

ملخص المحاضرة رقم (06): عناصر العملية الاقناعية (الجزء الثاني)

● **الرسالة الاقناعية:** هي الفكرة أو مجموعة الافكار أو القضايا أو الاتجاهات أو الخبرات التي يريد القائم بالاقناع نقلها للمستقبل والتأثير عليه طبقا لها، ولكي تكون الرسالة الاقناعية مؤثرة ونافذة للجمهور يجب ان تتوفر فيها الشروط التالية:

- الوضوح، الصدق، اثاره الانتباه ، والقابلية للتذكر.
- ان تبني في ضوء المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة (مراعاة الاطار المرجعي للمتلقي).
- الترابط المنطقي بين الافكار.
- امكانية استخلاص المتلقي للمغزى المرجو من الرسالة بوضوح وسهولة .
- ان تتضمن الرسالة اهتمامات المتلقي ومصالحه.
- الجودة اللغوية والابتعاد عن التكرار المخل بالشكل والمعنى.
- تجنب الكلمات ذات المعاني المتعددة والتركيز على الكلمات التي لها معنى محدد ودقيق.
-

● **الوسيلة الاقناعية (القناة):**

الوسيلة القناعية على المعايير التالية:

- طبيعة الفكرة المطروحة والهدف الذي نسعى لتحقيقه
-
- اهمية عامل الوقت بالنسبة للموضوع والهدف الذي يتناوله الاتصال.
- درجة غنى الوسيلة بالمعلومات (la richesse informationnelle): اي كمية المعلومات التي تستطيع القناة نقلها في موقف اتصالي معين، ويتحدد ذلك من خلال :
- قدرة القناة على نقل اكبر قدر من الرموز المختلفة (...)

- () .

-

• **الجمهور / المتلقي:** به الشخص او المجموعة الاشخاص او بصفة عامة جمهور المستقبلين الذين يتلقون رسائل التأثير الصادرة عن القائم بالاقناع، ويتأثر المتلقي بجملة من العوامل التي يتعين على القائم بالاقناع أن يضعها في الحسبان وهي:

- () .

- المتلقي يدرك الرسالة في مجال يشتمل على الثقا

... ، وفي حالة رفض المتلقي للرسالة فإنه يتعين

على القائم بالاقناع القيام بعمليات اخرى ليؤثر فيه، ويجعل رسالته مقبولة.

- () .

- اتجاه المستقبل نحو نفسه ونحو

- (...)

- مجال الخبرة المشتركة بين المتلقي والقائم بالاقناع .

• **الأثر:** أي التغيير او النتيجة التي تتركها الرسالة الاقناعية في المتلقي وعليه يتوقف نجاح أو فشل العملية الاقناعية، بمعنى أن القائم بالاقناع يتابع الرسالة ويلاحظ الاثر الذي تتركه لدى المتلقي، فإذا كان التغيير الناتج يتماشى مع الهدف المرجو ووفق ما تم التخطيط له نقول أن الرسالة ناجحة، وان لم يكن كذلك القول ان الرسالة فشلت في تحقيق الاثر المرجو منها.

ويقاس الاثر بمدى ديمومة هذا الاثر، فإذا استمر لوقت طويل نقول ان الرسالة ناجحة، وان لم يستمر لوقت طويل نقول ان نجاح الرسالة نسبي.

• **السياق العام للعملية الاقناعية:** ونقصد به جملة الظروف المحيطة بالعملية الاقناعية والتي تلعب دور كبير في توجيه العملية الاقناعية وهي:

- ()

- (الفضاء الجغرافي في الاتصال المواجهي، أو المساحة المخصصة للكتابة في الاتصال الكتابي)3

- الهدف من العملية الا .

- ()

- .()