استخدام القائم بالاتصال لمهارات الإلقاء وعلاقته باتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض القضايا السياسية

إعداد

ندا صفوت محمود عبد الرازق

باحثة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا

أ.م.د/ وائل صلاح نجيب

أستاذ الإعلام المساعد ورئيس قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية – جامعة المنيا

د/ إيمان عاشور سيد

مدرس الإذاعة بقسم الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا

مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية

معرف البحث الرقمي DOI: 10.21608/jedu.2021.70476.1313

المجلد السابع العدد 36 . سبتمبر 2021

الترقيم الدولي

E- ISSN: 2735-3346 P-ISSN: 1687-3424

موقع المجلة عبر بنك المعرفة المصري https://jedu.journals.ekb.eg/

موقع المجلة http://jrfse.minia.edu.eg/Hom

العنوان: كلية التربية النوعية . جامعة المنيا . جمهورية مصر العربية

مقدمة الدراسة:

إن فن الإلقاء أو الخطابة أو "مشافهة الجمهور" كما يسميه البعض، يُعد من الفنون الأكثر قدرة على استمالة الناس بل والتأثير عليهم واقناعهم بما يرغب القائم بالاتصال إقناع الناس به، بل وجذبهم إليه حتى يصبح الأمر ميسورًا في كسب ثقة واحترام الجمهور أو الحضور المستمع والمشاهد، وبالتالي التأثير عليهم فيما يُقدم أو يُقال في شتى ميادين الإلقاء، سواءً كان في التلفزيون أو الإذاعة أو الخطب والشعر.

فالهدف من الإلقاء هو عرض الفكرة ومعناها بأسلوب أمثل وصورة أفضل وتعبير أدق يجسد المعاني والأفكار ويصورها بشكل يتيح للملقي الاستيلاء على مشاعر وحواس جمهوره الذي يتحدث إليه([i])

لذا يُوجب على القائم بالاتصال تمتعه بالعديد من المهارات التي تُصقل قوه حديثه وإتقانه لفنون الإلقاء، وإن القدرة على تحقيق أهداف الشئ المُلقى تتطلب من المُلقي اتباعه لطرق الإقناع من استعمال ثقة الناس والتأثير العاطفي، واستخدام المنطق.

لقد أصبح القائم بالاتصال المصقل بموهبة الإلقاء ومهاراته من استخدام نبرة الصوت القوية، ولغة الجسد، ومهارات فن الاستماع، والعلم والمعرفة والإحاطة بالموضوع، والمهارة اللغوية، والثقة في النفس، والصدق في الحديث، قادر على تحفيز وتشجيع جموع الناس، وتغيير اتجاهاتهم نحو الاقتناع بقضايا معينة، ذلك لأن الله سبحانه وتعالى فطر بعض بني الإنسان على قوة البيان وملكة التأثير فاقتدروا بها على حمل غيرهم على ما أرادوا منهم.

وعلى صعيد آخر قد يلعب المتمتع بمهارات فن الإلقاء، والمصقل بفنونه دورًا كبيرًا في التضليل وغياب الوعي لدى الجمهور بل وتغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم وأفكارهم.

كما أن الساحة أصبحت مليئة بالعديد من القضايا الداخلية والخارجية التي تساعد الجمهور على الاهتمام بقضية معينة وخطورتها وأهمية المشاركة في حلها أو الرضا بما أتخذته الجهة المسؤلة من حلول ، وبالتالي لن يتمكن من ذلك إلا الإعلامي الذي يمتلك الكثير من المقومات والمهارات التي تساعده في حشد الجمهور والإقتناع بأسلوبه واتجاهه في عرض القضية التي يتناولها، لأنه لا يواجه أي جمهور وخاصة الشباب فهو مُطَلع ومستخدم للتكنولوجيا الحديثة وأصبح بإمكانه جمع العديد من

المعلومات والبيانات التي تخص قضية بعينها كما أنه لديه إمكانيات تحميل ومشاهدة جميع حلقات القائم بالإتصال بالقنوات الفضائية ودراسة تاريخه في فترات مختلفة للتعرف على اتجاهاته ومصداقيته في عرض القضية إذًا فإقتناع المشاهد بالقضية واتجاهه نحوها يتوقف علي العديد من الأسباب أهمها وعلى رأسها القائم بلإتصال وما يمتلكه من مهارات وأساليب إقناعية مثل لغة الجسد وطبقات ونبرات الصوت؛ يستطيع من خلالها أن يُكون لدى الشباب إتجاهات بعينها، ولن تأتي تلك الإتجاهات إلا عن طريق الإقناع فسبيل القائم بالإتصال الوحيد لتكوين رأي عام تجاه قضية معينة هو التلاعب بعقول المشاهد وذلك عن طريق استخدام المكون الوجداني والمعرفي والسلوكي .

الدراسات السابقة:

بعد الإطلاع على العديد من الدراسات والأدبيات يمكن تحديد أهم الدراسات والتى ترتبط أرتباط وثيق بموضوع الدراسة الحالية: ويمكن سردها كالآتي:

1- **دراسة(إيمان عاشور سيد، 2020)[2]: توظيف التعلم المقلوب في إكساب طلبة الاعلام التربوى مهارات الإلقاء الإذاعي واتجاهاتهم نحو منصة الإدمودو التعليمية([3])**، هدفت الدراسة الى التعرف على أثر توظيف التعلم المقلوب في إكساب طلبة الاعلام التربوى مهارات الإلقاء الإذاعي واتجاهاتهم نحو منصة الإدمودو التعليمية، واستخدمت الباحثة المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من 100 طالبا وطالبة من طلاب الفرقة الرابعة- الإعلام التربوي- كلية التربية النوعية- جامعة المنيا، وكانت أهم النتائج التى توصلت اليها الباحثة:وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطي درجات طلاب مجموعة البحث الضابطة والتجريبية في التطبيق البعدي "طلاب الفرقة الرابعة إعلام تربوي" للاختبار التحصيلي لمهارات الإلقاء الإذاعي لصالح المجموعة التجريبية.

2- **دراسة (سناء عبد الرحمن الأحمدي،2019) : لغة التواصل الاقناعي في الخطاب السياسي، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية،** هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الخطاب السياسي، وسياقات انتاجه،

والكشف عن أساليب الاتصال اللغوي في الخطاب السياسي وتوضيح الموقف الاتصالي، والكشف عن البنية الداخلية والمؤثرات الخارجية الاقناعية في الخطاب السياسي، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة البحث تحليل مجموعة من الخطابات السياسية، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى اعتماد المرسل على مجموعة من وسائل الإقناع في خطاباته، كوسائل الاقناع اللغوي، ووسائل الاقناع المنطقي، ووسائل الاقناع القياسي، كما تميزت لغة المرسل بالوضوح وبالقرب من وجدان المستقبل؛ كونها مستمدة من الواقع، للخطابات السياسية خصائص لغوية منها الاعتماد على تراكيب اللغة ونحوها([4])

3- **دراسة(إيمان عبد الفتاح،2018):أثر برنامج تعليمي قائم علي المنهج التواصلي في تنمية مهارات الإلقاء لدي طلبة الصف الخامس الإساسي**([5]) هدفت الدراسة إلى تقصي أثر برنامج تعليمي قائم علي المحتوي التواصلي في تنمية مهارات الإلقاء الصوتية والحركية، وطبقت علي عينة من طلبة الصف الخامس بلغ عددهم (60) مفردة، واستخدمت المنهج شبه التجريبي، وتوصلت نتائج الدراسة إلي: وجود فروق دالة إحصائيا بين متوسطات أداء المجموعتين التجريبية والضابطة في القياس البعدي والقبلي تعزي إلي طريقة التدريس في تنمية المهارات الصوتية والحركية، والمهارات ككل، في حين ظهرت فروق دالة تعزي للتفاعل بينهما في تنمية المهارات الصوتية.

4- **دراسة (محمد جبريل الزيلعي، 2017): مهارات العرض والإلقاء لدي عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزي**ز([6])،هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى مهارات الاتصال والإلقاء لدى طلاب السنة التحضيرية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة، بالإضافة إلى التعرف على مستوى مهارات الاتصال اللفظي والاتصال غير اللفظي لديهم،وتكونت العينة من (30) طالب من طلاب السنة التحضيرية، وتمثلت أدوات الدراسة في بطاقة ملاحظة،وأشارت النتائج إلى أن أعلي مهارات الإعداد والتحضير توافرا لدي الطلاب السنة التحضيرية مهارة الإلمام الجيد بالموضوع بمتوسط 2.7 وبدرجة عالية تليها مهارة فتح الموضوع بمقدمة مثيرة أو قصة أو أرقام إحصائية بمتوسط 2.6 وبدرجة عالية، وفى المرتبة الثالثة نجد حسن

الختام وذلك بمتوسط 2.5 وبدرجة عالية. بينما كانت أقل مهارات الإعداد والتحضير لدى طلاب السنة التحضيرية مهارة الالتزام بأهداف الموضوع المحدد بمتوسط 1.4 وبدرجة عالية أيضا.

5- دراسة(**خميس عبد الباقي علي، ماجدة حسام الدين سيد،2015): تنمية مهارات السرد القصصي وإلقاء الأناشيد لدى طالبات رياض الأطفال بكلية التربية بالزلفي**([7])،هدفت الدراسة إلى تنمية مهارات السرد القصصي وإلقاء الأناشيد لدى طالبات رياض الأطفال بكلية التربية بالزلفي من خلال برنامج مقترح قائم على تمثيل الأدوار والحكي، وتم تطبيق البرنامج على عينة مكونة من (36) طالبة، ومن خلال تطبيق بطاقة ملاحظة قبل تطبيق البرنامج وبعده، وأظهرت نتائج الدراسة تنمية المهارات المطلوبة بواسطة استخدام البرنامج التدريبي الذي تضمن خمس دروس، وقدمت الدراسة العديد من التوصيات، منها ضرورة العناية بتنمية المهارات اللغوية لدي طالبات رياض الأطفال وبخاصة مهارة إلقاء الإناشيد من خلال الاستفادة من البرنامج المقترح بالدراسة.

6- دراسة **(إيمان محمد مبروك، 2015):أثر برنامج مقترح قائم علي المدخل الكلي للغة العربية لتنمية مهارات الأداء اللغوي الشفوي لدى طلاب المرحلة الإعدادية** ([8])،أكدت الدراسة علي أهمية تنمية مهارات الأداء اللغوي من خلال إستخدام المنهج التجريبي عن طريق برنامج مقترح، وتوصلت نتائج الدراسة إلي فاعلية البرنامج في تنمية مهارات الأداء اللغوي، كماتفوقت المجموعة التجريبية في القياس البعدي لبطاقة الملاحظة والاختبار التحصيلي.

7- دراسة **(غازي بن الحميدي بن عيسى،2014): أهمية الإذاعة المدرسية في تنمية مهارات الاتصال اللغوي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بمدينة الرياض** ([9])،هدفت الدراسة إلي التعرف على أهمية الإذاعة المدرسية في تنمية مهارات الاتصال اللغوي لدى طلاب المرحلة المتوسطة من وجهة نظر مديري مدارس المرحلة؛ ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانة، وطبقها على عينة الدراسة البالغ عددها (78) مديراً، وأظهرت نتائج هذه الدراسة: أهمية الإذاعة المدرسية في تنمية مهارات الاتصال اللغوي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بشكل

عام موافق، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام (3.98) من أصل 5).، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (00.01) بالنسبة لمتغير الدراسة) المؤهل العلمي(لصالح أفراد الدراسة الحاصلين على مؤهلات عليا (ماجستير/دكتوراه)

8- **دراسة(أمينة تجاني، 2015): الحجاج في رسائل الشّيخ أحمد التّيجاني ، دراسة في وسائل الإقناع**([10])،هدفت الدراسة إلى الكشف عن القدرة الإقناعية للشيخ والتي أهَّلته للتأثير في الآخرين، استخدم الباحث المنهج التاريخي، والمنهج الوصفي، والمنهج التداولي، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الحجاج لا يعني التخاصم فقط بقدر ما هو يعني التواصل بجميع اشكاله ذلك لأن المحتج يسعى لاقناع الآخر برأيه أو قضيته او فكرته، فالحجاج من منظور منطقي يسعى لإقناع العقل بالفكرة، ومن منظور لساني يسعى للإقناع باللغة ومن منظور بلاغي يسعى للإقناع بالتأثير على النفس والعواطف وكلها تتضافر لتحقيق الإقناع ، تعدّدت وسائل الحجاج التي توظف بغية تحقيق الإقناع ما بين وسائل نفسية اجتماعية ووسائل لغوية ووسائل بلاغية ووسائل منطقية.

9- **دراسة (علي سامي علي، 2012): درجة ممارسة معلمي اللغة العربية لمهارات الإلقاء في مواقف تعليم القراءة الجهرية لطلبة المرحلة الأساسية في الأردن**([11])،هدفت الدراسة إلى تحديد درجة ممارسة معلمي اللغة العربية في المرحلة الأساسية لمهارات الإلقاء ببعديها الصوتي والحركي التعبيري في مواقف تعليم القراءة الجهرية، وتكوِن مجتمع الدراسة من معلمي اللغة العربية للمرحلة الأساسية في مديرية التربية والتعليم لمنطقة إربد الأولى، والبالغ عددهم (396) معلما ومعلمه، ولتحقيق أهداف الدراسة أعد الباحثان استبانه ذات مقياس متدرج ذي خمسة مستويات (كبيرة جدا، كبيرة، متوسطة، قليلة، قليلة جدا)، وتوصلت الدراسة إلى: أن معلمي اللغة العربية يمارسون مهارات الإلقاء المتعلقة بالمجال الحركي/ التعبيري أكثر من ممارستهم مهارات الإلقاء المتعلقة بالبعد الصوتي، وعدم وجود فروق بين متوسطات تقديرات معلمي اللغة العربية حول ممارستهم لمهارات الإلقاء في الجانب الصوتي، والحركي التعبيري.

10- **دراسة(بن بريك حراف،2011):فن الإلقاء في ضوء عملية التواصل**([12])،هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إمكانية تحسين وتطوير مهارات الإلقاء بشقيه السمعي (الكلام أو الوت أو النطق) والمرئي (الرموز والحركات وتقسيمات الوجه) ومعرفة الأسس والقواعد والأصول التي يجب اتقانها لتحقيق التواصل الراقي الذي تقوم صناعة بعض الناس في الحياة عليه كالمذيع والخطيب والسياسي والممثل والمدرس وغيرهم، الذين يحتاجون إلى أعلى مراتب الصحة في النطق وأبهى مظاهر الجمال في الكلام فهم بحاجة إلى الإلمام والإحاطة بأسس وأصول فن الإلقاء واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التاريخي التحليلي، لمجموعة خطب جمعة منبرية مسجلة عن التلفزيون الجزائري، على المسويات التالية، المعجمي الدلالي، والنحوي التركيبي، والبلاغي الأسلوبي، والإلقاء (صوتًا وصورةً).

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: ضرورة أن تتوافر لدى المُلقي جميع شروط الصحة والنطق، مع تمتعه بمستوى ثقافي معين وحالة نفسية ملائمة، أن يضبط ما سيلقيه من جميع الجوانب المعجمية والنحوية والبلاغية، الإتقان في عملية الإلقاء، حتى يتحقق التوافق بين الرسالة والصوت والحركة المصاحبه له، وأن يعرف مستوى المُتلقي وكل ما يتعلق به، حتى تكون الرسالة ملائمة لعقليته وهدف استماعه له.

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة اكسياولين (2011) بعنوان: دراسة تأثيرات الإلقاء على المهارات اللغوية في اللغة الإنجليزية لدى طلبة الجامعة الصينين([13]).

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على العلاقة بين الإلقاء وفعالية تعلم اللغة الإنجليزية لدى طلبة الجامعة الصينيين، وقام الباحث بمجموعة من الاختبارات على الطلاب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أهمية الإلقاء الفقرات انجليزية تعلمها الطلاب في تحسين المهارات الشفوية والإلقائية في اللغة الإنجليزية.

2-دراسة Xioaoxia(2010) بعنوان: تأثير البرامج الحوارية اليومية على إدراك الجمهور للقضايا السياسية([14]).

هدفت الدراسة إلى اكتشاف مدى تأثير البرامج الحوارية اليومية(برنامج جون ستيورات) على إدراك الجمهور للقضايا السياسية، واعتمد الباحث على أسلوب المسح بالعينة، من خلال مسح عينة من الجمهور العام، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى: كلما زاد الاهتمام السياسي لدى المبحوثين قل الاتجاه الايجابي نحو القضايا السياسية التي يعالجها البرنامج عينة الدراسة، تؤثر المتغيرات الديموجرافية على إدراك الجمهور العام للقضايا السياسية التي يعالجها البرنامج عينة الدراسة، تعتمد البرامج الحوارية السياسية على الأساليب الاقناعية العاطفية بنسبة أعلى من الأساليب الإقناعية المنطقية للتأثير على الجمهور تجاه القضايا.

- **دراسة القس برلين تشارلز(1993) بعنوان: اعتماد الطلاب الجامعيين على الوسائل الإخبارية([15])**، أستخدمت الدراسة منهج الشبه التجريبي حيث تألفت عينة الدراسة من 337 طالبًا من ثلاثة فصول كاملة حيث يعرض على كل فصل لمدة عشر دقائق الصفحات الأولى من الصحف للاستبيان عليهم في الحال،وقد تضمن الاستبيان أسئلة مرتبطة بالمعلومات التي وردت في الأخبار، بالإضافة إلى تعرضهم للأخبار مع الوالدين والأصدقاء، وبالإضافة إلى النوع، وأشارت نتج الدراسة إلى أن الصحف كانتأعلى المصادر الإخبارية في إمداد الطلاب بالمعلومات، ثم الراديو، ثم التلفزيون.
- **التعليق على الدراسات السابقة:**

بالنسبة للمنهج: أجمعت الدراسات السابقة على استخدام المنهج الوصفي عن طريق استخدام أداة الاستبيان، وفي بعض الدراسات استخدمت المنهج التاريخي، واتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبيان كجزء من المنهج الوصفي للتحقق من نتائج الدراسة الحالية ومن هذه الدراسات دراسة(**دراسة Xioaoxia**، علي سامي علي، 2012).

بالنسبة لعينة الدراسة: اختلفت الدراسات السابقة فيما بينها من حيث العينة حيث أعتمدت بعضا منها على عينة من الشباب الجامعي، واعتمد البعض الآخر على عينة من النخبة المصرية السياسية والإعلامية والاكاديمية، وكذلك طلاب المراحل الاساسية والمعلمين، مثل دراسات **(بن بريك حراف،2011 ، أمينة تجاني، 2015)** واتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة في تحديد عينة الدراسة حيث طبقت الدراسة الحالية على عينة من الشباب الجامعي، وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من خلال استعراض الباحثة لمجموعة الدراسات السابقة أن معظم الدراسات أهتمت بفن الإلقاء ولكن ليس في المجال الإعلامي ولكن أهتمت به علي مستوى الطلاب والمعلمين ويدل ذلك على أهمية تنمية مهارات الإلقاء لدى جميع الفئات كما يدل علي أهمية الإلقاء في حياتنا اليومية، ومن ثم فهو أكثر أهمية بالنسبة للقائم بالإتصال الذي يخاطب جمهورًا عريضًا متعدد الثقافات والمستويات التعليمية والفكرية والاقتصادية وكل ذلك من العوامل تخلق مايسمي بالفروق الفردية في درجة الاتجاه، كذلك اجتمعت معظم الدراسات السابقة علي تحليل مهارات الإلقاء في النصوص وإلقاء الشعر مثل دراسة**(إيمان عبد الفتاح،2018، خميس عبد الباقي علي، 2015).**

أستفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الآتي :

- تحديد مشكلة الدراسة الحالية تحديدًا علميًا صحيحًا.
- صياغة فروض وأدوات الدراسة الحالية وتحديد الأدوات والمنهج الملائم للتحقق من نتائج الدراسة الحالية.
- ساهمت الدراسات السابقة في إثراء الإطار المعرفي للدراسة الحالية من خلال الاعتماد عليها كمصادر للدراسة الحالية.
- الاستفادة منها في تحليل النتائج وتفسيرها والتعليق عليها بإسلوب علمي صحيح.

مشكلة الدراسة:

يلعب فن الإلقاء واتباع اساليبه وضوابطه دوراً هامًا في القدرة على التأثير على الناس وإقناعهم باتجاه معين في شتى الأمور بل وتكوين وترسيخ صورة ذهنية ما

في عقولهم حول مختلف القضايا والموضوعات، إلى جانب الدور البارز الذي يلعبه في حشد الجموع وإثارة حماسهم ودوافعهم على تحقيق المراد من الإلقاء أو الخطبة.
فكم من خطباء على مر العصور أستطاعوا أن يعالجوا مشكلات المجتمع في محافل عامة، كمشكلات الفقر والجهل والمرض والبطالة، والإنحلال الخلقي وغيرها واستطاعوا من خلال فن الإلقاء أن يبلغوا رسائلهم.
وبحكم عمل الباحثة في المجال الإعلامي وفي مجال الإلقاء بالتحديد وجدت الباحثة أن الملقي إذا تمكن من مقومات إلقائه يمكنه أن يؤثر على عقول الجمهور وبدون تفكير لمجرد أنه أمتلك مقومات الإلقاء لاحظت الباحثة في الفترة الأخيرة وخاصة في القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية تركيز كبير على الملقي والرسالة لكي يستطيع حشد الجمهور للخضوع لاتجاهات معينة، وارتبط الإقبال والحشد بالقائم بالاتصال وقدرته علي إقناع الجمهور بمختلف مستوياته وهذا مادفع الباحثة إلى دراسة هذه المشكلة فقد ينقاد الجمهور وراء أشخاص لا يملكون مصداقية ولكنهم يمتلكون فن الإلقاء ومقوماته وأساليب الإقناع وينساقون وراءهم بغض النظر عن مصداقيتهم مما أشعر الباحثة بخطورة هذه القضايا لدراسة هل بالفعل أساليب الإقناع المستخدمة في الإلقاء هي الدافع وراء تكوين اتجاهات الجمهور وإقتناعهم ببعض القضايا أم الملقي وفن الإلقاء فقط هما المسؤلان عن ذلك؟ وبذلك يمكن صياغة المشكلة في الجملة التقريرية التالية: "استخدام القائم بالاتصال لمهارات فن الإلقاء وعلاقته باتجاهات الشباب الجامعي نحو بعض القضايا السياسية".

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية من جانبين: نظري وعملي، وذلك على النحو الآتي:

الأهمية النظرية:

1-ما توفره هذه الدراسة من أدب تربوي ودارسات سابقة حول متغيرات الدراسة (استخدام القائم بالاتصال لمهارات فن الإلقاء وعلاقته بإقناع الشباب الجامعي ببعض القضايا) وبالتالي تمهد الطريق أمام الباحثين والمهتميين بهذا المجال لإجراء المزيد من الدراسات المرتبطة في هذا المجال على البيئة العربية بشكل عام، والمصرية بشكل خاص.

2- محاولة تكوين قاعدة معلومات تكون الأساس في تشكيل القاعدة المعرفية لعلاقة استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء وقدرته على إقناع الجمهور أو الشباب الجامعي بشكل خاص بقضايا معينة دون غيرها ؛ الأمر الذي سيسهم في تخطيط البرامج الهادفة إلى زيادة الوعي بأهمية فن الإلقاء ودوره في الإقناع والتوجيه لدى النخب الإعلامية في مصر، وبالتالي إمكانية الاستفادة من هذه البيانات المجمّعة في البحوث النظرية والتطبيقية ذات الصلة بموضوع استخدام القائم بالاتصال لمهارات فن الإلقاء وعلاقته بإقناع الشباب الجامعي ببعض القضايا.

3- تكمن الأهمية كذلك بحداثة الدراسة الحالية، وفي حدود علم الباحثة لم تتوافر دراسة تناولت الكشف عن العلاقة بين استخدام القائم بالاتصال لمهارات فن الإلقاء وإقناع الشباب الجامعي ببعض القضايا

الأهمية العملية

1-حاجة البيئة المصرية لهذا النوع من الدراسات والنابع من أهمية عينة الدراسة (طلاب الجامعة) الذين يعدون من أكثر الفئات تأثرا بوسائل الإعلام إضافة إلى أهمية الكشف عن الخصائص والقدرات غير المعرفية لهذه الدراسة.

منهج الدراسة وأدواتها:

أعتمدت الدراسة علي المنهج الوصفي ؛ لأنه الأنسب لهذه الدراسة حيث يُمكن الاستفادة بأكثر من طريقة في المنهج الوصفي، وفقًا لما يقتضيه البحث العلمي، وسعيًا لتغطية كل الجوانب التي تهدف الدراسة إلي تحقيقها، لذا استخدمت الدراسة الحالية منهج المسح الإعلامي بشقيه الميداني والتحليلي، حيث يُعد الأنسب لجمع المعلومات، حيث قامت الباحثة بعمل مسح لعينة من الشباب الجامعي، ومسح لعينة من البرامج التي تُقدمها القنوات الفضائية ويشاهدها الشباب عينة الدراسة.

أهداف الدراسة:

1- التعرف علي معدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء في خطاباته المختلفة مثل مهارات(مهارات الجسد، مهارات الصوت).

2- رصد الفروق داخل بعض المتغيرات الأساسية (الجنس –محل الإقامة– الجامعة– الفرقة الدراسية) في تشكيل معدل الإقناع ببعض القضايا لدى الشباب الجامعي ، أيضاً القائم بالاتصال ونوعية وطبيعة البرامج.

فروض الدراسة

–توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل إستخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ودرجة اتجاه الجمهور ببعض القضايا.

–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في درجة اتجهاتهم ببعض القضايا وفقًا للمتغيرات الديموغرافية(الجنس– محل الإقامة– الجامعة)

–توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل إستخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ونوعية القضايا المثارة بالبرامج عينة الدراسة.

– توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوعية أساليب الإقناع المستخدمة لعرض القضية ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا.

مصطلحات الدراسة:

فن الإلقاء:

يعرف إجرائيًا: هو الأسلوب الذي يتبعه القائم بالعملية الاتصالية لإقناع الجمهور بشئ ما واستمالته إليه مستخدمًا خلال ذلك ما يتمتع به من أساسيات ومهارات الإلقاء بشكل وصورة توضح دقة ألفاظه وقوة معانيه.

الاتجاهات: تعرف إجرائياً: المواقف التي يتخذها الأشخاص حيال الموضوعات المختلفة والمثارة في المجتمعات أو الأمور الشخصية سواءًا كان هذا الاتجاه بالسلب أو

بالإيجاب نتيجة المكون المعرفي لديهم أو السلوك الانفعالي عندهم وقد تنشأ الاتجاهات بعد مراحل التنشئة الاجتماعية والظروف الخاصة التي يمر بها الانسان وكذلك بعد خبراته السابقة وطبيعة المجتمع والبيئة الذي نشأ فيها.

مهارات الإلقاء : تعرف إجرائيًا بأنها تلك السلوكيات والضوابط التي تجذب الجمهور وتقوي الرسالة وتوضح معانيها ومن ثم إرساء المعاني وترسيخ مكونات الرسالة الإعلامية.

الإطار المعرفي للدراسة:

تمهيد:

يعتبر الإلقاء فن قديم، قدم البشرية فمن خلاله تواصلت البشرية مع بعضها البعض وتناقلت فترات عصورهم، وعرف أجيال الحاضر أسرار وحضارة أجداد الماضي، من خلال طرق ووسائل الإلقاء المتعددة، ومظاهره المتنوعة والمختلفة، فلم يقتصر الإلقاء على شكل و صورة بعينها، ولكنه أخذ في التطور بتطور العصر، مستخدمًا أساليب وتقنيات الحياة المُعاصرة ، بجانب اعتماده الأساسي على العنصر البشري المسئول عن عملية الإلقاء وتحقيق الغاية منه، فلم تغن الوسائل الحديثة والمبتكرة عن وجوده ولكنها معينات ووسائل مساعدة لإيصال ما يُريد المُلقي إيصاله.

<u>الإلقاء عند العرب:</u>

وعرف فن الإلقاء عند العرب المسلمين أيضًا في محاولة تلاوة القرآن الكريم وسموه التجويد بما هو جيد عند النطق، ولك عن طريق إعطاء كل حرف حقه من صفات الجهر والهمس والانفجار والاحتكاك والترقيق والتفخيم والمد والقصر ..إلخ، رُغم أنهم كانوا لا يحيطون بقواعد فن الإلقاء ولكن طبيعتهم وفطرتهم العربية التي أقتضت ذلك، ولم يمض زمن طويل حتى ألتفوا إلى هذه الظاهرة الصوتية العظيمة التي ترفع الكلمات إلى شتى وجوه المعاني والدلالات، وخوفًا من أن يقتحم اللحن والخطأ في نطق القرآن الكريم دفع الأمة العربية أن تكون أول من فكر في وضع قواعد للنطق ودراسة مخرج الحروف، إذ لم يسبقها إلى ذلك أمة من الأمم(عادل فهمي ، 2014، ص: 111)([16])

ولما كان فن الإلقاء أو الخطابة موهبة عظيمة ونعمة كبيرة أفرد لها العلماء فصولًا وأبوابًا وجعلوها فنًا خاصًا له معاييره وخصائصه وأبتدعوا له مهارات عديدة وأساليب فريدة، ولئن سبقنا الغرب إلى وضع نظم وأصول هذا الفن فقد فاق العرب الأقدمون أمم الدنيا في حسن الخطابة وروعة الأداء، فالأمثلة لدى العرب والمسلمين أكثر من أن تُحصى، وأروع من أن تُوصف فقد اتقنوا حسن أدائها والتعامل معها، ثم جاء من بعدهم فقعدوا لها القواعد، ووضعوا الأصول والضوابط(طارق السويدان،2004،14[17]).

مهارات الإلقاء:

يعد الإلقاء كأي علم أو فن له أسسه وركائزه التي يعتمد عليها وتعطيه قوة وبيان ويستطيع المُلقي من خلالها التأثير في الجمهور وإقناعهم بموضوعاته المختلفة وإبراز أهمية موضوع دون غيره من الموضوعات، فهو لا يخلو من ضرورة وجود تقنياته التي تزيد من تأثيره ومن أهم هذه التقنيات:

1- **الصوت:** إذا كان الإلقاء هو تقديم المعلومة للمتلقي عن طريق المشافهة، فإن المادة الأساسية التي يقوم عليها هي "الصوت"، فهو الوسيلة الأروع لإيصال ما نريد أن أقوله، فمن المعروف أن الأدوات الأساسية التي يستخدمها الصحفي بالإذاعة أو التلفزة أو الممثل أو المغني ليوصل مادته الإعلامية أو الفنية أو الفكرية للمستمع أو المشاهد هي أعضاء الجسم والوجه أولًا، والصوت والكلمة ثانيًا، فالجسم والوجه من خلال الملامح التي يرسمها يعبران عن الأفعال وردودها، وبالصوت ينقل كلمات المؤلف، ويُعبر عن مشاعر الشخصية ويصف الأحداث بشكل مؤثر ومُعبر، وتبعًا لذلك يمر الصحفي والممثل والمحاضر والمغني والخطيب بمواقف مختلفة ويصور صورًا واحداثًا متنوعة، تتنوع تبعًا لها مشاعره، وبالتالي يتنوع صوته وأداءه. فلابد إذاً أن يكون الصوت مرنًا، مطواعًا يستجيب لكل تلك التغيرات، ومن ثم فمن الضروري أن يكون الكلام واضحًا ومتنوع الطبقات متغير النبر ليتناسب مع كل تلك التحولات، وعن طريق التمارين والممارسات اليومية يتوسع المدى الصوتي، وتزداد قابلية الفرد على دفع الصوت، وتزداد صفاته الرنانة(مليكة بلقاسمي،2013، 177[18])

إن النطق الحسن هو الدعامة الأولى للإلقاء الجيد، فلا شيء يذهب بالمعنى الجيد أكثر من النطق الرديء، والصوت هو المُعبر عن مقاصد الخطيب وأغراضه، ولعل كوينتيليان عندما ذكر أنه بالصوت تدرك هوية الفرد كم تعرف العملة من وقع رنينها كان يؤكد بذلك على ما للصوت من دور هام في إظهار طبيعة وأصالة صاحبه بل والبلد التي ينتمي إليها، وعلى المُلقي أن يراعي من جهة الصوت حسن الأداء والاعتدال طبقًا للحضور والمكان، وأن يُعطي كل حرف حقه في لنطق ويخرجه من مخارجه الطبيعية، كما يجب عليه الاهتمام بعلامات الترقيم وبالوقفات بين الجمل(صالح وفكرية مصطفى،1995،106)[xix].

لقد جاءت الدراسات وأبحاث العلماء لتؤكد أن الصوت البشري هو دليل على عبقرية الإنسان وبعضهم قال أنه خير وسيلة لفهم الآخرين، وأنه هوية صاحبه(أسعد جواد يوسف،د.ت)[xx].

مواصفات وسمات المذيع والمتحدث الناجح:

تعتمد أساس العملية الاتصالية في الإذاعة المسموعة على المذيع باعتباره عصب العملية الاتصالية بها، وذلك لأنه يلعب دورًا هامًا في إضفاء الحيوية والمتعة على ما يلقيه بصوته الذي من خلاله يجذب المسمعين إليه، ويجعلهم أكثر تفاعلًا مع المذيع وكأنهم يشاهدون الحدث وينفعلون معه، وإن كان الصوت هو المُعبر عن الصورة والحدث الذي يحاول المذيع جاهدًا أن يجذب به المستمع إلى ما يقوله بل ويجعله أكثر تخيلًا لما يُلقى، فإن المتحدث بشكل عام سواءً عبر التلفزيون أو في موضع من مواضع الإلقاء لابد وأن يكون متمتعًا بعدة معايير وشروط تكسبه تميزًا في أداء، وطريقة إلقائه، ويذكر محمد عبد الحليم سرور، ومحمود إمام في كتابهما الإلقاء مداخل نظرية ونصوص تحليلية شروط ومعايير ينبغي توافرها في من يتصدر للإلقاء أمام الميكروفون الإذاعي ومنها:

1- أن يراعي المتحدث في أسلوبه المستوى الثقافي واللغوي لجمهوره بعيدًا عن السطحية أو التعقيد، ويكون مُلمًا بالموضوع الذي يتحدث فيه.
2- لابد أن يكون الصوت رخيمًا وذا رنين جذاب ويمكن التحكم في شدته إذا كان قويًا أو مرتفعًا بالبعد عن الميكرفون للوصول إلى أجود صوت

3- وضوح الألفاظ وإعطاء كل حرف حقه الزمني واللفظي أي خروجه من مخرجه الصحيح، وتنويع الكلام من حيث تنوع طبقات الصوت وسرعته والتركيز على الكلمات والجمل المهمة.

4- لابد للملقي في الإذاعة المسموعة أن يجسد الكلمة فكأن المستمع يراها بعيني رأسه،مثيرًا بصوته خيال المستمع ووجدانه.

5- ضرورة الإلمام بقواعد اللغة العربية وأصولها(محمد عبد الحليم سرور، محمود إمام،ص180-181)[xxi]

وقسم الدكتور محمد منير حجاب السمات الشخصية للمتحدث الناجح(محمد منير حجاب،1999،96-98)[xxii] والتي تتمثل في:

1- الموضوعية: وتعني قدرة المتحدث على السلوك والتصرف، وإصدار أحكام غير مُتحيزة لعنصر أو رأي أو سياسة، أي العدالة في الحكم على الأشياء، والوقوف إلى جانب الحق ولو به ضرر، كما أنها تعني التحدث بلسان مصالح المستمعين، وليس بلسان المصالح الخاصة، ولهذا يُنصح المتحدث بضرورة ممارسة التقمص العاطفي، بأن يضع المتحدث نفسه مكان مستمعيه، ويفكر من وجهة نظرهم، حتى يمكنه أن يتعرف على اهتماماتهم ومصالحهم.

2- الصدق: إن المتحدث يعكس حقيقة مشاعره وأفكاره وآرائه، أي أن الحديث يمثل حقيقة إنعكاس لدواخله ومطابقة الأقوال للأفعال، فالصدق يساعد على التلقائية في الحديث بطريقة طبيعية لا غموض فيها.

3- الوضوح: تعني بساطة اللغة المستخدمة مع تنظيم وتسلسل المادة،واستخدام الكلمات غير المعقدة، وتجنب استخدام المفاهيم العلمية إلا عند الضرورة، ولضمان الفهم الجيد من قبل المستمعين، على المُلقي تجنب استخدام الجمل الطويلة الممتدة،التي تُسبب الحيرة للمستمع.

4- الدقة: تُشير إلى أن الكلمات المستخدمة تعبر عن المعنى المقصود ويساعد على الدقة وفرة الرصيد اللغوي الذي يُمكن المُتحدث من الاختيار الدقيق للكلمات التي لا تقبل التأويل، ومن ناحية آخرى لابدمن تجنب الأخطاء في المعلومات(محمدمنير حجاب،1999،98)[xxiii].

أهمية الاتجاهات:

الاتجاهات تكون جزءًا هامًا في حياتنا، كما أنها تلعب دوراً كبيرا في توجيه السلوك الاجتماعي للفرد في كثير من مواقف الحياة الاجتماعية، إذ أن سلوك الفرد يتحدد بفعل تفاعل عوامل أسياسية،هي العوامل السيكولوجية، والعوامل الاجتماعية ،والثقافية، وبمعنى آخر فان سلوك الفرد يتأثر بخصائصه وصفاته الشخصية إلى جانب تأثير البيئات الاجتماعية والثقافية(محمد رشك كاظم،77،2009-94)[xxiv].

كما أن الاتجاه يُحدد شعور الفرد وسلوكه إزاء موضوعات معينة من حيث تفضيلها أو عدم تفضيلها، فإذا هو يحبها ويميل إليها إن كان اتجاهه نحوها إيجابيًا، أو يكرهها وينفر منها إن كان اتجاهها نحوها سلبيًا (فرج عبد القادر طه، 2000، 134)[xxv].

وتحتل دراسة الاتجاهات مكانًا بارزًا في الكثير من الدراسات النفسية، والاتصالية، والاجتماعية؛ لأهميتها، حيث أن جوهر العمل في هذه المجالات يتمثل في دعم الاتجاهات الميسرة لتحقيق أهداف

العمل فيها، وإن تراكم الاتجاهات في ذهن المرء، وزيادة الاعتماد عليه تحد من حريته في التصرف، وتصبح انماطًا سلوكية روتينية متكررة وتسهل التنبؤ بها، ومن ناحية آخرى فهي تجعل الانتظام في السلوك، والاستقرار في أساليب التصرف أمرًا ممكنًا، ومميزًا للحياة الاجتماعية، كما تكمن أهمية الاتجاهات في المساعدة على فهم العالم المحيط بنا فهي تمثل عوامل مؤثرة في مشاعر الفرد الوجدانية واستعداداته حيث يقوم بتوجيه سلوكه على نحو معين في البيئة التي يعيش فيها(صايم الحج جعفر الصايم، 2017، ص50)[xxvi].

ولكل شخص الكثير من الاتجاهات ولكنها لا تعمل باستمرار، ولا تكون باستمرار في مستوى الشعور، على أن يأتي ما يستثيرها وقد يأتي المثير من الداخل، وقد يأتي من الخارج، ويكون النظر إلى الاتجاه في الحالتين على أنه تهيؤ أو نزوع لتحريك السلوك باتجاه معين، فإذا وجد المؤثر مثل ظهور فكرة تتصل بالكتل السياسية لدى شخص يناقش الموضوع بينه وبين نفسه أو يناقشه مع آخر فإن هذا المؤثر يستثير الدافع

للاستجابة ويستثير الدافع بدوره ذلك التهيؤ، ومن هنا يقال إن الاتجاه تهيؤ لسلوك يدعو إليه دافع ما أو أكثر، والمؤثر هو الذي يحرض الدافع(راندا عاشور، د.ت 47)[xxvii].

وتؤثر الاتجاهات في تحديد سلوكنا من خلال تأثيرها في أحكامنا الإيجابية أو السلبية، وإدراكنا للآخرين بل وإدراكنا لأنفسنا، كما تساعد على تحديد الجماعات التي نرتبط بها، والأحزاب والأندية التي نفضلها، أو مختلف الجماعات التي يحويها البناء الاجتماعي، لذا فالاتجاهات تُمثل حلقة الوصل بين المعتقدات والسلوك، إذ لا يمكن إغفال الاتجاهات كمؤثر عال في سلوكيات الفرد، فهي تعمل على تحديد سلوكه، وأقواله، وأفعاله، وكذا تفاعله مع الآخرين، وتيسرله القدرة على أداء السلوك واتخاذ القرارات في المواقف المتعددة، في شيء من الاتساق والتوحد الذي يعمل على بلورة وتوضيح صورة العلاقة بين الفرد وبين عالمه الاجتماعي، كما أنها توجه استجابات الفرد للأشخاص، والأشياء، والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة، وتحمله على أن يحس ويدرك بطريقة محددة إزاء موضوعات البيئة الخارجية، وأن اتجاهاته المُعلنة تعبر عن مدى مسايرته لما يسود مجتمعة من معايير وقيم ومعتقدات(لمياء الديوان، 2011)[xxviii].

ويقوم الإعلام بشقيه التقليدي والجديد بدور كبير وفعال باعتباره وسيلة مؤثرة في تكوين وتحريك القوة الكامنة أي " الرأي العام" والتي بمجرد استفزازها وتحريكها يمكن أن تغير الكثير عل أرض الواقع، نتيجة للرسالة التي تبثها وسائل الإعلام بالشكل الذي يسهم في تغيير وتشكيل الاتجاهات من خلال تكوين فكرة أو حكم على موضوع أو شخص ما، أو مجموعة من المعتقدات القابلة للنقاش والتي قد تكون صحيحة أو خاطئة حيال مختلف الموضوعات والقضايا(رائد نعيرات)[xxix].

فالإعلام هو المسئول عن صياغة ونشر بل وتوزيع الأفكار والمعلومات والأخبار والأداء، فهو يعد من أهم الوسائل الفاعلة في أي مجتمع لتغيير القيم والاتجاهات، ولتعزيز أي سلوك إيجابي وتكريسه وتهميش أي سلوك سلبي في نفس المجتمع، وبالتالي على وسائل الإعلام التي تهتم بالمجتمع وشرائحه المتباينة الصفات والأوضاع

والأهداف والأفكار والقيم والاتجاهات بصياغة رسائل إعلامية مناسبة لكل شريحة مستهدفة (خالد القمص، 2007،32)[xxx].

إذا ترى الباحثة أن وسائل الإعلام باتت تمثل قوة لا يُستهان بها في صنع القرارات، فالتأثير المتزايد وكذلك تأثير عوامل التكنولوجيا الحديثة في الإعلام المرئي، وكذا في وسائله الحديثة المتعددة وخاصة في الإعلام الجديد" أو الإعلام البديل" بمواقع التواصل الاجتماعي كـ الفيسبوك، وتويتر، والانستغرام واليوتيوب، المدونات، وغيرها من المواقع الاجتماعية الإلكترونية النشطة، والتي تشكل ثقلا في العالم الافتراضي، وأصبحت متاحة لجميع شرائح المجتمع طالما أجادوا أدواته، فالقدرة التي تمتلكها وسائل الإعلام في تشكيل الواقع السياسي والاجتماعي وصياغة المجتمع بالصيغة التي تريدها جعلتنا نجزم أن إمكانيته على تشكيل معارف واهتمامات الرأي العام أمرًا سهلًا للغاية في ظل فهم وإدراك القائمين عليه لطبيعة المستقبلين بمختلف طبقاتهم ومستويات فكرهم وثقافتهم ومن ثَم توجيه الرسالة إليهم بالشكل والطريقة التي تتماشى مع معتقداتهم وثقافة مجتمعهم من أجل إحداث التأثير المطلوب، سواءً في الإعلام التقليدي القائم على وجود نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، أو في الإعلام البديل الذي لم يعد فيه تلك النخبة المتحكمة، ونتيجة لكل ذلك وبفعل عوامل التأثير المتعددة يمكن التنبؤ بسلوك من الأفرد يكون ناتجًا عن اتجاهاتهم التي شُكلت من خلال وسائل الإعلام المختلفة.

وتعتبر الاتجاهات من أهم مكونات الخبرة التي تُحدد مدى قدرة الفرد على حل المشكلات ومواجهتها بشكل إيجابي، فهي الموجهة لسلوك الإنسان، ويمكن وصفها بأنها وسيلة للتنبؤ بالسلوك، وبما أن موضوع الاتجاهات يعد من المواضيع الهامة في مجال علم النفس الاجتماعي والذي هو فرع من فروع علم النفس يهتم بالسلوك الاجتماعي للفرد والجماعة في إطار مواقفهم الاجتماعية والثقافية، وفهم وتفسير أفكار الآخرين ومشاعرهم وسلوكهم، وما ينتج عنه من مساعدة الأفراد بل والجماعات على التعبير عن ثقافتهم، والقدرة على تشكيل الرأي الإرادي للفرد في قضاياه ومفاهيمه.

العناصر المؤثرة في تغيير الاتجاه:

يتأثر تغيير الاتجاه بعدة عناصر أو عوامل، تعتمد بدرجة كبيرة على قدرة واستطاعة الشخص على إقناع الآخرين بأفكار ومعلومات معينة، وبناء مشاعرهم وتوجيه وتقوية ميولهم تجاه شي جديد، وتقوم هذه العناصر بدور كبير في التأثير في الآخرين وتشمل أولى هذه العناصر:

- **الإقناع:** وتعتمد القدرة على الإقناع على عنصرين أساسين هما قدرات الشخص القائم بالعملية الاتصالية أوالقائم بالإقناع، ومحتوى الرسالة ودرجة الإقناع فيها.

1- قدرة القائم على الاقناع: إن القائم بالإقناع هو الشخص الذي يقوم بالإقناع معتمدًا على مقومات متاحة أو غير متاحة فيه وهي:

- **الجاذبية:** إن جاذبية الشخص القائم بالإقناع لدى الاشخاص محل الإقناع، لها تأثير على نجاح عملية الإقناع، وتتحدد جاذبية القائم بالإتصال أو الإقناع بمدى حب الآخرين وراحتهم تجاهه (الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج بالمملكة العربية السعودية ، 1429، 52)[xxxi].
- **الثقة:** إن مصداقية القائم بالإقناع أو درجة الثقة فيه تعتمد إلى حد كبير على الخبرة، فالشخص ذو المهارات والخبرات المتخصصة في مجال معين هو أهل لثقة الآخرين به، وبالتالي تزيد قدرته في إقناع الآخرين ويسهل عليه تغيير اتجاهاته ناحية الأشياء المتخصص فيها.
- **الأسلوب:** إن تميز القائم بأن لديه أسلوب جيد في الإقناع يمكنه أن يحدث أبلغ الأثر في تغيير الاتجاهات النفسية، فالذي يمتلك الطلاقة اللغوية، والقدرة على استخدام اللغة، والأسلوب الجيد في المناورة يكون أكثر قدرة على الإقناع، وتغيير اتجاهات الآخرين، واستخدامه كذلك لمعدل السرعة في التحدث بحيث يكون أسرع من المتوسط يجعل الآخرين يميلون إلى الاقتناع به.
- **محتوى الاتصال والإقناع:** يتوقف اقتناع الشخص برسالة أو محتوى الاتصال بناءً على احتواء هذه الرسالة أو الفكرة على عناصرمعينة أهمها: أن تكون الفكرة أو الرسالة المطلوب تغيير الاتجاهات إليها سهلة في معناها، ومحددة

الملامح، ومنطقية، وذات بناء فكري متكامل، وذات علاقة واضحة، فالشخص الذي لا يستطيع أن يفهم فكرة معينة لا يمكن أن يقتنع بها، ولا يمكن أن يُكون اتجاهات محببة عنها، كذلك يجب أن يكون تغيير الاتجاه بحجم قليل إن أمكن فإذا كانت الفكرة أو الرسالة مختلفة تمامًا عن وجهات النظر الموجودة لدى الشخص المستهدف، فسيكون تغيير الرأي والاتجاهات صعبًا.

ومن خلال هذه العناصر ترى الباحثة، إن إمكانية القائم بالعملية الاتصالية في مجال الإعلام على استخدام أسلوب الإقناع بالشكل والطريقة التي تلائم نوعية المخاطبين، والمقدرة على تنوع أسلوب إلقائه بالأداء الذي يؤثر فيهم وفي مشاعرهم، يسهل عليه عملية تغيير الاتجاهات لديهم في أي موضوع من الموضوعات أو قضية من القضايا، خاصة وإن امتلك المعلومات والخلفيات الكافية عن الفكرة أوالموضوع الذي يرغب تغيير اتجاهاتهم نحوها، كذلك مراعاته لما يحمله الجمهور من اتجاهات سابقة قد تكون ترسخت لديهم مع مرور الأيام، فإن مقدرة وتفهم القائم بالعملية الاتصالية أو الإعلامي بطبيعة الجمهور وكيفية إحداث بلبلة أو تشويش على اتجاهاتهم السابقة، فذلك كله يُسهل عليه عملية تغيير الاتجاهات، كذلك ما يتمتع به المُلقي من جاذبية، ومصداقية حديثة، ولباقته في التحدث، وإلمامه بقواعد اللغة والتنوع في استخدامها وكل ما يندرج تحت أساليب الإلقاء فهي عوامل من شأنها إقناع الجمهور بشيء ما، وتغيير آرائهم واتجاهاتهم والتأثير فيهم على النحو الذي يُخطط له.

*) نتائج الدراسة الميدانية وتفسيراتها:

أولًا: النتائج العامة للدراسة

ثانيًا: نتائج الفروض

أولًا: توصيف العينة:

جدول (1)

توصيف عينة الدراسة

متغيرات عينة الدراسة		التكرار	النسبة %
النوع	ذكر	207	%51.8
	أنثي	193	%48.2
الإجمالي		400	%100
الجامعة	المنيا	200	%50
	القاهرة	200	%50
الإجمالي		400	%100
الكلية	النظرية	200	%50
	العملية	200	%50
الإجمالي		400	%100
الفرقة	الاولى	91	%22.8
	الثانية	123	%30.8
	الثالثة	52	%13
	الرابعة	103	%25.7
	الخامسة	28	%7
	السادسة	2	%0.5
	السابعة (الامتياز)	1	%0.2
الإجمالي		400	%100
محل الإقامة	ريف	154	%38.5
	حضر	246	%61.5
الإجمالي		400	%100

أُجريت الدراسة الميدانية على عينة عشوائية مُتعددة المراحل من طلاب جامعتي (المنيا، والقاهرة)، ويوضح الجدول التالي المراحل اختيار العينة الأساسية لتطبيق الاستمارة:

جدول (2)

مراحل اختيار عينة الدراسة

المرحلة	ن	الاستمارات المُستبعدة	عدد المُستبعدين
الأولى	450	غير المتعرضين للبرامج التليفزيونية محل الدراسة + غير مُكتملة البيانات	88
الثانية	60		27
الثالثة	13		8
الإجمالي	523	–	123
النهائية	400	–	–

يتضح من الجدول السابق أن:

اختيار عينة الدراسة مر بمراحل ثلاث للوصول إلى عينة قوامها (400) مبحوث ممًا يتعرضون للبرامج التليفزوينة محل الدراسة، موزعة على جامعتي المنيا، والقاهرة، بواقع (200) طالب لكُل منهما، وتم اسبعاد كل من الاستمارات غير مُكتملة البيانات وكان عددها (71) استمارة في المراحل الثلاثة، إضافةً إلى استمارات الطُلاب غير المُتابعين للبرامج التليفزيونية وعددها (52) في المراحل الثلاثة أيضًا. وتم رصد أسباب عدم المشاهدة لهؤلاء الطُلاب، وكانت استجابتهم على النحو الآتي:

- **أسباب عدم مشاهدة البرامج محل الدراسة:**

جدول (3)

أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للبرامج محل الدراسة (ن=52)

أسباب عدم المشاهدة	ك	%	الترتيب
لأنها لا تقدم جديد	33	%63.5	9
لاحتوائها علي بعض المعلومات المغلوطة	43	%82.7	2
لا أجد فيها ما يناسبني	47	%90.4	1
لا تقدم معلومات كافية	38	%73.1	6

أسباب عدم المشاهدة	ك	%	الترتيب
ليس لدى وقت للمشاهدة	37	%71.2	8
لأنها مصدر غير موثوق فيه	38	%73.1	6م
للتحيز الواضح فيها	43	%82.7	2م
لغياب الحرية في تبني القضايا	42	%80.8	4
لا أفضل أسلوب مقدميها	42	%80.8	4م

يتضح من الجدول السابق:

تنوعت أسباب عدم مشاهدة المبحوثين للبرامج محل الدراسة، حيث جاء سبب "لا أجد فيها ما يناسبني" في الترتيب الأول بنسبة (90.4%)، وفي الترتيب الثاني جاء كل من سببين "لاحتوائها علي بعض المعلومات المغلوطة" و"للتحيز الواضح فيها" بنسبة (82.7%) لكل منهُما، تلاهما سببين "لغياب الحرية في تبني القضايا"، و"لا أفضل أسلوب مقدميها" بنسبة (80.8%) لكل منهما، ثم جاء كا من سببي "لا تقدم معلومات كافية" و"لأنها مصدر غير موثوق فيه" بنسبة (73.1%) لكل منهما، وفي المرتبة الثامنة حاز سبب "ليس لدى وقت للمشاهدة" على نسبة (71.2%)، أما سبب " لأنها لا تقدم جديد "جاء في الترتيب الأخير بنسبة (63.5%).

من العرض السابق يتضح تنوع أسباب عدم مشاهدة عينة الدراسة للبرامج محل الدراسة، وقد يعود ذلك إلى خلو بعض من البرامج من ما يناسب الطلاب من احتياجات فمن المعروف أنه كلما كانت البرامج تلبي أحتياجات الجمهور كلما زاد الإقبال عليها وزادت معدلات التأثير في الجمهور لذا لا بد أن تبحث هذه البرامج باستمرار عن احتياجات الجمهور النفسية والثقافية حتي يتسني لها البقاء على الساحة الإعلامية والبقاء على خريطة البث من خلال القنوات ومواقع التواصل الاجتماعي.

يتبين مما سبق أن عينة الدراسة أصبحت عينة قوامها (400) مفردة ممن يتابعون البرامج التليفزيونية محل الدراسة، وتم ترقيم الاستبانات من (1 : 400) وترميزها وفق البرنامج الإحصائي SPSS، ومن خلال فحص البيانات يُمكن تقديم صورة عن

خصائص مُجتمع (عينة) الدراسة وفقًا للمُتغيرات الديُموجرافية، أيضًا التعرُف على نتائج الدراسة الميدانية وفقًا لاستجابات المبحوثين على الاستبانة.

- **درجة متابعة البرامج محل الدراسة:**

جدول (4) درجة متابعة البرامج محل الدراسة (ن=400)

م	البرامج	درجة المتابعة			المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة كا^2	درجة المتابعة	الترتيب
		كبيرة	متوسطة	ضعيفة					
1	الحياة اليوم	156	176	68	2.22	0.716	49.520	أحيانًا	1
2	المصري أفندي	48	186	166	1.70	0.670	83.420	أحيانًا	5
3	مساء dmc	92	231	77	2.04	0.650	1.0822	أحيانًا	2
4	الحكاية	94	185	121	1.93	0.731	32.765	أحيانًا	4
5	مصر النهاردة	116	180	104	2.03	0.742	25.040	أحيانًا	3
المتوسط العام = 1.98 / الانحراف المعياري العام = 0.701 / درجة المتابعة العامة للعبارات = متوسطة									

قيمة (كا^2) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول السابق أن:

- المتوسطات الحسابية لدرجة متابعة البرامج محل الدراسة امتدت ما بين (2.22 : 1.70)، كما بلغ المتوسط الحسابي العام لمجموع الأسباب (1.98)؛ مما يدُل على درجة متابعة (مُتوسطة) للبرامج.
- امتدت قيمة "كا^2" لأسباب الرضا ما بين (83.420 : 1.0822) عند درجة حُرية (2) ومُستوى دلالة (0.05)؛ مما يَدُل على وجود فروق دالة إحصائيًا بين آراء عينة الدراسة في درجة متابعة البرامج محل الدراسة في اتجاه (متوسطة)، بينما لا توجد فروق دالة إحصائيًا لبرنامج مساء dmc وفي اتجاه (متوسطة) أيضًا.
- درجة المتابعة لجميع البرامج كانت مُتوسطة، حيثُ جاء برنامج "**الحياة اليوم**" في المرتبة الأولى بمتوسط (2.22)، بينما حاز برنامج "**مساء** dmc" على مُتوسط (2.04) واحتل المرتبة الثانية، كما جاء في المرتبة الثالثة برنامج "مصر النهاردة" بمتوسط (2.03)، بينما أحتل برنامج "الحكاية" على المرتبة الرابعة بمتوسط

(1.93)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة جاء برنامج "المصري أفندي" بمُتوسط (1.7).

- **درجة ثقة ورضا عينة الدراسة عن البرامج المفضلة لديهم:**

جدول (5) درجة ثقة ورضا عينة الدراسة عن البرامج المفضلة لديهم (ن=400)

م	العبارات	درجة الثقة			المتوسط	قيمة كا^2	درجة الثقة	الترتيب
		كبيرة	متوسطة	ضعيفة				
1	تمدني بمعلومات تهمني	296	85	19	2.69	3.140	كبيرة	1
2	تكشف سلبيات المجتمع وجوانب القصور به	121	229	50	2.18	1.219	متوسطة	17
3	متجددة في قضاياها وموضوعاتها	169	171	60	2.27	60.515	متوسطة	13
4	التعرف على الأخبار الجديدة	254	117	29	2.56	1.928	كبيرة	2
5	تساعدني في الحكم علي الشخصيات العامة	140	178	82	2.14	35.060	متوسطة	19
6	تمكنني من إبداء رأيي السياسي في الأحداث الهامة	161	144	95	2.16	17.615	متوسطة	18
7	تتمتع بدرجة حرية أكثر من غيرها	151	177	72	2.20	44.855	متوسطة	16
8	تُقدم في قوالب جذابة ومشوقة	173	166	61	2.28	59.045	متوسطة	11
9	الثقة في الإعلامي ومقدم البرنامج نفسه	177	152	71	2.26	6.055	متوسطة	14
10	الصور ومقاطع الفيديو	203	139	58	2.36	79.205	كبيرة	6
11	طريقة تقديم البرنامج	217	134	49	2.42	1.058	كبيرة	3
12	تنوع الشخصيات التي يستضيفها	210	146	44	2.42	1.051	كبيرة	4
13	استخدام الإحصائيات والأرقام	174	162	64	2.28	54.620	متوسطة	م11
14	قدرة المذيع على تنوع أسلوبه واستخدامه الايماءات	174	19	47	2.32	83.945	متوسطة	9
15	الموضوعات يتم معالجتها بموضوعية	191	162	47	2.36	87.005	كبيرة	7
16	التوازن في عرض وجهات النظر	174	171	55	2.30	69.065	متوسطة	10
17	مصداقية مصادر المعلومات	185	164	51	2.34	77.915	كبيرة	8
18	مصداقية القناة وسمعتها	192	167	41	2.38	98.255	كبيرة	5
19	أمتلاك المذيع نبرات صوت متنوعة ومؤثرة	177	148	75	2.26	41.435	متوسطة	15

قيمة (كا^2) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول السابق أن:

- امتدت المتوسطات الحسابية لدرجة ثقة ورضا عينة الدراسة عن البرامج المفضلة لديهم ما بين (2.69 : 2.14)، كما بلغ المتوسط الحسابي العام لمجموع العبارات (2.32)؛ مما يدُل على درجة ثقة (مُتوسطة) للبرامج.

- امتدت قيمة "كا^2" لعبارات الثقة والرضا للبرامج المفضلة لدى عينة الدراسة ما بين (98.255 : 1.051) عند درجة حُرية (2) ومُستوى دلالة (0.05)؛ مما يَدُل على وجود فروق دال إحصائيًا بين آراء عينة الدراسة في درجة ثقتهم ورضاهم عن البرامج المفضلة لديهم في اتجاه (متوسطة)، بينما لا توجد فروق دالة إحصائيًا للعبارات الآتية ((4)، (11)، (12)) وفي اتجاه (كبيرة)، كما لا توجد فروق دالة إحصائيًا للعبارة (2) وفي اتجاه (متوسطة).
- تباينت درجة الثقة والرضا للبرامج المفضلة لدى عينة الدراسة ما بين (كبيرة، ومتوسطة)، فجاءت العبارات: "تمدني بمعلومات تهمني، والتعرف على الأخبار الجديدة، وطريقة تقديم البرنامج، وتنوع الشخصيات التي يستضيفها، ومصداقية القناة وسمعتها، والصور ومقاطع الفيديو، والموضوعات يتم معالجتها بموضوعية، ومصداقية مصادر المعلومات" بدرجة ثقة ورضا كبيرة على الترتيب السابق. بينما جاءت في مستوى ثقة ورضا بدرجة متوسطة العبارات الآتية: "قدرة المذيع على تنوع أسلوبه واستخدامه الايماءات، والتوازن في عرض وجهات النظر، وتُقدم في قوالب جذابة ومشوقة، واستخدام الإحصائيات والأرقام، ومتجددة في قضاياها وموضوعاتها، والثقة في الإعلامي ومقدم البرنامج نفسه، وأمتلاك المذيع نبرات صوت متنوعة ومؤثرة، وتتمتع بدرجة حرية أكثر من غيرها، وتكشف سلبيات المجتمع وجوانب القصور به، وتمكنني من إبداء رأيي السياسي في الأحداث الهامة، وتساعدني في الحكم علي الشخصيات العامة".
- **اتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية المعروضة بالبرامج التليفزيونية:**

جدول (6) اتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية (ن=400)

م	العبارات	درجة الاتجاه			المتوسط	قيمة كا^2	درجة الموافقة
		كبيرة	محايد	أرفض			
	المكون المعرفي						
1	تمكنني من التعرف على الموضوعات والأحداث الجارية	318	73	9	2.77	3.990	كبيرة
2	تمكنني من معرفة الأسباب الحقيقية لواقع الأحداث	136	232	32	2.26	1.501	محايد
3	تجعلني أفهم طبيعة وحجم الأحداث بعمق	150	202	48	2.26	92.060	محايد
4	تجعلني أفهم الأسباب والنتائج المترتبة على تلك الأحداث	176	169	55	2.30	69.215	محايد
5	تساعد البرامج السياسية والاجتماعية...ألخ على توسيع مداركي	197	152	51	2.36	83.855	كبيرة

م	العبارات	درجة الاتجاه			المتوسط	قيمة كا^2	درجة الموافقة
		كبيرة	محايد	أرفض			
6	تساهم في إثراء المعلومات العامة لدي عن الأحداث المختلفة	211	149	40	2.43	1.124	كبيرة
7	تشوش أفكاري عن الأحداث الجارية والموضوعات المختلفة	142	130	128	1.96	0.860	محايد
	المكون الوجداني						
8	ترفع الروح المعنوية لدي وتزيدي شعوري بالاندماج في المجتمع	186	161	53	2.33	74.945	محايد
9	تجعلني اتعاطف مع من يعانون من تلك الأحداث	212	152	36	2.44	1.201	كبيرة
10	هذه البرامج قادرة على تحليل وتفسير الأحداث المختلفة الجارية	180	174	46	2.34	85.940	محايد
11	تزيد من الشعور بالخوف والقلق من المستقبل	125	182	93	1.92	30.485	محايد
12	أشعر انها تنقل لي جو تشاؤمي للواقع	123	146	131	2.02	2.045	محايد
13	لا يشغلني كثيرًا التفكير في الأحداث	129	157	114	1.96	7.145	محايد
14	تثير لدي الشعور بالاحباط وخيبة الأمل	132	161	107	2.06	10.955	محايد
15	جعلتني أغير مواقفي عمومًا	128	167	105	1.94	14.735	محايد
	المكون السلوكي						
16	ساعدتنتي في تبني الآراء والنقاش مع الآخرين	175	181	44	2.33	89.915	محايد
17	تُثير رغبتي بالمشاركة بالندوات لمناقشة أهم الأحداث	171	164	65	2.26	52.715	محايد
18	وجهتني لاتخاذ مواقف معينة بشأن هذه الأحداث والقضايا المتنوعة	169	173	58	2.28	63.905	محايد
19	تدفعني للبحث عن معلومات إضافية حول الأحداث المثارة للجدل	199	149	52	2.37	83.795	كبيرة
20	تدفعني للتفكير في إيجاد حلول لهذه القضايا	196	157	47	2.37	89.555	محايد
21	تدفعني للهروب من الروتين اليومي	163	141	96	1.83	17.495	محايد
22	كره بعض الشخصيات السياسية التي تتحدث عنها	149	149	102	1.88	11.045	محايد
23	تزيد من شعوري بالملل	131	137	132	2.00	0.155	محايد
24	تزيد من إظهار السلبيات فقط وهذا يؤدي لشعوري بتحيز هذه البرامج	125	150	125	2.00	3.125	محايد
25	تزيد من كرهي للنظام الحاكم	181	112	107	2.18	25.655	محايد

قيمة (كا^2) عند مستوى دلالة (0.05) = 5.99

يتضح من الجدول السابق أن:

- امتدت المتوسطات الحسابية لدرجة اتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية المعروضة بالبرامج التليفزيونية ما بين (77. 2 : 1.83)، كما بلغ المتوسط الحسابي العام لمجموع القضايا (2.19)؛ مما يدُل على درجة اتجاه (محايد) نحو بعض القضايا المصرية.

- امتدت قيمة "كا^2" لاتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية المعروضة بالبرامج التليفزيونية ما بين (74.945 : 0.155) عند درجة حُرية (2) ومُستدلالة (0.05)؛ مما يَدُل على وجود فروق دال إحصائيًا بين اتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية في درجة اتجاه (كبيرة) لعبارة المكون المعرفي رقم (5)، وعبارة المكون السلوكي رقم (19)، وفي درجة اتجاه (محايد) لعبارات المكون المعرفي ((3)، (4))، وعبارات المكون الوجداني ((8)، (10)، (11)، (14)، (15))، وعبارات المكون السلوكي ((16)، (17)، (18)،(19)، (20)، (21)، (22)، (25)). بينما لا توجد فروق دالة إحصائيًا بين اتجاه عينة الدراسة نحو بعض القضايا المصرية في درجة اتجاه (كبيرة) لعباراتي المكون المعرفي ((1)، (6))، ولعبارة المكون الوجداني (9)، وفي درجة اتجاه (محايد) لعباراتي المكون المعرفي ((2)، (7))، وعبارتي المكون السلوكي ((12)، (13))، وعبارتي المكون الوجداني ((23)، (24)).
- **تُرجع الباحثة هذه النتائج إلى:** مدى الاهتمام الكبير من قبل الشباب الجامعي واتجاهاتهم في متابعة البرامج التلفزيونية المختلفة لتوسيع مداركهم والإطلاع على كل ماهو جديد، وكذلك مدى تقارب وجهات النظر لدى الشريحة الاكبر من عينة الدراسة في آرائهم حول تحيز البرامج في عرضها للكثير من القضايا وإظهار السلبيات فقط والتركيز عليها، هذا فضلًا عن اتفاق اتجاهاتهم المحايدة حول متابعتهم للبرامج؛ لفهم طبيعة الأحداث بعمق، وهذا يدل أيضًاعلى أن هذه البرامج تقدم القضايا المثارة بمعلومات وافية وكافية.

ثالثًا- نتائج صحة الفرضيات:

الفرضية الأولي-"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية". ويُمكن التحقُق منها على النحو التالي:

أ) مُعامل الارتباط:

جدول رقم (7)

معامل الارتباط بين درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية (ن=400)

المتغيرات	درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا		
	قيمة ر	مستوى المعنوية	نوع الدلالة
نوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية	0.408**	0.000	دال إحصائيًا

(**) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مُستوى معنوية (0.001).

بالنظر في الجدول السابق يتضح وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية، حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.001) وتدل على صحة العلاقة الانحدارية وجوهرية العلاقة بين المتغيرين.

ب) تحليل التباين:

جدول (8)

تحليل التباين لمُعدل اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية (ن=400)

البيان	مجموع المربعات	متوسط المربعات	اختبار " ف "	
			القيمة	المعنوية
الانحدار	3894.056	3894.056	79.380	0.000
الخطأ	19524.334	49.056		

بالنظر في جدول تحليل التباين السابق يتضح وجود علاقة انحداريه لا تعود إلى الصدفة بين مُعدل اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناع المستخدمة لعرض القضية، حيث كانت قيمة اختبار "ف" (79.380) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001).

ج- معامل التحديد:

جدول (9)

معامل التحديد لمُعدل اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا ونوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية (ن=400)

البيان	R^2	R	الخطأ المعياري
معامل التحديد	0.166	0.408	7.004

يبين الجدول السابق أن معامل التحديد R2 = 0.166، وهو يعنى أن مُعدل اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا تُفسر نوعية الأساليب الإقناعية المستخدمة لعرض القضية بنسبة (16.6%)، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية، إضافةً إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها.

الفرضية الثانية-"توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا". ويُمكن التحقُق منها على النحو التالي:

ت) مُعامل الارتباط:

جدول رقم (10)

معامل الارتباط بين مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا (ن=400)

المتغيرات	مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء		
	قيمة ر	مستوى المعنوية	نوع الدلالة
درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا	0.453**	0.000	دال إحصائيًا

(**) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مُستوى معنوية (0.001).

بالنظر في الجدول السابق يتضح وجود ارتباط طردي ذو دلالة معنوية بين مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا،

حيث كانت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية (0.001) وتدل على صحة العلاقة الانحدارية وجوهرية العلاقة بين المتغيرين.

ويتبين من تلك النتائج أنه كلما زاد استخدام القائم بالاتصال لمهارات الإلقاء المتعددة من لغة الجسد، واستخدام الإيماءات، والتنوع في استحدام طبقات الصوت المختلفة، كلما زاد التأثير على الجمهور، وسهل تغيير اتجاهاتهم نحو القضايا المُثارة.

ث) تحليل التباين:

جدول (11)

تحليل التباين لمُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء

ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا (ن=400)

البيان	مجموع المربعات	متوسط المربعات	اختبار " ف "	
			القيمة	المعنوية
الانحدار	6001.571	6001.574		
الخطأ	23229.266	58.365	102.828	0.000

بالنظر في جدول تحليل التباين السابق يتضح وجود علاقة انحداريه لا تعود إلى الصدفة بين مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا، حيث كانت قيمة اختبار "ف" (102.828) ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.001).

ج- معامل التحديد:

جدول (12)

معامل التحديد لمُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء

ودرجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا (ن=400)

البيان	R^2	R	الخطأ المعياري
معامل التحديد	0.205	0.453	7.640

يبين الجدول السابق أن معامل التحديد R2 = 0.205، وهو يعنى أن مُعدل استخدام القائم بالإتصال لمهارات الإلقاء تفسر درجة اتجاه الجمهور نحو بعض القضايا بنسبة

(20.5%)، أما النسبة الباقية فتفسرها متغيرات أخرى لم تدخل في العلاقة الانحدارية، إضافةً إلى الأخطاء العشوائية الناتجة عن أسلوب سحب العينة ودقة القياس وغيرها.

الفرضية الثالثة–"**لا** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين عينة الدراسة في درجة اتجاهاتهم نحو بعض القضايا وفقًا للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، محل الإقامة، الجامعة، نوع الكلية". ويُمكن التحقُق منها على النحو التالي:

- **الفروق وفقًا للنوع:**

جدول (13)

دلالة الفروق بين الذكور والاناث في اتجاهاتهم نحو بعض القضايا (ن = 400)

المتغير	الذكور (ن=207)		الإناث (ن=319)		قيمة ت	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
الاتجاه نحو بعض القضايا	65.04	7.722	65.16	7.615	**0.152	0.001

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى (0.01) = 2.58 **(0.05) = 1.96**

**** دالة عند مستوى 0.001** *** دالة عند مستوى 0.05**

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

- عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث في اتجاهاتهم نحو بعض القضايا؛ وهو ما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين محل الإقامة واتجاهات الرأي العام نحو بعض القضايا، **ويمكن للباحثة تفسير** ذلك بأهمية القضايا التي تناقشها البرامج عينة الدراسة بالنسبة للجنسين فجميع القضايا على أختلاف نوعيتها تحظي بإهتمام الذكور والإناث وقد يرجع ذلك إلي طبيعة وأهمية القضية كما قد يرجع إلى طبيعة المحتوي وقدرته على الاستحواذ على أهتمام الطرفين مع التغاضي عن وجود فروق فردية بين الفريقين.

- **توصيات الدراسة:**

بعد عرض النتائج الخاصة بالدراسة الحالية قامت الباحثة في ضوء النتائج السابقة برصد أهم التوصيات والمقترحات ويمكن إجمالها في النقاط الأتية:

- ضرورة إجراء العديد من الدراسات التي تتناول مهارات الإلقاء لدي مقدمي البرامج وعلاقتها بدرجة إقناع الجمهور بتوجهات معينة.
- إعداد العديد من الدورات والحقائب التدريبية من إجل إكساب القائمين بالاتصال العديد من المهارات اللزمة للتأثير على الجمهور.
- إجراء العديد من الدراسات التجريبية التي توظف نظرية انتشار المستحدثات التكنولوجيا وربط ذلك بمهارات الإلقاء لدي مقدمي البرامج.
- العمل على وضع قيود وقواعد لمقدمي البرامج للحد من استخدام بعض المصطلحات المتدنية والإلفاظ السيئة التي تسيء إلى أخلاق الجمهور.

مراجع الدراسة:

[i] – محمد خاطر(1985): الإلقاء قواعده وأصوله الفنية، رسالة التربية، وزارة التربية والتعليم، دائرة البحوث التربوية،ع1، ص103.

[2] – إيمان عاشور سيد(2020):توظيف التعلم المقلوب في إكساب طلبة الاعلام التربوى مهارات الإلقاء الإذاعي واتجاهاتهم نحو منصة الإدمودو التعليمية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد 70، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

[4] – سناء عبد الرحمن الأحمدي(2019): لغة التواصل الاقناعي في الخطاب السياسي، كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.

[5]– إيمان عبد الفتاح(2008):أثربرنامج تعليمي قائم علي المنهج التواصلي في تنمية مهارات الإلقاء لدي طلبة الصف الخامس الإساسي، رسالة دكتوراة، جامعة اليرموك، كلية التربية.

[6] – محمد جبريل(2017):مهارات العرض والإلقاء لدي عينة من طلاب جامعة الملك عبد العزيز، دراسة تطبيقيةعلي طلاب السنة التحضيرية بجامعة الملك عبد العزيز بجدة (المؤسسة العربية للإستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، المجلد 58، 2017)

[7] – خميس عبد الباقي علي، ماجدة حسام الدين سيد(2015): فاعلية برنامج مقترح قائم على تمثيل الأدوار والحكاية في تنمية مهارات السرد القصصي وإلقاء الأناشيد لدى طالبات رياض الأطفال بكلية التربية بالزلفي، مجلة القراءة والمعرفة، الجمعية المصرية للقراءة والمعرفة، العدد 166.

[8]–إيمان محمد مبروك(2015): أثر برنامج مقترح قائم علي المدخل الكلي للغة العربية لتنمية مهارات الأداء اللغوي الشفوي لدي طلاب المرحلة الإعدادية،(جامعة الدينة العالمية،ع12.

[9] – غازي بن الحميدي بن عيسى(2014): أهمية الإذاعة المدرسية في تنمية مهارات الاتصال اللغوي لدى طلاب المرحلة المتوسطة بمدينة الرياض(مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، جامعة الفيوم ، كلية التربية، العدد 3، الجزء2.

[10] – أمينة تجاني(2014–2015):الحجاج في رسائل الشّيخ أحمد التّيجاني، دراسة في وسائل الإقناع، مذكرة مكملة لنيل درجة الماستر في العلوم الإنسانية، جامعة حمو لخضر الوادي.

[11] – علي سامي علي(2012):درجة ممارسة معلمي اللغة العربية لمهارات الإلقاء في مواقف تعليم القراءة الجهرية لطلبة المرحلة الأساسية في الأردن(مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية، العدد 4.

[12] – بن بريك حراف(2011):فن الإلقاء في ضوء عملية التواصل، جامعة وهران، الجزائر، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير.

[13] – xiaolin(2010).Astudy on the Effects of reciting on chinese college students.vol.1,Noo.12, December2011.

[14] – Xiaoxi Cao (2010).Hearing it from jon steward: the impact of daily show on public Opinion Research,Vol.22, Nol,.pp26:46.

[15]– Elvis Paerline Charles(1993). "Colleges Students" news medil processing and dependency:the influence of Gender and Implication for education, Ph. D. Abstract U.S.A: Syracuse University.

[16] – عادل فهمي(2014): **مهارات الإعلاميين اللغوية والاتصالية**، القاهرة، دار المشرق العربي،111

17 – طارق السويدان(2004): فن الإلقاء الرائع، الإبداع الفكري، ط الثالثة،ص 14.

[18] مليكة بلقاسمي(2013): فن الإلقاء تقنياته وفنياته، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية،أبريل،العدد 14، ص177

[xix] – صالح وفكرية مصطفى(1995): فن الإلقاء في الخطابة اليونانية القديمة، جامعة عين شمس، مركز الدراسات البردية والنقوش، العدد12، ص 106.

[xx] – أسعد جواد يوسف: محاضرات مادة الصوت وفن الإلقاء،جامعة القادسية، د.ت.

[xxi] –– محمد عبد الحليم سرور، محمود أحمد إمام(2016): الإلقاء مداخل نظرية ونصوص تحليلية،دار المشرق العربي،،ط1،ص24-25.

[xxii] – محمد منير حجاب(1999):مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ،ص96-98.

[xxiii] – محمد منير حجاب: مرجع سابق ص98.

[xxiv] – محمد رشك كاظم(2009): مقاييس المواقف (الاتجاهات) وأهميتها في البحوث الاعلامية،مجلة الباحث العلمية، جامعة بغداد،77-94.

[xxv] –– فرج عبد القادر طه(2000): اصول علم النفس الحديث، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، ص134.

[xxvi] – صايم الحج جعفر الصايم(2017): اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير ،ص50.

[xxvii] – راندا عاشورعبد العزيز(د.ت):دور مواقع القنوات التليفزيونية الإخبارية في تشكيل الاتجاهات لدى الشباب المصري نحو القضايا السياسية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الطفل،ص47.

[xxviii] – منتدى الدكتورة لمياء الديوان:أهمية الاتجاهات ووظائفها، السبت 24 سبتمبر،2011، 3:3 مساءً، https://lamya.yoo7.com/t506-topic#1069.

[xxix] – رائد نعيرات: تأثير الإعلام المجتمعي على تشكيل الرأس العام، ورقة بحث لشكل وطرق التأثر والتأثير ما بين وسائل الإعلام والرأي العام، جامعة النجاح الوطنية.

[xxx] خالد القمص(2000): واقع وسائل الإعلام ودورها في خدمة قضايا الأشخاص المعاقين، ملتقى العالم العربي لذوي الاحتياجات الخاصة، ص32.

[xxxi]– الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج بالمملكة العربية السعودية(1429):مهارات التعامل مع الغير ،ص52.