

جامعة تكريت
كلية الزراعة
قسم الاقتصاد والارشاد الزراعي
المرحلة الثالثة

الماضرة الخامسة

اساليب اتصال

من اعداد

مدرس المادة :

مها سعيد شده

الاتصال المُقنع

مفهوم الإقناع :

الإقناع : القوة التي تُستخدم لتجعل شخصاً يقوم بعمل ما عن طريق النصح والحجة والمنطق .
وهو أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل مُحدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك للمستقبل .

الشروط الواجب مراعاتها لإقناع الآخرين :

- ١- لا تستخدم أسلوب التهديد .
- ٢- لا تعمل على التحكم فيهم أو إجبارهم .
- ٣- لا تحاول إقناع الآخرين بأنهم على خطأ .
- ٤- لا تسخر من أفكار الآخرين أو من ملاحظاتهم .
- ٥- اجعل حديثك متناسق يصل الى المستمع بشكل سهل ومفهوم .

قواعد عملية الإقناع :

هناك بعض القواعد المهمة المُساعدة على إقناع الآخرين عند التحدث معهم :

- ١- الاقتناع التام بالفكرة التي تسعى لنشرها .
- ٢- ترك الجدل العقيم الذي يقود إلى الخصام .
- ٣- اختيار العبارات اللينة التي لها تأثير على أفكار المُستقبل .
- ٤- أستخدم الكلمات ذات المعاني المُحددة والحذر من التعميمات البراقة

التي لا تُفهم أو ذات معاني واسعة .

٥ - أحرص على ربط بداية حديثك بنهاية حديث المتلقي , لأن هذا سيشره بأهمية كلامه لديك ، وأنك تحترمه وتهتم بكلامه .

عملية الإقناع :

يعتمد الإقناع على خصائص العناصر الرئيسية للاتصال وهي المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل وهي كالتالي :

١ - المصدر:

يجب أن يتمتع المصدر بالمصدقية العالية والخبرة ، وهي مدى معرفة المصدر بالمعلومات أو الموضوع الذي يتكلم عنه أو يكتب عنه والمصادر الخبيرة أكثر إقناعاً من المصادر غير الخبيرة ، بالإضافة إلى الثقة ، وهي صدق نواياه وأمانته وإخلاصه تجاه الموضوع الذي يطرحه ، كما أن جاذبية المصدر لها دور من خلال شخصيته والعلاقة الودية بين المرسل والمستقبل تجعله يقتنع بالمصدر وبرسالته الاتصالية ويعمل على تبني أفكاره أو تعديل أو تغيير الاتجاهات بناء عليها , كما ان للمظهر العام للمرسل دوراً في إقناع الآخرين بأفكاره .

٢ - الرسالة :

إن مكونات وطريقة عرض الرسالة لها أهميتها ، فالرسالة الاتصالية المقنعة تتكون من ثلاث عناصر هي :

أ - المعنى .

ب - اللغة .

ت - التركيب .

فالرسالة لا تبني فقط بالكلمات أو الإشارات بل لا بد من وضعها ضمن وحدات اللغة مثل العبارات والجمل والفقرات .

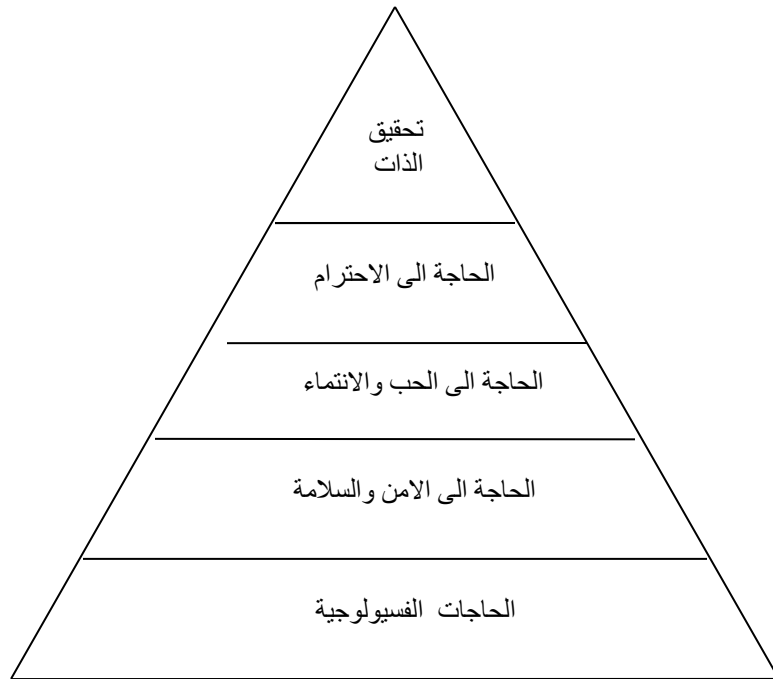
ويقوم المصدر بإعطاء تفاصيل عن طبيعة المشكلة كما يراها ومن ثم يقدم أو يقترح الخطوات العلمية التي يجب اتخاذها لحل المشكلة ، وهذا ما يسمى بالوسيلة.

٣ - المستقبل :

المستقبل وهو الشخص أو الجمهور المستفيد من الرسالة فلهم خصائص تؤثر على الاقتناع برسالة المرسل ومن هذه الخصائص :

- أ - خصائص نفسية : كالميول والاتجاهات والعواطف والحاجات والأمزجة .
- ب - خصائص ديموغرافية : كالعمر والجنس ومكان السكن والمركز الاجتماعي و الدخل والمستوى التعليمي والمهنة .
- ت - خصائص اجتماعية : كالجماعات التي ينتمي إليها الشخص كالأسرة والأصدقاء والزملاء .

وعلى المرسل أن يعرف هذه الخصائص من خلال الحاجات الخمس التي حددها ماسلو في مدرج الحاجات وهي (الحاجات الفسيولوجية والحاجة إلى الأمن والحاجة إلى الحب والانتماء والحاجة إلى الاحترام والتقدير والحاجة إلى تحقيق الذات) وكما مبين في الشكل (٢) وهذه أمور تُساعد المرسل في إقناع المستقبل لأفكاره ومعلوماته وتغيير اتجاهاته وسلوكه.



شكل (٢) يبين مدرج ماسلو للحاجات

نستطيع القول بأن الاتصال المُقنع جزء من حياتنا اليومية ، ويمكن الحكم على مدى نجاح الاتصال بقدر نجاحه في تغيير السلوك المرغوب فيه للمُستهدفين ، أو فشله ، ويعتمد الاتصال المقنع بشكل أساسي على خصائص المصدر، ومحتوى الرسالة الاتصالية ، وطريقة عرضها ، وطبيعة الوسيلة المستخدمة ، وخصائص الجمهور المستقبل .