الإتصال الإقناعي وأساليبه المناسبة

إعداد
أ. د/ حسن على شرشر
قسم بحوث الطرق والمعينات الإرشادية
معهد بحوث الإرشاد الزراعى والتنمية الريفية

عملية الإقناع :

يعرف الإقناع بأنه تأثير القائم بالإتصال في فكر أو عمل الشخص المستهدف أو هو إتصال بهدف التأثير في الإختيار.

الإتصال الإقناعي :

يعرف بأنه العملية التي يريد المرسل فيها أن يحصل على إستجابة مرغوبة من المستقبل تتفق وأهدافه من الإتصال.

وعلى هذا فإن الإتصال الإقناعي يستلزم مراعاة إضافة عنصرين جديدين لنموذج الإتصال وهما العنصر التأثيري أو الإقناعي الذي لا يكتفي بمجرد إستقبال أو تعرض الجمهور للرسالة . وإنما يستهدف إحداث التأثير والإستجابة، والإقناع، وعنصر المتابعة، والتقييم ليتسنى الحكم على مدى فاعلية الرسالة .

هناك عوامل تؤثر في عملية الإقناع منها :

١- مصداقية المصدر وحب الجمهور له.

٢- القوة الإجتماعية للمصدر والدور الذي يقوم به.

٣- علاقة المصدر بالمستقبل .

٤- تخصص المصدر .

٥- قدرة المصدر على ترتيب الأفكار والأدلة لتكوين الحجج الإقناعية .

٦- كيفية عرض الموضوع وأسلوب معالجة الرسالة.

٧- الطريقة المستخدمة في نقل الرسالة .

٨- نوع التأثير الغامض بين المرسل والمستقبل

٩- قابلية الجمهور المستهدف وإستعداده للإقتناع .

١٠- إتجاهات الجمهور نحو المصدر .

١١- مدى أهمية الموضوع بالنسبة للجمهور المستهدف .

المراحل التى تمر بها عملية الإقناع:

تمر بثلاث مراحل نفسية أساسية في ذهن المتلقي وهى:

(الإنتباه، والفهم، والإقتناع) وهذه المراحل قد تتداخل فيما بينها وتتفاعل بشكل يجعل من الصعب الفصل بينها .

١- **الإنتباه:** حيث ينتبه المسترشد لما يقوله

المرشد الزراعي من معلومات وأفكار ونصائح إرشادية بهدف تكوين بناء معرفي وخلق درجة معينة من الإدراك والوعي لديه بطبيعة ونوعية موضوع الرسالة وذلك من خلال ما يستقبله من المعلومات والأفكار والحقائق .

٢- الفهم : يفهم المسترشد ما يقوله المرشد ويدركه بوضوح ويرجع ذلك إلي مستوى التأثير الإيجابي الحادث في إتجاهاته ومشاعره تجاه الفكرة أو الموضوع وكفاءة المرشد القائم بالإتصال في معالجة الرسالة بشكل يساعد على تكوين وإستثارة الدوافع المناسبة لدى المسترشد والتأثير فيه وجدانيا وخلق درجة من الإرتباط العاطفي بينه وبين المسترشد .

٣- الإقتناع : وهي إستجابة المسترشد بالشكل والدرجة المرغوبة والمخطط لها من المرشد وهي تتفاوت وفقا لدرجة التأثير في السلوك حتى أنها تصل إلي درجة تحويل المسترشد إلي داعية لنفس الفكرة عن طريق الإتصال الشخصي بالأفراد الآخرين في المجتمع لدفعهم إلي الإستجابة للفكرة أو القضية أو الموضوع .

أساليب الإتصال الإقناعي:

أولا: العنصر الخاص بالقائم بالإتصال ويتضمن العمليات التالية:

١- تكوين وتحديد مجموعة الموضوعات والقضايا والحجج الإقناعية.

٢- دراسة وتحليل جمهور المستقبلين.

٣- إعداد الرسالة الإقناعية.

ثانيا: الوسائل الإتصالية:

يتحقق الإتصال الإقناعى بإختيار الوسيلة الأنسب من بين العديد من الطرق والوسائل المتاحه لذا يجب على القائم بالإتصال التعرف على خصائص كل وسيلة حتى يمكن تحديد أنسبها وذلك وفق عدد من المعايير منها (السعة الإتصالية للوسيلة و رقعة التغطية الجغرافية التى تحققها).

ثالثا: العنصر الخاص بجمهود المستقبلين ويتضمن العمليات الدينامية التالية:

أ- تفسير الرسالة الإقناعية فى ضوء الخبرات و الاتجاهات و القيم و الدوافع .

ب- حدوث الإستثارة طبقا لنوع وطبيعة الدوافع و الحاجات لدى جمهور المستهدفين.

ج- الإستجابة التى تتصاعد وفقا للجهود الإتصالية للجمهور وهى أربع مستويات على النحو التالى:

١- التعرض للوسيلة الإعلامية.

٢- الإستجابة للرسالة.

٣- قراءة المضمون أو مشاهدته أو سماعه.

٤- الإستجابة للفكرة و الإقتناع بها.