**ملخص محاضرات الاتصال الاقناعي والحجاجي**

**المحور الأول : مدخل إلى العملية الاتصالية**

**أولا: مفهوم الاتصال:**

تعريف الاتصال من الناحية اللغوية : اتصل الشيء – بمعنى التام – ولم ينقطع، واتصل بفلان بمعنى بلغه وانتهى إليه. كما يقال: اتصل به بخبر بمعنى اعلمه ، ويقال كان على اتصال به أي على علاقة، ارتباط وصلة، كما يرد بمعنى التصاق، تقارب واشتراك . يقال اتصلت الاشياء أي تتابعت، واتصل به الخبر، أي علمه، واتصل فلان بفلان أي خابره هاتفيا .

تعريف الاتصال اصطلاحا : تعني عملية الاتصال "إيصال المعلومات والفهم وذلك بغرض إيجاد التغيير المطلوب في سلوك الآخرين، ولذلك فهي عملية تتكون على الأقل من مرسل و احد ومستقبل واحد، فترسل المعلومات والفهم من المرسل إلى المستقبل، ثم ترد إلى المرسل المعرفة بما أحدثته من أثر في المستقبل" .

يعرفه ويليام سكوت Scot William : هو العملية التي تتضمن نقل المعلومات ، ثم تلقى الردود عنها، عن طريق نظام عام للمعلومات المرتدة BACK FEED بغرض التوصل إلى أفعال محددة تؤدي إلى تحقيق أهداف التنظيم.

ويعرفه الأستاذ لوكيا الهاشمي بأنه عملية تبادل للمعلومات وإرسال للمعاني بين شخصين أو أكثر وذلك بهدف إحاطة الغير بأمور أو معلومات جديدة أو التأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو التغيير والتعديل في هذا السلوك.

كما يعرف بأنه نقل الأفكار والمعلومات والآراء والأفكار بين الأفراد والمجموعات في إطار تفاعلي، وكذلك التعبير عن الانفعالات والأحاسيس والعواطف، و هناك ثلاث وظائف للاتصال هي: جمع المعلومات، نقل القرار، ومحاولة تغيير المواقف . وهو رسالة ذات طبيعة علمية أو عملية ، اجتماعية أو ثقافية ، اقتصادية أو إدارية، تنبع من حاجة الفرد إلى الكلام والاستماع و التفاعل مع الآخرين لاكتساب الخبرات من جهة و تطوير الذات والتأثير المعرفي والوجداني من خلال الحوار و الإقناع من جهة أخرى .

كما أن هناك تعريفات عديدة للاتصال نختلف طبقا لهدف من يقوم بالتعريف، وتبعا لجوانب السلوك الاتصالي التي تكون موضعا لتأكيده واهتمامه، ومن أكثر التعريفات شمولا وهو ذلك الذي يشير إليه بإعتباره (عملية إشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، تتميز بالانتشار في الزمان والمكان، فضلا عن استمراريتها وقابليتها للتنبؤ. ونظرا لأهمية هذا التعريف واشتماله على مجموعة عناصر ذات مغزى في فهم الإتصال الإنساني.

كما أن هناك من يعرف الإتصال على أنه:

1. عملية دينامكية تقوم على التفاعل المستمر بين الأفراد، وتحدث ضمن إطار نفسي واجتماعي معين
2. هي عملية نقل الأفكار والمعلومات من شخص لأخر، بحيث تشتمل على استجابة للأفكار والمعلومات
3. هي عملية تفاعل يتفاعل بمقتضاها ويشارك من خلالها مرسل ومستقبل، وتحوي على هدف أو غرض معين، وعادة ما تسير في اتجاهين.

**ثانيا: أنواع الاتصال:**

تتعدد الأنواع المقدمة للاتصال بتعدد المعايير المعتمدة في التقسيم، فمن الباحثين من يقسمه حسب الوسيلة، أو التأثير أو الموضوع أو الفضاء الذي يتفاعل فيه أطراف العملية الاتصالية، وارتأينا في مقياسنا استخدام التقسيم القائم على نوع العلامات المستخدمة في عملية التواصل

* **التواصل اللساني:**

حتى يتم التواصل بطريقة ناجحة وفعالة لابد من الاعتماد على تقنيات التواصل اللفظي واللساني، وسمي باللساني نسبة إلى اللسان، فاللسان يعتبر الأداة الراقية التي استخدمها الانسان للتواصل وتحديد رؤيتة لنفسه وللآخرين.

وهو يعد حسب كثير من المفكرين مثل دوسوسير أساس انفصال الانسان عن الحيوان، ويرى دوسوسير في هذا الصدد أن اللسان نسق من العلامات المعبرة عن الأفكار وهو بذلك شبيه بأبجدية الصم والبكم، والطقوس الرمزية، وبأشكال الآداب والإشارات العسكرية ...الخ، إلا أنه أرقى عنصر داخل هذه الطقوس.

فبواسطة اللسان يتم التواصل اللغوي في أرقى أشكاله معتمدا في ذلك على أصوات ومقاطع وكلمات وجمل، ويتم كل ذلك عبر القناة الصوتية السمعية، كما أن ما يميز اللسان عن الأنساق الأخرى هو توفره على بعدين: البعد الدلالي والبعد السيميوطيقي في حين أن الأنساق الأخرى لا تملك سوى بعد واحد هو البعد السيوميوطيقي. فاللغة حسب هذا الطرح هي النسق الأسمى إذ لا يمكن استنطاق الأنساق التعبيرية الأخرى إلا في ضوء آلية اللسان فلا يمكن تأويل وشرح معاني ودلالات الصورة إلا باستخدام اللغة.

يتميز التواصل اللساني بمجموعة من الخصائص التي ترتبط ببنية اللغة من جهة، وبوظيفتها النفسية والاجتماعية من جهة أخرى:

* الخطية: تعتبر اللغة نسقا تواصليا خطيا على المجال الفضائي والزمني
* البنية المعقدة: تتميز اللغة ببنية شديدة التعقيد نظرا للخصائص البنيوية التي تتميز بها اللغة (الاعتباطية، الرمزية، الوظائف الدلالية والسيمويطيقية)
* الاستخدام الواسع: تعتبر اللغة من أكثر أنساق التواصل استخداما، وأكثرها تطورا وعراقة وذلك راجع بالأساس إلى اعتمادها منذ القديم كأداة أساسية في العملية التواصلية بمختلف تمظهراتها وأشكالها.
* **التواصل البصري:**

يعد التواصل البصري من بين أهم الأنساق المتداولة في عصرنا الحالي، وهذا راجع إلى طغيان ثقافة الصورة والانتشار الواسع لوسائل الاتصال البصرية.

الخطاب البصري: وهو الخطاب الذي تتوزع فيه العلامات الأيقونية (العلامات التي تكون فيها العلاقة بين الدال والمدلول علاقة شبهية) والعلامات التشكيلية (العلامات الاصطلاحية مثل الأشكال والرموز والألوان وزوايا التقاط الصورة) واللغوية في فضاء الصورة لتنتج نسقا دلاليا أكبر.

ويتميز الخطاب البصري مقارنة بالخطاب اللغوي بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

\_ الخطاب البصري خطاب يدرك بطريقة مباشرة عكس الخطاب اللغوي الذي يدرك بطريقة خطية

\_ الخطاب البصري يفلت من القواعد الصرفية والنحوية التي تحكم اللغة، فهو خطاب تغلب عليه الممارسة الفردية في التأليف والتأويل

\_الخطاب البصري يمتلك قدرة عالية على الاختصار حيث أن صورة واحدة قد تختصر صفحات وصفحات من الكتابة، وكما يقول المثل صورة بألف كلمة

\_ القدرة العالية على التعبير حيث أن الصورة تختزل تفاصيل عديدة ودقيقة تعجز اللغة في كثير من الأحيان عن نقلها

\_ العالمية حيث أن الصورة تتجاوز إشكالية الاختلافات التي تطرحها اللغة فالصورة يمكن تأويلها من الجميع مهما كانت الاختلافات اللغوية

**المحور الثاني: الاتصال الاقناعي:**

**أولا: مفهوم الاتصال الإقناعي:**

الاتصال الإقناعي هو عبارة عن عملية اتصالية كاملة المبنى تهدف إلى التأثير على أفكار وسلوكات المتلقي، و يعد التأثير مفهوما أساسيا من المفاهيم المرتبطة بالعملية الإقناعية.

الإقناع لغة من الفعل الثلاثي قنع والذي يعنى الرضى بالشيء، أما من الناحية الإصطلاحية فهو عبارة عن عملية شكلية وفكرية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر واخضاعه لفكرة ما.

كما يعرف أيضا أنه عملية احداث تغيير أو تعزيز لموقف أو معتقد أو سلوك ما ، فهو عبارة عن عملية اتصالية يتم من خلالها تحفيز الأفراد على استخدام المعلومات والشواهد والعلل والمؤثرات الوجدانية نحو تغيير المعتقدات.

يعتمد الإقناع على مدخلين أساسيين، فقد يتم التأثير على عواطف وأحاسيس المتلقي وتدعى بالإستمالة العاطفية وفي هذا الصدد يمكن تحديد جملة من الاستمالات المستخدمة في هذا الإطار:

* استخدام الشعارات والرموز الاجتماعية
* استخدام الأساليب اللغوية مثل التشبيه والاستعارة والكناية
* استخدام صيغ التفضيل
* عرض الرأي على أنه حقيقة
* استخدام غريزة القطيع
* دلالات الألفاظ وايحاءاتها
* التخويف

كما يستطيع القائم بالاتصال الإقناعي باستخدام مدخل آخر يتمثل في استهداف عقل المتلقي وتفكيره، وهذا من خلال التركيز على البراهين والحجج المنطقية.

**ثانيا: تقنيات الإقناع:**

وهي تمثل جملة العناصر والمؤثرات التي يجب على القائم بالاتصال الاقناعي أخذها بعين الاعتبار بغية الوصول إلى التأثير

* **تقنية النمذجة:** ويقوم هذا المنظور على فكرة أساسية مفادها أن الإنسان يتعلم ويكتسب المهارات المعرفية والسلوكية انطلاقا من ملاحظة سلوك الاخرين والذي يتعرض له ويصنفه في شكل نماذج.

تستخدم هذه التقنية في حالة رغبة القائم بالاتصال باحداث تعلم معرفي أو سلوكي جديد لدى المستقبل، ويستخدم في هذا الإطار ( أي القائم بالاتصال الاقناعي) محفزات اشباع الحاجات النفسية التي تؤدي إلى السلوك المطلوب.

تنقسم النمذجة إلى ثلاث أنواع أساسية:

1. النمذجة المباشرة: في هذه الحالة يصرح القائم بالاتصال الاقناعي برغبته في تبني الجمهور المستهدف للفكرة أو السلوك من خلال عرض المزايا.
2. النمذجة غير المباشرة: وفيها يتم عرض كل المحفزات والمعلومات التي بامكانها اقناع المتلقي بالفكرة أو السلوك دون التصريح بذلك.
3. النمذجة بالمشاركة: وهنا يجد الانسان نفسه مجبرا على اتخاذ نهج معين من السلوك نظرا لانتمائه لجماعة معينة، أو خضوعه لقانون ما أو قواعد اجتماعية ملزمة.

* **تقنية المجاملة:**

تقوم هذه التقنية على فكرة اجتماعية سائدة في جل الثقافات وهي سداد الخدمة ورد الجميل، حيث يقوم القائم بالاتصال بخلق فكرة أنه يقدم للمتلقي خدمة وعليه إذا أن يسلك السلوك المطلوب أو يتخذ الموقف المراد منه كنوع من رد الجميل.

* **تقنية الاذعان الموجه:**

وهي الفكرة الناتجة عن ذلك الاحترام الذي يتبعه انصياع وإذعان للطرف الأخر بسبب المركز الذي يحتله المرسل في قلب المتلقي.

ويميل الأشخاص عادة إلى الانصياع لأوامر هاته الشخصيات، فبالرغم من المظهر الخارجي للعملية والذي يدل على الرضى بالإقناع، إلا أنه في الحقيقة تحمل هذه العملية في طياتها الكثير من الإكراه.

* **تقنية اللص الصديق:**

وهي التقنية التي تقوم على توظيف الوسطاء، فغالبا ما يميل الأشخاص إلى تصديق الأشخاص الذين يحبونهم.

* **تقنية التطمين التدريجي:**

تقوم على ارساء حالة من الهدوء والإطمئنان، ومحاربة حالة الخوف والهلع.

* **تقنية غسل الأدمغة:**

استخدمت هذه التقنية كثيرا في الحرب العالمية الثانية، تقوم أولا بنسف المعتقدات السابقة وهو الأمر الذي يجعل المتلقي في حالة من عدم الاستقرار والإضطراب، وهو ما يسهل العملية على القائم بالاتصال الاقناعي ببناء معتقدات وآراء وسلوكات جديدة.

* **تقنية القدم في الباب:**

وهي التقنية التي يستخدمها الباعة المتجولون، في هذا الإطار يقوم البائع بطلب صغير ويضع رجله على الباب لكي يمنع الزبون من غلق الباب، والفكرة الأساسية في هذه التقنية هي أن الخطوة الأساسية في الاقناع هي القدرة على استرعاء انتباه المتلقي والذي يسمح فيما بعد بعرض تفاصيل وحجج العملية الاقناعية.

**ثالثا: مراحل عملية الاقناع:**

تتمثل مراحل العملية الاقناعية في أربع خطوات متداخلة ومترابطة فيما بينها وهي:

* **مرحلة التمهيد والتحضير:**
* تحديد الفكرة: بماذا نريد أن نقنع الآخر ( معلومة، رأي، سلوك...الخ)
* تحديد الأهداف: تكوين، تعديل، تأكيد وترسيخ
* دراسة الجمهور المستهدف: المميزات الثقافية والاجتماعية والنفسية
* دراسة قبلية للموضوع: معلومات الجمهور واتجاهاته المسبقة حول موضوع الإقناع
* **مرحلة التخطيط:**
* تحضير الدلائل والحجج
* ترتيب الحجج حسب الأهمية
* اختيار الاستراتيجيات الاقناعية
* اختيار الإستمالات
* تحديد التوقيت والمكان المستهدف
* وضع الميزانية المطلوبة للحملات
* **مرحلة التنفيذ:**

وهي المرحلة التي يتم فيها تطبيق الخطوات السابقة، والتي تتطلب وجود متابعة دائمة للحملة الاقناعية للتأكد من التنفيذ الدقيق للخطة المتبعة.

* **مرحلة التقويم**:

وهي المرحلة التي تبدأ بعملية تقييم النتائج التي توصلت إليها الحملة الاقناعية، والتعرف على المناحي الإيجابية والمناحي السلبية في عملية الإقناع، لنصل أخيرا إلى عملية التقويم والتي يتم فيها التوصل إلى حلول للمشاكل التي صاحبت الحملة الإقناعية.

**رابعا: الإستراتيجيات الإقناعية:**

* **استراتيجية خلق المعنى**: المعرفة هي عبارة عن تراكم معلومات يكتسبها الإنسان من خلال الرموز المتعددة.

وتعد العلاقة بين المعرفة والسلوك علاقة وطيدة إذ تعتبر المعرفة أحد أهم مصادر السلوك الإنساني، ومن هنا يمكن الحديث عن دور وسائل الإعلام والاتصال (الاتصال الإقناعي) في خلق معاني معينة لدى الجمهور والتي يقوم من خلالها بتبني سلوكات معينة

وتقوم استراتيجية خلق المعنى على مجموعة من الافتراضات نذكرها كما يلي:

* الذاكرة لدى الإنسان تتيح تطوير المعرفة
* المعرفة موجودة على شكل مفاهيم، وهي تركيبات لها أسماء أو تصنيفات للمعاني التي يذكرها الإنسان
* معاني المفاهيم يمكن للشخص أن يحصل عليها إما عن طريق المباشر بالنواحي المختلفة للواقع، أو من خلال التفاعل الرمزي مع الجماعات التي تستخدم اللغة وأشكال التعبير الأخرى
* اللغة هي أساسا مجموعة من الرموز ( لفظية وغير لفظية) تستخدم وصف وتسمية المعاني المتفق عليها
* العادات أو الاتفاقات توجد الروابط بين الرمز والمعنى، وبهذا فهي تنتج عملية الاتصال بين هؤلاء الذين يلتزمون بالقواعد
* رموز اللغة المتفق عليها يستخدمها شعب معين، تشكل فهمه وتعبيره أو سلوكه اتجاه عالمه المادي والاجتماعي
* **الاستراتيجية الديناميكية النفسية:**

إن العلاقة بين العامل النفسي والسلوك الإنساني علاقة شديدة الارتباط، فالإنسان كما هو معلوم

يتكون من عقل وعاطفة، فإن الإنسان يبني سلوكه انطلاقا من هاذين العاملين

وتعمل هذه الإستراتيجية على بناء السبل التي تسمح للقائم بالاتصال الإقناعي بالتعرف على المداخل السيكولوجية التي تسمح له بالوصول إلى عاطفة المتلقي، وتحويل هذه العاطفة إلى سلوك.

ومن بين أهم الافتراضات التي تقوم عليها هذه النظرية:

* المؤثرات تستقبل وتكيف بواسطة الأحاسيس عن المحيط الخارجي
* إن خصائص الكائنات العضوية تشكل نوع الإستجابة التي تحدث، وأخيرا سوف يتيح ذلك بعض أشكال السلوك، وتنقسم الخصائص بدورها إلى ثلاث أنماط موروثة ومكتسبة والمختلطة.
* **الاستراتيجية الثقافية الاجتماعية:**

ترتبط هذه الاستراتيجية بالافتراض الذي تقوم عليه أغلبية العلوم الاجتماعية، وهي أن أغلبية التصرفات التي تصدر عن الإنسان مصدرها محفزات خارجية، وهو الأمر الذي يجعلنا نخضع لجملة من التوقعات الاجتماعية.

وتفرض هذه الاستراتيجية في الاتصال الإقناعي على القائم بالاتصال أن يربط الفكرة أو السلوك الذي يريد أن يقنع به المتلقي بالأعراف الاجتماعية والخلفيات الثقافية، حتى تستمد هذه الفكرة أو هذا السلوك شرعيته وإلزاميته من شرعية وإلزامية النظام الاجتماعي والثقافي.

**خامسا: أساليب الاقناع:**

* الإقناع بالإستفهام
* الإقناع بالمقارنة والبدائل
* الإقناع بالصورة الذهنية
* الإقناع بتبيان المزايا والعيوب

**سادسا: عوامل نجاح العملية الإقناعية:**

* فن الاستناع
* الإقتناع التام لدى المرسل
* وضوح الفكرة وسلامتها ومعقوليتها
* قوة المرسل في تقديم الفكرة وعرضها
* معرفة شخصية المتلقي وقيمه واحتياجاته
* اختيار الظروف المناسبة، التوقيت والزمان والمكان

**سابعا: معيقات الاتصال الإقناعي:**

* التشويش ( التقني والدلالي)
* الاستبداد والتسلط
* صلابة المتلقي
* كثرة وتشابك الأفكار التي تتضمنها الرسالة الاقناعية
* اختفاء ثقافة الإشادة

**المحور الثالث: الاتصال الحجاجي:**

وهو الاتصال الذي يهدف إلى الإقناع والتأثير انطلاقا من حجج وبراهين، أي ان الاتصال الحجاجي هو اتصال تأثيري مبني على العقل.

**أولا: مفهوم الحجاج:**

الحجاج لغة من الفعل حاجج والذي يعني في لسان العرب حاججته أي غلبته بالحجة التي أدليت بها، فالحجة هنا تعني البرهان أو ما دافع به الخصم

أما من الناحية الإصطلاحية فمفهوم الحجاج لا يختلف كثيرا في معناه عن المدلول اللغوي، ونعني به الاستدلال في الكلام أو النقاش بتقديم الحجج التي تصب في الموضوع، وتساهم في إحداث الإقناع لدى الطرف الآخر بصحة وأهمية ما يدعيه

ولما كان الهدف الأساسي هو الإقناع وكسب رضى الطرف الآخر، فلا يمكن أن تكتفي بعرض الأفكار على الطرف الآخر، وانما يسعى غالبا أن يبرهن صحة أفكاره وصدقيتها

وانطلاقا من هذا الأساس تكتسب المحاججة أبعادا منطقية ونفسية، وتتأثر بطريقة مباشرة بالبيئة الثقافية والاجتماعية، ذلك أن المحاججة ترتبط ارتباطا وثيقا بالإقناع وهذا الأخير يتحدد من خلال البنية العقلية والسيكولوجية والثقافية للمتلقي.

**ثانيا: أسس وأشكال الحجاج:**

* الحجاج القائم على الاستقراء: من خلال الانتقال من الخاص إلى العام، يساهم هذا النوع تحسيس المتلقي بالواقعية في فكرة الحجاج، لأنه يمكنه من الوصول إلى الحقيقة العامة عن طريق المثال المحسوس.
* الحجاج القائم على الاستنباط: ويكون عن طريق الانتقال من العام إلى الخاص، وهذا النوع يتطلب لدى المتلقي قدرة عقلية على التجريد، وتتم هذه العملية ( الاستنباط) من خلال القياس والذي بدورة ينقسم إلى نوعين قياس ضروري وقياس اضماري.
* الحجاج القائم على التجربة: يتم انطلاقا من معايشة الظاهرة والفكرة، وتلعب فكرة السلطة (بمفهومها العام) دورا أساسيا في هذا النوع من الحجاج.
* الحجاج القائم على البراهين المستعارة من النصوص الدينية.
* الحجاج القائم على الأمثلة.
* الحجاج القائم على الملاحظة العلمية والأرقام والإحصائيات.
* الحجاج القائم على الخيال والتخيل ( الانطلاق من المدخل العقلي للوصول إلى المدخل العاطفي).

**ثالثا: أصناف الحجج الكبري:**

* السلطة: والتي تنطوي على مجموعة من المؤشرات التي يمكن استخدامها في عملية المحاججة مثل: الثقة، الكفاية، الشهادة، التجربة...الخ
* الإشتراك: والذي يقوم على الإفتراضات المشتركة والتي تتمثل في ثلاث مستويات هي: الآراء المشتركة، القيم المشتركة، المواقف المشتركة.
* التأطير: ويتم هذا من خلال التعريف والتقديم والتضخيم والتقزيم وغيرها من التقنيات اللغوية والبصرية التي تستخدم في الحجاج.
* التماثل: والذي يتم من خلال التركيز على نقاط التشابه والعمل على تبديد نقاط الاختلاف بين طرفي العملية الحجاجية، يعتمد على الأسلوب في ظاهره على العقل ولكنه يمتلك سطوة نفسية كبيرة على المتلقي.

قائمة أهم المراجع المعتمدة:

* فيليب بروطون، تر: محمد مشبال، عبد الواحد التهامي العلمي، الحجاج في التواصل، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2013.
* طارق محمد السويدان، فن الإلقاء، ط3، الإبداع الفكري، الكويت، 2004.
* محمد العمري، بلاغة الخطاب الإقناعي مدخل نظري وتطبيقي، ط2، لبنان، 2002.