

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

السنة ثانية ماستر

الاجابة النمودجية في مقياس الاتصال الإقناعي والحجاجي

السؤال الأول: يرى "هربرت ليونبرجير" أن عملية الإقناع تتم عبر مراحل، ماهي هذه المراحل مع التطبيق على قضية إقناعية من اختيارك.

مرحلة إدراك الشيء:

وهي المرحلة التي يختبر فيها الفرد أو الجماعة لأول مرة الفكرة أو التصور أو الاتجاه الجديد، وهنا قد يتحفظ الفرد مما قيل له وقد يرفض ذلك مطلقا، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية الاقتناع والتبني.

- 2- مرحلة المصلحة والاهتمام:

وفيها يحاول الفرد أو الجماعة تلمس مدى وجود مصلحته في هذا الأمر أو الاتجاه وتتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة والسعي إلى مزيد من المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة.

- 3- مرحلة التقسيم أو الوزن:

وفيها يبدل الفرد الجهد للمقارنة بينما يمكن أن يقدمه هذا الأمر أو الاتجاه الجديد وبين ما تقدمه له ظروفه الحالية فعلا، ينتهي به الأمر إلى أن يخضع الفكرة للتجريب العملي.

- 4- مرحلة المحاولة:

اختبار أو تجريب أو جس نبض الشيء من قبل الفرد أو الجماعة من ناحية، ومحاولة التعرف على كيفية الاستفادة منها من ناحية ثانية، وإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبّقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجدواها فإنه يقرر رفضها.

- 5- مرحلة التبني:

وفيها يصل الفرد أو الجماعة إلى حالة الاقتناع الكامل شفويا وعمليا بالفكرة الجديدة وتصبح جزءا من الكيان الثقافي والاجتماعي للفرد والجماعة. في عملية الاقتناع يقوم المصدر بمهمة الإقناع أما المستهدف أو المستقبل فهو القائم بعملية الاقتناع، وتحتاج عملية الإقناع إلى أكثر عن مهارة المصدر، ونحتاج - في نفس الوقت- إلى وجود بعض الاستعداد لدى المستقبل أو مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه.

السؤال الثاني:

هذه النظرية هي نظرية التئات الثلاثة

حسب " ميشال لوني" (*MICHEL LENID*) فإن الإقناع والتأثير في سلوك الأفراد يتم عبر ثلاثة مراحل وهي: التوعية، التشريع والتتبع أو المراقبة.

- ماهي هذه النظرية مع الشرح

أ- المرحلة الأولى "التوعية":

وتتضمن آليات الإقناع اللساني والتوضيح وتعزيز كل ذلك بالبراهين المقنعة التي تنساب إلى عقول المتلقين، ويشترط في كل معلومات المرسل أن تكون بسيطة حتى يسهل فهمها وإدراكها، كما يشترط فيها عدم التناقض لتنال المصدقية كما يجب أن تكون صياغة الرسالة وتحديد محاورها بصورة واضحة حتى تكون أكثر إقناعاً، إذ يجب فهمها دون الحاجة إلى بذل جهد زائد من المتلقي، كما يشترط في التوعية حتى تكون فعالية الموضوعية وعدم التحيز أو الانطلاق من أفكار ذاتية أو مسبقة في التعامل مع الجمهور والتي يمكن أن تقف في مسار التوعية وتمنع المرسل من الوصول إلى أهدافه.

ب- المرحلة الثانية "التشريع":

تظهر أهمية هذه المرحلة في الحملات الإعلامية العمومية، فهي تنص على إدراك أن التوعية لا تلي الغرض لوحدها، فهي تبين مخاطر الموضوع وفوائده، لكن التشريع يلعب دوراً إيجابياً في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي من أجل مساندة المرسل فيما يدعوا إليه.

ت- المرحلة الثالثة "التتبع":

إذ لابد للمرسل أن يعرف أين وصل من أهدافه، فحسب "ميشال لوني" فإن نجاح عملية الإقناع والتأثير مرتبط بالمتابعة والمراقبة للعملية ككل، لأن الإنسان بحاجة إلى التذكير والتأكيد باستمرار

حتى في أموره اليومية البسيطة، إن عملية المتابعة على عكس المرحلة السابقة تجد مكانها، فهي تمكن المرسل من مواصلة بث رسائله أو إلغائها واستبدالها بأخرى.

السؤال الثالث: العلاقة بين الإقناع والاتصال

العلاقة بين الاتصال الإقناع قديمة ووثيقة، فتاريخ الاتصال الذي يمتد إلى كتابات البابليين والمصريين قبل القرن الخامس قبل الميلاد، والذي يزيد عمره على 1500 سنة حيث ظهرت خلال تلك السنين نماذج عديدة للاتصال، وتحليل تلك النماذج ظهرت عدة تغيرات ومفاهيم وكانت من أهم أساليبها البلاغة والبيان، وتطورت الاهتمامات والمفاهيم لتشمل حديث العام والخاص والتسلية إضافة إلى الإقناع.

فالإقناع هو أحد الاستخدامات الأساسية للاتصال وليس عملية مستقلة، لأجل هذا يوصف الإقناع بأنه عملية اجتماعية تماما كالاتصال والفرق بينهما هو أن الاتصال عملية اجتماعية أساسية بينما الإقناع عملية اجتماعية ليست أساسية بل ثانوية.