الحديث الاقناعي عند محوري العلمية التعليمية (التدريسي والمتعلم)

طيبة اركان عبد عدنان

أ.د سماء تركي داخل

asmaa.ali@coeduw.uobaghdad.edu.iq

جامعة بغداد/ كلية التربية ابن رشد للعلوم الانسانية

الملخص

يعد الإقناع أحد المفاهيم التي أصبحت تأخذ وظيفة كبيرة في التحليلات والكتابات في الوقت الراهن، ولا شك أنه يؤدي وظيفة رئيسية وحيوية في حياة أي فرد، فالوالد في بيته يريد أن يقنع الأسرة بوجهة نظره، والمسؤول في موقعه أيًا كان يريد أن يقنع المرؤوسين، والتاجر يحاول إقناع الزبائن، والتربوي يسعى لإقناع طلابه والإعلامي يريد إقناع المتلقي والسياسي يريد إقناع الجمهو، لذا كانت نصيب لمحوري العلمية التعليمية (المدرس والمتعلم) مكانة في ترسيخ المفاهيم والعناصر والمرتكزات والمهارات التي انطوت تحت مفهوم الحديث الاقناعي، وتوصل الباحثان إلى عدد من التوصيات، ومنها:

١.تتمثل مهارة الحديث الاقناعي في القدرة علي عرض وتقديم المعلومات والأفكار إلي الجماهير عرضاً جيداً ومرتبًا.

٢.إن مهارات الحديث الاقناعي توليفية؛ وتعد ومن ابرز المهارات التي يحتاج إليها الانسان في العديد من المواقف الحياتية، سواء في المجال الاجتماعي او المجال الاسرى، او المجال المهني.

الكلمات المفتاحية: الحديث الاقناعي، والعملية التعليمية.

Persuasive discourse in the two pillars of the educational process: the teacher and the learner

Teeba arkan eabd eadnan

D.r samaa turki dikel

University of Baghdad / Ibn Rushd College of Education for Humanities

Abstract

Persuasion is one of the concepts that has come to play a significant role in contemporary analyses and writings. Undoubtedly, it

serves a vital and fundamental function in the life of every individual. A father at home seeks to persuade his family of his viewpoint; a leader, regardless of their position, aims to convince subordinates; a merchant tries to persuade customers; an educator strives to influence students; a media professional seeks to sway the audience; and a politician endeavors to win over the public.

Therefore, both pillars of the educational process—the teacher and the learner—have a prominent role in reinforcing the concepts, elements, foundations, and skills encompassed within persuasive discourse.

The researchers arrived at several recommendations, including:

١. Persuasive speaking skill lies in the ability to present and communicate information and ideas to the public in a well-organized and effective manner.

3. Persuasive speaking skills are integrative and considered among the most essential skills that individuals need in various life situations—whether in social, familial, or professional contexts

Keywords: persuasive speech, educational process.

الفصل الأول

نشأة الاقناع:

إن نشأة الإقناع موجودة بفطرة الإنسان التي ولد عليها، وهذا ما يجعلنا نقول إن الإقناع موجود بوجود الإنسان، أي منذ بداية الخليقة، ونجد أول تصور للإقناع ما طلبه أبن أدام هابيل ومحادثته مع أخية قابيل، والتي انتهت بعدم الاقتناع بأفكار أخيه هابيل، فقتله قابيل وندم، وهذا ما ذكر في القرآن في قوله تعالى: (وَاتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ ابْنَيْ آدَمَ بِالْحَقِّ إِذْ قَرَّبَا قُرْبَاناً فَتُقُبِّلَ مِن أَحَدِهِمَا وَلَمْ يُتَقَبَّلْ مِنَ الآخر قَالَ لأَقْتُلَنَّكَ قَالَ إِنَّمَا يَتَقَبَّلُ اللَّهُ مِنَ الْمُتَّقِينَ لَئِن بَسَطتَ إِلَيَّ يَدَكَ لِتَقْتُلَنِي مَا أَنَا بِبَاسِطٍ يَدِيَ إِلَيْكَ لأَقْتُلَكَ إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ إِنِّي أُرِيدُ أَن تَبُوءَ بِإِثْمِي وَإِثْمِكَ فَتَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ))[١]، إن الحوار الدائر كان بمثابة الإقناع، في إبلاغ أخيه ان الله عز وجل الذي تقبل العمل، وليس في ذلك شأن لهابيل في تقبل القربان من عدمه، واسلم أمره للقتل ليس من باب الجبن أو باب من أبواب الانتحار والإستسلام إنما كان

[١] سورة المائدة، اية ٢٧-٢٩

مقتنعاً إن الله سبحانه أراد له هذا المقام والمنزلة لبيان منهجين لطبيعة الإنسان هما الخير والشر. **(سليم، ٢٠٢٢: ٢٢٤)**

ويهيمن الإقناع في المرحلة المعاصرة على الحياة اليومية للافراد في جميع الأقطار من دون استثناء أكثر من أي وقت مضى في التاريخ الإنساني، فهم إما يقنعون الآخرين بأفكارهم وسلوكهم ومنتجاتهم، أو أن الآخرين يحاولون إقناعهم، أو يكونون وسطاء في عمليات الإقناع، وهم يمارسون عمليات الإقناع منذ الأيام الأولى لولادتهم عندما يحاولون إقناع أمهاتهم بالاهتمام بهم واستدرار عواطفهم بالبكاء، وتستمر عمليات الإقناع مع الأفراد طيلة حياتهم، فالاستماع إلى المذياع وقراءة الصحف والمجلات والكتب، أو تصفح الانترنت أو مشاهدة التلفاز والإعلانات وتبادل المعلومات مع الآخرين بنحو مباشرة أو غير مباشرة كلها تمثل عمليات تستهدف إقناعهم. **(شيماء،٢٠٢٢: ٢٢٠)**

وترى الباحثة ان الاقناع جذوره عميقة فمنذ وجود الانسان وجد الاقناع فكان سليمة في حياته اليومية وكيفية التكيف من الاخرين وإيجاد الروابط بينهم، وأن الاقناع قوى هائلة يمكن استعمالها للخير او الشر، عندما يتم استعمالها بشكل أخلاقي ومسؤول ويمكن ان تكون أداة قوية لتحقيق التغير الإيجابي في العالم، ونشر الأفكار القيمة، وبناء علاقات قوية .

مرتكزات الاقناع

إن للاقناع مرتكزات يمكن أن نلحظها والتثبت منها، إذ يشير الإقناع في قدرة التأثير على العقل والفكر، ويرمي إلى دفع الفرد أو الجمهور لتقبل وجهة نظرنا والدعاية إليه، وهذا لا يعني إن الدعاية هي أقناع، أنما ترمي الدعاية إلى التأثير بنحو مباشر على عواطف ومشاعر ذلك الجمهور، والدعاية احدى أدواتها. مع تحقيق التأثير، إذا تمعنا في معنى الإقناع نجد أنها تتمحور حول مرتكزات محددة، وهي:

١. القدرة على الأداء التمكن من العمل المطلوب، وإتقانه بحرفية وبمستوى عال من الدقة، وبأقل جهد ووقت ممكن وبنحو يحقق الإنتاجية المطلوبة.

٢. وجود العمليات الفكرية يشمل أغلب العمليات العقلية من خيال وتذكر وتصور، والفهم والاستدلال والتعليل والتصميم والتخطيط والنقد وسواها.

٣. العمليات الشكلية يؤدي الفرد فيها تفكيراً فرضياً واحتمالياً، يبتكر ويبدع ويركب، يعمل النسب والتناسب والمنطق المترابط، ويمكنه أن يقيم عمليات تفكيره.

٤. إحداث التأثير: الانفعال في العقل والقلب وتحرك المشاعر والعواطف، نحو الاستجابة المستهدفة من العمليات السابقة والمشاعر دائماً هي وقود السلوك.

٥. تشكيل توجه أو تصرف حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، والتي تتفق مع المرمى المحدد لعملية الإقناع.**(داخل،واخرون،٢٠٢٥: ٥٩)**

آلية الاقناع

يرمي الحديث الإقناعي إلى إثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الواجب إتباعه وإقناعهم بممارسته، فالإقناع لا يتم إلا من خلال عملية اتصالية تتبع مجموعة من الأساليب الدقيقة و الخطوات المدروسة التي تجعل الفرد يقبل رأي أو فكرة أو يقوم بسلوك معين، هنا يوجه القائم بالاتصال رسائل مقصودة إلمستقبل يوظف فيها مختلف الإستمالات : العاطفية او التخويفية او العقلية، وكذا أساليب إقناعيه يقدمها في شكل حجج وبراهين أدلة وشواهد لدعم وجهة نظره أو موقفه بواسطة الاتصال الشخصي، الاتصال الجماهيري، الحملات الاعلانية .. وسواها، ومختلف التقنيات الإقناعية التي يلجأ إليها القائم بالعملية الإقناعية. **(سليم، ٢٠٢٢: ٢٢٠)**

عناصر عملية الاقناعية :

تعد عناصر العملية الإقناعية هي عناصر العملية التواصلية والتي تتكون من:

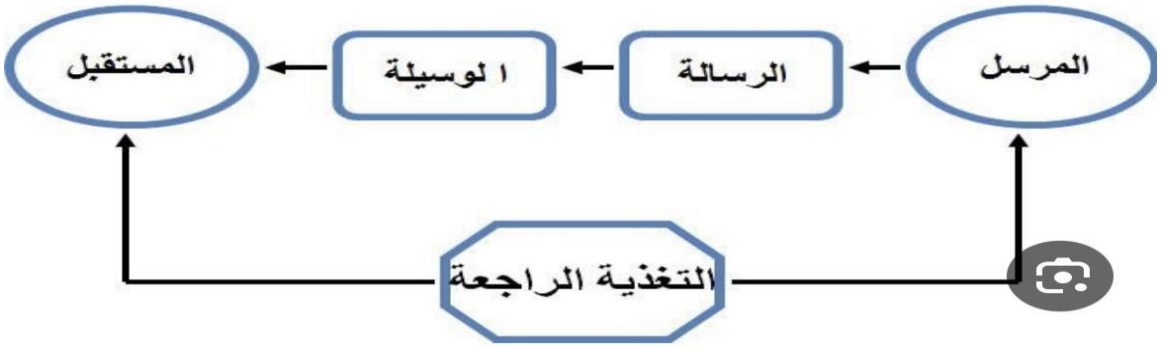
- **المرسل:** ويقصد به الشخص – أو المجموعة من الأشخاص – الذي يقوم بالاتصال بعد أن توافرت لدية نية العمل على تغيير مظاهر الاستجابة المرتبطة بموقف معين والمعبرة عنه، وهنا يفترض الاتصال الإقناعي منطقين، منطق يملكه الشخص الذي توجه إليه ومنطق آخر يملكه المرسل أو القائم بالاتصال الإقناعي.

المتلقي :ويقصد به الشخص أو مجموعة الأشخاص أو بصفة عامة جمهور المستقبلين، الذين يستقبلون رسائل التأثير الصادرة عن المرسل ويتضمن هذا العنصر مجموعة من العناصر يجب على القائم بعملية الإقناع والتأثير أن يضعها في حسبانه وهي حاجات الفرد الدوافع الاجتماعية، والبيئة الاجتماعية التي يعيش فيها الفرد، وتتعدد للجماهير المستهدفة وكذلك تتعدد خصائصها، فالاتصال بالشباب يتطلب أسلوبًا مختلفا نوعا ما من كبار السن، فضلاً عن هنا كل جمهور لديه سمات خاصة به (المجلة، .(المجلة، ١٨: ٢٠١٩)

- الوسيلة: اعتبر كل من " بترسون" و " ترز ستوني" إن الاختيار المحكم للوسيلة هو جزء لا يستهان به لنجاح العملية الإقناعية ، كما أن لكلّ وسيلة اتصال مقدرة على الإقناع تزيد أو تقل عن غيرها من الوسائل الأخرى، ونجاح الوسيلة يعني ضرورة توافر عناصر خاصة بها كطريقة العرض وتقديم مضمون الرسالة وقربها من المتلقي أو بعدها عنه،بل أن التأثير والإقناع يصبح أمكن عندما يستخدم لنقل الرسالة أكثر من وسيلة.
- الرسالة: خلص العديد من الباحثين إلى أن الرسالة المنظمة يكون لها تأثير كبير على المستقبل ويشترط في الرسالة أن تذكر نتائجها أو أهدافها بوضوح، بدلا من أن تترك للجمهور عبر استخلاص النتائج، والرسالة الإقناعية هي فكرة أو مجموعة من الأفكار أو الاتجاهات أو الخبرات أو الأحاسيس أو القضايا التي يعمل المرسل لنقلها إلى المستقبل والتأثير عليه

بواسطتها، ولكي تكون الرسالة الإقناعية نافذة ومؤثرة للجمهور ينبغي أن يتوفّر فيها إثارة الانتباه والجاذبية وبساطة الأسلوب واتساق بنيان الحجج.**(عباس، ٢٠٢٣: ٣)**

- التغذية الراجعة(الاستجابة): هي إرسال رسالة إلى المرسل تفيد استلام رسالته وفهمها، والمرسل في هذه الحالة يلاحظ الموافقة أو عدمها على مضمون الرسالة. **(العابدين،٢٠١٧: ٤٢)**



شكل (١) يبين عناصر العملية الاتصالية الاقناعية

إن العملية الإقناعية عملية اتصالية متكاملة تستمد قوتها من المصدر والرسالة المراد ايصالها إلى المستقبل، والاقناع يحتاج إلى تخطيط مسبق ووقتاً وجهداً مناسباً لكي يتغلب على المشكلات والعوائق التي تقف في سبيل تحقيق العملية الإقناعية لأهدافها المطلوبة، ولا يمكن للقائم بعملية الإقناع أن يجبر الشخص المراد اقناعه، أي لا يمكن لعملية الإقناع أن تتم بنحو إجبارية أو مباشرة لأن هذا لا يؤدي الى حصول الاقناع بصورة مباشرة **(مطر،٢٠٢٠: ٥٦)**

يسعى الاتصال في معناه اليسير، إلى الإقناع بتغيير أو تقويم، أو تدعيم المواقف والآراء والاتجاهات، وهو ما تسعى وسائل الاتصال المختلفة إلى إحداثه في جمهورها، وتعد المعرفة بفن الإقناع والتمكن من استراتيجياته والمعرفة بسبل بناء وتغيير الآراء والاتجاهات ملكةً ضرورية للقائم بالاتصال الناجح، ويتطلب تكوين هذه الملكة معرفة بحد أدنى من علم النفس وأساليبه؛ لذا تحرص كليات الإعلام والاتصال على أن تدرس طلابها مقررات في علم النفس أو بعض مباحثه كمتطلبات أساسية للحصول على درجة علمية في الاتصال. **(العوض،٢٠١٩: ٨١)**

أن عملية الاقناع مهما كانت طبيعتها وأياً كان مجالها؛ لابد أن تحتوي على عناصر تضع حدوداً واقعية لهذه العملية، وإن العمليات الإقناعية هي من أبرز العمليات التي تحتاج إلى هذه العناصر بسبب طبيعة الخاصية التي تحتويها؛ ولأنها تدخل في مجالات الحياة جميعها من دون استثناء، ولكون عملية الاقناع أيضاً هي عملية اتصال؛ فالاتصال يعمل من أجل ايصال المعلومة و السعي نحو تغيير المواقف والأساليب وتحريك الاطراف الأخرى لتلبية حاجة ما أو تفنيد أمر معين، ويمكن تحديد عناصر العملية الاتصالية الإقناعية. **(فتيحة،٢٠١٦: ٢١٨)**

فإن المرمى من عملية الإقناع تغيير وجهة نظر الآخرين لدرجة تحطيم وجهة النظر المعادية، وتقديم وجهة النظر الخاصة بالقائم بالعملية الإقناعية، وليس شرطًا أن تكون الرسالة الإقناعية إيجابية، أو صحيحة، بل ربما قد يكون أسلوب الإقناع أسلوبًا مذمومًا، وهنا ينقلب الإقناع إلى تلاعب، وهو لا يدوم على عكس الإقناع الذي يدوم طويلاً، مثل شل الوعي عند المتلقي وإهدار القدرات الإدراكية من طريقة إخفاء الحقائق. **(الهميلي،٢٠١٦: ٣٦)**

ويعد الإقناع أحد المفاهيم التي أصبحت تأخذ وظيفة كبيرة في التحليلات والكتابات في الوقت الراهن، ولا شك أنه يؤدي وظيفة رئيسية وحيوية في حياة أي فرد، فالوالد في بيته يريد أن يقنع الأسرة بوجهة نظره، والمسؤول في موقعه أيًا كان يريد أن يقنع المرؤوسين، والتاجر يحاول إقناع الزبائن، والتربوي يسعى لإقناع طلابه والإعلامي يريد إقناع المتلقي والسياسي يريد إقناع الجمهور. **(العطيات،٢٠٢١: ٤٠)**.

تقنيات الاقناع:

يشير بعض المتخصصين إلى أن الحياة تمثل عملية اتصال مفتوحة بين بني البشر، ويحرص كل منهم على استخدام الإقناع من أجل التأثير في الطرف الآخر وتحقيق الأهداف المرجوة من الاتصال، والإقناع يُعد من العمليات الاتصالية التي تستعمل مجموعة من الأساليب، وتعتمد في الوقت نفسه على مجموعة من الاستمالات التي توفر تحقيق أهداف العملية الإقناعية التي تتمثل بمجهودات منظمة مدروسة ترمي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي ترابط بالطرف الذي يقوم بممارسة هذه العملية. **(صبيح،٢٠٢٣: ٢٦)**

يعد الإقناع من فنون الاتصال القديمة التي زادت أهميتها في العصر الحديث؛ نظراً لتطور الحياة البشرية وازدياد أهمية الإعلام والاتصال وتعاظم دورهما من ناحية واعتماد الرسائل الإعلامية والاتصالية على الإقناع من ناحية أخرى، ذلك إلى أن الهدف من الإعلام الاتصال هو الاقناع، أي العمل على اقناع الجمهور لإحداث التأثير في سلوكياتهم أو آرائهم أو تجاهاتهم؛ لتحقيق الأهداف الخاصة بالجهة التي تقوم بعملية الإقناع عن طريق منافذ الإعلام والاتصال المختلفة. **(الدباغ، ٢٠٠٨: ٣٦)**

لذا فان للأقناع دورًا رئيساً في الحياة البشرية التي تُعد ميداناً للاتصال؛ لأنه يمثل عملية انسانية ذات جانب اجتماعي ينطوي على أهمية بالغة إذ إن الإقناع يدخل اليوم في التفاعلات الإنسانية على مستوياتها عامة، سواءً على مستوى الأفراد مع بعضهم بعضًا أو مع المؤسسات مع بعضها على اختلاف أنواعها ونشاطاتها. **(كافي، ٢٠١٥: ١٤١)**

إن المرمى الأساس للإقناع هو التأثير في الطرف الآخر وكسب تأييد رأي أو توجه ما، وهو يُعد عملية تفاعلية منظمة لها قواعدها وطبيعتها الخاصة وأساليبها المتعددة وأدواتها

الخاصة، كما أن لها متطلباتها الخاصة ومستلزماتها التي يجب توافرها من أجل النجاح في تحقيق الأهداف المراد تحقيقها.**(كشكول، ٢٠١٥: ٢٩)**

أن تتحسن في الإقناع، فعليك إجادة الأساسيات اولا تعلم هذه الأساسيات تعلما جيدا وزد من قدرتك على تنفيذها بسهولة من دون جهد، وعندما تكتسب سيطرة على الأساسيات، فسيكون بمقدورك أن تضيف بالتدريج مجموعة مهاراتك، وأيا كانت المهارة التي تركز عليها في أي وقت، فاحرص دائما على أن تحترفها وأن تكون الأفضل فيما تفعله وان الأساس الجانب العقلي في لعبة الإقناع، وهو مهارة أساسية لكلّ المقنعين الناجحين، ولكنها تحقق نجاحا في كل المجالات. إنك لن تستطيع تحقيق أهدافك وأحلامك قبل أن تؤمن بأنك تستطيع تحقيقها،إن أفضل أساليب وأدوات التأثير في الناس لن تساعدك ما لم تثق أولا بنفسك وبما يحمله لك المستقبل من إمكانات. **(مورتينسين،٢٠١١: ٤٥)**

إن العملية الإقناعية عملية مقصودة من قبل القائم بالإقناع المرمى منها ايصال الشخص المراد إقناعه إلى المرمى المطلوب من أجل تغير معلومات أو مفاهيم واتجاهات أو صورة ذهنية باختياره ورضاه وقد يكون هذا التغير كلياً أو جزئياً، إذ يحتاج إلى مراحل تبعاً لطبيعة الموضوع ونوع الجمهور المستهدف أفراداً أو جماعات، ويرتبط محتوى الرسالة دائماً بالقدرة على الإقناع وما تشتمل عليه من بلاغة في هذا المجال، ويشار هنا إلى أن افلاطون ينظر للبلاغة على أنها كسب عقول الناس بالكلمات "، كما أن أرسطو يرى أن البلاغة تمثل : " القدرة على كشف السبل الممكنة جميعها للإقناع في كل حالة بعينها". **(الشميري،٢٠٠٦: ٤٦)**

إن الفرق الرئيس بين تكنولوجيا الإقناع بالمعنى الحديث والإقناع، هو أن عمليات الاقناع التي لا يشمل فيها تقنيات الاقناع تعتمد على تحقيق أهدافها على بلاغة القائم بالاقناع ومهارته في اقناع الآخرين؛ بينما تمنح تكنولوجيا الاقناع مستخدميها أفضليه نفسيه وتكون عاملاً حاسمًا في تمكينهم من تحقيق الأهداف التي يسعون إليها بكفاية عالية وتمثل تكنولوجيا الإقناع أحد العناصر المهمة في العمليات الإقناعية، إذ إنه وبعد أن يتم تحديد موضوع الرسالة الإقناعية، فإنه يتم استعمال التكنولوجيا في تصميمها وتوصيلها إلى الجمهور المستهدف بنحو تؤثر فيه وتحفزه لقبولها والاقتناع بها، كما أنها تمكن القائم بالإقناع من معرفة النتائج المتحققة من العملية الإقناعية في ضوء الرد المستلم من الجمهور المستهدف بالإقناع. **(موسى واخرون، ٢٠٠٦: ١٣٢)**

ترى الباحثة ان تنظيم الحديث بنحو منطقي يساعد في تعزيز الاقناع، ويكون الحديث واضحًا ومباشرا واستعمال لغة بسيطة ومفهومة يعزز قدرة المتلقي على فهم الرسالة من خلال دعم الحجج بالادلة والبراهين يجعل الحديث اكثر قناعة ويشمل ادلة وامثلة واقعية وعندما يشعر الجمهور بالثقة في المتحدث، يصبحون اكثر قابلية للاقناع وكذلك استعمالات تعبيرات وأسلوب

جسدي إيجابي يعكس الثقة والصدق، مما يزيد من قوة الاقناع لدى المتحدث.

أنواع الاقناع:

يشار بداية إلى أنه توجد جذور قديمة لفكرة الاقناع قبل ظهور وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية وشيوعها بوقت طويل، وكان علم البيان أو الفصاحة يستعمل للإشارة إلى فن استعمال اللغة للتأثير في أفكار الآخرين وسلوكهم، واثناء تلك المدة كان الصوت البشري هو الوسيلة الوحيدة للاتصال والتي يمكن استخدامها لإقناع الناس بتغيير افكارهم ومعتقداتهم، وكانت تلك مهارة مهمة بالفعل، وحينما زادت المجتمعات تطوراً وازدهاراً، إزدهر فن الاقناع الشفهي

أن نقسم الاقناع الى أنواع متعددة حسب المصطلحات التي يشير إليها :

اولاً:- بالكلام الفصيح وكان هذا الفن يمثل مهارة ثمينة عند اليونانيين والرومان للفوز في النقاشات في المنتديات السياسية. **(ديفلر، وبول ١٩٩٨، :٣٧٩)**

ويمكن الاقناع العقلي والاقناع العاطفي :

يرمي الاقناع العقلي إلى استمالة الأفراد عقلياً من طريق المنطق والمنهج والادلة والبراهين العلمية والمناقشة والاستنتاجات العلمية التي لا يسمح للعقل بمخالفتها، إذ تكون القناعة العقلية راسخة إذا ما تحققت ولا تقبل الاهتزاز بالمؤثرات العاطفية، أي أن الاقتناع العقلي لا يتغير في الغالب، مع الإشارة إلى أن الرجال أكثر ميلاً في الاقتناع العقلي من النساء والأطفال، اما الاقتناع العاطفي في طبيعة الحال يتأثر بالمشاعر والاحاسيس في تقبل الأفكار. **(صلاحي، ٢٠٠٨: ٢٣-٢٤)**

ثانياً:- الاقناع المباشر والاقناع غير المباشر :

الاقناع المباشر ويتم هذا النوع من الاقناع بنحو مباشرة على المستهدف من دون استعمال المواربة أو اللف والدوران؛ وإنما العمل على طرح الموضوع بنحو مباشرة وباستعمال أسلوب التأثير العقلي في الشخص المستهدف، وكذلك التأثير في مشاعره وأحاسيسه وعواطفه، من أجل الوصول إلى حالة الاقتناع لديه. **(فنجان، واخر،٢٠٠٦ :١٨٩)**

أما الاقتناع غير المباشر، فهو في الغالب يقدم للمستهدف بنحو غير مباشرة ويكون أحيانًا متوارياً، ويقوم القائم بالإقناع بتقديم الموضوعات للمستهدف، بغرض إقناعه عن طريق الإيحاء له بأهمية الأفكار الجديدة والفوائد التي ستتحقق له من جراء تقبلها أو الاقتناع بها وتترك للشخص هنا حرية الاختيار واتخاذ القرار بالرفض أو القبول من دون تأثيرات مباشرة، ويعتمد هذا الاسلوب على إيحاءات التعبير والقفز فوق المنطق وتفادي هروب المستهدف من الاقناع، واستنفار قدرة التفكير المنطقي لديه، ويجب على القائم بالإقناع حث المستهدف على قبول المبررات المقدمة له من دون تحليلها أو التفكير فيها. **(الحديدي، واخر، ٢٠٠٦، ٦٨)**

ثالثاً:- الاقناع الاستراتيجي والاقناع العارض :

يرمي الاقناع الاستراتيجي إلى إحداث تغيرات جوهرية دائمة في الأفكار المستهدفة، وهو يتطلب بذل جهد كبير ونفقات باهظة، إلا أن نتائجه لا تظهر في العادة إلا بعد مرور مدة طويلة من الزمن على القيام به أما الإقناع العارض فإنه يتمثل بارتداد الشخص المستهدف عن اقتناعه حينما يكتشف أنه قد استغفل أو كان مضللاً حينما اقتنع، وأخذ يحس بأنّه قد جامل القائم بالإقناع في موقف معين، ويتجسد هذا النوع من الاقتناع في قوله تعالى: "وَلَمَّا وَقَعَ عَلَيْهِمُ الرِّجْزُ قَالُوا يَا مُوسَى ادْعُ لَنَا رَبَّكَ بِمَا عَهِدَ عِندَكَ لَئِن كَشَفْتَ عَنَّا الرِّجْزَ لَنُؤْمِنَنَّ لَكَ وَلَنُرْسِلَنَّ مَعَكَ بَنِي إِسْرَائِيلَ {٧/١٣٤} فَلَمَّا كَشَفْنَا عَنْهُمُ الرِّجْزَ إِلَى أَجَلٍ هُم بَالِغُوهُ إِذَا هُمْ يَنكُثُونَ {٧/١٣٥}. **(فنجان، واخر، :١٦٢)**

رابعا:-الاقناع بالترغيب والاقناع بالترهيب :

إن الاقناع بالترغيب يتحقق بترغيب الاشخاص مادياً عن طريق تقديم الحوافز وتشجيعهم على الاقتناع بالأفكار المطروحة، أي كلما كانت الحوافز المادية والمعنوية المقدمة إلى المستهدف بالإقناع مهمة من وجهة نظره كلما ازدادت احتمالات اقتناعه بالموضوعات المعروضة عليه بصورة أسهل وأسرع. **(الفيروز ابادي، مادة وعد)**

أما الاقناع بالترهيب فيعني استعمال التهديد أو فرض العقوبات المادية والمعنوية أو كليهما، وإثارة الخوف والضغط على الأشخاص بتقبل الموضوع. **(زيدان، ١٩٨٠: ٢٨)**

خامساً:- الاقناع الطوعي والاقناع القسري :

يرمي القائم بالإقناع الطوعي إلى اقناع الشخص بآرائه وأفكاره، ويترك حرية القبول أو الرفض للشخص المستهدف بالإقناع من دون إجباره أو الضغط عليه ليتقبل الفكرة أو يرفضها، أما الاقناع القسري فيشير إلى أن القائم بالإقناع يجبر الشخص المتعرض للاقتناع إلى تقبل الأفكار والآراء بنحو إجبارية وقسرية، ويكون تأثيره في السلوك المقنع عارضًا ولمدة محدودة، وتتوقف فاعليته بإنهاء القسر أو الإرغام، مع الإشارة إلى أن الاقتناع القسري ترفضه المبادئ الانسانية التي تقضي بأن الانسان خلق مخيراً وليس مسيراً وله الحق في الاختيار. **(زيدان،١٩٨٠: ١٩٠)**

سادسا:- الاقناع العلني والاقناع السري:

يتعين على القائم بعملية الإقناع اللجوء إلى الاقناع السري حينما يكون موضوع الإقناع محظوراً لأسباب سياسية أو اجتماعية أو لأية أسباب أخرى تمنع المباشرة العلنية بهذه العملية، وهو يرمي إلى ضمان سلامة أطراف العملية الاقناعية والاقناع السري يشيع استعمالة في العديد من الدول التي تخضع لأنظمة حكم تسلطية أو مستبدة، أما الاقناع العلني فيتم استخدامه على

نطاق واسع في المجتمعات التي يتمتع الأفراد فيها بمساحة واسعة من الحرية في المجالات جميعها. **(فنجان، واخر، ٢٠٠٦: ١٨٩-١٩)**

سابعاً:-الاقناع الفردي والاقناع الجمعي :

يهدف الإقناع الفردي إلى إقناع مستهدف واحد بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أما الإقناع الجمعي فيهدف إلى إقناع مجموعة من المستهدفين، كما في حملات الإقناع التي يتم فيها التقاء القائم بالإقناع بالأشخاص الذين تتوجه لهم الحالة الإقناعية من خلال المحاضرات والندوات والخطب أو وسائل الاعلام. **(الحديدي واخر،٢٠٠٦ : ٣٧٦)**

ثامناً:- الاقناع في المضامين السياسية (الاقناع السياسي)

يهتم علم السياسة بعمليات الحكم وإدارة السلطة داخل المجموعات والانظمة الاجتماعية، وتستند شريعة العمل السياسي بغرض الإقناع على المستوى الجماهيري إلى الأفكار المطروحة، إذ إن العلاقة بين الإقناع وعلم السياسة ترتبط بعملية صنع القرار وادارة السلطة والشؤون العامة وبناء القوة، ويعتمد الإقناع السياسي على كسب موقف أو حدث أو تغير في مواقف معينة، ويدخل في عمليات عقلانية مبنية على تحليل مدروس الأسس الاقناع، وأيضاً إلى العمليات الايجابية والتي ترتكز على البواعث والمحفزات. **(الملا، ٢٠١٤: ٣١-٣٣)**

وترى الباحثة أن الإقناع ليس بسيطًا بقدر بساطة الكلمات التي تنطق بها. قد تكون الطريقة التي تقول بها شيئًا معينا على القدر نفسه من الأهمية، إن لم يكن أكثر، كما تعلمنا أن ثمة العديد من فئات التواصل غير اللفظي التي تؤثر في عملية الإقناع وانه مخاطبة العقول والقلوب فن لايجيده الا من يمتلك ادواته، ورغبة في الوصول إلى تحقيق المرمى من الاقناع .

وإن الإقناع عمليات فكرية اتصالية وشكلية يحاول فيها احد الطرفين التأثير في الآخر، واخضاعه لفكرة ما، وبمعنى آخر هو – الإقناع – محاولة واعية تستهدف تعديل الفكر والسلوك، وذلك عن طريق التحكم بدوافع الأفراد قبل تقرير غايتهم أو أهدافهم ؛ لذلك نرى أن الإقناع مجموعة القدرات على الاستمالة والتأثير في الآخرين لحملهم على سلوك محدد أو الإيمان بمعتقد ما أو تبني موقف معين، ويرمي الإقناع تحديدًا إلى: أحداث تغيير في تجاهات الجمهور أو مواقفهم أو سلوكهمُ تجاه موضوع محدد أو قضية ما، وذلك في سياق ما نسميه بالعملية الاتصالية التي تنطوي على تقديم أدلة وحجج وشواهد في إطار مجموعة من الرسائل الاتصالية التي تعزز موقف القائم بالدعاية والإقناع، وتثبيت القضية التي تتمحور حولها العملية الاتصالية وتحقيق الاقتناع بها، والذي يُعد الغاية النهائية من الاتصال، والمهارة الإقناع قواعد تقع على القائم بالاتصال مسؤولية إدراكها ومعرفتها حتى يتسنى له عن طريقها تحقيق الإقناع بالآخرين. **(حجاب،٢٠٠٨: ١٧٦)**

وترى الباحثة ان تحقيق الاقناع يكون باستعمال العقل والعاطفة معا، وان التركيز في المعتقدات والحاجة العاطفية هي احد أساليب الاقناع الذي تتطلب مخاطبة العقل والعاطفة في أن واحد، وأن فن التوافق مع من تعمل معهم هو أن تشعر بأسلوبهم، وأن تتعرف على اسلوبهم وما يفضلونه، ورغباتهم وتوقعاتهم قبل ان تحاول اقناعهم، ويمكن فعل كل هذا من خلال ملاحظة أول لقاء لك بهم، أو اثناء زيارتك لهم

وللأقناع مهارات تتركز في طريق التواصل والحديث فالحديث الاقناعي مرتبط بالمواقف التي يتبنها الفرد في تحقيق مراميه الحياتية أو التعليمية، فتتباين أهمية المهارات مابين عالية المستوى ومتدانية، الا انها تتدرج كلها في زيادة قدرات المتعلم في مواجهه المواقف الكلامية المخرجة أو المواقف التي تحتاج إلى عمليات إيصال الأفكار وإقناع الاخرين بها وتبرز مهارات الحديث الاقناعي بما يأتي :

١. دقة وسرعة الاستجابة في إيصال الافكار.

٢. قدرة الفرد مرونة التنقل بالافكار وطرح التصورات بنحو سلس.

٣. تكرار المهارة بأستمرار تتحول إلى ملكة كلامية عند الفرد مما تجعله أكثر تمرساً في الإقناع.

٤ ثبات المهارة تجعل شخصية الفرد أكثر تقبلاً من الآخرين بنقل الأفكار في الأوساط المجتمعية.

٥. تضفي كارزمة خاصة للفرد عند الحديث.

٦. تيسر عملية نقل الخبرات من فرد إلى آخر بكلّ سهولة. **(داخل،واخرون،٢٠٢٥: ١٣٩)**

وترى الباحثة أن الانسان يحتاج اثناء الحديث الى التفكير فهي تزيد من مدى اصغاء الفرد للاخرين، وتقلل من التمركز حول الذات وتساعد الفرد في استعمال التفكير للاستكشاف بدل من استعمال استخدامه للدفاع عن وجهه نظر معينة ويكون اكثر احترامًا وتسامحًا مع أفكار الاخرين واقناعهم ويمتلك المزيد من الثقة .

عناصر عملية الاقناع:

ان عناصر العملية الإقناعية، تعني المعلومات المرتدة التي تصل إلى المصدر بعد مرور عملية الاقناع بمراحل مختلفة، وهو ما يتوائم مع عملية الاتصال التفاعلية الإقناعية، وهنا فإن القائم بعملية الاقناع يعود عليه جمة من المعلومات الراجعة إليه في معرفة مدى استيعاب المستقبل للمعلومات التي قام بإرسالها وللعمل على تصحيح الاخطاء الواردة والوقوف على المشكلات التي تواجه العملية الإقناعية والعمل على الارتقاء بمستواها**(ديبان، ١٩٩٤: ٦)**.

وقد حضي الحديث الإقناعي باهتمام كبير من الباحثين في الاتصال وميدان علوم الاعلام والاتصال ككلّ، فتعددت البحوث و الدراسات التي تناولت الإقناع في الاعلام، وذلك بدراسة محتوى ومضامين برامج تلفزيونية و إذاعية أو ما ينشر في الجرائد وربطها بالإقناع سواء من

خلال أساليبه ووسائله أو أبرز الإستمالات الإقناعية المستعملة في تلك الرسائل وتختلف زاوية الدراسة والبحث من باحث إلى آخر وأيضا نجد بحوث كثيرة للاتصال الإقناعي في العلاقات العامة وعمل المؤسسات فقد بات الإقناع ضرورة لاي مكن الاستغناء عنها لتحقيق الفهم لدى الجمهور، المستهدف وإقناعه بفكرة أو سلعة أو مشروع من أجل تحقيق أهداف المؤسسات، فكان تجاه البحوث في هذا التخصص يتجه نحو المؤسسات الاقتصادية التي تحقق ارباحا وذلك بدراسة محتوى الإعلانات وكيفية تأثيرها على الجمهور وكيفية توظيف أساليب وتقنيات الاتصال الإقناعي لكسب المزيد من الجمهور. في المقابل نجد مؤسسات غير اقتصادية توظف الاتصال الإقناعي من أجل تسويق مشاريعها وهنا نجد القليل من الدراسات التي تجمع بين الاتصال الإقناعي و تسويق المشاريع الخيرية .(سليم، ٢٠٢٢: ٢٢٢).

تعد العملية الإقناعية عملية اتصالية متكاملة تستمد قوتها والرسالة المراد ايصالها إلى المستقبل، والاقناع يحتاج إلى تخطيط مسبق ووقتاً وجهداً مناسباً لكي يتغلب على المشكلات والعوائق التي تقف في سبيل تحقيق العملية الإقناعية لأهدافها المطلوبة، ولا يمكن للقائم بعملية الإقناع أن يجبر الشخص المراد اقناعه، أي لا يمكن لعملية الإقناع أن تتم بصورة إجبارية أو مباشرة لأن هذا لا يؤدي الى حصول الاقناع بصورة مباشرة **(الشميري، ٢٠٠٦: ٤٦).**

مراحل عملية الاقناع:

هنالك عدد من المراحل التي يمر بها الاقناع، هي:

١-**الوعي** :عندما يعي الإنسان رسالة معينة سواء كانت (سمعية أم بصرية أم حسية)؛ كرؤية اعلان أو قراءة خبر أو حضور برنامج تدريبي، فانه يكون قد انتقل من عدم الوعي بالشيء (اللاوعي) إلى الوعي به، فيدفعه ذلك إلى الاهتمام به (المرحلة الثانية).

٢-**الاهتمام:** يهتم الإنسان بالأفكار الجديدة التي اصبح يعيها، ثم ويبدأ بالبحث عن تفاصيل تلك الفكرة، فيبدا لديه الفضول وجمع المعلومات.

٣-**التقويم:** يتم فيها تقويم الأفكار التي جذبت تفكيره، ويبدأ بوضع معايير موجودة في ذهنه مثل : أمد صحة الكلام أو فاعلية الحديث، أو وقع المسموع في حياته.

٤-**التجربة:** يعمل الشخص بتجريب الفكرة، ويختبر آمد جودتها وملاءمتها لاحتياجاته، وذلك بتجربته عن طريق العينات أو العمل بالفكرة، ليصل بعدها الى المرحلة الاخيرة وهي الاقتناع.

٥- **الاقتناع** :المرحلة الاخيرة التي يصل الشخص إليها بعد تجريبه للفكرة ونجاحها، ويعبر عن اقناعه العمل بالفكرة، أو الدفاع عنها.**(داخل، واخروون،٢٠٢٥: ٦٠)**

الفصل **لثاني:**

الحديث يعَد الحديث عملية إرسال واستقبال رسائل متعددة وذلك عبر استخدام وسيلة (اللغة) وكذا كيفية إلقائها والتي تعد "فن" من الفنون التي يصعب علي كثير من الناس إدراك أهميتها،

وإسرار أبعادها وتأثيرها في التواصل والتنسيق لغويا عبر مهارة الالقاء، إنه فن ذو مقومات ثلاثة متضافرة لا يستغني أحدها عن الآخر، وإن كان النظر احياناً ينصرف إلي احدها بالتركيز عليه أو الاهتمام به، وعلى وفقه للحاجة والظروف الانية وتعتمد هذه الاداة علي العقل والفكر والخيال والصوت أي التشكيل الصوتي للرسالة المراد اداؤها. **(فرجان، ٢٠١٥: ٢٩)**.

إن المتحدث ينبغي أن يكون يقظاً، بحضور عقله وخياله وأن يمسك بحبل الوصل بينهما دائمًا، فالعقل أو الذهن هو مصدر المادة والمعرفه، والخيال يصقلها أو يعدلها، اذ هو الكاشف عن حقيقتها والمبلور لطبيعتها، الخيال هو العين الباصرة للعقل ؛ إنها عين تري أكثر وابعد مما اختزنه المتحدث في ذهنه من معارف وأفكار، فكما يدرب الفنان عينه علي رؤية ما لا يستطيع الرجل العادي ادراكه من عيوب أو خلل في المصنوع، كذلك ينبغي على المتكلم أن يدرب ذهنه علي تعرف ما يعرض له من صعوبات، كذلك ينبغي علي المتكلم أن يدرب ذهنه علي ما يعرض له من صعوبات خاصة بمعانيه وتعبيراته. **(قاسم، ٢٠٠٩: ٢٨)**.

ترى الباحثة ان الحديث هو الوسيلة، التواصل وهو الهدف العام، والاقناع هو هدف محدد يمكن تحقيقة من طريقة التواصل الفعال، واستعمال الحديث كأداة مُقنعة .

مفهوم الحديث الاقناعي:

إن مفهوم الحديث الاقناعي علم التفاعلات بين الافراد التي من شأنها، أن تحدث آثاراً سلوكية من ثم الحديث الاقناعي كلام مخطط ينضوي على تلك التدخلات المقصودة التي تستهدف تحقيق تغيرات محددة سلفاً في السلوك العلني والمستتر أو الخفي للمستقبل المستهدف إو الكلام الاقناعي العملية الاتصالية المقصودة التي يخطط لها سلفاً لاستهداف البنيات المختلفة لشخصية الفرد بغية أحداث التغيير أو التعديل او حتى تعزيز السلوكيات الايجابية. **(الكناني، ٢٠١٨: ٧٣)**

وتبدأ عملية الحديث الإقناعي من الفكرة وطريقة التعبير عنها وأسلوب نقلها، والربط بين الفكرة والتعبير عنها وكيفية نقلها، ومن الأمور الشائعة بين دارسي الإعلام وخبرائه، وبالرجوع لآرائهم يمكن الخروج بعدة قواعد أساسية تعطي وجهة نظر سائدة، الكلمات عبارة عن رموز تستعمل للتعبير عن الأشياء أو الأفكار أو المفاهيم أو التجارب أو الأحاسيس،كلمة الواحدة من الممكن أن تحمل معاني كثيرة ويكون لها أكثر من استعمال،استعمال الرموز الكلامية أو الكلمات الرمزية كدليل لاتصالاتنا الحديثية العامة، فإننا غالباً ما نعتمد على الشمولية من دون التفاصيل، في دورة معاني الكلمات بين الناس وتبادلهم لها، يتحدد المعنى الذي يتصل بالعلاقة بين الرموز أو الموضوعات أو المفاهيم التي تعود عليها. **(الشنقطي، ١٩٩٦: ٤٣-٤٤)**.

إن الحديث المبني على الحوار المنطقي المبني على البرهان مع إنسان، يؤدي إلى إقناعه، وتغيير وجهة نظره تجاه قضية ما عند ذلك نستطيع أن نغير رؤيته للأمور ويتغير موقفه ومن ثم

تصب تصرفاته في الهدف المنشود، وهذا ما يزيد من أهمية معرفة الأساليب والطرق التي تؤدي إلى الإقناع ومن أساليب وآليات الإقناع والحث المعرفي، التي ظهرت في الحوار القرآني أمثلة مختلفة في نوعها وحجمها، وكذلك الاستشهاد بقصص الأولين، وهذا يدل على الأسلوب الراقي التربوي معطيا خلاصة تجارب السابقين لحث العقول والأذهان على الاقناع و التفكير والتدبر، قال تعالى "وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَذَا الْقُرْآنِ لِلنَّاسِ مِن كُلِّ مَثَلٍ وَكَانَ الإِنسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جدلا"[١]. **(الفضلي،٢٠١٢: ٤٢٦)**

وترى الباحثة إن الحديث الاقناعي لايقوم على المناقشات والتفسيرات الهادفة الى تغير رأي الاخر أو وجهه نظره بمعزل عن عواطفه وتفعيل الجانب الإيحائي في الجذب، فضلاً عن تحفيز الجانب الاندفاعي لدى الفرد إن مخاطبة العقل لاتلغي أهمية العواطف والمشاعر في تحقيق الاقناع،لكن دون الانغماس المؤدي إلى أرباك للتفكير المنطقي اللازم لحدوث حالة الاقناع

-التخطيط الجيد للحديث.

ان الحديث الاقناعي يعتمد على التخطيط الجيد وهي مهارة من مهارات الاتصال التي يؤديها المتحدث، ومنها:

إن التخطيط للحديث هو أول خطوات التأثير في المستمعين، وإقناعهم، وهناك مهام يؤديها المتحدث كي يكتسب حديثه أهمية، وفاعلية عند المستمعين، ويمكن تقسيم هذه المهام إلى مراحل:

أولاً: مرحلة الإعداد للحديث:

تشتمل هذه المرحلة على مهام يؤديها المتصل قبل عرض موضوعه، وقد تم تحديدها فيما ياتي:

١- تحديد الهدف من الحديث يعنى تحديد الإجابة عن سؤال محدد، وهو لماذا يتحدث، والإجابة تساعد في تحديد قيمة الحديث، وإذا لم يتضمن الحديث هدفاً محدد، فلن يكون هناك تفاعل، وبالتالي لن يكون هناك اتصال اقناعي.

٢- تحليل المستمعين أو تحديد نوعية الجمهور : ينبغي على المتحدث أن يحدد شخصية مستمعيه قبل أن يقوم بالحديث معهم، حتى يساعده ذلك في تحديد الطريقة، والأسلوب الملائم الذي ينبغي أن يستعمل في الحديث.

٣- إعداد وتجهيز الموضوع : من خلال تحديد المراجع والمصادر التي يلجأ المتحدث إليها ليحصل منها على المعلومات التي تساعده في إعداد الموضوع.

[١](الكهف/ الآية ٥٤).

٤- اختيار الوقت والمكان المناسبين: لابد للمتحدث أن يحدد متى وأين سيتم الحديث على أن يتناسب هذا التوقيت، مع استعداد المستمع لسماع الحديث، والمكان الذي سوف يؤدي فيه المتحدث الحديث يجب أن يكون معداً إعداداً جيداً. **(عاشور، ٢٠٢٤: ١٢٢)**

وترى الباحثة ان طريقة الحديث مع الاخرين هي التي تحدد نظرة الناس إليك وهي الوسيلة الأكثر أهمية بين العوامل التي يتم تقيميك على أساسها في المجالات جميعها،إذ تعد طريقتك في الكلام هي أساس التواصل الإنساني بينك وبين الاخرين وليس كما قال إنه مجرد كلام فمن خلال حديثك تستطيع أن تجنى العديد من الثمار فقد تكون طريقة تحدثك للآخرين هي التي تفتح عليك الجاذبية الأساسية للاقناع.

ثانيا: مرحلة توجيه الحديث :

تتضمن هذه المرحلة جوانب عديدة:-

١- المظهر الجيد من خلال الثقة بالنفس والملبس المناسب والإشارات المناسبة والتعبيرات المبهجة للوجه.

٢ -العرض المنظم والمناسب.

٣- حسن استهلال وحسن الخاتمة مع التركيز في الاستهلال.

٤- استعمال اللغة المناسبة.

٥-استعمال الحركات الجسمية والجمل الموضوعية عند الانتقال من جزئية الأخرى.**(سليمان،٢٠١٣: ٤٠)**

وترى الباحثة إن توجيه الحديث يتم استعمال الحركات والاشارات والنظرات، ومخاطبة الجميع على قدر المساواة والاهتمام،واستعمال الحركات الجسمية، والجمل الموضوعية عند الانتقال من جزئية إلى أخرى وتجنب الافراط في الاستعانة بالاوراق المكتوبة أو المذكرات، وتجنب التراخي اثناء الحديث .

ثالثاً:مرحلة تقويم الحديث:

مرحلة مرتبطة بكلّ الخطوات السابقة، إذ يقوم من خلال رجع الصدى والاستماع إلى ملحوظات المستمعين التعرف على أمه وصول الرسالة بنحو مفهوم وواضح من قبل المستقبلين لها، وهل حققت الغرض الذي يسعى المتصل إلى تحقيقه من عملية الاتصال، وبالتالي يمكن من خلالها الوقوف على السلبيات التي يمكن للمتحدث أن يتجنبها في أحاديثه القادمة.**(عاشور،٢٠٢٤: ١٢٥)**

مميزات الحديث الاقناعي:إن اختيار الأحوال الملائمة للإقناع، سواء كانت زمانية أم مكانية نفسية أم جسدية، وتحسين الفرصة المناسبة لتحقيق ذلك، وحتى يستطيع القائم بالاتصال أن يحقق قدرته على الإقناع عليه أدراك ما يأتي:

– توفر حجج وأدلة تتسم بالوضوح وعدم التعقيد كي يمكن بوساطتها أدراك المعنى، والخضوع لسحر مضمونها. فالإقناع على وفق ما تقدم هو تأثير سليم ومقبول في القناعات لتغيرها كليًا أو جزئيًا عن طريق عرض الحقائق بأدلة مقبولة وواضحة. **(جاد،٢٠٠٣: ٢١)**

–تأثير الإقناع ينتج عن عمليات تفاعل بين طرفين (مرسل) و (مستقبل) عبر رموز لفظية أو غير لفظية مضمنة في رسالة ترمي إلى تحقيق استجابة.

– أن الحديث الاقناعي لا يقوم على المناقشات والتفسيرات الهادفة إلى تغيير رأي الآخر أو وجهة نظره بمعزل عن ملامسة عواطفه وتفعيل الجانب الإيحائي في الجذب فضلا عن تحفيز الجانب الاندفاعي عند الفرد. **(حجاب،٢٠٠٨: ٣٨)**

– إن مخاطبة العقل لا تلغي أهمية العواطف والمشاعر في تحقيق الإقناع؛ لكن من دون الانغماس المؤدي إلى أرباك للتفكير المنطقي اللازم لحدوث حالة الإقناع.

– إن الإقناع بالاستمالة من حيث المضمون وطبيعة التحقق وسرعته يتطلب جدالًا ونقاشًا عقليًا يحتاج إلى أدلة وبراهين منطقية ترضي التساؤلات الفعلية.

– ترتيب حاجات الإنسان من المهم إلى الأقل أهمية يُعين القائم بالجملة الاقناعية على تكوين اندفاعات لدى المتلقي، وتوجيهه نحو تقبل المضمون، ومن ثم رسم اتجاهه نحو الوجهة المطلوبة؛ لان تلك الاتجاهات تعتمد على إشباع الحاجة.**(جمال،٢٠٠٥: ٨٦)**

يوضح الفرق بين الحديث والحديث الاقناعي :((من عمل الباحثة))

الحديث	الحديث الاقناعي
الحديث يعني من طرف لاخر عمل الاقناع او من سوف اقناع	تبادل الكلام لغرض التأثير في الاخرين
الحديث إما ان يكون كاملاً، إذا فهم المستمع كلامه فهما تاماً،ورد عليه رداً علمياً، منطقيا، مقنع	الحديث يكون بهدف معين،من اجل تغير سلوكهم وتعديل أفكارهم بأساليب متنوعة.
قد يكون الحديث جزئياً إذا كان الفهم ناقصاً، وكان الرد ليس شافياً أو تضمن دعوة للإعادة او احتمل التأويل .	التأثير قد يكون مرة واحدة، أما الحديث فهو دائم ومستمر .
إن الحديث يركز على نقل المعلومة ببساطة	كل حديث اقناعي هو حديث، ولكن ليس كل حديث حديث اقناعي.
يحقق اهداف متنوعة وشاملة.	يحقق اهداف اقناعية.
اشمل من الحديث الاقناعي.	نوع من أنواع الحديث.

دور المعلم في الحديث الاقناعي

إن التغيرات الحاصلة في عمليتي التعليم والتعلم، ألقت بضلالها على الإشراف التربوي كونه جزء فعال في العملية التربوية والتعليمية، وفي ضوئها يكون التوجه الجديد له إعطاء أهمية كبيرة لدوره في المبدأ الحواري والحديث الإقناعي مع المعلمين، والابتعاد عن الحديث السلطوي معهم، ففي الحديث الإقناعي تتجسد الكلمة بلغة الآخرين، فهي تدخل في حوار نخاطب فيه المستمع ووعيه، فمخاطبة الوعزي الأيديولوجي للفرد يأتي فقط من خلال الحوار بالكلمة الإقناعية الموجهة للذات. إذ أن الحديث الإقناعي ليس له أي امتيازات وليس مدعوما بأي سلطة؛ وإن حاجة الفرد إلى الآخر ليساعده على إدراك كل ما في ذاته تعتبر مبررا كافيا للتأكيد على حاجة المدارس إلى مشرفين تربويين يساعدون المعلمين، لأن المعلمين هم بحاجة إلى ذلك يركز المشرف الحواري عامة على تعزيز وتحسين نوعية الحديث مع المعلم بدلا من التركيز على البيانات التي يجمعها في غرفة الصف. وبهذا الأسلوب تتوفر فرص أفضل لكل من المعلم والمشرف لمناقشة خبرتهما المشتركة في أثناء اللقاء البعدي. **(الدليمي، ٢٠١٦: ١٢٦)**

ترى الباحثة دور المعلم في الحديث الاقناعي دور أساسي وحيوي،إذ يهدف إلى اقناع الطلبة بفكرة معينة أو مفهوم جديد، ويعزز التفكير النقدي والتحليلي لديه أو تغير سلوك أو موقف الطلاب تجاه موضوع وأن يكون المعلم ناجحاً ينبغي ان يكون خبيراً في الموضوع، أو قادر على التواصل بفعالية،ويستعمل أمثلة واضحة ومقنعة، أو يخلق بيئة تعلم محفزة ومشجعة، ويكون مستعد للاستماع والرد.

دور المتعلم في الحديث الاقناعي:

ويمكن أن نجمل دور المتعلم في الحديث الإقناعي، بما يأتي:

١. تساعدهم على تبادل وجهات النظر فيما بينهم؛ مما يساعد على زيادة التواصل بينهم.
٢. تساهم للكشف عن معلوماتهم حول القضايا المطروحة من خلال اطروحاتهم عند الحديث.
٣. تجعلهم قادرين على صنع قراراتهم في مختلف جوانب حياتهم.
٤. تقييم أفكار الآخرين والتوصل إلى تفاهم مشترك معهم.
٥. تساعد على تعلم أساليب التفكير الحر، والاستماع والتعبير عن الرأي.
٦. تولد الرغبة في التفاهم واحترام الرأي والرأي الآخر عند الحديث.**(داخل،واخرون،٢٠٢٥: ١٣٧)**.

ترى الباحثة ان دور المتعلم هو دور فعال ونشط ومشارك وليس سلبياً، بل هو دور فاعل يتطلب الاستماع الفعال والتفكير النقدي، والمشاركة والبناءة من أجل فهم أفضل للموضوع، وتقييم مدى قوة الحجج المقدمة، وابداء الرأي المُستنير .

التوصيات:

٤.ان الاقناع نشاط أو مسار يمارسه الناس في اللقاءات المباشرة يشكل طريقا ثنائي الاتجاه، إذ يتمتع كل طرف بفرصة التأثير في الاخر.

٥.الإقناع في أمر ما ليس من الضروري أن يكون بنحو مباشر وموجهة لكلّ شخص بعينه، لأن ذلك قد يصعب تحقيقه دائمًا.

٦.إن المتعلمين يعتمدون على بعضهم، ويتصرفون بالكيفية التي تحقق التوافق والاقناع بينهم، فكل منهم عليه أن يجد الأساليب التي تجعل سلوكه المحقق لأهدافه مقبولاً من الآخرين.

٧.إن الاقناع الجيد فن يتقن بالممارسة فهو كالتناغم المنظم بينك وبين الشخص الذي تقنعه، ويتطلب هذا التنظيم فهم احتياجات الشخص الذي تقنعه ورغباته الحقيقة، وفهم معاييره في اتخاذ اجراء ما، وهذا الاجراء يتم من طريق الحديث (اي طريقة الصلة بين المتحدث والمستمع) .

٨.تتمثل مهارة الحديث الاقناعي في القدرة علي عرض وتقديم المعلومات والأفكار إلي الجماهير عرضاً جيداً ومرتبًا.

٩.إن مهارات الحديث الاقناعي توليفية؛ وتعد ومن ابرز المهارات التي يحتاج إليها الانسان في العديد من المواقف الحياتية، سواء في المجال الاجتماعي او المجال الاسرى، او المجال المهني.

١٠. مهارات الحديث الاقناعي مرتبط بالمواقف التي يتبناها الفرد في تحقيق مراميه الحياتية أو التعليمية، فتتباين أهمية المهارات مابين عالية المستوى ومتدنية، الا انها تندرج كلها في زيادة قدرات المتعلم في مواجههة المواقف الكلامية المحرجة

المصادر

القران الكريم

١.احمد العطيات، الاقناع ، ٢٠١٢

٢.بولحية سليم ، مجلة الاعلام والمجتمع المجلد ٠٦ العدد ٠١ جوان ،ادور الاتصال الاقناعي في تسويق المشاريع الخيرية٢٠٢٢

٣.ثائر عاشور ، ذكاء الاعمال ،٢٠٢٤

٤.جمال يوسف الهميلي، الابداع في مهارات الاقناع، المدينة المنورة ، ٢٠١٦

٥.خلود زين العابدين ، مدرب ولكن، ٢٠١٧

٦.رائد حسين عباس الملا، أساليب الاقناع، ٢٠١٤

٧.رقية شحاتة سليم ، مدرس البلاغة والنقد في كليات الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بسوهاج جامعة الازهر مصر ،بلاغة أساليب الاقناع في كبر الهمة للشيخ محمد الخضر٢٠٢٢

٨.سماء تركي داخل ، ونضال مزاحم العزاوي، زينب عادل عبد القادر ، المهارات اللغوية ٢٠٢٥، الاقناعية الطبعة الأولى.

٩.سناء محمد سليمان ، فن واداب الحوار بين الاصالة والمعاصر ٢٠١٣
١٠. سهير جاد ، وسائل الاعلام والاتصال الاقناعي ،٢٠٠٣
١١. شام عباس ، الاتصال الاقناعي ، جامعة دمشق ٢٠٢٣
١٢. شيماء الجمال ، عالم الوعي النفسي ، دار الكرامة ، ٢٠٢٢.
١٣. عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة رؤية معاصرة ٢٠١١، دار وائل الأردن عمان
١٤. عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة ، بغداد مكتبة المنار ١٩٨٠
١٥. علي فرجان ، مهارات المتحدث الإعلامي، ٢٠١٥
١٦. غانم فنجان موسى، استباق مقاومة الاقناع ، ٢٠١٤، عمان زمزم
١٧. غانم فنجان وفاطمة فالح، الإدارة في المنهج الإسلامي، عمان موسسة حمادة للنشر والتوزيع ٢٠٠٦
١٨. كيرت دبليو ومورنتيسين ، ذكاء الاقناع، ٢٠١١
١٩. المجلة البحوث العلمية العلاقات العامة، أساليب الاتصال الاقناعية العدد الثامن عشر – يولية/ ديسمبر ٢٠١٩
٢٠. محسن جلوب الكناني ،قنوات الجنس الفضائية ، ط الأولى، ٢٠١٨، دار امجد للنشر
٢١. محسن عبود كشكول، أساليب الاقناع الدعائي في الحملات الانتخابية (العين دار الكتاب الجامعي ٢٠١٥
٢٢. محمد الأمين بن مختار الشنقطي، منسك الامام الشنقطي، أضواء البيان في الايضاح ١٩٩٦
٢٣. محمد بابكر العوض ، الاتصال الدعوي أسسه المعرفية وتطبيقاتة المنهجية، ٢٠١٩
٢٤. محمد جهاد جمال، وسمير روحي فيصل، مهارات الاتصال في اللغة العربية ٢٠٠٥
٢٥. محمد معمر الشميري، علم النفس الإعلامي، صنعاء دار الكتاب الجامعي ٢٠٠٦
٢٦. مصطفى الدباغ ، كيف تقنع الاخرين بارائك وافكارك، عمان ٢٠٠٨
٢٧. مصطفى يوسف كافي، هندسة الحوار والاقناع عمان دار الحامد ٢٠١٥
٢٨. ملفين ديفلر وساندرا بول، ذكاء الاقناع، ١٩٩٨
٢٩. منى سعيد الحديدي وسلوى امام ، الاعلام والمجتمع (القاهرة الدار المصرية اللبنانية) ٢٠٠٦.
٣٠. نعمان صلاحي، سلسلة كتاب الامة العدد ١٢٧ ، الدوحة ٢٠٠٨، الاتصال الاقناعي ، ومجلة الاعجاز العلمي العدد ٩