

المحاضرة رقم 1: مدخل مفاهيمي للاتصال الاقناعي والحجاجي

1- الاتصال:

لغة: من الوصل والإيصال، وغيرها من المشتقات التي تعني في اللغة: القرب، وبلوغ الغاية، لما فيه من انتقال المعلومات، أو الأفكار أو الاتجاهات من شخص لآخر، أو من جماعة الأخرى.

وورد في لسان العرب: أنه من وصلت الشيء وصلًا، وصلة والوصل ضد الهجران، ووصل الشيء إلى الشيء وصولًا، وتوصل إليه، انتهى إليه وبلغه، وأوصله إليه أي أبلغه إياه.

اصطلاحًا: عرفه محمد عبد الحميد الاتصال: " هو العملية التي يقوم بها بمقتضاها الفرد القائم بالاتصال، بإرسال مثير عادة ما يكون لفظي لكي يعدل من سلوك الآخرين".

فالاتصال بهذا عملية تفاعل بين المرسل والمستقبل لإحداث إثارة معينة، وبالتالي الاستجابة فيكون بهذا علم النفس الاجتماعي، وعلم الاجتماع الاعلامي وغيرهما قد ساهمت في صياغة المعنى الكامل لعملية الاتصال، على اعتبار أنها توظف رسائل ورموز معينة بين المرسل والمستقبل، ويقدر قوتها تكون قوة الإثارة، ومن ثم قوة الاستجابة، وسواء كان ذلك بين شخصين أو أكثر.

2- الإقناع:

لغة: كلمة ترد بمعاني مختلفة، ولكن في عمومها تستقر على الرضا والاستمالة، حيث جاء في كتاب مجمل اللغة: قنع الرجل يقنع قنوعًا إذا سأل، وقنع بكسر النون قناعة إذا رضي والإقناع: في اللغة بمعنى الميل والإمالة.

وفي القاموس المحيط: القنوع: السؤال والتذلل والرضا بالقسم، وقنيع القناعة بمعنى الرضا وقنعان: رضي ويقنع به أو يحكمه أو شهادته.

وفي المعجم الوسيط: قنع بمعنى مال، وفلان قنوع أي راض بالقسم واليسير، فهو قانع وقنيع إلى فلان، أي خضع له وانقطع إليه، واقتنع بالفكرة والرأي.

من خلال هذا نخلص إلى أن مادة قنع ترد بثلاث معاني:

أ- القناع: وهو ما يوضع على الرأس من غطاء.

ب- الاقتناع: الرضا بالشيء والاقتناع: نتيجة لمحاولات الإقناع.

ت- الإقناع : السؤال بتذلل.

اصطلاحا:

عرفه ابراهيم إمام: " أنه يصبح السامع لك وقد اقتنع بفكرتك باعتبارها فكرتك أنت، ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به والتي انبثقت من داخل نفسه وكان لك فضل إثارته وتحريكها والكشف عنها. وعرفه محمد منير حجاب بأنه: " جهد اتصالي مقصود ومخطط ، للتأثير في النواحي العقلية للأخرين في ظروف متاح فيها الاختبار، وتستخدم له كل الوسائل الممكنة بغرض تعديل معتقداتهم وقيمهم وميولهم.

تعريف فيليب بروتون: Philippe breton الإقناع واحد من الحالات الأساسية للتواصل، وذلك تبعا لكون القصد هو التعبير عن الإحساس ، أو حالة أو نظرة خاصة إلى العالم أو إلى الذات أو الإخبار، أي الوصف الموضوعي إلى أقصى درجة لمقام ما، أو بالإضافة إلى ذلك الإقناع أي التوجه إلى المستمع بالمبررات المقبولة لنبي رأيا ما.

وعرف الإقناع: بأنه محاولة واعية للتأثير في السلوك، معنى هذا أن الإقناع نشاط لساني مشحون بأنشطة فكرية، تنتج عنها آثار سلوكية تتجسد في شكل مواقف، مجاله الخطاب، يركز على المنطق والحجة، ويتطلب درجة عالية جدا من الثقافة والدراسة النفسية كالأخر.

3- مفهوم الاتصال الإقناعي:

إذا كان من المسلم به أن الاتصال هو عملية تبادل الأفكار والمعلومات والآراء بين طرفين أو أكثر ونقل رسالة من مصدر إلى متلقي عبر قناة معينة بغض النظر عن الغايات والمرامي ليستهدف إحداث اشتراك حول معرفة أو قضية، وأن الإقناع هو عملية تأثير قصدية متعمدة على سلوكيات أو أفكار شخص أو جماعة ما، فمعنى هذا أن الإقناع هو وظيفة من بين وظائف الاتصال شأنها في ذلك شأن وظيفة الإخبار أو التوجيه أو التعليم أو تبادل المنفعة أو غير ذلك من باقي المقاصد الاتصالية. فكل اتصال يستهدف أشخاصا أو جماعات ويسعى إلى إحداث عملية تغيير على مستوى سلوكهم [بالفعل أو الترك] هي من صميم الاتصال الإقناعي، فالفرد يسعى بتعبيره إلى أن يفهمه الآخرون ومدى استجابتهم لذلك، وتسمى العملية الأولى: اتصالا والعملية الثانية اقناعا.

وقد فرق الدكتور سمير محمد حسين بين الاتصال بال جماهير بغرض الاعلام، والاتصال بال جماهير بغرض الإقناع والتأثير والاستمالة على وجه الخصوص، وأشار إلى تعريف الاتصال الإقناعي بأنه: "الاتصال الذي يحدث عندما يوجه القائم بالاتصال - عن قصد- رسائله الإعلامية لإحداث تأثير مركز محسوب على اتجاهات وسلوك مجموعات معينة مستهدفة من الجمهور".

مما سبق يعد الإقناع اتصال في حد ذاته، أما الاتصال ليس شرطاً أن يكون إقناعاً، وقد عرف الاتصال الإقناعي تعاريف عديدة وهو باختصار: الرسالة الاتصالية التي تسعى إلى إحداث تغيير في السلوك السابق، أو محاولة التأثير في العقل أو العاطفة أو الغرائز أو التعديل في سلوك معين، فالالاتصال الإقناعي يقدم معلومات جديدة باستعمال وسائل مختلفة كالإعلان والدعاية ونحوها بغرض إحداث سلوك جديد.

4- تعريف الحجاج :

لغة:

قال ابن منظور: حاججه حجاجا ومحاجة، حتى حججته أي غلبته بالحجج التي أدلى بها وحاجه محاجة، وحجاجا نازعة الحجة، والحجة الدليل والبرهان.

اصطلاحاً:

إن الحجاج يندرج ضمن ما نطلق عليه في علوم الاتصال بالسلوك أو الموقف الخارجي الذي يهتم بكل ما يتعلق بطريقة إيصال الرسائل، وفهم دلالاتها الاجتماعية في السياقات التي ترد فيها .

أما بيرلمان : فقد ربط الحجاج بمصطلح البلاغة الجديدة سنة 1958 وعرفه : الحجاج : سلسلة من الحجج تنتهي بشكل كلي إلى تأكيد نفس النتيجة ، ولعله نص هذا على كونه أسلوباً تنظيمياً في عرض الحجج وبنائها وتوجيهها نحو هدف معين يكون عادة الإقناع والتأثير غايته، فتكون الحجة في سياق هذا الغرض بمثابة الدليل على الصحة أو الدحض.

ويعرف ميشال مايير Michel Meyer الحجاج عادة بكونه جهداً اقناعياً افحامياً ويعتبر البعد الحجاجي بعداً جوهرياً في اللغة الكون كل خطاب يسعى إلى إقناع من يتوجه إليه فالحجاج ملازماً للخطاب .

في نفس الاتجاه يعرف Infant و Rancer المحاجة بأنها العملية التي يقوم الفرد من خلالها بالدفاع عن المواقف والآراء التي يتبناها حول قضايا معينة فضلا عن هجومه وانتقاده الآراء الآخرين المخالفة حولها.

والحجاج يدل على التحاجج، وهو المواجهة بين طرفين بالخطاب، وهو نفس المعنى الذي ورد في اللغة الإنجليزية وهو تبادل وجهات النظر وذلك بتقديم العلل والأدلة أما ما هو يقيني وإلزامي فلا تحاجج فيه. أما طه عبد الرحمن فعرفه: " أن الحجاج هو كل منطوق به موجه إلى الغير لإفهامه دعوى مخصوصة يحق له الاعتراض عليها .. ، فيكون بهذا الحجاج الآلية الأبرز التي يتجسد من خلالها الإقناع، حيث جعل للحجاج معنيين: أولهما: القصد وثانيهما: الغلبة بالحجة".

المحاضرة رقم 2: الاتصال الإقناعي.

لقد تعرضنا لمفهوم الاتصال الإقناعي سابقا سنحاول اظهار العلاقة بين الاتصال والاقناع من خلال التطرق الى بعض العناصر.

1- العلاقة بين الاتصال والاقناع:

حشر العلماء العملية الاتصالية الموصوفة بالإقناعية في: عمد العملية الاتصالية الواعية الهادفة إلى تغيير السلوك فردا أو جماعة، وتغيير عدد الحقائق التي يحملها، وكذلك تغيير السلوك المستهدف، وإمكان تحديد النتيجة النهائية الموصوفة بالنجاح أو الفشل. من خلال هذا نفهم أنه بقدر النجاح في التخطيط لبناء الرسالة الإعلامية بناء متكامل تكون الاستجابة، ويبدأ التخطيط لبناء الرسالة الإعلامية، وتنظيم محتواها باختيار المداخل الأساسية لإقناع المتلقي بالفكرة أو الاتجاه أو السلوك، وهذه المداخل هي التي تؤثر على اختيار الرمز والمعنى في بناء الرسالة الإعلامية، وتؤثر أيضا على تنظيم الوحدات الرمزية، وترتيبها داخل هذه الرسالة.

2- الفرق بين الاتصال العادي والاتصال الإقناعي:

الاتصال العام هو اتصال عادي دون توظيف أي أسلوب من أساليب العملية الهادفة ، وهو الموظف في كل أنواع الاتصال في مختلف مجالات الحياة، الهدف منه أساسا هو الإخبار والإعلام، وهو أشمل للاتصال الإقناعي.

بينما الاتصال الإقناعي فهو اتصال هادف مخطط له سلفا، قاصدا من ورائه إحداث تأثير في المستقبل بأي شكل من الأشكال، المهم أن يستجيب له ويحدث التغيير لأنه استعمل في الحجاج والبرهان والاستدلال للوصول إلى العاطفة أو العقل حسب الهدف المنشود.

وقد حدد هيربرت ليونبورغ خمسة مراحل للاتصال:

المرحلة الأولى : مرحلة ادراك الشيء : بعد تعرض الفرد للرسالة يحاول عفويا التعرف على محتوى الرسالة وحجمها وأهميتها بالنسبة إليه ، فهو يكون في موقف التقرب لأول مرة من الفكرة العامة للرسالة أو الشيء المروج له.

المرحلة الثانية : مرحلة المصلحة والاهتمام: بعد ادراك المسألة وتلقيها يحاول المتلقي معرفة الجوانب المهمة في الرسالة، والتي تحقق له مصلحته ليتم التركيز عليها.

المرحلة الثالثة : مرحلة التقييم: يعمل المتلقي على التفريق بين حالته السابقة وما أحدثته الرسالة من تغيير ، أي بحسب نسبة الفائدة التي يربوها في حالة التعامل مع الفكرة.

المرحلة الرابعة : مرحلة المحاولة: يحاول المتلقي ادراك المنفعة الميدانية للفكرة.

المرحلة الخامسة : مرحلة التبني: بعد تجريب المنتج وإدراك القيمة النفعية والاستعمالية لها يقوم المتلقي بتبني الفكرة فيصبح يتحدث باسمها، ويحاول نشرها.

3- عملية الاقتناع:

اشترط أهل العلم أن تكون عملية الاقتناع تفاعل بين الطرفين المرسل والمستقبل، فعملية الاقتناع تتكون من شقين:

أ- **المعرفة العقلية:** يعتمد الطرق السلمية للتفكير، وبها يصل إلى الحجج العقلية المنطقية قابلة لأن تؤدي إلى اقتناع الطرف الآخر.

ب- **القبول القلبي**: إن النتيجة المنطقية الناتجة عن التفكير السليم مالم يستقبلها القلب ويطمئن إليها لا تفيد شيئاً لكن إذا قبلها القلب صارت قناعة.

فالاقتناع إذن: معرفة الشيء بالعقل ومن ثم قبوله بالقلب، أما المعرفة العقلية دون القبول بالقلب فلا يمكن أن تؤكد حصول عملية الاقتناع، وعملياً فالمسؤولية لا تقع فقط على المرسل بل يجب أن تكون أيضاً على المستهدف، الذي يجب عليه إبداء الاستعداد النفسي لذلك وتقبل ملاحظات وآراء الآخرين.

4- الفرق بين الإقناع والاقتناع وعلاقتها بالحجاج:

لم يكن المهتمون يشتغلون في التفريق بين الأمرين إلا من حيث ترتب الاقتناع على الإقناع.. ولكن الخطابة الجديدة عند شايم بيرلمان و لوسي تينيكاً تفرق بينهما، بل تعتمد نظرية هذه الخطابة الجديدة في جزء كبير منها على أساس التفريق بينهما، وهذا ما يعني الجانب الاستراتيجي في استعمال الاقتناع بدل الإقناع، فالإقناع عند بيرلمان وتينيكاً هو غاية الحجاج، بمعنى أن الاقتناع مرتبط بما هو عقلي على اعتبار أنه إذعان نفسي مبني على أدلة عقلية، أكثر من الإقناع بما يسمح باستعمال الخيال والعاطفة في حمل الخصم على التسليم للشيء.

ويشدد شايم بيرلمان ولوسي وتينيكاً على تقسيم الحجاج إلى قسمين بحسب نوع الجمهور:

- حجاج إقناعي : وهو يرمي إلى إقناع الجمهور الخاص.

- وحجاج اقتناعي: وهو حجاج غايته أن يسلم به كل ذي عقل.