

الطلاقة: انسياب الألفاظ والأفكار، مع فصاحة النطق، وجهارة الصوت.

سلامة الوقفات: الوقفات القصيرة في نهايات الجمل.

التنغيم: تلوين الصوت للدلالة على نوع التركيب اللغوي (استفهام، تعجب، توكيد، سخرية، تمن، أمر، نهي، ...).

نقل العاطفة: تلوين طبقة الصوت ودرجته بما يعبر عن الانفعالات العاطفية التي يعبر عنها المتحدث (حزن، غضب، قلق، سعادة، ...).

استخدام لغة الجسد: تعبيرات الوجه، الإشارات والإيماءات، الوضعيات، المسافة المكانية. ولها وظائف:

• تدعم الكلام اللفظي وتوضحه وتضفي عليه الشعور بالوجدان. ذلك أن حركات الجسم تعد لغة غير لفظية ينقل بها الخطيب أو المرسل أفكاره إلى الآخرين عن طريق توأمة حركات الجسم مع الكلام اللفظي أثناء الإلقاء.

• تظهر معالم لغة العيون بوضوح في الاتصال الثنائي الذي يحدث وجهاً لوجه بين فردين. ولكن في مجال الخطابة، يستخدم الخطيب لغة العيون في مجالات محددة ولكنها مهمة. فهو يستخدمها للتبنيه والاستطلاع. فعلى سبيل المثال، يوجه الخطيب نظره إلى شريحة معينة من المستمعين ثم ينتقل إلى شريحة أخرى لإشعارهم باهتمامه بهم. بينما قد يركز نظره على شريحة معينة عدة مرات متتالية للتبنيه عليهم ولإبعادهم عن الانشغال به. كذلك فإن حركات العين تبين شدة التركيز على فكرة معينة.

● تشير تغييرات الوجه إلى مدى شعور الخطيب لحظة الإلقاء. فالوجه البشوش ينقل ترحيب الخطيب بجمهوره. كذلك يضيء بواسطته وجدانه الداخلي على الكلمات التي يقولها. فالحزن والألم والفرح وكلمة (لا) أو (آه) تظل ناقصة في معانيها إذا لم تصاحبها تعبيرات للوجه أو حركات لليد أو اهتزازات صوتية.

● تستخدم حركات اليد في أشكال متعددة لنقل معاني مختلفة. فالرفع بإحدى اليدين إلى أعلى يشير إلى مواقع الحماس والقوة في الخطبة. ويشير استخدام الأصابع إلى التنويه بالنقاط المتعددة التي ينوي سردها أو التي يحتويها الموضوع. بينما يعد استخدام الأصبع الواحد (السبابة) إلى أعلى في مرات متكررة، دلالة على التهديد والتحذير. كذلك فإن الخبط على المنصة يستخدم للتشديد على فكرة معينة والتهديد ثم الدعوة للتمسك بها أيضاً.

● تستخدم إيماءات الرأس للموافقة أو عدمها.

## عوامل مؤثرة في نجاح الخطبة:



• الكفاية اللغوية والاتصالية:

(مهارات بناء الخطبة، مهارات الإلقاء)

• الضجة:

(الضجة البيئية، الإعاقة العضوية، مشكلات المعنى، اللغة الفنية، المشكلات النحوية، الالتباس

والتنظيمي، الضجة الاجتماعية، الضجة النفسية).

• السياق:

المادي المتعلق بالمكان، والزمني: (التوقيت، موقع الرسالة من الرسائل في الموقف) والاجتماعي

والنفسى: (مكانة المشاركين، المعايير الثقافية والاجتماعية السائدة، درجة الرسمية في الموقف...).



## • التغذية الراجعة:

من المستمعين: جواب، استفسار، استنكار، هز الرأس..

## • الخبرة المشتركة بين الطرفين في الموضوع:

تكون الخطبة أكثر نجاحًا إذا كان المتحدث يتمتع بقدره جيدة في بناء الخطبة ومهارات الإلقاء، وإذا كان الموقف الاتصالي خاليًا من الضجة وكان السياق المادي والزمن والنفسي والاجتماعي مناسبًا، وإذا توافرت التغذية الراجعة المناسبة، وتوافرت خبرة مشتركة في الموضوع بين المتحدث والمستمعين.

إذا كنت بصدد فكرة أو رأي تعتقد أنه يثير الجمهور ضدك، فيمكنك اللجوء إلى أحد الأساليب التالية:

• الفصل:

افصل نفسك عن الفكرة أو الرأي، قل مثلاً: هذه فكرة مطروحة ولست أتبناها بالضرورة.

• الدعم:

أبرز سماتك التي تنافي الفكرة أو تؤيد ما تقوله (إنني ضد .. إنني أوّمن ب..).

• طلب الإذن:

استأذن المستمعين للانحراف عن بعض المعايير الاجتماعية (اسمحوا لي أن..)

• الثقة:

تحدث بلهجة الواثق، قل مثلاً: قد تستغربون ولكني سأقدم الدليل القاطع..

• طلب تأجيل الحكم:

اطلب تأجيل الحكم حتى تنهي الفكرة.

• الاعتذار:

اعتذر بصدق عن الخطأ أو الأثر السلبي للحديث.

إن هذه الأساليب يمكنها أن تعينك على تجنب غضب الجمهور إذا كتب بصدق عرض فكرة أو رأي

تعتقد أن الجمهور لا يوافق عليه.

• طلب الإذن:

استأذن المستمعين للانحراف عن بعض المعايير الاجتماعية (اسمحوا لي أن..)

• الثقة:

تحدث بلهجة الواثق، قل مثلاً: قد تستغربون ولكني سأقدم الدليل القاطع..

• طلب تأجيل الحكم:

اطلب تأجيل الحكم حتى تنهي الفكرة.

• الاعتذار:

اعتذر بصدق عن الخطأ أو الأثر السلبي للحديث.

إن هذه الأساليب يمكنها أن تعينك على تجنب غضب الجمهور إذا كتب بصدق عرض فكرة أو رأي

تعتقد أن الجمهور لا يوافق عليه.

## مهارات المحافظة على تفاعل المستمعين:

### • الاتصال البصري:

وزع نظرك على المستمعين بالتساوي، اتصل أطول بالأكثر انتباهاً، والأكثر شروداً.

### • الحركة والإيماءات:

استخدم حركة الجسد (الانحناء للأمام، التقدم، تعبيرات الوجه، هز الرأس..) لتلقي التغذية الراجعة من المستمعين.

### • الأسئلة:

اطرح أسئلة لإثارة التفكير، وتحفيز الانتباه، ولا تنتظر إجابتها من المستمعين.

### • المرح:

استخدم أسلوب الطرفة والحكاية، تبادل التعليقات مع المستمعين، ولا تخرج عن الحدود، إنه بإمكانك استخدام أساليب أخرى، منها: الوسائل والأدوات، وفتح الحوار مع المستمعين، وحيويتك الشخصية... إلخ، والهدف النهائي الذي تسعى إليه هو المحافظة على انتباه المستمعين.

## توجيهات من أجل حديث فعال:



- ١ حدد بوضوح الهدف من الخطاب أو الكلمة التي ستلقيها. اسأل نفسك: «لماذا ألقى هذه الكلمة؟». شكل أهدافا محددة وحدد النتائج المرغوبة. هل تحاول إقناع الجمهور بأن يفكر أو يتصرف بشكل مختلف، أم تحاول إحاطته علماً بموضوع معين، أم أنك تحاول تسليته فحسب؟
- ٢ اجعل كلمتك متناسبة مع الجمهور. تحليل الجمهور أمر مهم في الخطاب أو الكلمة الفعالة. ما اهتمامات أو توقعات الجمهور؟ إلى أي مدى يعد الموضوع مألوفاً بالنسبة له؟ هل كان للجمهور مطلق الحرية في الحضور؟ ما اتجاهات ومواقف الجمهور من المتحدث أو الموضوع؟ ما المستوى التعليمي للجمهور؟ اجعل كلمتك متناسبة مع الجمهور.

٣

قم بترتيب المادة أو المحتوى بطريقة متماسكة ومنطقية. حدد الموضوع الأساسي أو الفكرة الرئيسية. حللها إلى نقاط أساسية ونقاط فرعية مدعومة ببيانات وحقائق مقنعة. ويمكن ترتيب النقاط منطقيًا عن طريق استخدام طريقة حل المشكلات، أو طريقة السبب والنتيجة، أو طريقة عقد المقارنات، أو طريقة الصلة بالموضوع، أو طريقة الترتيب الزمني. وينبغي أن يكون للكلمة أو الخطاب مقدمة ومضمون رئيسي وخاتمة. وبوجه عام، ينبغي أن تمثل المقدمة حوالي ١٥٪ والمضمون الرئيسي ٧٥٪ والخاتمة ١٠٪ من الكلمة ككل.

٤

قم بإعداد مقدمة جذابة ومؤثرة. فالمقدمة المؤثرة تكون مهمة من أجل جذب انتباه الجمهور. ومن بين الطرق الشائعة لجذب اهتمام الجمهور طرح سؤال يتصل باهتماماتهم، واستخدام أقوال واقتباسات ملائمة، ونقل حقيقة مذهلة أو إحصائيات مهمة متصلة بالموضوع، وطرح لغز للتفكير فيه، والإشارة إلى المناسبة، وشرح أهمية الموضوع، وإخبار الجمهور بقصة موجزة مثيرة أو بطرفة ممتعة.

أنه كلمتك أو خطابك بخاتمة فعالة. الخاتمة الفعالة والجيدة مهمة بالنسبة لفهم الجمهور أو التزامه بالفكرة الرئيسية للخطاب. ومن بين التلميحات التي يمكن أن تساعدك على خاتمة جيدة مراجعة النقاط الأساسية، والدعوة إلى التنفيذ، والإشارة إلى المستقبل، واستخدام عبارة أو تصريح مؤثر، وإعطاء اقتباس ملائم.



٦

قم بإعداد وسائل بصرية ملائمة وجيدة. الوسائل البصرية تساعد الجمهور على فهم وتذكر رسالتك بشكل أفضل. ووفقاً لإدجار ديل، يتذكر الناس حوالي ٢٠٪ مما يسمعون و٥٠٪ مما يسمعونه ويرونه. لتكن الوسائل البصرية بسيطة ومنظمة بشكل جيد. ينبغي أن تمثل كل وسيلة بصرية فكرة أو مفهوماً أساسياً واحداً. استخدم الألوان والرموز والرسوم الكارتونية كي تجعل الوسائل البصرية أكثر جاذبية وإثارة. تأكد من أن الحروف والأرقام ستكون واضحة ومقروءة بالنسبة لمن يجلسون في مؤخرة الغرفة. لا تقرأ أبداً قراءة حرفية من وسائلك البصرية.

٧

تحدث من واقع موجز مكتوب. تجنب حفظ أو قراءة كلمتك أو خطابك. في أغلب الأحيان يكون من الأفضل التحدث من واقع موجز تكتب فيه النقاط الأساسية بترتيب منطقي (المقدمة، والمضمون، والخاتمة). هذه الطريقة أكثر حيوية وفعالية وتتيح لك التواصل البصري مع الجمهور. اكتب الكلمات المحورية، وليس الجمل كاملة. تأكد من أن الكلمات بارزة بالدرجة التي تكفي لأن تقرأها بسهولة. ميز الكلمات المحورية بقلم تمييز.

٨

تمرّن على كلمتك. قيامك بالتدريب على الكلمة التي ستلقيها أمر مهم لأنه يساعدك على تحديد مواضع المشكلات المحتملة، ويجعل التعامل مع مادة أو محتوى الكلمة مألوفاً بالنسبة لك، كما يزيد من ثقتك بنفسك. تدرب على كلمتك من ٣ - ٦ مرات. تمرّن على تذكر الأفكار، وليس الكلمات. قم بالتدريب في وجود نقاد موثوقين أو قم بتصوير نفسك وأنت تلقي الكلمة تجريبياً على شريط فيديو. تدرب على الافتتاحية والخاتمة بعناية شديدة.

٩

كن مهياً من الناحية النفسية. تخيل نفسك وكأنك تلقي خطاباً ممتازاً وتفوز باستحسان الجمهور وتصفيقه الحار. كذلك تخيل نفسك وأنت تتمتع بهدوء الأعصاب وكامل السيطرة.

١٠

تجنب تقديم اعتذارات لا تبدأ خطابك أو كلمتك أبداً بتقديم اعتذار، خصوصاً عن عدم كونك على استعداد جيد أو عن أنه قد طُلب منك الإيجاز فيما تقول. ابدل قصارى جهدك في ظل الظروف السائدة ودع الجمهور يحكم على عرضك التقديمي.

١١ تحدث بصوت مسموع وواضح. تأكد من أن الجميع يستطيعون سماعك وأنت تتحدث. لا تتحدث بسرعة كبيرة للغاية. تحدث بصوت أعلى عندما تريد التأكيد على نقاط مهمة. انطق الكلمات بشكل صحيح. وتجنب التشويشات اللفظية مثل «مم» و«آه».

١٢ تحدث بنفس مستوى الجمهور. استخدام كلمات بسيطة ومألوفة ومحددة. لا تستخدم المصطلحات الصعبة أو اللغة العامية.

١٣ استخدم إيماءات مناسبة واحتفظ بتواصلك البصري مع الجمهور. ابتسم ونوع في إيماءاتك. لا تشر إلى الناس. استخدم ذراعيك للتعبير عن الحماس. لا تعبت بخاتمك أو ساعتك أو أزرارك أو بطاقتك. احتفظ بتواصلك البصري مع الجمهور. تجنب وضع يديك في جيبك.

١٤ كن مرناً. على استعداد لأن تعدل من خطابك أو كلمتك (أثناء العرض التقديمي) بناءً على التقييمات والآراء التي تحصل عليها من الجمهور مثل التعبيرات الوجيهة وطبيعة الأسئلة التي يثيرونها. إن الكلمة أو الخطاب يكون ذا معنى وأهمية بالنسبة للجمهور فقط عندما يركز على اهتماماته.

١٥ كن ذاتياً وتبن أسلوباً حوارياً معيناً. معظم المتحدثين المؤثرين يتحدثون بأسلوبهم الحوارية الطبيعي. تجنب تقليد الخطيب المؤثر والمفضل لديك. كن ذات وسوف توصل أفكارك إلى الجمهور بمزيد من الفعالية.

١٦ احتفظ بوضع جسدي ملائم. قف وأنت منتصب القامة وعلى كلتا قدميك، واجعل كتفيك في وضع ملائم. لا تستند على المنصة إذا كان موقف الحديث موقفاً رسمياً.

١٧ تتبأ بالأسئلة وتعامل معها بلباقة. اسأل نفسك: «ما الأسئلة التي يمكن أن تطرأ على أذهان الجمهور؟» خطط لإجابات قصيرة ومباشرة. اصمت للحظة قبل الإجابة عن الأسئلة الصعبة. كن لبقاً في إجاباتك وحاول أن تتجنب الدخول في جدل مع السائل. احتفظ بهدوء الأعصاب وتجنب الإيماءات العدائية.

١٨ استخدم روح المرح والفكاهة في محلها. تجنب استخدام روح الدعابة دون هدف. تأكد من أن روح الدعابة والمرح ملائمة للموقف أو المناسبة أو لمحتوى حديثك. تجنب المزاح الذي ينطوي على سخرية من دين أو جنس أو عرق. اجعل مزاحك قصيراً وسريعاً.

١٩ كن أميناً وذا أخلاقيات. اعترف بعدم علمك عندما لا تعرف إجابة عن سؤال. يمكنك أن تقول: «لا أعرف الإجابة عن هذا السؤال، لكن يمكنني أن أبحث ثم أعود إليك بالرد المناسب». تجنب عدم إعطاء الحقائق كاملة، أو إضلال الجمهور وقيادته نحو منطق غير سليم. لا تقمع الأدلة

التي تتعارض مع آرائك وأفكارك. انسب الفضل لأهله متى كان ذلك واجباً. ولا تدع أن أفكار أو كلمات الآخرين هي أفكارك وكلماتك أنت.

استمتع بكلمتك أو خطابك. ابتسم لجمهورك. تحدث بثقة وحماس. ابدأ خطابك أو كلمتك دون الرجوع إلى ملاحظات المكتوبة. ركز على ما تقوله.

٢٠