

### ملخص المحاضرة رقم (05): عناصر العملية الاقناعية (الجزء الاول)

تتكون عملية الاتصال الاقناعي من مجموعة من العناصر نوجزها فيما يلي:

• **القائم بالاقناع (المرسل):** ويقصد به الشخص أو مجموعة من الاشخاص أو مؤسسة تريد أن تؤثر في الآخرين، وهذا التأثير قد ينصب على معلومات الاخرين واجهاتهم واحاسيسهم ومشاعرهم وسلوكهم ومعتقداتهم، ويجدر الاشارة الى ان هناك مجموعة من المتغيرات التي تؤثر على القدرات الاقناعية للقائم بالاقناع نوردتها فيما يلي:

- **صورة الذات:** ويقدر بها نظرة القائم بالاقناع لنفسه سواء كانت ايجابية او سلبية (الثقة بالنفس) مما يؤثر على نوعية الرسالة التي يقوم بصياغتها ومدى تأثيرها من ناحية اخرى، لذا يتعين على القائم بالاقناع أن يحرص على تكوين صورة ايجابية عن ذاته، وأن يعمل على نقل هذه الصورة الايجابية عن نفسه للمستقبل.

- **المصداقية، الخبرة والتخصص في موضوع الاتصال:** والتي تشير الى صفة الثقة والوزن النفسي والنفوذ الروحي الذي يسيطر به القائم بالاقناع على المتلقين، وبه يمارس عملية الاقناع والتأثير.

- **اتجاه القائم بالاقناع نحو المستقبل:** لا يحمل اتجاهات سلبية نحو المستقبل، مع اخذ المتلقي كطرف فاعل ونشط في العملية الاقناعية.

- **مرجعية القائم بالاقناع:** ان يكون الاطار المرجعي للقائم بالاقناع (أفكاره ، اتجاهاته، معارفه...) قريب من مرجعية المستقبل.

- **الموضوعية:** لا يقدم احكام عن الاخرين كما يجب ان يتحلى بالموضوعية في اتجاهاته ولا يتطرف أو يتعامل بنوع من التحيز.

- **القدرة الحركية والقدرة على التعبير الحركي:** والاهم ألا يكون هناك تنقض بين الحركة والكلام.

- المهارات الاتصالية للقائم بالاقناع: مهارة القراءة، الكتابة، التحدث، الفصاحة، التحكم في نبرة الصوت، القدرة على الاستماع، التذكر وإعادة صياغة محتوى الآخر...

- الالمام بالموضوع محل الاقناع: الاحاطة بكل جوانب وحيثيات الموضوع حتى لا يترك للمتلقي مجال للشك.

- الدراية بخصائص الجمهور المستهدف: اجتماعية كانت أو ثقافية أو نفسية... حتى لا تكون الرسالة متعارضة مع خصائص الجمهور.

- المكانة الاجتماعية للقائم بالاقناع: فكلما كانت له مكانة وحظوة اجتماعية بارزة كما زادت درجة تأثيره.

- المعرفة الواعية بالنظام الاجتماعي والثقافي الذي يعمل فيه.

- أهداف ودوافع القائم بالاقناع: أهداف القائم بالاقناع ودوافعه اجتماعية كانت أو سياسية أو اقتصادية... تؤثر في الاتجاه الذي تأخذه عملية الاقناع والتأثير.

- الجاذبية: وتتحقق عندما يكون القائم بالاقناع قريب من المستقبل من النواحي النفسية والاجتماعية والايديولوجية، أي مجموعة السمات التي تجذب الاشخاص بعضهم لبعض وتسهل عملية الاقناع، وتقوم على اربع ميكانيزمات هي:

- المظهر الخارجي: كاللباس، طريقة الكلام، جمال الصوت، حسن الحديث...

- مبدأ التشابه: الانسان يميل عادة للاشخاص الذين يشبهونه سواء فيزيولوجيا، لغويا، جنسيا، المنصب، نمط الحياة....

- مبدأ التماثل: المستقبل يميل هادة للأشخاص الذين يريد أن يشبههم او يحاكيهم، أي النموذج الذي يريد الشخص أن يكون مثله، فإذا كان المتلقي يفضل أو يميل لشخص معين، فعلى القائم بالاقناع ان يحاول أن يحاكي أو يماثل هذا الشخص حتى يجذب إليه المستقبل ومن ثمة التأثير عليه.

- مبدأ المودة والمحبة: أي يقيم علاقة مودة ومحبة بينه وبين جمهوره، وتكون هناك محبة متبادلة بينهما، لأنه إذا كان المتلقي يكن مشاعر الكره للقائم بالاقناع فإنه لن يتعرض للرسالة ومن ثمة لن يقتنع.