إشكاليات اتصالية في الخطاب الديني

د. أحمد فلاق (أستاذ محاضر أ)
د. أعمر يوسفي(أستاذ محاضر أ)
كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3

Abstract :

This study aims to highlight also seeks to diagnose the weaknesses and the most Vulnerabilities in the religious discourse by presenting its communicational problems Based on the Conventional communicative elements of the whole communication process , and dropping it on this letter , taking into account the circumstances of this era and its latest developments as a framework context , emphasize that These conditions affect the mechanisms of transmitting the religious message more than The message itself. , meaning that The purpose of this thesis is to access and suggest a renewal formula for methods sending the religious discourse not for renewal the speech or the discourse itself.

Key Words : Communication – discourse – religion – problematics .

الملخص :

تسعى هذه الدراسة إلى تشخيص مكامن الضعف في الخطاب الديني من خلال طرح إشكالات اتصالية فيه انطلاقا من العناصر الاتصالية التقليدية للعملية الاتصالية، وإسقاطها على هذا الخطاب مع مراعاة ظروف العصر ومستجداته، والتأكيد على أن هذه الظروف تؤثر على آليات إيصال الرسالة الدينية وليس على الرسالة في حد ذاتها. بمعنى أن الهدف من هذا الطرح هو الوصول إلى صيغة تجديدية لأساليب توصيل رسالة الخطاب الديني وليس تجديدا للخطاب في حد ذاته.

الكلمات المفتاحية : الاتصال – الخطاب – الدين – إشكاليات.

مقدّمة :

يعاني الخطاب الديني في وقتنا الحاضر من عدة إشكالات تستدعي التطرق إليها والإجابة عنها لزيادة فاعليته. فالاكتفاء بقوة الرسالة الدينية في حد ذاتها لم يعد ممكنا بالنظر إلى السياق الثقافي واللغوي الذي يجعل من المتلقي الحالي مختلفا عن متلقي الجيل الأول الذي واكب الرسالة الدينية عند ظهورها، ولا الأجيال التي تلته.

ويعد الجانب الاتصالي أحد أهم الأوجه التي تتطلب مراجعة وتجديدا، مع التأكيد أن التجديد هو لأساليب توصيل رسالة الخطاب الديني وليس تجديدا للخطاب الديني في حد ذاته، خصوصا وأن دعوات التجديد غالبا ما تربط بمحاولات إفراغ الدين من محتواه وجعله يتكيف مع واقع الثقافة المهيمنة التي تحمل قيما معظمها يتصادم مع محتوى الدين في حد ذاته.

والخطاب الديني مثله مثل أي شكل من أشكال الخطاب الديني، يخضع إلى قواعد اتصالية تفرض عليه التكيف معها أو بالأصح استثمارها لزيادة فاعليته، وإيصال فحوى الرسالة على النحو المرجو مع توقع التأثيرات المرجوة.

ولم يعد ممكنا مع الثورة الرقمية والتقنية والعلمية الحاصلة الاستمرار في الطريقة التقليدية في تقديم الرسالة الدينية، مما يخلق رتابة، يصعب معها إيجاد أي تفاعل بينها وبين المتلقي. فالخطاب الديني هو أولا وقبل كل شيء اتصال بكل ما تحمله الكلمة من أبعاد، اتصال بمعنى التبليغ والمشاركة والتفاعل والإقناع والحجاج. اتصال

بمعنى وسائل وأدوات، تقنيات وآليات. اتصال أيضا بمعنى تأقلم وتعديل وتطوير وفهم لكنه الرسالة، واستثمار كل ما يسمح بتحقيق الأهداف المرجوة.

وستسعى هذه الدراسة لطرح مشكلات اتصالية في الخطاب الديني انطلاقا من العناصر الاتصالية التقليدية للعملية الاتصالية، وإسقاطها على هذا الخطاب مع مراعاة ظروف العصر ومستجداته، مع التأكيد على أن هذه الظروف تؤثر على آليات إيصال الرسالة الدينية وليس على الرسالة في حد ذاتها.

1. القائم بالاتصال الديني .. إشكالية الكفاءة والمواكبة :

المرسل في العملية الاتصالية هو الطرف الذي ينقل المعلومة أو الخبر أو الفكرة أو الاتجاه أو غير ذلك إلى المتلقي أو المتلقين من أجل هدف محدد. ولما كان المرسل على أنواع مختلفة بحسب ثقافته أو موقعه الاجتماعي أو وظيفته، صار لكل مرسل خصائصه المميزة، لأن الرسالة في صدورها وبثها إنما تحمل صفة مرسلها وطابعه ونظرته إلى الحياة، وموقفه وموقعه وأهدافه، فضلا عن أن الرسالة التي يبثها تكشف عن شيء كامن فيه كحالته العاطفية والانفعالية. إننا إذ نتواصل مع أنفسنا ومع غيرنا إنما نصدر رسائل تحمل - فيما تحمل – أفكارنا التي تكون عادة منوطة بشيء ما هو (المرجع). (نهر، الخطيب، 2009: ص52)

وفي حالتنا (الخطاب الديني)، المرسل هو الإمام أو الداعية أو رجل الدين عموما. وهنا تطرح إشكالية من تحق له ممارسة الخطاب الديني. الجواب الأسهل قد يكون من يحمل علما، لكن هل امتلاك العلم الديني كاف لممارسة الخطاب الديني. نحن لا نعتقد هذا، لأن رجل الدين مثله مثل المعلم يحتاج إلى امتلاك أدوات إيصال الرسالة الدينية حتى يمكنه ممارسة الخطاب الديني. فامتلاك العلم دون القدرة على إيصاله قد لا يحقق الغاية المرجوة منه. وفي السيرة النبوية ما يؤكد على ذلك بإسقاط مواقف مشابهة. فرسول الله صلى الله عليه وسلم رفض تولية أبا ذر الغفاري رغم علمه الكبير، لأنه لم يكن يمتلك القوة التي يحتاجها منصب الولاية. والقضاء لم يكن يمنح في التاريخ الإسلامي إلا لمن كان يمتلك إلى جانب العلم القوة والذكاء في التعامل مع مختلف الوضعيات.وفي القرآن ما يدل على ذلك عندما طلب موسى الاستعانة بأخيه لأنه أفصح منه.

وكذلك الأمر بالنسبة للقائم بالخطاب الديني. إذ يحتاج إلى امتلاك ناصية العلم ووسائل إيصاله. وفي القاعدة الأصولية، "ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب" وبالتالي وصول الخطاب الديني على نحو سليم وبفاعلية يقتضي من رجل الدين امتلاك وسائل إيصاله ومنها تقنيات الاتصال، واللغة ...الخ.

والمرسل الناجح في الخطاب الديني، هو الذي يستطيع أن يوفر للمتلقين إمارات تدل على أنه يتوجه إليهم مباشرة، وأن عليه جذب انتباههم ووصلهم به ليكونوا مشاركين حقيقيين، والمرسلون يتمايزون بفضل الطريقة التي ينظمون بها أنفسهم وبالطريقة التي ينظمون بها رسائلهم.

والقائم على الخطاب الديني مطالب بأن يقنع والإقناع لا يتأتى إلا بتجاوز معيقات مرتبطة بشخصه ومرتبطة بالمتلقي وأيضا بالسياق العام لحدوث عملية التبليغ.

ومن الضروري الإشارة أنه عادة ما تلقى رسائل المرسل قبولا للمتلقين عندما يلقى المرسل بذاته قبولا عند المتلقين. أي أن اقتناع المتلقي بقدرات المرسل وبتحكمه في ما يقول وحسن انتقائه للمواضيع وطريقة صياغة الرسائل هي التي تؤدي في مرحلة لاحقة إلى قبول الرسالة.

ومن أمثلة ذلك بحسب خصوصيات المجتمع الجزائري، أن هنالك عدم اقتناع مثلا بالخطيب الذي يقرأ خطبته، مع أن ذلك لا يعد منطقيا معيارا للحكم. لكن واقع الحال هو هذا، وبالتالي من الضروري على الخطيب أن يلجأ إلى تفادي القراءة، أو على الأقل إظهار تفاعل كبير مع محتويات الوثيقة المقروؤة لتجاوز هذه العقبة.

2. الرسالة الدينية ... إشكالية الأشكال والانتقاء :

الرسالة هي محصلة العملية الاتصالية ومحتواها الدلالي والمعرفي، والإنسان في اتصال دائم ما دام حيا يرسل في كل يوم عشرات بل مئات الرسائل. ويستقبل مثلها. سواء أكانت هذه الرسائل لغة أو إيماءات، أو إشارات وسواء أكانت وسيلة الاتصال مباشرة أي شفوية أو مسموعة مرئية أو بوساطة الوسائل الإلكترونية الحديثة، وكل رسالة اتصالية لا بد من أن ترتبط بالوسيلة المستعملة في نقلها. (مرزوق، 1988)

إن الرسالة الدينية هي محتوى الخطاب الديني، بمعنى أن تبليغ كلام الله وأحاديث رسوله والتوجيهات التي تحملها هي المحرك الأساسي للخطاب الديني. لكن من الضروري التأكيد على أن المرحلة التي كان فيهما القرآن والسنة يؤثران في المتلقين بشكل مباشر قد ولى. فنحن نتحدث عن فترة لا يحسن فيها العامة اللغة ويجدون صعوبة في الوصول إلى الأهداف والغايات التي تحملها الآيات والأحاديث. لذا صار القائم بالخطاب الديني هو الوسيط الذي يعمل على إيصال تلك الأهداف والغايات بما منحه الله من علم بها. ومن الضروري أن نشير أن الرسالة الاتصالية تقوم على أمور ثلاثة هي :

أ. ترميز الرسالة، وهي مجموعة الرموز التي وضعت في ترتيب يكون لها في ضوئه معنى معينا عند المستقبل، واللغة هي منظومة رموز ناقلة للرسائل. (وسيأتي تفصيل هذا عند الحديث عن عنصر الترميز)

ب. محتوى الرسالة أو المعاني والمضامين التي يحاول المرسل أن ينقلها إلى المستقبل بهدف التأثير على سلوكه.

ت. معالجة الرسالة : وهي القرارات التي يتخذها المرسل إزاء الطريقة التي سيقدم بها الرسالة، إذ أن المرسل قد يختار معلومة معينة ويتجاهل أخرى وقد يقدم الدليل الذي يثبت فكرة معينة وقد يلخص ما يقوله في البداية أو النهاية. والمرسل عادة ما يتخذ القرارات التي تحقق أهدافه بالشكل الأفضل، مراعيا في ذلك جملة من الأسس التي يحدد في ضوئها قراره المتصل بمعالجة الرسالة التي يريد إرسالها ومن هذه الأسس:

. شخصية المرسل

. مهارة المرسل الاتصالية، ثقافيا ومعرفيا واجتماعيا.

. شخصية المستقبلين لإحكام العلاقة بين المرسل والمستقبل فكريا واجتماعيا لتحقيق خلفية فكرية مشتركة وثقة متبادلة.

. وسيلة الاتصال المتاحة. (ربيع، 1973: ص35)

ومن الضروري أن يوظف الخطاب الديني الأمور الثلاثة السالفة الذكر لتحقيق الغايات التي يسعى إليها. فالترميز الذي سيأتي ذكره لاحقا، يجب أن يتوافق وطبيعة المتلقين، والمحتوى يجب أن يخضع لانتقاء رشيد، والمعالجة بدورها يجب أن تتصف بالدقة.

ولأن المحتوى هو ما يهمنا بالدرجة الأولى في الخطاب الديني، عادة ما يصطدم الدعاة والخطباء بإشكالية الانتقاء. هل يقومون بتحديد مسار مسبق لخطبهم، بحيث أن كل خطبة تقوم على سابقتها ليحدث ذلك التراكم المرجو، أم أن الانتقاء يكون وفق متطلبات المجتمع والأحداث الطارئة فيه. إن استخدام إحدى الطريقتين دون الأخرى قد يعد خطأ. فاتخاذ مسار مخطط مسبقا، يجعل رجل الدين بعيدا عن الواقع، ومستجداته، وينفر المتلقين الذين يحتاجون إلى إجابات فورية وتوجيهات لوضعيات طارئة، لكن الارتكاز على الواقع فقط، سيجعل الخطاب مشتتا يتحدث عن مواضيع غير مترابطة ترابطا تسلسليا. والأنسب هو استخدام الاثنين معا، أي رسم مسار للخطاب الديني مع التطرق إلى الأحداث الطارئة ومحاولة ربطها قدر الإمكان بهذا المسار.

ومن الضروري على القائم بالخطاب الديني أن يتحكم في مميزات الرسالة الناجحة والتي يحددها المختصون فيما يلي :

أولا : اتساق محتواها، بمعنى انسجامها وارتباطها بنوع الخطاب الموجه وبالسياق الذي ترد فيه.

ثانيا : تدرجها الموضوعي بحيث تكون مضامينها مرتبة متوالدة بعضها عن بعض، بما يفضي إلى تحديد هدفها، وتحقيقه بالطريقة المثلى.

ثالثا: ارتباطها بقصد أو هدف محدد وشامل.

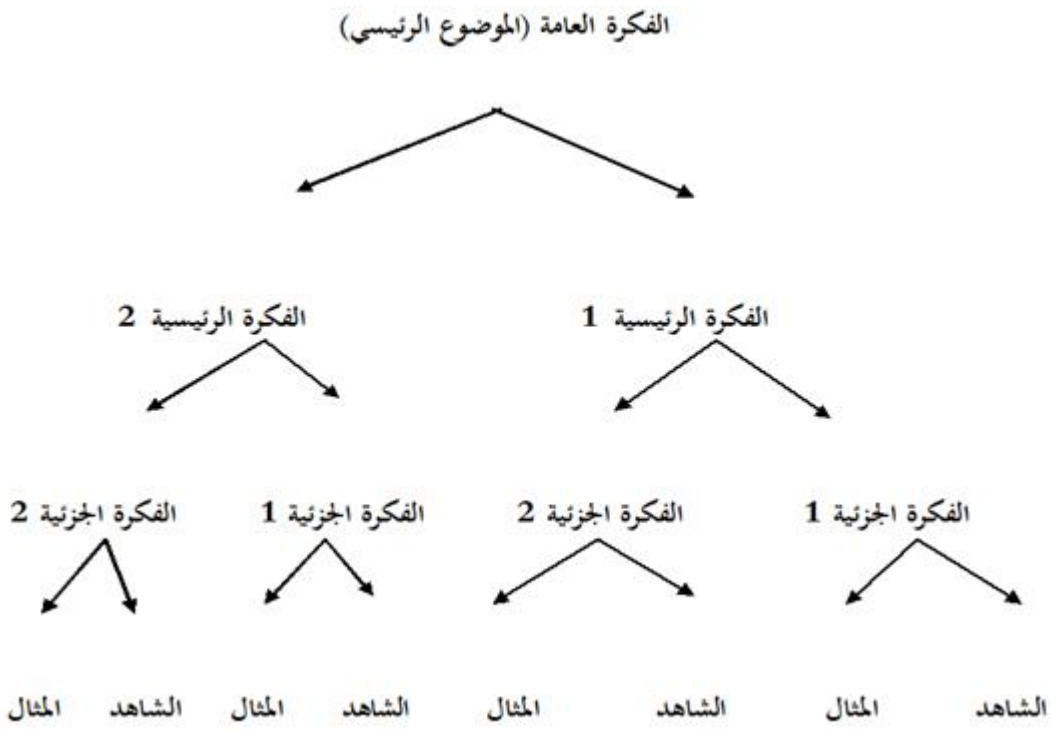
رابعا: خلوها من أي معوق يعترض توجيهها السليم.

خامسا : أن تكون الرسالة غير خادشة لذوقه ورغباته ومداركه ومستواه المعرفي والثقافي.

سادسا: أن تكون وسيلة نقلها – إن لم تكن اتصالا مباشرا – جيدة.

ثامنا : أن تتيح للمستقبل إمكانية التفاعل مع مضمونها. (نهر، الخطيب، 2009: ص ص 52-57).

ومن الضروري أن ينظم القائم على الخطاب الديني خطابه وفق ما يلي :



الشكل 1 : تنظيم محتوى الرسالة في الاتصال (أوشان، 2011: ص18)

أمر آخر يجب الإشارة إليه وهو تحديد المدة الزمنية المناسبة لتقديم الرسالة الدينية. فكلما قصرت فترتها كلما كان تأثيرها أكبر. ولنا في رسول الله قدوة في ذلك إذ كانت معظم خطبه قصيرة لا إطالة فيها. فقد جاء في مسلم أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال : "إِنَّ طُولَ صَلَاةِ الرَّجُلِ وَقِصَرَ خُطْبَتِهِ مَئِنَّةٌ مِنْ فِقْهِهِ فَأَطِيلُوا الصَّلَاةَ وَاقْصُرُوا الْخُطْبَةَ وَإِنَّ مِنْ الْبَيَانِ سِحْرًا" (صحيح مسلم). ومرد عدم الإطالة أنه من الصعب الإبقاء على انتباه المتلقين لفترة طويلة، إضافة إلى أنه كلما كثرت التفاصيل والمعلومات المقدمة كلما زادت احتمالية تضييعها. إذا لابد من تركيز الرسالة حتى تؤدي مؤداها. وقد كان رئيس الولايات المتحدة الأمريكية في عشرينيات القرن الماضي (وودورد ويلسون) يقول: إذا طلب مني إعداد خطاب مدته ربع ساعة أحتاج إلى أسبوع لتحضيره، وإذا كانت المدة نصف

ساعة فأحتاج إلى ثلاثة أيام، وإذا كانت مدته ساعة فأنا جاهز الآن"(العياضي، 2007: ص35). إذًا الصعوبة لا تكمن في كم ما يعطي ولكن في الانتقاء وجعل ما ينتقى يتقبل من المتلقين.

3. المستقبل ... إشكاليات الفهم والمقارنة والإشراك:

المستقبل هو الركن الثالث في العملية الاتصالية ومن دونه لا تكون هناك عملية اتصالية، فالرسالة إنما تستهدف هذا المستقبل بالتأثير فيه، إقناعا بفكرة، أو تعبيرا في سلوك، أو قبولا لمعلومة، أو رأي، أو توجيها نحو هدف أو تحفيزا له نحو اتجاه معين. (مرزوق، 1988: ص36)

ومن الضروري لنجاح العملية الاتصالية تحديد نوع هذا المستقبل ووصفه اجتماعيا وثقافيا وفكريا لبيان الأدوار التي يمكن أن يؤديها كل متلق في عملية التلقي والإرجاع حتى يكون عنصرا فاعلا في العملية الاتصالية، وتقديم مساهمته فيها، بحيث يشعر المرسل أن هذا المتلقي يستجيب لمضمون الرسالة، وأنه يشارك في العملية الاتصالية بحكم العلاقة التي يفترض أن تكون جدلية بين المرسل والمتلقي. (نهر، الخطيب، 2009: ص60)

ويتوجب على ممارس الخطاب الديني أن يراعي ذلك كله في خطابه. فهو مطالب بالتعرف على من يخاطبهم، ومعرفة خصائصهم وسماتهم ومستواهم الاجتماعي والفكري حتى يكيف طريقة توصيل الرسالة (لا محتواها) بما يتناسب وطبيعة هذا المتلقي. ولا ضير أن يقوم بالاستفسار وملاحظة سلوكات الناس في البيئة التي يلقي خطابه فيها، حتى يتعرف عليهم أكثر. وكلما زادت معرفته بهم كل ارتفعت فاعلية خطابه الموجه إليهم.

ومن الأمور التي تلاحظ في الخطاب الديني، أسلوب المقارنة الذي غالبا ما يستخدم لإيصال فكرة معينة، وهو برأينا ذو نتيجة عكسية. أي المقارنة بين الصحابة وبين واقعنا الحالي، فيتحدث عن صحابة رسول الله باستفاضة كبيرة، بينما يذم واقعنا الحالي إلى درجة أنه يتم تصوير الصحابة بتصوير ملائكي يخيل للمستمع أنه من غير الممكن الوصول إلى القيام بما كانوا يقومون به، بينما يفرط في ذم واقعنا إلى الحد الذي يدفع بالمتلقي إلى تقبله كأنه وضعية يستحيل الخروج منها. ونحن في نظرنا نرى أنه وإن كان صحابة رسول الله قد تلقوا شهادة من الله على صلاحهم وحبهم لله ورسوله وانقيادهم للرسالة، إلا أنهم بشر، وبشريتهم هذه تعني أن الناس اليوم بوسعهم أن يقوموا بأشياء كانوا يقومون بها، مع العلم أن الصحابة أنفسهم كانوا بدورهم يخطئون مثلما يخطئ مسلمو اليوم. إذا إيجابية الخطاب هي التي يجب أن تكون طاغية لا سلبيته، والإنسان وليد اللغة التي تمارس معه. فالحديث بإيجابية مع المتلقين وتأكيد أنهم قادرون على فعل أشياء كثيرة وتقديم أمثلة إيجابية من واقعنا الحالي تشجع الناس على اتباع هذه النماذج القريبة منهم، أكثر من اتباعهم لنماذج تقدم لهم بشكل إعجازي يستحيل الوصول إلى أدنى ما كانوا يقومون به، أو الإفراط في جلد الواقع لدرجة اعتبار الخروج منه ضربا من المستحيلات. ورسول الله صلى الله عليه وسلم يقول : "من قال هلك الناس فهو أهلكُهم" وفي رواية "أهلكَهم". (صحيح مسلم)

4. الوسيلة ...إشكالية التكييف :

الوسيلة هي الأداة المادية المستخدمة في الاتصال ونقل مضمون الرسالة من المرسل إلى المستقبل فردا أو جماعة، إنها الحامل المادي الذي يسمح بنقل الرسالة وقنوات الاتصال متعددة منها المسموع والمرئي والمقروء. (Balle, 2001)

ومن الرسائل ما نتلقاه عبر وسائل شخصية وندركها بحواسنا مثل : السمع، والنظر ...الخ، ومنها ما نتلقاه عبر وسائل اتصال جماهيري كالإذاعة والتلفاز والسينما والصحف والمجلات، وكل رسالة ترتبط بالوسيلة المستخدمة في نقلها. (مرزوق، 1988: ص38)

والخطاب الديني مطالب بتكييف طرق تقديم رسائله بحسب خصوصية الوسائل المستخدمة. ولعل ما يعاب الآن على الخطاب الديني التلفزيوني مثلا، احتفاظه بخاصية المسموع فقط، فلا يتم توظيف الصور والحركة لإيصاله. وبالتالي الاكتفاء بالطريقة التقليدية وهي الكلام المسموع أو المكتوب. بينما كان رسول الله ينوع من طرق إيصال رسالته: فقد استخدم رسوما لإيصال أفكار معينة (عندما رسم مسار حياة الناس على البشر، والمغريات التي تحاول أن تخرجه عن سبيل الحق) (رواه البخاري).

ومن المعلوم أن الذي يتحكم في طبيعة الوسيلة المستخدمة جملة من العوامل هي :

أ. طبيعة الفكرة التي تحملها الرسالة.

ب.نوع المتلقين الذين يراد مخاطبتهم.

ت.التكلفة المادية التي يتطلبها استخدام وسيلة دون أخرى.

ث.عامل الوقت، إرسال الرسالة في الوقت المناسب وفي الظرف المناسب وفي مدة مناسبة.

ج. طبيعة الوسيلة المستخدمة. (نهر، الخطيب: ص ص 66-67).

5. رجع الصدى .. إشكالية التحري : ويقصد بها كيفية تعبير المستقبل عن مدى استجابته للرسائل التي تقدم له. وكما سبق الحديث عنه ضمن خصائص المرسل والمستقبل، أن الاتصال الناجح هو الذي يعتمد على إشراك المتلقين في صياغة الرسالة. ولنا أسوة في رسول الله عندما كان يسأل الصحابة قبل أن يبلغهم رسالة معينة. فيقول مثلا : "هل تدرون من المفلس؟"، "من منكم قام بكذا وكذا؟"، ...إلخ.

6. التأثير .. إشكالية وضوح الأهداف :

غالبا ما يتم الخلط بين التأثير ورجع الصدى، ولكن الأصل أنهما يفترقان، فرجع الصدى أو التغذية الرجعية هو ما يتيح دائرية العملية الاتصالية.بينما التأثير هو التغير الذي يحدث على سلوك مستقبل الرسالة. والعملية الاتصالية تنبثق عنها عملية معقدة : لمعالجة المعلومات تتأسس في عمقها الإجرائي على الاكتساب والتعلم والتخزين والتمثل والتذكر وعلى قدرات معرفية موسعة أخرى"

(بوعناني، زغبوش، 2001: ص56) والتأثير على السلوكات أنواع نلخصها فيما يلي :

أ. تعديل سلوك معين.

ب. تغيير سلوك معين.

ت. تثبيت سلوك معين.

ج. تكوين سلوك جديد. (رشتي،

ومن ثم على رجل الدين أن يعرف جيدا ما الذي يريد أن يحققه من خلال خطابه الديني، ومرحلية تحقيق الأهداف، والوسائل الضرورية لتحقيقها. فتثبيت سلوك معين يتطلب جهدا ووقتا أقل بكثير من تغيير سلوك معين، وتكوين سلوك جديد يتطلب جهدا ووقتا أكبر. كما يتوجب عليه أن يتفادى الاصطدام بما هو متجذر لدى المتلقين بدل تغييره بشكل مرحلي، لأن الاصطدام قد يحدث مفعولا عكسيا. (مرحلية تحريم الخمر، ومرحلية الدعة لإزالة الرق، من خلال الحث دائما على تحرير رقبة).

والمتلقون أيضا عادة ما يقومون بتلقي الرسائل والتأثر بها وفق منظومة نفسية معينة وهي :

أ. التعرض الانتقائي، ب. التذكر الانتقائي، ت. السلوك الانتقائي، بمعنى أنهم يختارون من يستمعون إليه، ويتذكرون منه ما يتوافق مع توجهاتهم، ويسلكون سلوكا يتوافق مع توجهاتهم. وبالتالي من الضروري إيجاد المداخل المناسبة التي تسمح بالوصول إليهم. (ديفلير، روكيتش، 1993)

7. السياق .. إشكالية المراعاة والتعامل :

يقصد بالسياق تلك الظروف التي تحيط بالعملية الاتصالية وتتيح فهم الرسالة بشكل سليم. والظروف قد تكون زمانية أو مكانية أو مرتبطة بأحداث معينة. لذا يتوجب على الخطاب الديني أن يراعي السياقات المختلفة في صياغة محتوى رسالته. فهناك أوقات معينة تتطلب نوعا معينا من الرسائل، وهناك سياقات مكانية معينة تفرض بدورها أنواعا معينة من الرسائل، والظروف والأحداث الطارئة تتطلب من ممارس الخطاب الديني إدخالها في حسبانه والتفاعل معها، بما يؤصل لدى المتلقين طرق التعامل معها.

وفي السيرة النبوية ما يؤكد هذا من خلال اختلاف الخطاب في الدعوة بين مرحلتيها المكية والمدنية، بما يؤشر على عملية انتقال من مرحلة لأخرى ومن سياق إلى آخر. ومراعاة السياق لا تعني تناقضا ولا اختلافا للخطاب في حد ذاته، بقدر ما هي اختلاف في تراتبية الأولويات تنعكس على تراتبية المواضيع بما يمليه هذا الواقع المتبدل، وأيضا اختلافا في أشكال الترميز ومستوياته.

8. الترميز ...إشكالية المستويات :

ويقصد بها عملية صياغة الرسائل برموز مشتركة بين المرسلين والمتلقين، واللغة عادة هي منظومة الرموز المستخدمة في الخطاب الديني. هنا يشار أن القائم بالخطاب الديني يقع في إشكالية اختيار مستوى ترميز الرسالة التي يقدمها بحكم تباين مستوى المتلقين. ولكن الحل هو في جعل اللغة المستخدمة بمستويات متعددة، يستحسن أن تكون متجهة إلى الأدنى. بمعنى أن صياغة الرسالة ينطلق من المستوى اللغوي الأعلى ليتم تبيان محتواها بنوع من الشرح وهو ما يؤدي إلى النزول إلى مستوى أدنى، ثم الاستفاضة أكثر وصولا إلى المثال التوضيحي الذي يصل مؤداه إلى العام والخاص.والعملية صعبة نوعا ما، ولكن هي المثالية وهي التي تحقق مراد مختلف المستويات، حتى لا تتم عملية الإقصاء. فلا صاحب المستوى العالي سيشتكي من التبسيط المبالغ فيه في طرح الأفكار، ولا صاحب المستوى الأدنى سيشتكي من صعوبة فهم ما تلقاه.ورسول الله طلب منه أن يخاطب الناس بما يفقهون.

9. التشويش ..إشكالية تشتيت التركيز :

التشويش هي العوامل التي يمكن أن تؤثر سلبا على وصول الرسالة بشكل سليم على المتلقين، وبالتالي على الخطيب أن يعيها ويعمل على تحجيمها ويزيلها. وكلما كان للمرسل علم بالعوامل المشوشة كلما زادت قدرته على التعامل معها. والتعامل قد يكون بتكييف الرسالة وطرق إيصالها في وجود هذه العوامل أو العمل على إزالتها بحسب المقتضيات.

ويمكن للتشويش أن يتخذ أشكالا مختلفة، على القائم بالخطاب الديني أن يعيها ويحددها، إذ ليس من السهولة تحديد العوامل المشوشة التي قد تكون أحيانا عوامل إلهاء تثير انتباه المتلقي على حساب الرسالة الجوهرية للخطاب الديني. فالتراتبية الخاطئة للأولويات مثلا، تشكل مصدر تشويش تحول دون إيصال الرسالة الجوهرية.

قائمة المراجع :

باللغة العربية :

1. آلان و باربارا بييز (2009)، "لغة الجسد"، ط5، المترجم غير مذكور، الرياض، مكتبة جرير.
2. حامد ربيع (1973)، "أبحاث في نظرية الاتصال والتفاعل السلوكي"، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة.
3. علي آيت أوشان (2011)، "ديداكتيك التعبير والتواصل واستراتيجيات التعلم"، الرباط، دار أبي رقراق للطباعة والنشر.
4. مصطفى بوعناني، بن عيسى زغبوش (2011)، "التواصل وأبعاده اللسانية والسيكولوجية والتربوية والتقنية"، فاس، منشورات مختبر العلوم المعرفية.
5. ملفين ل. ديفلير، ساندرا بول روكيتش (1993)، "نظريات وسائل الإعلام" ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط1، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.
6. نصر الدين العياضي (2007)، "اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية"، ط2، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية.
7. هادي نهر ، أحمد محمود الخطيب (2009)، "إدارة الاتصال والتواصل، النظريات – العمليات – الوسائط – الكفايات"، إربد (الأردن)، عالم الكتب الحديث.
8. يوسف مرزوق (1988)، "مدخل إلى علم الاتصال"، الإسكندرية (مصر)، دار المعرفة الجامعية.
9. صحيح مسلم، تحقيق : محمد فؤاد عبد الباقي (1954)، بيروت، دار إحياء التراث العربي.

باللغة الفرنسية :

10. Francis Balle (2001), «Medias et sociétés», 10e édition, France, Montchrestien.