

محاضرة (09): الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية

تمثل الاستمالات جملة العناصر التي يوظفها القائم بالاقناع في رسالته من اجل جذب المتلقي والتأثير فيه لقبول الفكرة المطروحة والاقناع بها، ويجدر الاشارة الى ان هناك ثلاثة انواع أساسية من الاستمالات المستخدمة في الرسالة الاقناعية هي: الاستمالات العقلية، والاستمالات العاطفية، واستمالات التخويف.

1 الاستمالات العاطفية:

تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته واثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، وتعتمد الاستمالات العاطفية على ما يلي:

- استخدام الشعارات والرموز
- استخدام الاساليب اللغوية مثل التشبيه والاستعارة والكناية والاستفهام وكل الاساليب البلاغية التي من شأها تقريب المعنى وبجس يد وجهة نظر القائم بالاتصال.
- دلالات الالفاظ، اي اعطاء فكرة شخصية معينة اسما له دلالة عند الجمهور مثل ارهابي، فاسد، معتدل... يحمل شحنة عاطفية تؤدي الى قبول او رفض الفكرة او الشخصية، وهي تقدم هذا الحكم في شكل لفظ دون التدليل على صحة هذا الحكم.
- الاستشهاد بمصادر تحظى بمصداقية عالية عند المتلقي.
- عرض الرأي على انه حقيقة على الرغم من عدم الاتفاق او الاجماع عليه كاستخدام عبارات (لاشك أنه، في حقيقة الامر)
- استخدام معاني التوكيد بهدف تشديد المعنى مثل بشدة، بقوة، مجددا...

- استخدام غريزة القطيع (عنصر الانتماء) من خلال استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي اليها .

2 الاستمالات العقلية:

تعتمد على مخاطبة العقل وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وازهاق جوانبها المختلفة. وتعتمد في ذلك على:

- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.
- تقديم الأرقام والإحصاءات
- بناء النتائج على مقدمات
- تفنيد وجهة النظر الأخرى.

3 استمالات التخويف :

تركز استمالات التخويف على النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، وتعمل استمالات التخويف على تنشيط الأثر العاطفية لدى المتلقي مثل تحذير الناس وتخويفهم من الأمراض الخطيرة حتى يسارعوا بالكشف الطبي.

وتؤدي استمالة التخويف الى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

- شدة الأثر العاطفية تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة
 - توقعات الفرد بإمكانية تجنب الأخطار وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة.
- من هذا المنطلق تجدر الإشارة الى ان القائم بالاتصال عند استخدامه لاستمالات التخويف يجد نفسه بصدد التعامل مع ثلاثة أنواع من الجماهير:

- الأول: يخاف بشدة وشدة خوفه تجعله يُعرض أو يتجنب أي رسالة تتضمن استمالات تخوفية.
- الثاني: يخاف ونتيجة لخوفه يقوم بالسلوك أو الاستجابة المطلوبة في الرسالة .
- الثالث: لا يخاف اطلاقا مهما كانت درجة التخويف، وعدم خوفه يجعله لا يتأثر بالرسالة.

وعموما توجد ثلاثة عوامل تؤثر على شدة الاثارة العاطفية هي:

- محتوى الاستمالة: ولذي يجب ان يكون له معنى عند المتلقي حتى يستجيب للهدف منها ويحدث التوتر العاطفي، فالناس يميلون الى بجاهل التهديدات حتى تظهر علامات واضحة على خطورتها.
- مصدر الاستمالة: ونقصد بذلك مصداقية المصدر، فإذا نظر الناس للقائم بالاقناع باعتباره غير عليم سوف يرفض توقعاته، وبهذا تفشل الرسالة في اثاره ردود فعل عاطفية، واذا شعر المتلقي ان القائم بالاتصال يبالغ في التخويف فإنه قد يتجاهل ما يقوله.
- خبرات الاتصال السابقة للمتلقي: فالتعرض السابق للمعلومات يؤدي الى نوع من "التحصين العاطفي" بينما الادراك المفاجئ يزيد من درجة الاثارة العاطفية مما يزيد من درجة الخوف.