



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية

مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة
بولاية الوادي
- دراسة ميدانية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف:
الطاهر الأدغم

الطالبة:
وفاء عريض

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
عمر رويبة	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
الطاهر الأدغم	أستاذ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
جمال الأشرف	أستاذ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا

السنة الجامعية: 1435 - 1436هـ / 2014 - 2015م



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



قسم العلوم الإنسانية
شعبة العلوم الإسلامية

مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة
بولاية الوادي
- دراسة ميدانية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام واتصال

المشرف:
الطاهر الأدغم

الطالبة:
وفاء عريض

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
عمر رويّنة	أستاذ محاضر	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
الطاهر الأدغم	أستاذ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
جمال الأشرف	أستاذ	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	عضوا

السنة الجامعية: 1435 - 1436هـ / 2014 - 2015م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى: ﴿وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى

الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾

[آل عمران: 104].

الإهداء

إلى من أوصى بهما الله وجعل مرضاهما من مرضاه وطاعتهما من طاعته، وقال فيهما الله عز وجل ﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَكَاتُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا﴾ [النساء: 36].

إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها، إلى من سهرت الليالي من أجل راحتي، إلى رمز الأمان ونبع الحب والحنان، أطال الله في عمرها "أمي الغالية".

إلى من يفرح لفرحتي ويحزن لحزني إلى نور العين الذي منع من سعادته شقائي، إلى مصدر قوتي ونجاحي إلى من كان قدوتي ومثلي الأعلى في حياتي. أطال الله في عمره "أبي الغالي".

إلى من دمهم يجري في عروقي ويلهج بذكرهم فؤادي، إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات "إخوتي وأخواتي".

إلى من دخلت حياتنا فملأت الفرحه بيتنا نروجة أخي

"أسماء" وبنيتها "إيناس وإقبال".

إلى عماتي وخالتي وكل الأقارب.

إلى صديقات العمر:

"هاجر، الزهره، مروة، عائشة، سليمة، سهلة، مريصاء، سارة، وصبرين".

إلى من علموني حروفا من ذهب وكلمات من دهر: أساتذتنا الكرام.

إلى كل من أحمل له أسمى معاني التقدير والاحترام أهدي ثمرة جهدي هذا.

خوفاء

شكر وعرفان

الحمد لله والشكر له من قبل ومن بعد الذي أعانني على إنجازه هذا البحث وكتابته، وصلى الله

وسلم على عبده المصطفى ونبه المجتبي، والحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبعد:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ «لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ»¹، فإنني

وعملًا بنص هذا الحديث الشريف، أتوجه بالشكر إلى كل من كان عونًا لي في إنجازه هذا البحث

وإتمامه على هذه الصورة، وأخص بالشكر وبكل عبارات التقدير والاحترام الأستاذ المحترم الطاهر

الأدغم، المشرف على هذه المذكرة لما قام به من قراءة ومتابعة وتوجيه، ولما اتسم به من سعة صدر

وتواضع، مرغم ضيق وقته وكثرة انشغالاته، فله من الله الثواب الجزيل على ما قدمه لي.

وأشكر مع أن الشكر قليل في حقهم، عائلتي الكريمة لما قدموا لي من دعم مالي ومعنوي،

وأخص بالشكر الوالدين الكريمين، كما أشكر من ساعدني من قريب أو من بعيد .

﴿وفاء﴾.

¹ أخرجه: سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو والأزردي السجستاني، سنن أبي داود . تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد،

ج4 (لا ط، بيروت: المكتبة العصرية، د.ت)، كتاب: الأدب، باب: شكر المعروف، الحديث رقم: 4811، ص 255.

1- ملخص باللغة العربية:

يهدف هذا البحث إلى معرفة مهارات الاتصال الإقناعي عند خطباء الجمعة بولاية الوادي، حيث بين مجمل مهارات الاتصال التي يمارسها خطباء الجمعة أثناء إلقاءهم للخطبة والتأكيد عليها.

المقدمة: حيث شملت على تمهيد للموضوع، مع بيان الخطة التفصيلية المعتمد في دراسته.

والفصل الأول: الذي هو عبارة عن فصل تمهيدي، اشتمل على إشكالية البحث وأهمية الموضوع وأسباب اختياره والمنهج المتبع والدراسات السابقة، وفروض الدراسة.

أما الفصل الثاني: من البحث فهو بعنوان الاتصال الإقناعي ومقوماته، حيث تناول أهم النقاط وهي كالاتي: تعريف الاتصال الإقناعي وأهميته وعناصر عملية للاتصال ومستوياته وأشكاله ومعوقاته.

أما فيما يخص الفصل الثالث: فكان بعنوان مهارات الاتصال الإقناعي التي يتميز بها خطيب الجمعة، وهو مقسم إلى مبحثين: الأول: تحدث عن مفهوم المهارة وأهميتها، والثاني: تناول مهارات الاتصال الإقناعي اللفظية والغير اللفظية.

أما الفصل الرابع: فهو عبارة عن دراسة تطبيقية لهذه المهارات من خلال استمارة استبيان، احتوى على تحليل وتفسير نتائج الاستبيان والتعليق عليها.

-Abstract :

This research project aims to explore the persuasive communication skills used by Djemua Preachers when they give statements to audience.

The structure of the study comprised an introduction and four chapters , In the introduction ,the researcher presented the research problematic and outline .

The first chapter is an introductory one .It included the thesis statement ,significance of the study ,and the rationale for choosing it .It also included the research design , the previous studies , and the hypotheses .

Chapter two ,entitled“ Basics of Persuasive Communication” elaborated on the notion and importance of persuasive communication , elements of communication and levels and its obstacles .

Third chapter ,entitled“ Djemua Preachers Persuasive Communication Skills” ,was divided into three sections.

The first section discussed the notion and importance of the skill ; the second section dealt with the verbal persuasive communication skills ; and the third identified the non-verbal persuasive communication skills.

Fourth chapter included the field study ,which was carried out through a questionnaire. Data obtained from the questionnaire was analysed and interpreted.

- قائمة الرموز والإشارات

رمزه	اسم
- د.ت	- بدون ذكر تاريخ
- ج	- الجزء
- ت	- التكرار
- ن.م	- النسبة المئوية
- ص	- الصفحة
- ط	- الطبعة
- لا.ط	- لا طبعة
- لا.م	- لا مكان الطبع
- لا.ن	- لا ناشر
- م	- الميلادي
- هـ	- الهجري

المقدمة

الحمد لله الذي أنزل على عبده الكتاب ولم يجعل له عوجاً، أحمده سبحانه أن هدانا للإسلام وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، وصلى الله على محمد خاتم النبيين وأشرف المرسلين، أما بعد:

لقد أضحى التواصل في الأونة الأخيرة من المجالات التي تكتسي أهمية قصوى، نظراً لاكتساحه كل مظاهر الحياة الإنسانية في جميع أشكالها وصورها.

ومن هذا المنطلق أصبح من الضروري على الإنسان إذا أراد التعامل مع الآخرين اكتشاف ما يحملونه من أفكار وأحاسيس ومعتقدات، ليستطيع إقامة علاقة ناجحة معهم في إطار المجتمع الذي يعيش فيه.

ومن هنا يتحدد دور الإنسان من حيث كونه عضواً تواصلها بامتياز، من حيث ارتباطه بنسق من العلاقات المتشابكة والمعقدة التي أفرزتها متغيرات الواقع المعاش بكل تحولاته الجديدة.

ويعتبر الاتصال وبالضبط الإقناعي منه تقنية أساسية في فهم التفاعلات البشرية وكل طرائق الاتصال والإرسال وبالتالي يمكن الجزم بالقول أن الاتصال الإقناعي أصبح علماً قائماً بذاته له تقنياته ومقوماته الخاصة وأساليبه وأشكاله المحددة له، وهو في الوقت نفسه بمثابة الوعاء المتسع الذي تستقي منه باقي العلوم والفنون التقنيات والوسائل، من أجل تحقيق أهدافها وغاياتها التي رسمتها.

وكباقي العلوم والمعارف فإن مجال الخطاب الدعوي بصفة عامة وخطبة الجمعة بصفة خاصة، لا يمكنها الاستغناء عن الاتصال الإقناعي لتأخذ منه ما يتم به تحقيق أهدافها ونتائجها الإيجابية.

وانطلاقاً من هذا وبالضبط من أهمية الاتصال الإقناعي ودوره في هذا المجال اندفعت وبإصرار إلى البحث في موضوع من هذه المواضيع الجد هامة في المجتمع، حيث كان عنوان بحثي موسوماً بـ: "مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة – دراسة ميدانية".

وعالجت هذا الموضوع وفق الخطة التالية:

المقدمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي.

1-1- تحديد الإشكالية.

1-2- أسباب اختيار الموضوع.

1-3- أهمية الموضوع وأهدافه.

1-4- المفاهيم الخاصة بالموضوع.

1-5- الدراسات السابقة والمثابفة.

1-6- الإجراءات المنهجية للدراسة.

1-7- فروض الدراسة.

الفصل الثاني: الاتصال الإقناعي ومقوماته.

1-2- تعريف الاتصال الإقناعي وأهميته.

1-1-2- تعريف الاتصال الإقناعي.

1-2-2- أهمية الاتصال الإقناعي.

2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي ومستوياته.

1-2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي وشروط نجاحها.

2-2-2- مستويات الاتصال الإقناعي.

2-3- أشكال الاتصال الإقناعي ومعوقاته.

1-3-2- أشكال الاتصال الإقناعي.

2-3-2- معوقات الاتصال الإقناعي.

الفصل الثالث: مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطيب الجمعة.

1-3- تعريف المهارة وأهميتها.

3-1-1- تعريف المهارة.

3-1-2- أهمية المهارة.

3-2- أنواع مهارات الاتصال.

3-2-1- مهارات الاتصال اللفظي.

3-2-1-1- مهارة الحديث.

3-2-1-2- مهارة الكتابة.

3-2-1-3- مهارة الإقناع.

3-2-1-4- مهارة الإلقاء والخطابة.

3-2-2- مهارات الاتصال غير اللفظية.

3-2-2-1- تعريف المهارة غير اللفظية وأهميتها.

3-2-2-2- أنواع المهارة غير اللفظية.

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي للدراسة ونتائجه.

4-1- عرض بيانات الدراسة وتحليلها.

4-1-1- عام.

4-1-1-1- عرض البيانات الشخصية وتحليلها وتفسيرها.

4-1-1-2- تحليل الأسئلة المتعلقة بالاتصال الإقناعي ومقوماته.

4-1-1-3- تحليل الأسئلة المتعلقة بالمحور الثالث.

4-1-2- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.

4-1-3- تحليل بيانات الدراسة وفق متغير طبيعة العمل.

4-2- مناقشة نتائج الدراسة.

الخاتمة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

- 1- تحديد الإشكالية
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الموضوع وأهدافه
- 4- المفاهيم الخاصة بالموضوع
- 5- الدراسات السابقة والمثابفة
- 6- الإجراءات المنهجية للدراسة
- 7- فروض الدراسة

1-1- تحديد الإشكالية:

يعد الاتصال من صور النشاط الإنساني الذي ظهر مع ظهور حاجة منه في تلبية متطلباته الأولية، ومع تطور الحاجات والأهداف تطور النشاط الاتصالي، وتطورت أساليبه ليتفق مع البناء الحضاري والثقافي الذي يميز كل مرحلة عن أخرى.

ولم يعد الاتصال بعد ذلك مجرد نشاط فقط، بل تطور ليصبح عملية اجتماعية تنسم بالتدفق والاستمرار، وتضم أنساقا متعددة من العمليات السلوكية والنفسية، ومن ثم أصبح الاتصال عبارة عن عملية متكاملة تنطوي على مجموعة متنوعة من الوظائف، والتي أصبحت مرتبطة بتطلعات الأفراد إلى حياة أفضل يسيرها التعاون مع الآخرين.

ومن هنا يمكن التفرقة بين نوعين من الاتصال أولهما: اتصال يستهدف الإعلام والشرح والتفسير والتحليل وتقديم المعلومات، وثانيهما: اتصال يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال عن قصد رسالته لإحداث تأثير على اتجاهات وسلوك مجموعة معينة ومستهدفة من الجمهور.

حيث إن الأول عبارة عن نشاط إعلامي، أما الثاني فهو اتصال إقناعي يهدف للتأثير والإقناع، والذي لا يكتفي بمجرد استقبال الجمهور للرسالة، وإنما يستهدف إحداث التأثير والإقناع والاستمالة. ومنه فالعملية الاتصالية لا تكون افتراضية أو اعتباطية، بل الهدف منها هو اقناع الجمهور المستهدف بفكرة معينة، وهذا هو الارتباط الحقيقي للاتصال الإقناعي.

حيث أن أغلب العمليات الاتصالية هادفة إلى إحداث عملية الإقناع، وهذا منذ فجر التاريخ بظهور الأساليب الأولى لعمليات التأثير والإقناع والذي كان تحت مسميات مختلفة منها: البلاغة، الخطابة، الاتصال....

وحيث أن الإقناع فرض نفسه في عدة مجالات وتخصصات كان من ضمنها الخطاب الدعوي، كان من المهم جدا بالنسبة لهذا الأخير أن يواكب الأحداث ويسلط الأضواء على المواضيع المحلية والدولية.

فنحن جميعا نتحدث ونكتب ونحاول إيصال أفكارنا ومفاهيمنا وقيمنا ومعتقداتنا وآرائنا للآخرين، كما نرغب أن تكون كلمتنا مسموعة ولها تأثير في الآخرين، ولتحقيق

ذلك نحتاج إلى امتلاك الكثير من المهارات الاتصالية، كالقدرة على الحديث والكتابة. وهذا بحاجة إلى امتلاك قدرات إقناعية عالية.

فالإقناع هو القدرة الحقيقة الذي تحقق لنا ما نصبوا إليه، حتى نستطيع جذب أكبر عدد ممكن ممن حولنا، وإقناع الآخرين بأفكارنا يعتبر دليلاً على نجاح عملية الاتصال الإقناعي.

وانطلاقاً من كل هذا، وبالضبط من أهمية الإقناع ودوره في هذا المجال أصل إلى طرح تساؤل رئيسي يكون بمثابة العمل الموجه للخطوات اللاحقة: هل يمتلك خطباء الجمعة مهارات الاتصال الإقناعي، وما مدى تطبيقها أثناء إلقاء الخطبة؟ ويندرج تحت هذا الإشكال تساؤلان فرعيان:

- ما هي المهارات اللفظية وغير اللفظية التي يستخدمها خطيب الجمعة؟
- ما هي مهارات الاتصال الإقناعي الواجبة على الخطيب استخدامها أثناء إلقائه لخطبة الجمعة؟

1-2- أسباب اختيار الموضوع:

وجاء اختياري لهذا الموضوع لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

1-2-1- الأسباب الذاتية:

رغبتني الشخصية في دراسة هذا الموضوع من جانب خطباء الجمعة، ومدى تجسيدهم لمهارات الاتصال الإقناعي وتطبيقها أثناء إلقائهم الخطبة.

1-2-2- الأسباب الموضوعية:

أ- الرغبة أكثر في معرفة مهارات الاتصال التي أصبحت تفرض نفسها في كافة المجالات، والإحاطة بمختلف أبعادها.

ب- بما أن مهارات الاتصال الإقناعي تدور حول مسألة مهمة وحيوية في حياة الناس، أردت طرحها بشكل يمسه مباشرة.

ج- ضعف القدرة الإقناعية لدى الكثير من الخطباء، ينقص من تأثير رسالة الخطاب الدعوي على المتلقين، كذلك قد تمارس مهارات الاتصال الإقناعي في خطبة الجمعة، لكن بشكل خاطئ يؤدي في بعض الأحيان إلى الغلط في المفهوم.

1-3- أهمية الموضوع وأهدافه:

أ- أهمية الخطاب الدعوى في حياة الناس وحاجتهم إليه في كل يوم ومن الضروري ومن المؤكد أن يؤطر الاتصال الإقناعي خطوات الخطاب الدعوي ليكون أكثر وقعا في نفوس المتلقين للخطاب.

ب- من خلال هذه الدراسة أوضح مدى أهمية مهارات الاتصال الإقناعي من إشارة ومهارة الكتابة والإلقاء، وتأثيرها على الخطاب الدعوي المنبري. والمتمثل في خطبة الجمعة.

ج- أن الخطبة من الوسائل القادرة على إيصال قيمنا الإسلامية لأكبر قدر ممكن من شرائح المجتمع.

د- بيان مهارات الاتصال الإقناعي التي يتميز بها خطيب الجمعة.

هـ- محاولة التعرف على المهارات الإقناعية المستخدمة في مضمون الخطاب المنبري.

- محاولة الدمج بين مهارات الاتصال التي يتميز بها الخطيب الدعوي القديم والحديث.

- المزج بين آليات الخطاب الإقناعي وأساليب الخطاب المنبري، مما يكسب الخطاب نوعا من الحداثة وإستمالة العاطفة.

1-4- المفاهيم الخاصة بالموضوع:

تعتبر المفاهيم المستخدمة في البحوث ذات أهمية كبرى، وذلك أن تحديد مشكلة البحث لا تتوقف عند صياغة هذه الأخيرة في شكل سؤال، بل القيام بضبط الموضوع من حيث تحديد مصطلحات هذا السؤال.

1-4-1- تعريف المهارة:

- في اللغة: المهارة هي الحذق في الشيء، والماهر هو الحاذق في كل عمل، والجمع مهرة، ويقال مَهَرْتُ بهذا الأمر أَمَهَرُ بِهِ مَهَارَةً أي صِرْتُ بِهِ حَادِقًا¹.

- في الاصطلاح: هي الشيء الذي يمكن تعلمه أو اكتسابه أو تكوينه لدى المتعلم عن طريق المحاكاة والتدريب².

- تعريف المهارة الاتصالية: من خلال التعريف اللغوي والاصطلاحي للمهارة كل على حدا، أنطرق إلى تعريف المهارة كمركب إضافي وصفي: "هي عملية مستمرة تتضمن قيام طرف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى وسائل شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة إتصال. أو "هي مهارة تبادل المعلومات والتفاهم مع شخص آخر أو آخرين"³.

1-4-2- تعريف الاتصال:

- في اللغة: من مصدر وصل والواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضَمَّ الشيء، والوصل ضدَّ الهجران والوصلُ خلاف الفصل والتواصل ضدَّ التصادم⁴.

وقد جاء في التنزيل: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ [القصص: 51].

ويرجع أصل كلمة الاتصال communication إلى الكلمة اللاتينية Communis ومعناه Common أي مشترك أو عام. وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة والتفاهم حول الشيء أو فكرة أو سلوك أو فعل⁵.

- في الاصطلاح:

هناك عدة تعريفات اصطلاحية للاتصال اخترت منها ما يلي:

*- الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات- عادة رموز لغوية لكي يعدل سلوك أفكار الآخرين – مستقبلي الرسالة⁶.

¹ ابن منظور، لسان العرب. باب: الميم، مادة: مهر، (لا.ط؛ القاهرة: دار المعرف، د.ت)، ص4287.

² منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. (لا.ط؛ الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2002م)، ص43.

³ علاء محمد القاضي وبكر محمد حمدان، مهارات الاتصال. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة المجتمع العربي، 2010م)، ص146-147.

⁴ ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، باب: الواو، مادة: وصل، ص4853.

⁵ حسن عماد مكاوي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (لا.ط؛ لا.م: الدار المصرية، د.ت)، ص23.

⁶ حسن عماد مكاوي، نظريات الإعلام. (ط: 1؛ لا.م: الدار العربية، 1430هـ/2009م)، ص15.

*- الاتصال هو العملية التي يتم بها نقل الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه¹.

- **التعريف الإجرائي للاتصال:** هو عملية يتم بمقتضاها تفاعل مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات، ومنبهات بين الأفراد عن قضية أو موضوع أو واقع معين.

1-4-3- تعريف الإقناع:

- **في اللغة:** هو الرضا بالشيء، وأصله مادة قَنَعَ، ونقول قنع قنَاعَةً أي رضي².

- **في الاصطلاح:** الإقناع عبارة عن: إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وآدابه، ولا يقف الإقناع عن حد تقديم وجهات النظر والأفكار والقناعات للطرف الآخر، وإنما يتطلب من الطرف الثاني أن يتفهم ويرحب ويميل نحو أفكار الطرف الأول، ومن ثم يكون مستعداً للاستماع أو بالأحرى للإنصات للطرف الأول من أجل فهم ما يرغب في توصليه إليه³.

من خلال هذه التعريفات اللغوية والاصطلاحية لكل من المهارة والاتصال والإقناع، أتطرق إلى تعريف الاتصال الإقناعي كمركب إضافي وصفي: "هو فن التواصل والتفاهم والوصول إلى قلوب الآخرين واستخدام القائم بالاتصال كل ما يملك من الأدوات والقدرات، لإقناع الآخرين بما يريد ويرغب، فهو الفعل الذي يحقق أقصى درجات التواصل باستثمار كافة إمكانيات الإلقاء والتلقي⁴.

1-5- الدراسات السابقة والمثابرة:

1-5-1- الدراسة الأولى: مهارات الاتصال لدى الدعاة ودورها في تحقيق الأمن الفكري.

¹ منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. مرجع سابق، ص18.

² ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، مادة قنع، (321/4).

³ علي برغوث، الاتصال الإقناعي. مذكرة تعليمية، مستوى ثالث، جامعة الأقصى، 2007م، ص6.

⁴ عطا بركات، الشخصية المحبوبة. (ط: 1؛ القاهرة: دار الغد الجديد، 1431هـ/2010م)، ص98.

أعدت هذه الرسالة من طرف الطالب عبد الرحمان بن سعد، السنة الجامعية 2010/2011م بجامعة الرياض، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعلر.

تمثلت إشكالية هذه الدراسة في الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: وهو ما دور مهارات الاتصال لدى الدعاة في تحقيق الأمن الفكري؟

أما مجتمع الدراسة فيتكون من أئمة وخطباء ودعاة عاملين في فروع وزارة الشؤون الدينية الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد في مدينة الرياض، والبالغ عددهم 4415 وقد بلغ الحد الأدنى لحجم العينة 354، وقام الباحث بتوزيع 360 استبانة، وبعد التطبيق الميداني حصل الباحث على 291 استبانة.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي من خلال تطبيق المسح الاجتماعي للعينة مستخدماً الاستبيان كأداة للدراسة.

توصل الباحث في آخر بحثه إلى أن المهارات التي تستخدم في تحقيق الأمن الفكري هي: مهارة في التعريف على مزايا حل مشكلات القدرة مهارية للاستفادة من الخبرات الناجحة في الاتصال والممارسة العملية لها، والقدرة مهارية في التعريف عن مصادر المعرفة.

وفيما يتعلق بأهم الأساليب الاتصالية الأكثر استخداماً لدى الدعاة منها: الإهتمام بنبرة الصوت، مراعاة وقت إلقاء الكلمة أو الخطبة أو الرسالة الاتصالية، إثارة دوافع الاستماع لدى المتلقين¹.

ومن توصيات هذه الدراسة ما يلي:

- حث الدعاة على محاورة المتلقين والاستماع إلى آرائهم.
- القيام بنشر التجارب المميزة لكبار الدعاة.
- العمل على استعراض فتاوى العلماء المرتبة بالأمن الفكري.
- توفير دورات متخصصة في الاتصالات للدعاة.

¹ عبد الرحمان بن سعد، مهارات الاتصال لدى الدعاة ودورها في تحقيق الأمن الفكري. رسالة ماجستير، جامعة نايف: كلية الدراسات العليا قسم العلوم الإدارية، 2011م.

1-5-2- الدراسة الثانية: مهارات الاتصال لدى المرشد وأهميتها.

أعدت هذه الدراسة من طرف الطالب بندر بن صالح بن عتيق الميلبي، بجامعة أم القرى وهي مذكرة لنيل شهادة الماجستير، بإشراف الدكتور محمد حمزة بن محمد السليمان.

- عنوان الدراسة: مهارة الاتصال لدى المرشد وأهميتها.

- أهداف الدراسة: معرفة مهارة الاتصال اللفظية وغير اللفظية، التي يتصف بها المرشدون وأهميتها، والفروق في مهارات الاتصال.

- منهج الدراسة: استخدم الباحث المنهج الوصفي.

- العينة: تكونت عينة الدراسة من 315 طالب من طلاب المرحلة الثانوية.

- أدوات الدراسة: مقياس توافر مهارة الاتصال وأهميتها من إعداد الباحث.

- نتائج الدراسة:

أ- أكثر مهارات الاتصال التي تتوافر لدى المرشد هي نبرات الصوت، حد الحركة، الإصغاء، طرح سؤال.

ب- توجد فروق دالة ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية مهارات الاتصال اللفظية وغير اللفظية لدى المرشد.

- أهم التوصيات:

أ- أن يتضمن إعداد المرشد والمعلم في الجامعات مواد دراسية خاصة.

ب- تقديم دورات تدريبية لتحسين مهارات الاتصال حيث أنها سلوك قابل للتطوير والتعديل.

ج- السيمات الشخصية للباحث من المتغيرات الهامة التي يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند قبوله العمل كمرشد¹.

1-5-3- الدراسة الثالثة: مهارات الاتصال من خلال السيرة النبوية.

أعدت هذه الرسالة من طرف الطالبات: سهام دريد وجابرة زهواني وجميلة عباس، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس، بإشراف الدكتور خالد حباسي.

¹ بندر بن صالح بن عتيق الميلبي، مهارة الاتصال لدى المرشد وأهميتها. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: كلية التربية قسم علم النفس، 1429-1430هـ.

حيث تبلورت إشكالية هذه الدراسة فيما يلي: ما أثر مهارات الاتصال الدعوي في شخصية الداعية من خلال نموذج المثالي الرسول ﷺ.

- تساؤلات الدراسة:

- 1- هل يمكن أن نقول أن هناك اتصال إسلامي؟
- 2- هل يكفي الاتصال وحده لإنجاح الدعوة؟
- 3- ما هي أهمية مهارات الاتصال الدعوية بالنسبة لحامل الدعوة؟

- أهمية الدراسة:

- 1- تكمن أهمية الدراسة في أنها سنتلقي الضوء على أهم وقفات الاتصال الدعوي النبوي.
 - 2- تبرز هذه الدراسة أهمية علم الاتصال.
 - 3- تبرز كيفية استثمار المهارات الفعالة في نجاح الدعوة الإسلامية.
- **المنهج المتبع:** اتبع الباحثون في دراستهم المنهج الوصفي التحليلي من خلال السيرة النبوية الشريفة¹.

1-6- الإجراءات المنهجية لدراسة:

1-6-1- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي "تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد... وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها"².

أما المنهج" فهو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة لاستكشاف الحقيقة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا سبيل الوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها"³.

ومن هنا يتبين أن المنهج المناسب لدراستي هو منهج المسح الوصفي "باعتباره الطريقة العملية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة. ومن حيث

¹ سهام دريد وآخرون، مهارات الاتصال من خلال السيرة النبوية. مذكرة لليسانس في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الوادي: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2013م.

² أحمد عبد الله اللّملح ومصطفى أبو بكر، البحث العلمي - تعريفه، خطواته، المفاهيم الإحصائية-. (لاط؛ الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002م)، ص68.

³ محمود شفيق، البحث العلمي- الخطوات المنهجية لإعداد البحوث العلمية-. (ط: 1؛ القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 1985م)، ص78.

العوامل المكونة لها العلاقات السائدة داخلها كما هي الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك".

كما اعتمدت في الجانب الميداني لدراستي على منهج المسح بالعينة لخطباء الجمعة في ولاية الوادي، لمعرفة مهارات الاتصال الإقناعي التي يمتلكونها، باعتباره المنهج الذي يوصلني إلى المعلومات عن العينة الخاصة بالبحث.

1-6-2- مجتمع الدراسة والعينة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات مجتمع البحث، التي يقوم الباحث بدراستها¹.

ويتمثل مجتمع الدراسة بالنسبة لدراستي هذه جميع خطباء الجمعة لولاية الوادي. ونظرا لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث، فإنني سألتبع أسلوب العينة، حيث يعرفها الدكتور محمد عبد الحميد على أنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لجميع البحث في الخصائص والسمات التي توصف من خلال هذا المجتمع².

وقد شملت العينة ما يقارب 150 استمارة موزعة على خطباء الجمعة بولاية الوادي، أما العينة الحقيقية التي أجريت عليها دراسة بحثي 130 استمارة فقط، أما الـ 20 استمارة الباقية، لم استطع استرجاعها. وتم توزيع هذه الاستمارات في الفترة الممتدة بين 2015/04/14 إلى غاية 2015/05/08م.

وقد تم اختيار العينة بأسلوب عشوائي، حيث كان عدد مفردات العينة 130 وهو ما يمثل مجتمع الدراسة

1-6-3- أدوات جميع البيانات:

يعتبر استخدام أدوات جميع البيانات إحدى الأدوات المهمة في البحث العلمي، بحيث يستخدمها الباحث مع جميع البيانات المطلوبة للبحث، وترتبط الأدوات بموضوع البحث والمنهج المستخدم في الدراسة، بحيث يمكن استخدام أكثر من أداة في الدراسة

¹ سامي نحمد ملحم، منهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 3؛ عمان: دار المسير، 2005م)، ص269.
² محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. (ط: 1؛ القاهرة: دار عالم الكتب، 1993م)، ص193.

الواحدة، والمهم أن يلم الباحث بكل جوانب موضوعه، أما في دراستي فقد استخدمت الاستبيان، حيث يعرفه الدكتور محمد عبد الحميد: "على أنه أسلوب جميع البيانات يستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومتقنة تقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات¹."

ويعتمد على مجموعة من الأسئلة المحددة والمحكمة من طرف مجموعة من الأساتذة المتخصصين، حيث وجهتها إلى المبحوثين للإجابة عنها. وتمحورت أسئلة الاستبيان حول مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة ومعرفة المهارات التي يفضلها الخطباء أثناء إلقاء الخطبة.

1-6-4- تصميم استمارة الاستبيان:

اعتمدت دراستي على استمارة استبيان، وذلك لمعرفة مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة، وقد اتبعت الخطوات التالية في تصميم الاستبيان:

- 1- صياغة صفحة الاستبيان في صغته الأولية بناء على أهداف الدراسة وتساؤلاتها. وذلك بعد الإطلاع على الدراسات السابقة.
- 2- عرض الاستبيان على مجموعة من المتخصصين في الموضوع لمراجعة المواد الواردة فيه ومدى ارتباطها بأهداف الدراسة ومدى كفايتها للإجابة عن تساؤلاتها.
- 3- تعديل الاستمارة بناء على آراء المحكمين²، وبتوجيه من المشرف وقد اشتمل الاستبيان على أسئلة مقسمة إلى محاور:

المحور الأول: البيانات الأولية عن المبحوثين (السن، المؤهل العلمي، المستوى الاقتصادي، السكن، الحالة الاجتماعية، طبيعة العمل).

- هل تملك ثقافة أو معرفة مسبقة بالاتصال الإقناعي؟

- هل توظف مهارات الاتصال الإقناعي؟

- ما هي الصفات التي يجب أن تتميز بها كخطيب ناجح؟

- هل تواجهك معوقات أثناء إلقاء الخطبة؟

¹ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. مرجع سابق، ص183.

² ينظر الملحق رقم: 2.

- في حالة الإيجاد ما هي هذه المعوقات؟
- أي المهارات التي تفضل استخدامها أكثر أثناء إلقاء الخطبة؟
- هل كتابة موضوع الخطبة يكون من إعدادك أو من إعداد الشؤون الدينية؟
- قبل تحديد موضوع الخطبة على أي أساس يتم اختيارك؟
- هل تقتدي بداعية معينة في إلقاء الخطبة؟
- كيف يتم استعدادك النفسي لإلقاء الخطبة؟
- كم تفضل استغراق مدة الخطبة؟
- إذا أجبت على أي خيار ما هو التعليل؟
- أثناء إلقاء الخطبة تستعين بالورقة أم تعتمد على الذاكرة؟
- أثناء إلقاء الخطبة تفضل اللغة (العامية، الفصحى، عامية فصحى)؟
- هل تتكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاءك للخطبة؟
- هل تختار الوقت المناسب للحديث أو التوقف أو الاستمرار أثناء الخطبة؟
- هل تحرص على استمرار التقاء العينين مع المستمعين أثناء إلقاء الخطبة؟
- هل تلتفت إلى اليمين واليسار نحو المستمع أثناء إلقاء الخطبة؟
- هل تحافظ على ابتسامتك وهدوء أعصابك أثناء إلقاء الخطبة؟
- هل تتوافق حركات جسمك مع ألفاظك أثناء إلقاء الخطبة؟
- هل تتنوع نبرات صوتك أثناء إلقاء الخطبة حسب الموقف (الحزن، الفرح، الغضب...)?

- ما هي الحركات التي تفضل استخدامها أكثر في إلقاء الخطبة؟

1-6-5- تطبيق استمارة استبيان:

- تم تطبيق الاستمارة على عشر مبحوثين، تم من خلالها تعديل بعض الأسئلة وحذف أخرى، وإضافة بدائل والتقليص منها، حيث روعي في الاستمارة ما يلي:
- صياغة الأسئلة بلغة تتلاءم مع المبحوثين.
 - إتباع نهج التدرج في ترتيب الأسئلة من العام إلى الخاص.

- الحرص على أن تكون أغلب الأسئلة مغلقة مع تضمينها أكبر قدر من البدائل المتوقعة وإتاحة نهايات مفتوحة للأسئلة التي تتطلب ذلك تفاديا للاستطراد وتوافرا للجهد والوقت وتيسير عملية الإجابة أثناء العمل الميداني، فضلا عن تيسير التحليل الإحصائي.

1-6-6- حدود الدراسة:

نعني بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي نرغب في دراستها، ويتحدد المجتمع الأصل لهذه الدراسة من مجموعة خطباء الجمعة بولاية الوادي.

أ- **المجال الجغرافي:** تمتد هذه الدراسة بولاية الوادي- الجزائر.

ب- **المجال الزمني:** تمتد هذه الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة 2015/04/14 إلى غاية 2015/05/15.

ج- **المجال البشري:** استهدفت هذه الدراسة عينة من خطباء الجمعة بولاية الوادي.

1-6-7- المعالجة الإحصائية للبيانات:

الأساليب الإحصائية وتستخدم لدراسة أي عينة وهذا بهدف التعرف على المجموع الكلي للموضوع والتواصل إلى صحة الفرضيات أو خطئها، والدراسة الإحصائية تعطينا الصحة والدقة، باعتبار أنها تترجم إلى أرقام على شكل نسب مئوية وهي تتلخص في المعادلة التالية:

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{س} \leftarrow 100\% \\ \text{ع} \leftarrow \% X \end{array} \right. \quad \text{ع} = X \cdot (100/\text{س}).$$

س: عدد أفراد العينة.

ع: عدد الإجابات (التكرارات).

X : النسبة المئوية.

1-7- فروض الدراسة:

سأحاول من خلال دراستي هذه الإجابة على الفروض الآتية:

1- هل يستخدم خطباء المساجد مهارات الاتصال الإقناعي في خطابهم الدعوي المنبري.

2- هل يلتمس الخطباء الواقع وطرح المواضيع المتعلقة بمشكلات الناس.

3- هل تتباين استخدام مهارات الاتصال الإقناعي من موضوع إلى آخر.

4- ما هي مهارات الاتصال اللفظية وغير اللفظية التي يقوم بها الخطيب أثناء إلقائه لخطبة الجمعة.

5- هل توجد فروق دالة في درجة الأهمية بين مهارات الاتصال اللفظية وغير اللفظية.

الفصل الثاني:

الاتصال الإقناعي ومقوماته

1-2- تعريف الاتصال الإقناعي وأهميته

1-1-2- تعريف الاتصال الإقناعي

2-1-2- أهمية الاتصال الإقناعي

2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي ومستوياته

1-2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي

2-2-2- مستويات الاتصال الإقناعي

3-2- أشكال الاتصال الإقناعي ومعوقاته

1-3-2- أشكال الاتصال الإقناعي

2-3-2- معوقات الاتصال الإقناعي

يعد الاتصال نشاطاً أساسياً في حياة الإنسان، لأن معظم ما نقوم به في حياتنا اليومية، إنما هو مظاهر متنوعة لعملية الاتصال، سواء كنا نقوم بذلك بطريقة مقصودة أم غير مقصودة، ثم إن معالم الشخصية الإنسانية تتجدد من خلال ممارستها الاتصالية، وذلك أن عملية الاتصال بين الإنسان وأخيه الإنسان تكشف عن طبيعة هذه الشخصية وخصائصها، الأمر الذي ينعكس على معرفة الإنسان وشعوره ومن ثم آرائه واتجاهاته ومعتقداته.

من خلال ما سبق سأطرق في هذا الفصل إلى مفهوم الاتصال وأهميته، وعناصر عملية الاتصال الإقناعي وشروط نجاحها ومستويات الاتصال، وأشكاله ومعوقاته.

1-2- تعريف الاتصال الإقناعي وأهميته:

1-1-2- تعريف الاتصال الإقناعي:

1-1-1-2- تعريف الاتصال:

- في اللغة: من مصدر وصل والواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضمّ الشيء، والوصل ضدّ الهجران والوصلّ خلاف الفصل والتواصل ضدّ التصادم¹.

ويرجع أصل كلمة الاتصال communication إلى الكلمة اللاتينية Commuis ومعناها Common أي مشترك أو عام، وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة والتفاهم حول الشيء أو فكرة أو أسلوب أو فعل².

- في الاصطلاح:

يعد الاتصال أحد العمليات الأساسية في العلاقات الإنسانية، فهو عملية تفاعل تبادلية لإيصال رسالة ما عبر وسيلة محددة لتحقيق هدف معين، وقد تعددت تعريفات الاتصال من قبل الباحثين والعلماء أذكر منها:

*- عرف على أنه عملية تواصل بين طرفين تحكمها عوامل ومؤثرات³.

¹ ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، باب: واو، مادة: وصل، 4853.

² حسن عماد مكاوي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. مرجع سابق، ص23.

³ عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. (ط: 1؛ القاهرة: لان، 2007م)، ص5.

*- عملية تفاعل بين طرفين، مرسل ومستقبل، يتم من خلالها نقل المعلومات أو المهارات والاتجاهات أو الآراء إلى المستقبل سواء كان فردا أو مجموعة، بأساليب متنوعة تحقق هدفا معينا¹.

*- كما يشير مفهوم الاتصال إلى العملية التي يتم بها نقل الأفكار والمعلومات، بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه².

2-1-1-2- تعريف الإقناع:

- في اللغة: هو الرضا بالشيء، وأصله مادة قَنَعَ، ونقول قنع بنفسه قنعا وقناعة أي رضي³. وتدل هذه الكلمة على معاني أخرى مثلا في قوله تعالى: ﴿مُهْطِعِينَ مُقْبِعِي رُءُوسِهِمْ لَا يَرْتَدُّ إِلَيْهِمْ طَرْفُهُمْ وَأَقْبَدَتْهُمْ هَوَاءً﴾ [إبراهيم: 43].

وبعد إرجاع الكلمة إلى مصدرها قَنَعَ، نجدها تعني مَال، أي توجه برغبته نحو الشيء، واقتنع وقنع بالفكرة أو الرأي أي اطمأن إليه ورضي به، وتأخذ كلمة القانع معنى الراضي⁴.

ويتضح من معنى الكلمة في اللغة أنها تقترب من معاني الرضا والقبول والاطمئنان والميل والرغبة، وتبتعد كل البعد عن معاني القهر والضغط والإجبار.

- في الاصطلاح: ويقصد بالإقناع أن يصبح السامع لك وقد اقتنع بفكرتك، بإعتبارها فكرتك أنت، ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به، والتي انبثقت من داخل نفسه وكان لك فضل إثارتها وتحريكها والكشف عنها⁵.

*- ويظهر من التعريفات السابقة أن الإقناع عبارة عن إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وآدابه، ولا يقف الإقناع عند حد تقديم وجهات النظر والأفكار والقناعات للطرف الآخر، وإنما يتطلب من الطرف الثاني أن يتقنهم ويرحب بهم ويميل نحو أفكار

¹ المرجع السابق.

² منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. مرجع سابق، ص18.

³ ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، باب: قاف، مادة: قنع، ص3754.

⁴ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (ط: 4؛ ل.م: مكتبة الشروق الدولية، 1425هـ/2004م)، باب: القاف، مادة: قنع، ص763.

⁵ إبراهيم إمام، الإعلام الإسلامي. (لا.ط: القاهرة: المكتبة المصرية، د.ت)، ص57.

الطرف الأول، ومن ثم أن يكون مستعدا للاستماع أو بالأحرى للإنصات للطرف الأول من أجل فهم ما يرغب بتوصيله إليه¹.

2-1-1-3- تعريف الاتصال الإقناعي: هو توجه المرسل سوءا كان رجل إعلام، سياسي أو محامي أو خطيب -عن قصد- رسالة إلى المتلقي (فرد أو جماعة أو أمة)، ويعرض إحداث تأثير واضح على اتجاهاته أو سلوكياته واستهداف إقناعه، وكسب تأييده لرأي معين أو فكرة مقترحة، والتي تدخل في إطار إما نقل هذه الفكرة وإثباتها أو تغييرها وحمل أخرى على مرحلة الفعل أو تجديدها، وبعث الروح فيها وهذا يتوقف على تلاحم ثلاث تقنيات للإقناع:

1- الإقناع عن طريق تقديم صورة حسنة عن الذات وتدعى "Ethos".

2- الإقناع عن طريق التأثير في عواطف وأحاسيس المتلقي، وتدعى أيضا باستمالة النفوس باللاتينية "Pothos".

3- وأخيرا استهداف عقل المخاطب وتفكيره عن طريق الحجج والبراهين "logos"².

2-1-2- أهمية الاتصال الإقناعي:

يمكن القول بأن الاتصال الإقناعي يعد من الأساسيات الحياتية للأفراد والمجتمعات، فلا يستطيع أي إنسان أن يعيش بمعزل عن الآخرين وبدون أن يتصل بهم، وخاصة في هذا العصر الذي أصبح يسمى بعصر التكنولوجيا والاتصالات، فالإنسان مدني بطبعه ينجح إلى تكوين العلاقات، وبناء الروابط، مع بني جنسه، فهو يميل إلى مخالطة الناس والتعامل معهم، فلا يمكن له الاستغناء عن الآخرين في تحقيق مصالحه³.

هذه الحقيقة التي جاء بها القرآن الكريم وبين أبعادها، أي أن الناس مهما تعددت أجناسهم وألوانهم، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ وَالْأَرْحَامَ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾ [النساء: 1].

¹ علي برغوث، مذكرة تعليمية، مرجع سابق، ص6.

² محمد برفان، "كتابات معاصرة الاتصال الإقناعي في فن الخطابة". بيروت، العدد: 61، 2006م، ص9.

³ علي برغوث، مذكرة تعليمية، مرجع سابق، ص8.

فالقرآن الكريم يؤكد على وحدة أصل الناس وصلة القربى بينهم باعتبارهم أخوة ينحدرون من أصل واحد، فإن هذا التوحد في الأصل والمنشأ حريٌّ به أن يقود الناس إلى التعاون والتفاهم والالتقاء على الخير والمحبة، فإن الاتصال ينقل الخبرات الحياتية في شتى المجالات ويؤثر في العلاقات القائمة بين الناس فهو بمثابة القلب للجسم وبدونه يصير الجسم ميت.

ويمكن تلخيص أهمية الاتصال في حياتنا بما يلي:

- 1- الاتصال وسيلة مهمة وضرورية لدوام المجتمع ووجوده، لأنه يساعد الناس على العيش كجماعة ذات أهداف وعقائد، وأمانى مشتركة، فكل هذه القيم يمكن اكتسابها عن طريق الاتصال¹.
- 2- الاتصال يساعد في نقل الخبرات بين الناس، الأمر الذي يدفع نحو تطوير عملية البناء في المجتمع.
- 3- يعد الاتصال وسيلة للتخاطب والتفاعل بين الأطراف المختلفة.
- 4- وسيلة مهمة للممارسات الإدارية من تخطيط وتنظيم وإشراف ورقابة على الأداء.
- 5- جوهر العمليات التعليمية والبحثية.
- 6- وسيلة حتمية لتحقيق الأهداف الشخصية.
- 7- الاتصال وسيلة تساعد على شعور الفرد بأهميته، فالبناء الاجتماعي داخل الجماعة أو داخل المجتمع يقوم على تحديد الدور الذي يقوم به كل فرد داخل هذا البناء، وهذا ما يجعل الفرد يشعر بأهميته داخل الجماعة أو المجتمع، وهذا الدور يفرض على الفرد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من فرد إلى آخر، ولكنها في النهاية تؤدي إلى تحقيق التكامل الاجتماعي.
- 8- الاتصال يساعد الفرد على الإحساس بالطمأنينة.
- 9- يساعد على تحقيق الحاجات النفسية للأفراد².

¹ المرجع السابق.

² عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص10.

2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي ومستوياته:

2-2-1- عناصر عملية الاتصال الإقناعي:

إن إيصال أي رسالة للآخرين يعتبر نمو وتطور، ولكي يحقق المرسل هذا الهدف لابد أن يفهم أولاً ما هي رسالته، ومن هم المستقبلين الذين يتلقون هذه الرسالة وكيف يتم استقبالها كذلك أن يضع في الاعتبار الظروف المحيطة بهذا الاتصال مثل ظروف الموقف والسياق الثقافي الذي يتم فيه الاتصال ويقود في هذا للتعرف على العناصر التي تتكون منها دائرة الاتصال الإقناعي¹.

2-2-1-1- المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال) Sender: هو الطرف الذي يبدأ عملية الاتصال بطرف آخر، بقصد إيصال معلومات إليه أو التأثير فيه، وفي الاتصال الإقناعي يقصد بالمصدر ذلك الطرف الذي يسعى إلى إقناع طرف آخر، بفكرة ما مستخدماً في سبيل ذلك العديد من التقنيات المساعدة.

وهذا المتصل قد يكون فرداً أو جماعة، كما قد يكون مؤسسة اتصالية، لذلك فإن السؤال الذي يطرح نفسه حتى يستطيع القائم بالاتصال بعملية الاتصال الإقناعي، أن يكون مقتنعاً بذاته ورسالته، وبالوسيلة التي يستخدمها، وينبغي أن يتميز بالعديد من الصفات والشروط:

أ- المصدقية: يجب على القائم بالاتصال أن يتحلى بالصدق، وأن يكون صادقاً في كلامه. "يمكن أن يكون من أبرع الخطباء الذين عرفهم العالم، ويمتلك قدرات عقلية فائقة وبراعة ذهنية عالية، وأن يكون طليعاً في كافة صور المناقشة والجدال، ولكن ما لم تكن صادقاً في قولك فلا يمكن أن يصدقه الآخرين"².

ولقد أثبتت الدراسات أن المصدر العالي المصدقية أكثر تأثيراً من المصدر المنخفض المصدقية³.

¹ عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص6.

² ينظر هاري ملير، فن الإقناع. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة جديد، دت)، ص4.

³ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. (ط: 1؛ عمان: دار مجدولاي، 1993م)، ص190.

ب- الخبرة: وهي مدى معرفة المصدر للمعلومات أو الموضوع الذي يتكلم فيه أو يكتب عنه، وقد أثبتت التجارب وبشكل متكرر بأن المصادر التي لها خبرة عالية تكون أكثر إقناعاً من المصادر التي لا تمتلك الخبرة¹.

ومثال ذلك نأخذ في صلب موضوع دراستي، حيث يكون الخطيب أكثر إقناعاً للجمهور من الصحفي لأنه أهل للثقة والمصداقية العالية، كما أنه خبير بمواضيع الخطبة. كذلك الأمر بالنسبة لأهل الذكر فيما يخص الفتاوى الشرعية أو المحامي في ميدان القانون، أو المهندس... إلخ. فكل في مجال تخصصه يستطيع أن يكون خبيراً بالنسبة لغيره.

ج- الثقة: إن الجمهور لا يصدق القائم بالاتصال أو المصدر إلا إذا كان هذا الأخير أهلاً للثقة ويتمتع بالموضوعية، وكلما ظهر المصدر غير منحاز في خطابه، كلما كسب تأييد أكثر وتجاوباً كبيراً من الجمهور المستهدف.

فالثقة في الآخرين أن نعاملهم بأحسن ما نستطيع، فكما يقول عباد العقاد: "عامل الناس بشرف وأمانة لا لأنهم يستحقون الشرف والأمانة، ولكن لأنك أنت لا تستحق الضعة والخيانة"².

فما يجب علينا إلا أن نتعامل مع الآخرين بهذا المنطق.

د- القوة الجذابة: إن القوة الجذابة للمصدر تحدث في المتلقي تأثيراً عاطفياً، فقد بينت معظم الدراسات الدور الذي يلعبه المظهر الخارجي للقائم بالاتصال، من جمال ولباقة واشتراك مع المتلقي في مجموع من الخصائص، كالسن والجنس والمهنة... إلخ³.

قد تكون خصائص القائم بالاتصال كثيرة لكن أهمها ما تعرضت إليه، وهناك من يزيد عليها بعض المؤهلات كإدراك المصدر للعوامل النفسية للمتلقي ومعرفة خصائصهم واتجاهاتهم وحاجاتهم وميولهم، والقدرة على استخدام وسائل الاتصال بفعالية عالية، ولديه القدرة على تكوين وتصميم الرسائل الاتصالية بأسلوب مقنع.

¹ المرجع السابق.

² محمد أبو فرحة، 7 أسرار لنجاح. (ط: 1؛ الجزائر: دار الوسيط، 2012م)، ص 56.

³ نبيلة بوخبرة، الاتصال العمومي أسس وتقنيات. (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، 2014م)، ص 75.

وقبل شروع المصدر في عملية الاتصال الإقناعي، يلتزم بالإعداد الجيد والكمال للمادة التي يتم من خلالها إقناع الطرف الآخر بالفكرة وضرورة تحديد الوقت المناسب للشروع في عملية الإقناع من خلال ترتيب الأولويات¹.

وأضيف في ختام كلامي صفات المصدر المقنع، أهمية استخدامه لأساليب الإقناع المختلفة، وباختلاف المجالات المستخدمة فيها، فالمذيع والخطيب والمروج لسلعته والمعلم والسياسي والمحقق يجب عليهم امتلاك مهارات الاتصال كالقدرة على الكلام والكتابة، والقدرة على الاستماع والتفكير المنطقي، إضافة إلى استخدام الإشارات والتلميحات بالوجه واليدين والعينين ومهارة تتبع وقت الاستجابة عند المتلقين، ويزيد من فعاليته استخدام الصورة والرسومات والقصص وكل وسائل التكنولوجيا كالخداع وفن الإخراج ونحو ذلك. لأن المعرفة التامة باستخدامها في مجالاتها هي قاعدة ضرورية من قواعد المصدر لنجاح عمليات الاتصال الإقناعي².

2-1-2-2- القناة أو الوسيلة Channel : حيث يتم من خلالها نقل الرسالة للطرف الآخر أثناء عملية الاتصال، وقد تكون شفوية أو مكتوبة أو إلكترونية، ويتوافر نجاح نقل الرسالة على مدى مناسبة الوسيلة لتحقيق هدف الاتصال³.

2-1-2-3- المضمون أو الرسالة Message: يعد مضمون عملية الاتصال أو الرسالة أهم العناصر التي تستخدم في عملية الاتصال الإقناعي، لأنها العنصر الذي يتم من خلاله نقل الرسالة والفكرة من المرسل إلى المتلقي⁴.

- وتنقسم الرسالة إلى نوعين:

أ- الرسائل اللفظية: وتشمل كل ما ينطق أو يلفظ من كلمات وألفاظ.

ب- الرسائل غير اللفظية: وتشمل كل ما هو غير منطوق مثل حركات وتعبيرات الوجه والإيماءات... إلخ⁵.

¹ علي برغوث، مذكرة تعليمية، مرجع سابق، ص8.

² عبد الله محمد العوشن، كيف تقنع الآخرين. (ط: 3؛ الرياض: دار العاصمة، 1996م)، ص25-29.

³ عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص9.

⁴ علي برغوث، مذكرة تعليمية، مرجع سابق، ص8.

⁵ عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص8.

ولإعداد الرسالة الاتصالية المقنعة يجب مراعاة الاعتبارات التالية من طرف المصدر:

- التفكير في موضوع الرسالة، وفي مراحل إعدادها.
- يجب على القائم بالاتصال أن يكتب للعين والأذن معا.
- ويجب عليه أيضا أن يهتم بالعمق والبلاغة في الكتابة والابتعاد عن السطحية.
- يجب عليه أن يستخدم اللغة البسيطة والسهلة.
- الحرص على عدم المبالغة والوصف والعرض.
- الإبداع في الأفكار والكتابة.
- التفكير في صياغة الجمل التي يكتبها.
- المحافظة على استخدام الجمل القصيرة.
- الحرص على استخدام الأدلة والبراهين والترتيب المنطقي.
- كما يتطلب الوضوح والدقة والاختصار في المعلومات التي يراد نقلها، فإن كانت الرسالة طويلة جدا أو غير منظمة أو تحتوي على أخطاء فلا بد أن نتوقع أن يساء تفسيرها، كما أن التعبير غير اللفظي الضعيف يمكن أن يشوش على الرسالة.

نجاح عملية الاتصال الإقناعي وحصول التغيير في المتلقي وأفكاره ومعتقداته لا يعتمد فقط على مضمون الرسالة وصياغتها وعلى مهارات المرسل والبناء العلمي للرسالة، ومدى تلبية مضمونها لحاجات المتلقي ورغباته، وتتبع ظروفه النفسية والطبيعية ومراعاتها فقط، بل الأمر مرتبط أيضا بالوسيلة المستخدمة في نقل مضمون الرسالة، إذ لها أهمية كبيرة في إقناع الطرف المتلقي وتغيير سلوكه والتأثير عليه¹.

2-2-1-4- المتلقي (المستقبل أو الجمهور المستهدف) Receiver : فالمتلقي قد يكون فردا أو جماعة أو جمهورا، والجمهور هو أهم، متغير في العملية، فإذا لم يكن لدى القائم بالاتصال فكرة جيدة عن طبيعة الجمهور العقلية والعاطفية وخصائصه الأولية، فسوف يحد ذلك من مقدراته على التأثير عليه واقناعه².

¹ عبد الله محمد العوشن، كيف تقنع الآخرين. مرجع سابق، ص 38-39.
² إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. مرجع سابق، ص 20.

فردود الأفعال في عملية الاتصال الإقناعي، لا يحددها فقط المتحدث، أي الشخص الذي تصدر عنه الرسالة، ولكن سوف تحددها أيضا الخصائص الاجتماعية والشخصية للأفراد الذين توجه لهم الرسالة¹.

2-1-2-5- رجع الصدى والأثر Effect: يقصد برجع الصدى ردة الفعل التي تحدثها الرسالة لدى المتلقي.

والمرسل بأمس الحاجة إلى معرفة صدى رسالته لدى المتلقي حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها أم فشلت في ذلك، وينظر إلى رجع الصدى من خلال ثلاث طرق هي:

1- **الإيجابية والسلبية:** قد يكون رجع الصدى إيجابيا أو سلبيا، ويشجع رجع الصدى الإيجابي القائم بالاتصال، على الاستمرار في تقديم رسائل مشابهة، فهو يقوي ويدعم السلوك بشكل مطرد، أما رجع الصدى السلبي فهو يتطلب تعديل شكل أو محتوى الرسالة التالية.

2- **الفورية:** رجع الصدى قد يكون فوريا كما في الاتصال الشخصي والجمعي، وقد يكون متأخرا في الاتصال الجماهيري.

3- رجع الصدى يمكن أن يكون مباشرا يصل من المتلقي إلى المرسل مباشرة، بدون عوائق.

ويتيح رجع الصدى عدة فوائد لكل من المرسل والمتلقي على السواء، فهو يتيح للمرسل فرصة قياس مدى فهم الرسالة واستيعابها، ويتيح للمتلقي التأثير في عملية الاتصال².

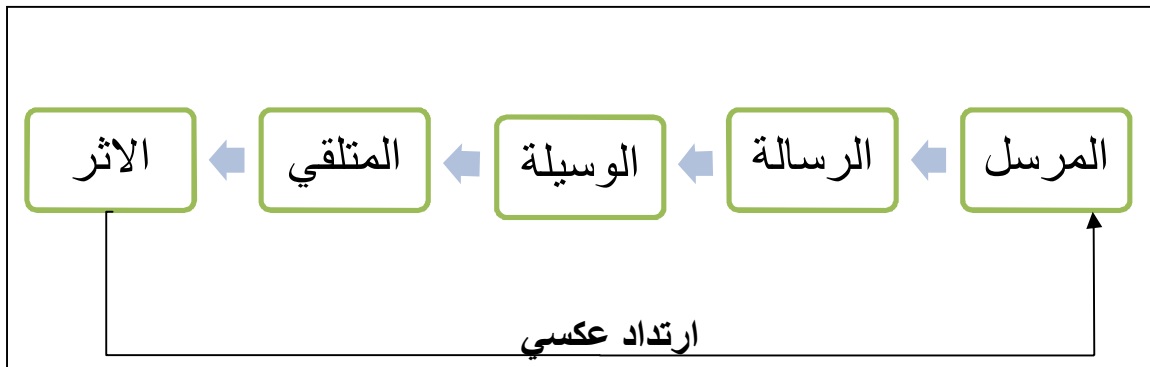
أما الأثر فهو الهدف الذي يسعى المرسل لتحقيقه، حيث لا فائدة من الاتصال الذي لا يغير معلومة أو سلوك، أو لا يضيف جديدا لشخصية المتلقي³.

ويختلف الأثر باختلاف هدف المرسل، ويمكن أن يأخذ الأشكال التالية:

¹ جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي. (لا.ط؛ لا.م: دار الفكر العربي، د.ت)، ص541.
² محمد منير حجاب، مهارات الاتصال الإعلاميين والتربويين والدعاة. (ط: 1؛ لا.م: مجموعة النيل العربية، 2000م)، ص52.
³ عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص8.

- أ- قد يكون الهدف مجرد إيصال معلومة أو خبر، وهذا يحقق الأثر إذا علم المرسل أن المعلومة وصلت للمتلقي وفهمها كما أراد المرسل¹.
- ب- قد يكون الهدف تغيير رأي أو موقف، سياسي أو اجتماعي أو نحو ذلك، قد تصل الرسالة إلى المتلقي ويفهمها ولكنه لا يقبل ما يحاول القائل بالاتصال إقناعه به.
- ج- قد يكون الهدف يبنى سلوك أو خلق معين كترك التدخين، أو الحد من سرعة قيادة السيارة أو تنظيم الوقت، وإحداث هذا الأثر أصعب لأن المتلقي قد يقتنع بصواب الفكرة، ولكنه لا يستطيع تحويل قناعاته إلى سلوك يلتزم به.
- د- قد يكون الهدف تغيير دين المتلقي وعقيدته، وهذا أصعب الأهداف.
- وكلما كان الأثر الذي يرغب المرسل في تحقيقه صعبا، كانت الوسائل والأساليب التي يجب عليه أن يستخدمها أكثر تنوعا وفعالية، والمهارات التي يجب أن يمتلكها أكثر، وكان الجهد الذي يجب عليه أن يبذله أقوى².
- وفي الأخير أستخلص أن فعالية عملية الاتصال الإقناعي تعتمد على فهم الخصائص المتعلقة بكل عنصر من عناصر عملية الاتصال وكذلك تحقيق التكامل المطلوب بينها.

ويمكن توضيح عناصر عملية الاتصال الإقناعي بشكل إجمالي في الشكل الآتي³.



رسم تخطيطي (1) يوضح عناصر العملية الاتصالية.

¹ محمد منير حجاب، مهارات الاتصال الإعلاميين والتربويين والدعاة. مرجع سابق، ص52.

² المرجع نفسه، ص53.

³ هاني عرب، الإتقان في مهارات الاتصال، ملتقى البحث العلمي، 1427هـ، ص7.

2-2-2- مستويات الاتصال الإقناعي:

يتوقف استمرار المجتمع ككيان قائم على العلاقات بين الأفراد على استمرار التواصل أو الاتصال بين أفرادهم، بما يحقق التفاعل بين هؤلاء الأفراد لتحقيق الأهداف الخاصة بهم والعامّة للمجتمع.

وفي عمليات الاتصال التي تتم يوميا نجد أن الفرد يتصل بفرد آخر أو بأكثر من فرد اتصالا مباشرا، ينقل الخبرة أو المعرفة أو يستمع للنصح والإرشاد وغيرها، أو يكون عضوا في جماعة تسمع إلى خطيب في مسجد أو محاضر في محاضرة عامة أو لقاء مع الرؤساء في العمل لشرح سياسية أو برنامج جديد... أو يكون الفرد هو الخطيب أو المحاضر أو الرئيس في العمليات الاتصالية.

كل هذه العمليات التي نقوم بها لإشباع حاجتنا أو كجزء من عاداتنا تعبر عن مستويات معينة للاتصال بالغير، ومن هنا يمكن تقسيم العمليات الاتصالية إلى عدة مستويات كالآتي¹:

أ- **الاتصال الذاتي**: هو الاتصال الذي يتم بين الفرد وذاته، أي عن طريق الاتصال الداخلي، أي مع الذات، (الأنا، والأنا الأعلى، الهو)، ويشمل العمليات العقلية الإدراكية الداخلية، كال تفكير والتخيل والتصور وكل فرد يمر بهذه العملية عندما يكون بصدد تقديم استشارة معينة، أو الإعلان عن رأي أو اتخاذ قرار ما.

ب- **الاتصال الشخصي**: وهذا المستوى يشير إلى ذلك الأسلوب الذي يتم فيه عملية انتقال الأفكار والمعاني في إطار علاقة أولية، حيث يتم تقابل كل من المرسل والمستقبل في مكان واحد، أي وجها لوجه².

والتي تعتمد على الحديث المباشر وهي تتمتع بدرجة عالية من التفاعل، حيث تتضمن الفعل ورد الفعل ومن ثم قوة التأثير، ويصبح فيه المرسل مستقبلا، ويعود ويصبح مرسلا. وهو من أكثر أنواع الاتصال شيوعا، كالاتصال الذي يجري بين أعضاء الأسرة، وللاتصال الشخصي مميزات منها³:

¹ فهد بن عبد الرحمان الشمهيري، التربية الإعلامية. (ط: 1؛ الرياض، لان، 1431هـ/2010م)، ص37.

² محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. (لا.ط؛ لا.م: لان، 1430هـ)، ص17.

³ محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص17.

- انخفاض تكلفة الاتصال، ويتطلب ذلك جمهوراً معروفاً ومحدوداً.
- إمكانية اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين نتحدث إليهم.
- سهولة تقديم حجم التعرض للرسالة ورجع صداها.
- تلقائية الاتصال، حيث تظهر في المحادثات الغير رسمية واللقاءات العابرة، وهذا ما يزيد فرصة تدعيم الصداقة والتعاون بين أطراف الاتصال¹.

ج- الاتصال الجمعي: وهو الاتصال الذي يتم بين فرد وعدة أفراد أو مجموعة من الأفراد بمجموعة أخرى قد لا يعرفون بعضهم، ولكن تجمعهم وحدة أو سمة اجتماعية معينة كما يحدث في الندوات والاجتماعات أو خطبة الجمعة والاحتفالات وإن كان المتحدث والمستمعون لا يعرفون بعضهم بعضاً، لكنهم يلتقون مباشرة في هذه المناسبات.

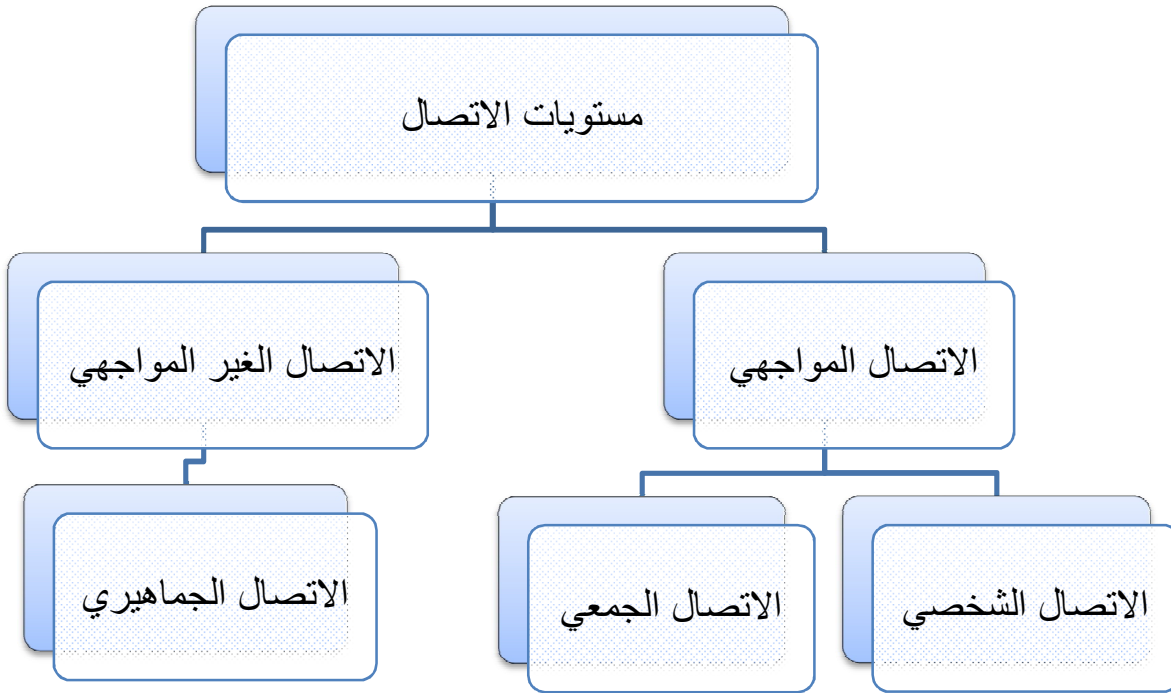
نرى أن النموذجين السابقين (الاتصال الشخصي والجمعي) يحققان الاتصال المباشر وجهاً لوجه بين كل من المرسل والمستقبل ويطلق عليهما أيضاً معاً "الاتصال المواجهي".

د- الاتصال الجماهيري: ويشير هذا المستوى إلى الأسلوب الذي تنتقل به الأفكار والمعلومات بين الناس ومن أشخاص إلى آخرين دون أن يكون هناك تفاعل مكاني يمكن من المواجهة، والتي تنمو العلاقات المباشرة في ظلها، حيث تستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري ويتم عن طريق واسطة ما كالهاتف والصحف والإذاعة والتلفاز، أو التخاطب بالحاسوب، ويتميز هذا المستوى بالقدرة العالية على الانتشار، ويستخدم هذا المستوى عندما يكون الهدف هو نشر المعلومة بسرعة وعلى نطاق واسع، فهي أكثر قدرة على إيصال المعلومات والمعارف، ويعاب على هذا المستوى أنه يعتبر غير فعال، بحيث لا يكون هناك مواجهة بين المرسل والمستقبل والتغذية الراجعة تكون أقل منها في الاتصال المباشر²، يمكن توضيح مستويات الاتصال الإقناعي في الشكل التالي³:

¹ المرجع السابق.

² فهد بن عبد الرحمان الشمهيري، التربية الإعلامية، مرجع سابق، ص38.

³ مجموعة من الأساتذة، الاتصال أهميته أنواعه وسائل. (ط3؛ الرياض: لان، 2008م)، الصف الثالث الثانوي، قسم العلوم الإدارية والاجتماعية، ص34



رسم تخطيطي (2) يوضح مستويات الاتصال.

3-2- أشكال الاتصال الإقناعي ومعوقاته:

1-3-2- أشكال الاتصال الإقناعي:

نرى أن هناك علاقة بين الرسالة غير اللفظية والرسالة اللفظية، فقد تكون شارحة لها أو مدعمة لها، عكس ذلك معوقة لها. فالرسالة هنا جزء منها لفظي يؤدي إلى إثباتها أو نفيها، والتواصل اللفظي يعتمد على الجانب السلوكي والحركي والتعبيري للأفراد.

1-1-3-2- الاتجاه الأول: الاتصال اللفظي.

التعبير اللفظي يتم من خلال استخدام الرموز اللفظية ويطلق عليها اللغة ويشمل كل أنواع الاتصال التي تستخدم اللفظ كوسيلة لنقل المعاني، إلا أن اللفظ ذاته يدخل فيه التنوع والاختلاف، مثل درجة وشدة وحدة الصوت أو النغمة أو نمط الكتابة، ووضوح الصورة بالإضافة إلى وضوح المعنى¹.

¹ هالة منصور، الاتصال الفعال. (لا.ط؛ الإسكندرية: المكتبة الجامعة، 2000م)، ص39.

حيث يظهر لنا أن التعبير اللفظي ضرورة لكل مجتمع إنساني، فمن خلال الصورة اللفظية يتم صياغة الفكرة من خلال البحث والتخطيط والتنفيذ الذي يدونها¹.

2-1-3-2- الاتجاه الثاني: الاتصال غير لفظي.

تعتبر دراسة الاتصال غير اللفظي حديثة نسبياً، حيث ظل الناس يعتقدون لفترة طويلة أن الاتصال لا يمكن فهمه بغير استخدام للكلمات².

حيث يلعب السلوك غير اللفظي دوراً في تواصلنا وعلاقاتنا مع الناس، إذ يمثل العنصر الشفهي في المحادثة التي تتم وجهاً لوجه أقل من 35%، وبينما أكثر من 65% من التواصل يتم بكيفية غير لفظية.

حيث تعبر لغة الجسم عن صورة صادقة للحياة النفسية، فنظراً لقصور الكلمة عن التعبير، عما نود إيصاله للآخر نجد أنفسنا مجبرين على الاستعانة بأعضاء جسمنا³.

ولتعبيرات الوجه والتحديق بالعين أو تحريك الرأس أو تدعيم الأفكار بحركات اليدين...، فإذا كان بإمكان انتقاء الكلمات المناسبة لإظهار غير ما نود التصريح به فعلاً، وبالتالي مخادعة المستقبل بالتواصل اللفظي، فإن الأمر غير ذلك عند استخدام التعبير الجسدي في التواصل لكوننا لا نستطيع أن نظهر على تعبير الوجه غير ما نضمّر.

وهناك عدد من أعضاء الجسم التي تتدخل في عملية الاتصال غير لفظي، بحيث يمكن أن تعمل معاً أو بشكل مستقل وهي: العين وحركاتها، الوجه وتغييراته وتقاسيمه، اليدين وحركاتها، الصمت مع غياب الحركة، نبرات الصوت، كل هذه تساعد على التواصل، وقد تدعم التواصل اللفظي نفسه⁴.

ولذلك فإن الاتصال الفعال بين الأشخاص يعتمد إلى حد بعيد على الصمت، لأن الناس لا يتحدثون بصفة متقطعة.

وللصمت نماذج كثيرة جداً، ولكل منها معناه ومضمونه ونتائجه بالنسبة لعملية الاتصال ذاتها، ومن بين هذه النماذج ما يلي:

¹ المرجع السابق.

² سامي محمد جابر، الاتصال الجماهيري. (لا.ط؛ الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1990م)، ص34.

³ تاعوينات علي، التواصل والتفاعل. (لا.ط؛ الجزائر: ل.ن، 2009م)، ص31.

⁴ المرجع نفسه.

أ- صمت الإنسان عندما يكون غاضبا، فلا يريد أن يعبر بكلمة واحدة عن حالته.

ب- الصمت أثناء الاستماع إلى الحديث أو نشرة أو محاضرة أو رواية...

ج- الصمت الذي يحدث عندما لا يستطيع الشخص أن يفكر في شيء يقوله.

د- صمت الشخص عندما يفكر في نقطة أثارها متحدث غيره.

هـ- الصمت الذي يحدث لشخص عندما لا يفهم المتحدث ما يقوله إليه.

و- وقد يكون الصمت علامة وقار وتبجيل وتأمل

ي- صمت الملل الذي يعبر عن الانسحاب من الموقف¹.

أما عن نماذج الاتصال الغير لفظي أذكر منها:

أ- **الإشارات (Gestues):** تعتبر الإشارات أول وسيلة من وسائل التي طورها الإنسان في اتصاله بالآخرين، والتي إما أن تصاحب لغة الكلام أو تؤدي بمفردها من أجل أن تغطي معنى معين أو ترسل رسالة خاصة، أما المعنى الذي يكمن وراء الإشارات فهو مسألة ثقافية خالصة.

ب- **تغيرات الوجه وحركات الجسم:** نادرا ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحرك، بل أن الوجه يتحرك كثيرا أثناء الكلام، وكذلك جسم الإنسان، وهذه الحركات إنما تعتبر تعبيراً بالغاً عن المشاعر والانفعالات والعواطف وردود الفعل سواء كانت حركات مقصودة أو غير مقصودة².

ج- **المظهر الخارجي:** بعض الثقافات تتعلق أهميتها في المظهر الفيزيقي للإنسان، وعلى جاذبية هذا المظهر، تلك الجاذبية التي قد يختلف تعريفها من عصر إلى آخر ومن أسلوب متحدث إلى أسلوب متحدث آخر، حيث أنها تعبر عن هويتك الخاصة وتنقلها إلى الآخرين بواسطة ذاتك المرئية، والمقصود بلغة الأشياء، أي تلك المعاني التي يخلعها الإنسان على الأشياء التي يغلف بها ذاته، كالملابس والحلي وطريقة تصفيف الشعر.

د- **الاتصال عن اللمس:** يعتبر اللمس أداة اتصالية قوية تعبر عن العديد من المشاعر كالخوف والحب والقلق والدفئ والبرودة³.

¹ سامي محمد جابر، الاتصال الجماهيري. مرجع سابق، ص35.

² منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. مرجع سابق، ص35-36.

³ المرجع نفسه، ص36-37.

وتعلق معظم الثقافات اهتماما كبيرا على اللمس كأداة اتصالية، فضلا عن أهميته كعامل من عوامل نمو الحياة الإنسانية في مراحل الطفولة¹.

2-3-2- معوقات الاتصال:

وتتمثل معوقات الاتصال في المشاكل التي تصادف أحد عناصر العملية الاتصالية في جميع المؤثرات، و التي تمنع عملية تبادل المعلومات أو تعطيلها أو تأخير إرسالها أو استلامها وتشوه معانيها أو بعبارة أخرى أي عائق يقلل من فعالية الاتصالات، الأمر الذي ينعكس على عملية الاتصال ولا يجعلها تحقق الغرض المطلوب منها بدرجة مناسبة، وبعض هذه المعوقات موجودة في الرسالة أو القناة التي يستخدمها المرسل أو المستقبل.

والبعض الآخر من هذه المعوقات ناتج عن البيئة الخارجية المحيطة بهم، ولذا فإن التعرف على هذه المعوقات ومعالجتها يؤدي إلى رفع كفاءة الاتصال في الوصول إلى الأهداف المطلوبة، وفيما يلي أهم المعوقات التي تحد من فعالية الاتصال².

2-3-2-1- معوقات متعلقة بالهدف:

أي أن تكون أهداف الرسالة غير واضحة، كأن يختلط الهزل بالجد، مما يجعل هدف الرسالة غير واضح.

2-3-2-2- معوقات متعلقة بالمرسل:

- الخوف والتردد من ردود فعل المستقبل تجاه الرسالة، فخوف المرسل أو تردده يعيق تغييره عن قصده من رسالته، سواء اختار الرموز والكلمات المعبرة عن المضمون أو الهدف.

- عدم اختيار الرموز والكلمات المعبرة عن مضمون الرسالة.

- عدم اختيار الوقت أو المكان المناسب لإرسال الرسالة.

- عدم اختيار قناة الاتصال أو الوسيلة المناسبة من قبل المرسل³.

¹ المرجع السابق.

² محمد عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص23.

³ المرجع نفسه.

3-2-3-2- معوقات متعلقة بالمستقبل:

- تعامله مع كم هائل من الرسائل، مما يؤدي إلى تعامله مع البعض وإهمال البعض الآخر.
- التفسير الخاطئ للرسالة، نتيجة للقراءة السطحية، أو لرفض مضمونها أو لموقف عدائي مع المرسل أو التفسير على ضوء ما ينتظر المستقبل وليس ما تعنيه المعلومات بالفعل¹.
- عوائق تتعلق بالحواس، مثل نقص السمع.
- وجود فروق اجتماعية، أو سياسية، أو ثقافية، أو تعليمية.

3-2-3-4- معوقات متعلقة بالمرسل والمستقبل معا:

- أ- **الاتجاهات السلبية:** ونعني بها اتجاهات طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل)، وهذا ما يعبر عنه بآراء ووجهات نظر متباينة إزاء بعضهم، يَتمنى ذلك على الميول والعواطف والحاجات².

والمعتقدات والطموح وبتفاعلها معا تتشكل تصرفات الأفراد وسلوكياتهم وأساليب العمل، مواقف تحول دون فهم الرسالة بشكل صحيح، ومن الاتجاهات السلبية التي تعبر عن معوقات الاتصال.

- النظرة الدونية للآخرين: من خلال مشاعر الغرور والتعالي عن أحد طرفي الاتصال، بما يحول دون التفاعل وإشاعة روح التآخي والتعاون.

- الخوف: من الاتجاهات السلبية أيضا هو الخوف الذي يجعل البعض لا يحبذ الاتصال³.

ب- **تباين الإدراك:** إن التباين بين الأفراد في إدراكهم للمواقف المختلفة يعود إلى اختلافاتهم الفردية، الأمر الذي يؤدي إلى اختلاف المعاني، التي يتعاطونها للأشياء وطريقة تعبيرهم عنها. وعدم التطابق في تفسير مضمون الرسالة عند كل من المرسل والمستقبل لاختلاف الخبرة والإدراك عند كليهما.

¹ المرجع السابق.

² سليمان علي الخلوي، معوقات الاتصال الفعال. (لا.ط؛ الرياض: لا.ن، 1419هـ/1998م)، ص54.

³ سليمان علي الخلوي، معوقات الاتصال الفعال. مرجع سابق، ص54.

ج- القصور في المهارات: إن الاتصال الفعال يتطلب توافر مهارات معينة في كل من المرسل والمستقبل كمهارة التحدث والاستماع، فوجود القصور في هذه المهارات المهمة في الاتصال يعتبر عائقاً عن تحقيق التواصل الصحيح¹.

د- المعتقدات: أي أن يشعر المرسل والمستقبل بأن الحقائق والمفاهيم ذات دلالات يصعب عليه فهمها أو يشعر بأن لها مدلول معين، وهذا المدلول غير صحيح.

هـ- عدم الاهتمام: أن يكون المرسل أو المستقبل غير مهتمين بالرسالة.

و- عدم الراحة: كأن يكون المرسل والمستقبل منزعجاً نفسياً².

2-3-2-5- معوقات متعلقة بالرسالة:

- عدم اشتغالها على عنصر التشويق والإثارة الذي يخاطب إدراك المستقبل، ويضمن قوة تفاعله معها.

- عدم تناسب موضوع الرسالة مع المستقبل، من حيث اهتمامه ودرجة استيعابه، ودرجة إدراكه وتلبية احتياجاته.

- اشتغال الرسالة على أكثر من معنى من غير تحديد أحد هذه المعاني.

- عدم وضوح الرسالة.

- عدم انسجام الرسالة مع الواقع العلمي وقابلية التطبيق.

2-3-2-6- معوقات متعلقة بقناة الاتصال:

- اضطرار المرسل إلى استخدام قناة بعينها، دون ملاءمتها لطبيعة الرسالة أو الهدف منها، أو لطبيعة المستقبل ذاته، وبالتالي استخدام قناة غير مناسبة أو غير متوافقة مع الرسالة.

- الافتقار إلى وسائل الاتصال المناسبة والمتعددة.

2-3-2-7- معوقات متعلقة ببيئة الاتصال:

- وجود بعض المعوقات الاجتماعية المرتبطة بالبيئة الثقافية أو الاجتماعية، من عادات وتقاليد وقيم ومعايير وظروف اجتماعية واقتصادية وسياسية قد تكون معوقة لهدف الاتصال، وبالتالي تحد من التأثير الإيجابي لعملية الاتصال³.

¹ محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص24.

² سليمان علي الخلوي، معوقات الاتصال الفعال. مرجع سابق، ص54.

³ المرجع السابق.

- ما يصاحب التقدم التكنولوجي من سرعة هائلة، في تدفق العديد من الرسائل ومن ثم التعامل مع كم هائل منها في وقت واحد، وما يصاحب ذلك اختلاف في التفسير والفهم لتشويشها على بعضها البعض نتيجة لهذا التراكم¹.

من خلال ما سبق استخلص أنه للاتصال الإقناعي أهمية كبيرة، تتمثل في نقل الأفكار والمعلومات والمهارات أو الاتجاهات أو الآراء إلى مستقبل سواء كان فردا أو جماعة بأساليب متنوعة، لتحقيق هدف معين من خلال مصدر ومستقبل بينهما رسالة ووسيلة اتصال، حيث تتم فعالية الاتصال الإقناعي على فهم الخصائص المتعلقة بكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، وكذلك تحقيق التكامل المطلوب بينهما، سواء كان الاتصال ذاتيا أو شخصيا أو جماهيريا من خلال الاتصال اللفظي والاتصال الغير لفظي. ويواجه الاتصال معوقات تؤدي به إلى عدم نجاحه ووصوله بالطريقة المطلوبة.

¹ محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص24-25.

الفصل الثالث:

مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطيب الجمعة

1-3- تعريف المهارة وأهميتها

1-1-3- تعريف المهارة

2-1-3- أهمية المهارة

2-3- أنواع مهارات الاتصال

1-2-3- مهارات الاتصال اللفظي

1-1-2-3- مهارة الحديث

2-1-2-3- مهارة الكتابة

3-1-2-3- مهارة الإقناع

4-1-2-3- مهارة الإلقاء والخطابة

2-2-3- مهارات الاتصال غير اللفظية

1-2-2-3- تعريف المهارة غير اللفظية وأهميتها

2-2-2-3- أنواع المهارة غير اللفظية

يعد الاتصال الإقناعي جانباً مهماً في الحياة فهو أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير في التفاعل بين الأفراد والجماعات، ونظراً لأهمية الاتصال مع الآخرين فإن امتلاك مهارات الاتصال غداً أحد متطلبات نمو هذا الاتصال.

ومن خلال هذا سأطرق إلى مهارات الاتصال الإقناعي التي يمارسها الخطيب أثناء إلقاء الخطبة والتحضير لها.

بحيث قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول تطرقت فيه إلى مفهوم المهارة وأهميتها، أما الثاني فبينت فيه أنواع المهارات اللفظية (التحدث ، الإلقاء والخطابة، الإقناع ومهارات الكتابة). وفي الأخير تناولت فيه المهارات الغير لفظية وهي قسمان لغة الإشارة والجسد والقسم الثاني مهارة نبرات الصوت.

3-1- تعريف المهارة وأهميتها:

3-1-1- تعريف المهارة:

3-1-1-1- في اللغة: المهارة هي الحذق في الشيء، والماهر هو الحاذق في كل عمل، والجمع مهرة، ويقال مهّرت بهذا الأمر أمهر به مهارة أي صرّث به حاذقاً¹.

وعن أم المؤمنين عائشة - رضي الله عنها- قالت: قال رسول الله ﷺ «الماهرُ بالقرآن مع السفرة الكرام البررة، والذي يقرأ القرآن ويتتّع فيه، وهو عليه شاقٌّ، له أجران»².

3-1-1-2- اصطلاحاً:

- إذا كانت الطريقة تعني الوسيلة عمل شيء، فالمهارة تعني القدرة على عمل هذا الشيء، وهي درجة الكفاءة والجودة في الأداء، ومنها فهي القدرة على استخدام المعلومات بفعالية والتنفيذ والأداء بسهولة ويسر³.

¹ ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، باب: الميم، مادة: مهر، ص4287.

² أخرجه مسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري ت: 261هـ، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله ﷺ. تحقق: محمد فؤاد عبد الباقي، ج1 (لاط؛ بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ت)، كتاب: صلاة المسافرين وقصرها، باب: فضل الماهر في القرآن والذي يتتّع فيه، رقم الحديث: 798، ص549.

³ منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. مرجع سابق، ص43.

- تعرف مهارة الاتصال أيضا على أنها مجموعة من السلوكيات والمظاهر والمهارات التي تتعلق بالاتصال مع الآخرين حيث تتاح الفرصة للفرد بأن يتفاعل بكفاءة ويحدث تأثيرا في الآخرين¹.

- أو هي شيء يمكن تعلمه أو اكتسابه أو تكوينه لدى المتعلم عن طريق المحاكاة والتدريب².

- **المهارة الاتصالية:** هي عملية مستمرة تتضمن قيام طرف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنتقل من خلال وسيلة اتصال، أو هي مهارة تبادل المعلومات والتفاهم مع شخص آخر أو آخرين³.

- والمهارة هي فن استخدام الاتصال بطريقة تجعل المتلقي يفهم الرسالة، ويستفيد من مضمونها، ومن بين هذه المهارات (مهارة الإلقاء ومهارة الحديث ومهارة القراءة ومهارة الكتابة ومهارات الغير لفظة).

فيمكن من هنا أن نخلص إلى أن المهارات الاتصالية هي كل الطرق والوسائل التي تساعد القائم بالاتصال للتأثير في مستمعه ويحقق بها كل أهدافه للوصول إلى إتصال ناجح فعال.

3-1-2- أهمية المهارة الاتصالية:

يعد الاتصال الإقناعي جانبا مهما في الحياة، فهو أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير والتفاعل بين الأفراد والجماعات.

فكلما اتسعت وتنامت خطوات التغيير والتطور، اتسعت وازدادت الحاجة إلى المعلومات والأفكار والخبرات، وبالتالي إلى قنوات الاتصال لنقلها وإيصالها إلى الأفراد والجماعات، ومن خلال هذا أصبح الفرد في حاجة ماسة إلى امتلاك مهارات الاتصال من أجل التواصل وفهم ما يريده الطرف الآخر، بحيث تعد إحدى المهارات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها الفرد فإذا فشل المستمعون في فهم كلامه أو إذا انصرف عدد كبير منهم⁴

¹ محمد ديماس، فنون الحوار والإقناع. (ط: 1؛ لا.م: دار ابن حزم، 1420هـ/1999م)، ص26.

² منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. مرجع سابق، ص43.

³ علاء محمد القاضي وبكر محمد حمدان، مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص147.

⁴ وفاء محمد عدنان، مهارات الاتصال الفعال. مرجع سابق، ص28.

عن الإنصات له نتيجة الإحساس بالملل مما يقول يكون قد فقد القدرة على التواصل مع الجمهور.

وكذلك اكتساب مهارات الاتصال تكسب الفرد الثقة بالنفس وقوة الشخصية.

ومن هنا نجد أن المهارات تؤطر عملية الاتصال وتؤدي بها إلى النجاح والاستمرار وتحقيق الأهداف المنشودة من خلال عملية التواصل بالآخرين¹.

2-3- مهارات الاتصال الإقناعي:

تمثل الأصوات جزءا مهما من اللغة، وتعبر بشكل كبير عن ثقافة الفرد والمجتمع، وتستخدم منذ القدم لتصوير المشاعر والتأثير في العواطف، لذا انتبه الخطباء والمتحدثون البارزون لأهميتها وتأثيرها الواضح في عقول المستمعين، فاستخدموها لتحقيق أهدافهم والتعبير عن أفكارهم.

كما أنها إحدى مهارات الحوار والقدرة على إيصال المعاني للآخرين وذلك باستخدام عدد من المؤثرات المرتبطة بنطق الألفاظ، والقدرة على الكلام. ويتضح أن المهارات اللفظية التي تساعد المتحدث على نقل أفكاره والتعبير عن مقاصده بشكل إيجابي.

1-2-3- مهارة الحديث:

1-1-2-3- تعريف مهارة الحديث وأهميتها:

هي مدى قدرة الشخص على اكتساب الموافقة الإيجابية عند اتصاله بالآخرين، ويتكون موقف الحديث دائما من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة أو طرح رأي محدد أو موضوع بعينه وهو الطرف المعني بالحديث والمستمع له، ثم الظروف المحيطة بموقف الحديث أهم واسطة للاتصال بالآخرين والتأثير عليهم، وقد تكون هي الواسطة الوحيدة في أغلب الأحوال².

¹ المرجع السابق.

² عليان أحمد فواد، المهارات اللغوية ماهيتها وطرق تنميتها. (ط: 2؛ الرياض: دار مسلم، 2000م)، ص107.

كما تعد هذه المهارات إحدى أوجه الاتصال اللفظي، وهي عبارة عن رموز لغوية منطوقة تقوم بنقل أفكار ومشاعر إلى الآخرين وذلك عن طريق الاتصال المباشر كالمناقشات والخطب وغيرها، عبر وسائل اتصال مختلفة (تلفزيون، إذاعة، هاتف، تحدث مباشر)¹.

3-2-1-2- أهمية مهارة الحديث:

يعد الحديث الوسيلة الأساسية للتواصل، ويشكل أداة اتصال سريعة بين الأفراد، فالإنسان الذي يتقن مهارات الحديث يكون قادراً على ضبطها وأدائها، وغالباً ما يكون ذلك كله سبباً من أسباب إحرازه النجاح في حياته العامة والخاصة، لأن مهارة الحديث هي التي ترسم صورته الشخصية في أذهان الآخرين، وضعف التحكم فيها أو فقدانها مدعاة للفشل. وتكمن أهمية مهارة الحديث فيما يلي:

- أ- يجعل الإنسان معتاداً على الطلاقة في التعبير عن أفكاره والقدرة على مواجهة الآخرين.
- ب- الحياة العملية بما فيها من مواقف في حاجة ماسة إلى المناقشة، وإبداء الرأي، والإقناع، ولا سبيل في ذلك إلا عن طريق الحديث الذي يمكن الفرد من التعبير عما في نفسه.
- ج- الحديث مؤشر صادق للحكم على المتحدث، ومعرفة مستواه الثقافي.
- د- الحديث وسيلة للإقناع والفهم والإفهام بين المتحدث والسامع.
- هـ- الحديث نشاط إنساني يتيح للفرد فرص التعامل مع الآخرين، والتعبير عن مطالبه الضرورية².

3-2-1-3- شروط مهارة الحديث المؤثر:

- حتى يكون الحديث مؤثر للمتلقي يجب أن تتوفر فيه ما يلي:
- أ- المعرفة: وتعني ضرورة معرفة الموضوع قبل بدء التحدث فيه³.

ب- الإخلاص: بحيث ينبغي أن يكون المتحدث مؤمناً بموضوعه مما يولد لدى المستمع الاستجابة الإيجابية.

¹ وفاء محمد عدنان، مهارات التواصل الفعال. (ط: 3؛ السعودية: لان، 2012م)، ص24.

² عليان أحمد فؤاد، المهارات اللغوية ماهيتها وطرق تنميتها. مرجع سابق، ص190.

³ وفاء محمد عدنان، مهارات التواصل الفعال. مرجع سابق، ص44.

ج- الحماس: حيث يجب أن يكون المتحدث تواقا للحديث عن الموضوع، ويعطي هذا الحماس انطبعا لدى المستمع بأهمية الرسالة.

د- الممارسة: فالحديث المؤثر لا يختلف عن أي مهارة أخرى يجب أن تصقل من خلال الممارسة، التي تزيل حاجر الرهبة والخوف وتكسب المتحدث مزيدا من الثقة تنعكس في درجة تأثيره في الآخرين¹.

3-2-1-4 - فوائد التحدث أمام الآخرين:

إن فن الحديث الفعال ليست بظاهرة جديدة، فهو صفة عامة لها العديد من المزايا التي يمكن أن تعود على القائم بالاتصال من القدرة على التحدث أمام الآخرين، حيث إن امتلاك هذه المهارة يؤدي إلى الظهور، فما زادت طلاقة المتحدث في استخدام هذه المهارة، زاد ظهوره وازداد إنجازاه على المستوى المهني والمادي.

وهناك نقطة مهمة يجب توضيحها حيث يلجأ إليها المتحدثون دائما وهي أن التحدث مع الآخرين يعد بمثابة إعلان راق، حيث يعرض الفرد قدراته دون الإفصاح عنها بوضوح².

3-2-1-5- مهارات الحديث:

يأتي الحديث استجابة لمواقف الحياة المختلفة، وهو وسيلة للاتصال بالآخرين والظهور البارز لشخصية الفرد وثقافته، ومن خلاله يشعر الإنسان بأن له كيان، وأنه قادر على التأثير في الآخرين، والتواصل معهم، واكتساب الطلاقة اللغوية عند المتحدث، وهو حصيلة مهارات متعددة، على القائم بالاتصال أن يكون ملما بها حتى يصبح مرسلا متمكنا وخطيبا بارعا ولعل من أبرز مهارات الحديث هي³:

أ- نطق الحروف من مخارجها الأصلية، ووضوحها عند المستمع، وهي من المهارات المهمة، لأن الحرف إذا لم ينطق نطقا سليما يكون من المحتمل أن يفهم المعنى على غير وجهه الصحيح.

¹ المرجع السابق.

² دورثي ليندز، فن التحدث مع الآخرين بلباقة. (لا.ط؛ لا.م: دار الفاروق، 2006م)، ص15.

³ مصطفى رسلان، تعليم اللغة العربية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1426هـ)، ص118.

ب- قدرة المتحدث على عرض فكرته بطريقة مرتبة تنتقل من البسيط إلى المركب، ومن المجل إلى المفصل، مثل هذه المهارة تمكن القائم بالاتصال عامة والخطيب بصفة خاصة، من إفهام السامعين وإيصال ما يريد توصيله إليهم.

ج- تسلسل الأفكار وترابطها تجعل موضوع الخطبة متدرجا في فهمه، فلا يخرج من الموضوع الأصلي إلى موضوعات فرعية تبعد السامعين عن الموضوع الأصلي.

د- الإقناع وقوة التأثير وهي مهارة تتعلق بعرض الأفكار وتنسيقها وهي تساعد المتحدث على نقل أفكاره بسهولة.

هـ- القدرة على استخدام الأدلة والاستشهاد¹.

وفي الأخير إن ما سبق يجعل من الواجب على الخطيب أن يتقن هذه المهارات.

- **الموضوعية:** وتعني قدرة المتحدث على السلوك والتصرف وإصدار أحكام غير متحيزة لعنصر أو رأي أو سياسية، والعدالة في الحكم على الأشياء والتحدث بلسان مصالح المستحقين وليس مصالح الخاصة.

- **الصدق:** ويعني أن يعكس الحديث حقيقة مشاعر المتحدث وأفكاره وآرائه، كما يعني أن تتطابق أحوال المتحدث مع أفعاله وتصرفاته.

- **الدقة:** وتعني أن التأكد من أن الكلمات التي يستخدمها المتحدث تؤدي المعنى الذي يقصده بعناية.

- **الاتزان الانفعالي:** ويقصد به أن يظهر المتحدث انفعاله بالقدر الذي يتناسب مع الموافق وأن يكون متحكما في انفعالاته.

- **المظهر:** ويعني أن يعكس مظهر المتحدث مدى رؤيته لنفسه كما يحدد الطريقة التي ينظر بها الآخرين إليه ويشكلون أحكامهم عنه، ويضم المظهر العام، النظافة، الأناقة الشخصية، والملبس، والمظهر المناسب للحالة، وكذلك الصحة النفسية والبدنية².

¹ المرجع السابق.

² محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص 39.

3-2-1-6- مميزات المتحدث الناجح:

أ- **الوضوح:** المتحدث الناجح هو الشخص الذي يستطيع التعبير عن أفكاره بدقة، وبلغة سهلة، وجمل قصيرة مختصرة، وصوت واضح، وسرعة معتدلة.

ب- **الحماس:** لا يكفي أن يعرف المتحدث كل شيء عن موضوعه، ولكن ينبغي أن يكون تواقا للحديث عنه، والحماس يجعل المتحدث أكثر حيوية وحرارة ولا شك أن إدراك الجمهور لحماس المتحدث يعطي فاعلية وحيوية التفاعل والنقاش والحوار، لكن يجب أن يكون المتحدث متحكما في انفعالاته ولديه القدرة على امتصاص الغضب من المستمعين وحسن معاملتهم.

ج- **قوة الذاكرة:** أن يكون حاضر ذهن سريع التذكر حتى لا يظهر الفتور فيما يقدم للناس أثناء الحديث، وأن يضيف المعلومات مما يذكر من نقاش سابق، ليربط بين المعلومات السابقة والمعلومات الجديدة.

د- **المهارة في استخدام اللغة غير اللفظية:** الحديث الشفوي لا يقتصر على استخدام اللغة اللفظية فقط، بل يسند بها باللغة غير اللفظية، مثل المؤثرات الصوتية، كالتغيير نبرة الصوت جهرا أو همسا، إذا كان لا يستطيع أن يغير صوته من غير الصفات الخلقية، إلا أنه يمكنه تغيير طريقة النطق من خلال التحكم في الصوت ورفع، أو خفضه وضبط نغمته وضبط سكنته وفقا للفكرة التي يتناولها والأثر الذي يسعى إلى إحداثه في المستمع، إذا كان المتحدث مرئيا كخطيب يخطب يوم الجمعة، يستخدم الحركة وإيماءات اليدين وحركات الجسم¹

3-2-1-7- النقاط الصعبة في الحديث:

تجد خمسة نقاط صعبة يتعثر بها المتحدثون باستمرار، وهذه النقاط تمر بصعوبة على المتحدث، وقد يفقد فيها انتباه الجمهور بسهولة، وهذه النقاط الصعبة هي:

أ- **استهلال الحديث:** كيف يستحوذ المتحدث على انتباه الجمهور، وهو يبدوا واثقا قويا أمامهم.

¹ المرجع نفسه، ص38.

ب- ختام الحديث: وهي مدى قدرة المتحدث عل جذب انتباه الجمهور، حتى بعد انتهاء الحديث.

ج- أساليب الانتقال من فكرة إلى فكرة أخرى في الحديث: وهذا هو الفرق بين حديث عادي وحديث جذاب.

د- الأسئلة والإجابات في الحديث: وهي مدى محافظة المتحدث على توازنه وهدوئه في هذا الموقف مهما كانت مكانة الشخص الذي يطرح السؤال.

هـ- وسائل الإيضاح المرئية: إن استخدام وسائل الإيضاح المرئية بصورة سيئة يفسد الحديث، حيث تستحوذ على نسبة 90% من انتباه الجمهور، فإذا تم استخدامها جيداً يستحوذ المتحدث على 90% من انتباه الحضور¹.

3-2-2- مهارة الكتابة:

3-2-2-1- تعريف الكتابة:

1- لغة: من مصدر (كتب) أي كتب الشيء، يكتبه كتبا، وكتبه خطه، وقيل: كتبه خطه، واكتبته: استملاه، وكذلك استكتبه، واكتبته كتبه².

2- اصطلاحاً: الكتابة ظاهرة إنسانية استخدمها الإنسان منذ فجر التاريخ للتعبير عن خواطره، وتسجيل أفكاره وإنجازاته وتجاربه، كما استخدمها كوسيلة في التعبير والإفهام و التواصل مع غيره من الناس³.

3-2-2-2- أقسام الكتابة:

وتنقسم الكتابة من حيث الغرض إلى ما يلي:

1- التعبير الوظيفي: يتناول غرضاً من أغراض اتصال الناس بعضهم ببعض بقصد تنظيم حياتهم، وقضاء حاجاتهم: مثل كتابة الأخبار، أو الإعلانات أو الرسائل أو المذكرات.. إلخ.

2- التعبير الإبداعي: يتناول الأفكار والخواطر النفسية والمشاعر والأحاسيس القلبية لنقلها إلى الآخرين بطريقة مشوقة مثيرة وبإلقاء فصيح⁴.

¹ وفاء محمد عدنان، مهارات التواصل الفعال. مرجع سابق، ص 34.

² ابن منظور، لسان العرب. مرجع سابق، باب: الكاف، مادة: كتب، ص 4812.

³ عبد الله بن محمود فجال، أثر برنامج ترببي قائم على تنمية المهارات الكتابية لدى طلاب السنة التحضيرية. مذكرة تعليمية، السعودية: جامعة الملك سعود، قسم مهارات تطور الذات، ص 4.

⁴ عبد المنعم عبد الصمد، "مهارة الكتابة". مجلة القراءة والمعرفة، العدد 5، 2011م، ص

3-2-2-3- المهارات الكتابية:

1- مهارة الشكل: ويطلق عليها المهارات التنظيمية ويقصد بها القدرة على تقسيم الموضوع من مقدمة و متن وخاتمة وكتابة فكرة رئيسية في فقرة مستقلة.

2- مهارة المضمون: وتتعلق بالأفكار مثل: اختيار الموضوع، كتابة عنوان معبر، كتابة مقدمة مناسبة تشير إلى أهم الأفكار، تناول الموضوع بدقة ووضوح وتسلسل منطقي، كتابة خاتمة الموضوع، تلخيص أهم الأفكار، تحديد الأفكار الرئيسية والفرعية بوضوح، صحة المعلومات ودقتها، مناسبة الكلام لمقتضى الحال، تأييد الأفكار بالأدلة والشواهد والبراهين. كما يطلق عليها المهارات الفكرية والمقصود بها ما يلي¹:

أ- أن يربط بين آراء المقدمة والحقائق.

ب- أن يراعي الترتيب المنطقي وتسلسل الأفكار.

ج- أن يقسم الموضوع إلى أفكار بالترتيب.

د- أن تتوفر الوحدة والتماسك في تناول الموضوع .

هـ- أن تتغلب الوحدة الموضوعية على الآراء الشخصية و التعصب².

3- مهارة الأسلوب: مثل صحة المرادفات، وصحة الجمل، ترابط الفقرات وإتباع القواعد النحوية السليمة³.

3-2-2-4- لكل خطيب طريقته في الكتابة:

وفي سياق بحثي هذا سأطرق إلى مهارة الكتابة من طرف خطيب الجمعة.

يختلف من يعدون خطبهم بأنفسهم من الخطباء تبعاً لاختلاف اهتماماتهم وعملهم وثقافتهم ونوعية المصلين معهم ومدى تفاعلهم مع الخطيب⁴.

فبعض الخطباء يكتفون بأفكارهم وخواطيرهم عن الرجوع إلى المراجع والمصادر، ويخطون بأسلوبهم وما يوحى به ذهنهم وقت الكتابة بغض النظر عن أهمية ما يكتبون عن عدمها، أو ترابط الموضوع من تفككه.

¹ فتحي يونس، أساسيات تعلم اللغة العربية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1977م)، ص437.

² فتحي يونس، أساليب تعلم اللغة العربية. مرجع سابق، ص437.

³ راجح حسين تميم، الكتابة الإبداعية. (لا.ط؛ لا.م: دار الكتاب الجامعية، 2007م)، ص88.

⁴ إبراهيم بن محمد الحقي، "كيف تعد خطبة الجمعة". 1431هـ، ص1.

والبعض الآخر من الخطباء يكتفون بمرجع واحد ينقل منه أو يختصره ويعدل فيه، ومن الخطباء من لا يكتب خطبته حتى يقرأ في موضوعها عددا من الكتب ويراجع فيها مراجع كثيرة.

حيث يختلف الخطباء في مدى اهتماماتهم بالخطبة فالبعض لا يفكر في موضوع الخطبة إلا ليلة الجمعة أو صباحها أو قبل صعود المنبر بوقت غير كثير¹.

3-2-2-5- الخطوات اللازمة لإعداد الخطبة:

ينبغي على الخطيب الجاد في إعداد خطبة الجمعة أن يراعي ما يلي:

- 1- اختيار الموضوع .
- 2- جمع النصوص والنقول والأفكار وعناصر الموضوع المختار.
- وينبغي في جمع المعلومات لإعداد الخطبة مراعاة ما يلي:
- 1- البدء بالمصادر المتخصصة وجعلها أصلا، ثم البحث عن مصادر أخرى مساعدة.
- 2- أن ينطلق في عناصره وأفكاره من النصوص التي جمعها فذلك ادعى للإقناع وأيسر عليه، لذا فإن صياغة الأفكار ووضع العناصر على ضوء النصوص التي جمعها يؤمنه من الخطأ.
- 3- بعد جمع النصوص يقدر كثرتها من قلتها بالنسبة لخطبته فان كانت كثيرة قسمها على أكثر من خطبة.
- 4- بعد اختيار النصوص التي سيجعلها في خطبته يضع لها عناصر مختصرة.
- 5- يرتب العناصر التي وضعها بنصوصه حسب رؤيته التي يراها مناسبة لوضعها في الخطبة.
- 6- بعد الفهرسة والترتيب يقدر ما الخطبة الأولى وما الثانية من العناصر المذكورة².

7- ثم يبدأ بالصياغة حسب الخطة التي وضعها والمادة التي جمعها:

وهناك أمور ينبغي التنبيه لها أثناء الصياغة منها:

1- الإخلاص لله تعالى في كتابته واستحضار النية الخالصة و مجاهدة النفس في ذلك.

¹ المقال السابق.

² إبراهيم بن محمد الحقي، "كيف تعد خطبة الجمعة". مقال سابق، ص4.

- 2- أن يعيش مع الخطبة بقلبه ويضع نفسه محل السامع أي كأنه المخاطب بهذه الخطبة¹.
- 3- إن أحس الخطيب أن القلم لا يجاريه في الكتابة، وإن أفكاره مشتتة، وذهنه مشوش فليتوقف عن الكتابة، حتى يزول ما يشغله أو ينسيه وثم يعود إليها مرة أخرى.
- 4- إذا أشكلت عليه بعض الكلمات، أو الجمل من جهة اعرابها أو صرفها أو دلالتها على المعنى الذي يريده، أو غير صحيحة، فعليه الرجوع إلى المعاجم اللغوية، أو استبدال الكلمة، أو الجملة التي شك فيها بكلمة، أو جملة أخرى يعلم بصحتها.
- 5- العناية بعلامات الترقيم، وبداية الجمل ونهايتها، حتى يعينه ذلك على قراءة الخطبة².

3-2-3- مهارة الإقناع:

تعد مهارة إقناع الآخرين من مهارات الاتصال بين الأشخاص، والتي يلجأ إليها الفرد للتعامل في بيئته الاجتماعية وهي ترتبط ارتباطاً قوياً بالقدرة على الإقناع، وهي عنصر ضروري للتفاعل الاجتماعي بين الأفراد في كافة المستويات، وربما تكون قوة الإقناع مصدر للتميز في الحياة والعمل، وقد تكون العنصر الحاسم في تمييز الناجحين عن باقي الناس.

فهناك أفراد عديدين لديهم القدرة على الإقناع بشكل غير معقول فمهما كانت المواقف تجدهم قادرين في المعتاد على جعل الآخرين يتفقون معهم، أما بالاتفاق مع آرائهم أو عمل ما يريدونه منهم أن يفعلوا، ويبدو هذا الأمر، عند بعض الناس على أنه شيء هين، لا يحتاج إلى مجهود، وربما يكونون متمكنين للغاية في مهارات الإقناع التي تبدو لهم على أنها شيء هين ولا يحتاج إلى مجهود.

¹ معروف الرصافي، نفح الطيب للخطابة و الخطيب. (ط: 1، لا.م: لا.ن، 1336هـ / 1917م)، ص7.

² المرجع نفسه، ص8.

3-2-3-1- تعريف الإقناع:

أ- في اللغة: الرضا بالشيء، وأصله مادة قَنَعَ، ونقول قنع قناعة أي رضي، ومن أمثال العرب "خير الغني القنوع وشر الفقر الخضوع"¹. وقل تعالى: ﴿مُهْطِعِينَ مُقْبِعِي رُءُوسِهِمْ لَا يَرْتَدُّ إِلَيْهِمْ طَرْفُهُمْ وَأَقَدْتُهُمْ هَوَاءً﴾ [إبراهيم: 43]. المقنع رأسه هنا يعني الذي طأطأ رأسه وينظر في ذل وخشوع².

وإذا رجعنا إلى أصل الكلمة في معجم الإعلام نجد أنها تفاعل كلمة Persuasion ذات الأصل اللاتيني وتتكون من مقطعين Per وتعني عاطفي أو انفعالي و Suadre وتعني يحث، أي أن يجعل شخصا ما يفعل أو يعتقد في شيء ما من خلال البحث العاطفي أو العقلي³.

وجاء في المعجم الوسيط قنع بمعنى مال، ويقال قنعت الإبل والغنم معا، أي مالت لمأواها، وأقبلت نحو صاحبها، ويقال أيضا فلان قنوع أي راضي القسمة، والسير فهو قانع وقنيع إلى فلان أي انصاع له وانقطع إليه⁴.

ب- في الاصطلاح:

ككل المصطلحات المهمة التي يكثر الجدل حولها، حيث يعتبر مصطلح الإقناع من أبرز المصطلحات التي عرفت اهتماما ملحوظا، ولا سيما من طرف علماء النفس، وعلماء الاجتماع والسياسيين، وكل حسب تخصصه وتوجهه وهدفه وللإقناع تعاريف عدة أذكر منها:

- الإقناع هو عملية فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر، وإخضاعه لفكرة ما⁵.

- الإقناع أن تجعل شخصا يقوم بعمل ما عن طريق النصح والحجة والمنطق أو القوة⁶.

¹ ابن منظور، لسان العرب. مصدر سابق، باب: القاف، مادة قنع، ص3754.

² القرطبي: محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح، الجامع لأحكام القرآن. تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، ج9(ط: 2؛ القاهرة: دار الكتب المصرية، 1384هـ / 1964 م)، ص377.

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر، 2004م)، ص209.

⁴ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. مصدر سابق، باب: القاف، مادة: قنع، ص763.

⁵ عبد الله محمد العوشن، كيف تقنع الآخرين. مرجع سابق، ص18.

⁶ إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. مرجع سابق، ص189.

- وجاء في معجم مصطلحات الإعلام على أنه دفع القارئ أو المستمع أو المشاهد للاستجابة المطلوبة، بأن تتوفر له أسباب الإقناع بالمزايا أو الفوائد التي يمكن أن تحقق له سلعة أو الخدمة المعلنة عنها، وكيف يمكن أن تؤدي إشباع الحاجة أو مجموعة الحاجات الفكرية أو المكتسبة، التي استثارها المعلن، في مرحلة خلق الرغبة ولا يمثل الإقناع الأسلوب العقلي فقط، القائم عن الحجج السليمة والبراهين المنطقية، بل يمتد ليشمل النواحي الأخرى مثل الأسلوب العاطفي، والإيحاء غير المباشر¹.

ومن هنا يمكنني تعريف الإقناع على أنه "العملية التي تقوم بمحاولة جعل الشخص يقبل رأياً أو فكرة أو يقوم بعمل ما".

2-3-2-3- عناصر مهارة الإقناع:

أ- **التخطيط:** ويعني تخطيط الفرد وإعداده للموضوع الذي سيتم التحدث فيه قبل إجراء المحادثة ويشمل هذا التدريب على موضوع المحادثة، وتوقع استجابات الطرف الآخر، ومراقبة ما يقال أثناء عملية التحاور، والتفكير فيما سيقال في الجزء الثاني من المحادثة.

ب- **الحضور:** وهي الوعي برد فعل الآخرين أثناء عملية التحاور وإدراك التوقيت الذي ينتهي فيه الخطاب.

ج- **الاهتمام بالموقف والفرد:** يعني ملاحظة الآخرين واهتماماتهم والمتغيرات الموقفية، التي تؤثر على طريقة الفرد في عملية الاتصال بالآخرين.

د- **ردّ الفعل:** هو أن الفرد في كل ما قيل في المحادثة بعد إتمامه، سواء ما قاله الشخص نفسه أو ما كان ينبغي أن يقوله أو ما قاله الطرف الآخر.

هـ- **النتائج:** أي التفكير في النتائج التي يمكن أن تترتب على ما قيل في المحادثة أو الاتصال².

وتعتبر مراعاة هذه العناصر في عملية الاتصال الإقناعي من العوامل الأساسية التي تقوي من قدرة الفرد على الإقناع، فالهدف من عملية الاتصال –على أي مستوى- هو نقل رسالة ما، وهذه الرسالة من المفروض أن تضيف معلومة ما أو رأياً ما³، أو تنقل

¹ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام انجليزي فرنسي عربي. (ط: 2؛ لبنان: دار الكتاب، 1994م)، ص53.

² ليلي شحرور، فن التواصل الإقناعي. (ط: 1؛ لبنان: دار العربية للعلوم، 1430هـ/2009م)، ص180.

³ خالد فياض، المهارات الاتصالية. معهد البحرين لتنمية السياسة، 2014م، ص64.

اتجاهها معيناً أو توصل قيمة محددة، ولكي نتأكد من وصول الرسالة، فلا بد من معرفة أثر عملية الاتصال على المتلقي، ويمثل الأثر هنا درجة الإقناع بالرسالة والذي غالباً ما يترجم إلى تغيير السلوك أو الاتجاه أو القيمة¹.

3-3-2-3- العوامل المؤثرة في عملية الإقناع:

هناك ثلاث عوامل أساسية تؤثر في مدى قدرة الفرد المرسل على الإقناع ويختلف ثقل كل عامل باختلاف العوامل الشخصية والموضوعية المحيطة بعملية الإقناع، وهذه العوامل هي:

أ- **التعرض الاختياري للإقناع:** تتطلب عملية الإقناع أن يكون تعرض الفرد اختياري دون ممارسة ضغوط عليه، ثم ممارسة الضغوط بهدف الإقناع تؤدي إلى استشارة عوامل الرفض الداخلي لمضمون الرسالة، مما يصعب مهمة القيام بالإقناع، ولهذا يجب على القائم بالإقناع أن يركز على مساعدة المستقبل على التهيئة الذاتية للإقناع.

ب- **تأثير الجماعة الأساسية التي ينتمي إليها المستهدفون:** تلعب الجماعة التي ينتمي إليها الفرد رسمياً أو حتى عقلياً أو عاطفياً دوراً قوياً في التأثير على عملية الإقناع لدى المستهدف بالإقناع، ويمكن للقائم بالإقناع من استخدام هذا الدور في التأثير على المتلقي عن طريق ضرب الأمثلة الملائمة واستغلال أفراد الجماعة في توجيه رأي الفئة المستهدفة بالرسالة².

د- **تأثير قيادات الرأي:** هم الأفراد ذو التأثير الذين يساعدون الآخرين ويقدمون لهم النصيحة ويتأثر بهم الآخرون أحياناً أكثر من وسائل الاتصال، ويمارس قادة الرأي دوراً هاماً في تغيير اتجاهات الأفراد ويمكن للقائم بالإقناع أيضاً استخدام هذا الدور في التأثير على الجمهور المستهدف بالإقناع³.

¹ المرجع السابق.

² سوزان الشوا، فن الإقناع. (لاط؛ لام: لان، دت)، ص 58-60.

³ المرجع نفسه، ص 62.

3-2-3-4- استراتيجيات الإقناع:

هناك عدد من الإستراتيجيات يستخدمها القائم بالاتصال في محاولات تأثيره على المستقبل المستهدف بالإقناع، وهناك يتأثر استخدام الإستراتيجيات بالصفات الشخصية للمستهدف بالإقناع، ومدى تأثيره بنوعيات الرسائل الموجهة له، وهذه الإستراتيجيات هي:

أ- الاعتماد على العاطفة أو المنطق أو الاستمالة:

في واقع الأمر ظهر أنه ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نؤكد على إمكانية الاعتماد عليها في هذا المجال، إلا أن درجة الاستمالة العاطفية تزيد عند إقتناع المستهدف بالرسالة، حيث تعتمد في هذه الحالة على استمالة دوافع الفرد إلى حد ما، وليس أماننا من طريق لتحديد مدى استخدام الاستمالات العاطفية أو المنطقية إلا بدراسة الاختلافات الفردية للمستهدفين، عندما تكون هناك خبرة سابقة بين القائم بالاتصال والمستهدف بالإقناع، فإن ذلك يساعد على إمكانية التعرف على كل فرد على حده أو كل مجموعة صغيرة والأسلوب مناسب للاستخدام معها¹.

ب- الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة:

تؤكد التجارب أن نسبة كبيرة من المجموعات التي تتعرض لدرجة معتدلة من التخويف تتأثر بالنصائح التي يستمع إليها².

وتقل هذه النسبة كل ما زادت درجة التخويف، فالرسالة التي تعمل على إثارة الخوف، يقل تأثيرها كلما زادت درجة أو قدرة التخويف فيها، ويرجع السبب في ذلك إلى أن المستهدف بالرسالة الإقناعية ترتفع درجة توتره نتيجة للتخويف الشديد، ويؤدي إلى التقليل من شأن التهديد وأهميته هذا يؤدي إلى الابتعاد عن الرسالة بدلا من التعلم منها أو التذكير بمضمونها.

ج- عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع: يؤدي عرض الجانب المؤيد لرأي المستهدف بالإقناع إلى تدعيم رأيه والتفاعل مع المتحدث العادي، لأن الرسالة التي تعرض

¹ جيمس بورج، الإقناع. (لاط، الرياض: مكتبة جرير، 2009م)، ص13.

² ويليام ج ماكولاف، فن التحدث والإقناع. ترجمة: وفيق مازن، (لاط، لا.م: دار المعارف، 1991م)، ص150.

جانبا واحدا من الموضوع تكون قادرة على إقناع الأفراد ودفعهم إلى تبني وجهة النظر المعروضة عندما يتم التأكيد عليها من طرف المستهدف¹.

د- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع: يقوم المرسل أو المتحدث بصفة عامة والخطيب بصفة خاصة في بعض الأحيان بنسب المعلومات أو الآراء التي يقولها لمصادر معينة أو مراجع ويلاحظ أن المستمع بعد فترة من الزمن سوف يتذكر المضمون دون أن يتذكر المصدر، وذلك باستثناء المصادر الدينية المختلفة، مثل الكتب السماوية أو الأحاديث الدينية والمصادر التي يعتبرها المستهدف أو المستمع ثابتة وصادقة تسهل من عملية الإقناع في حين أن المصادر الأخرى قد تؤدي إلى نظرة سلبية قد تشكل مانعا أمام الإقناع.

هـ- درجة الوضوح أو الغموض في الرسالة:

تمثل درجة الوضوح في الرسالة أهمية كبيرة في إقناع المستمعين، فكلما كانت هذه الرسالة الواضحة لا يحتاج لجهد في تفسيرها. واستخلاص النتائج، أصبحت أكثر إقناعا، إلا أن الوضوح في الهدف من الرسالة المعروضة قد يعطي الفرصة لاتجاهات المستقبلين في مواجهة الرسالة.

في حين أن الهدف الضمني يترك للمستهدف الفرصة، لكي يعمل ذهنه ويستنتج الهدف، من غير أن يشعر بتوجيه نحو الهدف².

و- الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة:

إذا قدم المرسل في الرسالة حجج متناقضة فإن ذلك يكون دافعا للمستقبل لترك الرسالة المستهدفة وعدم الالتفات إلى الهدف منها مهما كان نبل هذا الهدف أو صحته، فالحجج القوية المنطقية أكثر منطقية وتأثيرا على المتلقي ولذلك يفضل البدء بالحجج القوية ثم المساعدة ثم الأقل تأثيرا، وإثارة الاحتياجات أولا، ثم تقديم الرسالة التي تشبع تلك الاحتياجات أهم من تقديم المحتوى المقنع أولا ويفضل أن يقدم المتحدث بعد ذلك الحجج المؤيدة حيث إن ذلك سيقوي موقفه ويستعد إلى رفض الحجج المعارضة التي سوف تأتي بعد الإقناع بالحجج المؤيدة³.

¹ ليلي شحرور، مرجع سابق، ص208-209.

² محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. مرجع سابق، ص58-59.

³ ويليام ج ماكولاف، فن التحدث والإقناع. مرجع سابق، ص158.

ي- التأثير المتراكم والتكرار:

التكرار من العوامل التي تساعد على الإقناع، ويمكن أن يؤدي تكرار الرأي أو الرسالة إلى تعديل الاتجاهات العامة، نحو أي قضية أو موضوع، إلا أن التكرار في بعض الأحيان قد يسبب الضيق والملل ويتطلب ذلك لأن يكون التكرار مع التنويع، وقد اتضح أن الأفراد المستهدفين للإقناع الذين عرض عليهم أكثر من سبب أو مبرر واحد، أكثر استعداد للإقناع من الذين عرض عليهم مبرر واحد، وسبب واحد، كذلك فإن الإقناع الناتج من التعرض المتراكم للموضوع أكبر من التعرض مرة واحدة¹.

ك- بناء الرسالة اعتمادا على الاحتياجات واتجاهات وأهداف المتلقي:

تعتمد هذه الإستراتيجية على التعرف على احتياجات واتجاهات وأهداف المتلقي والتركيز على تلك الموجودة لديه أصلا، حيث يعتمد على تكوين وبنية الرسالة الاتصالية الإقناعية -حسب هذه الإستراتيجية- واستخدام تلك الاحتياجات والاتجاهات والأهداف في صياغة مضمون الرسالة الإقناعية، ويساعد كثيرا على تهيئة المتلقي لقبول المضمون الذي يسعى القائم بالاتصال إلى إيصاله للمتلقي.

إن الاعتماد على الاحتياجات والاتجاهات والأهداف كمدخل لإقناع المتلقي يوفر كثيرا من الجهود المبذولة في تكوين احتياجات وأهداف جديدة، لأنها نابعة منه أصلا، إذ يتلقى الأفكار الجديدة وكأنها نابعة منه أصلا.

فإقناع أي فرد للقيام بعمل معين يجب أن ينطلق من إحساس الفرد بأن هذا العمل وسيلة لتحقيق هدف كان لديه من قبل أو بدا التفكير فيه من قبل على الأقل².

3-2-3- القواعد الأساسية في عملية الإقناع:

إن نقطة البدء في عملية الإقناع هي أهم ما في العملية الإقناعية وعلى أساسها ينجح القائم بالاتصال في إقناع الآخرين، فإذا كان مستمعا جيدا فمن المؤكد أنه مقنع جيد أيضا، فنقطة البدء هي الاستماع الجيد، ومن هذه القواعد ما يلي:

- اقتناع القائم بالاتصال بالفكرة التي يرغب بإقناع المتلقي بها.
- وضوح الفكرة وسلامتها.

¹ عزة محمد سلام، فن التواصل والإقناع. مرجع سابق، ص101-105.

² علي برغوث، الاتصال الإقناعي. مرجع سابق، ص21-22.

- قدرة القائم بالاتصال (الخطيب) على إيضاح الفكرة وتفسيرها.
- توافر الصفات الإيجابية الضرورية في القائم بالاتصال (الصدق، الأمانة، ...).
- الجاذبية الشخصية (حسن الخلق، أناقة، المظهر، الثقافة الواسعة، اتساع المعرفة..)¹.
- معرفة شخصية المتلقي وقيمه واحتياجاته مع تحديد ترتيبيها.
- اختيار الظروف المناسبة لتطبيق عملية الإقناع: زمانية، مكانية، نفسية، جسدية.
- معرفة خصائص الجمهور وقيمه وأولوياته.
- التمكن من مهارات الإقناع وآلياته من خلال امتلاك مهارات الاتصال وإجادة فنون الحوار مع الالتزام بأدابه.
- استخدام الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحدودة مثل بما أن، إذن، وحينما يكون، فهذه الألفاظ فيها شيء من حصر المعنى وتحديد الفكرة.
- اختيار العبارة اللينة الهينة، والابتعاد على الشدة والإرهاب والضغط وفرض الرأي ما أمكن ذلك.
- الحرص على ربط بداية حديث القائم بالاتصال بنهايته حيث المتلقي، لأن هذا يستشعر بأهمية كلامه لدى القائم بالاتصال.
- ملائمة مستوى الرسالة (المضمون الإقناعي) مع مستوى المتلقي، حيث لابد أن يختلف الحديث وأدوات الإقناع من جمهور لآخر.
- يجب على القائم بالاتصال أن يفهم معتقدات المتلقي، بالإضافة إلى سلوكه أيضا، إذ تكون استجابة المستمعين كبيرة إذ التمس القائم بالاتصال معتقداتهم، ولذلك لابد من مراعاتها بدقة متناهية².

3-2-4- مهارة الإلقاء والخطابة:

- للإلقاء أهمية كبيرة، فهو الوسيلة الأولى التي يمكن للداعية أن يستخدمها لإيصال ما يريد إيصاله للآخرين.
- وقد استخدم أسلوب الإلقاء في الدعوة أفضل البشر وهم الرسل وعلى رأسهم نبينا وحبينا محمد ﷺ، وكذلك خلفاء رسولنا ﷺ وكثير من أصحابه رضي الله عنهم-.

¹ ويليام ج ماكولاف، فن التحدث والإقناع. مرجع سابق، ص162.

² علي برغوث، الاتصال الإقناعي. مرجع سابق، ص23-25.

وقبل التطرق إلى مهارة إلقاء الخطبة كمهارة يمارسها خطيب الجمعة، أصرف النظر إلى معرفة مجالها التي تمارس فيه وهو الخطابة.

3-2-4-1- تعريف الخطابة:

أ- **في اللغة:** الخطابة بالفتح مصدر خطب بالفتح يخطب، ويأتي المصدر أيضا حُطبة وخطبًا، وهو إلقاء الكلام على الغير، ومجازًا يأتي خطب بمعنى وعظ، لأنه يمارس الوعظ عن طريق مخاطبة الناس. وقيل: إن الخطبة اسم للكلام وضع موضع المصدر، والصفة المشبهة منه خطيبٌ، وهو الذي يلقي الكلام، والجمع خطباء، وإذا قيل رجل خطيبٌ: أي حسن الخطبة، ويقال فلان أخطبُ أهل زمانه إذا لم يكن هناك أحسن منه في الخطابة أسلوبًا أو مضمونًا¹.

ب- في الاصطلاح:

- هي فن مشافهة الجمهور وإقناعه واستمالته، قال أرسطو: الخطابة هي القوة القادرة على الإقناع².

- ويراد بالخطابة ملكة الاقتدار على الإقناع، واستمالة القلوب وحمل الغير على ما يراد منه³.

- أو هي الكلام المؤلف الذي يتضمن وعظًا وإبلاغًا على صفة مخصوصة.

- وعرفها طارق سويدان: بقوله فن مشافهة الجمهور للتأثير عليهم واستمالتهم.

أما شرح مصطلحات التعريف ومقصودها فهو كالآتي:

* **فن:** أي أن الخطابة علم ذو قواعد وأصول وأساليب وضوابط.

* **مشافهة:** دلالة على أنها توجه إلى المستمعين من غير واسطة، إذ الأصل فيها الإرتجال.

* **التأثير والاستمالة:** إشارة إلى أن الإقناع من أجلى خصائص الخطابة، وها يستلزم أن يكون الخطيب على علم بأساليب الاستمالة، وكيفية توجيه عواطف الناس وعقولهم ومشاعرهم إلى مراد، وهي من أسس الخطابة⁴.

¹ ابن منظور، لسان العرب. باب: الخاء، مادة: خطب، مرجع سابق، ص 1194-1195.

² علي الفتلاوي، رسالة في فن الإلقاء والحوار والمناظرة. (ط: 2؛ العراق: قسم الشؤون الفكرية والثقافية، 1433هـ/2012م)، ص 9.

³ علي محفوظ، الخطابة وإعداد الخطيب. (لا.ط؛ لا.م: دار الاعتصام، د.ت)، ص 14.

⁴ طارق سويدان، فن الإلقاء الرائع. (ط: 1؛ الكويت: شركة الإبداع الفكري، 1424هـ/2003م)، ص 18.

وللخطابة أثر مهم في بناء حياة الأمم والشعوب، بل هي ضرورة اجتماعية في حياة الناس عامة، وفي قضاياهم المختلفة العقائدية والتربوية والفكرية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

فالخطابة تحلّ الخصومات، وتفضّ العداوات وتفصل النزاعات وتُثار حمية الجماهير للدفاع على الكرامات، وحفظ الحُرُمات، ويُرغب في الخيرات، كبناء المدارس والمستشفيات، ويُحرّض على اكتساب الفضائل والكمالات، واجتناب الرذائل والموبقات، إضافة إلى هذا كله يمكن استخدام الخطابة للتنقيف والتوعية والهداية والإرشاد¹.

3-2-4-2- أقسام الخطبة وأركانها ومواصفات الخطيب:

أ- أقسام الخطبة:

تنقسم الخطابة إلى قسمين وهما: العمود والأعوان.

- **العمود:** وهي مادة الخطبة التي تتألف منها الحجة الإقناعية -أي حجة إقناع الآخرين- وسمي عموداً لأنه قوام الخطابة وأساسها.

- **الأعوان:** وهي الأقوال والأفعال والعوامل المؤثرة والمعينة على إقناع الآخرين. وكما أن العمود من مقومات الخطابة فالأعوان كذلك، فبهما يستمد الخطيب فعاليته وتأثيره في المستمعين².

ب- أركان الخطبة:

للخطبة ثلاث أركان وهي: الخطيب و الخطاب والمخاطب.

- **الخطيب:** هو الذي يظهر للناس وما يحمله من آراء ويُحاول إقناعهم بها بشتى الوسائل الممكنة.

- **الخطاب:** وهو النص الذي يلقيه الخطيب على الناس وغالبا ما يكون معدا مسبقا.

- **المخاطب:** وهو الموجه إليه الخطاب³.

¹ علي الفتلاوي، رسالة في فن الإلقاء والحوار والمناظرة. مرجع سابق، ص14.

² المرجع نفسه، ص16.

³ علي محفوظ، الخطابة وإعداد الخطيب. مرجع سابق، ص17.

ج- مواصفات الخطيب:

حتى يكون الخطيب متميز يجب أن تكون فيه المواصفات التالية:

- **العلم:** حيث يتطلب أن يتصف الخطيب بحسن المعرفة والإحاطة بفنه الذي يتحدث عنه، وإلا كان ناقضا لنفسه.
- **الإعداد الجيد:** كما لا بد من العلم، لا بد أيضا من تحضير وإعداد للخطبة وإعداد للموضوع المراد التحدث عنه، فإن ذلك أبلغ في الوصول إلى السامعين، وشدا لانتباههم.
- **الثقة بالنفس:** فالخطيب الرابط الجاش الواثق من نفسه لاشك أنه سيكون أكثر وصولا إلى قلوب الجماهير وعقولهم، وإن صاحب الشخصية الثابتة يحقق أكثر النتائج والأهداف¹.
- **الصدق:** ولعل هذا أهم صفات الخطيب المتميز، فإن تحسين المشاعر وصدقها وأمانة النقل، وصدق الحديث والعاطفة. أمور لا بد من توافرها لدى الخطيب المتميز.
- **مراعاة حال السامعين:** وقيل في هذا مجال: "خاطبوا الناس على قدر عقولهم، ولذا يجب على الخطيب أن يكون ثاقب النظر فيمن يخاطب من الناس، ويعرف ما هو الموضوع واللفظ المناسب".
- **الاستماع الجيد:** كما يجب أن يكون الخطيب متميز في الإلقاء، كذلك يجب أن يكون جيدا في التلقي، ويجب أن يحسن مهارات الاستماع الجيد للآخرين كي يكتسب ثقتهم.
- **الإيمان بما يقول:** كذلك يجب أن يكون الخطيب قدوة حسنة للسامعين، وأن يكون أول مطبق لما يقول².

3-4-2-3 مراحل الخطابة:

أ- مرحلة الإعداد والتحضير:

لا يستطيع أي إنسان أن يشعر بالارتياح حين يواجه مستمعيه إلا بعد أن يفكر مليا ويخطط حديثه، ويعرف ما الذي سيقوله، ويجب على الخطيب أن يكون واعيا لنفسه، والأهمية أن يكون لدى المتحدث شيئا مهما واضحا محددا، ليقوله قبل موعد الخطبة على الأقل بأسبوع، وأن يكون ذلك الشيء مؤثرا وحقيقيا³.

¹ طارق سويدان، فن الإلقاء الرائع. مرجع سابق، ص 26-27.

² المرجع نفسه، ص 28-29.

³ ديل كارنيجي، فن الخطابة. (لا.ط؛ لا.م: دار السلام، د.ت)، ص 26-28.

وحتى يكون الإعداد والتحضير للخطيب جيد يجب أن يتبع الخطوات التالية:

- **قراءة كتاب أو أكثر:** فهذا الأمر يساعد في التحضير لموضوع الخطبة، ولكن إذا حاول الخطيب أن يأخذ الكثير من خطبته من الكتاب الذي قرأه، فستأتي خطبة هزيلة ناقصة وغير مؤثرة في الجمهور.

- **التفكير والاستنتاج:** وذلك من خلال اختيار الخطيب ما يعجبه وصقله وجمعه في وحدة فنية ومن صنعه، وهو أمر يحتاج فقط إلى القليل من التركيز والتفكير الهادف.

- **جعل موضوع الخطبة محور تفكيره:** بمعنى أن يفكر الخطيب في الخطبة مما يجعلها من انشغالاته، سواء أثناء سيره أو أثناء أوقات راحته...، ويفضل أن يطرح الموضوع على أسرته وأصدقائه، ومن الأفضل أن يكون موضوع خطبته واقعياً من تجارب إنسانية حقيقية.

- **الإقناع القوي بالذات:** على الخطيب قبل بدء خطبته أن يستجمع شجاعته ويكون لديه إيمان قوي بقدرته على النجاح، وبثقته في نفسه وقدرته على الحديث بشكل مقنع أمام الجمهور¹.

- **الثقة بتصرفاته:** وإن لم يكن لدى الخطيب الثقة بتصرفاته، فعليه أن يحاول التظاهر بها².

- **التدريب المستمر:** وهو أهم طريقة لتوليد الثقة في النفس، فالأعصاب تهدأ تماماً من خلال التدريب الدائم لقوة الإرادة، فإن كان لدى الإنسان خطاباً جيداً، فإنه سيجد الكلام أكثر حين يردده ويتدرب عليه باستمرار³.

ب- مرحلة الخطاب:

وهي المرحلة التي يستجمع الخطيب فيها كل قواه التي تدرب عليها في المرحلة السابقة، ويفضل أن يقوم الخطيب أثناء إلقائه للخطبة بالسلوكيات التالية:

- **نفس عميق:** يفضل أن يأخذ الخطيب نفساً عميقاً قبل البدء في الحديث، وعليه أن يتنفس بعد ذلك بانتظام وهدوء⁴.

¹ عزة محمد سلام، فن التواصل والإقناع. مرجع سابق، ص 90-91.

² ديل كارنيجي، فن الخطابة. مرجع سابق، ص 82.

³ عزة محمد سلام، فن التواصل والإقناع. مرجع سابق، ص 82.

⁴ ديل كارنيجي، فن الخطابة. مرجع سابق، ص 187.

- **التطلع في عيون الجمهور:** يجب على الخطيب أثناء إلقائه للخطبة أن يتطلع في عيون المستمعين بين الحين والآخر، لكي يجذب انتباههم.
- **الوقوف المستقيم:** على الخطيب أن يتجنب الانحناء والحركة المتكررة.
- **بدأ الكلام بثقة:** على الخطيب أن يتخيل أن الجمهور أنهم مجموعة من المدينين له بالمال، وقد أتوا إليه طالبين مهلة للدفع¹.
- **عدم اللعب بأزرار القميص وتفريك اليدين:** يجب على الخطيب أن لا يعبث بأزرار قميصه ويكثر من التحريك بيده، فهذه الحركات قد تترك انطباعا عن الضعف وقلة الثقة بالنفس، والارتباك وعدم التركيز.
- **أن يقف الخطيب هادئا ويسيطر على نفسه جسديا:** فذلك يمنحه انطباعا بالسيطرة الذهنية والاتزان.
- **تغيير معدل سرعة الصوت:** فيميل الخطيب إلى سرعة الإلقاء في القضايا الثانوية، وبطء الإلقاء في القضايا المحورية في الخطبة².
- **تغيير طبقات الصوت:** حيث إن ذلك يكسر حالة الملل التي تكون عند البعض من الجمهور، ولكن يجب على الخطيب تجنب اللعثة أو الصوت المنخفض، أو الاستمرار في نغمة واحدة.
- **توقف قليل قبل وبعد الأفكار المهمة:** عليه أن يقوم بذلك بشكل طبيعي وبدون تكلف، فذلك يجذب انتباه الجمهور، ويجعله في وضع أكثر انتباها للمحاضرة أو الخطبة والتفكير في الأفكار المطروحة³.

ج- مقدمة الخطبة:

- هناك توصيات معينة من المهم أن يتبعها الخطيب في بداية خطبته مثل:
- أن تكون المقدمة مثيرة وتأسر الانتباه، وفي ذات الوقت قصيرة ومختصرة.
- تجنب المقدمات المضحكة والمرحة⁴.

¹ المرجع السابق.

² أحمد محمد الحوفي، فن الخطابة. (لاط؛ القاهرة: دار النهضة، 1996م)، ص182.

³ المرجع نفسه، ص183.

⁴ ديل كارنيجي، فن الخطابة. مرجع سابق، ص116.

- البداية بجمل تثير الفضول لغرابتها، فعلى سبيل المثال إذا كانت الخطبة عن كافل اليتيم ممكن أن يبدأ الخطيب الخطبة بحديث رسول الله ﷺ: «أَنَا وَكَافِلُ الْيَتِيمِ فِي الْجَنَّةِ هَكَذَا»¹، فهذا يجذب انتباه الكثير من المستمعين.

- من الممكن أن تبدأ الخطبة بقصة، ولكن يجب أن تكون القصة من الواقع، ولها دلالة متصلة بموضوع الخطبة².

د- خاتمة الخطبة:

من الأهمية أن تتوفر في الخطبة الشروط التالية:

- تلخيص الأفكار التي سبق ذكرها وشرحها في الخطبة.
- من الأفضل أن تكون الخاتمة مرحلة بالشكل الذي يجعل الجمهور في حالة تذكر دائم للخطبة، ولكن يجب أن يكون هذا المرح لا ينعكس بالسلب على الخطيب وعلى صورته لدى الجمهور.

- من الممكن الإستعانة بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأبيات الشعرية، حيث تكون متناسبة مع موضوع الخطبة³.

وأخيرا فإن الخطبة والخطيب إذا صار كلاهما متكاملين، فإن ذلك يسهل من مهمة الخطيب في إقناع جمهوره برسائلته، بمعنى أنه كلما كان الخطيب صادقا في رسالته التي يحملها، طبيعيا معبرا فيما يقول عن الأفكار الحقيقية التي يؤمن بها متجنباً النقل من أفكار الآخرين دون فحص أو تمحيص، فتلك هي الوسيلة المثلى للتواصل الرسالة المستهدفة للجمهور المستهدف بأكبر قدر من التأثير والإقناع وهو ما يعتبر أحد أهم مهارات الاتصال الإقناعي.

¹ أخرجه البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري. تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، ج8(ط: 1؛ لا.م: دار طوق النجاة، 1422هـ)، كتاب: الآداب، باب: فضل من يعول يتيما، رقم الحديث: 6005، ص9.

² ديل كارنيجي، فن الخطابة. مرجع سابق، ص116.

³ المرجع نفسه.

3-2-2- مهارات الاتصال غير اللفظية:

نرى أنه في بعض الأحيان لا تكفي الكلمة المنطوقة لوحدها لإيصال الرسالة التي يرسلها القائم بالاتصال إلى المتلقي.

حيث يعتمد على ممارسة مهارات الاتصال غير لفظي التي تساعد وبشكل أو بآخر على نقل مضمون فكرته بسهولة وبشكل صحيح.

حيث تعد هذه المهارات من أهم المهارات التي تساعد القائم بالاتصال، لأنها في بعض الأحيان تكون لها قدوة تأثير عالية وكبيرة، أكثر من مهارات الاتصال اللفظي.

3-2-2-1- تعريف المهارة غير اللفظية وأهميتها:

أ- تعريف المهارة غير اللفظية: ونعني بها نسق الاتصال الغير لفظي، وما يتضمنه من إيماءات وإشارات وحركات وتعبيرات ونظرات، والمهارة الغير لفظية تعني استخدام هذا النسق والتعامل معه.

ب- أهمية المهارة غير اللفظية:

تأتي أهمية الاتصال غير اللفظية من دوره الفعال في فهم الرسالة جنباً إلى جنب مع الاتصال الغير لفظي، حيث لابد من قراءة ما يعنيه المرسل من رسالته خلال فهم تعبيرات الوجه، ونظرات العين، ونبرات الصوت، وحركات الجسد، ثم ترجمة الرسالة، حيث لابد وأن يصغي المستمع إلى المشاعر والانطباعات والتعبيرات إلى جانب الكلمات وإلى جانب ذلك يجب أن يستخدم المستمع الاتصال غير اللفظي، كمنصت، عند عكس استجابة اتجاه الحديث أو الرسالة الموجة إليه، ليبين اهتمامه أو عدم اهتمامه استرخائه أو يقظته هدوئه أم ثورته، وما إلى غير ذلك من الاستجابات¹.

حيث تمثل التغذية الراجعة التي يعتمد عليها المرسل ويترجمها إلى رسائل توجيهية سواء إلى الاسترسال في الحديث، أو الاختصار في التركيز لتوضيح المعني أو الانتقال إلى معاني أخرى وهكذا، وغالبا ما يكون الاتصال الغير لفظي، أصدق وأعمق من الاتصال

¹ هالة منصور، الاتصال الفعال. مرجع سابق، ص202.

اللفظي، وقد يكون كلاهما مدعما للآخرين، أو قد يكون أحدهما معيقا للآخر، الأمر الذي ينعكس على عدم فهم المعنى الدلالي للرسالة¹.

2-2-2-3- أنواع المهارة غير اللفظية:

1- مهارة الإشارة ولغة الجسد:

لغة الجسد هي لغة تواصل حديثة، تعتمد على تعابير الجسد ومصطلحاته، وهو علم يدرس طرق التواصل غير لفظي، حيث أن موضوع البحث الأساسي في هذا العلم، هي لغة التخاطب غير لفظي اللاشعوري، حيث يحاول الإحاطة بردود فعل الجسم عند الاتصال مع الغير عن طريق ملاحظة الحركات الصغيرة وتعبيرات الوجه والجسم².
ومن بين هذه اللغات ما يلي:

أ- الإيماء بالرأس: يستعمل الإيماء بالرأس في معظم الثقافات للدلالة على لفظ نعم أو لا، فهو شكل مصغر للانحناء، فالقائم بالاتصال يبدى الانحناء رمزا، ولكنه يجعله قصيرا، فيتيح الإيماء بالرأس ولذا يشير الإيماء بالرأس إلى الاتفاق في وجهات النظر بين الأشخاص³.

توجد ثلاث أوضاع رئيسية للرأس.

- الرأس للأعلى: وهو الوضع الذي يتخذه الشخص الذي يتبنى موقفا محايدا اتجاه ما يقوله المتحدث، وعندما يرتفع الرأس للأعلى مع تقديم الذقن للأمام فهذا يشير إلى التعالي أو عدم الخوف أو الغرور وهنا يقوم الشخص عن عمد بإظهار منطقة الحلق ويعطي رأسه ارتفاعا كبيرا.

إمالة الرأس: هي إشارة خضوع، لأنها تكشف منطقة الحلق والرقبة، وتجعل الشخص يبدوا أصغر حجما وأقل تهديدا.

بحيث أنه عند إلقاء الخطبة، أو تقديم عرض، يجب على القائم بالاتصال، بأن يبحث باستمرار عن هذه الإيماءة بين الجمهور، فعند ما يرى الجمهور وهم يميلون

¹ المرجع نفسه، ص203.

² محمد عبد الرحمان، دليل علم لغة الجسد. ترجمة موقع الكندي: WWW.kutubpdf.net/book/1503، ص2.

³ ألان باربارا بيبز، المرجع الأكيد في لغة الجسد. (ط: 1، السعودية: مكتبة جرير، 2008م)، ص220.

رؤوسهم، وينحنون للأمام باستخدام إيماءات اليد مع الذقن، فهذا يدل على أن القائم بالاتصال أو الخطيب، يبلي حسنا في توصيل فكرته لهم.

وفي عملية الإصغاء عندما يستخدم المستمع إيمالة الرأس، هذا دليل على الثقة. ولذا يجب على الخطيب أن يهتم بهذه الإيماءة لكي يكون مصدر ثقة لجمهور المستمعين.

الرأس للأسفل: عندما يكون الذقن للأسفل هذا يشير إلى وجود موقف سلبي، أو انتقادي أو عدواني¹.

ب- تعبيرات الوجه:

من المهم ونحن نتواصل مع الآخرين أن نكون مستريحيين وطبيعيين عندما نتكلم، حيث تجدنا أحيانا نراقب محدثينا ونمعن النظر في ملامح وتعبيرات وجوههم، لنستنتج من بعض الإشارات وردود الأفعال والانطباعات الأولية، ونبني عليها حكما على شخصية هذا المتحدث أو ذلك².

ومن تعبيرات الوجه ما يلي:

- لغة العيون:

يصف علماء النفس والباحثون، العين بأنها نافذة العقل وما يدور به، وهذا يؤكد أن العين أقوى عناصر الاتصال الجسدي غير مباشر، كما أنها أقوى أدوات لغة الجسد. ومن خلال نظرة العين نستطيع التعرف على رد فعل الآخر على الرسالة سواء كان إيجابيا أو سلبيا أو محايدا أو غير مهتم، والعين هي أول مفاتيح الشخصية، لما تنقله من معاني تدور بالعقل، ونستطيع من خلال فهم هذه اللغة أن نرسل رسالات مختلفة إلى الآخرين، سواء بإبداء الدهشة أو الفزع أو الرفض أو القبول، كثير من الرسالات الأخرى عن طريق استخدام هذه الإيماءات³.

والتفسيرات العلمية الدقيقة تقول أنه إذا اتسعت بؤرة عين الشخص، فإن ذلك يدل على أنه سمع منك شيء أسعده.

¹ ألان باربارابيز، المرجع الأكيد في لغة الجسد. مرجع سابق، ص 233-234.

² إبراهيم الفقي، اخترت فن الفراسة. (لا.ط؛ لا.م: الحياة لداعية والإعلام، د.ت)، ص 76.

³ أبو عرقوب، الاتصال الإنساني. ص 25.

إذا حدث العكس فإن ذلك يوحي بأنه لا يصدق ما تقول، وإذا نظر إلى الأعلى فإنه يرى مستقبل ما تقول، وإذا نظر إلى الأسفل فإنه يتذكر دلائل على الماضي على ما تقول أيضاً. وإذا قام المتحرك بفرك عينه أثناء الحديث، فانتبه فإنه بذلك يشك في كلامك وعليك أن تراجع ما تحدثت به أو أن تتوقف عن الحديث أو تنتقل لموضوع آخر¹.

- لغة الحواجب:

أما الحواجب فلها رموز أخرى ودلالات مختلفة، فإن رفع المتحدث بصفة عامة والخطيب بصفة خاصة كلا الحاجبين إلى الأعلى فإنه يوضح للسامعين أهمية هذا الأمر. وإذا رفع حاجبا واحدا فهذا يوضح مدى استغرابه من شيء².

- الأنف والأذن:

إذا قام من تحدثه بحك أنفه أو سحب أذنيه، فإن ذلك يعني أنه متحير مما تقوله، وربما لا يفهمه أصلا، أما إذا وضع اليد أسفل الأذن وفوق الشفة العليا دليل على أنه يخفي عنك شيئا، ويخاف أن يظهره، أما إذا قام بقرض الأنف مع إغماض العينين، فهي إشارة على تقييم سلبي لما تقول، وإن قطب جبينه وطأ رأسه للأرض في عبوس، فإن ذلك يعني أنه متحير، ولا يحب سماع ما قلته، أما إذا قطب جبينه ورفع رأسه إلى الأعلى، فإن ذلك يدل على دهشته مما تقول.

ج- حركات اليدين:

حركات اليدين أثناء الحديث تدل على عدة معاني، ومن مدلولاتها هذه تعبيرات ما يلي:

- راحة اليد المشيرة للأسفل وتستخدم كإيماءة طاعة وترجي.
- راحة اليد المشيرة للأعلى وهي التي يكون لها سلطة مباشرة على الآخر، وتستخدم من قبل الأشخاص ذات السلطة والقوة الأمرة على الآخرين.
- راحة اليد المغلقة والسبابة بمفردها أو مع الإبهام وهي تبعث شعورا بالخوف في المستمع تجعله خاضعا أو مطيعا³.

¹ إبراهيم الفقي، أحترف فن الفراسة. مرجع سابق، ص77.

² أبو عرقوب، الاتصال الإنساني. مرجع سابق، ص29.

³ ليلي شحور، فن التواصل والإقناع. مرجع سابق، ص187.

- غلق اليد والتفاف أصبعي الإبهام حول بعضهما البعض فهذه الحركة تدل على التخلص من الملل.
- عندما يشعره الإنسان بالراحة، فإن ذلك ينعكس على اليدين، حيث تجد حركات اليدين قوية ومدروسة، وغير آلية، فالشخص الذي يضع يديه خلف رأسه ويضع ذراعيه على خصره، يدل على أنه يشعر بالاستقرار والأمان والارتياح.
- أما إذ حرك المتحدث يديه ذات اليمين وذات الشمال، فهذا يعكس مدى ثقته بنفسه. وتلامسه أطراف الأصابع اليد الأولى مع أطراف أصابع اليد الأخرى فهذه علامة على ثقة بالنفس.
- يدل التنقير بأصابع اليد على عدم الصبر، بحيث يبعث هذا السلوك المتحدث بالانشغال مثلاً بأزرار قميصه أو سبخته لدى الخطيب، بحيث يحتاج لمس شيء ما في متناول يديه لكي يشعر بالارتياح.
- عندما يكثر الشخص المتحدث التلويح بيديه وذراعيه أثناء الحديث، فهو دليل على اقتناعه عما ما يعبر عنه، وإذا كان غير مقتنع بشيء ما، فلن يحرك يديه وذراعيه كثيراً¹.
- عندما تكون راحة اليد مفتوحة دائماً والأصابع ممدودة أو مفردة للأمام، هذا يعني على الانفتاح والاهتمام بالآخرين، وهذه الحركة تعني القبول وأن الشخص يرحب بك وأنه على استعداد لتلقي وسماع أفكارك.
- أما إذا لم يستخدم المتحدث يديه أثناء الحديث وقام بغلقها وطويها أو وضعها في جيبه فهذا دليل على أنه لا يقول الحقيقة².

د- المظهر الخارجي:

- يتمثل المظهر الخارجي في الملابس، حيث له دور كبير في التعرف شخصية الخطيب من الناحية الدينية والثقافية...
- وللملابس دور آخر غير تغطية مناطق معينة من الجسد، فهي قناة اتصال هامة للاتصال غير كلامي، لأنها تقدم الكثير من المعاني التي تريد نقلها مباشرة³.

¹ ليليان جلاس، أعرف ما تفكر فيه. (ط: 1، السعودية: مكتبة الجديد، 2008م)، ص107.

² المرجع نفسه، ص186.

³ سعد التركي المسعودي، مهارات الاتصال، مرجع سابق، ص60.

يكون اللباس لدينا انطباعات آلية وواضحة عن الناس خلال الثواني الخمس الأولى التي نراهم فيها، ويقدم الخبراء أننا نأخذ خمس دقائق أخرى لنضيف خمسين بالمئة من انطباعاتنا السلبي أو الإيجابي، إلى انطباعاتنا الذي يكون لدينا في الثواني الخمس الأولى، وبما أن 90% من شخصيتنا يتم تغطيتها باللباس لذلك من الضروري أن نكون مدركين للرسائل الاتصالية التي تحملها ملابسنا¹.

فيلعب المظهر الشخصي للخطيب دوراً هاماً أثناء إلقاءه للخطبة، حيث يشترط أن تكون ملابسه مناسبة وملائمة لوضعه المهني ولا تعني كلمة مناسبة أن تكون الملابس المرتدية غالية الثمن ولا أن تكون أحدث الموضات، وإنما تعني كلمة مناسبة، أن تتميز ملابس الخطيب بكل الخصائص التي توفر البساطة التي يقدر عليها أي فرد والتي تحقق الذوق السليم الذي يرضى عنه المجتمع بصورة عامة².

2- مهارة نبرات الصوت :

ليست الكلمة المنطوقة كلمة محايدة، بل إنها تتأثر بنبرات الصوت أو نغمته، وبالتمعن في مقامات الأصوات والوقفات التي تتخلل إلقاء عبارات معينة وبدرجة خشونة أو الليونة وغيرها من العوامل غير اللفظية ، فكلمة هي كلمة بسيطة يمكن أن تعبر في صورتها المنطوقة عن العديد من المشاعر كالغضب أو الخوف أو الإحباط أو التمني أو الموافقة أو التحدي، وهذا كله حسب الطريقة التي ينطق بها³.

ويعتبر التحكم في نبرات الصوت من مهارات الاتصال الأساسية لدى الخطيب والإمام، فالصوت العالي يدفع الآخرين والسامعين إلى الانتباه لما سيقول⁴.

وقد أشار هيلسون إلى أن نغمة صوت الخطيب تساعد على إعطاء معنى أعمق للكلمات التي ينطقها للفرد، ومن بعض مشكلات الصوت أذكر ما يلي: صوت رتيب،

¹ برت دكر، فن الاتصال. ترجمة: عبد الرحمان الشمراني، (لا.ط؛ الرياض: دار المعرفة، 1421هـ)، ص48.

² محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال. (لا.ط؛ الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية، 1994م)، ص116.

³ مدحت محمد أبو نصر، لغة الجسد دراسة في الاتصال الإنساني غير اللفظي. (لا.ط؛ القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006م)، ص77.

⁴ السيد محمد أبو هاشم، لغة الجسد سيكولوجية المهارات. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2004م)، ص38.

مرتفع الطبقة، انخفاض الصوت عند نهاية الجملة، غير مسموع، صوت انفي، غياب التنوع في السرعة¹.

أ- أهمية نبرات الصوت:

صوت الخطيب مترجم لمقاصده، وكاشف عن أغراضه، ومصاحب لألفاظه، إذا كان الإلقاء جيداً بمثابة بيان المعاني التي أَرادها الخطيب، وهو المعمول على إيصال الخطابة للسامعين، ومن ثم إلى قلوبهم وجودة إلقاءهم أكثر من سحر ببيانهم².

ب- ما ينبغي مراعاته في الصوت:

- موافقة ظروف الخطبة، فإن الصوت يختلف باختلاف الحضور وباختلاف المكان والزمان وموضوع الخطبة، فصوت الخطيب ونبراته تختلف من مناسبة الفرح عنه وفي مناسبة الحزن، كما تختلف في المكان الضيق عنه في المكان الرحب الغاصي بالمستمعين³. ويرى بعض الباحثين أن المناسب في الخطبة أن يبدأ بها حافظاً صوته، ثم يعلّ شيئاً فشيئاً، لأن العلو بعد الانخفاض سهل وقعه على السامعين مقبول، أما الخفض بعد الارتفاع فلا يحسن وقعه⁴.

وعلى الخطيب أن يعرف قدراته الصوتية، فلا يتحمس حماساً يرفع صوته عالياً، بحيث لا يستطيع إكمال خطبته.

- ألا يجعل لصوته نمطاً، بحيث يكون على وتيرة واحدة، فإن ذلك يلقي في نفوس السامعين سآمة ومللاً، بل يغير النبرة الصوتية بما يتناسب مع المعاني التي تحويها الألفاظ.

- الاعتدال في سرعة الصوت، فلا يتمهل تمهلاً يصيب السامعين مللاً، ولا يسرع سرعة تمنعهم من التدبر وفهم المعاني، والسرعة تجهد الصوت، إذ لو أسرع في بعض الجمل ليتهمل في كلمة منها لجذب الانتباه إلى أهميتها، فهذا أسلوب من أساليب شدة الانتباه، فقد كان بغض المشاهير من الخطباء ينطق بعدة كلمات بسرعة كبيرة حتى يصل إلى كلمة أو عبارة التي يريد تأكيدها ثم يبطئ صوته⁵.

¹ مدحت محمد أبو نصر، لغة الجسم دراسة في الاتصال الإنساني غير اللفظي. مرجع سابق، ص 78.

² إبراهيم بن محمد الحقيّل، الصوت في الخطابة. شبكة الألوكة: WWW-alukah.net.

³ لأنطوان القوّل، فن الخطابة. (ط: 1، لا.م: دار القلم، د.ت)، ص 24.

⁴ علي محفوظ، فن الخطابة. مرجع سابق، ص 68.

⁵ لأنطوان القوّل، فن الخطابة. مرجع سابق، ص 94.

- أن يتجنب الخطيب ما قد يضايقه ويضيق صوته، كالضغط على الحجرة بأزرار الثوب.
وعلى كل حال فإنه ينبغي للخطيب العناية بكل ما يكمل خطبته، ويجعلها مؤثرة في قلوب السامعين، كذلك ينبغي العناية بالصوت، والبحث عن الطريقة الإلقائية الملائمة له.

3-2-2-3- جدول (1) يوضح أنواع المهارات غير اللفظية¹:

السلوك المشاهد	الأثر أو المعنى
1 - النظرة المباشرة (تلاقي العين).	- الاستعداد أو الرغبة في الاتصال بالشخص أو تبادل الاهتمام.
2 - خفض العين والنظرة إلى الأسفل أو على بعد.	- الانشغال.
3 - الابتسامة	- فكرة أو تصرف أو إحساس إيجابي.
4 - زم الشفتين (ضمهما معا).	- الغضب أو العداوة أو ضيق.
5 - العينان مشدودتان وتقطيب الحواجب وإطباق الفم.	- الغضب، الانشغال، الحزن.
6 - هز الرأس للأعلى والأسفل.	- التثبيت، الموافقة، الانتباه، الإصغاء.
7 - هز الكتفين.	- الحيرة وعدم التأكيد.
8 - الذراعان مطبقان على الصدر.	- تجنب وإكراه تبادل العلاقات.
9 - تقاطع الساقين.	- القلق، والاكتئاب.
10 - النقر بالقدمين.	- القلق - عدم الصبر - أي الرغبة في الإضافة شيء.
11 - الهمس.	- صعوبة في الانفتاح.
12 - والتردد في أخطاء اللغة.	- حساسية في الموضوع أو القلق والتوتر.

أستخلص مما سبق ذكره أن للغة الجسد أهمية كبرى في فهم مدلولات الكلام والحديث، بحيث تعبيراً عن أفكار ومشاعر وسلوك الفرد من خلال المظهر الخارجي أو من خلال طارئ كاحمرار الخدين عند الشعور بالخجل.

وتبرز أهميتها بأنها أصدق وأقوى تعبيراً عن المشاعر والأفكار في الكلام في بعض الأحيان.

تعتبر اللغة المكمل والمؤكد للغة اللفظ، ولها أثر في حياتنا ويمكن تطبيقها في عدة مجالات، لذا وجب على الخطيب أن يهتم بهذه المهارات لما لها من تقسيمات فهي تساعد

¹ محمد محروس الشناوي، العملية الإرشادية. (لا.ط؛ القاهرة: دار غريب، 1996م)، ص66.

على نقل مضمون خطبته وأن يحرص بأن تناسب هذه الحركات مع الألفاظ المنطوقة، لكي لا تؤدي إلى الفهم الخاطئ للفكرة.

من خلال ما سبق أستخلص أن للمهارة عملية مستمرة تتضمن قيام طرف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسائل شفوية أو مكتوبة، تنتقل من خلال وسيلة اتصال، والمهارة هي فن استخدام الاتصال بطريقة تجعل المتلقي يفهم الرسالة، ويستفيد من مضمونها.

ومن بين هذه المهارات مهارة الحديث، ومهارة الإلقاء، ومهارة الخطابة، ومهارة الإقناع، والمهارة الغير لفظية المتمثلة في لغة الجسد والإشارة.

الفصل الرابع:

الإطار التطبيقي للدراسة ونتائجه

1-4- عرض بيانات الدراسة وتحليلها

1-4-1- عرض البيانات الشخصية وتحليلها وتفسيرها

1-4-2- تحليل الأسئلة المتعلقة بالاتصال الإقناعي ومقوماته

1-4-3- تحليل الأسئلة المتعلقة بالمحور الثالث

1-4-2- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

1-4-3- تحليل بيانات الدراسة وفق متغير طبيعة العمل

2-4- مناقشة نتائج الدراسة

1-4- عرض بيانات الدراسة وتحليلها.

1-1-4- عام:

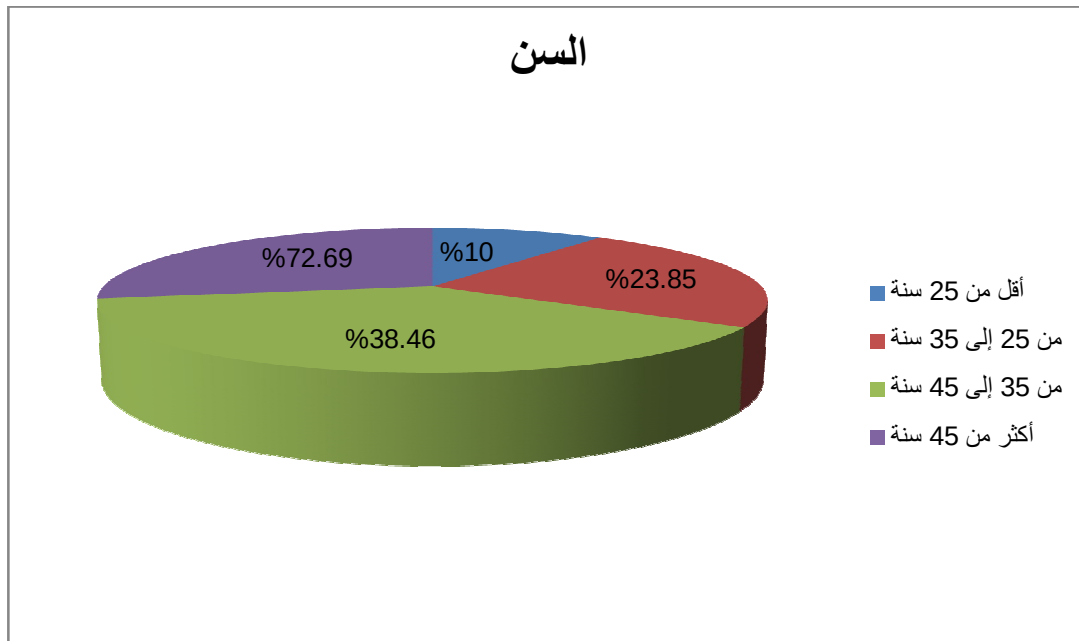
1-1-1-4- عرض البيانات الشخصية وتحليلها وتفسيرها:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمت بها تحصلت على البيانات التالية الذكر، حيث سيتم عرضها بالترتيب وفقا لما جاء في استمارة الاستبيان.

السؤال الأول: السن.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م السن
%10	13	أقل من 25 سنة
%23.85	31	من 25 إلى 35 سنة
%38.46	50	من 35 إلى 45 سنة
%27.69	36	أكثر من 45 سنة
%100	130	المجموع

جدول (2) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.



الدائرة النسبية (3) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع السن.

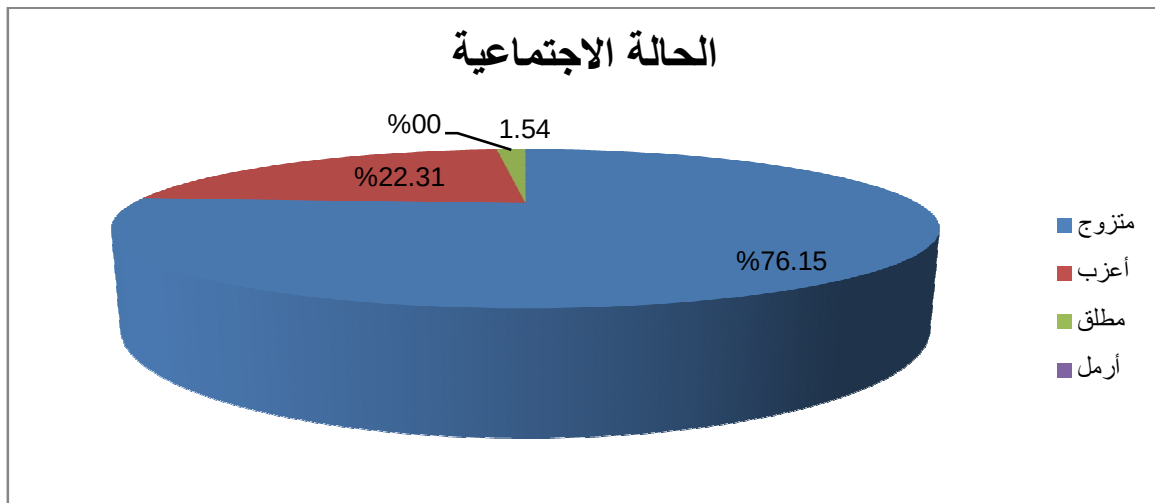
من خلال الجدول الأول يتبين أن نسبة 38.46% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 35 إلى 45 سنة، ونسبة 27.27% فأعمارهم أكثر من 45 سنة، ونسبة 23.85% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين 25 إلى 35 سنة، ونسبة 10% من أفراد عينة الدراسة أعمارهم أقل من 25 سنة.

نستنتج أن أكثر نسبة أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 35 إلى 45 سنة.

السؤال الثاني: الحالة الاجتماعية.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م حالة الاجتماعية
76.15%	99	متزوج
22.31%	29	أعزب
1.54%	02	مطلق
00%	00	أرمل
100%	130	المجموع

جدول (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.



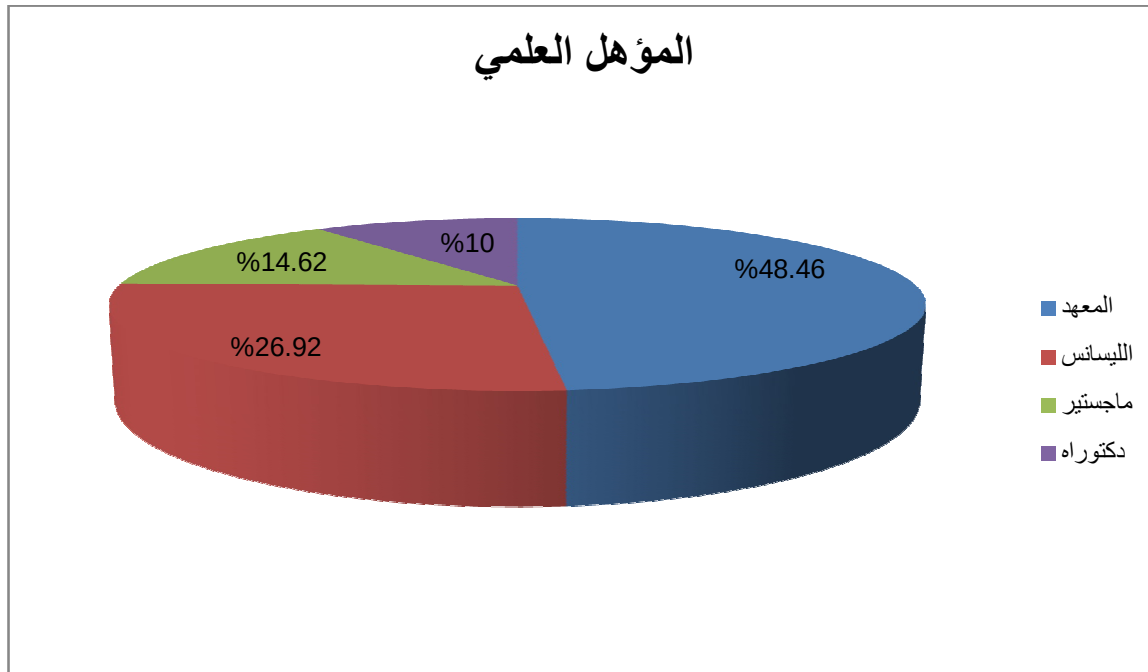
الدائرة النسبية (4) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.

من خلال النتائج المعروضة نجد أن نسبة 76.15% من أفراد عينة الدراسة متزوجين، ونسبة 22.31% منهم غير متزوجين، ونسبة 1.54% من أفراد العينة طليقين، أما عن الأرامل فمعدومة.

السؤال الثالث: المؤهل العلمي.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المؤهل التعليمي
48.46%	63	المعهد
26.92%	35	الليسانس
14.62%	19	ماجستير
10%	13	دكتوراه
100%	130	المجموع

الجدول (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.



الدائرة النسبية (5) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.

من خلال النتائج نلاحظ أن نسبة 48.46% من أفراد عينة الدراسة خريجي المعهد، ونسبة 26.92% خريجي الليسانس، أما المتحصلين على

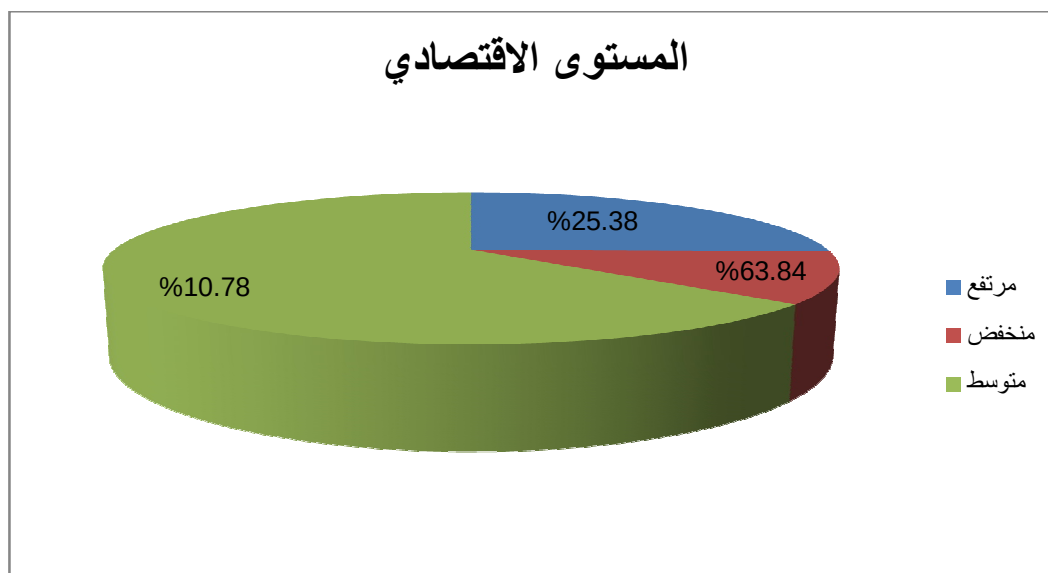
ماجستير فنسبتهم 14.62%، والخطباء الذين نالوا شهادة الدكتوراه فكانت نسبتهم 10%.

وهذا يدل على أن أكثر خطباء الجمعة من خريجي المعهد.

السؤال الرابع: المستوى الاقتصادي.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المستوى الاقتصادي
25.38%	33	مرتفع
63.84%	83	متوسط
10.78%	14	منخفض
100%	130	المجموع

الجدول (5) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الاقتصادي.



الدائرة النسبية (6) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الاقتصادي.

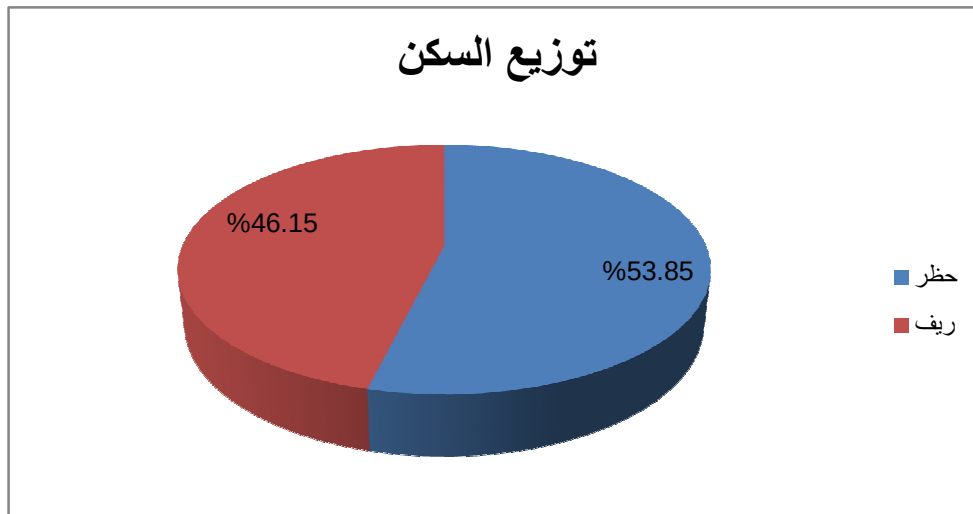
من خلال النتائج نلاحظ أن نسبة 25.38% من أفراد عينة الدراسة هم ذو الدخل المرتفع، أما ذو الدخل المتوسط قدرت نسبتهم بـ 63.84%، وبنسبة 10.78% هم ذو الدخل المنخفض.

نستنتج مما سبق أن أكثر خطباء الجمعة من ذو الدخل المتوسط.

السؤال الخامس: السكن.

النسبة المئوية	التكرار	
53.85%	70	حضر
46.15%	60	ريف
100%	130	المجموع

جدول (6) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.



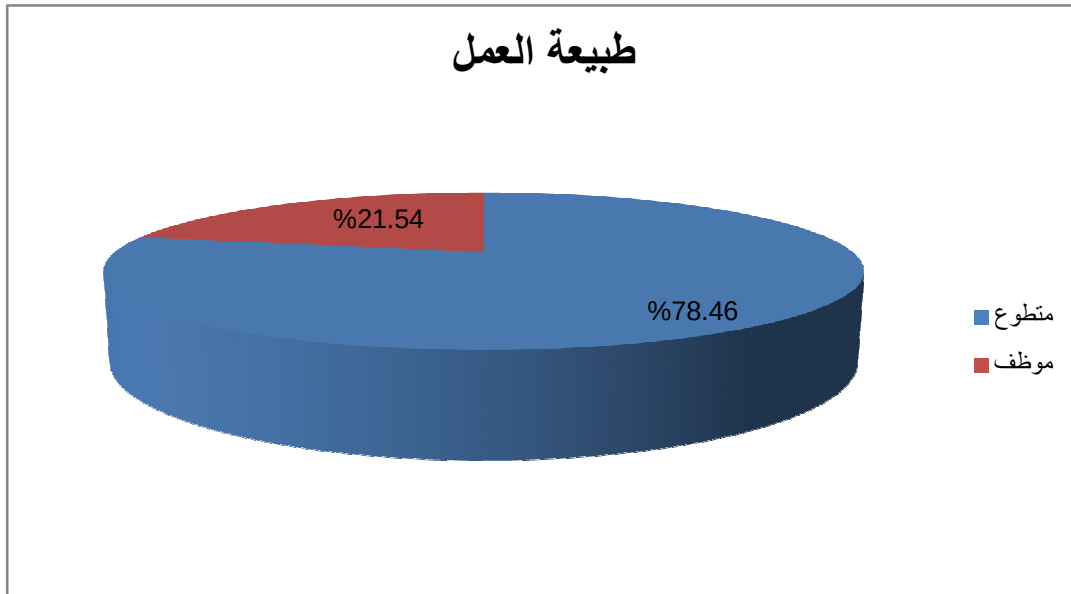
الدائرة النسبية (7) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.

من خلال النتائج نجد أن نسبة 53.85% من أفراد عينة الدراسة وهم خطباء الجمعة مسكنهم الحضر، أما سكان الريف فهم بنسبة 45.15%.

السؤال السادس: طبيعة العمل.

النسبة المئوية	التكرار	ت/م.ن طبيعة العمل
%78.46	102	موظف
%21.54	28	متطوع
%100	130	المجموع

جدول (7) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل.



الدائرة النسبية (8) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل.

من خلال نتائج الجدول (7) نلاحظ أن أغلب خطباء الجمعة في ولاية الوادي

موظفين، حيث قدرت نسبتهم بـ %78.46، أما الباقي فهم متطوعين ونسبتهم %21.54.

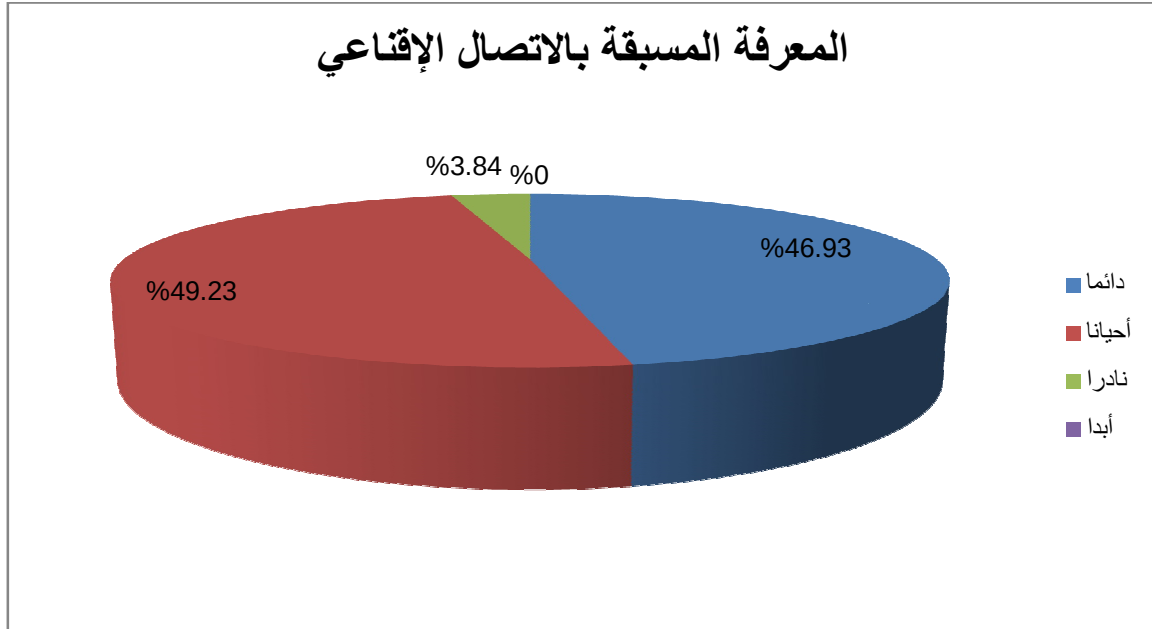
نستنتج أن أكثر أفراد عينة الدراسة موظفين، وها يوضح أن الخطابة مهنة.

4-1-1-2- تحليل الأسئلة المتعلقة بالاتصال الإقناعي ومقوماته.

السؤال السابع: هل تمتلك ثقافة أو معرفة مسبقة بالاتصال الإقناعي؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المعرفة المسبقة
%46.93	61	دائما
%49.23	64	أحيانا
%3.84	05	نادرا
%00	00	أبدا
%100	130	المجموع

جدول (8) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى معرفتهم المسبقة بالاتصال الإقناعي.



الدائرة النسبية (9) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى معرفتهم المسبقة بالاتصال الإقناعي.

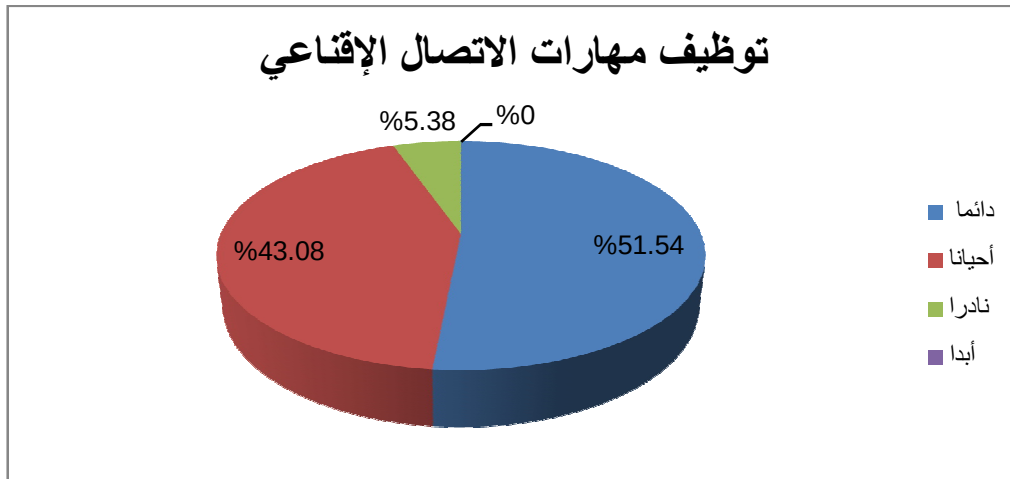
من خلال النتائج يتبين أن نسبة 49.23% من أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم أحيانا، أما في المرتبة الثانية وبنسبة 46.93% فكانت إجابات دائما، والاحتمال الثالث نادرا بنسبة 3.84%، أما الاحتمال الرابع والأخير فهو معدوم.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة لديهم فكرة مسبقة عن الاتصال الإقناعي، ودلّ على هذه الإجابات أغلب أفراد العينة بأحيانا ودائما، بعكس نادرا وأبدا.

السؤال الثامن: هل توظيف مهارات الاتصال الإقناعي؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م توظيف المهارات
51.54%	67	دائما
43.08%	56	أحيانا
5.38%	07	نادرا
00%	00	أبدا
100%	130	المجموع

الجدول (9) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توظيفهم لمهارات الاتصال الإقناعي.



الدائرة النسبية (10) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توظيفهم لمهارات الاتصال الإقناعي.

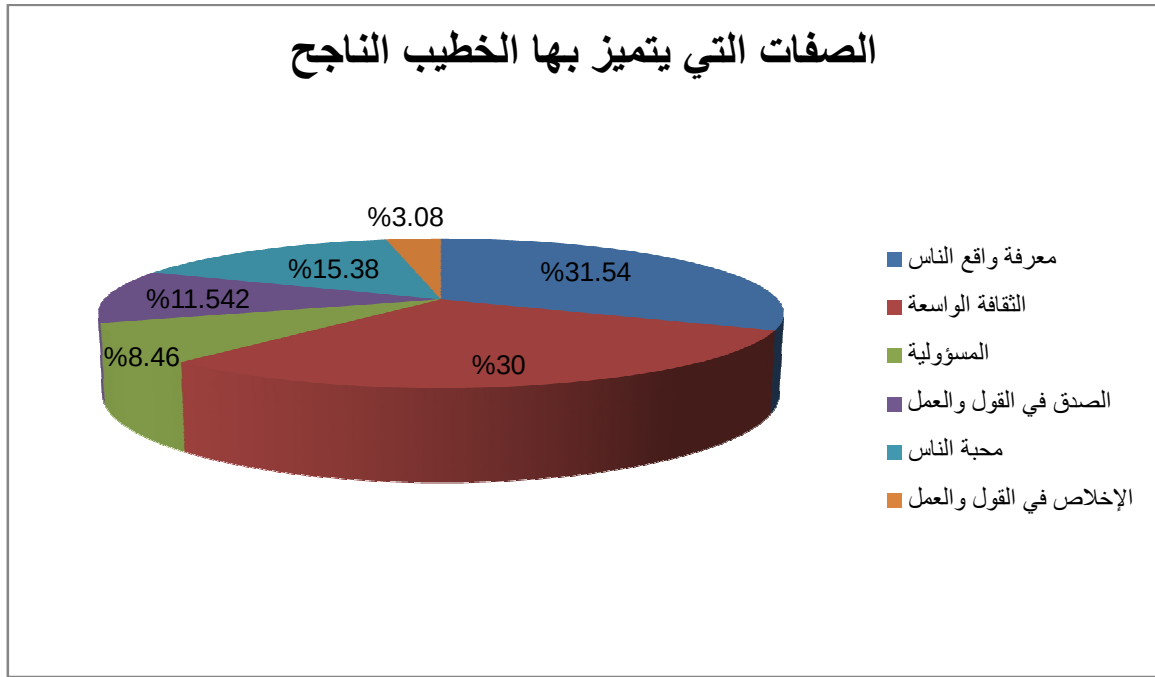
نلاحظ من خلال النتائج أن نسبة 51.54% من أفراد عينة الدراسة أجابوا بدائماً، أما الاحتمال الثاني أحيانا بنسبة 43.08%، والنسبة الباقية لنادراً، حيث بلغت نسبتها 5.38%، والاحتمال الرابع والأخير أبداً معدوم.

نستنتج مما سبق ذكره أن خطباء الجمعة يوظفون مهارات الاتصال الإقناعي أثناء خطبة الجمعة، وهذا راجع لامتلاكهم إياه.

السؤال التاسع: ما هي أهم الصفات التي يجب أن تتميز بها كخطيب ناجح؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الصفات المميزة
31.54%	41	معرفة واقع الناس
30%	39	الثقافة الواسعة
8.46%	11	المسؤولية
11.54%	15	الصدق في القول والعمل
15.38%	20	محبة الناس
3.08%	04	الإخلاص في القول والعمل
100%	130	المجموع

الجدول (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الصفات التي يتميز بها الخطيب الناجح.



الدائرة النسبية (11) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الصفات التي يتميز بها الخطيب الناجح.

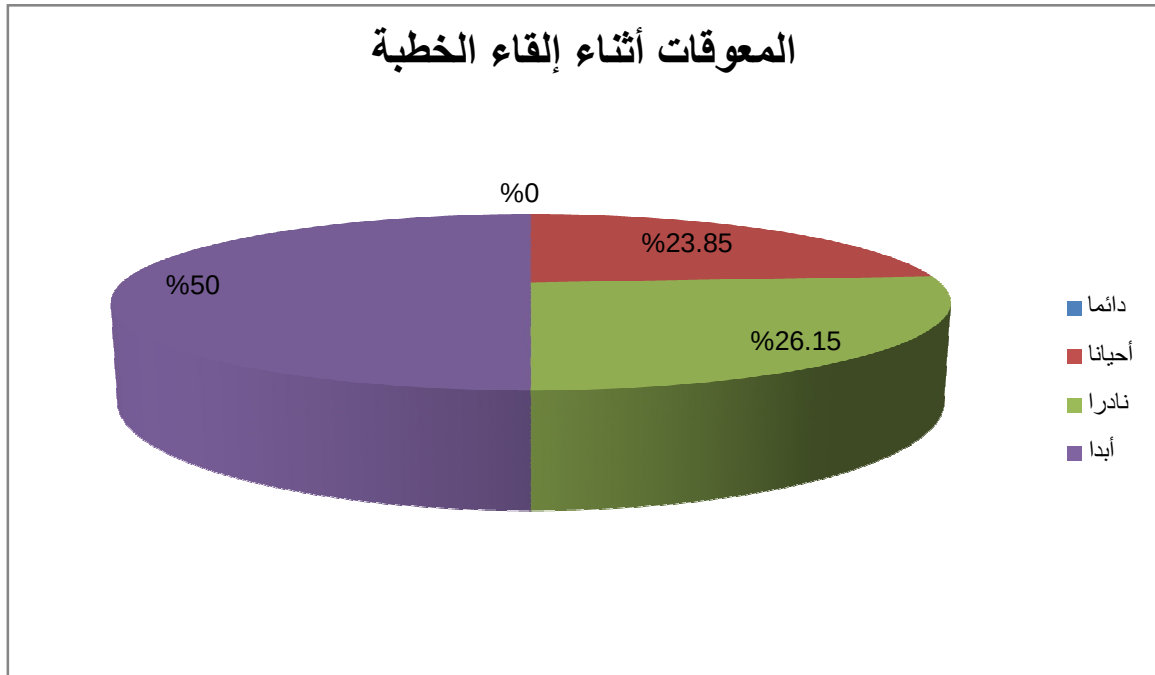
من خلال النتائج يتضح أن نسبة 31.54% يتصفون بصفة معرفة الناس، أما المرتبة الثانية للذين يتصفون بالثقافة الواسعة ونسبتهم 30%، أما المرتبة الثالثة للذين يتصفون بمحبة الناس والتعرف عليهم وبلغت نسبتهم بـ 15.38%، والمرتبة الرابعة للذين يتصفون بصدق القول والعمل وقدرت نسبتهم بـ 11.54%، أما المرتبة الخامسة فهي للذين يتصفون بالإخلاص في القول والعمل ونسبتهم 3.08%.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يتصفون بمعرفة واقع الناس، وهذا له أثر إيجابي على إلقاء موضوع الخطبة.

السؤال العاشر: هل تواجهك معوقات أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م المعوقات
%00	00	دائما
%23.85	31	أحيانا
%26.15	34	نادرا
%50	65	أبدا
%100	130	المجموع

الجدول (11) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة.



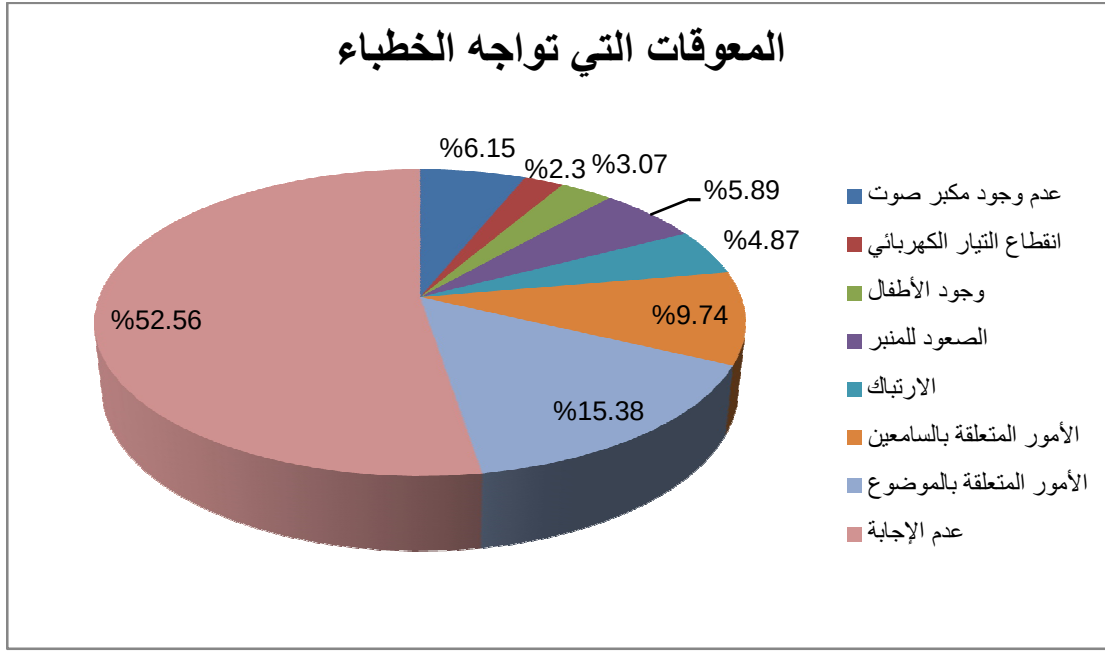
الدائرة النسبية (12) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة.

من خلال النتائج يتبين أن نصف أفراد عينة الدراسة لا يواجهون معوقات أثناء إلقاء الخطبة وذلك لإجاباتهم بأبدا، أما نادرا فنسبة 26.15%، والاحتمال الثاني فهو في المرتبة الثالثة بنسبة 23.85%، والاحتمال الأول في المرتبة الأخيرة بنسبة معدومة. نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة لا يواجهون معوقات أثناء إلقاءهم، أما القليل منهم فهم يواجهون معوقات في بعض الأحيان، لكن لا تؤدي بفشل الخطبة وعدم نجاحها.

السؤال الحادي عشر: في حال الإيجاب ما هي هذه المعوقات؟

النسبة المئوية	التكرار	ت / ن.م المعوقات
6.15%	24	عدم وجود مكبر صوت
2.30%	09	انقطاع الكهرباء
3.07%	12	وجود الأطفال
5.89%	23	الصعود للمنبر
4.87%	19	الارتباك
9.74%	38	الأمور متعلقة بالسامعين
15.38%	60	الأمور متعلقة بالموضوع
52.56%	205	عدم الإجابة
100%	390	المجموع

جدول (12) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعوقات التي تواجههم أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (13) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعوقات التي تواجههم أثناء إلقاء الخطبة.

من خلال نتائج الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة، الذين يمثلون خطباء الجمعة، حسب طبيعة المعوقات التي تواجههم كانت نسبة 15.38% بالنسبة للمعوقات المتعلقة بالموضوع، ونسبة 9.74% بالنسبة للمعوقات المتعلقة بالسامعين والخطيب، ونسبة 6.15% لعدم وجود مكبر صوت، ونسبة 5.89% للصعود للمنبر، ونسبة 4.87% بالنسبة لمعوق الارتباك، وبلغت النسبة في الاحتمال المتمثل في وجود الأطفال بـ 3.07%، ونسبة انقطاع التيار الكهربائي بـ 2.30%.

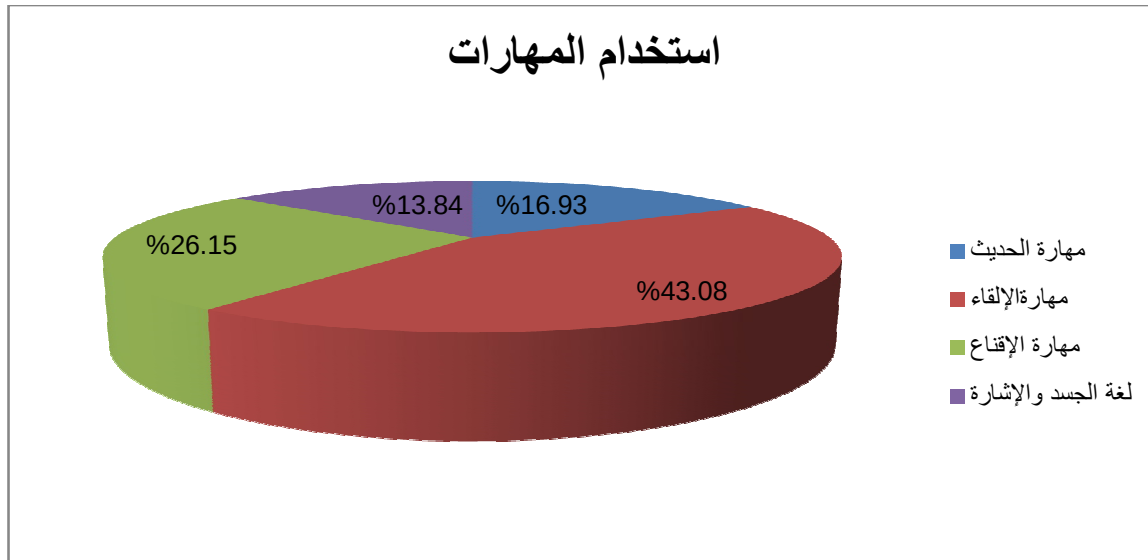
وهذا ما يدل على أن المعوقات التي تواجه الخطباء عادة متعلقة بالموضوع بالدرجة الأولى، ومتعلقة بالسامعين بالدرجة الثانية.

4-1-1-3- تحليل الأسئلة المتعلقة بالمحور الثالث.

السؤال الثاني عشر: أي المهارات تفضل استخدامها أكثر أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م استخدام المهارات
%16.93	22	مهارة الحديث
%43.08	56	مهارة الإلقاء
%26.15	34	مهارات الإقناع
%13.84	18	لغة الجسد والإشارة
%100	130	المجموع

جدول (13) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام مهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم الخطبة.



الدائرة النسبية (14) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام مهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم الخطبة.

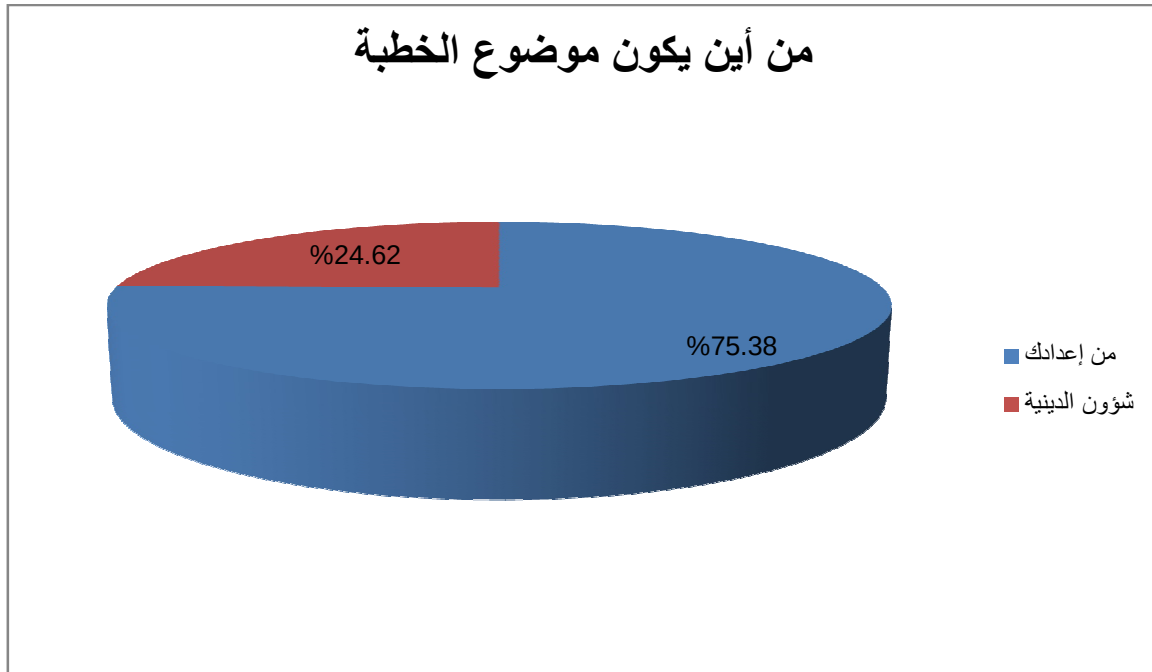
من خلال النتائج السابقة يتبين أن نسبة 43.08% من أفراد عينة الدراسة يمتلكون مهارة الإقناع، أما الاحتمال الثالث فهو في المرتبة الثانية ونسبة 26.15%، أما مهارة لغة

الجسد والإشارة فهي الاحتمال الأخير وفي المرتبة الثالثة بنسبة 13.84%، ونسبة 16.93% للاحتمال الأول الذي ترتب في المرتبة الرابعة والأخيرة وهي مهارة الحديث. نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة هم الذين يمتلكون مهارة الإقناع، وهذا يوضح مدى أهمية مهارة الإقناع في تأثيرها على السامعين.

السؤال الثالث عشر: هل كتابة موضوع الخطبة يكون من إعداد أو من إعداد الشؤون الدينية؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م يكون موضوع
75.38%	98	من إعدادك
24.62%	32	الشؤون الدينية
100%	130	المجموع

الجدول (14) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة.



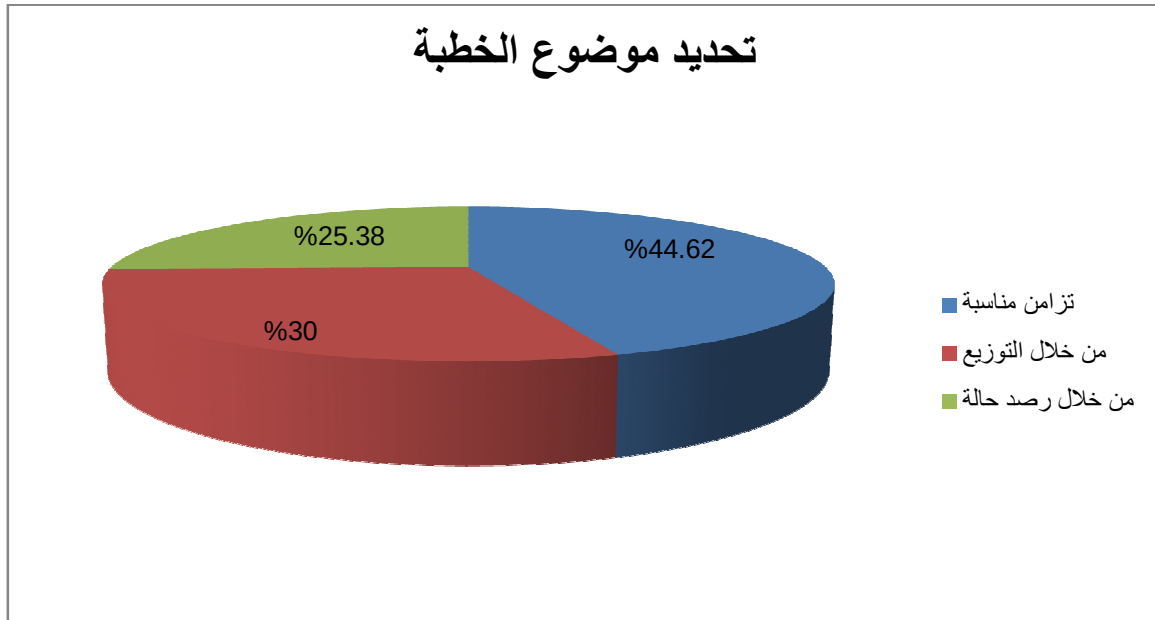
الدائرة النسبية (15) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة.

من خلال عرض النتائج يتبين أن أكثر من ثلث أفراد عينة الدراسة يقرون أنهم الذين يعدون موضوع خطبة الجمعة بأنفسهم وقدرت نسبتهم بـ 75.38%، أما نسبة 24.62% من أفراد العينة يقرون أن موضوع الخطبة من إعداد الشؤون الدينية. نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يمتلكون مهارة اختيار الموضوع والإبداع في طرح مضمونه بأسلوبهم الخاص وكتابتهم الخاصة.

السؤال الرابع عشر: قبل تحديد موضوع الخطبة على أي أساس يتم اختيارك؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م يتم اختيارك
44.62%	58	تزامن مناسبة
30%	39	من خلال لتوزيع
25.38%	33	من خلال رصد حالة
100%	130	المجموع

جدول (15) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة.



الدائرة النسبية (16) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة.

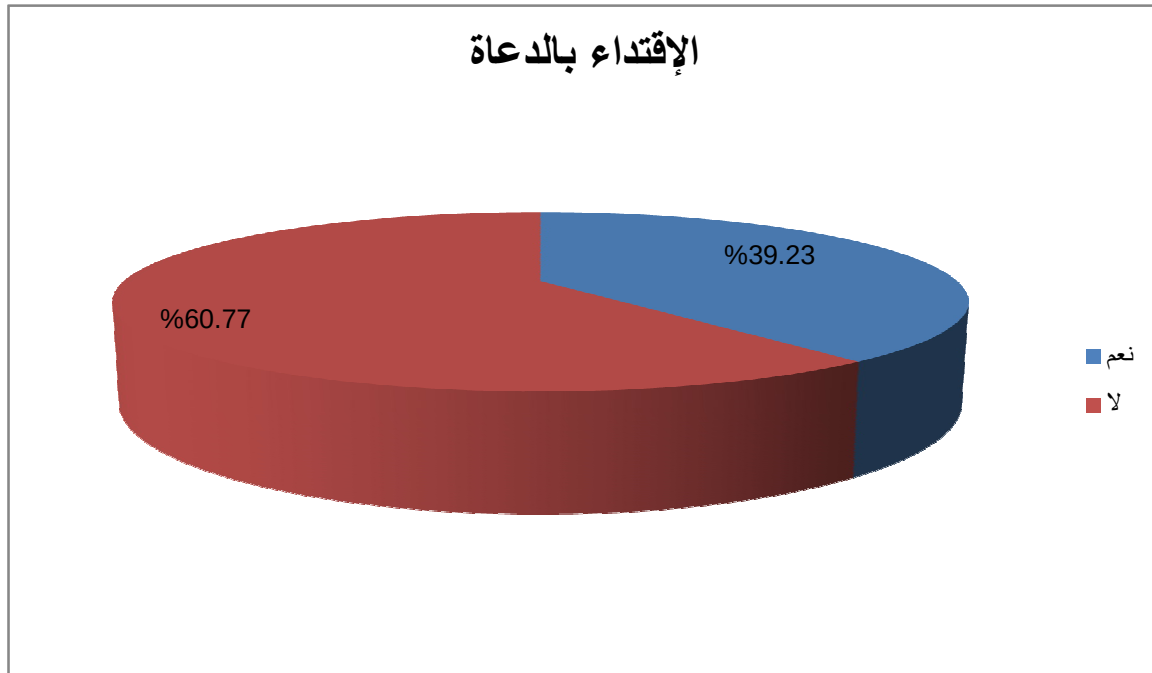
من خلال النتائج نجد أن نسبة 44.62% من أفراد عينة الدراسة يقرون بتحديد موضوع الخطبة من خلال تزامن مناسبة، ونسبة 30% من أفراد عينة الدراسة يقرون بتحديد موضوع الخطبة من خلال التوزيع، أما المرتبة الثالثة في الاحتمال الأخير وهو من خلال رصد حالة ونسبة 25.38%.

نستنتج مما سبق أن أكثر خطباء الجمعة يقرون بتحديد موضوع الخطبة من خلال تزامن مناسبة، وهذا يدل على أنهم يهتمون بواقع الناس وحال السامعين.

السؤال الخامس عشر: هل تقتدي بداعية معين في إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الإقتداء بالدعاة
39.23%	51	نعم
60.77%	79	لا
100%	130	المجموع

الجدول (16) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة.



الدائرة النسبية (17) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة.

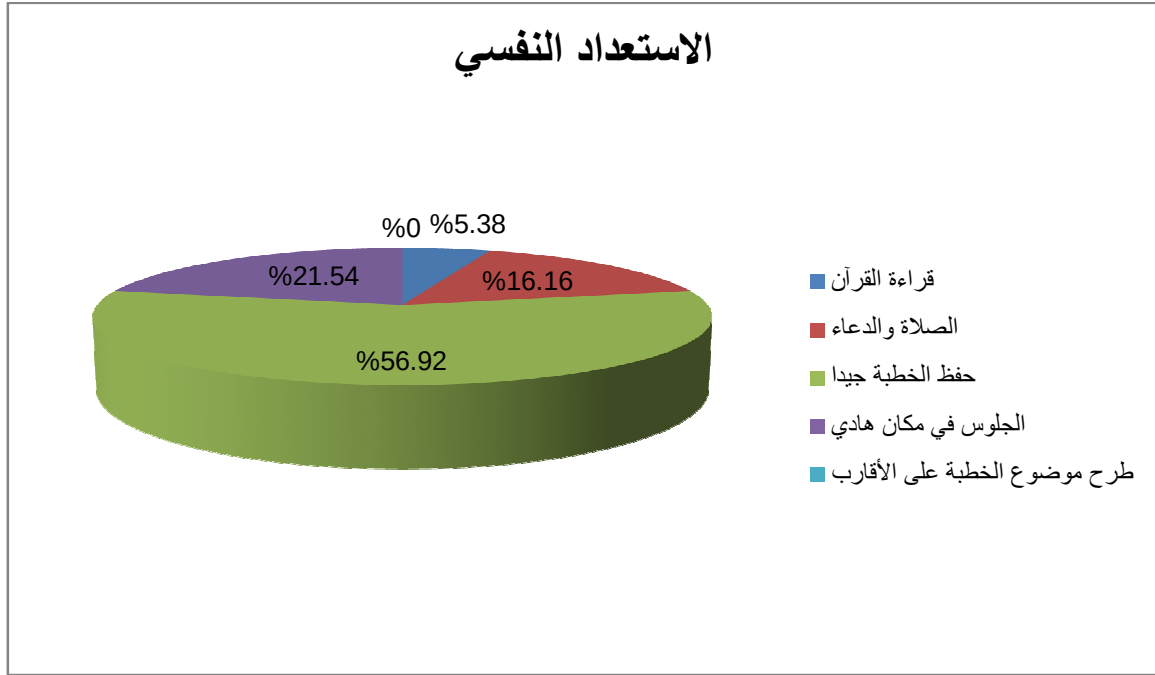
من خلال النتائج السابقة يتبين أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يقرون بأنهم لا يقتدون بداعية معين أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة وهم بنسبة 60.77%، أما الذين يقرون أنهم يقتدون بداعية معين فنسبتهم 39.23%.

نستنتج أن أكثرية خطباء الجمعة لا يقتدون بداعية معين أثناء إلقاء خطبة الجمعة، وهذا يوضح أن لكل خطيب أسلوبه الخاص وشخصيه متميزة في طرح مضمون الخطبة، ومحاولته رسم انطباع عن شخصيته وكيانه لدى السامعين.

السؤال السادس عشر: كيف يتم استعدادك النفسي للإلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الاستعداد النفسي
5.38%	7	قراءة القرآن
16.16%	21	الصلاة والدعاء
56.92%	74	حفظ الخطبة جيدا
21.54%	28	الجلوس في مكان هادي
00%	0	طرح موضوع الخطبة على الأقارب
100%	130	المجموع

جدول (17) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإعداد النفسي لإلقاء الخطبة.



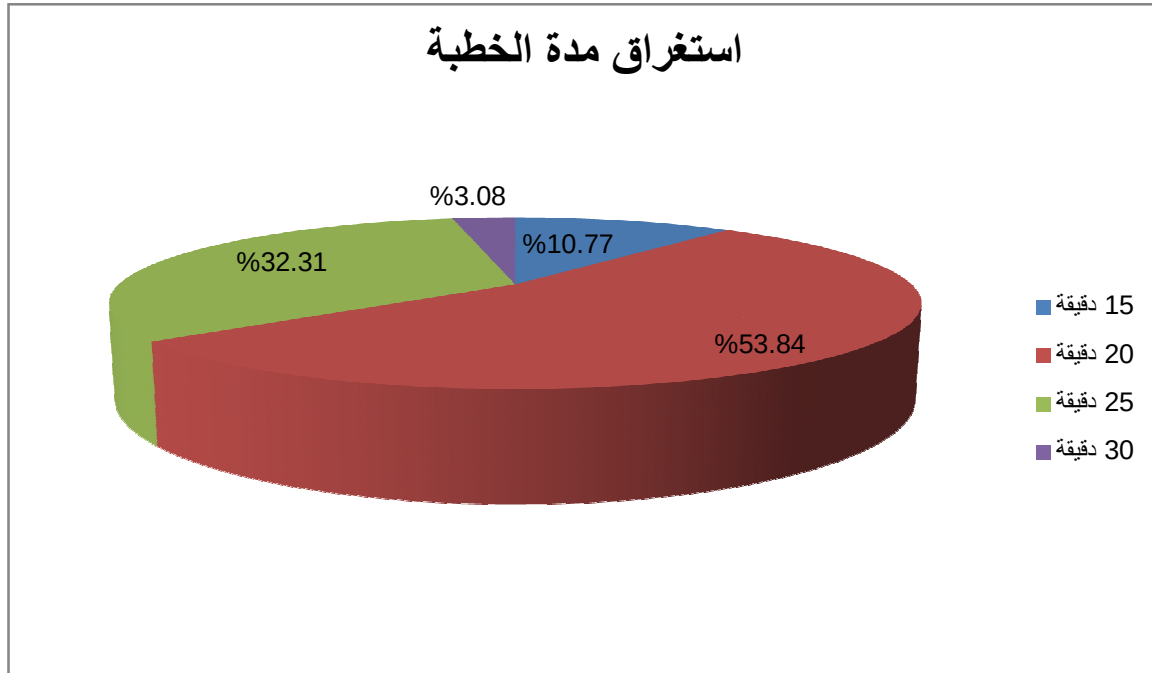
الدائرة النسبية (18) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإعداد النفسي لإلقاء الخطبة.

من خلال النتائج نجد أن هناك عدة احتمالات يتخذها الخطيب للإستعداد النفسي عند بداية إلقائه للخطبة الجمعة فهي على الترتيب التنازلي: في المرتبة الأولى الاحتمال الثالث وهو حفظ الخطبة جيدا ونسبة 56.92%، أما المرتبة الثانية للإحتمال الرابع وهو الجلوس في مكان هادئ ونسبة 21.54%، والمرتبة الثالثة للإحتمال الثاني وهو الصلاة والدعاء، أما الإحتمال الأول فهو المرتبة ما قبل الأخيرة بنسبة 5.38%، والإحتمال الأخير في المرتبة الأخيرة معدوم النسبة وهو طرح موضوع الخطبة على الأقارب. نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يحرصون على حفظ الخطبة جيدا قبل إلقائها، لما فيه من تأثير إيجابي على السامعين.

السؤال السابع عشر: كم تفضل استغراق مدة الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م استغراق مدة الخطبة
%10.77	14	15 دقيقة
%53.84	70	20 دقيقة
%32.31	42	25 دقيقة
%3.08	4	30 دقيقة
%100	130	المجموع

جدول (18) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استغراق مدة الخطبة.



الدائرة النسبية (19) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استغراق مدة الخطبة.

من خلال النتائج نجد أن نسبة 53.84% من أفراد عينة الدراسة يستغرقون حوالي 20 دقيقة لإلقاء الخطبة، ونسبة 32.31% يستغرقون حوالي 25 دقيقة، ونسبة 10.77%

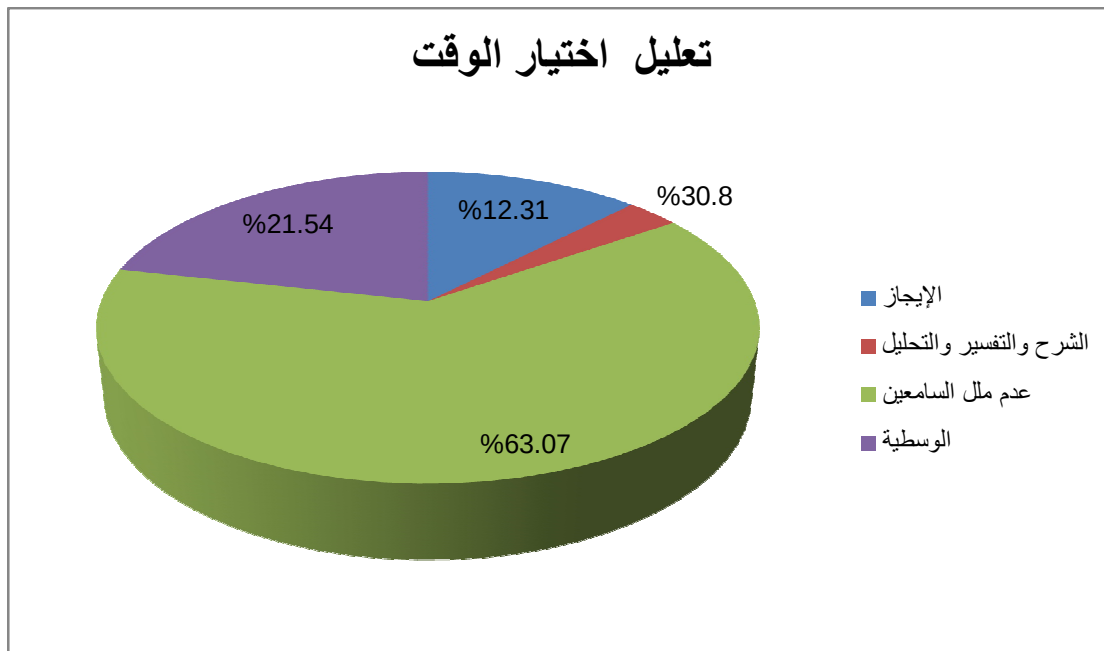
يستغرقون حوالي 15 دقيقة، أما الاحتمال الرابع نصف ساعة فيستغرقون ونسبتهم 3.08%.

نستنتج أنه أغلب خطباء الجمعة يمتلكون مهارة إيصال المعلومات في حوالي 20 دقيقة.

السؤال الثامن عشر: إذا أجبت على أي خيار ما هو التعليل؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م تعليل عن الوقت
12.31%	16	الإيجاز
3.08%	04	الشرح والتفسير والتحليل
63.07%	82	عدم ملل السامعين
21.54%	28	الوسطية
100%	130	المجموع

الجدول (19) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار مدة الخطبة.



الدائرة النسبية (20) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار مدة الخطبة.

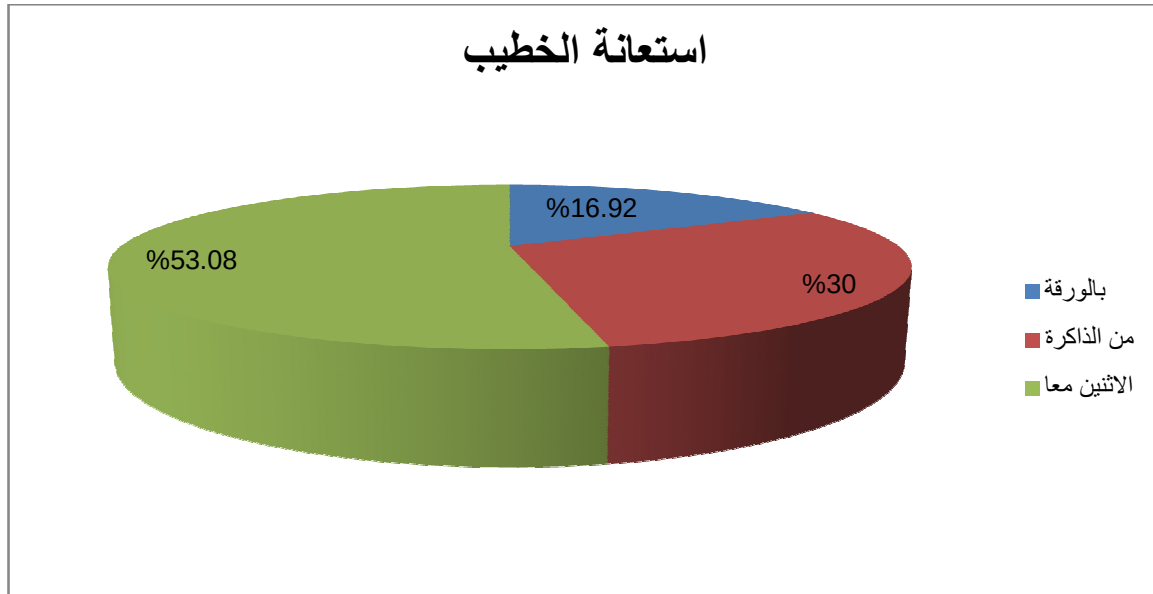
من خلال النتائج يتضح أن نسبة 63.07% من أفراد عينة الدراسة يقرون بعدم الإطالة في الخطبة وذلك لعدم ملل السامعين، ونسبة 21.54% يقرون بالوسطية في مدة الخطبة، ونسبة 12.31 يقرون بالإيجاز والاختصار في الخطبة، ونسبة 3.08% من أفراد عينة الدراسة يقرون بالإطالة وذلك للتعليل والتفسير والإيضاح للسامعين.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة يراعون حال السامعين أثناء إلقاء خطبة الجمعة.

السؤال التاسع عشر: أثناء إلقاء الخطبة تستعين بالورقة أم تعتمد على الذاكرة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م استعانة الخطيب
16.92%	24	بالورقة
30%	39	من الذاكرة
53.08%	69	الاثنين معا
100%	130	المجموع

جدول (20) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (21) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة.

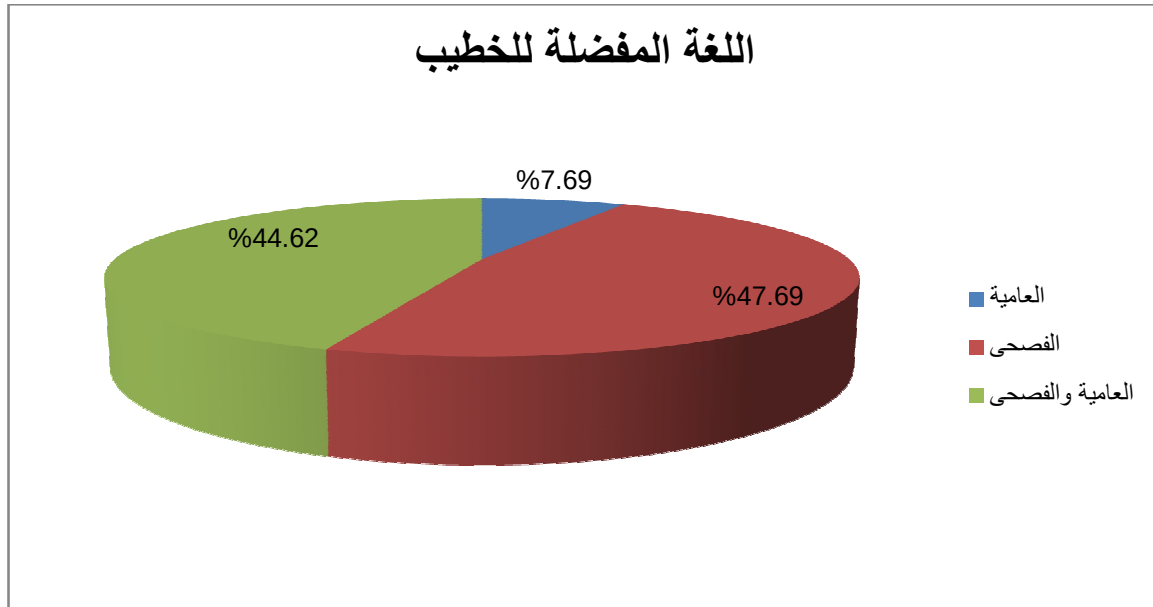
من خلال النتائج يتبين أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يستعينون بالورقة والذاكرة في إلقاءهم للخطبة ونسبتهم 53.08%، أما الذين لا يستعينون بالورقة ويعتمدون على ذاكرتهم فنسبتهم 30%، أما النسبة الباقية وهي 16.92% فهم الذين يعتمدون على الورقة في الإلقاء.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يفضلون عند إلقاءهم لخطبة الجمعة المزج بين الاليتين أي الاعتماد على الذاكرة والورقة معاً.

السؤال العشرون: أثناء إلقاء الخطبة تفضل اللغة.

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م اللغة المفضلة
7.69%	10	العامية
47.69%	62	الفصحى
44.62%	58	العامية والفصحى
100%	130	المجموع

جدول (21) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة.



الدائرة النسبية (22) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة.

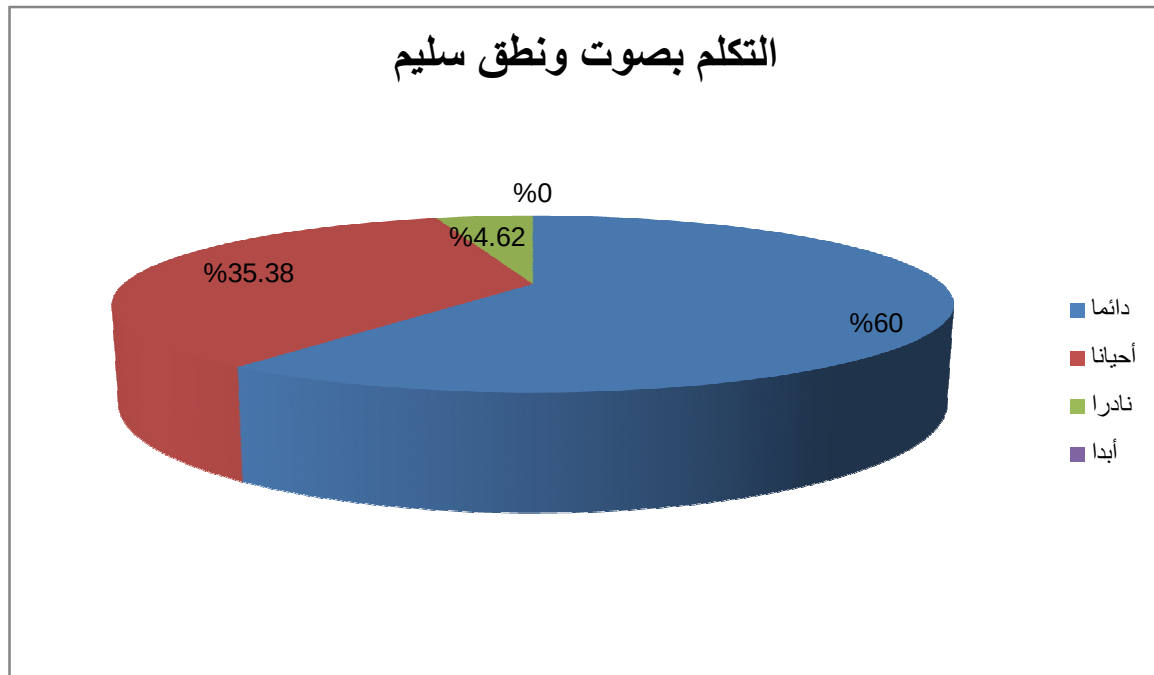
يتضح من خلال النتائج أن نسبة 47.69% من أفراد عينة الدراسة يفضلون التكلم باللغة الفصحى أثناء إلقاء خطبة الجمعة، ونسبة 44.62% من أفراد عينة الدراسة يفضلون الجمع بين اللغتين الفصحى والعامية أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، أما الذين يفضلون التكلم باللغة العامية فنسبتهم 7.69%.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يفضلون التكلم باللغة الفصحى، وهذا يوضح امتلاكهم فصاحة اللغة والتكلم بنطق واضح، وإعطاء الحروف حقها أثناء الإلقاء.

السؤال الواحد والعشرين: هل تتكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م النطق والصوت
60%	78	دائماً
35.38%	46	أحياناً
4.62%	06	نادراً
00%	0	أبداً
100%	130	المجموع

الجدول (22) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (23) تمثل أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة.

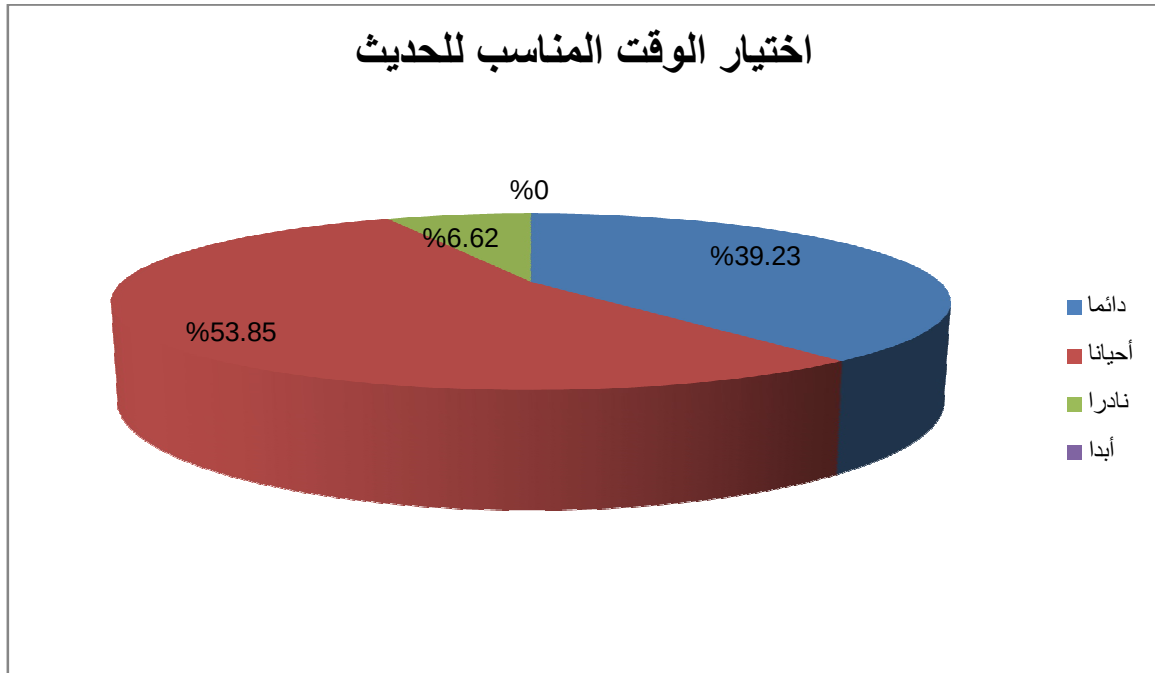
من خلال النتائج نلاحظ أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة وبنسبة قدرت بـ 60% كانت إجاباتهم بدائما، أما الاحتمال الثاني أحيانا فقد قدرت نسبته بـ 35.38%، والذين أجابوا على نادرا بـ 4.62%، أما أبدا فبنسبة معدومة.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة يمتلكون النطق والصوت السليمين أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، هذا يوضح أهمية هذه المهارة أثناء الإلقاء، فالنطق السليم والصوت الواضح يضيفان جمالا صوتيا في الخطبة.

السؤال الثاني والعشرين: هل تختار الوقت المناسب للحديث أو التوقف أو الاستمرار أثناء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الوقت المناسب
%39.23	51	دائما
%53.85	70	أحيانا
%06.92	09	نادرا
%00	00	أبدا
%100	130	المجموع

جدول (23) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (24) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة.

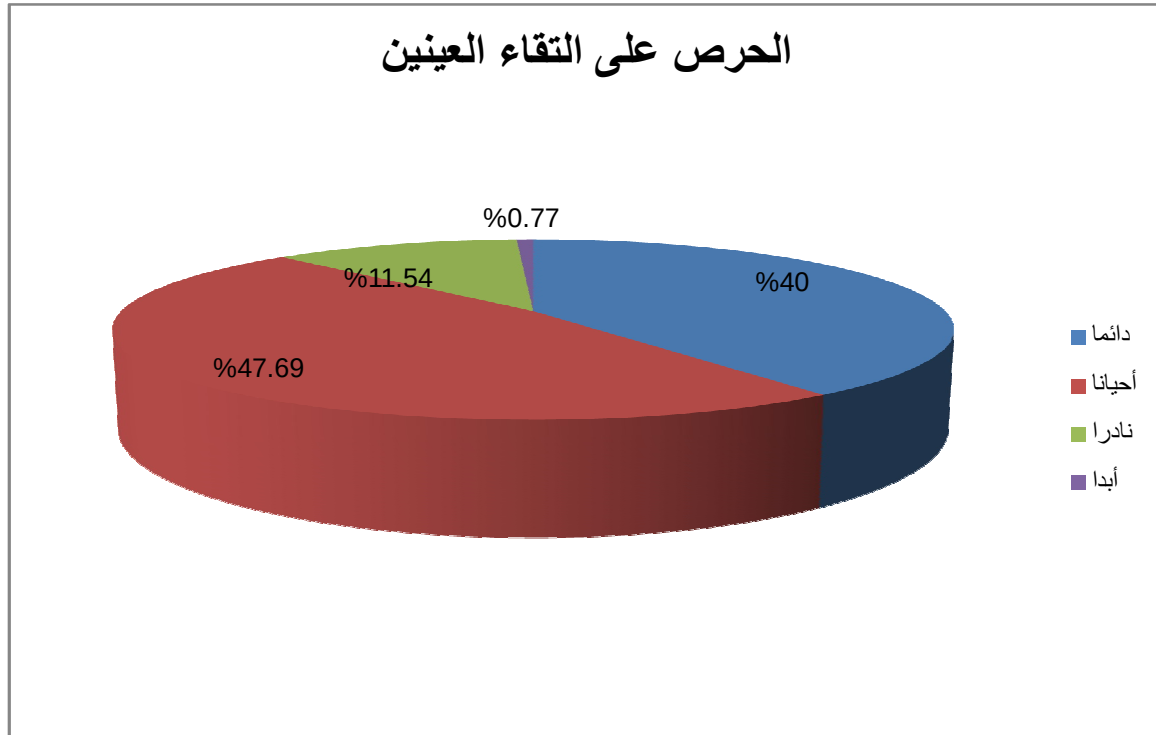
من خلال النتائج نلاحظ أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم أحيانا وبنسبة 53.85%، أما الاحتمال الأول دائما فبنسبة 39.23%، ونسبة 6.92% من أفراد العينة أجابوا بنادرا، وكانت النسبة معدومة في أبدا.

نستنتج مما سبق أن أكثر خطباء الجمعة يختارون الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار، لما له من أهمية وفائدة جليلة على السامعين، فجمال التأكيد مثلا ليست كجمال التعجب أو الاستفهام.

السؤال الثالث والعشرين: هل تحرص على استمرار وإلتقاء العينين مع المستمعين أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الحرص على التقاء العينين
40%	52	دائما
47.69%	62	أحيانا
11.54%	15	نادرا
0.77%	01	أبدا
100%	130	المجموع

جدول (24) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في إلتقاء العينين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (25) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة.

من خلال النتائج المعروضة مسبقا نلاحظ أن نسبة 47.96% من أفراد عينة الدراسة أجابوا على أحيانا، ونسبة 40% أجابوا على دائما، ونسبة 11.54% أجابوا على نادرا، ونسبة 0.77% أجابوا على أبدا.

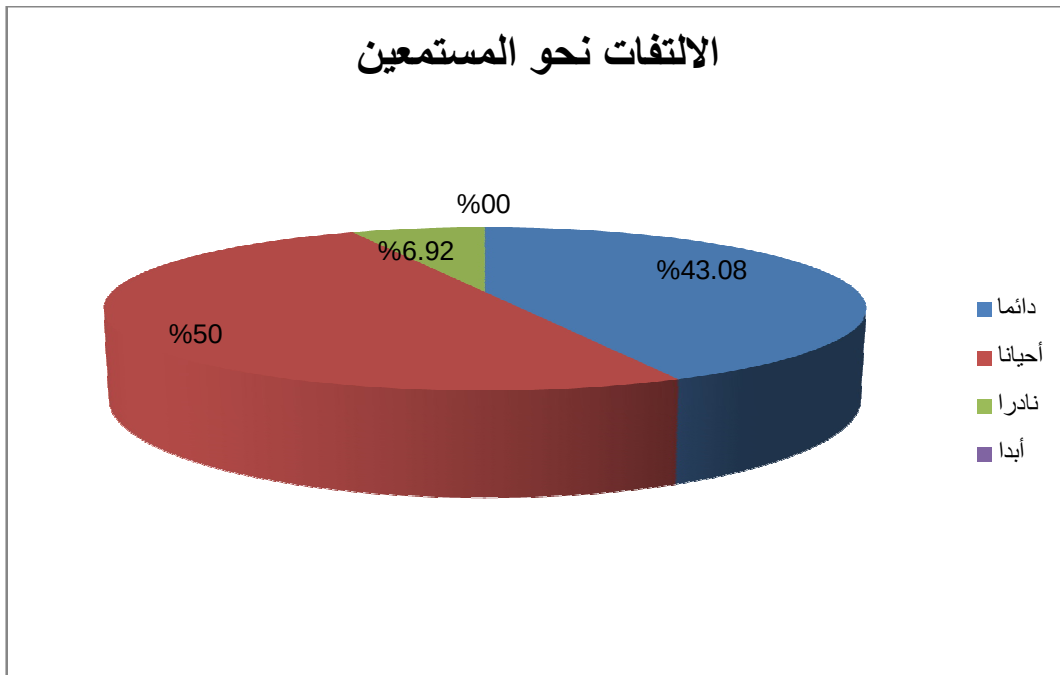
نستنتج مما سبق أن أكثر خطباء الجمعة أجابوا على أحيانا في التقاء العينين بالمستمعين في إلقاء الخطبة، وهذا يوضح أهمية التقاء العينين من حين إلى آخر بالمستمعين.

فلا يكون النظر إليهم دائما من طرف الخطيب ولا يغض بصره عنهم، حيث يمزج بين النظر وغض البصر، حتى لا يشعر المستمعين بقلّة الاهتمام واللامبالاة من طرف الخطيب إذا غض بصره عنهم.

السؤال الرابع والعشرين: هل تلتفت إلى اليمين و اليسار نحو المستمع أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م الالتفات نحو اليمين واليسار
%43.08	56	دائما
%50	65	أحيانا
%6.92	09	نادرا
%0	0	أبدا
%100	130	المجموع

جدول (25) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الالتفات نحو المستمعين أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (26) تمثل أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الالتفات نحو المستمعين أثناء إلقاء الخطبة.

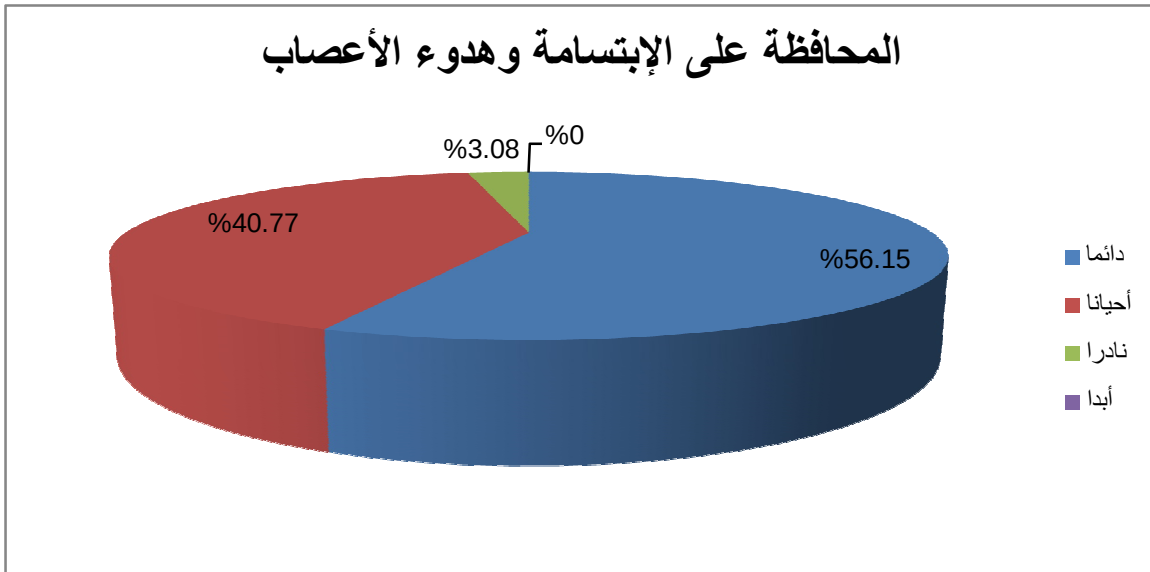
من خلال النتائج يتضح أن نصف أفراد عينة الدراسة أجابوا على أحيانا بنسبة %50، ونسبة %43.08 من أفراد عينة الدراسة أجابوا على دائما، أما نادرا فأجابوا عنها بنسبة %6.92، وأبدا معدومة النسبة.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يلتفتون إلى اليمين واليسار أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة – أي إلى المستمعين- لما فيه من أهمية جلب انتباه السامعين.

السؤال الخامس والعشرين: هل تحافظ على ابتسامتك وهدوء أعصابك أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م ابتسامة وهدوء الأعصاب
%56.15	73	دائما
%40.77	53	أحيانا
%3.08	04	نادرا
%00	00	أبدا
%100	130	المجموع

جدول (26) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في هدوء الأعصاب أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (27) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في هدوء الأعصاب أثناء إلقاء الخطبة.

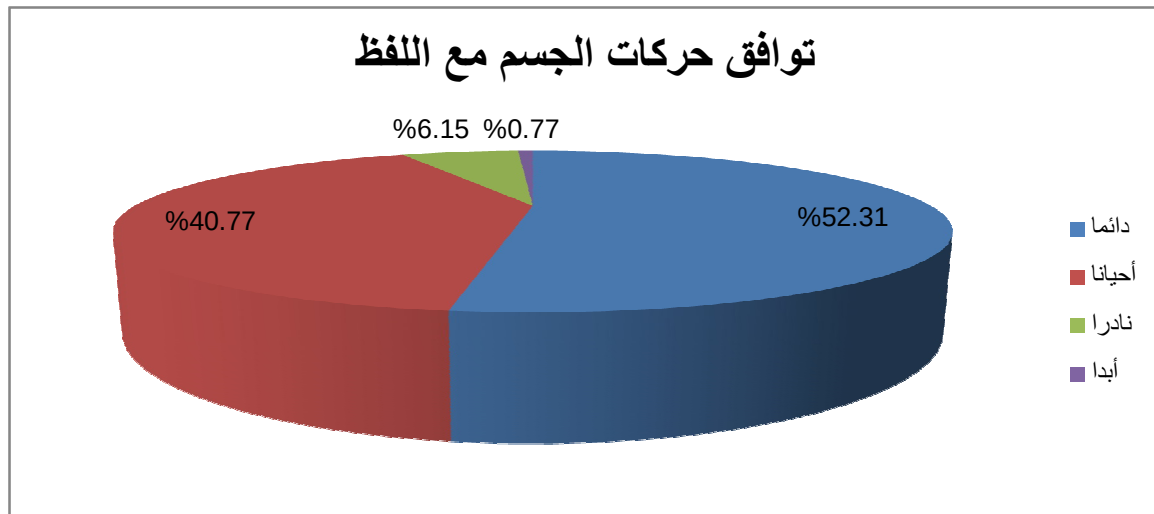
من خلال النتائج يتبين أن أكثر من أفراد عينة الدراسة أجابوا على دائما وبنسبة %56.15، ونسبة %40.77 أجابوا على أحيانا، أما نادرا فأجابوا عنها بنسبة %3.08، وأبدا بنسبة معدومة.

نستنتج أن أغلبية خطباء الجمعة يحافظون على ابتساماتهم وهدوء أعصابهم أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة.

السؤال السادس والعشرين: هل تتوافق حركات جسمك مع ألفاظك أثناء إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م توافق الحركة مع اللفظ
%52.31	68	دائما
%40.77	53	أحيانا
%6.15	08	نادرا
%0.77	01	أبدا
%100	130	المجموع

جدول (27) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في توافق حركات الجسم مع اللفظ أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (28) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في توافق حركات الجسم مع اللفظ أثناء إلقاء الخطبة.

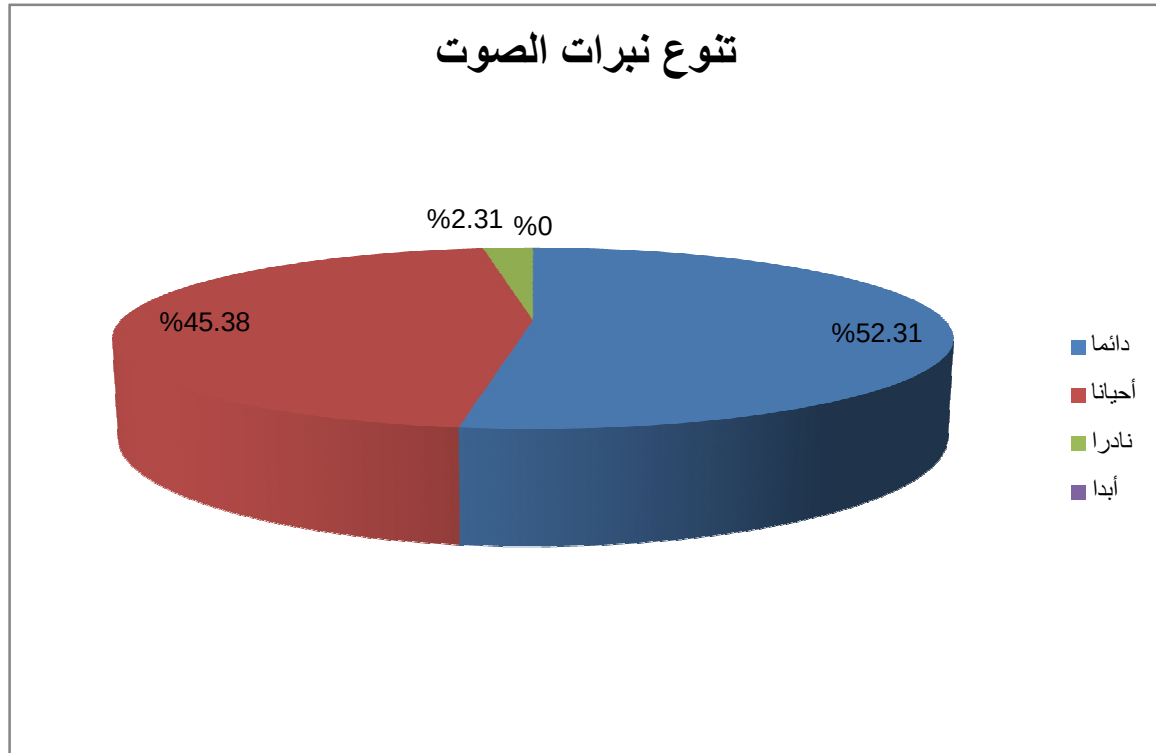
من خلال النتائج نلاحظ أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة أجابوا على دائما وبنسبة %52.31، أما نسبة %40.77 من أفراد عينة الدراسة أجابوا على أحيانا، أما نادرا فكانت نسبتها %6.15، وأبدا بنسب ضعيفة وهي %0.77.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة لديهم قدرة على توافق حركات جسمهم مع ألفاظهم، وهذا يوضح مدى أهمية انسجام اللفظ مع الحركة -أثناء إلقاء الخطبة- حتى يؤدي الغرض المقصود، ولا تنحى عنه إلى أي تفسير آخر.

السؤال السابع والعشرين: هل تتنوع نبرات صوتك أثناء إلقاء الخطبة حسب الموقف (الحزن، الفرح، الغضب)؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م توافق الحركة مع اللفظ
52.31%	68	دائماً
45.38%	59	أحياناً
2.31%	03	نادراً
00%	00	أبداً
100%	130	المجموع

جدول (29) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تنوع نبرات الصوت أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (29) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تنوع نبرات الصوت أثناء إلقاء الخطبة.

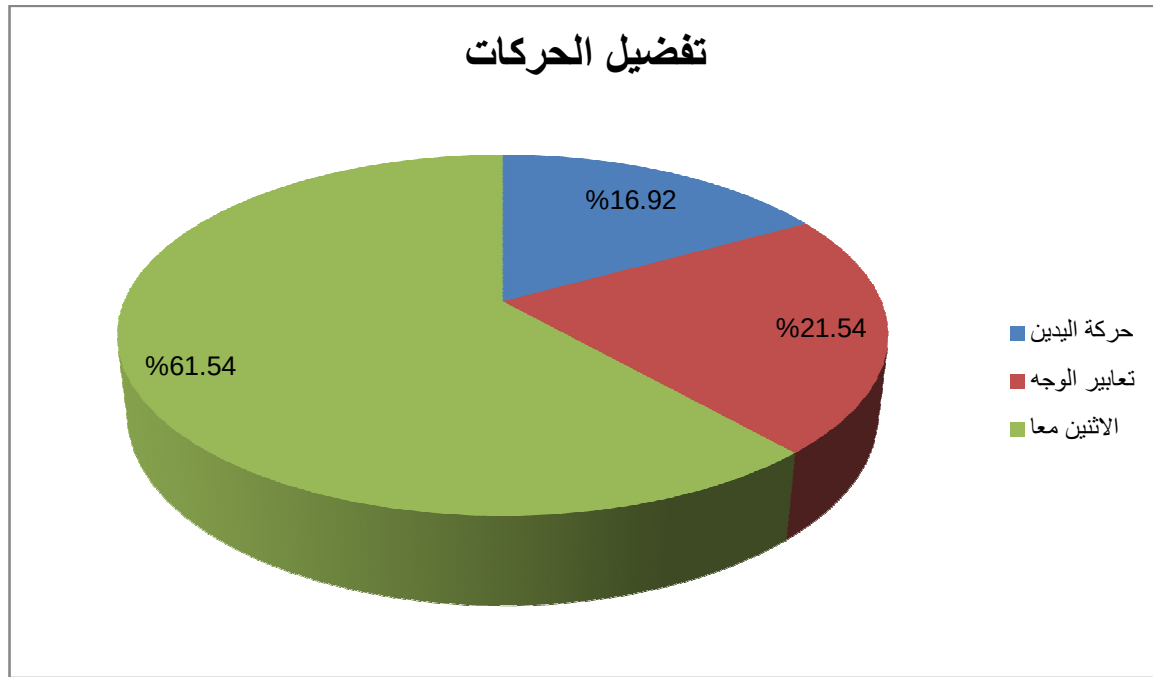
من خلال النتائج نلاحظ أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة أجابوا على دائما وبنسبة 52.31%، ونسبة 45.38% أجابوا على أحيانا، ونسبة 2.31% من أفراد عينة الدراسة أجابوا على نادرا، أما أبدا فبنسبة معدومة.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة تنوع نبرات صوتهم عند إلقاء الخطبة، حيث أقروا مدى أهمية هذه المهارة عندما يلجأ إليها الخطيب في تنوع الحالات التي يتكلم فيها مثل الغضب، والفرح، والحزن...

السؤال الثامن والعشرين: ما هي الحركات التي تفضل أن تستخدمها أكثر في إلقاء الخطبة؟

النسبة المئوية	التكرار	ت/ن.م توافق الحركة مع اللفظ
%16.92	22	حركة اليدين
%21.45	28	تعابير الوجه
%61.54	80	الاثنتين معا
%100	130	المجموع

جدول (29) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة.



الدائرة النسبية (30) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة.

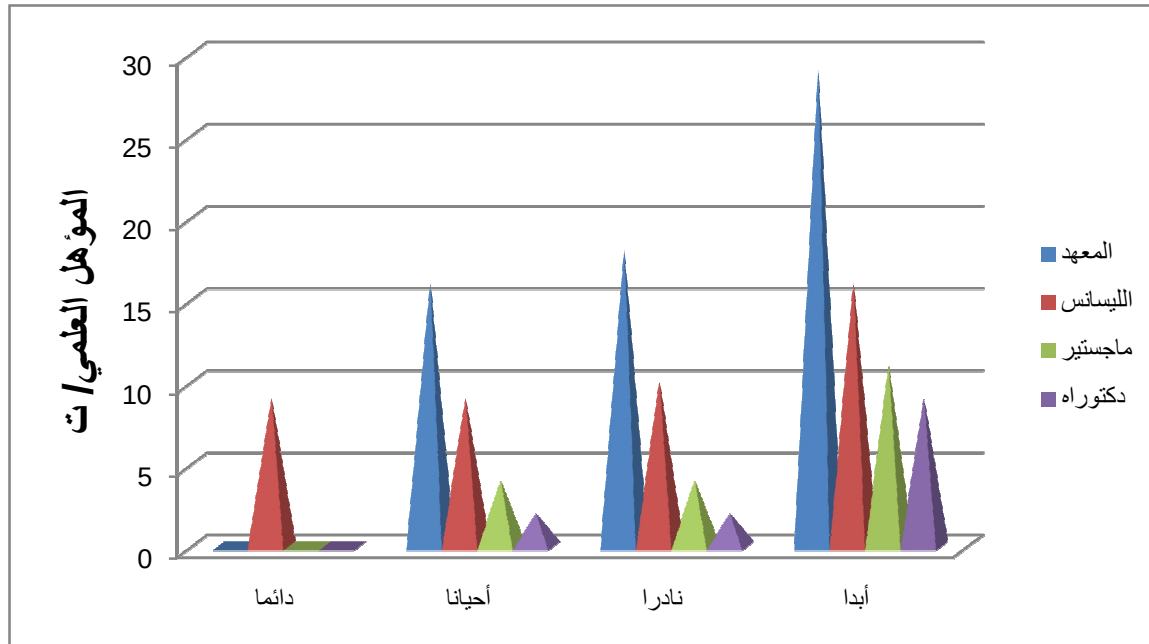
من خلال النتائج يتبين أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة يستخدمون تعابير الوجه وحركة اليدين معا أثناء إلقاءهم للخطبة وبنسبة %61.92، ونسبة %21.54 يستخدمون تعابير الوجه فقط، أما الذين يستخدمون حركات اليدين فقط فنسبتهم %16.92.

نستنتج أن أكثر خطباء الجمعة يستخدمون تعابير الوجه وحركات اليدين معاً أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، وذلك لما له أهمية إيصال الأفكار ومضمون الخطبة بطريقة سهلة. من خلال ما سبق أستخلص أن خطباء الجمعة بالوادي يهتمون بمهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، ويحرصون على توظيفها من حين إلى آخر، حيث يركزون اهتمامهم على مهارة الإقناع بالدرجة الأولى، وذلك لإهتمامها في التأثير على المستمعين، والدرجة الثانية لمهارة الإلقاء حيث هي الوسيلة التي يستعملها الخطيب في إيصال مضمون فكرته، أما مهارة الإشارة ولغة الجسد فهي في الدرجة الثالثة لأنها تعتبر مهارة من المهارات المكملة للإقناع والإلقاء، بحيث تسهل الإشارة نقل الأفكار وشرحها وتحليلها وتؤدي إلى توضيح بعض المعاني الغامضة.

4-1-2- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.

1- الجدول (30) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
دائما	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%100
أحيانا	16	%51.61	09	%29.03	04	%12.90	2	%6.46	31	%100
نادرا	18	%52.94	10	%29.41	04	%11.77	02	%5.55	34	%100
أبدا	29	%44.62	16	%24.62	11	%16.92	09	%13.84	65	%100



هرم (31) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم أحيانا وفق متغير طبيعة المؤهل العلمي بلغت عند خريجي المعهد بـ 51.61%، وعند خريجي بـ 29.03%، أما عند خريجي الماجستير فقدر بـ 12.9%، وخريجي الدكتوراه وصلت إلى نسبة 6.46%، أما الإحتمال الثاني نادرا المعهد بـ 52.94%، وعند خريجي بـ 29.41%، أما عند خريجي الماجستير فقدر بـ 17.77%، وخريجي الدكتوراه وصلت إلى نسبة 5.88%، ودائما بلغت نسبة المعهد فيها بـ 44.62%، والليسانس قدرت بـ 24.62%، والماجستير بـ 16.92%، والدكتوراه بـ 13.84%.

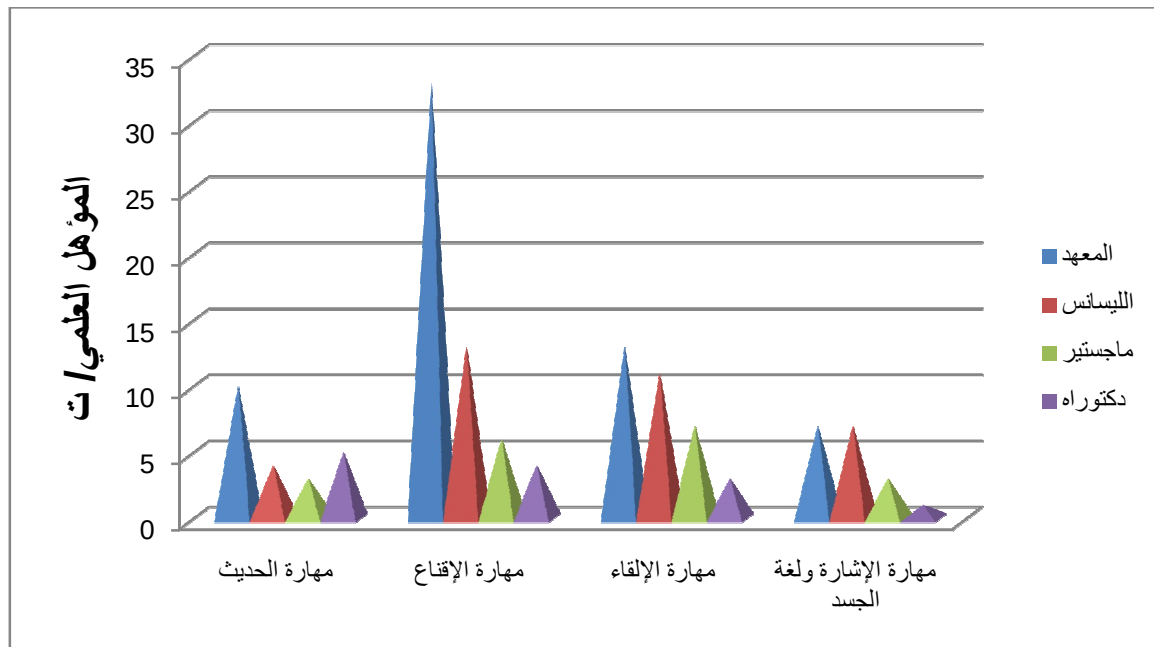
من خلال تحليل نتائج الجدول يتضح أن خريجي المعهد هم في المرتبة الأولى في جميع الخيارات، ويليهما في المرتبة الثانية خريجي، والمرتبة الثالثة خريجي الماجستير والمرتبة الرابعة والأخيرة خريجي الدكتوراه.

نستنتج من هذا أن خريجي المعهد يواجهون المعوقات أكثر من فئات التخصص الآخر، وهذا يعود إلى كثرة ارتيادهم للمنابر، مما جعل لديهم خبرة اكتشاف هذه المعوقات، ومحاولة إيجاد حلول لها.

ويتضح أيضا أن للمؤهل العلمي أهمية كبرى في تحديد المعوقات التي تواجه خطيب الجمعة أثناء إلقائه للخطبة.

2- الجدول (31) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام المهارات وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
الحديث	10	%45.45	04	%18.18	03	%13.64	05	%22.73	22	%100
الإقناع	33	%58.93	13	%23.22	06	%10.71	04	%7.14	56	%100
الإلقاء	13	%38.24	11	%32.35	07	%20.59	03	%8.82	34	%100
لغة الجسد	07	%38.89	07	%38.89	03	%16.67	01	%5.55	18	%100



هرم (32) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة رأيهم في استخدام المهارات وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة المتمثلة في خطباء الجمعة بولاية الوادي كانت إجاباتهم حسب استخدام مهارات الاتصال ووفق متغير المؤهل العلمي كالتالي: مهارة الحديث ونسبتها عند خريجي المعهد بنسبة 45.45% والليسانس قدرت بـ 18.18%، أما عند خريجي الماجستير فقدرت بـ 13.64% والدكتوراه نسبتها بـ 22.73%، أما عن الإحتمال الثاني ألا وهو مهارة الإقناع فنسبته عند خريجي المعهد قدرت بـ 58.93% و بـ 23.22%، أما الدرجة الثالثة وهم خريجي الماجستير فقدرت بـ 10.71%، والدكتوراه بـ 7.14%، وإجابات الإحتمال الثالث وهو مهارة الإلقاء فنسبتها على الترتيب: المعهد بـ 38.24%، قدرت بـ 32.35%، والماجستير بـ 20.59%، والدكتوراه بـ 8.82%.

أما فيما يخص الإحتمال الأخير المتمثل في لغة الإشارة ولغة الجسد فبلغت نسبته عند خريجي المعهد بـ 38.39%، والليسانس بـ 38.87%، والماجستير بـ 16.67%، والدكتوراه بـ 5.55%.

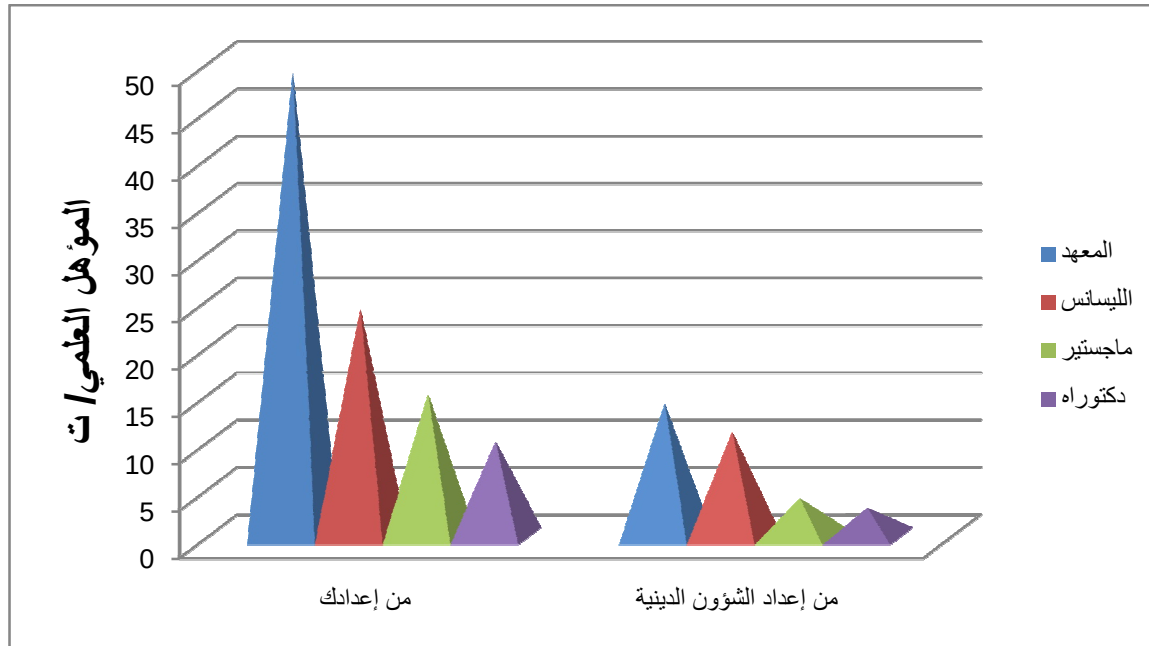
من خلال تحليل النتائج استخدام المهارات يتضح أن اللذين يمارسون المهارات بشكل كبير أثناء إلقاء الخطبة هم خريجي المعهد، وهذا يدل على امتلاكهم لهذه المهارات وتوظيفهم لها، حيث تزيد هذه المهارات من وضوح معاني وأفكار الخطبة وتسهل على السامعين في فهم مضمونها وإدراكها.

نستنتج أيضا أن المعاهد تركز اهتماماتها على تكوين الخطباء بدرجة كبيرة من ناحية تنمية المهارات الاتصالية.

وأن للمؤهل العلمي الأهمية البالغة في تنمية وتحديد المهارات المستخدمة من طرف خطباء الجمعة أثناء إلقاء الخطبة.

3- الجدول (32) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
من إعدادك	49	%50	24	%24.49	15	%15.31	10	%10.2	98	%100
من الشؤون الدينية	14	%43.75	11	%34.38	04	%12.5	03	%9.37	32	%100



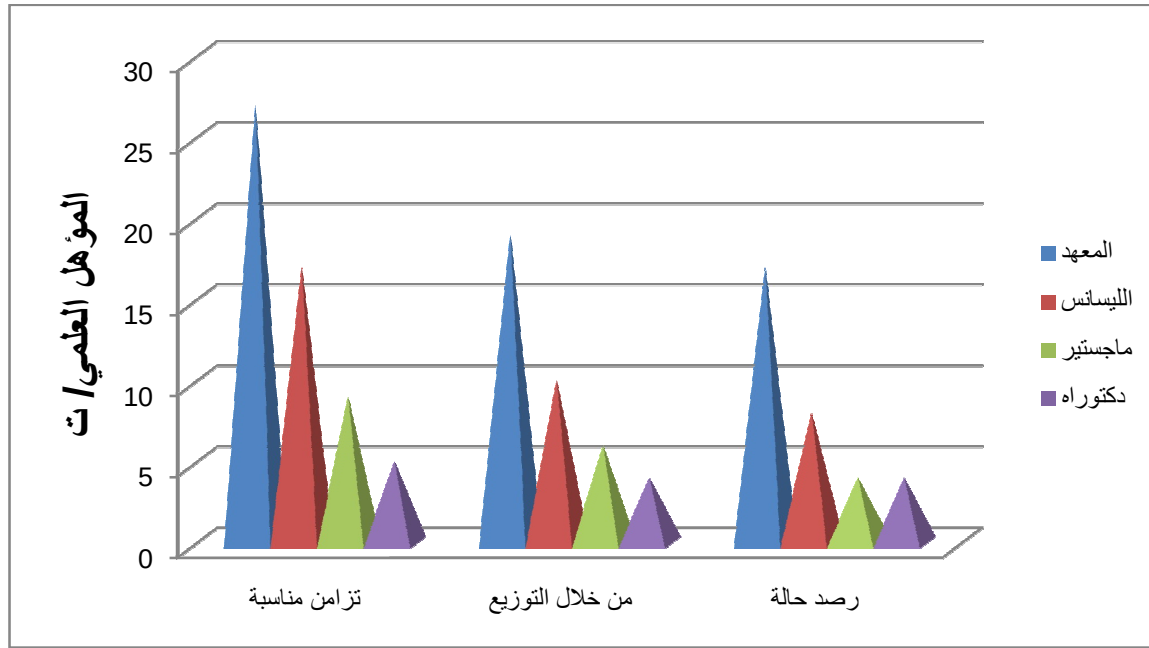
هرم (33) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم حسب رأيهم في كتابة موضوع خطبة الجمعة، بحيث كان الإحتمال الأول وهو إعداد الخطبة من الخطيب نفسه بنسبة 50% عند خريجي المعهد، أما النصف الثاني فتشاطرته الفئات الأخرى وهي على الترتيب الليسانس بنسبة 24.49%، الماجستير بنسبة 15.31%، الدكتوراه بنسبة 10.20%. أما الإحتمال الثاني المتمثل في أخذ موضوع الخطبة من الشؤون الدينية كانت نسبته كالتالي: خريجي المعهد بنسبة 43.75%، خريجي الليسانس بنسبة 34.38%، وخريجي الماجستير بنسبة قدرت بـ 12.5%، والدكتوراه بنسبة 9.37%.

من خلال النتائج السابقة الذكر يتضح أن للمؤهل العلمي الأثر البالغ في إعداد وكتابة موضوع خطبة الجمعة، وهذا يدل على مهاراتهم في كتابه خطبهم ومزجهم بين الأصالة والحداثة في الكتابة، بينما نسبة الفئات الأخرى كانت متقاربة.

4- الجدول (33) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديد موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
تزامن مناسبة	27	46.56%	17	29.31%	09	15.51%	05	8.62%	58	100%
خلال توزيع	19	48.72%	10	25.64%	06	15.38%	04	10.26%	39	100%
رصد حالة	17	51.52%	08	24.24%	04	12.12%	04	12.12%	33	100%



هرم (34) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديد موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

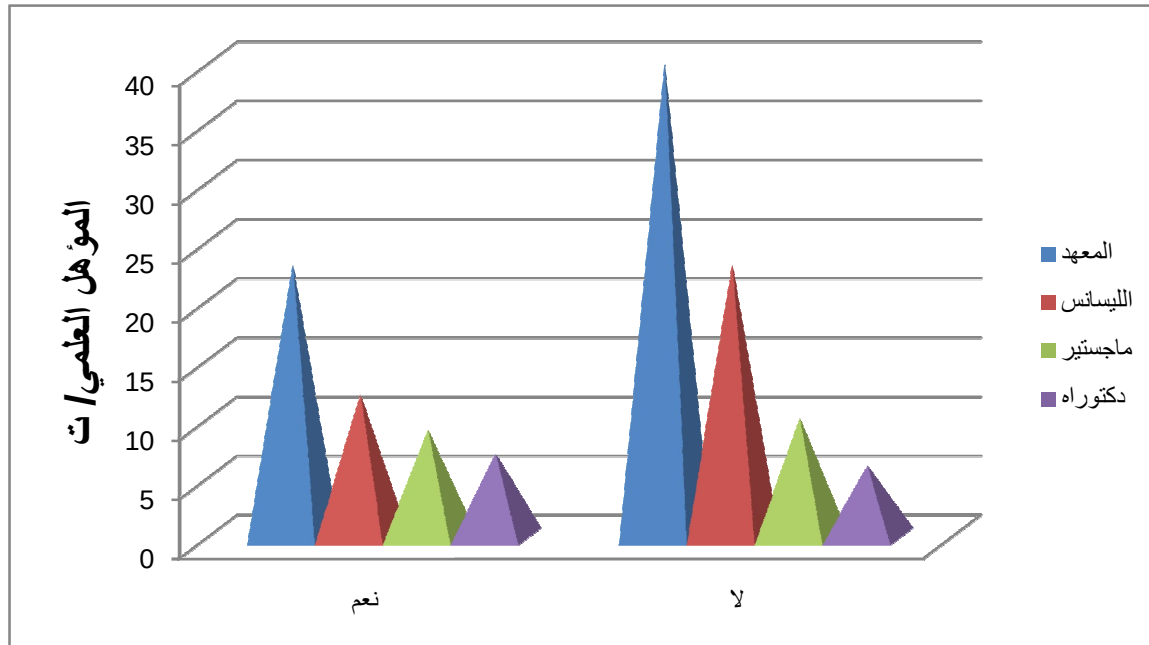
نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تحديد موضوع لخطبة وفق متغير المؤهل العلمي كانت من خلال تزامن مناسبة الذي هو الإحتمال الأول بنسبة 46.56% لدى خريجي المعهد، بينما كانت نسبة 29.31% في الليسانس، وفي الماجستير قدرت بـ 15.51%، أما الدكتوراه بـ 8.62%. أما الإحتمال الثاني وهو من خلال التوزيع فكانت نتائجه حسب متغير المؤهل العلمي على الترتيب: المرتبة الأولى لخريجي المعهد بنسبة 48.72%، والثانية لخريجي الليسانس قدرت بـ 25.64%، أما المرتبة الثالثة لخريجي الماجستير بنسبة 15.38%، والمرتبة الرابعة لخريجي الدكتوراه بنسبة 10.26%، أما الإحتمال الأخير وهو رصد حالة فكانت نسبته عند خريجي المعهد بـ 51.52%، وخريجي الليسانس بـ 24.24%، وخريجي الماجستير والدكتوراه فمتساوية وقدرت بـ 12.12%.

من خلال تحليل نتائج الجدول السابق الذكر يتضح أن خريجي المعهد يهتمون بدرجة كبيرة في تحديد موضوع الخطبة، وهذا ما يدل على التماسهم للواقع وتجسيد موضوع الخطبة من خلاله، ولكي تتلاءم الخطبة وموضوعها مع حاجات السامعين ورغباتهم وضرورياتهم.

والنسب المتفاوتة في الفئات الأخرى نستنتج منها أن للمؤهل العلمي أثر بليغ في اختيار موضوع الخطبة وحسب ما يوافق جمهور السامعين.

5- الجدول (34) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقتداء بداعية معين وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت
نعم	23	%45.09	12	%23.53	09	%17.65	07	%13.73	51	%100
لا	40	%50.63	23	%29.11	10	%12.66	06	%7.6	79	%100



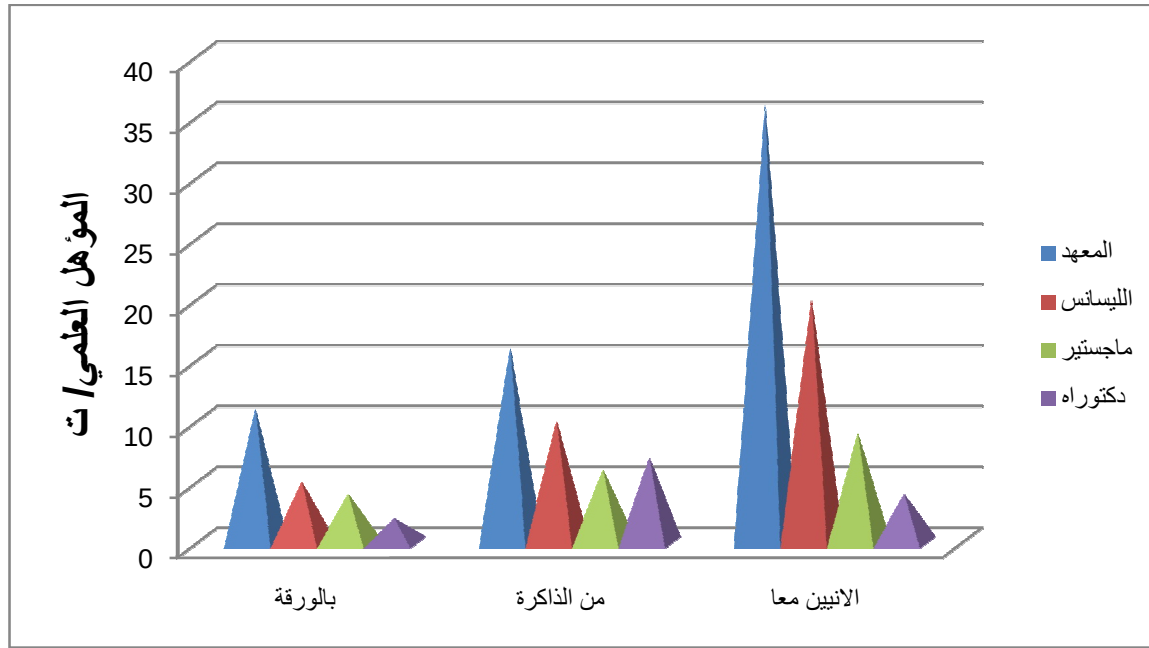
هرم (35) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب إقتداء بداعية معين وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة حسب الإقتداء بداعية معين في إلقاء الخطبة ووفق متغير المؤهل العلمي كانت كالتالي: الإحتمال الأول عدم الإقتداء عند خريجي المعهد نسبة 45.09%، والليسانس بنسبة 23.53%، والماجستير بنسبة 17.65%، والدكتوراه بنسبة 13.73%، أما الإحتمال الثاني وهو الإقتداء بداعية معين فعند خريجي المعهد نسبته قدرت بـ 50.63%، أما الليسانس 19.11%، والماجستير بنسبة 12.60%، والدكتوراه بنسبة 7.60%.

من خلال التحليل وعرض النتائج يتضح أن النسبة الأكثر كانت لخريجي المعهد، حيث احتلوا المراتب الأولى في جميع الخيارات بخلاف الفئات الأخرى، وهذا يدل على أن للمؤهل العلمي الأثر البالغ في تحديد مدى إقتداء الخطباء بدعاة معينين أثناء إلقاء خطبة الجمعة.

6- الجدول (35) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستعانة بالورقة أو من الذاكرة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
الورقة	11	50%	05	22.73%	04	18.18%	02	9.09%	22	100%
الذاكرة	16	41.03%	10	25.64%	06	15.38%	07	17.95%	39	100%
الاثنين معا	36	52.17%	20	28.99%	09	13.04%	04	5.8%	69	100%



هرم (36) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستعانة بالورقة أو من الذاكرة وفق متغير المؤهل العلمي.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حسب طريقة الإلقاء بالنسبة لخطباء الجمعة وفق متغير المؤهل العلمي، كانت بالورقة بنسبة 50% لدى خريجي المعهد، بينما كانت في الليسانس 22.73%، وفي الماجستير وصلت إلى نسبة 18.18%، والدكتوراه بنسبة 9.09%. أما الإحتمال الثاني – من الذاكرة- فقدرت نسبته عند خريجي المعهد بـ 41.03، أما الليسانس فقدرت بـ 25.64%، وبلغت نسبة 18.38% لفئة الماجستير، والدكتوراه بنسبة 17.95%. في حين أن الإجابات عن الإحتمال الثالث والأخير المتمثل في الاستعانة بالورقة والذاكرة معا في طريقة الإلقاء كانت نسبة 52.17% لدى خريجي المعهد، والليسانس نسبة 28.99%، وبلغت نسبة 13.04% عند خريجي الماجستير. وقدرت النسبة عند خريجي الدكتوراه بـ 5.8%.

من خلال النتائج السابقة الذكر يتضح أن خريجي المعهد احتلوا المراتب الأولى في جميع الاحتمالات، وهذا يدل على اعتمادهم على الأسلوبين، بحيث لا يلغون من الورقة لوحدها ولا من الذاكرة لوحدها، بل يعتمدون على المزج بينهما؛ أي ما في الخاطرة والذهن وما هو مدون على الورقة من أفكار، فمن خلال هذه الطريقة يتفنن الخطيب ويحترف في طريقة إلقائه، فينظر مرة إلى الورقة، ويرفع رأسه وينطق بكلمات وجمل من

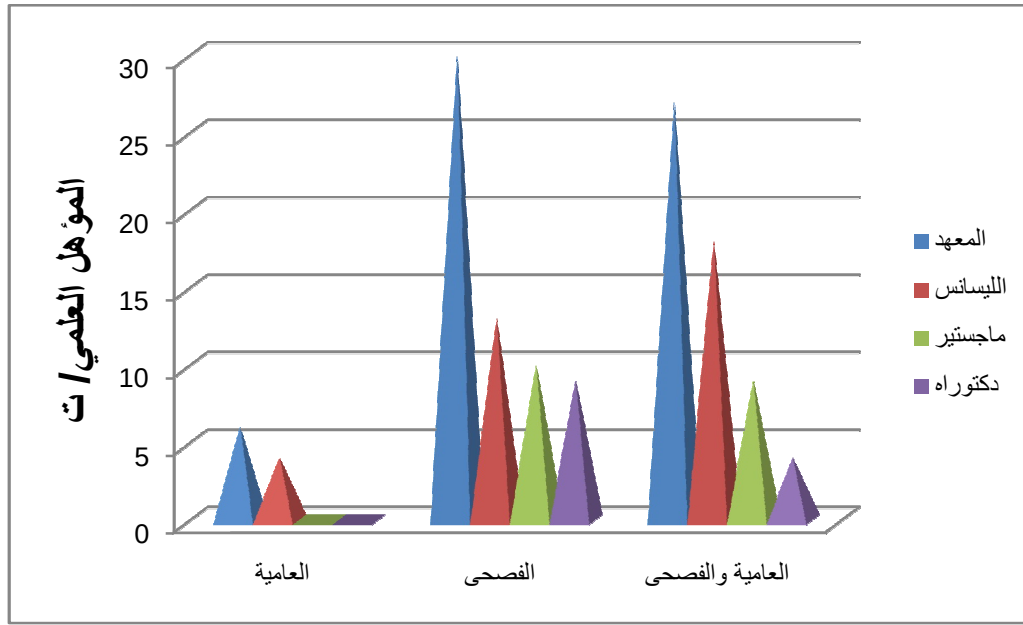
خاطره وذاكرته، بحيث يسترسل في الكلام والإلقاء ولا يتوقف، مما يزيد من انتباه السامعين إليهم.

بخلاف من يعتمدون على الورقة لوحدها بنسبة كبيرة أو من الذاكرة لوحدها تكون فيها صعوبة على الخطيب في إسترجاع الجمل والألفاظ، وإلقائها بطريقة منتظمة بل تؤدي إلى تشتت ذهنه في انتقاء أفكاره وتسلسلها بطريقة جيدة.

7- الجدول (36) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة أثناء إلقاء

الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
العامية	06	%60	04	%40	0	%00	0	%00	10	%100
الفصحى	30	%48.39	13	%20.97	10	%16.13	9	%14.51	62	%100
العامية والفصحى	27	%46.55	18	%31.03	09	%15.52	4	%6.9	58	%100



هرم (37) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حسب اختيارهم للغة المفضلة بلغت النسبة في الإحتمال الأول من خريجي المعهد بـ 60%، والليسانس بنسبة 40%، بينما الماجستير والدكتوراه فنسبتهما معدومة، أما عن إجابات الإحتمال الثاني احتل خريجي المعهد المرتبة الأولى بنسبة 48.39%، والمرتبة الثانية لخريجي الليسانس بنسبة 20.97%، أما المرتبة الثالثة لخريجي الماجستير بنسبة 16.13%، والمرتبة الأخيرة لخريجي الدكتوراه وبلغت نسبة 14.51%. أما إجابات الإحتمال الثالث ألا وهو الإلقاء باللغة العامة والفصحى معا فقدرت نسبته عند خريجي المعهد بـ 46.55%، والليسانس بـ 31.03%، والماجستير بـ 15.52%، والدكتوراه بـ 6.9%.

نستنتج من خلال تحليل نتائج الجدول السابقة الذكر أن للمؤهل العلمي الأثر الكبير في استخدام اللغة المفضلة أثناء إلقاء خطبة الجمعة.

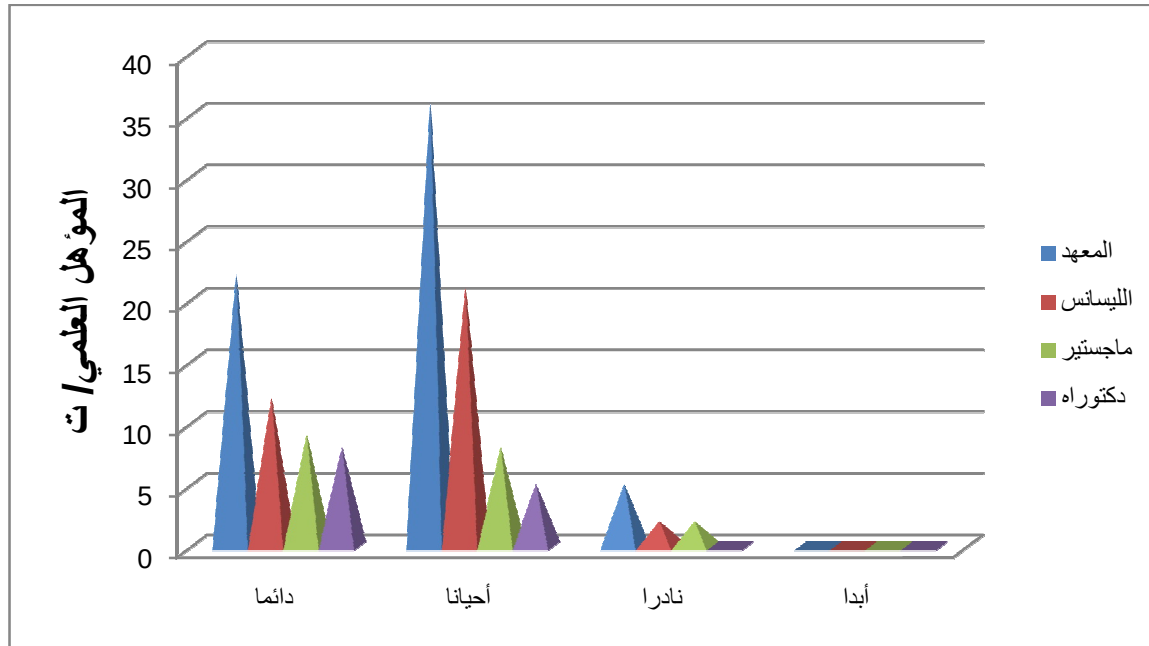
علما أن خريجي المعاهد احتلوا المراتب الأولى في جميع الاحتمالات، وهذا يدل على أنهم لديهم مهارة إيصال الأفكار والمعلومات وإلقاء الخطب بأي لغة كانت، ويلبيهم في المرتبة الثانية خريجي في مهاراتهم في استخدام اللغة، وهذا يدل على أن الفئتين يمتلكون

هذه المهارات ويراعون حال السامعين أثناء إلقاء الخطبة، ولا يهتمهم سوى إيصال أفكارها بأي لغة كانت، وهذا لا يعيب على أدائهم في الإلقاء، وإنما يزيدهم مهارة في اختيار اللغة المناسبة لجمهور السامعين.

وفي حين أن خريجي الماجستير والدكتوراه يميلون أكثر في استخدام الفصحى أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، وهذا يعود إلى طبيعة تكوينهم، بحيث تغطي على مراعاة حال السامعين.

8- الجدول (37) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اختيار الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
دائما	22	43.14%	12	23.53%	09	17.64%	08	15.69%	51	100%
أحيانا	36	51.43%	21	30%	08	11.43%	05	7.14%	70	100%
نادرا	05	55.56%	02	22.22%	02	22.22%	00	00%	09	100%
أبدا	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00	100%



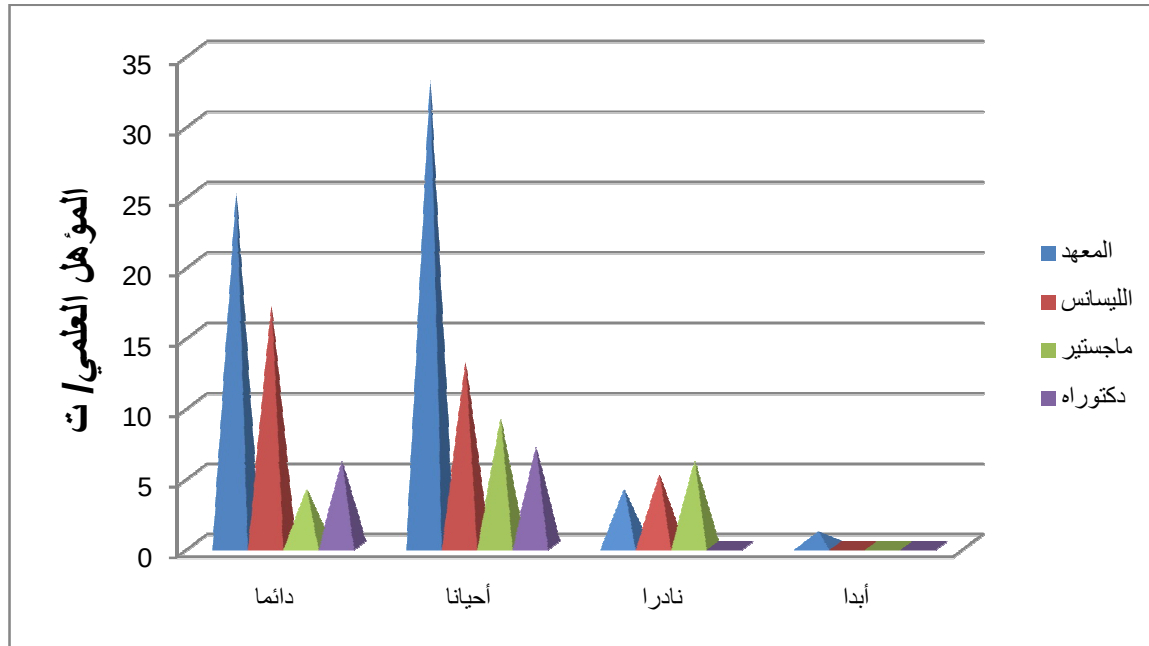
هرم (38) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اختيار الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار وفق متغير المؤهل العلمي.

من خلال نتائج الجدول يتضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم دائما بلغت نسبة خريجي المعهد 43.14%، ونسبة الليسانس بـ 23.53%، وكانت فئة الماجستير نسبة 17.64%، وقدرت نسبة خريجي الدكتوراه بـ 15.69%. أما الاحتمال الثاني أحيانا قدرت نسبة خريجي المعهد فيه بـ 51.43%، والليسانس بنسبة 30%، والماجستير وصلت النسبة إلى 11.43%، وكانت النسبة لدى خريجي الدكتوراه تقدر بـ 7.14%. أما الاحتمال الثالث نادرا كانت الإجابة فيها من طرف خريجي المعهد بنسبة قدرت بـ 55.56%، بينما كانت النسبة في الليسانس والماجستير متساوية بنسبة قدرت بـ 22.22%، وكانت نسبة الدكتوراه معدومة.

من خلال تحليل نتائج الجدول السابقة الذكر يتضح أن خريجي المعهد احتلوا المراتب الأولى في جميع الخيارات المقترحة بخلاف الفئات الأخرى، وهذا ما يدل على أنهم الفئة الأكثر استخداما لمهارة اختيار الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار، وهذا يعود إلى خبرتهم المسبقة لهذه المهارة، واكتشافها والتعود على التأقلم معها من خلال إلقائهم للخطبة بشكل كبير على عكس الفئات الأخرى.

9- جدول (38) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التقاء العينين مع المستمعين وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
دائما	25	%48.08	17	%32.69	04	%7.69	06	%11.54	52	%100
أحيانا	33	%53.23	13	%20.96	09	%14.52	07	%11.29	62	%100
نادرا	04	%26.67	05	%33.33	06	%40	00	%00	15	%100
أبدا	01	%100	00	%00	00	%00	00	%00	01	%100



هرم (39) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التقاء العينين مع المستمعين وفق متغير المؤهل العلمي.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم دائما وفق متغير المؤهل العلمي بلغت نسبة خريجي المعهد بـ 48.08%، أم خريجي الليسانس فبلغت 32.69%، ووصلت نسبة خريجي الماجستير بـ 7.69%، بينما كانت نسبة الدكتوراه بـ 11.54%.

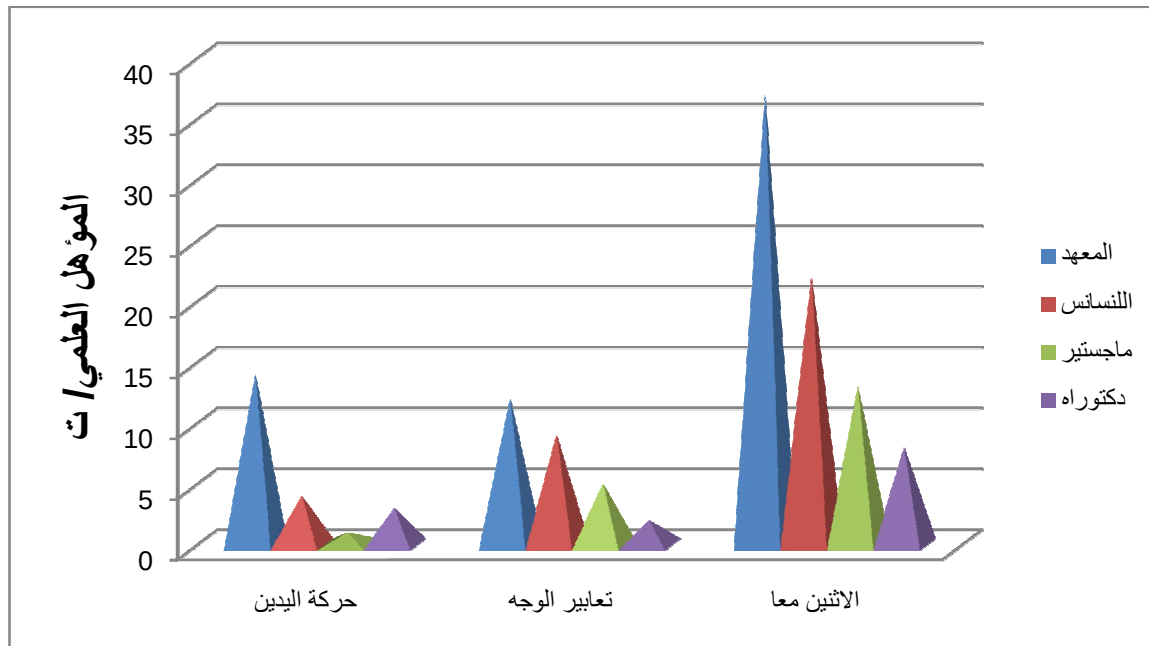
أما عن الإحتمال الثاني أحيانا فلدى المعهد بنسبة 53.23%، بينما الليسانس فنسبة 20.96%، والماجستير بنسبة 14.52%، والدكتوراه بنسبة 11.29%. أما الإحتمال الثالث نادرا بلغت نسبة خريجي المعهد فيها بـ 26.67%، ونسبة خريجي الليسانس بـ 33.33%، أما لدى فئة خريجي الماجستير فبلغت نسبتها بـ 40% وكانت نسبة الدكتوراه معدومة في جميع الفئات.

نستنتج من خلال عرض النتائج أن معظم خطباء الجمعة لولاية الوادي هم من خريجي المعهد، وهذا يدل على أنهم هم الفئة الأكثر ممارسة لمهارة التقاء العينين مع المستمعين، وهذا يعود إلى خبرتهم وتجربتهم المبكرة بالوقوف على المنابر واعتيادهم على الإلقاء وممارسته بطريقة جيدة، وإدراك تقنياته بشكل كبير، ومحاولة جذب انتباه السامعين من خلال النظر بين الحين والآخر.

نستنتج أن للمؤهل العلمي الأثر البالغ في تنمية مهارات التقاء العينين أثناء إلقاء الخطبة لدى الخطيب.

10- الجدول (39) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات وفق متغير المؤهل العلمي.

المؤهل العلمي ت/ن.م	المعهد		الليسانس		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م	ت	ن.م
حركة اليدين	14	%63.64	04	%18.18	01	%4.55	03	%13.63	22	%100
تعابير الوجه	12	%42.86	09	%32.14	05	%17.86	02	%7.14	28	%100
الاثنين معا	37	%46.25	22	%27.5	13	%16.25	08	%10	80	%100



هرم (40) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات وفق متغير المؤهل العلمي.

نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات المستعملة أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة وفق متغير المؤهل العلمي، كانت إجابات الإحتمال الأول وهو تفضيل حركات اليدين بنسبة 63.64% بالنسبة لخريجي المعاهد أما خريجي الليسانس فنسبة 18.18%، بينما لدى خريجي الماجستير بنسبة 4.55%، أما لدى خريجي الدكتوراه فبلغت نسبتها 13.63%. أما الإحتمال الثاني المتمثل في تعابير الوجه بلغت النسبة عند خريجي المعهد بـ 42.86%، وعند الليسانس 23.14%، بينما لدى الماجستير بنسبة قدرت بـ 17.86%، ونسبة 7.14% لدى خريجي الدكتوراه. أما الإحتمال الثالث والأخير والذي يتمثل في تعابير الوجه وحركات اليدين معا فبلغت نسبة خريجي المعهد 46.25% ولدى فئة الليسانس 27.5%، والماجستير 16.25%، ونسبة الدكتوراه بـ 10%.

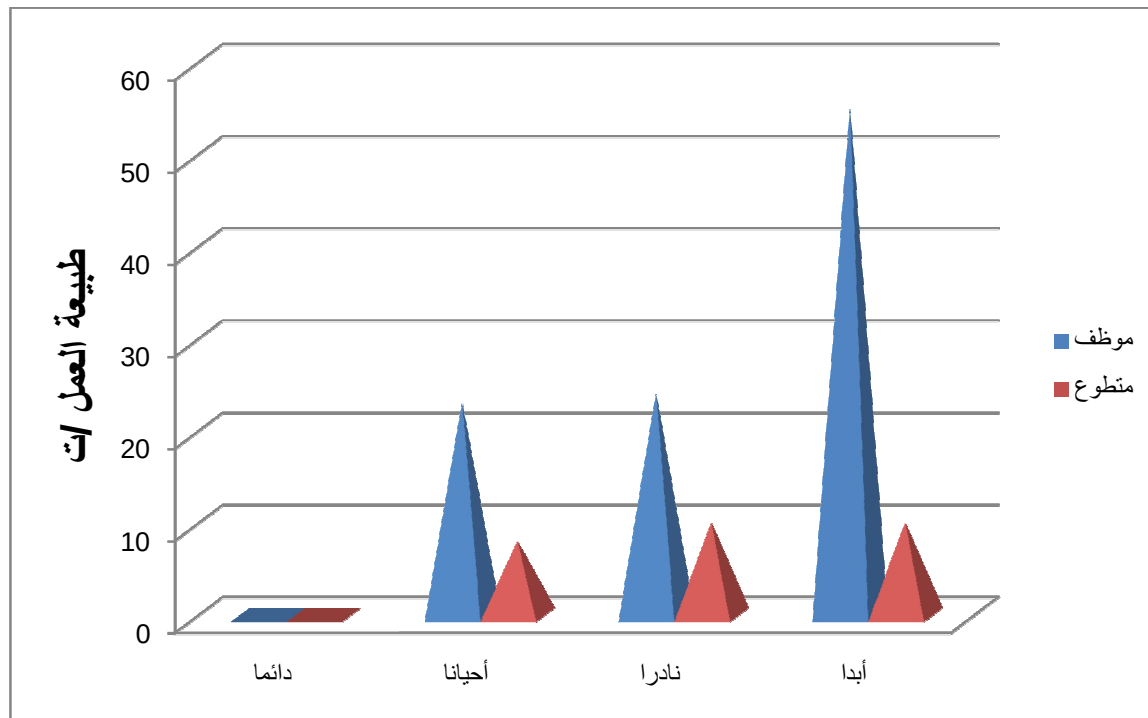
نستنتج من خلال الجدول السابق الذكر أن أغلبية خطباء الجمعة بولاية الوادي من خريجي المعاهد، وهذا يدل على أنهم الفئة الأكثر إلقاء لخطب الجمعة، مما يوضح استخدامهم الكبير لحركة اليدين وتعابير الوجه معا، حيث تكونت لديهم خبرة بهذه المهارة ومدى شرحها لبعض المضامين والأفكار، بحيث تساعد الخطيب في إيصالها إلى جمهور المتلقين بخلاف الفئات الأخرى، فإن هذه المهارة تقل عندهم.

ومن هنا نستنتج أن للمؤهل العلمي الأثر الهام في تحديد الحركة التي يستخدمها الخطيب أثناء إلقاءه خطبة الجمعة.

3-1-4- تحليل بيانات الدراسة وفق متغير طبيعة العمل.

1- جدول (40) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع	متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.م. المعوقات
	النسبة مئوية	التكرار	النسبة مئوية	التكرار	
%100	0	%00	0	%00	دائما
%100	31	%25.81	08	%74.19	أحيانا
%100	34	%29.41	10	%70.59	نادرا
%100	65	%15.38	10	%84.62	أبدا



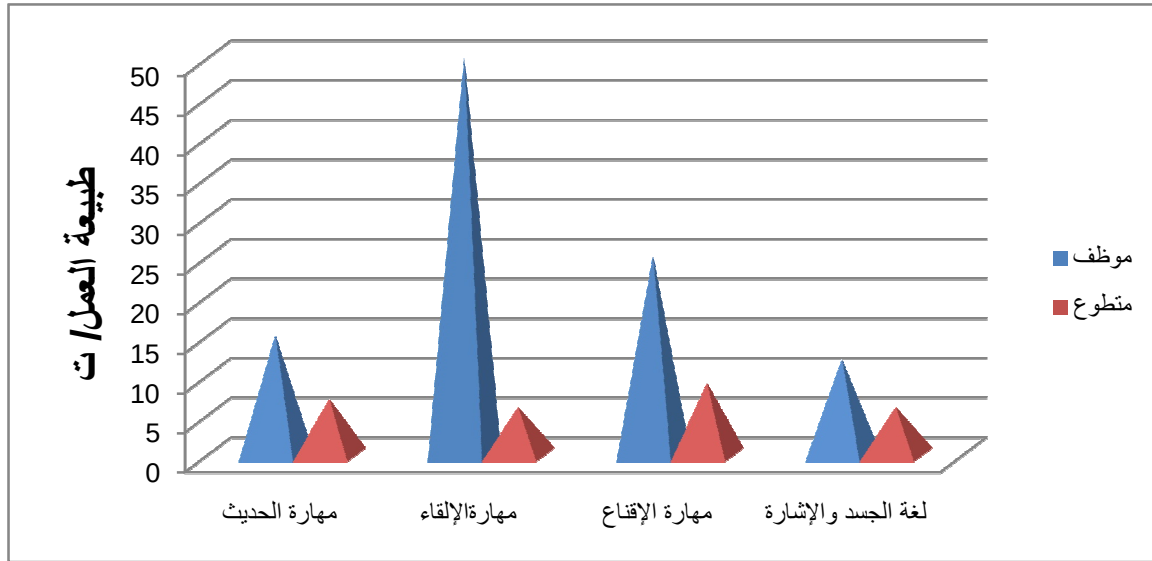
هرم (41) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات وفق متغير طبيعة العمل.

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر إجابات عينة الدراسة كانت أحيانا وبنسبة 74.19% عند الموظفين، أما المتطوعين فبلغت نسبتهم 25.81%، ونادرا نسبة الموظفين فيها 70.59% أما المتطوعين فنسبتها أقل من نصف الموظفين وبكثير حيث قدرت نسبتها بـ 29.41%، أما الإحتمال الرابع أبدا فكانت نسبته عند الموظفين بـ 84.62% بينما عند المتطوعين فقدرت بـ 15.38%.

نستنتج أن طبيعة العمل، لها أهمية في تحديد المعوقات والتعامل مع العلم أن الموظفين يحتلون المراتب الأولى في كل الاحتمالات، بخلاف المتطوعين بنسب متفاوتة. يدل فارق النسب بين الموظفين والمتطوعين على أن الموظفين لهم خبرة في تحديد المعوقات وإدراكها وكيفية التعامل معها، أما المتطوعين فهم أقل خبرة في تحديد هذه المعوقات أثناء إلقاء الخطيب خطبة الجمعة.

2- جدول (41) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدامهم للمهارات وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.ن.م
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	استخدام المهارات
100%	22	31.82%	07	68.18%	15	مهارة الحديث
100%	56	10.71%	06	89.29%	50	مهارة الإلقاء
100%	34	26.47%	09	73.53%	25	مهارات الإقناع
100%	18	33.33%	06	66.67%	12	لغة الجسد والإشارة



هرم (42) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدامهم للمهارات وفق متغير طبيعة العمل.

نلاحظ مما سبق أن إجابات أفراد عينة الدراسة على الإحتمال الأول ألا وهو مهارة الحديث كانت في المرتبة الثالثة بالنسبة للموظفين ونسبة 68.18% أما المتطوعين فكان في المرتبة الثانية ونسبة 31.82%، أما عن الإحتمال الثاني مهارة الإقناع فهي في المرتبة الثانية بالنسبة للموظفين ونسبة مئوية قدرت بـ 89.29%، أما بالنسبة للمتطوعين فتحصلت على الرتبة الرابعة ونسبة 10.71%، أما مهارة الإلقاء فكانت في الذروة ونسبة 73.53% بالنسبة للموظفين، أما المتطوعين فنسبة 26.47% وهي في المرتبة الثالثة، أما الإحتمال الرابع فهو في المرتبة الرابعة عند الموظفين ونسبة 66.67%، أما عن المتطوعين فالعكس فهو في المرتبة الأولى ونسبة 33.33%.

نستنتج مما سبق أن لطبيعة العمل أثر بالغ في توظيف المهارات أثناء إلقاء الخطبة. ومع العلم أن الموظفين ومنهم -خطباء الجمعة- لهم معرفة أكثر في ممارسة مهارات الاتصال الإقناعي والإطلاع عليها، وهذا يدل على اهتمامهم بتوظيفها أثناء إلقاءهم للخطبة، بحيث يسهل عليهم إيصال الأفكار ومضمون الخطبة بالشكل الصحيح، على خلاف الذين يمارسون بعض هذه المهارات مما يدل على عدم خبرتهم بها.

3- الجدول (42) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.م
نسبة مئوية	التكرار	نسبة مئوية	التكرار	نسبة مئوية	التكرار	كتابة الموضوع
%100	98	%19.39	19	%80.61	79	من إعدادك
%100	32	%28.13	09	%71.87	23	الشؤون الدينية



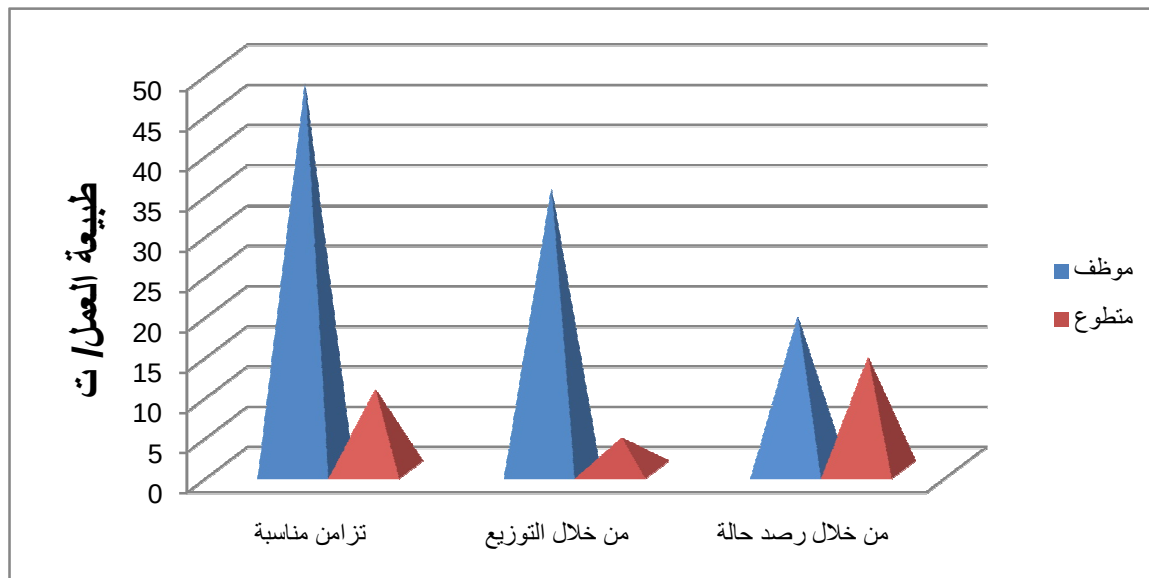
هرم (43) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين يكتبون موضوع الخطبة بأنفسهم كانت نسبتهم من الخطباء الموظفين 80.61%، أما من المتطوعين فكانت 19.39%، أما الخطباء الذين كانت خطبهم من إعداد الشؤون الدينية فكانت عند الموظفين بنسبة 71.87%، أما عند المتطوعين 28.13%.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة بولاية الوادي من الموظفين يحرصون على تحضير خطبة الجمعة بأنفسهم، وهذا يدل على امتلاكهم لمهارة الكتابة، بخلاف المتطوعين منهم، وهذا راجع كذلك إلى التكوين الجيد بالنسبة للموظفين، على خلاف المتطوعين فهم لا يمتلكون الخبرة الكافية في كتابة المواضيع.

4- جدول (43) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ان.م تحديد الموضوع
نسبة مئوية	التكرار	نسبة مئوية	التكرار	نسبة مئوية	التكرار	
%100	58	%17.24	10	%82.76	48	تزامن مناسبة
%100	39	%10.26	04	%89.74	35	من خلال التوزيع
%100	33	%42.43	14	%57.57	19	من خلال رصد حالة



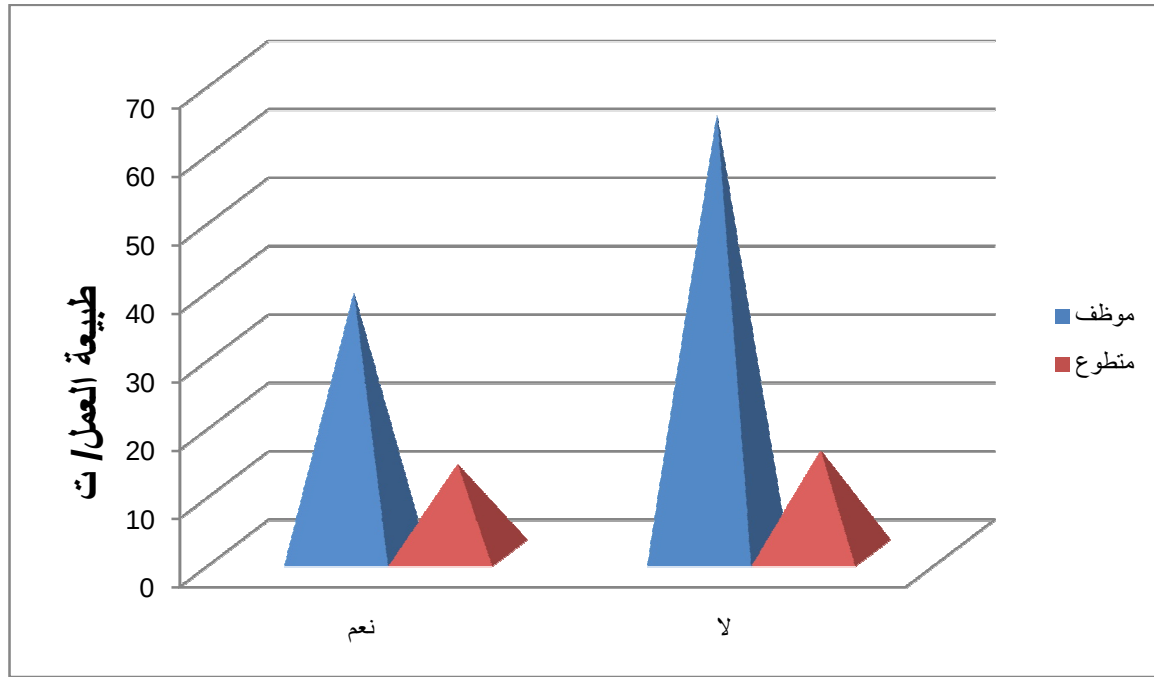
هرم (44) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة وفق طبيعة متغير العمل.

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة كانت إجاباتهم في الإحتمال الأول وهو تحديد موضوع الخطبة حسب تزامن مناسبة وبالنسبة للموظفين 82.76% ، أما بالنسبة للمتطوعين فبنسبة 17.24% وهو في الرتبة الثانية لكل من الموظف والمتطوع، أما الإحتمال الثاني فتعاكست فيه الرتب الأولى عند للموظفين بنسبة 89.74% والأخير عند المتطوعين وبنسبة 10.26%، والإحتمال الأخير ألا وهو رصد حالة كذلك تعاكست فيه الرتب الأخيرة عند الموظفين وبنسبة 57.57%، والأول عند المتطوعين وبنسبة 42.43%.

نستنتج مما سبق ذكره أن طبيعة العمل من العوامل المؤثرة في تحديد موضوع الخطبة، علما أن فئة الموظفين احتلت المراتب الأولى في جميع الخيارات، مما يدل على خبرتهم المسبقة في تحديد المواضيع بصفة عامة والخطب الأسبوعية بصفة خاصة، على عكس المتطوعين الذين كان اهتمامهم أقل في اختيار موضوع الخطبة.

5- الجدول (44) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة وفق طبيعة متغير طبيعة العمل.

طبيعة العمل/ت.ن.م		موظف		متطوع		المجموع	
نعم		النسبة مئوية	التكرار	النسبة مئوية	التكرار	النسبة مئوية	التكرار
لا		74.51%	38	25.49%	13	100%	51
نعم		81.01%	64	18.99%	15	100%	79



هرم (45) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة وفق متغير طبيعة العمل.

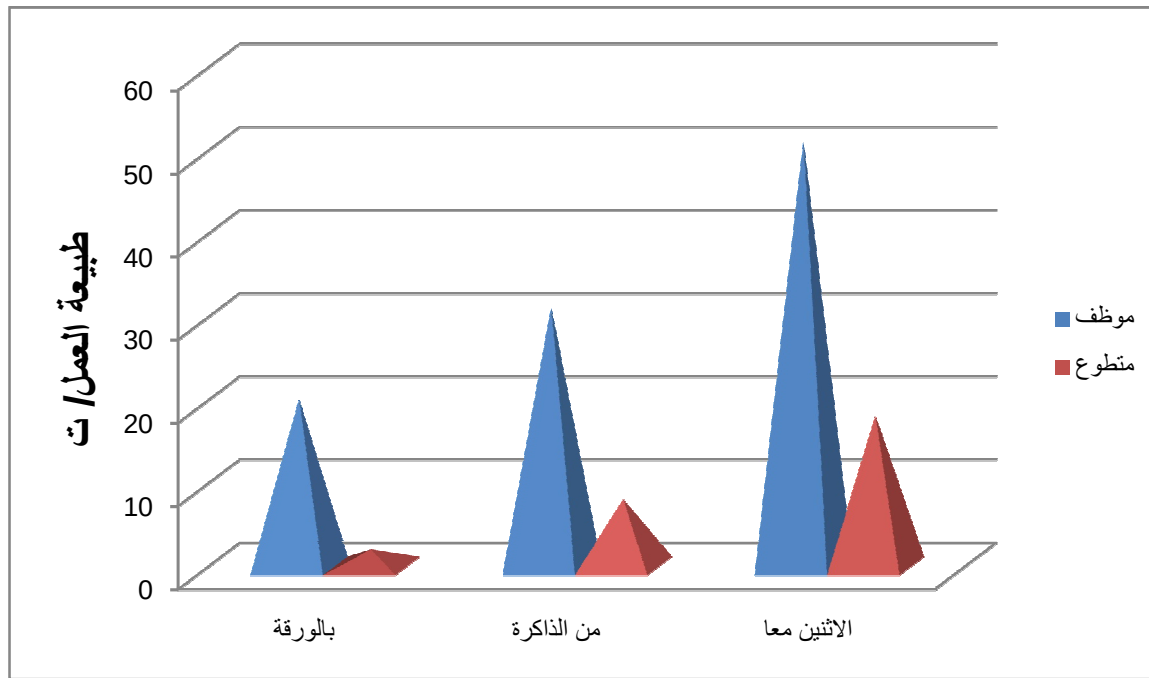
نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم نعم بلغت نسبة الموظفين 74.51%، والمتطوعين نسبة 25.49%، والذين كانت إجاباتهم لا بلغت نسبتهم عند الموظفين بـ 81.01%، أما المتطوعين فبلغت 18.99%.

نستنتج من خلال عرض النتائج السابقة الذكر أن معظم خطباء الجمعة من الموظفين يقرون بعدم الاقتداء بداعية معين أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، وهذا يدل على أن لكل خطيب شخصية متميزة في الإلقاء ويحاول رسم انطباع خاص به لدى جمهور المستمعين.

والخطباء الذين يقرون باقتداء داعية معين فهذه محاولة منهم لتقرب من الجمهور بشخصية الداعية الذي يحبونه، وطريقة إلقاءه.

6- جدول (45) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

طبيعة العمل/ت.ن.م	موظف		متطوع		المجموع	
	الترار	نسبة المئوية	الترار	نسبة المئوية	الترار	نسبة المئوية
طريقة الإلقاء						
بالورقة	20	%90.91	02	%9.09	22	%100
من الذاكرة	31	%79.49	08	%20.51	39	%100
الاثنين معا	51	%73.91	18	%26.09	69	%100



هرم (46) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

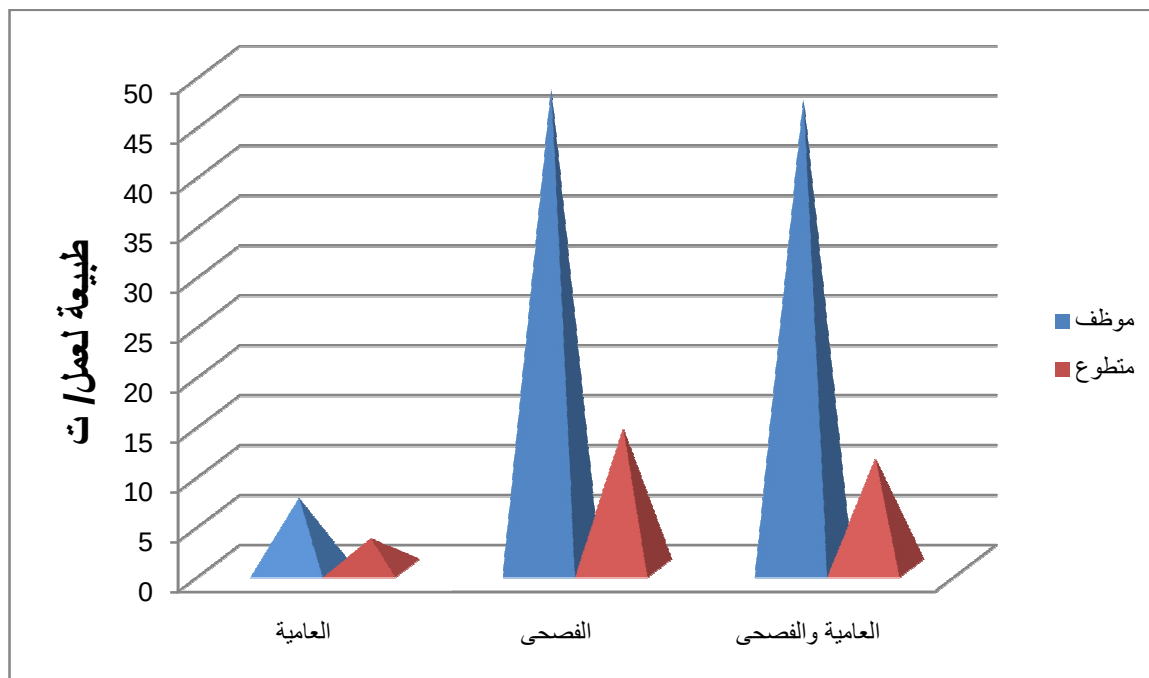
يظهر من خلال الدراسة السابقة أن إجابات أفراد عينة الدراسة في الإحتمال الأول للموظفين في المرتبة الأولى وبنسبة عالية التي وصلت إلى %90.91، أما المتطوعين فهي على عكس ذلك قدرت بـ %9.09، أما الإحتمال الثاني ألا وهو الإلقاء من الذاكرة

وعدم الإستعانة بالورقة كليا فبلغت عند الموظفين بنسبة 79.49% ، أما عند المتطوعين فبنسبة 20.51%، واحتلت في كل من الحالتين المرتبة الثانية. أما الإحتمال الثالث فهو في المرتبة الأخيرة عند الموظفين بنسبة 73.91%، في المرتبة الأولى عند المتطوعين بنسبة 26.09%.

نستنتج أن أغلب خطباء الجمعة يعتمدون في طريقة إلقاءهم على الذاكرة مع الورقة التي تحدد لهم النقاط العريضة في الموضوع، وهذا راجع لخبرتهم في طريقة الإلقاء ولطبيعة عملهم في غير الخطب (محاضرات في الجامعة، مشاركات في ملتقيات...)، بخلاف المتطوعين.

7- جدول (46) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.م.
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	اللغة المفضلة
100%	10	30%	03	70%	07	العامية
100%	62	22.58%	14	77.42%	48	الفصحى
100%	58	18.97%	11	81.03%	47	العامية والفصحى



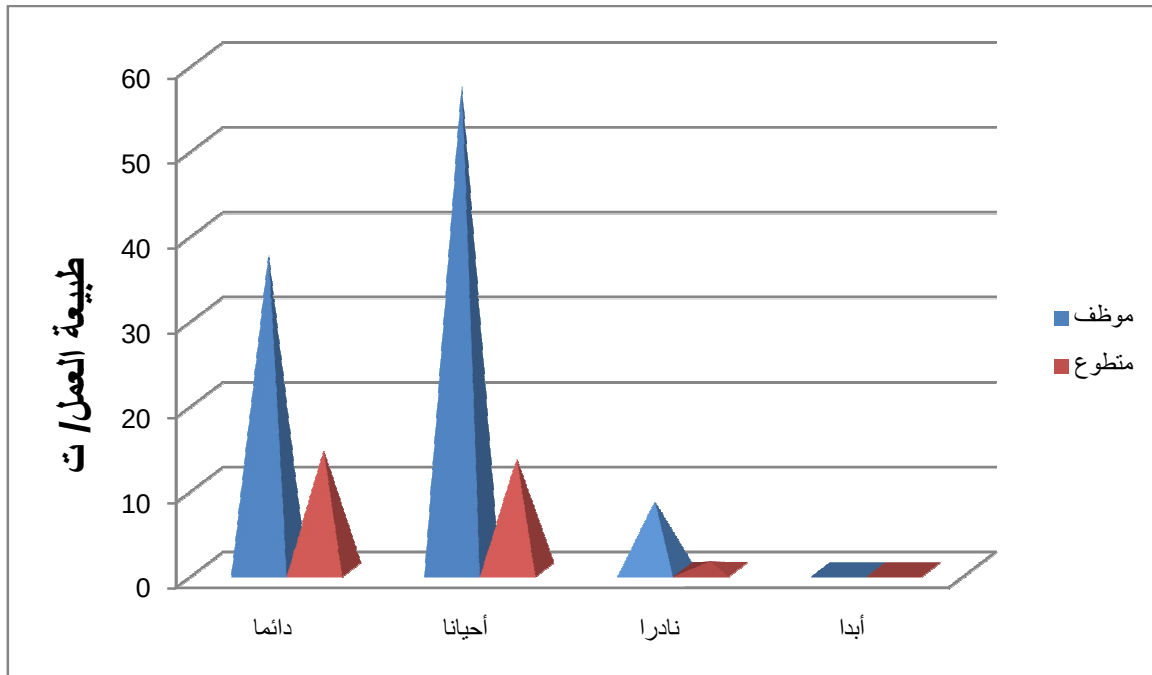
هرم (47) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

من خلال نتائج الدراسة يتضح أن إجابات أفراد عينة الدراسة كانت عالية بالنسبة للموظفين في الإحتمال الأول وهو تفضيل التكلم باللغة العامية أثناء إلقاء خطبة الجمعة، حيث بلغت نسبتهم بـ 70%، بخلاف المتطوعين فهي بنسبة 30%، أما الإحتمال الثاني وهو تفضيل الإلقاء باللغة الفصحى فعند الموظفين احتل المرتبة الثانية بنسبة 77.42%، أما عند المتطوعين بنسبة 22.58% واحتلت المرتبة الثانية كذلك. أما عن المزج بين اللغتين العامية والفصحى فنسبته عند الموظفين 81.03% وهو في المرتبة الأولى، أما عند المتطوعين فنسبة 18.97% في المرتبة الأخيرة.

نستنتج مما سبق أن لطبيعة العمل أثر بالغ في تحديد اللغة المستعملة في طريقة إلقاء الخطب، أما عن تفاوت النسب عند الموظفين دليل على مزجهم لكلا اللغتين ومراعاة منهم مراعاة حال السامعين، بخلاف المتطوعين الذين تقل خبرتهم في إختيار اللغة حسب جمهور السامعين.

7- جدول (47) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.م.
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	اختيار الوقت
%100	51	%27.45	14	%72.55	37	دائما
%100	70	%18.57	13	%81.43	57	أحيانا
%100	09	%11.11	01	%88.89	08	نادرا
%100	00	%00	00	%00	00	أبدا



هرم (48) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة الذين كانت إجاباتهم دائما بلغت نسبتهم عند الموظفين 72.55% أما عند المتطوعين نسبة 27.45%، أما الاحتمال الثاني

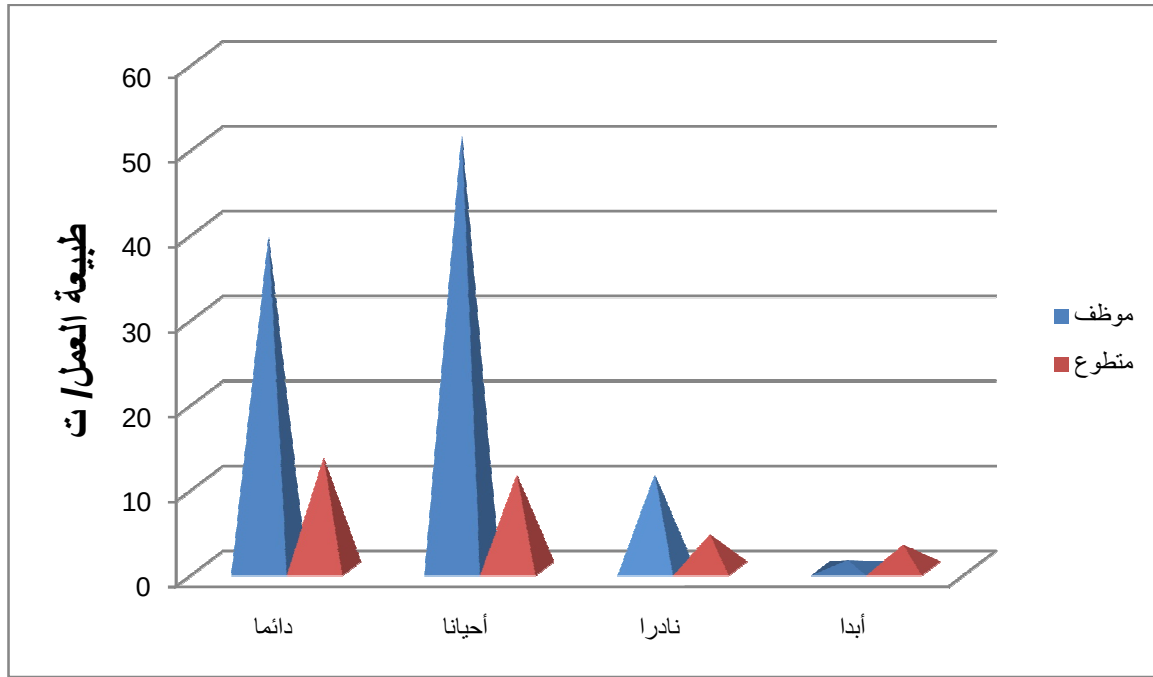
أحيانا فنسبته عند الموظفين 81.43%، أما عند المتطوعين وصلت إلى 18.57%. والإحتمال الثالث نادرا فنسبته قدرت عند الموظفين بـ 88.89% أما عند المتطوعين فقدرت بـ 11.11%، أما الإحتمال الرابع أبدا فهو معدوم في كلا الحالتين.

نستنتج أن لطبيعة العمل أهمية كبيرة في اختيار الوقت المناسب للحديث أو التوقف أو الاستمرار أثناء إلقاء الخطبة، حيث احتل الموظفين المراتب الأولى في كل الاحتمالات بخلاف المتطوعين الذين تفاوتت نسبهم.

استخلص مما سبق أن الموظفين يوظفون مهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم لخطب الجمعة، وأن لديهم خبرة في إدراكها والتعامل معها، حيث تساعد مهارة اختيار الوقت المناسب على تسلسل الأفكار وترابطها والتدرج معها في موضوع الخطبة. أما المتطوعين فهم أقل ممارسة في اختيار الوقت المناسب وهذا دليل على قلة خبرتهم لهذه المهارة.

8- جدول (48) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العينين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ن.م
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	التقاء العينين
100%	52	25%	13	75%	39	دائما
100%	62	17.74%	11	82.28%	51	أحيانا
100%	15	26.67%	04	73.33%	11	نادرا
100%	01	00%	00	100%	01	أبدا



هرم (49) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العينين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

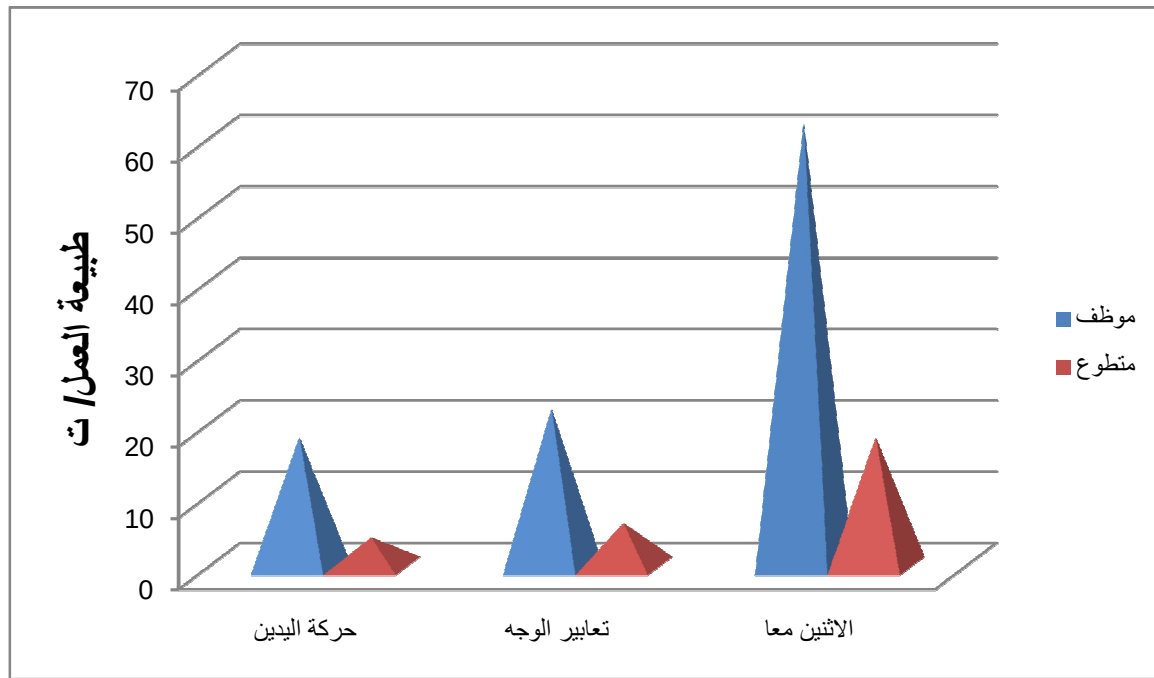
نري أن أكثر أفراد عينة الدراسة إجاباتهم حسب متغير طبيعة العمل في التقاء العينين مع المستمعين كانت بالنسب التالية: دائما عند الموظفين بنسبة 75% وعند المتطوعين بنسبة 25%، أما الإحتمال الثاني أحيانا فنسبته عند الموظفين 82.26%، والمتطوعين 17.74%، أما إحتمال نادرا فنسبته عند الموظفين 73.33% وعند المتطوعين 26.67%. وإحتمال أبدا معدوم في كلا الحالتين.

نستنتج مما سبق أن لطبيعة العمل أهمية في التقاء العينين مع المستمعين. مع العلم أن الموظفين يحتلون المراتب الأولى في كل الاحتمالات بخلاف المتطوعين بنسب متفاوتة. وهذا يدل على أن فئة الموظفين هم أكثر ممارسة لمهارة التقاء العينين مع المستمعين لخبرتهم وتجربتهم في الإلقاء.

أما المتطوعين فكانت نسبتهم أقل ، وذلك لقلة خبرتهم في ممارسة هذه المهارة.

9- جدول (49) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

المجموع		متطوع		موظف		طبيعة العمل/ت.ن.م
نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	نسبة المئوية	التكرار	تفضيلهم للحركة
%100	22	%18.18	04	%81.82	18	حركة اليدين
%100	28	%21.43	06	%78.57	22	تعابير الوجه
%100	80	%22.5	18	%77.5	62	الاثنتين معا



الشكل (50) يمثل هرم توزيع أفراد العينة حسب رأيهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

من خلال الجدول نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة الذين يفضلون استخدام حركة اليدين، حيث بلغت نسبتهم عند الموظفين بـ 81.82% أما عند المتطوعين فنسبة 18.18%. أما الاحتمال الثاني ألا وهو تعابير الوجه فنسبته عند الموظفين 78.57%

أما المتطوعين فبنسبة 21.43%، بينما الاحتمالين معا فنسبتها عند الموظفين تقدر بـ 77.5% وهي أعلى من نسبتها عند المتطوعين التي قدرت بـ 22.5%.

نستنتج أن طبيعة العمل لها أثر بليغ في استخدام الحركات أثناء إلقاء الخطبة، حيث كانت فئة الموظفين متحصلة على المراتب الأولى مما يدل على خبرتهم واعتبارهم لممارسة مهارة الإشارة ولغة الجسد، أما المتطوعين فكانت نسبتهم قليلة في استخدام المهارات مما يعكس لنا عدم اهتمامهم بهذه المهارة.

3-1-4- تحليل بيانات الدراسة:

من خلال عرض نتائج المحور الأول والثاني اللذين يخدمان فرضيات الدراسة، ومن خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج ما يلي:

- 1- خطباء الجمعة لديهم معرفة مسبقة بمهارات الاتصال الإقناعي.
 - 2- خطباء الجمعة يمتلكون مهارات الاتصال الإقناعي.
 - 3- خطبة الجمعة تمثل المجال الأوسع والملائم لممارسة الخطيب مهارات الاتصال الإقناعي.
 - 4- خطباء الجمعة يهتمون بمعرفة حال الناس.
 - 5- مهارات الاتصال الإقناعي تكسب الخطيب كيفية التعامل مع جمهور المستمعين.
 - 6- مهارات الاتصال الإقناعي متفاوتة في الدرجة بين اللفظية وغير اللفظية.
 - 7- تتأثر مهارات الاتصال الإقناعي عند خطباء الجمعة بعدة عوامل منها: طبيعة العمل والمؤهل العلمي.
 - 8- أغلب خطباء الجمعة يشرفون على إعداد خطبة الجمعة بأنفسهم.
 - 9- تختلف مهارات الاتصال من خطيب إلى آخر، ومن موضوع إلى آخر.
- ومن خلال هذا كله نستنتج مدى صحة فرضيات الدراسة في امتلاك خطباء الجمعة لمهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة.

الخاتمة

الحمد لله بنعمته تتم الصالحات، الحمد لله والشكر له كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، كما يحبنا ربنا ويرضى... تم كتابة هذا البحث، الذي نسأل الله عز وجل أن يكون خالصا لوجهه الكريم صوابا من الخطأ والزلل، سليما من النقص والنقيص، فمن خلال بحث مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة – دراسة ميدانية-. خلصت إلى جملة من النتائج والتوصيات ولعل من أهمها ما يلي:

أولا- النتائج:

- 1- مهارات الاتصال هي كل الطرق والوسائل التي تساعد خطيب الجمعة بالاتصال والتأثير في مستمعه للوصول إلى اتصال ناجح وفعال.
- 2- درجة وضوح الرسالة لها أهمية كبيرة في إقناع السامعين.
- 3- مهارة الحديث نشاط إنساني يتيح للفرد فرصة التعامل مع الآخرين والتعبير على مطالبهم الضرورية.
- 4- لنبرات الصوت أهمية كبيرة في طريقة إلقاء الخطبة بشكل جيد.
- 5- مهارات الاتصال الإقناعي تكمل بعضها البعض في إيصال الأفكار والمعلومات إلى السامعين، ولا يمكن الاستغناء عن أي مهارة منها.
- 6- الرسالة غير اللفظية تأتي أهميتها من دورها الفعال في فهم الرسالة جنبا إلى جنبا مع التعبير اللفظي.
- 7- التماس خطباء الجمعة واقع السامعين في طرح المواضيع المتعلقة بخطبة الجمعة.
- 8- من العوامل الأساسية لدى خطباء الجمعة والتي تساعدهم على استخدام المهارات هو مراعاة حال السامعين.
- 9- تباين استخدام مهارات الاتصال الإقناعي من موضوع لآخر لدى خطباء الجمعة، وهذا راجع إلى تنوع مواضيع الخطب وطريقة عرضها والهدف منها.
- 10- المهارات الأكثر استخداما عند خطباء الجمعة أسردها على الترتيب: مهارة الإلقاء، ومهارة الحديث، ومهارة نبرات الصوت، ومهارة حسن الحركة، ومهارة التحكم في الوقت..

11- من العوامل المؤثرة في تنمية اكتساب مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة عامل طبيعة العمل وكذلك المؤهل العلمي.

12- مهارات الاتصال الإقناعي تساعد خطباء الجمعة على نقل مضمون الخطبة إلى الجمهور المستمع.

13 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة توافر المهارات اللفظية وغير اللفظية لدى خطباء الجمعة.

ثانيا- التوصيات:

1- أن يتضمن إعداد خطباء الجمعة مواد خاصة لدراسة مهارات الاتصال الإقناعي.

2- تقديم دورات تدريبية تطوعية لتحسين مستوى العلمي لخطباء الجمعة، وخاصة مهارات الاتصال الإقناعي لديهم، حيث أنها سلوك قابل للتطوير والتعديل.

3- محاولة خطباء الجمعة تناول المواضيع المستحدثة والجديدة التي تحاول إيجاد حلول لمشكلات الناس. وتجنب تكرار الخطب القديمة.

4- السمات الشخصية لخطيب الجمعة من المتغيرات الهامة، حيث تأخذ بعين الاعتبار عند قبوله للعمل كخطيب.

5- على كل خطيب أن يهتم بإعداده النفسي قبل إلقاء خطبة الجمعة.

6- نشر التجارب المميزة لكبار الخطباء من أجل الاستفادة منها.

7- جعل رقابة مفتشة تزور الخطباء في المساجد أثناء إلقاءهم لخطبة الجمعة، وتكون الزيارة دون سابق علم. مثل زيارة المعلمين والأساتذة في المدارس.

وختاماً فهذا غاية جهدي أقدمه للقارئ الكريم، فما كان فيه من صواب فمن الله وحده وهو المحمود، وصلى الله وسلم على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ومن اتبعه بإحسان إلى يوم الدين.

والحمد لله رب العالمين.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

جامعة الشهيد حمد الأخضر بالوادي

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة العلوم الإسلامية

ملحق رقم (1)

استمارة استبيان ضمن دراسة بعنوان:

مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة بولاية الوادي
- دراسة ميدانية -

بعد التحية والتقدير :

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني في إطار تحضير شهادة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام والاتصال حول موضوع: "مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطباء الجمعة دراسة ميدانية بولاية الوادي".
ولتحقيق هذه الدراسة أرجو منكم التكرم بالإجابة عن الأسئلة المتضمنة في هذه الاستمارة بدقة، وللعلم فإن بيانات هذه الاستمارة سرية ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

وفي الأخير تقبلوا مني فائق الشكر والاحترام على حسن تعاونكم معي في انجاز هذا البحث.

المشرف:

أ. الطاهر الأدغم

الطالبة:

وفاء عريض

الموسم الجامعي: 1435-1436هـ/2014-2015م.

من فضلك أجب عن الأسئلة التالية بوضع علامة (x) على الإجابة التي تنطبق عليك

1 - السن:

☐ أقل من 25 سنة	☐ من 25 إلى 35 سنة
☐ من 35 إلى 45 سنة	☐ أكثر من 45 سنة

2- الحالة الاجتماعية:

☐ متزوج	☐ أعزب	☐ مطلق	☐ أرمل
--------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

3- المؤهل العلمي :

☐ المعهد	☐ ليسانس
☐ ماجستير	☐ دكتوراه

4- المستوى الاقتصادي:

☐ مرتفع	☐ متوسط	☐ منخفض
--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------

5- السكن:

☐ حضر	☐ ريف
------------------------------	------------------------------

6- طبيعة العمل:

☐ متطوع	☐ موظف
--------------------------------	-------------------------------

7- هل تمتلك ثقافة أو معرفة مسبقة بالاتصال الإقناعي ؟

☐ دائما	☐ أحيانا	☐ نادرًا	☐ أبدًا
--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

8- هل توظيف مهارات الاتصال الإقناعي؟

☐ دائما	☐ أحيانا	☐ نادرًا	☐ أبدًا
--------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------

9- ما هي أهم الصفات التي تحب أن تتميز بها كخطيب ناجح ؟

☐	- معرفة واقع الناس (المخاطبين)
☐	- الثقافة الواسعة

☐

- التمتع بروح المسؤولية

☐

- الصدق في القول والعمل

☐

- محبة الناس و التعرف إليهم

☐

- الإخلاص في القول و العمل

10- هل تواجهك معوقات أثناء إلقاء الخطبة ؟

☐

أبداً

☐

نادرًا

☐

أحياناً

☐

دائماً

11- في حال الإيجاب ما هي هذه المعوقات ؟

.....

.....

.....

12- أي المهارات تفضل استخدامها أكثر أثناء إلقاء الخطبة ؟

☐

- مهارة الحديث

☐

- مهارة الإقناع

☐

- مهارة الإلقاء

☐

- لغة الجسد والإشارة

13- هل كتابة موضوع الخطبة يكون ؟

☐

الشؤون الدينية

☐

من إعدادك

14- قبل تحديد موضوع الخطبة على أي أساس يتم اختيارك؟

☐

من خلال رصد حالة

☐

من خلال توزيع

☐

تزامن مناسبة

15- هل تقتدي بداعية معين في إلقاء الخطبة ؟

☐

لا

☐

نعم

16- كيف يتم استعدادك النفسي للإلقاء الخطبة ؟

- قراءة القرآن الكريم

- الصلاة و الدعاء

- حفظ الخطبة جيداً

- الجلوس في مكان هادئ

- طرح موضوع الخطبة على الأقارب

17- كم تفضل استغراق مدة الخطبة ؟

30 دقيقة

25 دقيقة

20 دقيقة

15 دقيقة

18- إذا أجبت على أي خيار ما هو التعليل؟

.....

19- أثناء إلقاء الخطبة تستعين بالورقة أم تعتمد على الذاكرة؟

الاثنتين معاً

من الذاكرة

بورقة

20- أثناء إلقاء الخطبة تفضل اللغة ؟

عامية وفصحى

الفصحى

العامية

21- هل تتكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة؟

أبداً

نادرًا

أحياناً

دائماً

22- هل تختار الوقت المناسب للحديث أو التوقف أو الاستمرار أثناء الخطبة؟

أبداً

نادرًا

أحياناً

دائماً

23- هل تحرص على استمرار التقاء العينين مع المستمعين أثناء إلقاء الخطبة؟

أبداً

نادرًا

أحياناً

دائماً

24- هل تلتفت إلى اليمين و اليسار نحو المستمع أثناء إلقاء الخطبة ؟

أبداً

نادرًا

أحياناً

دائماً

25- هل تحافظ على ابتسامتك و هدوء أعصابك أثناء إلقاء الخطبة ؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادرًا ☐ أبدًا ☐

26- هل تتوافق حركات جسمك مع ألفاظك أثناء إلقاء الخطبة ؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادرًا ☐ أبدًا ☐

27- هل تتنوع نبرات صوتك أثناء إلقاء الخطبة حسب الموقف (الحزن، الفرح، الغضب)؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادرًا ☐ أبدًا ☐

28- ما هي الحركات التي تفضل أن تستخدمها أكثر في إلقاء الخطبة ؟

- حركة اليدين

- تعابير الوجه

- الاثنين معا

ملحق رقم (2)
جدول المحكمين

الجامعة	التخصص	أسماء المحكمين
الشهيد حمه لخضر الوادي	إعلام واتصال	أ. رشيد خضير
الشهيد حمه لخضر الوادي	فقه وأصوله	أ. عبد الرحمان طيبي
الشهيد حمه لخضر الوادي	عقيدة	أ. معمر قول

الفهارس

- 1- فهرس الآيات القرآنية
- 2- فهرس الأحاديث النبوية
- 3- فهرس الجداول
- 4- فهرس الأشكال
- 5- فهرس المصادر والمراجع
- 6- فهرس الموضوعات

1- فهرس الآيات القرآنية الكريمة.

الصفحة	رقم الآية	السورة	طرف الآية
21	1	النساء	﴿أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً﴾
/	36		﴿اعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِرَّالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا﴾
50-20	43	إبراهيم	﴿مُهْطِعِينَ مُقْبِعِي رُءُوسِهِمْ ...﴾
8	51	القصص	﴿لَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾

2- فهرس الأحاديث النبوية الشريفة.

الصفحة	طرف الحديث
62	«أَنَا وَكَافِلُ الْيَتِيمِ فِي الْجَنَّةِ هَكَذَا»
39	«الْمَاهِرُ بِالْقُرْآنِ مَعَ السَّفَرَةِ الْكِرَامِ الْبَرَّةِ....»
/	«لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ»

3- فهرس الجداول.

الصفحة	الجدول
70	جدول (1) يوضح أنواع المهارات غير اللفظية.
73	جدول (2) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن.
74	جدول (3) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.
75	الجدول (4) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.
76	الجدول (5) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الاقتصادي.
77	جدول (6) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.
78	جدول (7) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل.
79	جدول (8) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى معرفتهم المسبقة بالاتصال الإقناعي.
80	الجدول (9) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توظيفهم لمهارات الاتصال الإقناعي.
81	الجدول (10) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الصفات التي يتميز بها الخطيب الناجح.
83	الجدول (11) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة.
84	جدول (12) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعوقات التي تواجههم أثناء إلقاء الخطبة.
86	جدول (13) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام مهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم الخطبة.
87	الجدول (14) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع

	الخطبة 8
88	جدول (15) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة.
89	الجدول (16) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة.
90	جدول (17) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإعداد النفسي لإلقاء الخطبة.
92	جدول (18) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استغراق مدة الخطبة.
93	الجدول (19) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار مدة الخطبة.
94	جدول (20) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة.
95	جدول (21) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة.
96	الجدول (22) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة.
98	جدول (23) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة.
99	جدول (24) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العينين بالمستمعين
100	جدول (25) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الالتفات نحو المستمعين أثناء إلقاء الخطبة.
101	جدول (26) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في هدوء الأعصاب أثناء إلقاء الخطبة.
102	جدول (27) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في توافق حركات الجسم مع اللفظ أثناء إلقاء الخطبة.
103	جدول (28) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تنوع نبرات الصوت

	أثناء إلقاء الخطبة.
106	جدول (29) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة.
108	الجدول (30) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
110	الجدول (31) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام المهارات وفق متغير المؤهل العلمي.
112	الجدول (32) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
113	الجدول (33) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديد موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
115	الجدول (34) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاقتداء بداعية معين وفق متغير المؤهل العلمي.
116	الجدول (35) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستعانة بالورقة أو من الذاكرة وفق متغير المؤهل العلمي.
118	الجدول (36) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
120	الجدول (37) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اختيار الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار وفق متغير المؤهل العلمي.
122	جدول (38) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التقاء العينين مع المستمعين وفق متغير المؤهل العلمي.
124	الجدول (39) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات وفق متغير المؤهل العلمي.

126	جدول (40) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات وفق متغير طبيعة العمل.
127	جدول (41) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدامهم للمهارات وفق متغير طبيعة العمل.
129	الجدول (42) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
130	جدول (43) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
131	الجدول (44) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة وفق طبيعة متغير طبيعة العمل.
133	جدول (45) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
134	جدول (46) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
136	جدول (47) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
137	جدول (48) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العينين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
139	جدول (49) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

4- فهرس الأشكال.

الصفحة	الشكل
28	رسم تخطيطي (1) يوضح عناصر العملية الاتصالية.
31	رسم تخطيطي (2) يوضح مستويات الاتصال.
73	الدائرة النسبية (3) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع السن.
74	الدائرة النسبية (4) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الحالة الاجتماعية.
75	الدائرة النسبية (5) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.
76	الدائرة النسبية (6) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى الاقتصادي.
77	الدائرة النسبية (7) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السكن.
78	الدائرة النسبية (8) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة العمل.
79	الدائرة النسبية (9) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مدى معرفتهم المسبقة بالاتصال الإقناعي.
80	الدائرة النسبية (10) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب توظيفهم لمهارات الاتصال الإقناعي.
82	الدائرة النسبية (11) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الصفات التي يتميز بها الخطيب الناجح.
83	الدائرة النسبية (12) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة.
85	الدائرة النسبية (13) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعوقات التي تواجههم أثناء إلقاء الخطبة.
86	الدائرة النسبية (14) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام مهارات الاتصال الإقناعي أثناء إلقاءهم الخطبة.

87	الدائرة النسبية (15) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة.
88	الدائرة النسبية (16) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة.
89	الدائرة النسبية (17) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقضاء بالدعاة.
91	الدائرة النسبية (18) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في إعداد النفسي لإلقاء الخطبة.
92	الدائرة النسبية (19) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم استغراق مدة الخطبة.
93	الدائرة النسبية (20) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار مدة الخطبة.
94	الدائرة النسبية (21) توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة.
95	الدائرة النسبية (22) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة.
97	الدائرة النسبية (23) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التكلم بصوت ونطق سليم أثناء إلقاء الخطبة.
98	الدائرة النسبية (24) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة.
100	الدائرة النسبية (25) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العين
101	الدائرة النسبية (26) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الالتفات نحو المستمعين أثناء إلقاء الخطبة.
102	الدائرة النسبية (27) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في هدوء الأعصاب

	أثناء إلقاء الخطبة.
103	الدائرة النسبية (28) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في توافق حركات الجسم مع اللفظ أثناء إلقاء الخطبة.
105	الدائرة النسبية (29) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تنوع نبرات الصوت أثناء إلقاء الخطبة.
106	الدائرة النسبية (30) تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة.
108	هرم (31) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
110	هرم (32) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في استخدام المهارات وفق متغير المؤهل العلمي.
112	هرم (33) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
114	هرم (34) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تحديد موضوع الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
115	هرم (35) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الإقضاء بداعية معين وفق متغير المؤهل العلمي.
117	هرم (36) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الاستعانة بالورقة أو من الذاكرة وفق متغير المؤهل العلمي.
119	هرم (37) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير المؤهل العلمي.
121	هرم (38) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب اختيار الوقت المناسب للحديث والتوقف والاستمرار وفق متغير المؤهل العلمي.
122	هرم (39) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب التقاء العينين مع المستمعين وفق

	متغير المؤهل العلمي.
124	هرم (40) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب تفضيلهم للحركات وفق متغير المؤهل العلمي.
126	هرم (41) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة في مواجهة المعوقات وفق متغير طبيعة العمل.
128	هرم (42) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب استخدامهم للمهارات وفق متغير طبيعة العمل.
129	هرم (43) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في كتابة موضوع الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
130	هرم (44) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في تحديد موضوع الخطبة وفق طبيعة متغير العمل.
132	هرم (45) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الإقتداء بالدعاة وفق متغير طبيعة العمل.
133	هرم (46) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في الاستعانة بالورقة في إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
135	هرم (47) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اللغة المفضلة أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
136	هرم (48) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في اختيار الوقت المناسب للحديث أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
138	هرم (49) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب رأيهم في التقاء العينين بالمستمعين أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.
139	هرم (50) يمثل توزيع أفراد العينة حسب رأيهم للحركات أثناء إلقاء الخطبة وفق متغير طبيعة العمل.

3- فهرس المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

أ- القرآن الكريم.

1. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. (ط: 1؛ عمان: دار مجدولاي، 1993م).

2. الفقي إبراهيم، أخترف فن الفراسة. (لا.ط؛ لا.م: الحياة لداعية والإعلام، د.ت).

3. إمام إبراهيم، الإعلام الإسلامي. (لا.ط؛ القاهرة: المكتبة المصرية، د.ت).

4. ابن منظور، لسان العرب. (لا.ط؛ القاهرة: دار المعرف، د.ت).

5. أبي داود: سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السجستاني، ت: 275هـ، سنن أبي داود. تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، (لا.ط، بيروت: المكتبة العصرية، د.ت).

6. زكي بدوي أحمد، معجم مصطلحات الإعلام انجليزي فرنسي عربي. (ط: 2؛ لبنان: دار الكتاب، 1994م).

7. عبد الله اللّملح أحمد ومصطفى أبو بكر، البحث العلمي - تعريفه، خطواته، المفاهيم الإحصائية-. (لا.ط؛ الإسكندرية: الدار الجامعية، 2002م).

8. محمد الحوفي أحمد، فن الخطابة. (لا.ط؛ القاهرة: دار النهضة، 1996م).

9. ألان باربارا بيبز، المرجع الأكيد في لغة الجسد. (ط: 1، السعودية: مكتبة الجرير، 2008م).

10. البخاري: محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي، صحيح البخاري. تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، (ط: 1؛ لا.م: دار طوق النجاة، 1422هـ).

11. برت دكر، فن الاتصال. ترجمة: عبد الرحمان الشمراني، (لا.ط؛ الرياض: دار المعرفة، 1421هـ).

12. تاغوينات علي، التواصل والتفاعل. (لا.ط؛ الجزائر: لا.ن، 2009م).

13. جميس بوج، الإقناع. (لا.ط؛ الرياض: مكتبة جرير، 2009م).

14. جيهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي. (لا.ط؛ لا.م: دار الفكر العربي، د.ت).

15. حسن عماد مكايي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. (لا.ط؛ لا.م: الدار المصرية، د.ت).
16. حسن عماد مكايي، نظريات الإعلام. (ط: 1؛ لا.م: الدار العربية، 1430هـ/2009م).
17. خالد فياض، المهارات الاتصالية. معهد البحرين للتنمية السياسية، 2014م.
18. دورثي ليدز، فن التحدث مع الآخرين بلباقة. (لا.ط؛ لا.م: دار الفاروق، 2006م).
19. ديل كارنيجي، فن الخطابة. (لا.ط؛ لا.م: دار السلام، د.ت).
20. راجح حسين تميم، الكتابة الإبداعية. (لا.ط؛ لا.م: دار الكتاب الجامعية، 2007م).
21. سامي محمد جابر، الاتصال الجماهيري. (لا.ط؛ الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1990م).
22. سامي نحمد ملحم، منهج البحث في التربية وعلم النفس. (ط: 3؛ عمان: دار المسير، 2005م).
23. سوزان الشواء، فن الإقناع. (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، د.ت).
24. السيد محمد أبو هاشم، لغة الجسد سيكولوجية المهارات. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة نرهارء الشرق، 2004م).
25. السيد محمد أبو هاشم، لغة الجسد سيكولوجية المهارات. (لا.ط؛ القاهرة: مكتبة زهراء الشرق، 2004م).
26. طارق سويدان، فن الإلقاء الرائع. (ط: 1؛ الكويت: شركة الإبداع الفكري، 1424هـ/2003م).
27. عازب محمد سلام، مهارات الاتصال. (ط: 1؛ القاهرة: لا.ن، 2007م).
28. عبد الله محمد العوشن، كيف تقنع الآخرين. (ط: 3؛ الرياض: دار العاصمة، 1996م).
29. عطا بركات، الشخصية المحبوبة. (ط: 1؛ القاهرة: دار الغد الجديد، 1431هـ/2010م).
30. علاء محمد القاضي وبكر محمد حمدان، مهارات الاتصال. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة المجتمع العربي، 2010م).

31. علي الفتلاوي، رسالة في فن الإلقاء والحوار والمناظرة. (ط: 2؛ العراق: قسم الشؤون الفكرية والثقافية، 1433هـ/2012م).
32. علي برغوث، الاتصال الإقناعي. مذكرة تعليمية، مستوى ثالث، جامعة الأقصى، 2007م.
33. علي محفوظ، الخطابة وإعداد الخطيب. (لا.ط؛ لا.م: دار الاعتصام، د.ت).
34. عليان أحمد فؤاد، المهارات اللغوية ماهيتها وطرق تنميتها. (ط: 2؛ الرياض: دار مسلم، 2000م).
35. فتحي يونس، أساسيات تعلم اللغة العربية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1977م).
36. فهد بن عبد الرحمن الشمهيري، التربية الإعلامية. (ط: 1؛ الرياض، لا.ن، 1431هـ/2010م).
37. القرطبي: محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح، الجامع لأحكام القرآن. تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، (ط: 2؛ القاهرة: دار الكتب المصرية، 1384هـ / 1964 م).
38. لأنطوان القوّل، فن الخطابة. (ط: 1، لا.م: دار القلم، د.ت).
39. ليلي شحرور، فن التواصل الإقناعي. (ط: 1؛ لبنان: دار العربية للعلوم، 1430هـ/2009م).
40. ليليان جلاس، أعرف ما تفكر فيه. (ط: 1، السعودية: مكتبة الجديد، 2008م).
41. مجمع اللغة العربية (إبراهيم مصطفى و أحمد الزيات وآخرون)، المعجم الوسيط. (لا.ط، القاهرة: دار الدعوة، 1425هـ/2004م).
42. مجموعة من الأساتذة، الاتصال أهميته أنواعه وسائل. (ط: 3؛ الرياض: لا.ن، 2008م)، الصف الثالث الثانوي، قسم العلوم الإدارية والاجتماعية.
43. محمد أبو فرحة، 7 أسرار لنجاح. (ط: 1؛ الجزائر: دار الوسيط، 2012م).
44. محمد برقان، "كتابات معاصرة الاتصال الإقناعي في فن الخطابة". بيروت، العدد: 61، 2006م.
45. محمد بن عبد العزيز العقيل، حقيبة مهارات الاتصال. (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، 1430هـ).
46. محمد ديماس، فنون الحوار والإقناع. (ط: 1؛ لا.م: دار ابن حزم، 1420هـ/1999م).

47. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام. (ط: 1؛ القاهرة: دار عالم الكتب، 1993م).
48. عمر الطنوبي محمد ، نظريات الاتصال. (لا.ط؛ الإسكندرية: دار المطبوعات الجامعية، 1994م).
49. محمد محروس الشناوي، العملية الإرشادية. (لا.ط؛ القاهرة: دار غريب، 1996م).
50. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي. (لا.ط؛ القاهرة: دار الفكر، 2004م).
51. محمد منير حجاب، مهارات الاتصال الإعلاميين والتربويين والدعاة. (ط: 1؛ لا.م: مجموعة النيل العربية، 2000م).
52. محمود شفيق، البحث العلمي- الخطوات المنهجية لإعداد البحوث العلمية-. (ط: 1؛ القاهرة: المكتب الجامعي الحديث، 1985م).
53. مدحت محمد أبو نصر، لغة الجسم دراسة في الاتصال الإنساني غير اللفظي. (لا.ط؛ القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006م).
54. مسلم: مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري ت: 261هـ، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول ﷺ. تحقق: محمد فؤاد عبد الباقي، (لا.ط؛ بيروت: دار إحياء التراث العربي، د.ت).
55. مصطفى رسلان، تعليم اللغة العربية. (لا.ط؛ القاهرة: دار الثقافة، 1426هـ).
56. معروف الرصافي، نفح الطيب للخطابة و الخطيب. (ط: 1 ، لا.م: لا.ن، 1336هـ / 1917م).
57. منال طلعة محمود، مدخل إلى علم الاتصال. (لا.ط؛ الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2002م).
58. نبيلة بوخبرة، الاتصال العمومي أسس وتقنيات. (لا.ط؛ لا.م: لا.ن، 2014م).
59. هاري مليز، فن الإقناع. (ط: 1؛ لا.م: مكتبة جديد، د.ت).
60. هالة منصور، الاتصال الفعال. (لا.ط؛ الإسكندرية: المكتبة الجامعة، 2000م).
61. هاني عرب، الإتقان في مهارات الاتصال، ملتقى البحث العلمي، 1427هـ.
62. وفاء محمد عدنان، مهارات التواصل الفعال. (ط: 3؛ السعودية: لا.ن، 2012م).

63. ويليام ج ماكولاف، فن التحدث والإقناع. ترجمة: وفيق مازن، (لا.ط، لا.م: دار المعارف، 1991م).

ثانيا- الرسائل الجامعية والبحوث والمجلات:

64. إبراهيم بن محمد الحقييل، "كيف تعد خطبة الجمعة". 1431هـ. من شبكة الألوكة.

65. إبراهيم بن محمد الحقييل، الصوت في الخطابة. شبكة الألوكة: WWW.alukah.net

66. بندر بن صالح بن عتيق المليبي، مهارة الاتصال لدى المرشد وأهميتها. رسالة ماجستير، جامعة أم القرى: كلية التربى قسم علم النفس، 1429-1430هـ.

67. سهام دريد وآخرون، مهارات الاتصال من خلال السيرة النبوية. مذكرة لليسانس في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الوادي: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، 2013م.

68. عبد الرحمان بن سعد، مهارات الاتصال لدى الدعاة ودورها في تحقيق الأمن الفكري. رسالة ماجستير، جامعة نايف: كلية الدراسات العليا قسم العلوم الإدارية، 2011م.

69. عبد الله بن محمود فجال، أثر برنامج تربى قائم على تنمية المهارات الكتابية لدى طلاب السنة التحضيرية. مذكرة تعليمية، السعودية: جامعة الملك سعود، قسم مهارات تطور الذات.

70. عبد المنعم عبد الصمد، "مهارة الكتابة". مجلة القراءة والمعرفة، العدد 5، 2011م.

4- فهرس الموضوعات

الصفحة	العنوان
/	الإهداء
/	الشكر والعرفان
/	جدول الرموز والإشارات
/	ملخص البحث باللغتين العربية والإنجليزية.
أ	المقدمة
5	الفصل الأول: الإطار المنهجي.
5	1-1- تحديد الإشكالية:
6	1-2- أسباب اختيار الموضوع.
6	1-2-1- الأسباب الذاتية.
6	1-2-2- الأسباب الموضوعية.
7	1-3- أهمية الموضوع وأهدافه.
7	1-4- المفاهيم الخاصة بالموضوع.
8	1-4-1- تعريف المهارة.
8	1-4-2- تعريف الاتصال.
9	1-4-3- تعريف الإقناع.
9	1-5- الدراسات السابقة والمثابها.
12	1-6- الإجراءات المنهجية لدراسة.
12	1-6-1- نوع الدراسة ومنهجها.

13	1-6-2- مجتمع الدراسة والعينة.
13	1-6-3- أدوات جميع البيانات.
14	1-6-4- تصميم استمارة الاستبيان.
15	1-6-5- تطبيق استمارة استبيان.
16	1-6-6- حدود الدراسة.
16	1-7- فروض الدراسة.
18	الفصل الثاني:الاتصال الإقناعي و مقوماته.
19	2-1- تعريف الاتصال الإقناعي وأهميته.
19	2-1-1- تعريف الاتصال الإقناعي.
19	2-1-1-1- تعريف الاتصال.
20	2-1-1-2- تعريف الإقناع.
21	2-1-1-3- تعريف الاتصال الإقناعي.
21	2-1-2- أهمية الاتصال الإقناعي.
23	2-2- عناصر عملية الاتصال الإقناعي ومستوياته.
23	2-2-1- عناصر عملية الاتصال الإقناعي.
24	2-2-1-1- المصدر (المرسل، المقنع، القائم بالاتصال) Sender.
25	2-2-1-2- القناة أو الوسيلة Channel .
26	2-2-1-3- المضمون أو الرسالة Message.
27	2-2-1-4- المتلقي (المستقبل أو الجمهور المستهدف) Reseiver .
29	2-2-1-5- رجع الصدى والأثر Effect.
29	2-2-2- مستويات الاتصال الإقناعي.
31	2-3- أشكال الاتصال الإقناعي ومعوقاته.

31	2-3-1- أشكال الاتصال الإقناعي.
31	2-3-1-1- الاتجاه الأول: الاتصال اللفظي.
32	2-3-1-2- الاتجاه الثاني: الاتصال غير لفظي.
34	2-3-2- معوقات الاتصال.
34	2-3-2-1- معوقات متعلقة بالهدف.
34	2-3-2-2- معوقات متعلقة بالمرسل.
35	2-3-2-3- معوقات متعلقة بالمستقبل.
35	2-3-2-4- معوقات متعلقة بالمرسل والمستقبل.
36	2-3-2-5- معوقات متعلقة بالرسالة.
36	2-3-2-6- معوقات متعلقة بقناة الاتصال.
36	2-3-2-7- معوقات متعلقة ببيئة الاتصال.
39	الفصل الثالث: مهارات الاتصال الإقناعي لدى خطيب الجمعة.
39	3-1- تعريف المهارة وأهميتها.
39	3-1-1- تعريف المهارة.
40	3-1-2- أهمية المهارة.
41	3-2- مهارات الاتصال الإقناعي.
41	3-2-1- مهارة الحديث.
41	3-2-1-1- تعريف مهارة الحديث.
42	3-2-1-2- أهمية مهارة الحديث.
42	3-2-1-3- شروط مهارة الحديث المؤثر.
43	3-2-1-4- فوائد التحدث أمام الآخرين.
43	3-2-1-5- مهارات الحديث.
45	3-2-1-6- مميزات المتحدث الناجح.

45	7-1-2-3- النقاط الصعبة في الحديث.
46	2-2-3- مهارة الكتابة.
46	1-2-2-3- تعريف الكتابة.
46	2-2-2-3- أقسام الكتابة.
46	1- التعبير الوظيفي.
47	2- التعبير الإبداعي.
47	3-2-2-3- المهارات الكتابية.
47	1- مهارة الشكل.
47	2- مهارة المضمون.
47	3- مهارة الأسلوب.
47	4-2-2-3- لكل خطيب طريقته في الكتابة.
48	5-2-2-3- الخطوات اللازمة لإعداد الخطبة.
49	3-2-3- مهارة الإقناع.
50	1-3-2-3- تعريف الإقناع.
51	2-3-2-3- عناصر مهارة الإقناع.
52	3-3-2-3- العوامل المؤثرة في عملية الإقناع.
53	4-3-2-3- استراتيجيات الإقناع.
55	5-3-2-3- القواعد الأساسية في عملية الإقناع.
56	4-2-3- مهارة الإلقاء والخطابة.
57	1-4-2-3- تعريف الخطابة.
58	2-4-2-3- أقسام الخطابة وأركانها ومواصفات الخطيب.
58	أ- أقسام الخطابة.
58	ب- أركان الخطابة.
59	ج- مواصفات الخطيب.

59	3-4-2-3- مراحل الخطابة.
59	أ- مرحلة الإعداد والتحضير.
60	ب- مرحلة الخطاب.
61	ج- مقدمة الخطبة.
62	د- خاتمة الخطبة.
63	2-2-3- مهارات الاتصال غير اللفظية.
63	1-2-2-3- تعريف المهارة غير اللفظية وأهميتها.
63	أ- تعريف المهارة غير اللفظية.
63	ب- أهمية المهارة غير اللفظية.
64	2-2-2-3- أنواع المهارة غير اللفظية.
64	1- مهارة الإشارة ولغة الجسد.
65	أ- الإيماء بالرأس.
65	ب- تعبيرات الوجه.
66	ج- حركات اليدين.
67	د- المظهر الخارجي.
68	2- مهارة نبرات الصوت.
69	أ- أهمية نبرات الصوت.
69	ب- ما ينبغي مراعاته في الصوت.
70	3-2-2-3- أنواع المهارات غير اللفظية.
73	الفصل الرابع: الإطار التطبيقي.
73	1-4- عرض بيانات الدراسة وتحليلها.
73	1-1-4- عام.
73	1-1-1-4- عرض البيانات الشخصية وتحليلها وتفسيرها.
79	2-1-1-4- تحليل الأسئلة المتعلقة بالاتصال الإقناعي ومقوماته.

86	3-1-1-4- تحليل الأسئلة المتعلقة بالمحور الثالث.
108	2-1-4- تحليل بيانات الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي.
126	3-1-4- تحليل بيانات الدراسة وفق متغير طبيعة العمل.
140	2-4- مناقشة نتائج الدراسة.
142	الخاتمة.
145	الملاحق.
152	الفهارس.