



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

أسس ومهارات الإقناع

MKT124

محاضرة 1

الإقناع والتأثير

إعداد:

د. دعاء راضي

www.midocean.ae

موضوعات المحاضرة:

- ✓ مفهوم الإقناع
- ✓ الإقناع والتأثير
- ✓ علاقة الإقناع بالتأثير والسلوك الإنساني
- ✓ أنواع الإقناع
- ✓ الاتصال الإقناعي
- ✓ خاتمة : أهمية الإقناع

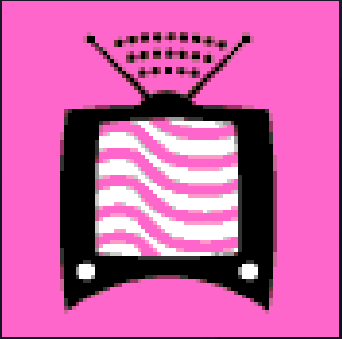


PERSUASION TECHNIQUES and the Media

تقنيات الإقناع والإعلام



Media وسائل

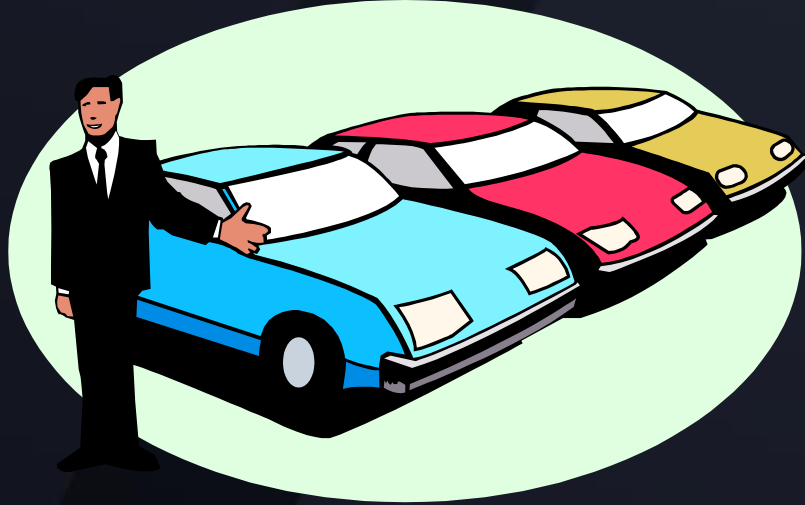


- <Plural of medium>
are means for
sending information to
large numbers of
people (mass media)

وسائل لإرسال المعلومات
إلى أعداد كبيرة من
الناس (وسائل الإعلام)

Loaded Words and Pictures

الكلمات والصور المحملة بالمعاني والمشاعر



The sporty new design of our cars will make you feel like a teenager again!

التصميم الرياضي الجديد لسياراتنا
سيجعلك تشعر وكأنك مرأهق مرة أخرى!

- Using words and pictures that appeal to the emotions, rather than using facts.

استخدام الكلمات
والصور التي تثير
المشاعر، بدلاً من
استخدام الحقائق.

الصورة IMAGE



- Buy this product and you will be cool like the people in the ad.

قم بشراء هذا المنتج وستكون
رائعًا مثل الأشخاص الموجودين
في الإعلان.

المرح FUN

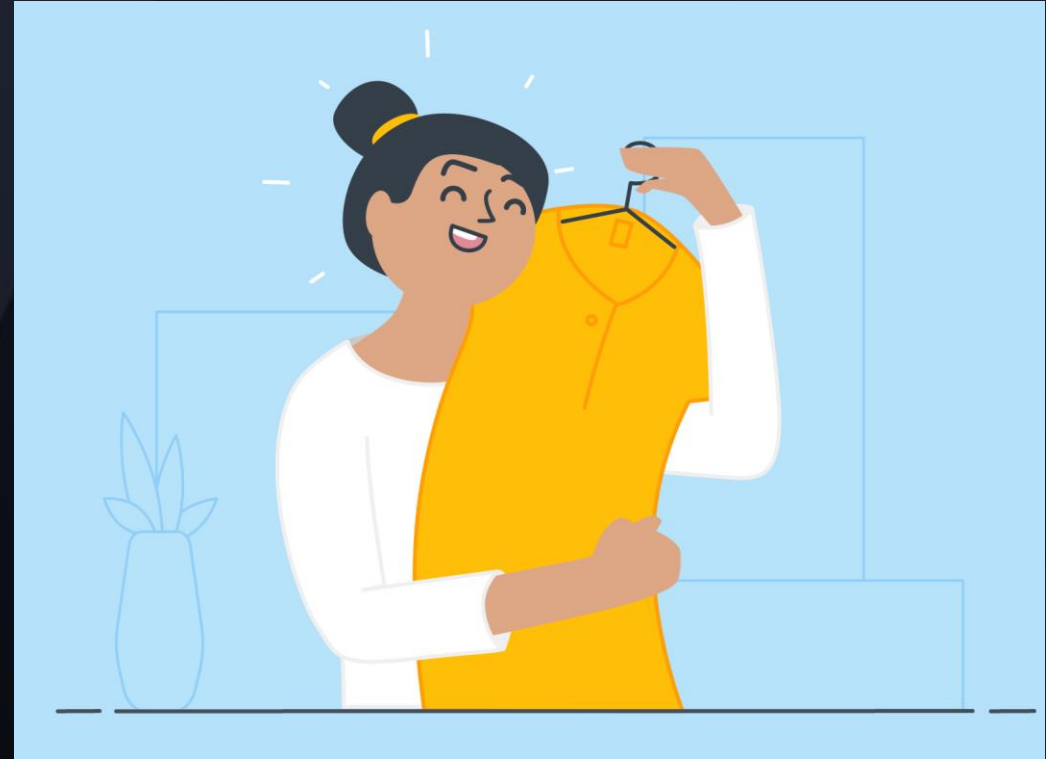
- Using this product makes your life more fun; buy it and enjoy life more.



استخدام هذا المنتج يجعل حياتك أكثر متعة؛ احصل عليه واستمتع بالحياة أكثر.

Romance

- Owning this product will make you more appealing.



امتلاك هذا المنتج سيجعلك أكثر جاذبية.

Name Calling

استدعاء الاسم



- The competing product is not as good as our product.



المنتج المنافس
ليس بجودة منتجنا.

Plain Folks Approach

- Regular people use it.
- الناس العاديين يستخدمونه.



شهادة Testimonial

- A person, sometimes famous, endorses a product.

يقوم شخص ما، مشهورًا
أحيانًا، بتأييد منتج ما.



Bandwagon

The bandwagon effect is the tendency for people to adopt certain behaviors, styles, or attitudes simply because others are doing so.

دور
المؤثرين



• Join the group; everyone is using it, so should you.

تأثير العربة: القفز على العربة
إنها ظاهرة نفسية
حيث يتبنى الناس
معتقدات الآخرين
وأفعالهم ببساطة بسبب الشعبية
أو الضغط الاجتماعي للتوافق.

العموميات غير المدعومة Unsupported Generalities

- Making bold claims or empty promises without supporting them with fact.

إطلاق
ادعاءات
جريئة أو
وعود فارغة
دون دعمها
بالحقائق.





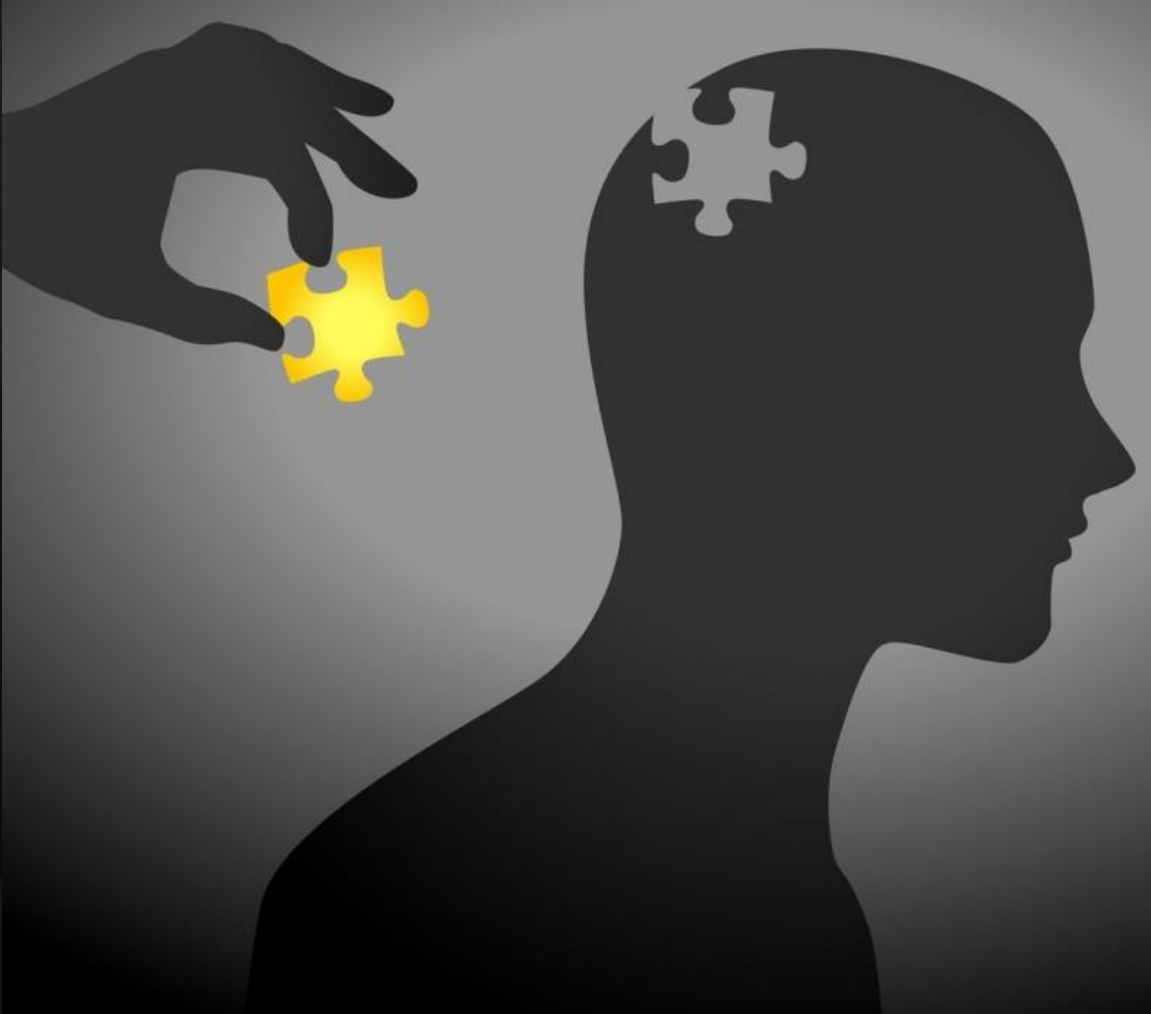
أساليب الإقناع

Persuasive Techniques



- ❖ Loaded Words & Pictures
- ❖ Image
- ❖ Fun
- ❖ Romance
- ❖ Name Calling
- ❖ Plain Folks Approach
- ❖ Testimonial
- ❖ Bandwagon
- ❖ Unsupported Generalities





مفهوم الإقناع

مفهوم الإقناع

القناعة

هي الرضا باليسير
من العطاء

- هو عملية تأثير على **القناعات** لتغييرها كيفاً أو كمّاً
- هو عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف.
- هو استخدام الإنسان للألفاظ والكلمات والإرشادات وكل ما يحمل معنى عامّاً لبناء الاتجاهات والتصرفات أو تغييرها .

مفهوم الإقناع

- إذن في الإقناع الصحيح يتم عرض الحقائق بأدلتها وشواهدا بطريقة عقلية سليمة خالية من التسلط والخداع والإغراء والاستعطاف، وقد يكون فيه شيء من التحفيز بالترغيب أو الترهيب بقدر مناسب.

مفهوم الإقناع

وسيلة

مرسل

- هو " الجهد المنظم المدروس الذي يستخدم وسائل مختلفة للتأثير على آراء الآخرين وأفكارهم بحيث يجعلهم يقبلون ويوافقون على وجهة النظر في موضوع معين ، وذلك من خلال المعرفة النفسية والاجتماعية لذلك الجمهور المستهدف "

هدف

مستقبل

رسالة

مفهوم الإقناع

- ونلاحظ من التعريف السابق أن **الجهد مدروس** ويقوم على **أسس ثابتة**، ولكن الأهم أن **الإقناع يهدف إلى التأثير** على **العقل والفكر** بهدف دفع الفرد أو الجمهور لتقبل وجهة نظرنا بينما **تهدف الدعاية** إلى التأثير بشكل مباشر على **عواطف ومشاعر** ذلك الجمهور.

مفهوم الإقناع

- تعريف مهارة الإقناع اصطلاحًا :
- بعد التفصيل في المحاضرة السابقة لمفهوم مفردتي (مهارات والإقناع) نجد أن مهارة الإقناع اصطلاحًا هي:

الجهد المنظم المدروس

«القدرة على أداء عمليات فكرية وشكلية، الهدف منها إحداث تأثير معين في الفرد أو الجمهور لتشكيل الاتجاهات والتصرفات أو تغييرها».

مفهوم الإقناع

- نلاحظ من خلال التعريف السابق وجود **مرتكزات لعملية الإقناع** هي:

المهارة

○ 1- **القدرة على الأداء**: **التمكن** من العمل المطلوب، وإتقانه بحرفية وبمستوى عال من **الدقة**، وبأقل **جهد** و**وقت** ممكن وبشكل يحقق الإنتاجية المطلوبة.

مفهوم الإقناع

- نلاحظ من خلال التعريف السابق وجود **مرتكزات لعملية الإقناع** هي:

مهارات التفكير الدنيا
وبعضها متوسطة وعليا

○ 2- **وجود العمليات الفكرية:** ويشمل أغلب العمليات العقلية من

تخيل وتذكر وتصور، والفهم والاستدلال والتعليل والتصميم

والتخطيط والنقد و..و..





تصنيف بلوم الرقمي

@smalkalbani

الأنشطة باستخدام الأدوات الرقمية

يتعلق الابتكار بتجميع العناصر معًا لتشكيل وحدة وظيفية، وإعادة تنظيم العناصر في نمط جديد عن طريق التخطيط أو الإنتاج

الابتكار



التدوين



التصوير



البث



التوجيه

يعني التقييم إصدار أحكام تستند إلى معايير ومعايير من خلال التدقيق والنقد

التقويم



الرصد



الاختبار



النشر



التعديل

@smalkalbani

تقسيم المواد أو المفاهيم إلى أجزاء ، وتحديد كيفية ارتباط الأجزاء ببعضها البعض أو مع هيكل أو غرض شامل

التحليل



خرائط ذهنية



الفحص



الربط



التحقق

يشير إلى المواقف التي يتم فيها استخدام المواد المكتسبة من خلال النماذج والرسوم البيانية والعروض التقديمية والمحاكاة

التطبيق



حساب



تمثيل بياني



تحرير



تحميل

يدور الإدراك حول بناء المعنى من أنواع مختلفة من الوظائف سواء كانت مكتوبة أو رسومية

الفهم



التلخيص



التغريد



وضع العلامات



الاشتراك

استخدام الذاكرة لإنتاج تعريفات أو حقائق أو استعادة المواد

التذكر



ارتباطات خاصة



النسخ



التحديد



الاسترجاع

مهارات
التفكير العليا

مهارات
التفكير الدنيا

مفهوم الإقناع

- نلاحظ من خلال التعريف السابق وجود **مرتكزات لعملية الإقناع** هي:

مهارات التفكير العليا

○ 3- **العمليات الشكلية:** يؤدي الفرد فيها تفكيراً فرضياً واحتمالياً

يبتكر ويبدع ويركب، يُعمل النسب والتناسب والمنطق المترابط،

ويمكنه أن يقيم عمليات تفكيره.

مفهوم الإقناع

- الإقناع اصطلاحاً :
- نلاحظ من خلال التعريف السابق وجود **مرتكزات لعملية الإقناع** هي:

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

الهدف

مفهوم الإقناع

● الإقناع اصطلاحًا :

● نلاحظ من خلال التعريف السابق وجود **مرتكزات لعملية الإقناع** هي:

○ **5- تشكيل توجه أو تصرف:** حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه

العملية، والتي تتفق مع الهدف المحدد لعملية الإقناع.

التأثير

● هذه المرتكزات هي أركان لا بد منها لنجاح عملية الإقناع وحدث الاستجابة وتشكيل التوجه المطلوب وتحقيق الغاية المستهدفة.



الإقناع والتأثير

الإقناع والتأثير

مرسل ومستقبل (شخص مؤثر وشخص متأثر)

- **ويعد الإقناع والتأثير** ممارسة بين **طرفين** أحدها يريد التأثير في الآخر، ولما كانت هذه الممارسة أمراً قائماً في الحياة البشرية منذ نشأتها وعلى اختلاف أماكن وجودها وتنوعها، وفي مختلف أطرها وتركيباتها الاجتماعية، فإن الاهتمام به جاء على قدر ذلك إذ **نلاحظ تناوله في علوم وتخصصات متعددة.**

الإقناع والتأثير

- وبالنظر المتأني إلى بعض الاهتمامات العلمية والبحثية في أساليب الإقناع والتأثير وممارساته، فإننا نجد أن الخلفيات

الفكرية

والعقدية

والثقافية

ما قد يؤثر في بلد ما، قد لا يؤثر في بلدٍ أخرى

تؤثر تأثيرًا بالغًا في ذلك.

مفهوم التأثير

• التأثير أعم من الإقناع

إذ هو في اللغة: إبقاء الأثر في الشيء ،

وأثر في الشيء ترك فيه أثرًا .

• التأثير : هو عبارة عن إضافة حالة نفسية للمتلقي تكون ناتجة عن إضافة أفكار

جديدة لديه، تسهم بشكل أساسي في تغيير سلوكه في اتجاه معين

مفهوم التأثير

- يجب أن نعلم أن نتيجة التأثير يحدث الانفعال في العقل والقلب وتحرك المشاعر والعواطف وتتم عملية الاستجابة التي تُقرأ من خلال السلوك الناتج، وهنا نلاحظ أن **القبول أقرب للإقناع لكن الانفعال قد يكون موافقة للمؤثر** وقد يكون بعكسه هذا يدل على أن الإقناع لا بد له من التأثير لتحقيق الغاية المطلوبة من كامل عملية الإقناع.

إقناع = رضا + قبول

+

تأثير = تأثر + انفعال

=

استجابة وتوجيه السلوك نحو غاية



علاقة الإقناع بالتأثير والسلوك الإنساني

الصلة بين الإقناع والتأثير

□ يشكل **الإقناع** ركيزة هامة من ركائز العمل، إذ أنه **يهدف إلى التأثير في تكوين الرأي العام وتغيير المعتقد والموقف والسلوك لدى الآخرين.**

□ ولابد من الإشارة هنا إلى أن الإقناع يتلخص في استطاعة الفرد أو المجموعة تغيير معتقد إنسان أو جمهور ما **تجاه قضية معينة** أو تنظيم أو شخص محدد، وعندها سيتغير موقف المتلقي ومن ثم سلوكه لتصب كل تصرفاته في الأهداف المرسومة له وفق الغايات المنشودة.

مثال: حملات تنظيم الأسرة والانتخابات

الصلة بين الإقناع والتأثير

- محل الإقناع يكون في الفكر والعاطفة (القبول، الرضا، الاطمئنان)، أما محل التأثير ففي الغالب في السلوك يلحظ (الإتيان أو الترك) .
- قد يؤدي الإقناع والقناعة إلى التأثير، فاقتناع المدخن بضرر التدخين وخطره الصحي والاقتصادي قد يكون سبباً .
- قد يتسبب التأثير / الانفعال في حصول قناعة ما، فروية حادث سيارة تتسبب في الشعور بأهمية ضبط السرعة والقناعة بضرورة تخفيفها.

الصلة بين الإقناع والتأثير

□ قد يحصل **تأثير سلوكي** بالإتيان أو الترك دون إقناع أو قناعة مثلاً فرض التغيير على الآخر **بالإكراه**، فقد يترك إنسان ما أمراً لخوفه من العقوبة، وفي أي فرصة يأمن فيها يأتيه، وهنا تأكيد على **أهمية التأثير المرتبط بالإقناع** لأنها أبقى وأرسخ حتى لو زالت أو غابت المؤثرات الدافعة أو المانعة.

الصلة بين الإقناع والتأثير

يحدث تأثير عكس الهدف الذي تم التخطيط له
مثل شراء منتج فيحدث مقاطعة

□ قد يراد بالتأثير حصول قناعة، فيحصل **التأثير العكسي للمقصود الأصلي**، فالضغط غير المنضبط لإتيان مأمور أو ترك منهي مع عدم سلوك سبل الإقناع في ذلك قد يؤدي إلى عكس المراد، مثاله دفع الطالب إلى التعليم في المدارس أو غيرها بالضرب والإيذاء قد يؤدي بالطالب إلى الترك، والإعراض مع أهمية الأمر وقيمته لذلك كله جاء الربط بين الإقناع والتأثير.

الإقناع فكر وتأثير

□ مما سبق تبين أن الإقناع هو عمليات فكرية وشكلية، يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر وإخضاعه لفكره ورأيه من خلال مناشدة العقل أو العاطفة أو الأخلاق حيث يعتبر أكثر الناس أن مناشدة العقل هي المعيار الذهني للإقناع، فشعورنا يكون أفضل تجاه القرار الذي يمكن أن نقول عنه "هذا معقول"، وكثيراً من الأحيان ما تكون مناشدة العقل هي الأقوى والأكثر إقناعاً.



أنواع الإقناع

□ أنواع الإقناع : يأخذ الإقناع شكلين واضحين فهو إما يكون إقناعاً مباشراً أو إقناعاً غير مباشر.

□ الإقناع المباشر

□ الإقناع غير المباشر

- 1- الإقناع المباشر: الذي يخاطب الفرد أو الجمهور بشكل تلقائي دون مداراة مما يستثير دفعات المتلقي ويؤدي تصلباً ومقاومة نفسية ينتج عنها عدم قبول وجهة النظر
- 2- الإقناع غير المباشر: ويكون في العادة متوارياً وذكياً يدفع المتلقي إلى استنتاج الأمور بنفسه وبالتالي إلى اتخاذ القرارات براحة نفسية ورضا تام .

□ الإقناع المنطقي / الإقناع المباشر

- يخاطب العقل المفكر .. "الواعي"
- يعتمد على الأدلة والحجج المنطقية
- يواجه مقاومة عالية من العقل عند الإقناع

□ الإقناع النفسي / الإقناع الغير مباشر:

- يخاطب العقل الباطن .. "اللاواعي"
- يعتمد على حركات وألفاظ إيحائية لزرع الأفكار داخل العقل
- لا يواجه مقاومة عند إقناع العقل أو تكون المقاومة ضعيفة

المباشر

1. الإقناع (المنطقي)

- يخاطب العقل المفكر .. " الواعي "
- يعتمد على الأدلة والحجج المنطقية
- يواجه مقاومة عالية من العقل عند الإقناع

تلخيص

ولذلك فهو ..
أخطر أنواع الإقناع

2. الإقناع (النفسي) غير المباشر

- يخاطب العقل الباطن .. " اللاواعي "
- يعتمد على حركات وألفاظ إيحائية لزرع الأفكار داخل العقل
- لا يواجه مقاومة في إقناع العقل .. أو تكون المقاومة ضعيفة

يستخدم للسيطرة على الشعوب والجماعات
كما يستخدم في الإعلان والبيع والجلسات العلاجية



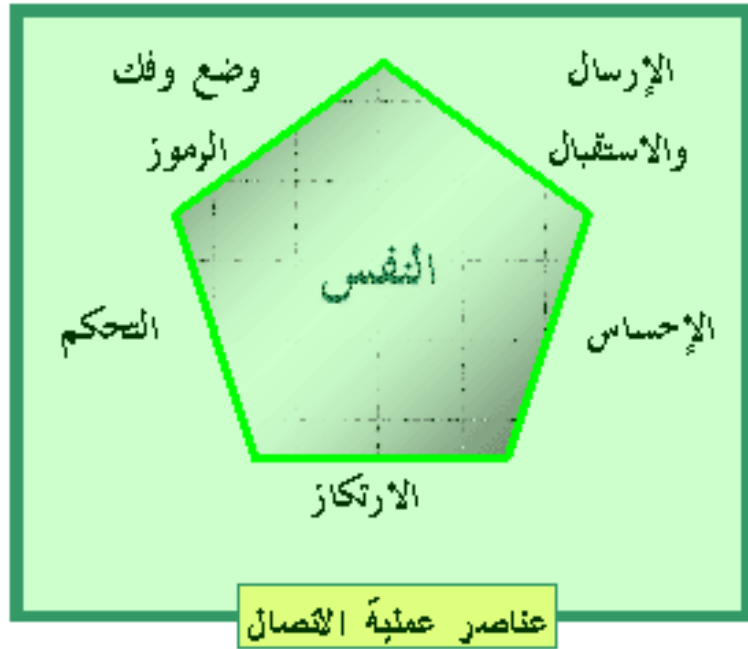
الاتصال الإقناعي

• عملية الاتصال :

- إن أي تفاعل بين أي شخصين أو جهتين مختلفتين يعتبر بالدرجة الأولى اتصالاً ، وهذا الاتصال يتم من أجل إيصال المعلومات، تغيير المواقف والأساليب، أو تحريك الأطراف الأخرى لتلبية حاجة ما أو تنفيذ أمر معين.

عملية الاتصال :

• وهناك العديد من التقسيمات التي تحتويها عملية الاتصال، وتتكون من العناصر التالية :



- الإرسال والاستقبال : الفهم ، الإدراك ، والوعي .
- وضع وفك الرموز : التفكير ، والتحليل .
- الإحساس : المشاعر ، والعواطف .
- التحكم : الإرادة ، اتخاذ القرارات .
- جهاز الارتكاز : الجسم .

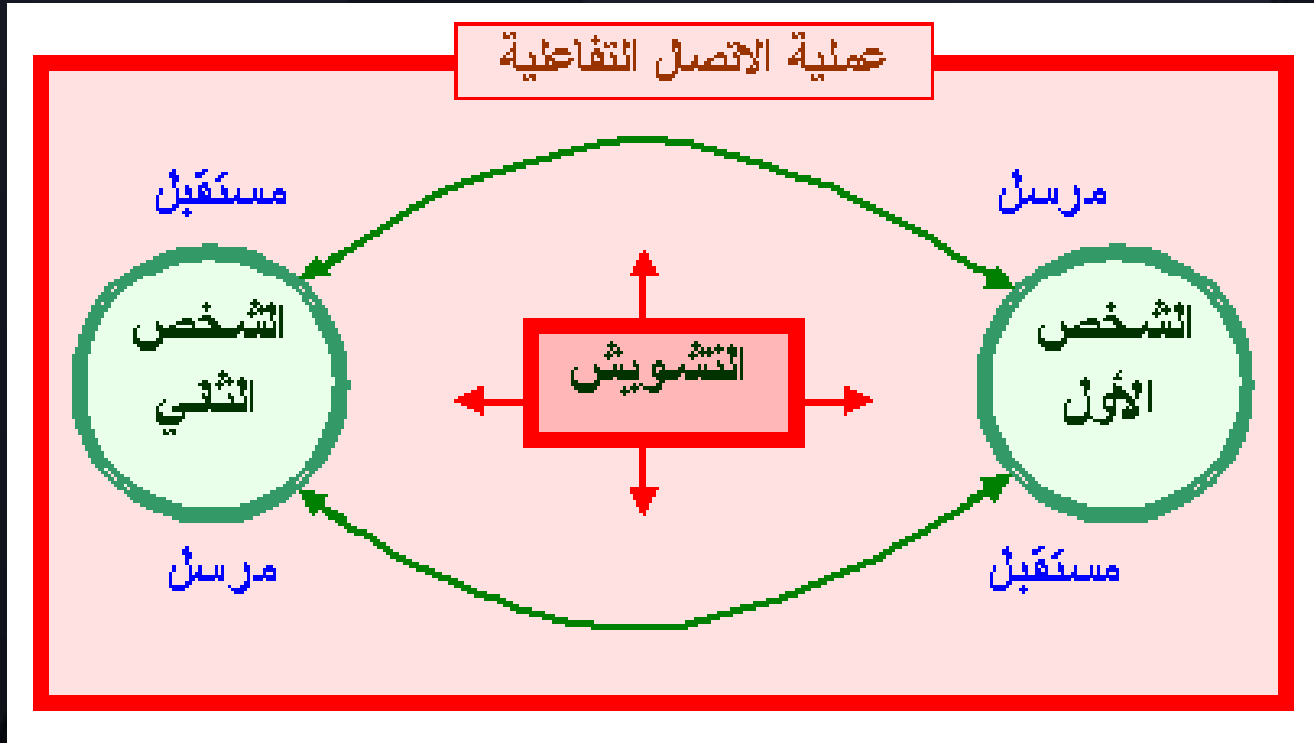
الاتصال اللفظي
وغير اللفظي

عملية الاتصال :

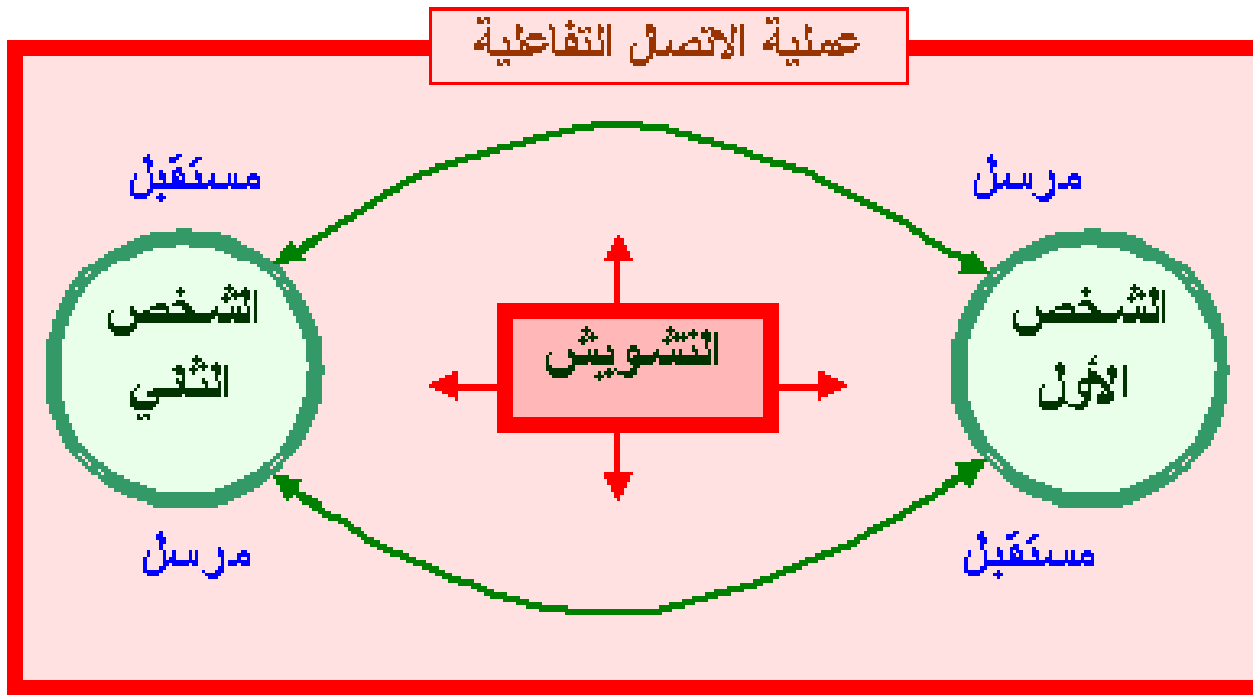
• وباعتبار الاتصال عملية إنسانية بحتة تعتمد على النفس البشرية فكل ذلك جميع مكونات هذه العملية تتم من خلال العناصر المادية للجسد البشري، والتي تتفاعل مع هذه النفس فيتم الإرسال عبر الكلمات ، العيون ، والحركات . ويتم الاستقبال عبر السمع ، النظر ، والإحساس . ويتم تحليل هذه العوامل عبر المفاهيم والأفكار وتحليل **المعاني الماورائية** في عملية الإرسال ، وبالتالي التحكم فيه حسب القرارات التي تتوافق مع المشاعر والعواطف ، مرتكزة جميعاً على العوامل المادية في الجسد ومعمدة على الروح في إضفاء الراحة والطمأنينة للقرارات المتخذة .

المعاني الضمنية

• كما أن عملية الاتصال يمكن أن تكون وبشكل أساسي عملية تفاعلية ؛ فالمرسل يصبح مستقبلاً ، والمستقبل يصبح مرسلًا ، وبالتالي تنشأ تفاعلات أكثر تعقيداً لهذه العملية مما يجعل خطواتها تحتاج إلى درجة أكبر من اليقظة والانتباه حتى يتم تجنب دخول أي عمليات تشويش ، سواء أكانت مقصودة أو غير مقصودة ، والشكل التالي يوضح عملية الاتصال حسب هذا الأسلوب :



• وهكذا فإن على الشخص الذي يرغب بإقناع الآخرين بأفكاره إعداد نفسه للرسائل المرتدة التي يمكن أن تصل إليه من الأشخاص الذين يتفاعل معهم حتى يتمكن من تحليلها بشكل أفضل ، وبالتالي حصوله على درجة أعلى من الوضوح لأفكاره ، وإقناع الآخرين بصورة أقرب إلى الكمال من خلال تلبية متطلباتهم وخصوصاً المعنوية منها .



تأثير العربة Bandwagon effect

قامت الباحثة الاجتماعية "كاتلين ريدون" بدراسة حول الإقناع وأهميته، فأشارت إلى حقيقة اجتماعية وهي أن الناس يعتمدون على بعضهم ويتصرفون بالكيفية التي توافق بينهم فكل منهم عليه أن يجد الأساليب التي تجعل سلوكه المحقق لأهدافه مقبولاً من الآخرين ، ذلك لأن أنماط الحياة تؤكد على أن الناس كائنات اجتماعية ، فهم في حاجة أن يكونوا في صحبة الآخرين، وأن يكونوا مقبولين منهم وهذه الحاجة التي يشعرون بها لا يمكن تحقيقها إذا جاء سلوكهم معارضاً مع أهداف الآخرين، وهنا يأتي الإقناع كأسلوب يحاول به الناس أن يغيروا سلوك الآخرين .

- ونخلص مما سبق إلى أن توفر عنصر الإقناع والاقناع من الأهمية بمكان في جميع أمور الحياة المختلفة سواءً المتعلقة بالفرد أو المجتمع .
- إن عمليات الإقناع بين الناس تحتاج لمزيد من الدراسة والبحث المستفيض، وتحتاج إلى تقديمها بأسلوب علمي أكاديمي، فيستفيد منها أصحاب الفكر وحملة مشاعل المعرفة والدعاة المخلصون.

موضوعات المحاضرة:

- ✓ مفهوم الإقناع
- ✓ الإقناع والتأثير
- ✓ علاقة الإقناع بالتأثير والسلوك الإنساني
- ✓ أنواع الإقناع
- ✓ الاتصال الإقناعي
- ✓ خاتمة : أهمية الإقناع



- الشعار، محمد راتب. (2020). "مهارات الإقناع بالوسائل الإلكترونية". الجامعة الافتراضية السورية، سوريا. متاح على الرابط <https://pedia.svuonline.org/course/view.php?id=531&lang=ar>
- ابراهيم الحميدان (2005). *الإقناع والتأثير "دراسة تأصيلية دعوية"*, (بحث منشور), مجلة جامعة الإمام , العدد 49, جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية , الرياض , السعودية, ص 242
- علي رزق (1994). *نظريات في أساليب الإقناع دراسة مقارنة* , ط1 , دار الصفوة للطباعة والنشر والتوزيع , بيروت , لبنان.
- فاطمة يحيى عثمان شهاب (2017), *درجة ممارسة القادة الأكاديميين في جامعة اليرموك لمهارتي التأثير والإقناع لدى أعضاء هيئة التدريس من وجهة نظرهم* , كلية التربية , جامعة اليرموك , إربد , الأردن , ص 8.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

