

## واقع الاتصال الإقناعي في التعليم الثانوي من وجهة نظر الأساتذة. دراسة ميدانية بثانويات ولاية جيجل

The reality of persuasive communication in secondary education From the point of view of the professors. A field study on the lyceums of Jijel

مسعود بوسعدية - جامعة جيجل  
messsaoud2020@yahoo.fr

### ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الاتصال الإقناعي في التعليم الثانوي من وجهة نظر الأساتذة وذلك من حيث الاستراتيجيات الإقناعية المعتمدة، ومدى استخدامهم للوسائط الحديثة في التعليم، بالإضافة إلى الكشف عن الصعوبات التي تحول دون فعالية الاتصال الإقناعي أثناء الحصة التعليمية.

وقد توصلت الدراسة إلى أن اعتماد أساتذة التعليم الثانوي على استراتيجيات الاتصال الإقناعي كفيل بتحقيق أهداف ومخرجات التعليم؛ حيث أن استخدام وسائط الاتصال الحديثة والاستمالات الإقناعية يساهم بشكل كبير في ذلك، لا سيما إذا صاحبه توظيف الأدلة من واقع التلميذ، وإزالة المعوقات التي تحول دون فعالية الاتصال الإقناعي مثل: كثرة المتعلمين داخل الفصل الدراسي، ونقص الوسائل التعليمية المناسبة.

**الكلمات المفتاحية:** الاتصال الإقناعي، الأستاذ، التعليم الثانوي، وسائط الاتصال الحديثة

### Abstract :

The main purpose of the study is to pinpoint the reality of the persuasive communication in the secondary schools from the viewpoint of the teachers: the strategies of persuasive communication, and their uses of new technologies in teaching. As well as the obstacles that oppose to their effectiveness in the courses.

The fundamental results show that: the teacher's use of persuasive communication strategies is sufficient to attain the educative aims, new technologies and persuasive coaxing contribute to realize it, mainly if it was accompanied by the use of evidences by the student, and the removal of the obstacles that obstruct the effectiveness of the persuasive communication as: overcrowding in the classrooms, insufficient education means.

**Keywords:** persuasive communication; Teacher; secondary education.

## مقدمة :

إن نجاح العملية التربوية يتوقف على تفاعل مجموعة من العوامل والعناصر أهمها الاتصال الإقناعي للأستاذ الذي يركز على التخطيط والقصدية الواضحة مما يكون له الأثر الإيجابي على التلميذ معرفيا وسلوكيا ومهاريا، بالإضافة إلى مدى استخدام الأستاذ للوسائط الحديثة، هذه الأخيرة التي مرت بمراحل متعددة إلى أن وصلت إلى أرقى مراحلها خاصة في ظل ارتباطها بنظرية الاتصال الحديثة في هذا العصر؛ الذي بات يعرف بعصر الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي، والتعليم كغيره من المجالات استفاد منه بصورة كبيرة.

إن تطور المناهج التعليمية عبر التاريخ صاحبه تطور في أنماط الاتصال والوسائط التعليمية داخل الصف المدرسي، كما أدى إلى تطور المقارنة البيداغوجية؛ بداية بالمقارنة بالمضامين، ثم المقارنة بالأهداف، وأخيرا المقارنة بالكفاءات.

إن الاعتماد على إستراتيجية الاتصال الإقناعي من قبل أساتذة التعليم الثانوي أثناء العملية التعليمية والتعليمية من شأنه تحسين مكتسبات التلاميذ القبلية والتكوينية والختامية؛ وبالتالي تحقيق مخرجات التعليم وأهدافه. وهنا تكمن أهمية التعرف على واقع الاتصال الإقناعي في مؤسسات التعليم الثانوي؛ بغية تفعيله وتذليل الصعوبات والعقبات التي تحول دون تطبيقه وتفعيله وتعميمه، وحتى يتحقق ذلك لابد من معرفة وجهة نظر الأساتذة تجاه هذا الأمر من أجل تقييمه وتقويمه.

## أولا- الإشكالية :

لقد مرت المنظومة التربوية الجزائرية بعدة تطورات ومراحل ابتداء من المقاربة بالمضامين (المقررات)، ثم المقاربة السلوكية (الأهداف) وصولا إلى المقاربة البنائية (الكفاءات)، هذه الأخيرة التي تستلزم استخدام تقنيات الاتصال الإقناعي، ومختلف الوسائل التعليمية الحديثة، بما يضمن للمتعلم التكيف والتعامل مع مختلف المواقف الحياتية، وهذا على عكس النظام التربوي التقليدي المنفصل عن السياق الواقعي، والذي يعتمد بشكل أساسي على التلقين والمعلومات الجاهزة، حيث لم يعد يواكب العصر الحديث المتسم بالكثير من التعقيد والتجديد المستمر.

إن الأستاذ اليوم يجب أن يكون موجّها ومشاركا للمتعلمين في تعلمهم، وليس ناقلا للمعارف، كما لا ينبغي أن يكون هو المصدر الوحيد للمعلومات، وإنما أحد مصادرها.

ولعل من أسباب تراجع التعليم في المؤسسات التربوية اليوم، وضعف الدافعية عند المتعلمين هو سيطرة ثقافة التلقين في التدريس، وهي معرفة مبتورة وخاملة سرعان ما ينساها المتعلم، وبالتالي لا يمكنه اكتساب مهارات واستخدامها في المواقف الحياتية، فضلا عن إيجاد حلول متميزة لما يعترضهم من مشكلات ومواقف صعبة.

إن الاتصال الإقناعي يعتبر من أهم الوسائل التي تساعد الأستاذ في التعليم الثانوي في تحقيق أهداف ومخرجات التعلم، ولهذا يجب على الأستاذ المنتظم في سلك التعليم الثانوي أن يكتسب مهارات الاتصال الإقناعي، ويطبقها مع التلاميذ في مختلف المواقف التعليمية حتى ينجح في مهامه.

إن الملاحظ أن أغلبية الأساتذة تلقوا تكويناً عالياً، ولهم معارف جيدة، ومعلومات كافية، غير أنهم لا يستطيعون إيصالها للتلاميذ بشكل صحيح بسبب عدم تحكمهم في أساليب الاتصال الإقناعي، وهذا ما يؤدي إلى إهدار الجهد والوقت والامكانيات المتاحة، وعدم تحقيق الكفاءات المرجوة.

إن أهم المشكلات التي تواجه الأساتذة في التعليم بصورة عامة، وفي التعليم الثانوي بصورة خاصة، هي غياب استراتيجية واضحة للاتصال الإقناعي، وعدم الاستعمال الأمثل لمختلف الوسائط الحديثة في عملية التدريس. وهذا يعني أن تحولاً جذرياً يجب أن يحدث في المنظومة التربوية بما يضمن الانتقال من منطق التعليم إلى منطق التعلم لمساعدة المتعلمين على التكيف مع واقعهم، وعلاج المشكلات التي قد تعترضهم في حياتهم بشكل أمثل. فالمشكلة لا تعود إلى نقص في الوسائل المادية فحسب؛ لاعتماد طريقة الاتصال الإقناعي في التعليم، وإنما ترجع إلى افتقار في الأفكار أيضاً.

وفي هذا يقول مالك بن نبي: ( فالمجتمع المتخلف ليس موسوماً حتماً بنقص في الوسائل المادية (الأشياء)، وإنما بافتقار للأفكار، يتجلى بصفة خاصة في طريقة استخدامه للوسائل المتوفرة لديه بقدر متفاوت من الفاعلية، وفي عجزه عن إيجاد غيرها)<sup>1</sup>.

ومن هذا المنطلق جاء هذا البحث لمعرفة واقع الاتصال الإقناعي للأستاذ في التعليم الثانوي من وجهة نظر الأساتذة.

وقد اخترنا ثانوية بورزاق أحمد ببلدية تاكسنة من بين ثانويات جيجل كنموذج تطبيقي لهذه الدراسة، وانطلاقاً من كل ذلك فإن التساؤل الرئيسي هو:

<sup>1</sup> مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ترجمة بسام بركة وأحمد شعبو، دار الفكر، دمشق، 2002، ص36.

ما هو واقع الاتصال الإقناعي في التعليم الثانوي أثناء الحصة التعليمية حسب وجهة نظر الأساتذة؟

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية تمثلت في ما يلي :

1- ما مدى اعتماد أساتذة التعليم الثانوي على الاتصال الإقناعي خلال الحصة التعليمية؟

2- ماهي نظرة الأساتذة في التعليم الثانوي لأهمية الاتصال الإقناعي أثناء ممارستهم التعليم؟

3- ما هي أهمية الاتصال الإقناعي في تحقيق الأهداف التعليمية في التعليم الثانوي؟

3-ما هي الاستراتيجيات الإقناعية التي يعتمد عليها أساتذة التعليم الثانوي خلال التدريس؟

4-ما هي تكنولوجيا التعليم ووسائل الاتصال المستخدمة من قبل الأساتذة أثناء الحصة التعليمية ؟

5- ما هي الصعوبات التي تواجه أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي أثناء التدريس ؟

### **ثانيا. أهمية البحث:**

يكتسي موضوع البحث أهمية معرفية وعلمية وعملية يمكن إيجازها فيما يأتي:

1/ كونه يعالج موضوعا حيويا له صلة وثيقة بقضايا تهم المجتمع ألا وهي المنظومة التربوية، وخاصة وأن هذا الأمر يرتبط بمستقبل الأجيال الصاعدة.

2/ حداثّة الموضوع ونقص الدراسات في الجامعة الجزائرية في هذا المجال.

3/ محاولة إيجاد العلاقة بين التحصيل الدراسي واستخدام الوسائط الحديثة في التدريس.

4/ الانتشار الكبير لوسائط الاتصال والإعلام في حياتنا اليومية ومدى استفادتنا منها في مجال التربية والتعليم.

5/ سهولة توصيل المعلومات عن طريق وسائط الاتصال الحديثة؛ والتي سهلت على الفرد عملية الإقناع والتأثير في مختلف المجالات، ولاسيما ميدان التعليم.

6/ لفت النظر إلى الانعكاسات الإيجابية لتطبيق إستراتيجية الاتصال الإقناعي في ميدان التربية والتعليم.

7/ التعمق ومواصلة البحث في هذا الموضوع من طرف الباحثين من مختلف الزوايا.

### **ثالثاً- أهداف البحث :**

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع الاتصال الإقناعي للأستاذ في التعليم الثانوي في ظل تطور وانتشار وسائط الاتصال الحديثة، ويمكن إيجاز أهداف الدراسة فيما يأتي:

1/ تسليط الضوء على مدى استخدام أساتذة التعليم الثانوي للوسائط الاتصالية والإعلامية الحديثة.

2/ معرفة الخدمات التي تقدمها وسائط الاتصال والإعلام الحديثة في مجال التربية والتعليم.

3/ معرفة الإستراتيجية المتبعة من طرف الأستاذ في اتصاله الإقناعي تجاه التلاميذ.

4/ معرفة أنواع الوسائط الحديثة التي يستخدمها الأستاذ الثانوي في عملية التعليم.

5/ معرفة مدى تفاعل أساتذة التعليم الثانوي والتلاميذ مع وسائط الاتصال والإعلام الحديثة.

6/ معرفة الصعوبات التي تقف عائقا أمام استخدام الأستاذ للوسائط الحديثة.

### رابعا : مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

#### 1- الاتصال :

- **لغة:** اتصل الشيء - بمعنى التأم - ولم ينقطع، واتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه. كما يقال اتصل به بخبر بمعنى علمه<sup>2</sup>.

- **اصطلاحا:** مفهوم الاتصال: "communication": هو العملية أو الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص إلى آخر حتى تصبح مشاعا بينهما، وتؤدي إلى التفاهم بين هذين الشخصين أو أكثر، وبذلك يصبح لهذه العملية عناصر ومكونات واتجاه تسير فيه، واتجاه تسعى إلى تحقيقه، ومجال تعمل فيه ويؤثر فيها<sup>3</sup>.

#### 2- الإقناع :

- **التعريف اللغوي:** جاء في لسان العرب<sup>4</sup>: قنع بنفسه قنعا وقناعة بمعنى: رضي، ورجل قنعان: يرضى باليسير.

<sup>2</sup> معجم مجاني للطلاب، دار المجاني، بيروت، ط5، 2001، ص 28.

<sup>3</sup> محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، دار أسامة المشرق العربي، عمان، 2006، ص 87

<sup>4</sup> ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، (د، ن، م)، المجلد 5، ص 375.

## - التعريف الاصطلاحي:

— تعريف أحمد زكي بدوي: (العملية التي تقوم بمحاولة جعل شخص يقبل رأيا أو فكرة أو يقوم بعمل معين)<sup>5</sup>

تعريف عبد الله بن محمد العوشن: (عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر وإخضاعه لفكرة ما)<sup>6</sup>.

وعموما يمكن القول أن الإقناع هو عملية اتصالية تهدف إلى التغيير والتأثير في الآخر.

## 3/ الاتصال الإقناعي:

هو اتصال مخطط يتضمن تلك التدخلات المقصودة التي تستهدف تحقيق تغيرات محددة سلفا في السلوك العلني والمستتر أو الخفي للمستقبل المستهدف<sup>7</sup>.

أو هو الاتصال الهادف إلى التأثير المقصود على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة من الجمهور، ويكون التأثير مرتبطا بالاختبار<sup>8</sup>.

**إجرائيا:** الاتصال الإقناعي يشير إلى الرسائل الاتصالية الإقناعية التي يوجهها الأستاذ للتلاميذ أثناء الحصة التدريسية باستخدام مختلف وسائط الاتصال.

4- **الواقع لغة:** جمع واقع، واصطلاحا: شيء واقع أي: حاصل<sup>9</sup>.

- **تعريف الواقع إجرائيا:** الحالة الراهنة لموضوع ما.

5 أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط2، 1994م، ص120.

6 سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص11.

7 المرجع نفسه، ص 11

8 خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422، ص18.

9 مبارك مبارك، معجم المصطلحات الألسنية، دار الفكر اللبناني، ط1، بيروت، 1995، ص249.



وهو في بحثنا : حالة استراتيجيات الاتصال الإقناعي المطبقة من قبل أساتذة التعليم الثانوي أثناء التدريس.

### خامسا: منهج الدراسة

إن اختيار المنهج المراد اتباعه من طرف الباحث لإنجاز بحثه يعد من أهم العناصر للقيام ببحث ناجح، على اعتبار أن قيمة البحث تتعلق بطبيعة المنهج الذي يسلكه أو يتبعه الباحث للوصول إلى الإجابة التي تثيرها مشكلة بحثه. ومنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة من الظواهر بقصد تشخيصها وتحديد أبعادها، ومعرفة أسبابها وعلاجها والوصول إلى نتائج عامة يمكن تطبيقها<sup>10</sup>.

ومناهج البحث متعددة ومتنوعة، لذلك فإنه يتحتم على الباحث اختيار المنهج المناسب الذي يخدم بحثه بطريقة علمية ومنهجية سليمة. وكما نعلم بأن هناك العديد من الدراسات في العلوم الاجتماعية والثقافية وكل دراسة تتطلب مناهج معينة من أجل الوصول إلى الأهداف المسطرة في بداية البحث، وبما أن دراستنا تدرج ضمن الأبحاث الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الحقائق والأوضاع وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها<sup>11</sup>.

ويمكن تعريف هذا النوع من البحوث بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال

<sup>10</sup> محمد شفيق، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1993، ص156.

<sup>11</sup> سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، عالم الكتب ط2، القاهرة، 1995، ص13.

فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة<sup>12</sup>.

ويعرف منهج المسح الوصفي بأنه: محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة، تنصب على الوقت الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة، تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي وإن كان يهدف إلى الحصول على معلومات يمكن الاستفادة منها في المستقبل، ويعرفه "برجس" بأنه دراسة علمية لظروف مجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقديمه الاجتماعي<sup>13</sup>.

ويعد منهج المسح الوصفي بالعينة من أنسب المناهج العلمية للدراسات التي تستهدف وصف وبناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة، من خلال تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن مصدرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها<sup>14</sup>.

ومادامت هذه الدراسة تهدف إلى وصف واقع الاتصال الإقناعي للأستاذ في التعليم الثانوي؛ فإن المنهج المناسب والمتبع هو المنهج الوصفي.



<sup>12</sup> محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ط2، 1999، ص46.

<sup>13</sup> علي عبد المعطي و محمد السرياقوسي، أساليب البحث العلمي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ط1، 1988، ص415.

<sup>14</sup> محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1993، ص122.

## سادسا: مجالات الدراسة

### - المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بثانوية بورزاق أحمد- بلدية تاكسنة ولاية جيجل- وهي إحدى ثانويات التعليم العام ذات نظام نصف داخلي؛ وقد وقع الاختيار عليها لقربها، ولأنها تعتبر ثانوية نموذجية بولاية جيجل.

### - المجال البشري: يتكون طاقم التأطير التربوي من 47 أستاذا في مختلف

التخصصات يتوزعون كالاتي:

عدد الأساتذة	المادة
6	أدب عربي
2	علوم إسلامية
3	فلسفة
4	تاريخ وجغرافيا
5	رياضيات
5	علوم فيزيائية
5	علوم طبيعية
5	لغة فرنسية
5	لغة انجليزية
1	لغة إسبانية
1	هندسة الطرائق
2	تسيير واقتصاد
3	تربية بدنية ورياضية
47	المجموع

### - المجال الزمني: أجريت هذه الدراسة الميدانية في المدة الممتدة من 16 جانفي

2017 م إلى 15 فيفري 2017 م.

### سابعا: أدوات جمع البيانات

هناك الكثير من الوسائل التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث لتجنب عيوب إحداها ولدراسة

الظاهرة من كافة الجوانب. وعموما يتعين أن تقييم الأدوات المختلفة لجمع البيانات في ضوء كفاءة كل منها في القيام بالوظيفة التي اختيرت لها ويمكن حصرها فيما يلي: الاستمارة (الاستبيان)، المقابلة، الملاحظة، تحليل المحتوى، التحليل الإحصائي، التجريب<sup>15</sup>.

وانطلاقا من طبيعة بحثنا فإنه تم الاعتماد على أداتين من أدوات البحث العلمي وهذا بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهي: الاستمارة (الاستبيان) كأداة أساسية، بالإضافة إلى الملاحظة كأداة مساعدة إلى جانب الاستبيان.

**1 - الاستمارة:** تعد الاستمارة الأداة الرئيسية في عملية جمع البيانات، و ترجع أهمية هذه الأداة إلى طبيعة الدراسة في حد ذاتها.

أما الاستبيان (Questionnaire) هو أسلوب لجمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة ممنهجة ومقننة، لتقديم حقائق وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعا واستخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد<sup>16</sup>.

**2 - الملاحظة:** تعد الملاحظة كأداة ثانية مساعدة إلى جانب أداة الاستبيان التي اعتمدنا عليها كأداة رئيسية في جمع البيانات، وهدفها يتمثل في أنها تفيد في التعرف على مدى التناقض الذي قد يحدث بين تصريح المبحوث وبين حقيقة

<sup>15</sup> محمد الصاوي محمد مبارك، البحث العلمي، أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص26.

<sup>16</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص33.

مشاعره وآرائه حول الأسئلة المطروحة عليه، والتي تظهر على محياه وردود فعله وسلوكياته، كما تساعد في التعرف على معلومات جديدة لم يفكر فيها الباحث من قبل<sup>17</sup>.

ولتدعيم نتائج بحثنا قمنا بتوظيف الملاحظة كأداة ثانية؛ وهذا من أجل مشاهدة الواقع على ما هو عليه أو في الطبيعة بهدف إنشاء الواقع العلمي.

### **ثامنا: المقاربة العلمية المعتمدة**

يعرف هذا العصر بعصر الثورة التكنولوجية والانفجار المعرفي، والتعليم كغيره من المجالات استفاد من هذه الطفرة التكنولوجية، ولاسيما في استخدام المبتكرات الحديثة في عملية التعليم. ومن المقاربات العلمية التي يمكن اعتمادها في هذه الدراسة نذكر:

### **- نظرية انتشار المبتكرات:**

خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات قدم كل من «روجرز» و«شوميكير» نموذجهما الذي يركز على فكرة نشر الأفكار المستخدمة وانتشار المبتكرات، وهذا النموذج يمكن إسقاطه على عدة مجالات ومنها مجال التعليم.

والابتكار هو أي فكرة جديدة، أو أسلوب، أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة. ففكرة تنظيم الأسرة، أو إدخال أساليب جديدة في الزراعة، أو استحداث وسيلة اتصالية كلها تدخل في هذا الإطار.

ويقترس الباحثان «روجرز» و«شوميكير» عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار من نموذج «داييدبرلو» وذلك على النحو التالي<sup>18</sup>:

<sup>17</sup>عمار بوحوش، دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، ديس، ص41.

1- **المصدر:** المخترعون والعلماء، وعوامل التغيير الاجتماعي، وقادة الرأي.

2- **الرسالة:** الابتكار الجديد.

3- **الوسيلة:** قنوات وسائل الإعلام، وقنوات الاتصال الشخصي.

4- **المستقبل:** أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

5- **الأثر:** تغيير في الأفكار والاتجاهات والسلوك.

ويفترض هذا النموذج أن قنوات وسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات، في حين تكون قنوات الاتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول الابتكار الجديد.

ويرى الباحثان أهمية عنصر الوقت كعامل ضروري لانتشار المبتكرات، ويقدمان نموذجا لعملية اتخاذ قرار حول الابتكار يشتمل على أربع مراحل هي<sup>19</sup>:

1- **المعرفة:** التعرف على نوعية الابتكار والحصول على معلومات حول وظائفه.

2- **الإقناع:** يحدد الفرد موقفا مؤيدا أو غير مؤيد للابتكار.

3- **القرار:** يمارس الفرد أنشطة تدفعه إما إلى تبني الابتكار أو رفضه.

4- **التدعيم:** يسعى الفرد إلى تدعيم قراره حول الابتكار، ولكنه قد يتخلى عن قراره السابق إذا تعرض لرسائل جديدة، ويكون عنصر الوقت عاملا مهما في كل مرحلة من المراحل السابقة.

- **مراحل عملية تبني الأفكار المستخدمة:**

حدد روجرز خمس مراحل لعملية تبني الأفكار المستحدثة وهي<sup>20</sup>:

<sup>18</sup> حسن عماد مكاي و ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2014، ص255.

<sup>19</sup> المرجع نفسه، ص256.

1 - **مرحلة الوعي أو الشعور بالفكرة:** وفيها يتعرف الفرد على المبتكر لأول مرة، وهي تعد من أهم مراحل التبني للمبتكرات وأهمها:

2 - **مرحلة الاهتمام:** وفي هذه المرحلة يبدأ الفرد في البحث عن أصول الفكرة وجمع المعلومات المتاحة عنها قدر الإمكان، ويسعى لمزيد من المعرفة عن طبيعتها، وذلك كنتيجة لتولد الدافعية لديه لمعرفة المزيد عن هذه الفكرة الجديدة.

3 - **مرحلة اتخاذ القرار والتقييم:** وفيها يتخذ الفرد المتبني القرار في الاستمرار في البحث وراء مزيد من المعلومات عن الفكرة أو الإقلاع عنها. كما يبدأ في تقييم ما تجمع لديه من المعلومات عن الفكرة الجديدة في ضوء موقفه الحالي منها، وتوقعاته المستقبلية عنها، لينتهي إلى قرار التجريب للفكرة أو المستحدث أو تركه.

4 - **مرحلة التجريب:** وفيها يبدأ الفرد في تجريب المستحدث وتطبيقه في نطاق ضيق، لتحديد مدى وكم الفائدة التي تعود عليه من التبني.

5 - **مرحلة التبني:** وفيها يكون الفرد قد اقتنع بالمستجدات بعد أن تم له التعرف على الفوائد التي ستعود عليه من جراء التبني.

#### - **محددات قبول وانتشار المستحدثات:**

تختلف المبتكرات من حيث انتشارها حسب المحددات والخصائص

الآتية<sup>21</sup> :

<sup>20</sup> فريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، 1991، ص116.

<sup>21</sup> فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام تقييمها وإجراؤها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 2001، ص69.

1- **الميزة النسبية:** فالمستحدث قد يكون مشابهاً لشيء آخر موجود بالفعل، ولكن المهم هو مدى إدراك الأفراد للمزايا النسبية لفكرة الجديدة، سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو مدى الاقتناع بمزاياها.

2- **سهولة الفهم/ درجة التعقيد:** ويقصد بها مدى إدراك الفرد للمستحدث على أنه سهل الفهم والاستخدام. وتختلف المستحدثات في مدى سهولة فهمها والتعامل معها، وكلما كانت الفكرة الجديدة المستدثة سهلة التعامل والفهم، زادت سرعة انتشارها.

3- **التوافق/ الملاءمة:** أي كلما أدرك الفرد أن هذه المستحدثات أو المبتكرات تتفق مع ما لديه من قيم واحتياجات وخبرات سابقة زادت سرعة انتشارها.

4- **القابلية للتجريب:** وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المستحدث على نطاق محدود قبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه، وكلما كان الفرد قادراً على تجربة المستحدث النسبية للمستحدث من خلال هذه العملية.

5- **وضوح النتيجة:** وتعني مدى وضوح استخدام أو تبني المستحدث، فكلما كان من السهل على الفرد أن يلاحظ هو والآخرين نتائج تبني المستحدث زادت سرعة انتشارها.

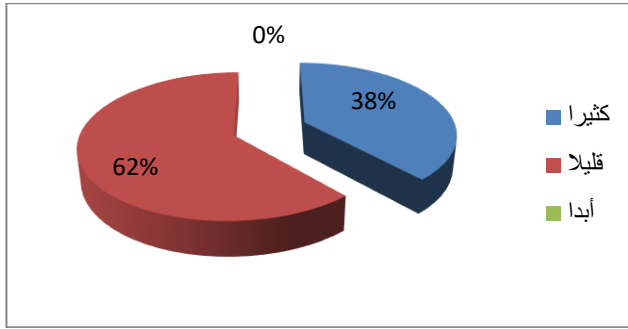
**تاسعا: مقارنة تحليلية لوجهة نظر الأساتذة لواقع الاتصال الإقناعي في التعليم الثانوي:**

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على الاتصال الإقناعي في عملية التدريس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
38.30	18	36.36	12	42.86	06	كثيرا
61.70	29	63.64	21	57.14	08	قليلًا
00	00	00	00	00	00	أبداً
100	47	100	33	100	14	المجموع



**دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتمادهم على الاتصال الإقناعي في عملية التدريس:**



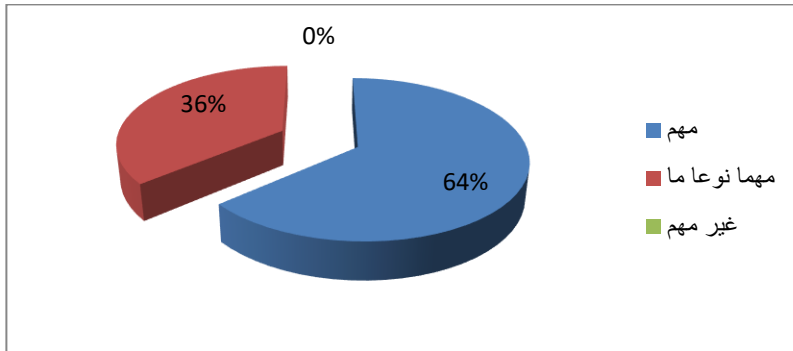
من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلب المبحوثين يشيرون إلى أنهم قليلا ما يعتمدون على الاتصال الإقناعي في عملية التدريس، وذلك بنسبة 61.70%، وهذا ما أكدته كل من فئة الذكور والإناث بنسبتي 63.64% و 57.14% على التوالي، لتليها نسبة 38.30% من الأساتذة الذين صرحوا بأنهم كثيرا ما يستخدمون الاتصال الإقناعي في عملية التدريس وهذا ما أشار إليه فئة الذكور بنسبة 42.86% والإناث بنسبة 36.36%.

ويمكن تفسير ذلك بأن بعض المواد لا تحتاج لكثير من الإقناع لما تحتوى عليه من حقائق علمية مؤكدة. ومنه نستنتج أن الأساتذة يستخدمون الاتصال الإقناعي في عملية التدريس بغض النظر عن كيفية الاستخدام.

**الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب نظرهم للاتصال الإقناعي في عملية التدريس:**

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
	ت	%	ت	%	
63.83	30	66.67	22	57.14	مهم
36.17	19	33.33	11	42.86	مهما نوعا ما
00	00	00	00	00	غير مهم
100	47	100	33	100	المجموع

دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب نظرتهم للاتصال الإقناعي في عملية التدريس:



من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلب الأساتذة يعتبرون الاتصال الإقناعي مهما في عملية التدريس، وذلك بنسبة 63.83% وهذا ما أشارت إليه فئة الذكور بنسبة 57.14% والإناث بنسبة 66.67%؛ في حين أشار 36.17% من المبحوثين إلى أنه مهم نوعا ما، وهذا ما أشار إليه 42.86% من الذكور و33.33% من الإناث.

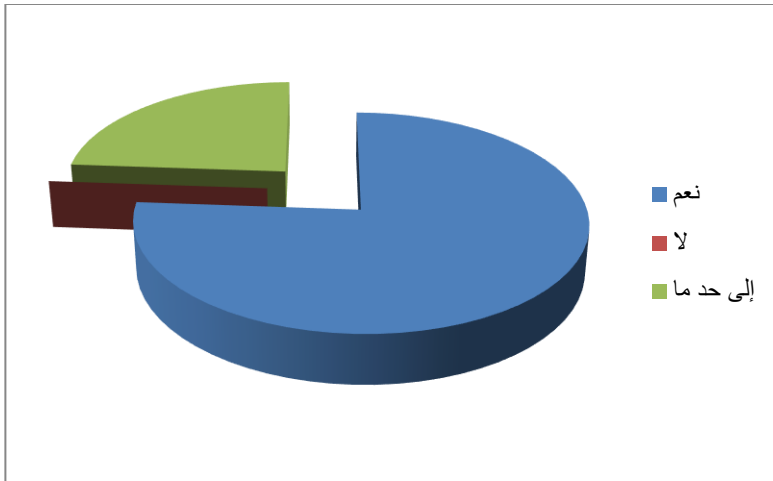
وهذا ما يفسر أهمية استخدام الاتصال الإقناعي في عملية التدريس حسب نظرة الأساتذة، بغض النظر عن الصعوبات التي يواجهونها، إلا أن نظرتهم إليه تبقى مهمة وضرورية في العمل من أجل تحقيق الأهداف المرجوة وتفعيل عمليات الاتصال. ومنه نستنتج أن الاتصال الإقناعي في نظر الأساتذة أمر مهم في عملية التدريس.



**الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهمية الاتصال الإقناعي في تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة:**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
74.60	36	78.79	26	71.43	10	نعم
00	00	00	00	00	00	لا
23.40	11	21.21	07	28.57	04	إلى حد ما
100	47	100	33	100	14	المجموع

**دائرة نسبية يمثل توزيع أفراد العينة حسب أهمية الاتصال الإقناعي في تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة:**



نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلب المبحوثين يؤكدون على أهمية الاتصال الإقناعي في تحقيق الأهداف التعليمية المرجوة، وذلك بنسبة 74.60%، وهذا ما أكدته فئة الذكور بنسبة 71.43% وفئة الإناث بنسبة 78.79%.

وهذا ما يفسر أن الاتصال الإقناعي له أهمية كبيرة خاصة لدى الأساتذة الذين يعتمدون عليه، ويعدونه من الأساسيات في العمل المهني أو مزاوله عملية التدريس، وتطبيقه في إقناع التلاميذ باستعمال الحجج والبراهين. بالإضافة إلى الاعتماد على الوسائل الالكترونية والتكنولوجيات الحديثة؛ التي تعد من الوسائل المدعمة في عملية الاتصال الإقناعي، وبالتالي تساعد على تحقيق الأهداف المرجوة وإقناع التلاميذ بمحتوى المادة المدروسة .

وبناءً على ما سبق، نستنتج أن الاتصال الإقناعي له أهمية كبيرة في التعليم، كما أن تحقيق الأهداف التعليمية ومخرجات التعليم مرهونة بالاعتماد عليه.

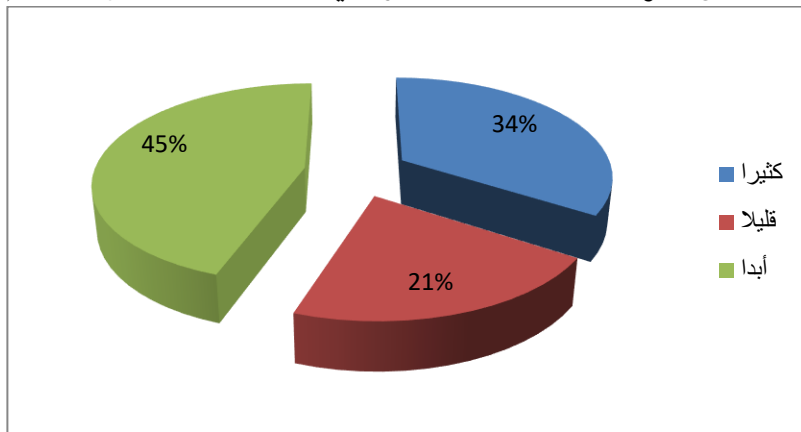
#### الاستراتيجيات الإقناعية التي يعتمد عليها الأساتذة عند التدريس:

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الانطباع الذي يحدث عند بداية الدرس تمهيدا للإقناع:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
34.04	16	33.33	11	35.71	05	كثيرا
21.28	10	12.12	04	42.86	06	قليلا
44.68	21	54.55	18	21.43	03	أبدا
100	47	100	33	100	14	المجموع



دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب الانطباع الذي يحدث عند بداية الدرس تمهيدا للإقناع:



من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ أن أغلب المبحوثين يلجؤون للتمهيد لعملية الإقناع في بداية الدرس، وذلك بنسبة 44.68% وهذا ما أشارت إليه فئة الإناث بنسبة 54.55%، وفئة الذكور بنسبة 21.43%.

وقد صرح أساتذة آخرون أنهم كثيرا ما يلجؤون لذلك، وذلك بنسبة 34.04%، وهذا ما أشارت إليه فئة الذكور بنسبة 35.71% وفئة الإناث بنسبة 33.33%.

وهذا ما يفسر أن الكثير من الأساتذة يحاولون استخدام الاتصال الإقناعي في توصيل الأفكار والآراء إلى التلاميذ من خلال التمهيد في بداية الدرس.

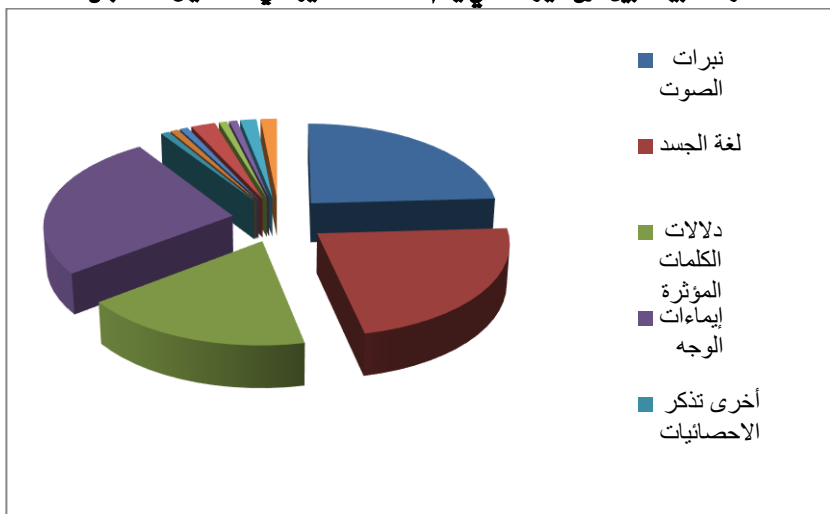
ومنه نستنتج أن الاتصال الإقناعي له دور كبير في نجاح الدرس وإيصال الفكرة المراد ترسيخها في أذهان التلاميذ.

الجدول رقم 05: يبين نوع الميزات التي يتم الاعتماد عليها في تشكيل الانطباع

المجموع		إناث		ذكور		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
23.48	31	21.74	20	27.5	11	نبرات الصوت
21.97	29	22.83	21	20	08	لغة الجسد
17.42	23	18.48	17	15	06	دلالات الكلمات المؤثرة
25.42	34	23.91	22	30	12	إيماءات الوجه
0.76	01	00	00	2.50	01	الاحصائيات
0.76	01	00	00	2.50	01	التحفيز
0.76	01	00	00	2.50	01	آيات قرآنية
2.27	03	3.26	03	00	00	تجارب علمية
0.76	01	1.08	01	00	00	الابتنسامة
0.76	01	1.08	01	00	00	التشويق
1.51	2	2.17	01	00	00	عرض الصور
1.51	5	5.62	05	00	00	طرح الأسئلة
100	132	100	92	100	40	المجموع



**دائرة نسبية تبين نوع الميزات التي يتم الاعتماد عليها في تشكيل الانطباع:**



نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن أهم المثيرات التي يتم الاعتماد عليها عند استخدام الاتصال الإقناعي أثناء التدريس هي إيماءات الوجه، وذلك بنسبة 25.75%، حيث قدرت هذه النسبة بـ 30% عند الذكور، و 23.91% عند الإناث، تليها نسبة 23.48% والتي تمثل استخدام نبرات الصوت حيث قدرت عند الذكور بنسبة 27.5%، وعند الإناث بنسبة 21.74%.

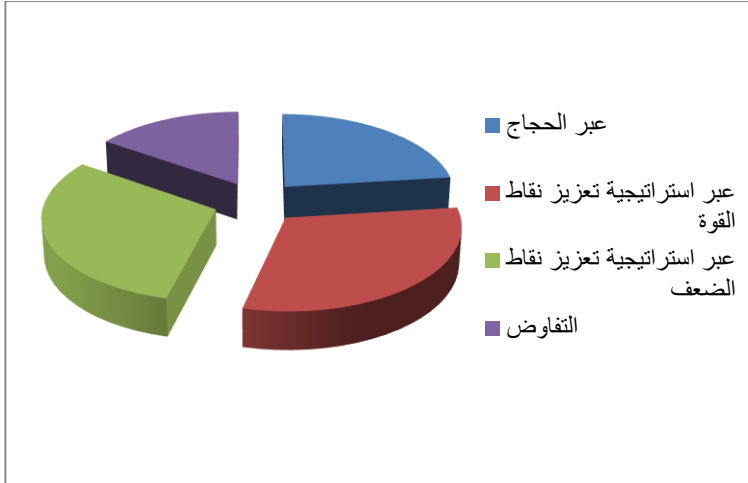
وهذا ما يفسر أن استخدام الاتصال الإقناعي لا يعتمد على الكلمات المنطوقة والجمل المؤثرة فحسب؛ بل يعتمد على جميع الحواس. ومنه نستنتج أن الاتصال الإقناعي عبارة عن فن اتصالي يعتمد على الكلمات ومختلف الإيماءات والمؤثرات الصوتية والدلائل المرئية واللغة غير المنطوقة.



**الجدول رقم 06: يوضح طريقة الإقناع أثناء الدرس:**

المجموع		انثى		ذكر		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
23.08	30	23.92	22	21.05	08	عبر الحجاج
30.77	40	30.43	28	31.58	12	عبر استراتيجية تعزيز نقاط القوة
30.77	40	30.43	28	31.58	12	عبر استراتيجية معالجة نقاط الضعف
15.38	20	15.22	14	15.79	06	التفاوض
100	130	100	92	100	38	المجموع

**دائرة نسبية تمثل طريقة الإقناع أثناء الدرس:**



نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) أن أغلب الباحثين يجمعون على أن عملية الإقناع خلال تقديم الدروس تكون من خلال تعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف في الوقت نفسه؛ حيث يوضح الجدول تساوي النسب



لهذين الاختيارين لدى الذكور والإناث وذلك بنسبة 31.58% و 30.43% على الترتيب، وقد قدرت النسبة الإجمالية لهما بـ 30.77%.

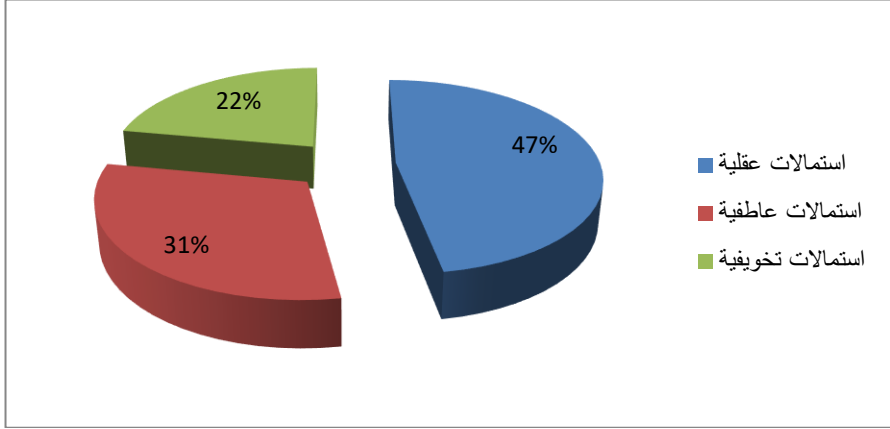
وهذا ما يفسر ضرورة تزويد الأفكار في الدرس بدلالات تزيد من مصداقيتها مع بعض المثيرات التي تساهم في تشكيل الإقناع. ومنه نستنتج أن عملية الإقناع أثناء التدريس تحتاج إلى مجهودات معتبرة لتحقيق الأهداف المرجوة.

**الجدول رقم 07: يوضح أهم الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الدرس:**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
		%	ت	%	ت	
47.37	45	49.23	32	43.33	13	استمالات عقلية
30.53	29	30.77	20	30	09	استمالات عاطفية
22.10	21	20	13	26.67	08	استمالات تخوفية
100	95	100	65	100	30	المجموع



دائرة نسبية توضح أهم الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الدرس



من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن أغلب المبحوثين يجمعون على أن الاستمالات العقلية هي الأكثر استخداماً أثناء التدريس، وذلك بنسبة 47.37%. وهذا ما أكدته فئة الذكور بنسبة 43.33%، وفئة الإناث بنسبة 49.23%، تليها الاستمالات العاطفية بنسبة 30.53%، وقد قدرت النسبة الجزئية فيها لكل من الذكور والإناث بـ 30% و 30.77% على الترتيب.

وهذا ما يفسر أن الاتصال الإقناعي يعتمد بشكل أكبر على الحقائق والدلالات الواقعية، والكلمات والعبارات التي تخاطب العقل بدرجة أولى، لكن هذا لا يمنع استخدام القليل من الاستمالات العاطفية وذلك لمحاولة جذب انتباه التلميذ وإثارة وجدانه.

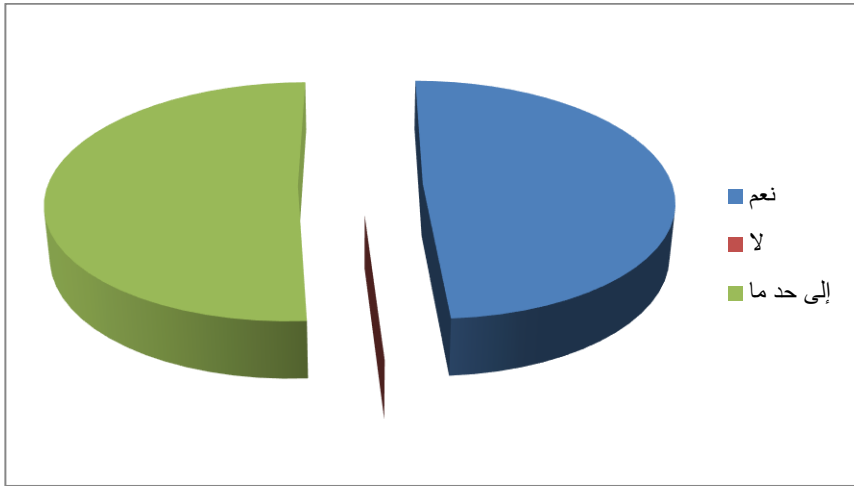
ومن هنا نستنتج أن الأساتذة يستخدمون استمالات متنوعة لإقناع التلاميذ أثناء الدرس، وقليلاً ما يلجؤون إلى استخدام الاستمالات التخويفية باعتبارها استمالات ينفر منها التلاميذ.



الجدول رقم 08: يوضح تحقيق الاستمالات للهدف التعليمي:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
		%	ت	%	ت	
48.94	23	45.45	15	57.14	08	نعم
00	00	00	00	00	00	لا
51	24	54.55	18	42.86	06	إلى حد ما
100	47	100	33	100	14	المجموع

دائرة نسبية توضح تحقيق الاستمالات للهدف التعليمي:



من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن أغلب الأساتذة يعتقدون أن الاستمالات المستخدمة أثناء الدرس ساهمت في تحقيق هدفهم العلمي إلى حد ما، وذلك بنسبة 51.06%. إذ نلاحظ أن النسبة الجزئية لفئة الإناث أكدت على ذلك بنسبة 54.55%، في حين أكد 48.94% من المبحوثين على تحقيق

أهدافهم العلمية بفضل هذه الاستمالات، وهذا ما أكدته النسبة الجزئية لفئة الذكور المقدرة بـ 57.14%.

وهذا ما يفسر استخدام جميع الأساتذة للاستمالات الإقناعية أثناء التدريس، رغبة منهم في الوصول إلى أهدافهم التعليمية. وذلك لأن الاستمالات الإقناعية تسهل وصول المعلومات إلى التلاميذ بشكل كبير.

ومنه نستنتج أن الاستمالات الإقناعية لها أهمية كبيرة في تحقيق الأهداف التعليمية .

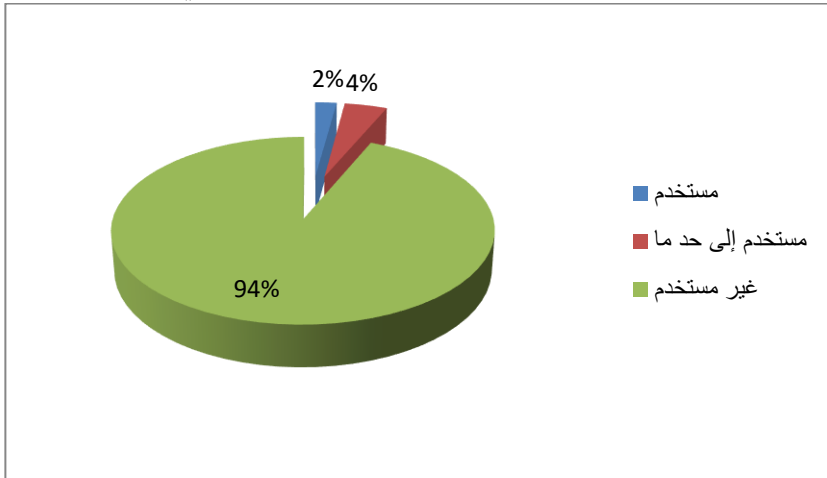
### - استخدام تكنولوجيا التعليم ووسائل الاتصال ودورها في الإقناع أثناء الدرس:

الجدول رقم 09: يمثل استخدام شبكة الإنترنت حين الإقناع في الدرس:

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس الخيارات
%	ت	%	ت	%	ت	
2.13	01	00	00	7.14	01	مستخدم
4.25	02	6.06	02	00	00	مستخدم إلى حد ما
93.62	44	93.94	31	92.86	13	غير مستخدم
100	47	100	33	100	14	المجموع



**دائرة نسبية توضح استخدام شبكة الإنترنت حين الإقناع في الدرس:**



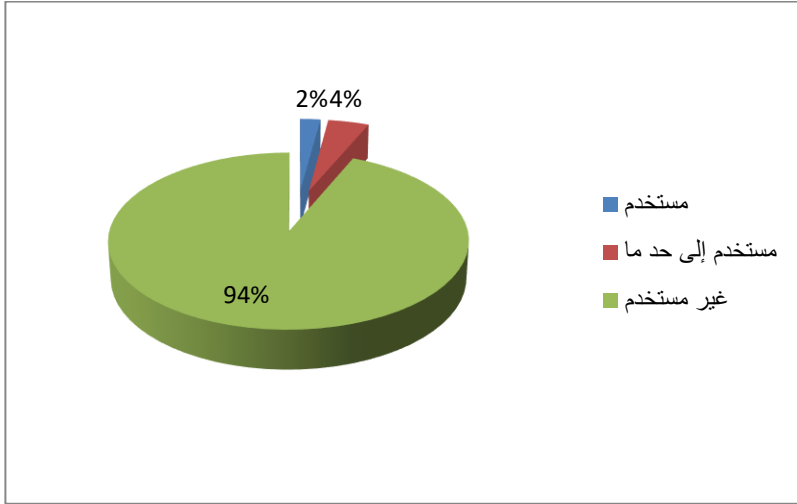
نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 93.62% من المبحوثين لا يلجؤون إلى استخدام شبكة الانترنت من أجل الإقناع، وهذا ما أكدت عليه النسب الجزئية للذكور والإناث بنسبة 92.86% و 93.94% على الترتيب. وهذا ما يفسر أن الأساتذة يعتمدون على مجهوداتهم الشخصية في ترتيب المعلومات والآراء والأفكار المصحوبة بالحجج والبراهين لإقناع التلاميذ أثناء الدرس.

ومنه نستنتج أن الإنترنت حسب رأي الأساتذة لا يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق الإقناع لدى التلاميذ عند تلقينهم المعلومات خلال الحصص التعليمية.

**الجدول 10: يمثل توزيع أفراد العينة لاستخدام الحقائق التعليمية الالكترونية حين الإقناع:**

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس	
	ت	%	ت	%	ت	%
2.12	01	3.03	01	00	00	مستخدم
4.26	02	3.03	01	7.14	01	مستخدم إلى حد ما
93.62	44	93.94	31	92.86	13	غير مستخدم
100	47	100	33	100	14	المجموع

دائرة نسبية توزيع أفراد العينة لاستخدام الحقائب التعليمية الإلكترونية حين الإقناع:



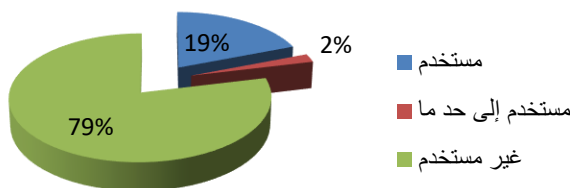
نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 93.62% من المبحوثين لا يستخدمون الحقائب التعليمية الإلكترونية أثناء ممارسة عملية الإقناع، حيث قدرت النسبة الجزئية للذكور بـ 92.86% والنسبة الجزئية للإناث بـ 93.94%. وهذا ما يفسر ابتعاد الأساتذة بشكل كبير عن استخدام المعلومات الجاهزة والمرتبطة من أجل إقناع التلاميذ. ومنه نستنتج أن الحقائب الإلكترونية حسب رأي الأساتذة لا تساهم بدرجة كبيرة في تحقيق الإقناع لدى التلاميذ عند تلقينهم المعلومات خلال الحصص التعليمية.



**الجدول رقم 11 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب عرض الشفافيات حين الإقناع:**

المجموع		أنثى		ذكر		الخيارات الجنس
%	ت	%	ت	%	ت	
19.15	09	21.21	07	14.29	02	مستخدم
2.13	01	3.03	01	00	00	مستخدم إلى حد ما
78.72	37	75.76	25	85.71	12	غير مستخدم
100	47	100	33	100	14	المجموع

**دائرة نسبية توضح توزيع أفراد العينة حسب عرض الشفافيات حين الإقناع:**



نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلب الأساتذة لا يستخدمون جهاز عرض الشفافيات حين الإقناع في عملية التدريس، وذلك بنسبة 78.72% وهذا ما أكدته فئة الذكور بنسبة 85.71% وفئة الإناث بنسبة 75.76%.

ويمكن تفسير ذلك بأن جهاز عرض الشفافيات لا يساعد كثيرا في تحقيق الأهداف المرجوة، وذلك لما فيه من صعوبة المتابعة، وخاصة إذا كانت الفقرات المعروضة جد طويلة.

ومنه نستنتج أن الأساتذة يمارسون الإقناع بطرق أخرى بإمكانها جذب انتباه التلاميذ بشكل أفضل.

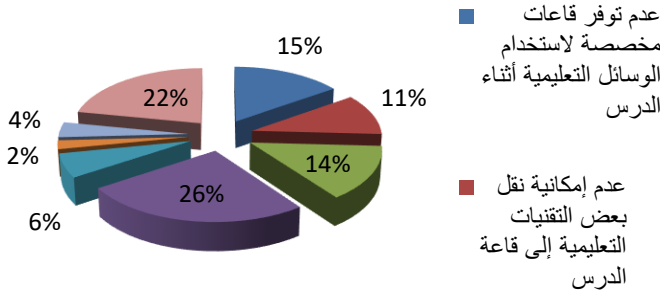
**الجدول رقم 12: الصعوبات التي تواجه أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي أثناء التدريس:**

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الخيارات
15.17	27	15.87	20	13.46	07		عدم توفر قاعات مخصصة لاستخدام الوسائل التعليمية أثناء الدرس
10.167	19	11.11	14	9.61	05		عدم إمكانية نقل بعض التقنيات التعليمية إلى قاعة الدرس
14.04	25	14.29	18	13.46	07		نقص خبرة الأستاذ في استخدام التقنيات التعليمية
25.84	46	25.39	32	26.93	14		كثرة أعداد التلاميذ في القسم
6.18	11	5.56	07	7.69	04		عدم اقتناع الأستاذ بجدوى استخدام الوسائل التعليمية
2.26	04	1.59	02	3.85	02		عدم اقتناع الأستاذ بأن استخدام التقنيات التعليمية هو مضيعة للوقت
3.93	07	3.97	05	3.85	02		عدم توفر الوسائل التعليمية بشكل كاف
21.91	39	22.22	28	21.15	11		عدم تشجيع الإدارة المدرسية أساتذة التعليم الثانوي على استخدام تكنولوجيا التعليم
100	178	100	126	100	52		المجموع





### دائرة نسبية تبين الصعوبات التي تواجه أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي أثناء التدريس:



نلاحظ من خلال الجدول رقم (36) أن نسبة 25.84% من المبحوثين يعتقدون أن الصعوبات التي تواجه أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي تتمثل في كثرة أعداد التلاميذ في القسم، وهذا ما أكدته نسبة فئة الذكور الجزئية التي قدرت بـ 26.93%، وأما نسبة 21.15% منهم فيعتقدون أن من الصعوبات عدم تشجيع الإدارة المدرسية أساتذة التعليم الثانوي على استخدام تكنولوجيا التعليم، وهذا ما نلاحظه في نسبة الإناث الجزئية التي قدرت بـ 25.39%، حيث يعتقدون أن كثرة أعداد التلاميذ في القسم يخلق صعوبات، ونسبة 22.22% منهم يعتقدون أن من الصعوبات عدم تشجيع الإدارة المدرسية أساتذة التعليم الثانوي على استخدام تكنولوجيا التعليم.

وهذا ما يفسر أن من الصعوبات التي تواجه أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي أثناء التدريس، هي كثرة التلاميذ داخل القسم حيث يتسبب هذا الاكتظاظ في صعوبة إيصال الرسائل والأفكار وكثرة التشويش؛ وبالتالي يتعذر إقناع التلاميذ، كذلك عدم تدعيم وتشجيع الإدارة المدرسية

الأساتذة على استخدام التكنولوجيا في التعليم يؤثر سلبا على عملية الاتصال الإقناعي في التدريس، وذلك راجع لضعف ميزانية المؤسسة في تغطية وتوفير كل الوسائل التي تتطلب عملية التدريس.

ومنه نستنتج أن هناك صعوبات يواجهها أستاذ التعليم الثانوي في مواقف الاتصال الإقناعي أثناء التدريس أبرزها الاكتناظ وعدم التشجيع على استعمال الوسائل الحديثة من قبل الإدارة.

### **- نتائج البحث:**

من أهم النتائج المتوصل إليها نذكر:

- 1- الاعتماد على الاتصال الإقناعي من قبل الأساتذة أثناء العملية التعليمية؛ من شأنه تحقيق الأهداف التعليمية المنشودة ومخرجات التعليم.
- 2- العلاقة بين الاتصال والإقناع علاقة تكاملية.
- 3- يعتمد الأساتذة في التعليم الثانوي على إستراتيجيات إقناعية بإحداث انطباع مناسب في بداية الدرس وتوظيف إيماءات الوجه ونبرات الصوت.
- 4- يعتمد الأساتذة في التعليم الثانوي على استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية في إحداث الإقناع، وهذه الأخيرة تساهم بشكل كبير في تحقيق الأهداف التعليمية.
- 5- يكون الاتصال الإقناعي ناجحا بتطبيق إستراتيجية تعزيز نقاط القوة ومعالجة نقاط الضعف.
- 6- أساتذة التعليم الثانوي في المؤسسة لا يستخدمون شبكات الانترنت والحقائب التعليمية الإلكترونية في الإقناع أثناء عملية التدريس.

- 7- يساعد الحاسوب وجهاز عرض الشفافيات في تطوير التعليم ونجاح عملية الإقناع أثناء التدريس.
- 8- تبسيط المادة التعليمية وتوظيف الحجج والبراهين من واقع التلميذ له انعكاس إيجابي على الاتصال الإقناعي.
- 9- نجاح المهمة التعليمية مرهون بنجاح الاتصال الإقناعي مع التلاميذ.
- 10- من الصعوبات التي تحول دون فعالية الاتصال الإقناعي أثناء الحصة التعليمية: حالة الاكتظاظ التي تشهدها الأقسام، وعدم وجود قاعات مخصصة لاستخدام الوسائل التعليمية أثناء التدريس، بالإضافة إلى ضعف تزويد الأساتذة بالأجهزة الإلكترونية المناسبة من طرف إدارة المؤسسة.



### قائمة المصادر والمراجع:

1. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب اللبناني، بيروت، ط2، 1994.
2. ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، (د، ن، م)، المجلد 5. د.س.
3. حسن عماد مكاوي، ليلى السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1،
4. خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 1422هـ.
5. سمير محمد حسين: بحوث الإعلام، الأسس والمبادئ، القاهرة: عالم الكتب ط2، 1995.
6. سهير جاد، وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
7. صالح الدين شروخ: منهجية البحث العلمي، عناية: جامعة باجي مختار، 2003.
8. عبد الله بن محمد العوشن، كيف تقتع الآخرين، دار العاصمة، الرياض، ط3، 1417.
9. علي عبد المعطي، محمد السرياقوسي: أساليب البحث العلمين الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 1988.
10. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، دس.
11. فرج الكامل، بحوث الإعلام والرأي العام: تقييمها وإجرائها وتحليلها، دار النشر للجامعات، القاهرة، ط1، 2001.
12. فريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، 1991.
13. مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ترجمة بسام بركة وأحمد شعبو، دار الفكر، دمشق، 2002.
14. مبارك مبارك، معجم المصطلحات الألسنية، دار الفكر اللبناني، ط1، بيروت، 1995.
15. محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي: أسسه وطريقة كتابته، القاهرة: المكتبة الأكاديمية، 1996.
16. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، عمان دار أسامة المشرق العربي، 2006.
17. محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1993.
18. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2000.
19. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور ف بحوث الإعلام، القاهرة: عالم الكتب، ط1، 1993.
20. محمد عبيدات ، وآخرون : منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان : دار وائل للطباعة والنشر، ط2، 1999.