

مقدمة البحث :

أدى انتشار البث الفضائي إلي اتساع دور وسائل الاتصال الجماهيري وازدياد وظائفها الإقناعية في المجتمعات المعاصرة خاصة في مجال التنمية والتطوير. كما احتلت البرامج الحوارية مكاناً بارزاً ضمن برامج القنوات التلفزيونية المختلفة مما أدى إلي تشكيل اتجاهات الرأي العام باستخدام البرامج الإعلامية المختلفة، وعادة ما يرتبط محتوى الرسالة التي تقدم بالبرامج الحوارية بالقدرة علي الإقناع، بهدف إحداث تأثير مركز ومحسوب علي اتجاهات وسلوك المتلقي.^(١)

مشكلة البحث :

بالرغم من وجود العديد من الدراسات التي ناقشت أوجه عديدة للبرامج الحوارية من خلال أهميتها وفعاليتها ودورها وتأثيرها علي المتلقي؛ فان الدراسات التي اتجهت إلي دراسة أساليب الإقناع في البرامج الحوارية اتسمت بالقلّة رغم أهميتها في تحقيق التأثير العقلي والعاطفي علي المتلقي حتي ينتهي الأمر بالافتناع بمحتوي الرسالة الإعلامية ومدي قدرتها علي تشكيل اتجاه الرأي العام.

ومن هذا المنطلق يهدف هذا البحث إلي التعرف علي دور أساليب الإقناع بالبرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاريع التنمية.

أهمية البحث :

١- تنامي الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية كمصدر للمعلومات عن

-
- القضايا السياسية والذي يشكل في النهاية اتجاهات الرأي العام.
- ٢- تعدد الجوانب التي تناولت أساليب الإقناع كأحد العوامل التي تؤثر علي النسق القيمي للمجتمع ويمكن من خلال البرامج الحوارية توظيف تلك الأساليب التوظيف الأمثل.
- ٣- قلة الدراسات التي اهتمت بتأثير الأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاريع التنمية.

أهداف البحث:

- ١- الكشف عن أساليب واستمالات الإقناع المستخدمة في البرامج الحوارية لضمان التأثير علي المتلقي.
- ٢- التعرف علي مدي اقتناع الجمهور بوجه نظر البرامج الحوارية بالفنوات الفضائية وتقبلهم لها.
- ٣- قياس مدي فاعلية الرسالة الإقناعية في تشكيل اتجاهات الجمهور المستهدف تجاه مشاريع التنمية.
- ٤- الكشف عن مدي تأثير المتغيرات الوسيطة (مدي مألوفية القضية- الوعي السياسي- مستوى الانغماس- درجة إعمال العقل- الخصائص الديموجرافية) في العلاقة بين التعرض لأساليب الإقناع بالبرامج الحوارية والاتجاه نحو مشاريع التنمية.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: الدراسات أساليب الإقناع في الخطاب الإعلامي.

١- دراسة Trevor & Brian & Homero (٢٠١٦)^(٢) بعنوان

"الإقناع السياسي علي وسائل التواصل الاجتماعي".

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي كيفية إحداث الإقناع السياسي علي شبكات التواصل الاجتماعي، أجريت الدراسة علي عينة حصرية طبقية مكونه من ٥٠٠ مفردة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بالولايات المتحدة مستخدمة أداة الاستبيان. ومن نتائج الدراسة:-

- وجود علاقة ارتباطيه ذات دالة إحصائية بين التعرض لوسائل الإعلام الاجتماعي وإحداث الإقناع السياسي علي شبكات التواصل الاجتماعي.

- وجود علاقة ارتباطيه بين العمر والدخل والمعرفة السياسية والإقناع السياسي للإعلام الاجتماعي.

٢- دراسة ألاء فوزي (٢٠١٥)^(٣) بعنوان "الاستراتيجيات الاتصالية

للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الإنترنت".

استهدفت هذه الدراسة توصيف وتحليل أهم استراتيجيات وأساليب الإقناع المستخدمة في صياغة الخطابات الدبلوماسية العامة الإسرائيلية بصفحات الفيسبوك محل الدراسة ، معتمدة علي منهج تحليل الخطاب علي صفحات الفيسبوك الإسرائيلية الموجهة باللغة العربية وعددها ٨ صفحات وذلك في الفترة من ٢٠١٣/٧/١٩ حتي ٢٠١٤/٨/٣١. ومن نتائج الدراسة:-

- أوضحت الدراسة إن إستراتيجية الإقناع ذات الطابع الدعائي هي أكثر الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الدبلوماسية العامة الإسرائيلية الموجهة لعرب عبر الفيسبوك.

- أدمجت الدبلوماسية العامة الإسرائيلية بين الأساليب العاطفية وأهمها الخوف والتهديد والتكذيب والتشكيك في العدو وبين الأساليب المنطقية خاصة تقديم البرهنة في إطار إثبات صحة ما تقوله إسرائيل.

٣- دراسة نشوة سليمان (٢٠١٣)^(٤) "الأطر البصرية واستراتيجيات الإقناع في المناظرات والأحاديث التلفزيونية لمرشحي الرئاسة".

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي استراتيجيات الإقناع التي تبناها كل مرشح رئاسي للوصول لمنصب رئيس الجمهورية ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة علي منهج تحليل الخطاب لبرنامج (مصر تنتخب الرئيس)، بالإضافة إلي المناظرة الرئاسية الوحيدة التي أجريت بين كل من عمرو موسى وعبد المنعم أبو الفتوح بلغ الإطار الزمني للعينة حوالي ١٧ ساعة تلفزيونية مستخدمه أداة تحليل المضمون. ومن نتائج الدراسة:-

- المناظرة الرئاسية ركزت في معظمها علي الإطار الاستراتيجي الهجومي بنسبة أكبر من جانب المرشح أبو الفتوح.

- ركز المرشح أحمد شفيق في حديثه علي مفهوم الخبرة والإدارة والقدرة علي السيطرة علي الأمور لجذب ناخبيه ممن ينادون بالاستقرار بعد مرحلة من التوتر السياسي.

المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بوسائل الإعلام وتشكيل الاتجاهات

السياسية

١- دراسة مها محمد سالم (٢٠١٦)^(٥) بعنوان "دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر".

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دور القنوات التلفزيونية المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمدت الباحثة علي منهج المسح بالعينة علي ثلاث برامج هي (اتجاهات بالقناة الأولى الحكومية- برنامج هنا العاصمة بقناة cbc- برنامج آخر النهار بقناة النهار). وذلك خلال الفترة من ١/١٢/٢٠١٤ حتي ١/٣/٢٠١٥. ومسح بالعينة علي الجمهور المصري بواقع ٤٢٠ مفردة مستخدمة أداتي تحليل المضمون واستمارة استقصاء ومن نتائج الدراسة:-

- تفوق أسلوب الجمع بين الاستمالات العاطفية والمنطقية المستخدمة في معالجة قضايا الاحتجاج والتظاهر داخل البرامج التلفزيونية عينة الدراسة.

- تغطية البرامج التلفزيونية الحكومية الخاصة هي وراء ازدياد نسبة الاحتجاج والتظاهر في مصر بشكل كبير.

٢- دراسة علي عباس فياض (٢٠١٥)^(٦) " دور القنوات الإخبارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية".

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي العلاقة بين حجم التعرض للقنوات الإخبارية العربية واتجاهات الجمهور العراقي نحو القضايا السياسية البارزة ، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث علي منهج المسح بالعينة وذلك من خلال مسح عينة من جمهور العراق بواقع ٤٠٠ مفردة . ومن نتائج الدراسة:-

- توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية والاتجاه نحو القضايا السياسية العراقية .

- يؤثر مستوي الاهتمام السياسي علي العلاقة بين حجم التعرض للقنوات الإخبارية واتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية محل الدراسة.

- يؤثر مستوي المعرفة السياسي علي العلاقة بين حجم التعرض للقنوات الإخبارية واتجاهات الجمهور نحو القضايا السياسية محل الدراسة

٣- دراسة رباب الجمال (٢٠١٢)^(٧) بعنوان " دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر".

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين نحو الأحداث السياسية في مصر لفترة ما بعد ثورة ٢٥ يناير ، تنتمي هذه الدراسة إلي الدراسات الوصفية معتمدة علي منهج المسح باستخدام أداة الاستبيان. حيث أجريت الدراسة الميدانية علي عينة قوامها ٩٠٠ مفردة من ٦ مدن سعودية ممثلة للمملكة المتحدة بواقع ١٥٠ مفردة من كل مدينة. ومن نتائج الدراسة:-

- لم يثبت وجود علاقة دالة إحصائية بين طبيعة الاتجاه الذي يتكون لدي عينة البحث وبين مستوي الاهتمام بالأحداث السياسية في مصر بعد الثورة.

- حققت المواقع الإخبارية لكل من الذكور والإناث مستوي معرفياً بسبب المجال الذي أحدثته هذه المواقع لكلا الجنسين لمتابعة ومناقشة الأحداث السياسية في مصر عقب الثورة ولم يتأثر هذا المجال بالمستوي الاجتماعي الاقتصادي للمغتربين وكان أقوى تأثيراً علي المستوي المعرفي للفئات العمرية الأقل سناً وامتد ليشمل معظم الفئات التعليمية وبيّنت بذلك قوة تأثير ذلك المجال علي المعرفة لدي فئات العينة.

٤- دراسة مايا البيضا ٢٠١٢^(٨) بعنوان "التغطية التلفزيونية

للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها".

استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل التغطية الخبرية في نشرات الأخبار والبرامج الإخبارية المقدمة في القنوات الفضائية اللبنانية "المنار والمستقبل الإخبارية وتلفزيون لبنان" وعلاقتها باتجاهات الرأي اللبناني نحو القضايا السياسية اللبنانية، اعتمدت الدراسة علي أسلوب المسح والمنهج المقارن وتمثلت عينة الدراسة في النشرات والبرامج الإخبارية، حيث تم تحليل النشرات الرئيسية والبرامج الإخبارية في القنوات الثلاثة عينة الدراسة في الفترة من مارس وحتى نهاية إبريل ٢٠١٠، أما الدراسة الميدانية فتم تطبيقها علي عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور اللبناني العام موزعة بالتساوي. ومن نتائج الدراسة:-

- رفض الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائياً بين دوافع متابعة المبحوثين لمعالجة القضايا السياسية اللبنانية في القنوات الفضائية اللبنانية وبين اتجاهات المبحوثين نحو هذه القضايا.

- تم قبول الفرض جزئيا القائل بأنه توجد فروق دالة إحصائية بين المبحوثين وفقا لخصائصهم الديموجرافية المختلفة في اتجاهاتهم نحو القضايا السياسية اللبنانية.

٥- دراسة Xioaoxia (٢٠١٠)^(٩) بعنوان "تأثير البرامج الحوارية اليومية علي إدراك الجمهور للقضايا السياسية.

استهدفت هذه الدراسة اكتشاف مدي تأثير البرامج الحوارية اليومية (برنامج جون ستيورات) علي إدراك الجمهور للقضايا السياسية ، اعتمد الباحث علي أسلوب المسح بالعينة وذلك من خلال مسح عينة من الجمهور العام عن طريق الهاتف وذلك علي عينتين احتماليتين الأولى بواقع ١٥٥١ مفردة في المدة من ٤/٢٦ حتي ٢٠٠٢/٥/١٢ والثانية بواقع ١٤٩٣ مفردة في المدة من ٤/١٩ حتي ٢٠٠٤/٥/١٢. ومن نتائج الدراسة:-

- كلما زاد الاهتمام السياسي لدي المبحوثين قل الاتجاه الايجابي نحو القضايا السياسية التي يعالجها البرنامج عينة الدراسة.
- تؤثر المتغيرات الديموجرافية علي إدراك الجمهور العام للقضايا السياسية التي يعالجها البرنامج عينة الدراسة.
- تعتمد البرامج الحوارية السياسية علي الأساليب الإقناعية العاطفية بنسبة اعلي من الأساليب الإقناعية المنطقية للتأثير علي الجمهور تجاه القضايا.

تساؤلات البحث:

١- ما معدل تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية؟

- ٢- ما مدي انتباه المبحوثين لمحتوي الرسالة الإقناعية بالبرامج الحوارية في معالجة مشاريع التنمية؟
- ٣- ما مدي فاعلية أساليب الإقناع التي تتبناها البرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاريع التنمية؟
- ٤- ما مدي اقتناع الجمهور بوجه نظر البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية وتقبلهم لها؟
- ٥- ما مدي تأثير المتغيرات الوسيطة (مدي مألوفية القضية- الوعي السياسي- مستوي الانغماس- درجة إعمال العقل- الخصائص الديموجرافية) في العلاقة بين التعرض لأساليب الإقناع بالبرامج الحوارية والاتجاه نحو مشاريع التنمية.

فروض الدراسة

- الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لأساليب الإقناع بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الايجابي نحو مشاريع التنمية.
- الفرض الثاني:** يوتر مستوي الوعي السياسي علي شدة العلاقة بين حجم التعرض لأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.
- الفرض الثالث:** يوتر مستوي مألوفية القضية علي شدة العلاقة بين حجم التعرض لأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

الفرض الرابع: يؤثر مستوي الانغماس علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

الفرض الخامس: تؤثر درجة إعمال العقل علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

الفرض السادس: تؤثر المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة وذلك علي النحو التالي:-

أ- يؤثر التعليم علي العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

ب- يؤثر السن علي العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

ج- يؤثر النوع علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو مشاريع التنمية.

نوع الدراسة ومنهجها :

نوع الدراسة:-

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث تستهدف هذه الدراسة دراسة مدي قدرة أساليب الإقناع علي تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاريع التنمية، واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالبرامج الحوارية

الذي تناول القضية محل التطبيق من ناحية والاتجاه نحو هذه القضية من ناحية أخرى، وتأثير بعض المتغيرات الوسيطة علي هذه العلاقة مثل مستوي الانغماس في القضية، ومستوي الوعي السياسي، وبعض المتغيرات الديموجرافية مثل: التعليم والسن والنوع.

منهج البحث:-

اعتمد البحث على منهج المسح الإعلامي لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها وذلك من خلال: مسح الجمهور: بهدف التعرف علي مدي تأثيره بالتغطية الإعلامية للقضية محل الدراسة.

مجتمع البحث: تمثل مجتمع البحث في سكان مدينة القاهرة الكبرى من سن (١٨ : ٧٠ عام) من الذكور والإناث. وقد اختارت الباحثة محافظات القاهرة الكبرى الثلاث (القاهرة - الجيزة - القليوبية) حيث أنها تحتل المقدمة بين محافظات الجمهورية من حيث الكثافة السكانية وكذلك تنوع أحيائها في مستوياتها الاجتماعية والاقتصادية بما يسمح بتمثيل هذه الخصائص في عينة الدراسة.

عينة الدراسة: عينة عشوائية بسيطة قوامها ٤٠٠ مفردة من الجمهور المصري للإجابة علي أسئلة استمارة الاستبيان

الإطار الزمني للعينة: في الفترة من ايناير حتي ١٥ يناير ٢٠١٨

أدوات جمع البيانات:-

أداة الاستبيان: تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبيان في الحصول على المعلومات المستهدفة من الدراسة الميدانية، وهي التعرف

على مدى تأثير الأساليب الإقناعية المستخدمة في البرامج الحوارية علي تكوين رأى العام نحو مشاريع التنمية.

اختبار صدق وثبات الاستمارة:-

صدق الاستمارة

صدق المحتوي : حيث تم تحديد أهداف الدراسة وتساؤلاتها وترجمه ذلك في شكل فروض بعد الإطلاع على التراث العلمي علي التراث العلمي المتوفر حول موضوع الدراسة وكذلك مراجعة بعض الدراسات السابقة ثم وضع الأسئلة التي تغطي أهداف وتساؤلات الدراسة.

الصدق الظاهري: وتم التحقق من الصدق الظاهري من خلال عرض صحيفة الاستبيان مع توضيح أهدافها وتساؤلاتها على مجموعة من المحكمين من المتخصصين في الدراسات الإعلامية والسياسية والنفسية وبلغت نسبة اتفاهم ٩٢%، وبناءً على ما أبداه المحكمون من ملاحظات تم إجراء التعديلات التي أوصوا بها على أسئلة الصحيفة.

ثبات الاستمارة: تم تطبيق اختبار المنشطر لجولمان ومعامل الارتباط ALPHA علي بعض المقاييس في الاستمارة مثل مقياس الاتجاه نحو القضية والمقاييس الخاصة بالسمات الشخصية.

جدول رقم (١) معاملات alpha الخاصة بمقاييس الدراسة

المقياس	معامل alpha
الاتجاه نحو مشاريع التنمية	٠,٦٥٣
الميل للجدال	٠,٧٥٦
الحاجة للمعرفة	٠,٧٩٩
السلطوية	٠,٩٦٥

وبشكل عام نجد أن جميع قيم المعاملات بالجدول السابق مرتفعة ؛ مما يدل علي وجود ثبات عالي لهذه المتغيرات وبتطبيق معادلة جوتمان للتجزئة النصفية وجد أن معامل جوتمان للمقياس ككل ٠,٦٢ وهي قيمة ثبات مرتفعة في المقاييس ويمكن الاعتماد عليها.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:-

تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية :

- ١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية .
- ٢- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية .
- ٣- كا ٢ لجدول التوافق
- ٤- معامل التوافق
- ٥- معامل ارتباط بيرسون
- ٦- اختبار (ت) T.Tes
- ٧- معامل الفا كرونباخ

مفاهيم البحث:

الإقناع^(١٠) هو عملية اتصالية تراكمية تعتمد علي جهود متتالية تستهدف استمالة العقل أو العاطفة أو كلاهما معا لدي الفرد المستهدف بطريقة مباشرة لتحقيق أهداف القائم بعملية الاتصال في تعامله مع الجمهور .

أساليب الإقناع: يمكن تعريف الأساليب الإقناعية إجرائيا بأنها تلك الأساليب التي تستخدم في التأثير وإقناع الطرف الأخر أو الأطراف الأخرى بالفكرة المراد الوصول إليها من خلال عدد طرق ووسائل واستمالات تؤدي إلي الوصول للهدف بسهولة ويسر ومن هذه الأساليب

تقديم الرسالة لأدلة وشواهد وعرض جانب واحد من الموضوع مقابل عرض الجانبين المؤيد والمعارض والتكرار والتدعيم ووضوح الأهداف وغيرها من الأساليب الأخرى

البرامج الحوارية: (١١) هي احد أنواع الفنون الإعلامية التليفزيونية وتقوم علي فكرة البرنامج علي الحوار أما باستضافة شخصية معينة ذات علاقة مباشرة بموضوع الحوار، أو عن طريق الاتصال لمعرفة رأيها حول القضية المطروحة للنقاش.

تشكيل الاتجاهات (١٢) هو نسق أو تنظيم لمشاعر الشخص ومعارفه وسلوكه، أو استعداده للقيام بأفعال معينة ويتمثل في درجات من القبول أو الرفض لموضوعات الاتجاه.

ولأهداف الدراسة يعرف تشكيل الاتجاه إجرائيا بأنه: وجهة النظر أو الموقف الذي يتبناه الفرد إزاء قضية تهمة. وهي هنا تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشاريع التنمية في مصر.

نتائج الدراسة :-

١- معدلات تعرض المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

- جاء ترتيب معدلات مشاهدة المبحوثين للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية كالآتي: احتل المبحوثون الذين يشاهدونها **بمعدل مرتفع** في المرتبة الأولى بنسبة ٤٧,٥% وفي المرتبة الثانية من يشاهدونها **بمعدل متوسط** بنسبة ٣٣,٧% واحتل من يشاهدونها **بمعدل منخفض** الترتيب الثالث بنسبة ١٨,٨%. وتؤكد هذه النتائج حرص المبحوثين عينة الدراسة علي مشاهدة البرامج الحوارية المقدمة في القنوات

الفضائية ومتابعة التغطية الخاصة بمشروعات التنمية المقامة في مصر بهذه القنوات، وأكثر تعرضاً لأساليب الإقناع المستخدمة في تغطية هذه المشاريع بالبرامج الحوارية.

٢- مدى انتباه الجمهور لمحتوي الرسالة المتعلقة بمشاريع التنمية بالبرامج الحوارية.

- أسلوب مشاهدة المبحوثين لمضمون الرسالة الإقناعية لمشاريع التنمية بالبرامج الحوارية حيث يشاهد المبحوثون مضمون الرسالة باهتمام وتفكير في مضمون الرسالة بنسبة ٦٨,٧% والتي تشير إلى وجود نشاط معرفي لدى الجمهور وبالتالي إتباع المسار المركزي في التفكير (المعالجة المركزية) في تقييم الرسالة الإقناعية ، يليها جاء دون الانتباه إلى المضمون بنسبة ٣١,٣% والتي تشير إلى غياب النشاط المعرفي لدى الجمهور وبالتالي أتباع المسار الهامشي (المعالجة الهامشية) في تقييم الرسالة الإقناعية ويتضح أن اغلب المبحوثين قد قيموا الرسالة وفقاً للمسار المركزي (المعالجة المركزية) حيث يركز الأفراد اهتمامهم بمعلومات الرسالة بما يشير إلى أن درجة إقناعهم كانت قوية.

- وربما تجد هذه النتائج ما يفسرها حيث إن مشاريع التنمية التي تنفذ في مصر الآن من أهم القضايا التي تمس واقع ومستقبل المواطن المصري وحياته اليومية مما يجعله حريص علي معرفه مجريات الأحداث ومدى تأثيرها علي حياته ومستقبله.

٣- مبررات الاقتناع بوجهة نظر البرامج الحوارية فيما يخص

مشاريع التنمية.

- جاء المبرر الخاص بالطريقة المركزية في تشكيل الاتجاهات "قوة الحجج والأدلة التي تقدمها البرامج" في المرتبة الأولى بين المبررات المؤدية لاقتناع المبحوثين بوجهة نظر البرامج الحوارية وذلك بنسبة ٣٣% من إجمالي المبررات وجاء في المرتبة الثانية "الاستناد إلي العروض المرئية والأفلام التوضيحية التي تفسر المعلومة" وهو أيضا من المبررات المتعلقة بالطريقة المركزية في تشكيل الاتجاهات بنسبة ٢٩,٥%، وجاء في المرتبة الثالثة المبرر الهامشي " أن يكون من يقدم البرنامج من أهل الثقة والخبرة" بنسبة ٢٤,٢% ، وفي المرتبة الرابعة المبرر الهامشي " اتفاق وجهة نظر البرنامج مع وجهة نظر غالبية أفراد المجتمع".

- وتؤكد هذه النتائج أن أفراد العينة يدققون في المعلومات والأفكار المتعلقة بمشاريع التنمية التي يتعرضون لها ويحاولون الوقوف علي مزاياها الحقيقية ويفكرون في دلالاتها؛ أي أنهم يحاولون معالجة المعلومات الجديدة التي يتعرضون لها بأسلوب عقلائي، أكثر من الاعتماد علي الطريق الهامشي الذي يعتمد علي طرق مختصرة دون بذل مجهود ذهني لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسالة الإقناعية.

٤-تأثير تكرار أو كثافة انتشار الرسالة الإقناعية علي المبحوثين

- أن أكثر من نصف عينة الدراسة تري أن تكرار الرسالة الإقناعية بالبرامج الحوارية يؤثر عليهم "علي حسب أهمية الموضوع بالنسبة لي" بنسبة ٥٠,٢% ويرى المبحوثين أن تكرار الرسالة الإقناعية "

تثير اهتمامي وشغفي لمتابعة المشروع" بنسبة ٢٨% وجاء "اشعر بضيق وملل ويجعلني انصرف عن مشاهدة البرامج" بنسبة ٢١,٥%.

- وهذا يعني أن قدرة الرسالة الإقناعية على اختراق وعي أفراد الجمهور يتحدد بناء على مدي اهتمام الأفراد بالرسالة المتعلقة بمشاريع التنمية أولاً ثم إلي تأثير حجم التغطية بالبرامج الحوارية.

٥- مدي تأثير أساليب الإقناع بالبرامج الحوارية في تغيير اتجاهات الجمهور المستهدف تجاه مشاريع التنمية .

- أن نسبة ٥٧,٢% من إجمالي عينة الدراسة يغيرون رأيهم إذا أقتنعهم البرامج الحوارية بوجهة نظر أخرى، ويشير هذا الاختيار إلي المعالجة الغير متحيزة للأفراد في تقييم الرسالة الإقناعية بما يشير إلي وجود الدافع لدي الأفراد في التدقيق في حجج الرسالة ومعرفة مزاياها وبالتالي المعالجة المركزية والتي ينتج عنها اقتناعاً قوياً ، بينما ٤٢,٧% من إجمالي عينة الدراسة يتمسكون برأيهم مهما ورد في البرنامج من آراء. وهذا الاختيار يشير إلي المعالجة المتحيزة للأفراد في تقييم الرسالة الإقناعية حيث مقاومة الاتجاهات المضادة الواردة في الرسالة أياً كانت صحتها وبالتالي مقاومة الرسالة ورفضها. وهذا يشير إلي قدره أساليب الإقناع التي يتم استخدامها في البرامج الحوارية في التأثير علي اتجاهات الجمهور.

ثالثاً: نتائج اختبارات فروض الدراسة الميدانية

- هناك فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه الايجابي نحو القضية لدى كل من منخفضي التعرض (٢٠,١٥) وكثيفي التعرض

(٣,٤٠) حيث إن قيمة (ت) = ٥,٥٤٦ ، وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠١ (٠,٠٠) ، أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لأساليب الإقناع بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه نحو القضية. ومن ثم نقبل الفرض الأول" توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لأساليب الإقناع بالبرامج الحوارية وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي الوعي السياسي (٢٢,٣٧) ومرتفعي الوعي السياسي (٢٩,٤٥) حيث إن قيمة (ت) = ٤,٦٥٣ ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى الوعي السياسي وشدة الاتجاه. ومن ثم نقبل الفرض الثاني "يوثر مستوى الوعي السياسي علي شدة العلاقة بين حجم التعرض لأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي مألوفية القضية (١٩,٦٨) ومرتفعي مألوفية القضية (٢٦,٣٧) حيث إن قيمة (ت) = ٨,٢١٨ ، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم نقبل الفرض الثالث "يوثر مستوى مألوفية القضية علي شدة العلاقة بين حجم التعرض لأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي الانغماس (٢٣,٨٩) ومرتفعي الانغماس (٣٠,٢١) حيث إن قيمة (ت) = ١١,٢٨١، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى الانغماس وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم نقبل الفرض الرابع "يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصي بالقضية) علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي درجة إعمال العقل (٢٤,٣٧) ومرتفعي درجة إعمال العقل (٣٢,٢٨) حيث إن قيمة (ت) = ٢,٩٨٥، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم نقبل الفرض الخامس "تؤثر درجة إعمال العقل علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي مستوى التعليم (٢٩,٤٨) ومرتفعي مستوى التعليم (٢٨,٢٤) حيث إن قيمة (ت) = - ٠,٠٥٤، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١

- إي أنه لا يوجد علاقة ارتباطية طردية بين مستوى التعليم وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم رفض الفرض السادس أ "يؤثر

مستوي التعليم علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضي السن (٢٥,٢) ومرتفعي السن (٢٣,٩٦) حيث إن قيمة (ت) = ١,٧٨ ، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أنه لا يوجد علاقة ارتباطيه طردية بين العمر وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم رفض الفرض السادس ب "يؤثر السن علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

- عدم وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الذكور حيث كان المتوسط (٢٦,٧٤) ومتوسط الإناث (٢٥,٩٦) حيث إن قيمة (ت) = -١,٤٥٢ ، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية ٠,٠١ إي أنه لا يوجد علاقة ارتباطيه طردية بين النوع وشدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية. ومن ثم رفض الفرض السادس ج "يؤثر النوع علي شدة العلاقة بين حجم التعرض للأساليب الإقناعية بالخطاب الإعلامي وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القضية محل الدراسة".

دور أساليب الإقناع بالبرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشروعات التنمية

جدول رقم (٢)

توزيع المبحوثين وفقا لمعدلات مشاهدته البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية

حجم التعرض	ك	%
منخفض	٧٥	١٨,٨
متوسط	١٣٥	٣٣,٧
مرتفع	١٩٠	٤٧,٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٣)

توزيع عينة الدراسة وفقا لدرجة الانتباه لمحتوي البرامج الحوارية التي تناقش مشروعات التنمية

درجة الانتباه	العدد	النسبة
تشاهدها دون الانتباه الي مضمونها	١٢٥	٣١,٢٥
تشاهدها باهتمام وتفكر في مضمونها	٢٧٥	٦٨,٧٥
المجموع	٤٠٠	١٠٠

جدول رقم (٤)

توزيع استجابات عينة الدراسة لمبررات الإقناع بوجهة نظر البرامج الحوارية فيما يخص مشاريع التنمية.

مبررات الإقناع	العدد	النسبة
اتفاق وجهة نظر البرنامج مع وجهة نظر غالبية أفراد المجتمع.	٨٦	٢١,٥٠
قوة الحجج والأدلة التي تقدمها البرامج.	١٣٢	٣٣,٠٠
إن تقدم البرامج عدد كبير من الحجج والبراهين.	٦٣	١٥,٧٥
إن يكون من يقدم وجهة النظر هذه من أهل الثقة والخبرة.	٩٧	٢٤,٢٥
اتفاق وجهة نظر البرنامج مع وجهة نظري الشخصية .	٥١	١٢,٧٥
حبي الشخصي لمن يقدم وجهة النظر هذه.	٢٥	٦,٢٥
تكرار المعلومات الهامة في الرسالة.	٢٩	٧,٢٥
الاستناد إلى العروض المرئية والأفلام التوضيحية لتفسير المعلومات.	١١٨	٢٩,٥٠
الاستناد إلى أساليب التخويف وإثارة المشاعر.	١٠	٢,٥٠
أخري تذكر	٢	٠,٥٠
جملة من سنلوا	٤٠٠	

جدول رقم (٥)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي تأثير تكرار الرسالة الإقناعية بالبرامج الحوارية

النسبة	العدد	البند
٢٨	١١٢	تثير اهتمامي وشغفي لمتابعة المشروع.
٥٠,٥	٢٠٢	علي حسب أهمية موضوع المشروع بالنسبة لي.
٢١,٥	٨٦	اشعر بضيق وملل ويجعلني انصرف عن مشاهدة البرنامج.
١٠٠	٤٠٠	المجموع

جدول رقم (٦)

توزيع عينة الدراسة وفقا لمدي تأثير أساليب الإقناع بالبرامج الحوارية في تغير اتجاههم نحو مشاريع التنمية

النسبة	العدد	مدي تأثير أساليب الإقناع
٥٧,٢٥	٢٢٩	تغير رأيك إذا أقتنعك البرنامج بوجهة نظر أخرى
٤٢,٧٥	١٧١	تتمسك برأيك مهما كانت صحة ما ورد في البرنامج
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

جدول رقم (٧)

اختبار (ت) لمعنوية الاختلاف بين منخفضي التعرض وكثيفي التعرض لأساليب الإقناع في متوسطات شدة الاتجاه الايجابي نحو القضية

حجم التعرض لأساليب الإقناع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	٧٥	٢٠,١٥	٢,١٤٨	٠,١٠١	٥,٥٤٦	٢٦٣	٠,٠٠٠
مرتفع	١٩٠	٣١,١٨	٣,٤٠١	٠,٠٥٨			

جدول رقم (٨)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي الوعي السياسي من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القضية .

الوعي السياسي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	١٣٥	٢٢,٣٧	٠,٦٣٩	٠,٠٧٠	٤,٦٥٣	٢٨١	٠,٠٠٠
مرتفع	١٤٨	٢٩,٤٥	٠,٤٧١	٠,٠٦٥			

دور أساليب الإقناع بالبرامج الحوارية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو مشروعات التنمية

جدول رقم (٩)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي مستوي مألوفية القضية من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية .

مألوفية القضية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	١٢٣	١٩,٦٨	٠,٧٥	٠,١٤٣	٨,٢١٨	٢٦٩	٠,٠٠٠
مرتفع	١٤٨	٢٦,٣٧	٠,٦٨	٠,٤٥٧			

جدول رقم (١٠)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي مستوي الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية

مستوي الانغماس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	١١٠	٢٣,٨٩	٠,٦٥٣	٠,٠٧٧	١١,٢٨١	٢٨٩	٠,٠٠٠
مرتفع	١٨١	٣٠,٢١	٠,٥٢١	٠,٤٨			

جدول رقم (١١)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي درجة إعمال العقل من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية

إعمال العقل	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	١١٠	٢٤,٣٧	٣,٦٨٤	٠,٠٤٩	٢,٩٨٤	٢٨٤	٠,٠٠٣
مرتفع	١٧٦	٣٢,٢٨	٢,٥٦١	٠,١٤٥			

جدول رقم (١٢)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي مستوي التعليم من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية

مستوي التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	١٣٣	٢٩,٤٨	٢,٨٩	٠,١٨	٠,٠٥٨	٢٨٧	٠,٥٦
مرتفع	١٥٦	٢٨,٢٤	٤,٥٨	٠,٢٨			

جدول رقم (١٣)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين منخفضي ومرتفعي السن من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو مشاريع التنمية

العمر	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
منخفض	٨٨	٢٥,٠٢	٤,٢٨	٠,٨	١,٨٦	٢٠٩	٠,٠٩
مرتفع	١٢٣	٢٣,٩٦	٣,٥٩	١,٥٦			

جدول رقم (١٤)

اختبار (ت) لمعنوية الفروق بين النوع من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القضية

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الخطأ	قيمة ت	درجة الحرية	الدلالة
ذكور	١٩٩	٢٦,٧٤	٣,٥٦١	٠,٠٧	١,٤٥٢	٣٩٨	٠,٧٢٢
إناث	٢٠١	٢٥,٩٦	٢,١٥٩	٠,٥٧			

المراجع :

- ١- بعزیز ابراهيم ، التضليل الإعلامي : كيف يقوم الإعلام بتسطيح ثقافة الجماهير وتغيب الوعي ، دار الفكر الحديث ، القاهرة، ٢٠١٥، ص٧.
- 2- Trevor Diehl, Brian E Weeks ,Homero Gil de Zuniga, **political persuasion on social media** : tracing direct and indirect effects of news use and social interaction, **new media& society** 2016 Vol18,N9,pp 1875:1895.
- ٣- الاء فوزي السيد عبد اللطيف، الاستراتيجيات الاتصالية للدبلوماسية العامة الإسرائيلية عبر الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.
- ٤- نشوة سليمان، الأطر البصرية واستراتيجيات الإقناع في المناظرات والأحاديث التلفزيونية لمرشحي الرئاسة في الانتخابات المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني أبريل - يونيه ٢٠١٣، ص ص ٢١٦:١٣٧
- ٥- مها محمد سالم، حول دور التلفزيون في تشكيل اتجاهات الجمهور المصري نحو ثقافة الاحتجاج والتظاهر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٦.

٦- علي عباس فياض، دور القنوات الإخبارية العربية في تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا السياسية العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٥.

٧- رباب رأفت الجمال، دور المواقع الإخبارية الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو الأحداث السياسية في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثامن عشر، الإعلام وبناء الدولة الحديثة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، ١-٣ يوليو ٢٠١٢، ص ص ٤٦٥ : ٥٣٠.

٨- مايا أحمد البيضا، التغطية التلفزيونية للقضايا اللبنانية السياسية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام اللبناني نحوها، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢.

9- Xiaoxia Cao. **Hearing it from jon stewart: the impact of daily show on public attentiveness to politics** , **International Journal of Public Opinion Research** , Vol.22, No1, 2010. pp26:46

١٠- علي فرجاني، العلاقات العامة واستراتيجيات الاتصال، ط١، الأردن، دار امجد للنشر والتوزيع، ٢٠١٨، ص٧٣.

١١- كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، ط١، القاهرة، التراث الاسلامي ، ٢٠٠٥، ص٢٠٩

١٢- عبد اللطيف محمد ، علم النفس السياسي والرأي العام، القاهرة، دار غريب للطباعة والنشر، ٢٠٠٨، ص٨٢