

التناشز المعرفي

Cognitive Dissonance

كلية الاداب/بغداد

أ.د. عبدالغفار القيسي

٢١/٥/٢٠١٩

لماذا يزداد إيمان الناس
بمعتقداتها حتى بعد ظهور
أدلة قوية تفنّد حجّتهم وتهدم
مصادقيتها.

الشخص يتذكر ما يؤيد رأيه
ومعتقداته وينسى ما يناقضها

أسست دورثي وهي هذه الطائفة ربّة منزل أسست هذه الطائفة وهيأحد الجماعات الدينية الصغيرة cult التي تؤمن بالتواصل مع الكائنات الفضائية، ومقرّها الولايات المتحدة الأمريكية.

- لقد ادّعت دورثي أنها تلقت رسائل سماوية من كائنات فضائية أسمتهم "الحرّاس" يسكنون كوكب كلاريون Clarion ، تفيد بأنّ فيضانات ضخمة ستدمّر العالم في يوم ٢١ ديسمبر ١٩٥٤ . واستعداداً لنهاية العالم ترك العديد من أعضاء الجماعة الدينية وظائفهم وتخلّصوا من ممتلكاتهم، وظلّوا شهوّرًا يصلّون ويرفعون أيديهم بالدعاء.
- وأتى اليوم الموعود ولم تقم القيامة ولم يحدث أيّ شيء غير معتاد على الإطلاق، وخرجت "دورثي مارتن" على الناس ترفع رايات النصر لتعلن أنّ العالم قد نجا من هذه الكارثة بسبب "قوى الخير والنور" التي نشرها أعضاء جماعتها في جميع أنحاء العالم بصلواتهم وتبتّلهم، وبدلاً من أن يتخلّى أفراد الجماعة عن معتقداتهم بسبب الضربة الماحقة في مصداقيتها، أصبحوا أكثر إيماناً، بل وازداد حماسهم في التبشير بها

عرفه فستنجر (1957): " هي حالة تتضمن انشغال

الفرد ذهنياً بموضوعين أو معتقدين أو فكرتين،

تحتلان الأهمية نفسها بيد أنهما متناقضتان في

طبيعتها".

نظرية التناشز المعرفي لليون فستنجر THEORY dissonance cognitive

قال الباحث فستنجر (1957) " أن تواجد التناشز المعرفي يخلق لدى الإنسان نوعا من الانزعاج النفسي مما يدفع الفرد بأن يسعى إلى تقليل التناشز، مما يقود إلى تفادي المعلومات التي قد تؤدي إلى رفع مستوى التناشز المعرفي لدى الشخص. وكلما ازدادت حدة التناشز، كلما ازدادت الحاجة إلى خفض مستوى التناشز".

وأكد " ان التناشز المعرفي هي ظاهرة الإحساس بالانزعاج، القلق، أو عدم الارتياح النفسية التي ترافق تعرض الفرد لمعلومات جديدة تتعارض والمعلومات القديمة التي يمتلكها هذا الفرد أو الثوابت العلمية أو الثقافية أو الروحية .. الخ المتركزة في فهم هذا الفرد أو في اعتقاده أو أيمانه". (شوكت، 2016، ص)

- تسمى هذه الظاهرة التناشز المعرفي (Cognitive dissonance) في علم النفس، وهي حالة من التوتر أو الإجهاد العقلي أو عدم الراحة التي يعاني منها الفرد الذي يتبنى اثنين أو أكثر من المعتقدات أو الأفكار أو القيم المتناقضة في نفس الوقت، أو يقوم بسلوك يتعارض مع معتقداته وأفكاره وقيمه، أو يواجه بمعلومات جديدة تتعارض مع المعتقدات والأفكار والقيم الموجودة لديه.

- والنظرية، كما قدّمها فستنغر، تقول بأن أزواج المدركات قد تكون ذات علاقة أو غير مؤثرة بالنسبة إلى بعضها البعض. فإذا ما كان هناك فهمادو علاقة، فهما إمّا متّفقان أو مختلفان (متنافران). وهما يكونان متّفقان إذا ما كان أحدها ينبع من الآخر ..

والتخلّص من أثقال التناشز المعرفي لدى الأفراد يمكن أن يكون عبر أكثر من وسيلة. فمن الممكن للفرد مثلاً أن يضيف الى المعرفة المتوافقة لديه، أو يزيل المعرفة المتناقضة التي تسبب له الضيق، أو لأن يستبدل المعرفة المتنافرة بمعارف متوافقة، أو أن يضيف أهمية خاصة على المعارف المتوافقة لكي يجعلها أكثر أهمية من المعرفة المتنافرة

الانحياز التوكيدي

- **يُصاحب التنافر المعرفي سلوك أو تفكيراً متغيراً الانحياز التأكيدى بوصفه أحد وسائل التغلب على حالة الضغوط النفسية التى يشعر بها الفرد عندما تملكه أفكار متناقضة أو يتناقض سلوكه مع معتقداته.**
- **ونقص بالانحياز التأكيدى الميل للبحث عن، وتفسير، وتذكُّر المعلومات بطريقة تتوافق مع معتقدات وافتراضات الفرد عن موضوع ما، بينما يتجاهل المعلومات المناقضة لأفكاره. ويُعرَف الانحياز التأكيدى بأنه ميل الشخص إلى تفضيل المعلومات التى تؤيد معتقداته أو افتراضاته.**

- يُظهر الأشخاص هذا الانحياز عندما يجمعون أو يتذكرون المعلومات بشكل انتقائي، أو عندما يفسّرون هذه المعلومات بطريقة منحازة. يميل الأشخاص أيضًا إلى تفسير الأدلة الغامضة بشكل يدعم موقفهم الراهن.
- وكلما ازدادت المعلومات التي تؤيد معتقد هذا الشخص كلما اشتدّ تمسّكه بهذا المعتقد، فقد تصبح بعض المعتقدات جزءًا من شخصية صاحب المعتقد، ولذلك يبتعد عن أية معلومات تتعارض مع هذا المعتقد، ومن ثمّ لا يستطيع هذا الشخص أن يتخلص من هذا المعتقد بدون أيّ أضرار لشخصيته

العوامل المؤثرة في التناشز المعرفي

1- حجم المعلومات المتناشزة في الموضوع : كلما زاد حجم المعلومات كلما تطلبت حجما اكبر من المعرفة لفهم حالة التناشز وتصبح مفهومة بدلا من ان كانت غير مقصودة او غير مفهومة.

2- ثقافة الفرد ومستوى تعليمه : كلما زادت ثقافة الفرد ومستوى تعليمه كلما زادت لديه حالات التناشز المعرفي ، لان لديه مخزونا يواجهه باتخاذ موقف تجاه القضايا اما القبول او الرفض او المهادنة ، وهذا يجعله امام بدائل وهناك حاجة لاختبار البدائل للقبول او الرفض.

3- الحالة العقائدية الدينية او الحزبية : ان العقيدة التي يطورها او الحزب وموقفه من القضايا يجعله يحدد المسافة بينه وبينها اذا كانت بعيدة جدا ، او متوسطة ، او قريبة ، وهذا يحدد مدى العمل الوظيفي الذي ينبغي بذله للوصول الى حالة التالف.

4- حدة التناشز وقوته : كلما كان الصراع الذي يواجهه الفرد قويا ، فانه يدفعه الى تحليل العناصر، واستبعاد بعضها، والمناقشة الطويلة مع نفسه او الاخرين للوصول الى قرار.

5- تأريخ الفرد و اسلوبه في التعامل مع القضية : ان لكل فرد تاريخا للتعامل مع هذه القضية ، وان هذا التاريخ يسيطر عليه ويبرر له نمط المعالجة الذهنية المستخدمة ، ويستمر في استخدامها بوصفها طريقة مريحة للعمل.

6- الدافعية : اذا كان الدافع بناء وحضارياً فانه يوصل الى افكار إبداعية ،اما اذا كان تدميريا فانه يوصل الى الرفض والعناد والعدوان. (قطامي، 2012، ص33)

وقد حدد ليون فستنجر اسباب التناثر المعرفي الذي يتعرض لها الفرد يوميا في حياته الاجتماعية، في مجموعة من العناصر نورها في النقاط التالية:

1. وجود تعارض او عدم اتفاق بين العناصر المعرفية لدى الفرد القديمة والجديدة.

2. الانماط الثقافية الشعبية التي يقبلها الناس دون نقاش ، وتعارضها مع ما يراه الفرد انه منطقي او مفيد.

3. عمومية الراي العام ، الذي يفترض طريقة معينة في التفكير او في الحياة الاجتماعية العامة او كيفية السلوك اجتماعيا او سياسيا ، وتعارضهما مع مواقف الفرد الخاصة او ارادته في التصرف بشكل مستقل عما يعتقده الراي العام.

4. التجربة السابقة للفرد التي ثبتت افكارا معينة او موقفا او احكاما نحو موضوعات او قضايا معينة ، اثبتت معلومات جديدة انها غير صحيحة او قديمة او انها لا تناسب متطلبات الموقف التفاعلي الجديد (مصباح ، 2011 ، ص 129)

ويظهر الاتساز في حالات ثلاث وهي: —

اتخاذ القرار: إن تخيير الإنسان بين شيئين يضطره إلى ترك بديل واحد بالضرورة، لكن بعد اتخاذ القرار يرى بعض الخصائص الجيدة في البديل المتروك، و للقضاء على هذا التعارض أو التقليل من حدته أمام الفرد حلين، الأول يحتم عليه إقناع نفسه بأن البديل المتروك غير جذاب وأن خصائص البديل المختار لا تملك قوة التأثير في قراره... أما الثاني فيلجأ فيه إلى تبرير اختياره من خلال إعطاء مجموعة من العوامل التي تؤيده كالمبالغة في وصف خصائص البديل المختار.

: وتتنبأ نظرية التنافر ان اشباع الفرد ورضاءه عن قرار يتصاعد كلما زاد احد العوامل الآتية

- 1 أهمية القرار.

- 2 الآثار الجانبية للقرار.

- 3 الفروق بين البدائل التي يجب على الفرد ان يختار من بينها عند اتخاذ قراره

تأثيرات الكذب: يظهر التعارض هنا إذا أقدم الفرد على القيام بما يخالف العناصر والمواقف التي يؤمن بها وتتوقف قوة التناشز على عنصرين، الأول كلما تعارض قوله وقراره مع اعتقاده الشخصي كلما زاد التناشز بينما في الثاني تقل قوة التناشز كلما سعى الفرد إلى تبرير رغم معارضته الداخلية لها.

تأثيرات الإغراء: في هذه الحالة يظهر لدى الفرد ميولا داخليا للحصول أو فعل شيء يخالف اعتقاده، تتعدد هنا أسباب النفور كأن يكون بعيد المنال أو مخالفة صريحة لمعتقداته أو غير مشروع أو يورطه في مشاكلات لا نهاية له. (Festinger, 1957, P66)

ويحدث التناشز المعرفي عندما:—

1. يكون ثمة عدم اتساق بين الجوانب المعرفية للفرد او بين معارفه ومعتقداته، أو بين معارفه ومعتقداته. وعلى سبيل المثال: يحدث لدى الفرد حالة التناشز عندما يتبنى اتجاهًا سياسيًا معيناً ثم يتصرف خلافاً له أو انه يؤمن بقضية معينة، إلا أنه يتخلى عنها بالاكراه و القسر، اذ أن عدم الاتساق قد يتسبب بحدوث التناشز.

2. نتصرف بطريقة تتعارض مع الاعراف الثقافية وبطبيعة الحال ، ان التطابق مع الاعراف الثقافية يشعر الفرد بالارتياح وينأى به عن الأحساس بالتناشز، غير ان مخالفة هذه الاعراف قد تجعله مثار سخرية وتهكم الآخرين، لذا يحرص الفرد كل الحرص على التطابق معها وعدم الخروج عليها، وبقصد الايضاح نسوق المثال الآتي: " أن أحد الافراد أرتدى زياً مخالفاً للأزياء المألوفة في الثقافة وظهر به للملأ!!!".

3. يصدر عن الفرد نمطاً سلوكياً يتعارض مع الاتجاهات التي يحملها، وعلى سبيل المثال: "الايمان بان المرأة لابد من ان تواصل تعليمها من أجل الحصول على أعلى الشهادات، ثم يتصرف بعد ذلك مع زوجته بطريقة تتعارض مع اتجاهاته التي يحملها".

4. نتعرض لمعلومات تكون متناقضة مع خبراتنا الماضية. وللتدليل على ذلك، قد يجد الفرد نفسه أمام موقف ينطوي على صراع، ففي وقت مضى من ايام الطفولة، كان يسمع من والده وجده وبعض الكبار، ان البيوت القديمة تسكن فيها الجن والشياطين، وما ان يحاول السكن بأحدها، حتى يستثار قلقه، خشية ان تظهر له ليلاً". وهنا ان جوانبه المعرفية تصبح في حالة من عدم الاتساق..

المصادر

- حسن، محمود شمال (2001). سيكولوجية الفرد في المجتمع، ط1، دار الافاق العربية، القاهرة.
- شوكت، رنا رفعت (2016). التنافر المعرفي لدى طلبة كلية التربية الاساسية، مجلة كلية التربية الاساسية، المجلد 22 ، العدد 93، الجامعة المستنصرية.
- قطامي ، يوسف (2012). نظرية التنافر والعجز والتغيير المعرفي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن.
- مصباح، عامر (2011). علم النفس الاجتماعي في السياسية والاعلام، دار الكتاب الحديث، الجزائر.

Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. Evanston, IL: Row, Peterso.

Festinger, Leon. 1954. A theory of social comparison processes. Hum. Relations 7:117–

4Gensen , a . r. (1980) biasin mental testing London:Methuen.company.

Leon Festinger, Henry W. Riecken, & Stanley Schachter, When Prophecy Fails: A Social and Psychological Study of a Modern Group that Predicted the End of the World (University of Minnesota Press; 1956.

سريه الصديق الصوري.

أ.د. عبدالغفار القيسي

٢٠١٩

كلية الآداب / بغداد

ما هو التطابق

- ▶ مصطلح التطابق ، الذي يستخدم بنشاط في مختلف العلوم ، نشأ من **congruens** اللاتينية ، وهو ما يعني صدفة ، متناسبة ، كما يعني الاتساق والمراسلات.
- ▶ في علم النفس ، يعني التطابق تناظر المظاهر الخارجية إلى المشاعر الداخلية للشخصية.
- ▶ التطابق في علم النفس هو سلوك الشخص ، الذي يعبر عن حالته العاطفية الداخلية وجاذبيته ، ويحمل تجربة نزاهة ، مد طاقة قوية ، شعور بالراحة. ويتجلى ذلك من خلال ردود الفعل غير اللفظية: اتساق الأعمال وتعابير الوجه والكلمات والتغويلات والحركات ومراسلاتها مع الموقف.

مقدمة

- ▶ في عام ١٩٥٥ نشر اوسجود Osgood وتاننباوم Tannebaum بحث حول الاتساق المعرفي بين الناس وتغيير الاتجاهات ، ويرى هذا العالمان أن بعض الناس سيغيرون اتجاهاتهم عندما يتضح انها لا تنسجم مع الاغلبية لأبناء جماعتهم
- ▶ لذا يقصد بالاتساق المعرفي ان تتجانس وتتشابه افكار الجماعة ومشاعرهم تجاه حدث او موقف معين ،وان يتفقوا في الرأي والمعيار الاجتماعي .

وضع جارلس أوزكود وبيرسي تاننباوم Percy & Osgood. I . Charles Tannenbaum ١٩٥٥ نظرية تبحث في الاتساق المعرفي أطلق عليها (نظرية تؤكد أن التطابق يحصل عندما يكون ثمة ارتباط ايجابي بين التطابق)، المصدر والمفهوم (الاتجاه الموضوع) ويحصل العكس لو أن، الارتباط كان سلبياً بينهم وقد تكون المصادر Sources أشياء عن الناس، أو لوائح تشريعية، أو وثائق، أو وسائل الإعلام، أو حالات اجتماعية، ثم التأكيد الذي يضيفه المصدر نحو موضوع الرسالة والذي قد يكون بصيغة علاقة موجبة تدعى الرابطة المتكافئة Bond of Associative إشارة إلى الحب، والتفضيل، أو بصيغة علاقة سلبية تدعى الرابطة الانفصالية أو غير المتكافئة Bond Dissociative إشارة إلى الكره وعدم التفضيل.

الفكرة الرئيسية

- ▶ تساعد على فهم مدي التوافق بين الاطراف
- ▶ اذا وجد الشخص او المراقب صعوبة في اخذ طرف او وجهة نظر معينه فانه يجد مقياسا معيناً للتوافق مع كلا الطرفين
- ▶ متشابهة مع نظرية التوازن الفكري لكنها تقيس درجة التغيير و اتجاه التغيير في السلوك لكي يحدث التوافق
- ▶ تم قياس النظرية من خلال تجربة في كيفية اختلاف وجهة نظر الاشخاص بالقادة السياسيين و الافكار السياسية كالديموقراطية و الاشتراكية بتغيير اسم قائل العبارة

الاساس النظري:-

- ▶ حدوث التنافر في المعرفة يؤدي الى توتر الفرد مما قد يؤدي الى السعي وراء احداث توازن و تغيير في السلوك للوصول الى التوافق
- ▶ في حالة وجود تنافر في المعرفة .. يسعى الشخص الى تقليل ذلك التنافر و الابتعاد عن كل المعلومات و الاشخاص و الاخبار و الآراء التي تؤدي الى مزيد من التنافر

▶ تتعلق نظرية Congruity في Osgood و Tannenbaum بالحالات التي يقوم فيها المصدر بتأكيد مفهوم ما ، ويكون للجمهور مواقف تجاه المصدر والمفهوم. العلاقة الوحيدة التي تبقى كما هي هي أن تأكيد المصدر حول المفهوم إما إيجابي أو ارتباطي (سلبي). ترى هذه النظرية أن التناقض (مثل عدم التوازن) غير سار ويحفز الجماهير على تغيير مواقفهم.

نظرية التطابق

► تؤكد أن التطابق يحصل عندما يكون ثمة ارتباط ايجابي بين المصدر والمفهوم (الاتجاه الموضوع) (ويحصل العكس لو أن، الارتباط كان سلبياً بينهما)

فرضيات النظرية

- ▶ حدوث التنافر في المعرفة يؤدي الى توتر الفرد مما قد يؤدي الى السعي وراء احداث توازن و تغيير في السلوك للوصول الى التوافق
- ▶ في حالة وجود تنافر في المعرفة .. يسعى الشخص الى تقليل ذلك التنافر و الابتعاد عن كل المعلومات و الاشخاص و الاخبار و الآراء التي تؤدي الى مزيد من التنافر

► أن نظرية التطابق تقدم صيغة للتنبؤ بالاتجاه
ومقدار التغيير في الموقف (يجب على أولئك
المهتمين بتفاصيل الصيغة مراجعة قائمة
القراءة). النقطة الأساسية هنا هي أن نظرية
التطابق تقترح صيغة تتنبأ بحجم واتجاه تغيير
المواقف بناءً على موقف الجمهور من المصدر
وموقف الجمهور من المفهوم.

ومن الإسهامات المهمة لهذه النظرية أنها سمحت بإمكانية التوصل إلى أقصى درجة للتنبؤ بتحديد الاتجاه وإمكانية تغييره وذلك باستخدام مقياس تمايز المعاني الذي يتكون من سبع نقاط هي $(+3 +2 +1 -0 -1 -2 -3)$ ، فاتجاهات الفرد تتحرك نحو أحد مسارين أحدهما سلبي والآخر إيجابي ويكون تغيير الاتجاه المتطرف أقل من الاتجاه المعتدل وذلك لقوة تمثله في منظومة معتقدات الفرد .

إذن فإن الاتجاهات تتغير عندما تتكون ارتباطات ايجابية بين المصدر والمفهوم، فالارتباطات الايجابية تعني حصول التطابق، وحصول التطابق يعني أن الاتجاه قد حدث فيه تغيير، وعلى النقيض من ذلك عند تكوين ارتباطات سلبية، وذلك يعني حصول اللاتطابق، وبحصول اللاتطابق فإن ذلك يشير إلى أن الاتجاه لم يحدث فيه تغيير يذكر.

عندما يكون هناك تناقض في الأفكار و الآراء أو عند تواجد شخصين مختلفين في وجهات النظر أو عند تواجد كم كبير من المعلومات فأن الانسان يميل الى ترجيح كفة الآراء المتفقة مع رؤية و يزيد ترجيح او تقدير الأشخاص بزيادة التوافق او التناقض الفكري

يواجه الشخص ضغوطا لترجيح كفة على اخرى

إذا واجه الشخص موقف و كان عليه الاختيار بين شخصين او فكرتين او رأيين او معلومتين:

١. اتخاذ موقف وسطي محايد و تبادل الآراء من دون مشكلة

٢. تغيير وجهة النظر لأحد الجانبين

من مميزات نظرية المطابقة Osgood و Tannen- (1955) ؛baum (1968) Tannenbaum

دقة في تقييم:-

- (١) قوة العلاقات بين p و o ، (2) قوة الدافع لتغيير ثالث غير متناسب ، و (٣) درجة تغيير الموقف الضروري لتحقيق التوازن بين ثالث. ميزة أخرى لهذه النظرية هي أنه ، على غرار مقاربة نيوكومب ، تأخذ في الاعتبار قوة مواقف p و o في تقييم درجة التناقض في الهيكل. يناقش أوسجود وتانينبوم ثالث هايدر من حيث p ، وهو فرد آخر ، يُطلق عليه المصدر (المصادر) وموقف (يُطلق عليه "تأكيد") تجاه كائن أو مفهوم آخر (X). وفقاً للنظرية ، يمكن قياس المواقف على طول مقياس تقييم مكون من سبع وحدات ، من السلبي للغاية (-) إلى المحايد (٠) إلى الموجب للغاية (+٣)

- ▶ عندما يكون موقف p تجاه s و x موجبًا ، ويكون تأكيد s قويًا وبنفس التكافؤ ، يوجد هيكل "مطابق" للثلاثي. لا يوجد أي دافع لتغيير موقف الشخص تجاه الكائن أو تجاه المصدر.
- ▶ عندما يكون موقف p تجاه s إيجابيًا ، ويكون لدى p موقف إيجابي بنفس القدر تجاه x الذي يتم تقييمه سالبًا فيما بعد ، يتم إنشاء بنية غير متناسبة. في هذه الحالة ، يكون الدافع وراء p هو تغيير موقفه تجاه s ، أو x ، أو كليهما ، في اتجاه التطابق. النظر في المثال التالي.

► إذا كان موقف p تجاه s هو $+2$ ، وموقف p تجاه x هو -2 ، فسيكون الهيكل متطابقًا إذا كان تقييم s هو -2 . ومع ذلك ، إذا كان التقييم هو $+2$ ، فإن البنية غير متوازنة. في هذه الحالة ، يحتاج موقف p تجاه إما x أو s إلى تغيير أربع وحدات لتتوافق مع المثلث. بطبيعة الحال ، إذا كانت العلاقات أضعف ، فإن درجة تغيير الموقف لجعل المطابقة الثلاثية أقل بكثير (بالمقدار المحدد في الحساب الكمي لجميع علاقات p و s و x).

► جادل كل من أوسجود وتاينباوم أيضًا بأن المواقف التي يتمسك بها بقوة ستكون أقل احتمالًا في الثلاثيات غير المتوافقة. وقد تم دعم هذا في البحوث اللاحقة.

تعديل للفرضيات

► أول فرضية مخصصة تدعى الفرضية الثابتة. إنه يؤكد أنه عندما يقوم مصدر ما بتأكيد مفهوم ما ، فإن هذا التأكيد يخبرنا بالمفهوم أكثر منه بالمصدر (لأن الناس يفترض أنهم أكثر تعقيداً من الأشياء). تبعاً لذلك ، فإنه يتوقع أن الموقف تجاه المصدر لن يتغير بقدر ما تتنبأ الصيغة. لذلك ، عندما يدلي أيزنهاور ببيان عن الديمقراطية ، فمن المحتمل أن يتغير موقفنا من أيزنهاور (وكذلك موقفنا تجاه الديمقراطية) ، لكن موقفنا من أيزنهاور لن يتغير بقدر ما تتنبأ به الصيغة.

► نظرًا لأن هذه الفرضية قد تم تطويرها بعد النظر في نتائج أبحاثهم ، فهي بالطبع مدعومة من هذا البحث. تتغير المواقف تجاه مصادر الرسائل ، ولكن أقل من المواقف تجاه المفاهيم. وتسمى فرضية ما بعد الفرضية الثانية بالتصحيح من أجل الغموض. لاحظ الباحثون أنه عندما تم صنع مصدر لنفس الشيء غير المعقول - كما أشاد أيزنهاور بالشيوعية أو ندد كروشفيف بالشيوعية - لم يحدث تغيير في المواقف تنبأت به نظرية التطابق. لذلك ، تم تعديل النظرية مرة أخرى ليقول إن التنبؤات لن تنجح عندما يقول المصدر شيئًا لا يعتقد الجمهور أن المصدر سوف يقوله حقًا

الاتجاهات وطرق تغييرها

د. عبدالغفار عبدالجبار

٢٠١٩

كلية الآداب / بغداد

تعريفات الاتجاه:

استعداد كامن للاستجابة بطريقة معينة نحو قضية معينة
الاتجاه هو تكوين فرضي او متغير متوسط غير ملاحظ بين مثير واستجابة.
الاتجاهات عبارة عن الأنظمة الايجابية او السلبية الثابتة نسبيا المتضمنة تقويم
الفرد لموضوع معين.

استعداد او ميل للاستجابة نحو موضوع او وضعية او قيمة ترافقه عادة احساس
ومشاعر

نزعة الانسان للاستجابة الي حادث معين او فكرة معينة بطريقة محدده سلفا،
والاتجاهات قد تكون ايجابية او سلبيةالاتجاهات هي مفاهيم متعلمة وتقويمية ترتبط
بأفكارنا ومشاعرنا وسلوكنا.

الاتجاهات استعدادات متعلمة للاستجابة ايجابيا او سلبيا نحو موضوعات معينة،
او مواقف أو مؤسسات او مفاهيم او اشخاص اخرين.

الاتجاه مفهوم فرضي يمثل درجة حب الفرد اوكرهه لموضوع معين.

الاتجاهات

- ▶ + تشتق الاتجاهات من وحدات فكرية نفسية تسمى المعتقدات.
- ▶ + الاتجاه هو تنظيم للمعتقدات ذات العلاقات المتبادلة، حول موضوع معين يشغل الفرد أو الناس.
- ▶ + الاتجاهات هي خلاصات أو محصلات تقديرية أو تقييمية للمعتقدات الأساسية (مع أو ضد.. في القوه) .
- ▶ لكل فرد نظام معتقد خاص به.. فإذا كان
- ▶ هنالك مليون فرد فأن هنالك مليون نظام معتقد.. يتباينون في التشابه والاختلاف.

مراحل تكوين الاتجاه :

اولا : لمرحلة الاختبارية : ترتبط هذه المرحلة بنشاط الفرد في المواقف الاجتماعية التي يمر بها في بيئته التي يعيش بها حيث يفحص ويختبر كل تفاعلاته الشخصية مع غيره وعلاقاته الاجتماعية مع المحيطين به ويراجع كل الاحداث التي يشارك بها ويدرس كل الازواضع التي يكون طرفا فيها في محاولة لادراك عناصر بيئته الطبيعية مما يجعله يكتسب خبرة كبيرة بكل محتوياتها وتسمى بالمرحلة الادراكية المعرفية

ثانيا: المرحلة التفصيلية :

▶ وترتبط هذه المرحلة برؤية الفرد للامور المحيطة به
بنظرة ثابتة او سطحية وحكمه عليها بطريقة
موضوعية او ذاتية لتحديد ما يعتقد فيه ويرتاح اليه
ويفضله على غيره ويستجيب له بصورة ايجابية
والعكس صحيح وتسمى بالمرحلة التقويمية او
الاختبار:

خصائص الاتجاه :

ثبوت نسبي
مكتسبة

تتأثر بالسياق الاجتماعي
تتأثر بخبرة الفرد الانية
يمكن التنبؤ بها بالسلوك
تعكس ادراك الفرد للمحيط به

وظائف الاتجاه:-

١. النفعية
٢. التنظيمية
٣. تحقيق الذات
٤. الدفاعية

- ▶ الربط بين الاحداث: نتعلم حب او كره الاشياء والاحداث الجديدة لانها ارتبطت بأشياء واحداث احببناها او كرهناها، (نحب الشخص الذي نقل لنا اخبارا مفرحه، ونكره من نقل لنا عكسها).
- ▶ التعزيز (المكافئة): الفعل او القول الذي نكافأ عليه، نكرره ونعززه، ونتجنب تكرار الفعل او القول الذي نعاقب عليه.
- ▶ التعلم بالملاحظة: غالبا ما نتعلم قول او فعل الاشياء من خلال ملاحظتنا لأقوال وافعال الآخرين. نفعل ما يكافئون عليه، ونتجنب ما يعاقبون عليه.

طرق تغيير الاتجاهات :

- ▶ تغيير الجماعة التي ينتمي اليها الفرد
- ▶ تغيير اوضاع الفرد
- ▶ التغيير القسري
- ▶ الخبرة المباشرة
- ▶ الخبراء
- ▶ الوجه في الباب
- ▶ طريقة جر الرجل (القدم في الباب)
- ▶ الالهاء
- ▶ التسويق

تفسير كيفية التغيير

لماذا يزداد إيمان الناس
بمعتقداتها حتى بعد ظهور أدلة
قوية تفند حجّتهم وتهدم
مصادقيتها.

الشخص يتذكر ما يؤيد رأيه
ومعتقداته وينسى ما يناقضها

نظرية التناشز المعرفي لليون فستنجر

تواجد التناشز المعرفي يخلق لدى الإنسان نوعا من الانزعاج النفسي مما يدفع الفرد بأن يسعى إلى تقليل التناشز، مما يقود إلى تفادي المعلومات التي قد تؤدي إلى رفع مستوى التناشز المعرفي لدى الشخص. وكلما ازدادت حدة التناشز، كلما ازدادت الحاجة إلى خفض مستوى التناشز".

وأكد " ان التناشز المعرفي هي ظاهرة الإحساس بالانزعاج، القلق، أو عدم الارتياح النفسية التي ترافق تعرض الفرد لمعلومات جديدة تتعارض والمعلومات القديمة التي يمتلكها هذا الفرد أو الثوابت العلمية أو الثقافية أو الروحية .. الخ المتركزة في فهم هذا الفرد أو في اعتقاده أو أيمانه"

► هي حالة تتضمن انشغال الفرد
ذهنياً بموضوعين أو معتقدين أو
فكرتين، تحتلان الأهمية نفسها بيد
أنهما متناقضتان في طبيعتها".

► بأن أزواج (المعلومات) المدركات قد تكون ذات علاقة أو غير مؤثرة بالنسبة إلى بعضها البعض. فإذا ما كان هناك فهما ذو علاقة، فهما إمّا متّفقان أو مختلفان (متنافران). وهما يكونان متّفقان إذا ما كان أحدها ينبع من الآخر . .

والتخلّص من أثقال التناشز المعرفي (حالة الانزعاج) لدى الأفراد يمكن أن يكون عبر أكثر من وسيلة. فمن الممكن للفرد مثلاً أن يضيف الى المعرفة المتوافقة لديه، أو يزيل المعرفة المتناقضة التي تسبب له الضيق، أو لأن يستبدل المعرفة المتنافرة بمعارف متوافقة، أو أن يضيف أهميّة خاصة على المعارف المتوافقة لكي يجعلها أكثر أهمية من المعرفة المتنافرة

الانحياز

- ▶ **يُصاحِبُ التَّنَافُرَ المعرفي سلوك أو تفكير طرق و وسائل التغلب على حالة الضغوط النفسية التي يشعر بها الفرد عندما تَتملّكه أفكار متناقضة أو يتناقض سلوكه مع معتقداته.**
- ▶ **وهو الانحياز الميل للبحث عن، وتفسير، وتذكُّر المعلومات بطريقة تتوافق مع معتقدات وافتراضات الفرد عن موضوع ما، بينما يتجاهل المعلومات المناقضة لأفكاره. ويُعرَف الانحياز التأكّيدي بأنه ميل الشخص إلى تفضيل المعلومات التي تؤيد معتقداته أو افتراضاته.**

- ▶ يُظهر الأشخاص هذا الانحياز عندما يجمعون أو يتذكرون المعلومات بشكل انتقائي، أو عندما يفسّرون هذه المعلومات بطريقة منحازة. يميل الأشخاص أيضًا إلى تفسير الأدلة الغامضة بشكل يدعم موقفهم الراهن.
- ▶ وكلما ازدادت المعلومات التي تؤيد معتقد هذا الشخص كلما اشتدّ تمسّكه بهذا المعتقد، فقد تصبح بعض المعتقدات جزءًا من شخصية صاحب المعتقد، ولذلك يبتعد عن أية معلومات تتعارض مع هذا المعتقد، ومن ثمّ لا يستطيع هذا الشخص أن يتخلص من هذا المعتقد بدون أيّ أضرار لشخصيته

العوامل المؤثرة في التناشز المعرفي

- 1- حجم المعلومات المتناشزة في الموضوع : كلما زاد حجم المعلومات كلما تطلبت حجما اكبر من المعرفة لفهم حالة التناشز وتصبح مفهومة بدلا من ان كانت غير مقصودة او غير مفهومة.
- 2- ثقافة الفرد ومستوى تعليمه : كلما زادت ثقافة الفرد ومستوى تعليمه كلما زادت لديه حالات التناشز المعرفي ، لان لديه مخزونا يواجه باتخاذ موقف تجاه القضايا اما القبول او الرفض او المهادنة ، وهذا يجعله امام بدائل وهناك حاجة لاختبار البدائل للقبول او الرفض.
- 3- الحالة العقائدية الدينية او الحزبية : ان العقيدة التي يطورها او الحزب وموقفه من القضايا يجعله يحدد المسافة بينه وبينها اذا كانت بعيدة جدا ، او متوسطة ، او قريبة ، وهذا يحدد مدى العمل الوظيفي الذي ينبغي بذله للوصول الى حالة التالف.
- 4- حدة التناشز وقوته : كلما كان الصراع الذي يواجهه الفرد قويا ، فانه يدفعه الى تحليل العناصر ، واستبعاد بعضها ، والمناقشة الطويلة مع نفسه او الاخرين للوصول الى قرار.
- 5- تأريخ الفرد و اسلوبه في التعامل مع القضية : ان لكل فرد تاريخا للتعامل مع هذه القضية ، وان هذا التاريخ يسيطر عليه ويبرر له نمط المعالجة الذهنية المستخدمة ، ويستمر في استخدامها بوصفها طريقة مريحة للعمل.
- 6- الدافعية : اذا كان الدافع بناء وحضارياً فانه يوصل الى افكار إبداعية ، اما اذا كان تدميريا فانه يوصل الى الرفض والعناد والعدوان. (قطامي، 2012، ص33)

ويظهر الاتساز في حالات ثلاث وهي: —

اتخاذ القرار: إن تخيير الإنسان بين شيئين يضطره إلى ترك بديل واحد بالضرورة، لكن بعد اتخاذ القرار يرى بعض الخصائص الجيدة في البديل المتروك، و للقضاء على هذا التعارض أو التقليل من حدته أمام الفرد حلين، الأول يحتم عليه إقناع نفسه بأن البديل المتروك غير جذاب وأن خصائص البديل المختار لا تملك قوة التأثير في قراره... أما الثاني فيلجأ فيه إلى تبرير اختياره من خلال إعطاء مجموعة من العوامل التي تؤيده كالمبالغة في وصف خصائص البديل المختار. : وتتنبأ نظرية التنافر ان اشباع الفرد ورضاءه عن قرار يتصاعد كلما زاد احد العوامل الآتية

1 - أهمية القرار.

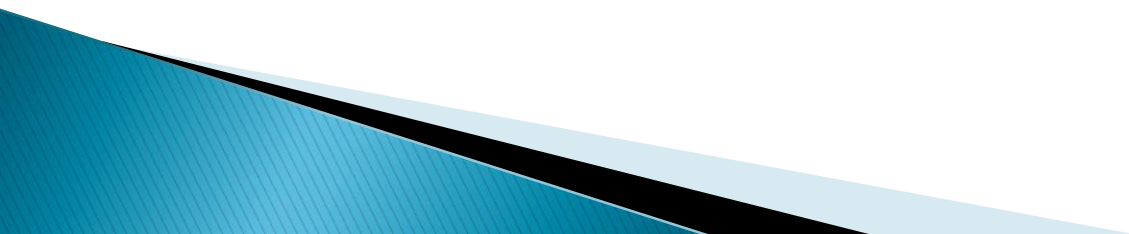
2 - الآثار الجانبية للقرار.

3 - الفروق بين البدائل التي يجب على الفرد ان يختار من بينها عند اتخاذ قراره

تأثيرات الكذب: يظهر التعارض هنا إذا أقدم الفرد على القيام بما يخالف العناصر والمواقف التي يؤمن بها وتتوقف قوة التناشز على عنصرين، الأول كلما تعارض قوله وقراره مع اعتقاده الشخصي كلما زاد التناشز بينما في الثاني تقل قوة التناشز كلما سعى الفرد إلى تبرير رغم معارضته الداخلية لها.

تأثيرات الإغراء: في هذه الحالة يظهر لدى الفرد ميولا داخليا للحصول أو فعل شيء يخالف اعتقاده، تتعدد هنا أسباب النفور كأن يكون بعيد المنال أو مخالفة صريحة لمعتقداته أو غير مشروع أو يورطه في مشاكلات لا نهاية له. (Festinger, 1957, P66)

الأفق



الاقناع:-

- ▶ الاقناع فن حمل الناس على فعل شيء لن يفعلوه في المعتاد (ارسطو)
- ▶ الاقناع هو عملية تغيير او تعزيز اتجاه او معتقد او موقف او سلوك.
- ▶ الاقناع تغيير في اتجاه او معتقد شخصي ناجم عن استلام رسالة.
- ▶ لكي نقتنع الاخرين بما نريد، ينبغي ان يصدقوا حديثنا اولاً، ولكي يصدقوا حديثنا ينبغي ان يكون حديثنا صادقاً، ولكي يكون حديثنا صادقاً، ينبغي ان يكون واقعياً). ”مورو“؟؟؟؟

طرق الاقناع:-

يستجيب الناس للاقناع بطريقتين:

- ▶ الاولى: بعد تفكير، تنصت لما يقوله بعناية.. تشخص ميزات ومساويء كل فكرة، نسأل ونناقش.
- ▶ الثانية: دون تفكير، عقولنا تكون مغلقة بصورة آليه، لا يوجد لدينا حافز للانصات، نعتمد على عواطفنا في تقييم ما يقوله المقتنع او الجمهور

او ما يفعله او الجمهور؟؟؟

- ▶ من الوسائل التي تجعل المرء ينال ثقة الآخرين عندما يحاول اقناعهم بما يريد، ان يكون حديثه بعيدا عن اهوائه الشخصية.
- ▶ من اكثر الطرق تأثيرا في ذهن المتلقي للرسالة، ان يعبر المتحدث عن الصورة السلبية ثم الصورة الايجابية، لحالة او موضوع معين .
- ▶ الكلمات الايجابية تجعلنا نشعر بالثقة والامان والارتياح، والكلمات السلبية تصيبنا بالاحباط وعدم الارتياح.
- ▶ تجنب عبارات المبالغة مثل: جدا، مطلقا، وكذلك عبارات التردد واللعثمة والانكار والكلمات المطاطة.
- ▶ استخدم الدعاية في الاقناع، واجعلها ذات صلة بالموضوع، فحين تستطيع اضحاك الناس بفكاهه (في مكانها،.. عندها يمكن ان تخبرهم بما تريد).

▶ **الاقناع يبدأ بالمصادقية**

▶ الشخص الصادق هو الذي لا يظهر بأي مظهر خادع او مزيف.

▶ الاشخاص البارعون في اقناع الآخرين يبذلون قصارى جهودهم لكي يكونوا في موقف حيادي وصادق.

▶ اكبر الاخطاء التي يرتكبها هواة الاقناع هي عندما يتعاملون مع جميع الحاضرين بأسلوب واحد.

ايوجد اكثر من خمسة انواع من الجمهور، لكل نوع يتطلب استراتيجية
اقتناع تختلف عن الأخرى.

□ الجمهور المعارض:

- ▶ يشك في مصداقيتك.
- ▶ يعارض اراءك.
- ▶ لأننا نميل ايضا لكرهية من يعارضنا في ارائنا، فعلىنا التغلب على الخلافات الشخصية، بالآتي:
- ▶ ركّز على اوجه الاتفاق المشتركة بينك والجمهور قبل التطرق الى اوجه الخلاف.
- ▶ لا تبدأ العرض بهجوم مباشر.
- ▶ لا تخبرهم بأنك سوف تغير من طريقة تفكيرهم حتى لا تثير حفيظتهم ضدك.
- ▶ لا تتوقع تغييرات اساسية في الاتجاه. ولكن اذا استطعت هذه المرة تحييدهم، تكون قد حققت تقدما.

الجمهور المحايد

- ▶ هذا الجمهور لا يؤيدك ولا يعارضك، فهو يفهم القضية، ولكنه بحاجة الى توجيه وارشاد.
- ▶ اذكر المزايا في اقتراحاتك مقرونة بالفوائد التي تعود عليهم.
- ▶ اذكر الجوانب السلبية ايضا بشأن عدم قبول اقتراحاتك، وحذر الحاضرين من منافسين او اعداء مشتركين

الجمهور غير المهتم.

- ▶ هذا الجمهور يعلم مقدما عن موضوعك ولا يبالي كثيرا، لأن القضية تكون ممله بالنسبة له.
- ▶ قد يشعر باليأس من اصلاح الحال.
- ▶ يحتاج الى تنشيطه وتفعليه بسرد قضية مماثلة، وتبيان مدى تأثيرها عليهم.
- ▶ استعن بآراء خبراء وشهادات لاشخاص معتبرين مؤيده لما تقول.

الجمهور المؤازر.

- ▶ هذا الجمهور معك سلفاً.
- ▶ مهمتك في الاقتناع هي إعادة شحنه.
- ▶ تعزيز الالتزام والتفائل (فمعا ينجز كل فرد أكثر).
- ▶ توضيح حجج الخصم المحتملة، وتحصينه ضد ما تبثه وسائل اعلام معاديه.
- ▶ اقتناع الجمهور المؤازر.

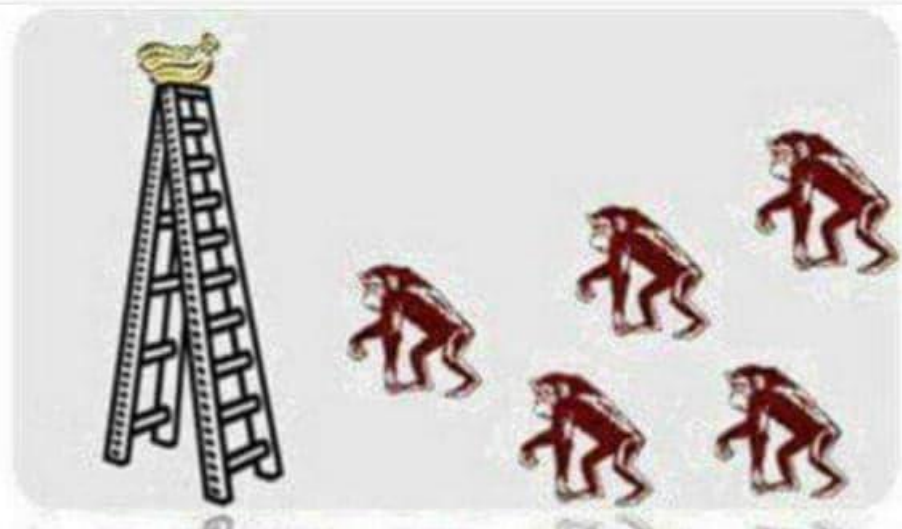
الجمهور المختلط.

- ▶ معظم الجماهير تكون من مجموعات متباينة في وجهات النظر.
- ▶ كن محايدا في طرح افكارك.
- ▶ استهدف الفئة الأكبر.. واعمل على ان تكسبها الى جانبك.
- ▶ لا تنتقد مطلقا معتقدات الآخرين حتى لو كانت تبدو لك سخيفه.
- ▶ محايدا في طرح افكارك.
- ▶ استهدف الفئة الأكبر.. واعمل على ان تكسبها الى جانبك.
- ▶ لا تنتقد مطلقا معتقدات الآخرين حتى لو كانت تبدو لك سخيفه.

الاستراتيجيات المختلفة للاقناع

- ١- الاعتماد على العاطفة أو المنطق في الاستمالة .
- ٢- الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة .
- ٣- البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدى المتلقي .
- ٤- عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع .
- ٥- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع .
- ٦- درجة الوضوح و الغموض في الرسالة .
- ٧- الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة .
- ٨- التأثير المتراكم و التكرار .
- ١-الاعتماد على العاطفة او المنطق في الاستمالة

- ▶ واقع الأمر يظهر أنه ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نوكد أنه يمكن الاعتماد عليها في هذا المجال .
- ▶ إلا أن درجة تأثير الاستمالة العاطفية تزيد عند إقناع المستهدفين بالرسالة منطقيا حيث تعتمد في هذه الحالة على استمالة دوافع الفرد إلى حد ما .



► مجموعة من العلماء وضعوا (٥) قرود في قفص واحد، وفي وسط القفص يوجد سُلَّم، وفي أعلى السُلَّم هناك بعض الموز ... في كل مرة يصعد أحد القرود لأخذ الموز يرش العلماء باقي القرود بالماء البارد . بعد فترة بسيطة أصبح كل قرد يصعد لأخذ الموز يقوم الباقون بمنعه وضربه حتى لا يُرَشَّون بالماء البارد ... بعد مدة من الوقت لم يجرؤ أي قرد على صعود السُلَّم لأخذ الموز على الرغم من كل الإغراءات خوفاً من الضرب . بعدها قرر العلماء أن يستبدلوا أحد القرود الخمسة ويضعوا مكانه قرداً جديداً، فأول شئ يقوم به القرد الجديد هو الصعود إلى السُلَّم ليأخذ الموز،

▶ ولكن القروء الأربعة المتبقية يقومون فوراً بضربه واجباره على النزول، بعد عدّة مرات من الضرب فهم القرد الجديد بأن عليه ألا يصعد السُّلم مع أنه لا يدري ماالسبب !! قام العلماء مرةً أخرى بتبديل أحد القروء القدامى بقردٍ جديد، وحلّ به محلّ بالقرد البديل الأول، حتى أن القرد البديل الأول شارك زملاءه بالضرب وهو لا يدري لماذا يضرب !! وهكذا حتى تمّ تبديل جميع القردة الخمسة الأوائل بقردة جديدة حتى صار في القفص خمسة قروء لم يُرَش عليهم ماء بارد أبداً، ومع ذلك ظلوا يضربون أيّ قردٍ تُسوّل له نفسه صعود السُّلم دون أن يعرفوا ماالسبب !!!!

► لو فرضنا وسألنا القروء : لماذا تضربون القرد الذي يصعد السلم ?? بالتأكيد سيكون الجواب : لاندري ، ولكن هذا ما وجدنا عليه آباؤنا . عملياً هذا ما نطشبهه نحن في أعمالنا وفي أفكارنا وفي حياتنا اليومية ، فنحن نقوم بأعمال لا صحة لها سوى الوراثة العمياء . ونؤمن بأفكار تقبلناها على عواهنها دون تفكير أو إعمال عقل . ونتقبل الواقع خوفاً من التغيير .

شكرا لحضوركم واصغائكم

د. عبدالغفار عبدالجبار

المقابلة

أ.د. عبدالغفار القيسي
كلية الآداب / بغداد

٢٠١٩

المقابلة



المقابلة هي عملية اجتماعية تحدث بين شخصين (الباحث و المفحوص) تعتمد على اسس معينة ، و يراعى فيها قواعد و مهارات الاتصال الانساني

تعريف اخر

المقابلة هي محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث والحوار يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الإجابة عليها من الأشخاص المعنيين بالبحث.



▶ الباحث والمفحوص يلعبان دورين اجتماعيين مختلفين .

▶ تنطوي على فعل ورد الفعل وعلى سلسلة من التفاعلات الاجتماعية .

▶ المهمة الأساسية جمع المعلومات والبيانات والتعرف على الآراء والمواقف والميول والاتجاهات بصورتها الصحيحة والدقيقة .

المبادئ الأساسية والقانونية الأخلاقية:-

- ▶ ان يكون حاصلًا على شهادة تجيز له ممارسة هذا العمل.
- ▶ ان تكون لديه الخبرة والممارسة.
- ▶ ان تكون لديه الأسس النظرية الحديثة في مجال اختصاصه.
- ▶ الحفاظ على سرية المعلومات .
- ▶ ان لا يجبر المكفوحص على الإجابة عن الأسئلة التي يكون غير مستعداً للإجابة عنها.
- ▶ الالتزام بالصدق مع المفحوص.
- ▶ ان لا يسأل أسئلة خارج الهدف المحدد.
- ▶ ان لا يسخر من المفحوص أو من إجاباته.

بدء المقابلة

- ▶ من الضروري ان يبدأ المقابل بالترحيب بالمفحوص والاهتمام بهم.
- ▶ إيجاد العلاقة السليمة مع المفحوصين .
- ▶ إدراك وجهة نظر نظرهم.
- ▶ البدء بالمقابلة عندما يكون المفحوص مستعداً لها.

- ▶ تتطلب تعاوننا وتفاعلا صحيحين .
- ▶ تعتمد الاتصال المباشر والحديث الشخصي المتبادل (مصدر قوه وضعف) .

- ▶ تضع الباحث وجهها لوحه مع المفحوص .
- ▶ قدرة اكبر للحصول على المعلومات .
- ▶ امكانيه الوصول الى ماتحت السطح في تحصيل المعلومات.
- ▶ ذاتية اكثر منها موضوعيه.
- ▶ نزوع الباحث الى تصيد الاجابات او الاحياء بها.
- ▶ القدرة على ايجاد نوع من الالفه مع المفحوص.

الإعداد للمقابلة

- ▶ تهيئة المكان المناسب والهادئ الذي ستجري فيه المقابلة
- ▶ جمع المعلومات عن المفحوص.
- ▶ وضع خطة مرنة للمقابلة
- ▶ تحديد الأهداف المرجوة من المقابلة.
- ▶ تحديد نوع المقابلة.
- ▶ تحديد الأسئلة (الاستبانة) الخاصة بهذه المقابلة. تهيئة وسائل تسجيل إذا تطلب الأمر.
- ▶ معرفة البيانات الأساسية عن موضوع المقابلة.

المطلوب من الباحث

- ▶ احترام المفحوص .
- ▶ اعلامه بالمعلومات .
- ▶ سريه المعلومات المقدمه .
- ▶ تقبل رأي المفحوص مهما كان .
- ▶ عدم الاجبار على الاجابة .

- ▶ ضرورة الدراية بسلوكولوجية النمو وضمن مراحل اعمارهم.
- ▶ امتلاك المعرفة النظرية حول كيفية تغيير الاتجاهات.
- ▶ خلق جو من اللفة والراحة.
- ▶ احترام المحفوص.
- ▶ امتلاك مهارات الاتصال مع الآخرين.
- ▶ البدء بالمقابلة عندما يكون المحفوص مستعداً.

واجبات الباحث

ا-الصدق والأمانة.

ب-الاهتمام بموضوع الباحث .

(من خلال معرفه الخطوات الاساسية)

- معرفه واضحة ومحددة لمشكلة البحث \ ولماذا اسلوب المقابله

- ترجمه الهدف العام الى مجموعه من الاجراءات

والمجالات للحصول على المعلومات

-وجود دليل

ج- الدقه في طرح الاسئلة .

د-التكليف لجمع الاحتمالات.(اشخاص ، ظروف محيطه)

► وعموما فإن الباحث الناجح والفعال هو
الذي يحاول بشكل مستمر أن يعي مستوى
كفايته وفاعليته في أداء عملية المقابلة ،
فضلا عن اقتناعه التام بأهمية عملية
الاتصال بالمفحوص أثناء المقابلة.

مميزات وعيوب المقابلة:

مميزاته:

- 1- تقدم معلومات غزيرة ومميزة لكل جوانب الموضوع.
- 2- معلومات المقابلة أكثر دقة من معلومات الاستبيان لإمكانية شرح الأسئلة وتوضيح الأمور المطلوبة.
- 3- من أفضل الطرق لتقييم الصفات الشخصية للأشخاص المعنيين بالمقابلة والحكم على إجاباتهم.
- 4- وسيلة هامة لجمع المعلومات في المجتمعات التي تكثر فيها الأمية.
- 5- يشعر الفرد بأهميتهم أكثر في المقابلة مقارنة بالاستبيان.

عيوبها:

- 1 - مكلفة من حيث الوقت والجهد وتحتاج إلى وقت أطول للإعداد وجهد أكبر في التنقل والحركة.
- 2 - قد يخطئ الباحث في تسجيل بعض المعلومات.
- 3 - نجاحها يتوقف على رغبة المبحوث في التعاون وإعطاء الباحث الوقت الكافي للحصول على المعلومات.
- 4 - إجراء المقابلة يتطلب مهارات وإمكانيات تتعلق باللباقة والجرأة قد لا تتوفر لكل باحث.
- 5 - صعوبة الوصول إلى بعض الشخصيات المطلوب مقابلتهم بسبب المركز السياسي أو الإداري لهذه الشخصيات.

شكراً لإصغائكم

Breaking the ice

تسهيل المهمة

Time Management

إدارة الوقت

تقنية الاحساس بالمشكلة

١. الملاحظة.
٢. صعوبات العمل.
٣. الحالات الجديدة.

كيفية التعامل

- التحديد الواضح لمشكلة.
- تحديد الاسس النظرية للمعالجة.
- تحديد اهداف معينة.
- استخدام الاسلوب البحثي المناسب.
- جمع البيانات وتوثيقها.
- تحليل البيانات.
- استخراج النتائج.
- وضع التوصيات.

شكراً لإصغائكم

لغة الجسد

أ.د. عبدالغفار عبدالجبار القيسي

٢١/٥/٢٠١٩

كلية الاداب /بغداد

{مُهْطِعِينَ مُقْنِعِي رُءُوسِهِمْ
لَا يَرْتَدُّ إِلَيْهِمْ طَرْفُهُمْ
وَأَفْبِتُتُهُمْ هَوَاءً}

[ابراهيم : ٤٣]

{وَإِذَا مَرُّوا بِهِمْ يَتَغَامَزُونَ}

[المطففين : ٣٠]

• يقول الجاحظ (٢٥٥ هجرية) وجميع اصناف
الدلالات على المعاني من لفظ وغير لفظ
خمسة اشياء لا تنقص ولا تزيد اولهما اللفظ
ثم الاشارة ثم العقد ثم الخط ثم الحال

اشارت بطرف العين خيفة اهلها
اشارة محزون ولم يتكلم
فايقنت ان الطرف قد قال مرحبا
واهلا وسهلا بالحبيب المتيم

عمر بن ابي ربيعة

لغة الجسد:-

اشارات وايماءات جسدية ترسل رسالات
محددة في مواقف وظروف مختلفة،تظهر لك
المشاعر الدفينة وتخرجها للسطح،فتصل من
خلال معلومات وافكار عن الشخص
الآخر،بحيث لا يستطيع اخفاء الافكار التي
تدور في ذهنه

لغة الجسد:

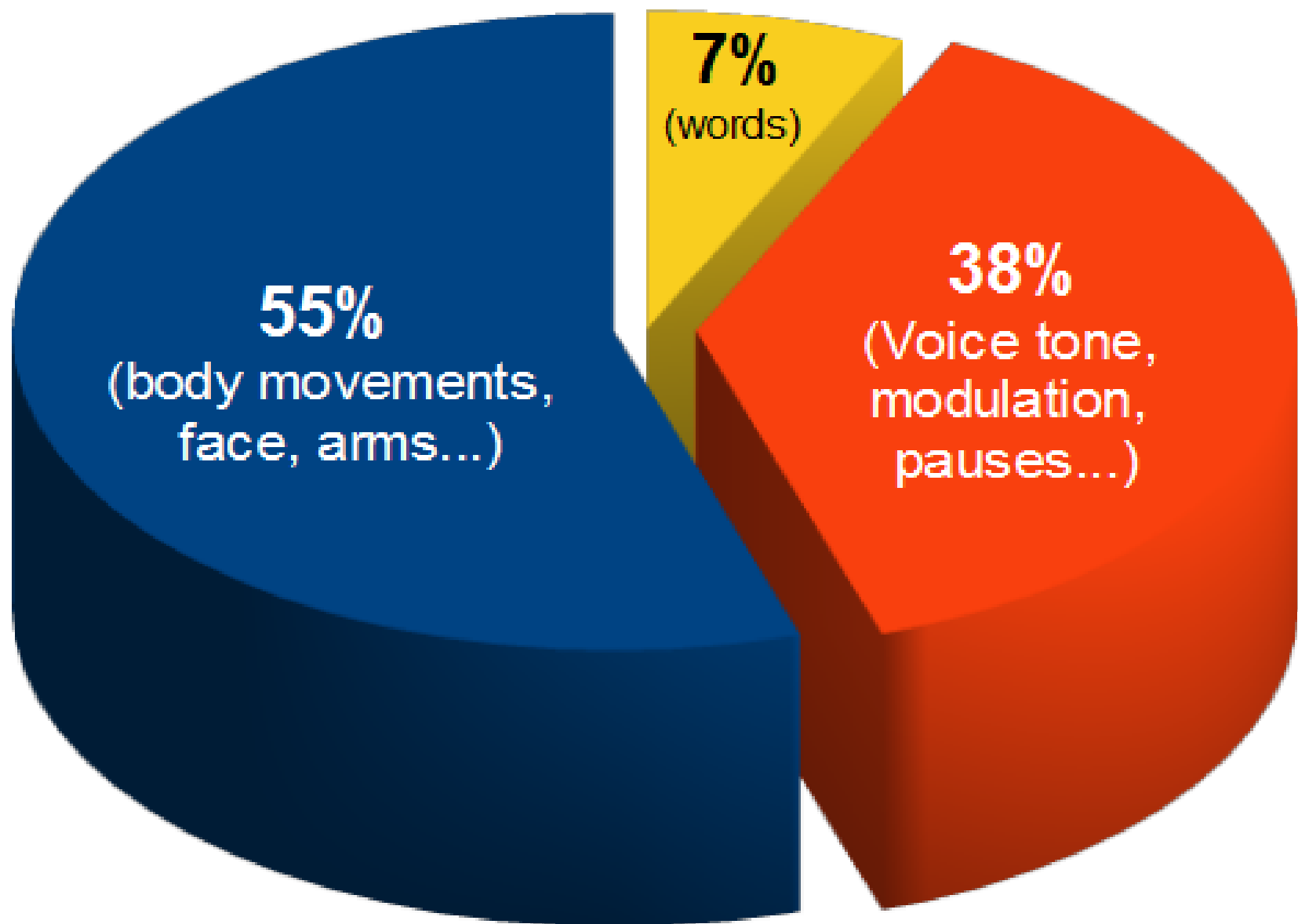
- هي أحد أنواع التواصل غير اللفظي، والتي تصدر عن الجسد على شكل إيماءات وإشارات، والتي تعبر عن المشاعر والأحاسيس الداخلية لا شعورياً، حيث يتم عن طريق هذه الإشارات والإيماءات إيصال العديد من الرسائل والأفكار للأشخاص الآخرين.

للتواصل مسلكين اثنين:

الاول: مسلك لفظي منطوق،

والثاني: مسلك غير لفظي، تشترك فيه الجوارح الاخرى،
كالعين، والحاجبين، واليدين، وغيرها، وهي ما أصبح يعرف بـ
لغة الجسد

• في دراسة لعالم النفس الأمريكي مهاييان أوضح أن ما يصدر عن الشخص من كلمات يؤثر على الأشخاص الآخرين ما نسبته ٧%، أما نبرة الصوت وطريقة كلام المتحدث بلغ تأثيرها نسبة ٣٨%، أما لغة الجسد وما يصدر عنها من حركات وإيماءات وغير ذلك تمثل نسبة ٥٥% من التأثير على الأشخاص الآخرين



الاهمية

• أهمية لغة الجسد بما أن التواصل البشري ما هو إلا خليط من الكلمات، ونبرات الصوت، وحركات الجسد، وإيماءاته، فإن للغة الجسد أهمية كبيرة تتوضح فيما يأتي:

- ١- تحسين لغة الاتصال الخاصة بالشخص، التي يستخدمها في التواصل مع الأشخاص الآخرين،
- ٢- عن طريق أسلوب التواصل غير اللفظي مثل استخدام لغة العيون او غيرها من الاعضاء

٣- طريقة يعبر بها الفرد عمّا بداخله من مشاعر وأحاسيس، حيث إن ما يُحسّ به الفرد من المؤكد أنه سينعكس على تصرفاته وسلوكياته ويؤثر فيها. إبراز طبيعة شخصية الفرد، حيث يصعب عليه التصنع أو تمثيلها.

٤- اكتشاف الأشخاص الذين قد يحاولون خداع الشخص أو الكذب عليه عن طريق قراءة حركاتهم ولغة الجسد الخاصة بهم، فـلغة الجسد هي لغة صادقة (نسبياً) من الصعب الكذب فيها.

٥ - تساعد لغة الجسد على ترك انطباع أولي للأشخاص الآخرين، وأخذ انطباع عنهم.

٦ - تتميز لغة الجسد بأنها لغة عالمية، أي إنه بالإمكان أن تخمن المعنى المقصود من الحركات والإيماءات للعديد من الأشخاص من جميع أنحاء العالم، (مع الأخذ بنظر الاعتبار اختلاف الدلالات حولها) فلا تحتاج إلى مترجم لتعبيرات الوجه والعيون، وهذا ما قد يمكننا من التعرف على الثقافات الأخرى حول العالم.

- ٧ - قد تساعد لغة الجسد على تسهيل التواصل مع الحيوانات الأليفة التي يقوم البعض بتربيتها في منازلهم وتحسين قدرتهم في التعامل معها.

عناصر لغة الجسد

اولا: تعبيرات الوجه: تعد تعبيرات الوجه من اكثر الامور قدرة على تفعيل لغة الجسد. (الحاجب، العينين).

ثانيا: نبرات الصوت: (الصوت ذو النبرة العميقة والثرية والمتحمسة، الصوت ذو النبرة العالية، الصوت ذو النبرة المنخفضة، الصوت المرتعش).

عناصر لغة الجسد

ثالثًا: حركة الذراعين: (حركة الذراعين بمصاحبة الكلام، استخدام القلم او الكتاب بالتأشير، الكف الى اعلى، الكف الى اسفل، الكف المقبوضة، الحك بالاصبع تحت العين، حكة الانف، رفع الاصبع).

رابعًا: المشى: (المشية المهبطة، المشية الخائفة، المشية الصانعة، المشية الواثقة).

• خامساً:- العين :: تعد حركات العينين
قناة اتصالية قوية وفعالة، فطريقة
النظر الى الآخرين تؤثر على مقدار
الثقة المتبادلة بين طرفي الاتصال،
والنظرة المباشرة تعني الاسعداد، وتزيد
من قوة التفاعل الاتصالي.

اثناء المقابلة : مهارات الاتصال الشخصي

عبر لغة الجسد

١-مهارة اتصال العين :-هي المهارة الاكثر تأثيرا بين تأثيرات الشخصية المتعددة، فعيناك هي الجزء الوحيد من جهازك العصبي المركزي الذي يرتبط بالشخص الاخر بشكل مباشر.

٢ - الوضع والحركة: الوقوف منتصباً، وان
تراقب الجزء السفلي من جسمك، بالأ يكون
عكس وضع الجزء العلوي كالتراجع الى الخلف
او الاستناد على قدم واحدة، ويفضل ان تستخدم
في الوقوف وضع الاستعداد بحيث يكون ميل
الجسم للأمام، والهدف منه جعلك في وضع
استعداد للتحرك في الوقت الذي تريد بسهولة
ويسر.

• ٣- ملاحح الوجه وتعبيراته: اشارت دراساا
حديثة الى ان اثلث الناس لايهم وجوه ذات طبيعة
منفلاحة ومبلسمة؁ والاثلث الاخر لايهم وجوه ذات
طبيعة محايدة؁ يمكن ان لاحول من وجوه ذات
ابلسامة الى اخرى ذات نظراا حاا؁ اما الاثلث
الاخير فلايهم وجوه جاية سواء اعلااوا بانهم
يبلسمون او لا ييبلسمون

٤-الملبس والمظهر: تعد ملامح الوجه اكبر مصدر للاتصال غير اللفظي، وهي اسرع الوسائل لنقل المعاني والمشاعر من المرسل الى المتلقي. ولكن ليس من السهل دائما قراءة تعابير الوجه، فقد تبدي لنا بعض المعاني، ولكنها يمكن ان تخفي عنا الكثير.

للملبس دور اخر غير تغطية الجسد، فهو قناة مهمة للاتصال غير اللفظي، ويشير "John Molwy" " ان الانطباع الجيد الذي نتركه لدى الآخرين لأول مرة لا يمكن تكراره، ولن نحصل على فرصة ثانية لعمله" وبالتالي فان الملبس والمظهر الخارجي ينقل للآخرين ما يعرف ب (منهجية الانطباع)، كما يعكس الحالة المادية، والمستوى التعليمي، والاجتماعي، والمقاييس الاخلاقية، والمعتقدات، والقيم الدينية.

٥- التنوع الصوتي: المكونات الأربع التي

تكون تعبيرك الصوتي هي:

- ١. الاسترخاء. ٢. طريقة التنفس. ٣. تأكيد**
- المقاطع. ٤. الالقاء.**

امثلة

- نشرت صحيفة إندبندنت البريطانية تقريراً ينقل تحليلات بعض الخبراء للغة جسد الرئيس الأميركي دونالد ترمب، قائلة إن هذه اللغة تتيح نظرة متبصرة في سلوكه يوم الاحتفال بتنصيبه فيما وراء خطابه وأحاديثه في هذه المناسبة.
- وأوضح التقرير أن هذه التحليلات عززت عدداً من الانطباعات الشائعة عن ترمب، ونسب إلى الخبير في علم النفس السلوكي بيتر كوليت قوله إن لترمب أربع صفات رئيسية تظهرها تعبيرات وجهه، الأولى وهي السائدة لديه تُسمى بالإنجليزية ALPHA MALE وتُترجم للعربية بـ "الذكر من نوع ألفا" هي الهيمنة وعدم الحاجة لموافقة الآخرين، وعدم الحاجة لمقارنة نفسه بالآخرين، والتمتع بمهارات الأشخاص الاستثنائيين، والثقة الدائمة بالنفس، والتوجه الإيجابي

تحليل حركات الرئيس الاميركي دونالد ترامب



وأعرب الباحث في علم النفس السياسي باتريك ستيوارت عن اعتقاده بأن جزءا كبيرا من جاذبية ترمب تعود إلى قدرته على استخدام حركات يده وذراعه بفاعلية.



ولاحظ كثير من المراقبين إظهار ترمب قليلا من المودة لزوجته أمام الجمهور،
وإظهار أكثر من ذلك أمام آخرين.



وحس المرح العالي، وعدم الضيق من البقاء في الأجواء المتوترة.

- وقال كوليت إن هذه الصفة تتضح في ملامح الوجه بغياب الابتسامة وانخفاض الحاجبين وضيق العينين، موضحاً أن الابتسامة تشير إلى الرغبة في تهدئة الآخرين وإيصال رسالة إليهم أن مرسلها لا يمثل مصدر خطر عليهم.



الدعاية والدعاية المضادة

د. عبدالغفار عبدالجبار

٢٠١٩

كلية الآداب / بغداد

الدعاية

▶ لا يخفى على احد ما للدعاية من دور بارز في التأثير على واقع الأفراد والمجتمعات عبر تاريخ البشرية الطويل والتي تزداد أهميتها ويبرز تأثيرها كلما تقدم الزمن ويتجلى ذلك في عصرنا الحاضر والذي أصبح للدعاية مساحات واسعة في المجتمعات وعبر شبكات المعلومات التي اختزلت الوقت وقربت المسافات بين جميع أنحاء المعمورة حتى أصبح العالم عبارة عن قرية كونية يؤثر ما يحدث في أقصى الشرق على واقع وحياة من في أقصى الغرب والعكس صحيح من هنا كان الاهتمام بالدعاية وتطوير أساليبها وابتكار الجديد دائما في موضوعها من طرف الدول والجماعات والشركات والمؤسسات والأفراد

الدعاية

► أولاً ما المقصود بالدعاية.. ؟ لغوياً يقصد بالدعاية الحث على قصد شيء معين ، و الدعاية على أنها استعمال احدى وسائل البث و النشر استعمال مقصود من أجل التأثير على عقول ، و مشاعر فئة معينة من الناس ، و يكون ذلك لتحقيق غرض معين ، و من ناحية أخرى يمكن تعريف الدعاية على أنها القيام بنشر العقائد ، و المواقف ، و الأفكار السياسية على نطاق واسع ، و ذلك من أجل توصيلها إلى أكبر عدد من الجمهور ، و في سبيل ذلك يستخدم القائمون على ذلك الأمر وسائل اتصال ذات تأثير كبير في نفوس الجمهور ، و تعد الدعاية الطريقة التي تستخدم للتأثير على آراء الجماهير ، و معتقداتهم حتى يتجهوا نحو نظام معين فهي تعمل على تهيئة الأفراد نفسياً لتقبل ذلك الاتجاه.

تعريف الدعاية

► التعريف اللغوي : هي مثل الدعاء إلى الشيء: الحثّ على قصده
التعريف الاصطلاحي للدعاية:

الدعاية هي : " مجموعة من الطرق يتم استخدامها بواسطة مجموعة تبغي ان تحقق مشاركة إيجابية نشطة او سلبية في اعمالها ، على مجموعة كبيرة من الافراد المتشابهين من الناحية النفسية وذلك عن طريق مراوغات نفسية تتم في نطاق تنظيمي"

►: التعبير عن الآراء او الافعال التي يقوم بها
الأفراد او الجماعات ، عمدا على اساس انها
ستؤثر في اراء او في افعال افراد اخرين او
جماعات اخرى لتحقيق اهدافا محددة مسبقا
وذلك من خلال مراوغات نفسية"

► - الدعاية هي : " محاولة التأثير على الشخصية والتحكم في سلوك الأفراد ، بالإشارة الى الاهداف التي تعتبر غير علمية او ان قيمتها في المجتمع العلمي مشكوك فيها في فترة محددة "

:- وسيلة فنية للضغط الاجتماعي ، تميل الى تكوين مجموعات نفسية او اجتماعية ، لها بناء موحد او متشابه ، قائم في الحالات المؤثرة والذهنية للأفراد محل الاعتبار " .
تعريف جوزيف جوبلز - وزير الدعاية الالماني في عهد القائد الالماني هتلر - : " انه ليس للدعاية في حد ذاتها طريقة اساسية ، بل ان لها فقط هدف وهو إخضاع الجمهور ، وتعبير كل الوسائل التي تخدم هذا الهدف ووسائل جيدة واعتمادا على ذلك انه يرى ان الغاية تبرر الوسيلة " .

:" إن الدعاية هي الاحتيال عن طريق الرموز".
: إن الدعاية عبارة عن الاستعمال المقصود لأي وسيلة
من وسائل البث والنشر والغرض منها التأثير على
العقول والمشاعر والاعمال لمجموعة معينة ولغرض
معين".

:" ان الدعاية هي الجهد المبذول لنشر فكرة ما ،
وبصورة اعم هي الجهود المصروفة لتركيز عدد من
الجهود المتوفرة لكسب الراي العام للفكرة".

► تعريف عام : هي نشر الافكار والعقائد والمواقف السياسية على اوسع نطاق ، بهدف ايصالها الى اكبر عدد ممكن ، ويستخدم الدعاة افضل وسائل الاتصال واكثرها تأثيرا في الناس ، وتميل الدعاية اما الى ابراز الوجه الجميل وإخفاء العيوب والاعطاء ، واما الى التأثير في الشخص او القطاع المخاطب والحث

▶ تصنيف الدعاية .. تصنف الدعاية من حيث أسلوبها إلى نوعين من الدعاية:

▶ النوع الأول هو الدعاية المباشرة .. يسعى هذا النوع إلى تغير آراء و اتجاهات الجمهور بطريقة واضحة ،و مباشرة ،و الأنواع لمستخدمة في ذلك النوع تعرف بالدعاية البيضاء أو الظاهرة

► *النوع الثاني هو الدعاية غير المباشرة
..يستخدم أصحابها وسائل وطرق غير واضحة
للجمهور ، و بالتالي تجدها تنتشر بطريقة سرية
جدا بداخل المجتمعات و تعرف بأنها دعاية
مقنعة

انواع الدعاية

▶ الدعاية السوداء .. تعتبر الدعاية السوداء عكس الدعاية البيضاء لأن الدعاية السوداء تقوم على اخفاء الحقيقة و تعرف بالدعاية المستورة ، و لا تقوم بتوضيح مصدرها و هذا النوع من الدعاية ينمو بداخل المجتمع الذي تقوم به ، و لكن بصورة سرية حتى تتمكن من تحقيق هدفها هذا النوع من الدعاية خطير جدا ، و ذلك لأنه سبب في اثاره الإشاعات الكاذبة ، و الأكاذيب

▶ **الدعاية البيضاء:** هي الدعاية العلنية المكشوفة
تعتمد على النشاط العلني غير المستورة من
اجل هدف معين كما يكون ذلك بالوسائل
المقروءة من صحف ومجلات ونشريات
والمسموعة من إذاعات واشرطة واقراص
سمعية دعائية ومرئية من فضائيات ووسائل
الاتصال بال جماهير الاخري كشبكة الانترنت
ومصادر هذا النوع معلنة ومعروفة لدى
الجمهور

▶ **الدعاية الرمادية .. هذا النوع من الدعاية يخفي ورائه هدف معين ، و تحاول تحقيقه بطريقة غير مباشرة.**

***الدعاية الكامنة .. يتعتبر هذا النوع من الدعاية مجهول المصدر و مجهول الهدف أيضاً ، و في الغالب نجد هذا النوع من الدعاية منتشر بشكل كبير أثناء الكوارث ، و الحروب.**

► ما هي وسائل الدعاية.. ؟ هناك عدة وسائل تستخدم في الدعاية من أهمها الوسائل الصوتية المرئية ، و الوسائل الصوتية ، و الوسائل المطبوعة ، و الوسائل المرئية ، و المؤتمرات الصحفية ، و لكل وسيلة من هذه الوسائل جمهورها الخاص بها فمثلاً هناك فئة تفضل مشاهدة التلفاز ، و فئة أخرى تفضل قراءة الصحف ، و المجلات ، و هكذا.

▶ **أولاً الوسائل الصوتية المرئية ..** يعرف عن التليفزيون أنه من أهم الوسائل الصوتية المرئية التي من الممكن أن تتصل بالجمهور بشكل سريع.

***ثانياً الوسائل الصوتية ..** يعتبر الراديو من الوسائل الاعلامية التي تتميز بسرعة انتشارها ،و بالطبع يكثر الاعتماد على هذه الوسيلة في البلاد النامية للتواصل مع الجمهور بشكل سريع.

***الوسائل المطبوعة ..** يعد الصحف ،و المجالات من أفضل الوسائل المطبوعة التي عرفت منذ قديم الأزل.

***رابعاً الوسائل المرئية ..** تتمثل هذه الوسائل في حضور المعارض ،و المؤتمرات

اساليب الدعاية اتخذت الدعاية اشكالا عدة نذكر هنا اهمها

1- إطلاق الشعارات:

وهو أسلوب شائع في الدعايات التجارية والسياسية على السواء كما هو معروف، إذ غالبا ما يتم تعميم أحد الشعارات المنتقاة بعناية كعنوان عريض لكل حملة إعلانية، و يعتمد المعلنون على ربط أهدافهم الإعلانية بأكثر الشعارات جاذبية، وبغض النظر عن مصداقيتها، وصولاً إلى الربط اللاشعوري بين الشعار والمعلن عنه

2- القولية والتنميط:

لعل هذا الأسلوب من أكثر أساليب الدعاية شيوعاً ووضوحاً، إذ تقدم لنا وسائل الإعلام وجهات نظر أصحابها الخاصة في كل شيء، كأن يُحرص على تقديم المسلم في صورة رجل طويل اللحية غريب الملبس، أو في صورة امرأة تتشح بالسواد وتجلس في مقعد السيارة الخلفي، حيث يعمل تكرار هذه الصورة على الربط التلقائي لكل ما تستدعيه من توابع قد لا يُصرح بها، فيغدو الإسلام مرتبطاً في ذهن الغربي بكل الصفات السلبية التي تستطبنها تلك الصورة دون البحث عما يمكن أن يخفيه المظهر الخارجي من قيم ومبادئ تُقصى عمداً عن الطرح والمناقشة

3- التأكيد بدلاً من المناقشة والبرهنة:

بالرغم من تساهل وسائل الإعلام مع أصحاب الآراء الشاذة في عرض وجهات نظرها، إلا أنها غالباً ما تغفل الآراء التي لا تتفق مع مصالحها بشكل شبه تام، فتقدم وجهات نظرها على أنها من المسلمات التي يتفق عليها الجميع دون نقاش، وتتجنب حتى الرد على الرأي الآخر خشية تسليط الضوء عليه والمساعدة على انتشاره بلفت الأنظار إليه. ومن ذلك تقديم الديمقراطية الليبرالية الغربية على أنها الحل المجمع عليه في الكثير من وسائل الإعلام العربية وكأن المجتمع العربي- الإسلامي بكافة أطيافه قد قال كلمته في ذلك!

4. استخدام الصور الذهنية : إعطاء تسميات معينة تصبح معها هذه التصورات كـتعايير لا تتأثر بالممارسة مثل الاشتراكية ' الرأسمالية ، السلام ، الإرهاب

5. - أسلوب الكذب المستمر كما قال هتلر : إنه كلما كبرت الكذبة كلما امكنت في بعض الاحيان من ان تتسجل في الازهان"

► 5- أسلوب الاختيار : ذكر الايجابيات
التي تناسب الغرض وإخفاء السلبيات ويظهر
هذا الأسلوب في الحملات الانتخابية

► أسلوب التكرار:

لا يكتفي المعلنون عادة بمجرد التلميط والكذب، بل يعمدون كثيراً إلى التكرار المستمر لشعاراتهم وحملاتهم الإعلانية التي تلاحق الناس أينما ذهبوا، وقد يلجأ البعض إلى التكرار في عرض إعلاناتهم غير المباشرة ليحصلوا نتائج أكثر فعالية من الإعلان المباشر عندما يكون التصريح مثيراً للحساسية أو الرفض،، وهو أمر يزداد خطورة عندما يقترن بالتصريح المباشر والموجه. يقول هتلر : إن الجماهير يلزمها وقتاً طويلاً حتى تفهم وتتذكر هذا يعني يجب استخدام هذا الأسلوب لتكثيف الجوانب الايجابية للتذكير "

8. الاعتماد على الأرقام والإحصائيات ونتائج الاستفتاء:

وهذا الأسلوب يضيف الكثير من المصداقية على الخبر المراد ترويجه، إذ تعد وسائل الإعلام — الأمريكية منها على وجه الخصوص- إلى دعم الكثير من الأخبار والإعلانات باستفتاءات وإحصائيات تنسب عادة إلى بعض الجهات المتخصصة ذائعة الصيت، وبالرغم من شيوع القول بأن هذه المؤسسات البحثية والإحصائية قد اكتسبت شهرتها بسبب مصداقيتها ونزاهتها، إلا أنه من غير الممكن أيضاً التأكد من ذلك بأي وسيلة كانت

9. عدم التعرض للقضايا الحساسة:

الإعلام الموجه يتجنب غالباً التعرض للقضايا المثيرة للخلاف، بل يتجاوزها إلى ما هو أبعد منها ليتعامل مع الواقع من حيث هو، مما يؤدي لا شعورياً إلى ترسيخ هذا الواقع في وجدان المتلقي إلى درجة التعايش معه وتقبله دون التساؤل عن صحته وحقه أصلاً في الوجود فضلاً عن الاستمرار، والأمثلة على ذلك أكثر من أن تحصى، ومن أهمها إغفال حقيقة دولة الكيان الصهيوني واغتصابها للأرض والمقدسات، والتعامل معها على أنها دولة موجودة على أرض الواقع وتملك كافة مقومات الوجود، دون التعرض لحقيقة قيامها المصطنع، وقد أدى هذا التعامل السيئ للإعلام العربي مع القضية الفلسطينية إلى تقبل الرأي العام العربي لوجود دولة صهيونية في قلب العالم العربي - الإسلامي، دون أي تبعات نفسية أو فكرية عميقة.

► 10- إثارة الغرائز وادعاء إشباعها:

لعل إثارة الغرائز في وسائل الإعلام هي من أكثر الأساليب وضوحاً لدى المتلقي، إذ يستغل المعلن والإعلامي الغربي مساحة الحرية التي يتيحها النظام الليبرالي في العبث بغرائز المتلقي لتلقيه ما يريد. وقد تهدف الدعاية هنا إلى مجرد لفت الانتباه للترويج لسلعة ما كاستخدام الصور الخليعة في الإعلانات المصورة، أو يمتد الأمر لربط الشيء المعلن عنه بغريزة ما كأن يصبح إشباعها متعلقاً بهذا الشيء، ومن ذلك ربط تدخين السجائر بالرجولة، واستخدام بعض العطور بالجاذبية الجنسية، واقتناء أحد الهواتف النقالة بالمكانة الاجتماعية المرموقة.

► ١١- أسلوب التجديد : تعتمد الدعاية الى حد كبير على أسلوب التجديد حتى لا تصبح عملا روتينيا يمل منه الراي العام ، فالجدة من اهم العناصر الاساسية للخبر الدعائي.

الدعاية المضادة

- ▶ دائما ما يرتبط مفهوم الدعاية بالخداع والتلاعب بالعقول، وربما الزيف والكذب، لكن الأمر يبدو مختلفًا بالنسبة لـ«الدعاية المضادة»، التي تسلك سُبُلًا أكثر نزاهة ومصداقية، لتقليل تأثير الدعاية الأصلية على الجمهور المُستهدف.
- ▶ وتُعرف الدعاية المضادة، على أنها الإجراءات التي تتخذ لتصوير الدعاية الأصلية، على أنها كاذبة ومُزيفة؛ لحث الجمهور المستهدف للتفكير والتصرف بشكل مُعادٍ للدعاية الأصلية، بغية التقليل من تأثيرها.
- ▶ وتختلف الدعاية المضادة عن الدعاية الأصلية، في أن الدعاية المضادة دائما ما تكون دفاعية، وتأتي كرد فعل عن الدعاية الأصلية. وتستهدف الدعاية المضادة نفس الجمهور الذي تستهدفه الدعاية الأصلية.

الدعاية المضادة

- ▶ عناصر ومقومات الدعاية المضادة
- ▶ تعتمد الدعاية المضادة على عدة عناصر ومقومات أساسية، يُساعد توافرها على زيادة فاعلية وتأثير الدعاية المضادة، ومن أبرز تلك العناصر:
- ▶ ١. أن تتأسس على الحقيقة
- ▶ رغم أن الدعاية العادية أو المضادة تحتوي على معلومات صحيحة أو كاذبة، فإن أنجح حملات الدعاية المضادة هي التي تعتمد على قول الحقيقة. فمن الضروري أن يُنظر إلى الدعاية المضادة على أنها نوع من المعارضة «الشريفة والنزيهة»، لأسباب أخلاقية وعملية

- ▶ وتعتبر مصداقية المعلومات، أمرًا شديد الحساسية والخطورة، فإذا كانت رسالة الدعاية المضادة كاذبة، سواء بقصد أو دون قصد، فإن ذلك سيدفع الجمهور إلى اعتباره كذبًا متعمدًا، وإن كان غير مقصود. كما سينظر إلى الدعاية المضادة على أنها منحازة وغير موضوعية، كتلك التي تُعارضها في الأساس.
- ▶ وإذا انكشف كذب الرسالة، فإن ذلك سيكون له تأثير سلبي شديد على سمعة القائمين على حملة الدعاية المضادة، مما يُقلص من تأثيرهم على الجمهور المُستهدف في الحاضر والمُستقبل.

. الوضوح في التعبير

- ▶ يجب أن تكون الألفاظ المُستخدمة، والمعلومات التي تنشرها حملات الدعاية، واضحة ومفهومة عالميًا، لتحقيق المزيد من
- ▶ يجب أن تكون الألفاظ المُستخدمة، والمعلومات التي تنشرها حملات الدعاية، واضحة ومفهومة عالميًا، لتحقيق المزيد من التواصل الفعال مع الجمهور المستهدف، ومواجهة الدعاية الأصلية. أما إذا كانت الرسائل الدعائية مُربكة وغير واضحة وقد يُساء فهمها، أو تحتاج إلى مزيد من الشرح والتوضيح، فإن ذلك يحد من فعالية الدعاية المضادة وتأثيرها على الجمهور المُستهدف.

. معرفة الجمهور المستهدف وتحديده

► من الضروري معرفة الجمهور المستهدف، وتحديده بدقة؛ لإنشاء الرسائل الدعائية التي تمس الجمهور، ونشرها بطريقة تتسق مع ثقافته. لذلك يستلزم تحديد مشاعر الجمهور المستهدف الحالية، والصور النمطية التي تكونت في ذهنه، والآراء التي تؤثر في اتجاهاته، ومعتقداته، وسلوكياته، والطبيعة الثقافية، والعقدية للجمهور، تلك الطبيعة التي تختلف من جمهور لآخر، لذلك يجب تحديد الجمهور المُستهدف بدقة، لتصميم الرسائل التي تناسبه.

الاستجابة السريعة

► . تعتبر عمليات الدعاية، والدعاية المضادة، عمليات تفاعلية، ومن الضروري أن تكون رسالة الدعاية المضادة سريعة ومواكبة للأحداث، فكلما طالت المدة التي يتعرض لها الجمهور للدعاية الأصلية، كلما زادت من صعوبة استجابة الجمهور للدعاية المضادة ورفضه للدعاية الأصلية.

أبرز أساليب الدعاية المضادة

▶ التنفيذ المباشر

▶ يعتمد هذا الأسلوب على النقض والتنفيذ المباشر للدعاية الأصلية، عندما يُمكن إثبات أن رسالة الخصم خاطئة تمامًا، ويميل ذلك الأسلوب إلى فكرة سرعة الاستجابة، بنشر الرسالة الدعائية المضادة بشكل سريع وواسع النطاق، قبل أن تحدث الدعاية الأصلية أي تأثيرات سلبية على الجمهور المُستهدف، ولكن أحد التحفظات على استخدام ذلك الأسلوب تكمن، في أنه قد يؤدي إلى إضفاء قوة ومصداقية وشهرة للرسالة الأصلية نتيجة تكرارها.

▶ **التفنيد غير المباشر أو التعريض:**

▶ **يعتمد هذا الأسلوب على إدخال مجموعة جديدة من الموضوعات المترابطة، التي تدحض الدعاية الأصلية بشكل غير مباشر، عن طريق التعريض أو التلميح. يتلافى هذه الأسلوب عيوب أسلوب التفنيد المباشر، كونه لا يعزز أو ينشر الرسالة الأصلية. (مثال: التشكيك بالمصدر)**

► تحويل الانتباه

► يعتمد هذا الأسلوب على محاولة التغطية على رسالة الدعاية الأصلية، من خلال تقديم وطرح موضوع قد يكون أكثر أهمية للجمهور، ما يُحول اهتمام الجمهور المستهدف، من رسالة الدعاية الأصلية إلى رسالة الدعاية المضادة.

▶ الصمت:-

▶ «الاتهامات سخيفة بشكل لا يستدعي الرد عليها»،
هذا هو التصريح الإعلامي الأنسب عند استخدام أسلوب الصمت. يعتمد هذا الأسلوب على أن رسالة الخصم، ليس لها ضرورة كافية تستدعي الرد عليها، من منطلق تجنب نشر الدعاية الأصلية بالأساس، على نطاق أوسع. ومن الضروري عند استخدام ذلك الأسلوب تحليل ودراسة تأثير الصمت على الجمهور المستهدف

▶ المنع والتقييد

▶ يعتمد هذا الأسلوب على محاول منع وتقييد الجمهور المستهدف، من الوصول في الأساس إلى الدعاية الأصلية، وهذا أسلوب لا يُنصح به؛ نظرًا لأن التقدم التكنولوجي، جعل من عزل الجمهور المستهدف من الوصول إلى معلومات مُعينة، أمرًا شبه مستحيل.

الانصات والاستماع

أ.د. عبدالغفار عبدالجبار القيسي

٢٠١٩

كلية الاداب /بغداد

الاستماع

الاستماع اهمية كبية في حياتنا ، انه الوسيلة يتصل بها الانسان في مراحل حياته الاولى بالآخرين. عن طريقة يكتسب الخبرات والمفردات ويتعلم انماط الجمل والمفاهيم وتراكيبها، ويتلقى الافكار الافكار ويتعلم المهارات اللغوية الاخرى

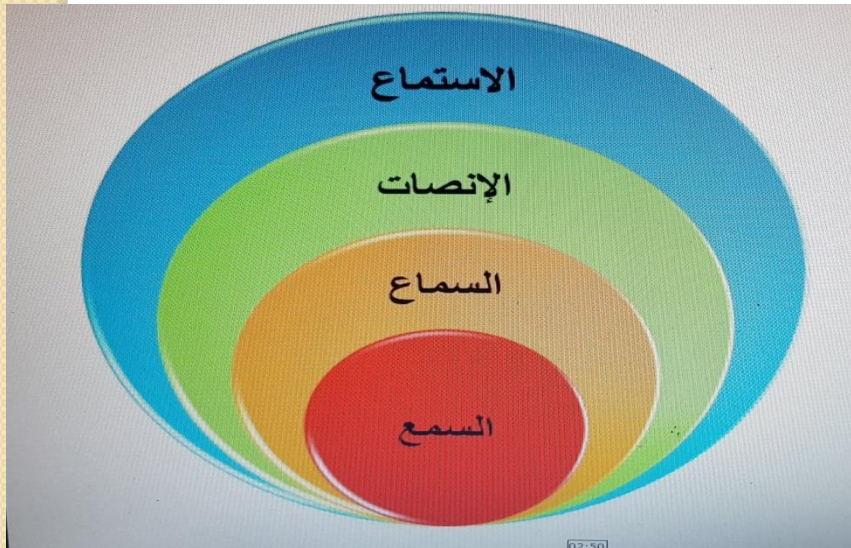
- السمع عملية فسيولوجية فطرية تولد مع الانسان وتتجسد في انشطة حسية جسدية تقوم فيها الروابط السمعية بنقل المعلومات (الاصوات) الى المخ عن طريق الاذن.
- السماع: هو وصول الصوت الى الاذن دون قصد او انتباه، ولا يستوعب السامع ما يقال وانما تصله مقتطفات منه .
- فهو مجرد استقبال الاذن ذبذبات معينة تاتي من مصدر معين دون اعارته الانتباه المقصود. انه عملية تعتمد على فسلجة الاذن وقدرتها على التقاط هذه الذبذبات الصوتية.

الاستماع

الاستماع هو مهارة اعقد من ذلك بكثير من مجرد السماع ،
هو عملية يعطى فيها المستمع اهتمام خاصا وانتباها مقصودا
لما تتلقاه اذنه من اصوات ، هو وصول الصوت واستقباله
بالاذن بفصد الانتباه وهذا النوع هو المستخدم في الحياة
والعمل والتعلم فهو احدى مهارات عملية الاتصال بين الناس

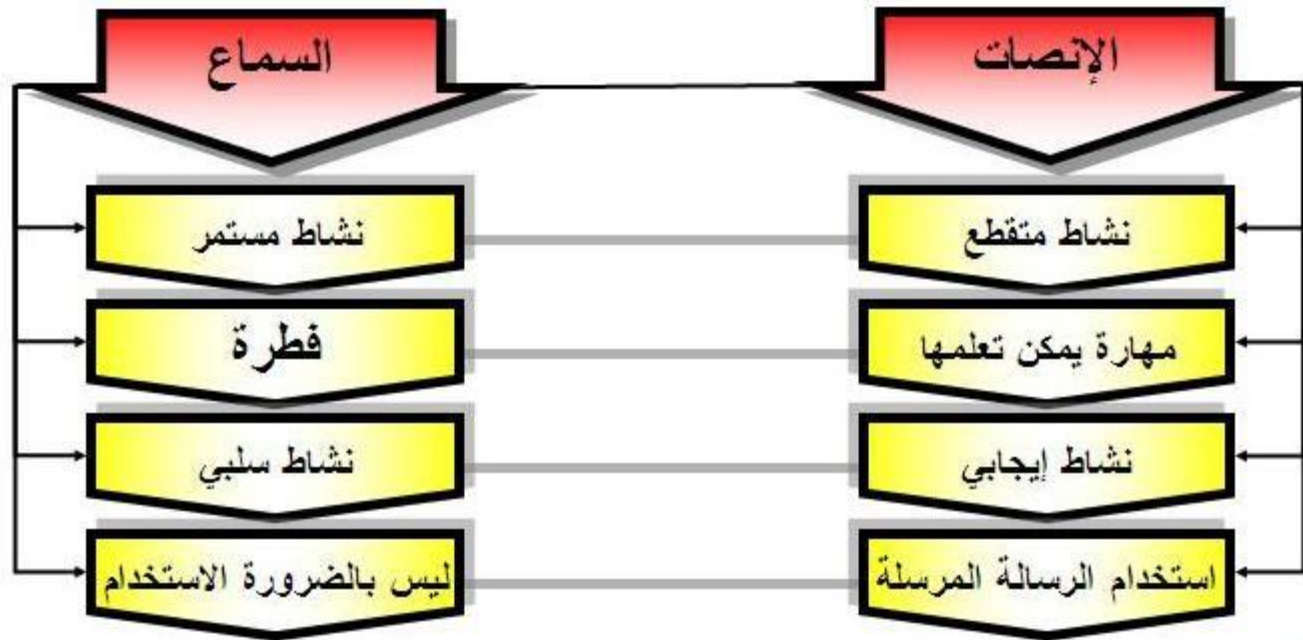
الفرق بين الانصات والاستماع

- الانصات : هو استقبال الصوت ودخوله الى الاذن بقصد مع شدة الانتباه والتركيز ، اي تركيز الفرد لانتباهه على ما يسمعه من اجل هدف محدد اة غرض يريد تحقيقه



المقارنة بين الانصات والسماع

الإصغاء مقارنة بالسماع



- يتضح الفرق بين هذه العمليات عندما نقرأ النص القرآني (واذا قرىء القرآن فاستمعوا له وانصتوا لعلكم ترحمون) انه علينا ان نستمع للقرآن الكريم استماعاً يؤدي بعد ذلك الى التدبر في معانيه .

- بهذا كون الاستماع قريباً جداً من الانصات لانه يحتاج الى التركيز الشديد من اجل فهم المسموع وتمثله وفهم العلاقات الرابطة بين الافكار التي يتلقاها المستمع.
- والاستماع هو مهارة تكتسب من خلال الممارسة

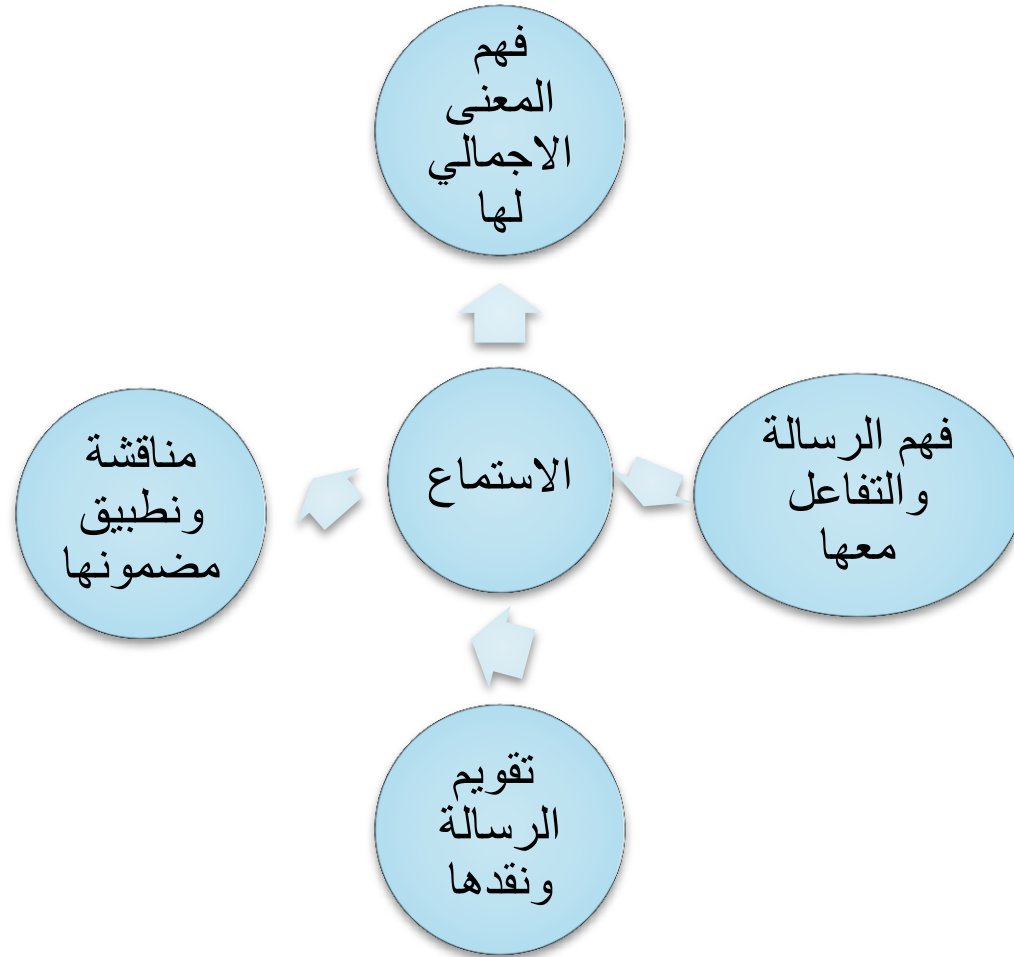
• يحتل الاستماع نسبة ٤٥ % (بعض الدراسات ٢٥ %) من زمن التواصل والكلام ٣٠ % والكتابة ٩ % والقراءة ١٦ وهناك اختلاف في الدراسات ، الاغلب ان الاستماع ياخذ النسبة الاكبر من علمية التواصل

مهارت الاستماع

- ١ - التركيز
- ٢ - الاهتمام
- ٣ - السؤال والاستجابة
- ٤ - الحدس
- ٥ - بنية الحيث

عناصر الاستماع:

- عملية معقد تعتمد على الانصاتالرمز الى المركز المنطوق ، ثم محاولة فهمه وتفسيره ، وهذه العملية تتكون من اربعة عناصر :-
 - ١- فهم الرسالة والتفاعل عها
 - ٢- تقويم الرسالة ونقدها
 - ٣- مناقشة وتطبيق مضمونها
 - ٤- فهم المعنى الاجماليوهذهالعناصر متداخلة



الاستماع ضمن المقابلة

الاهتمام
بنتائج
التفاعل)
المقابلة

تقويم
الرسالة
التي يحصل
عليها

على المقابل
الاستماع
اليه قبل
اصدار الحكم
عليه

البحث عن
المفحوص
والتعرف
على
معلوماته

الحذر من
نتائج
التصال)
المقابلة

تقويم منطق
ومصادقية
المقابل

الاستماع
اليه بدون
اصدار
حكم

التعامل مع
المفحوص

شكري لأصغائكم

عبدالغفار عبدالجبار القيسي

٢٠١٩/٥/١٢

**مهارات التحدث والانصات
والاقناع**
أ.د. عبدالغفار القيسي

كلية الاداب / بغداد
٢٠١٩/٥/١٤

مهارتا التحدث و الاستماع

اولاً: مهارة التحدث

يعد التحدث فن و مهارة وموهبة فهو فن لأنة شخصى أى يعتمد على شخصية الإنسان ومقدار حماسته وإبداعه وهو مهارة لأنة يحتاج إلى تنمية والتدريب والتحسين وهو موهبة لأن العوامل السابقة غير كافية لأن تجعله فرداً متحدثاً ناجحاً يؤثر فى الآخرين

١- أهمية مهارة التحدث

إن استخدام مهارة التحدث له أهمية كبيرة لدى الأفراد ومن أبرزها:

- ممارسة جميع ألوان النشاط اللغوى
- التعبير عما فى النفس ،أو ما يشاهده الأفراد
- التعود على التفكير السليم والسرعة فى التفكير و التعبير وترتيب الأفكار وربط بعضها بعضاً
- تنمية الثقة النفس ،والقدرة على الطلاقة فى التعبير ،والاستقلال فى الرأى
- تهذيب الوجدان والشعور ، و ممارسة التخيل والابتكار، والتعبير عن الأحاسيس والمشاعر والأفكار فى أسلوب واضح ومؤثر

٢- متطلبات الحديث الفعال

تتمهد مهارة التحديث على الإعداد المسبق له ولذا فهي تحتاج إلى ما يأتي:

التعرف على المستمع : من حيث خصائصه وصفاته: الجنس،العمر،المستوى العملى،الاتجاهات والميول
اختيار الموضوع: الإمام الكافى به ، تحديده بدقة،استحواذه على اهتمام المستمع
الغرض من الحديث:الآخبار،تقديم أفكار،وحقائق،ومعلومات،بطريقة مباشرة
الإقناع:محاولة إقناع المستقبل بتبنى فكرة ما،وذلك باستخدام نبرة الصوت الملائمة ومخاطبة عواطفه
الإمتاع: تقديم ما يشعر المستقبل بالبهجة والسرور
استخدام الأسئلة فى التحدث :

ترتبط مهارة التحدث بأنواع الأسئلة المستخدمة (الرسالة)بين المرسل والمستقبل،يوضح الشكل الآتى
أنواع الأسئلة :



المفهوم	السؤال
سؤال لا يحدد نمط للإجابة ولكنه يفتح المجال للمناقشة	المفتوح
سؤال محدد تحتل الإجابة عنه بنعم أو لا	المغلق
سؤال يهدف للحصول على معلومات محددة تجاة موضوع معين	المتعلق بحقائق
سؤال يتم تتبعة بسؤال أو أسئلة أخرى للحصول على معلومات أكثر	المتابعة
سؤال يهدف إلى الحصول على نوع معين من المعلومات او تغذية للاسئلة اللاحقة	التغذية الراجعة

٣- مؤشر تفاعل الجمهور مع المتحدث

تعد مهارة التحدث من المهارات الضرورية في الاتصال اليومي وتتأكد أهميتها من خلال المؤشرات التي يرسلها الجمهور للمتحدث فتؤثر على عملية الاتصال إيجاباً أو سلباً وهذه المؤشرات هي:

مؤشرات سلبية	مؤشرات ايجابية
التملل والإكثار من الحركة في المكان	هز الرأس بالموافقة (تأييد)
النظر إلى الساعة	ميل الجسد للأمام (انتباه)
النظر في أنحاء الغرفة أو إلى الخلف	الإصبع على الخد أو جانب الرأس (تفكير وتأمل)
وضع اليدين خلف الرقبة أثناء الجلوس	النظر المستمر إلى المتحدث (تركيز)
التثاؤب كثرة التهامس الجانبي	ترديد الكلمات (تفاعل) الكتابة وتسجيل النقاط (اهتمام)
العبوس في الوجه (عدم الارتياح لما يقوله المتحدث)	التفاعل مع الحديث من خلال تعبيرات الوجه (تفاعل)

المحور الثاني : مهارة الإلقاء

تعد مهارة الإلقاء من المهارات الهامة التي تتطلب من المتحدث أن يستعد جيداً قبل الإلقاء وتهدف إلى التأثير على الجمهور واستمالة وإقناعه بالموضوع المراد وللقيام بعملية الإلقاء بشكل جيد ينبغي أن يطبق الفرد المراحل الآتية :

المرحلة	وصفها
جمع المعلومات	<ul style="list-style-type: none">• جمع معلومات والبيانات حول الموضوع من مصادرها المتنوعة• كتابة الموضوع وصياغة بشكل متناسق خال من الأخطاء الإملائية واللغوية• الحرص على ضبط وتشكيل الكلمات بشكل محكم قبل الإلقاء
التدرب المسبق على الإلقاء	<ul style="list-style-type: none">قراءة الموضوع أكثر من مرةالتدرب على الإلقاء أمام الأهل أو الزملاءالحديث الإيجابي مع النفس بالقدرة على الإلقاء بشكل متميزالتدرب على الاسترخاءمراقبة المتميزين الإلقاء للاستفادة من أساليبهم

وصفها	المرحلة
<ul style="list-style-type: none"> •الحرص على الحضور إلى المكان المخصص قبل الجمهور لكي تتشكل لديه الألفة •التحدث مع الأشخاص المحيطين في أى موضوع •الابتسامة والثقة فى الإعداد المسبق •التوكل على الله والاستعانة به •الدخول بخطوات هادئة والنظر بعموم للجمهور 	<p>لحظات ما قبل الإلقاء</p>
<ul style="list-style-type: none"> •الابتسامة قبل الحديث بما يعمل على الراحة لك وللجمهور •التنوع فى تعبيرات الصوت حسب الموقف • استخدام لغة الجسد بشكل متوازن •الاهتمام بالمظهر العام (الملابس –الألوان –الرائحة) • تطبيق مهارات الاتصال الشخصى بفعالية أثناء الإلقاء 	<p>الإلقاء</p>

الاستماع

الاستماع اهمية كبية في حياتنا ، انه الوسيلة يتصل بها
الانسان في مراحل حياته الاولى بالآخرين. عن طريقة
يكتسب الخبرات والمفردات ويتعلم انماط الجمل
والمفاهيم وتراكيبها، ويتلقى الافكار ويتعلم المهارات
اللغوية الاخرى

- السمع عملية فسيولوجية فطرية تولد مع الانسان وتتجسد في أنشطة حسية جسدية تقوم فيها الروابط السمعية بنقل المعلومات (الاصوات) الى المخ عن طريق الأذن.
- السماع: هو وصول الصوت الى الأذن دون قصد او انتباه، ولا يستوعب السامع ما يقال وإنما تصله مقتطفات منه .
- فهو مجرد استقبال الأذن لذبذبات معينة تأتيه من مصدر معين دون اعارته الانتباه المقصود. انه عملية تعتمد على فسلجة الأذن وقدرتها على التقاط هذه الذبذبات الصوتية.

الاستماع

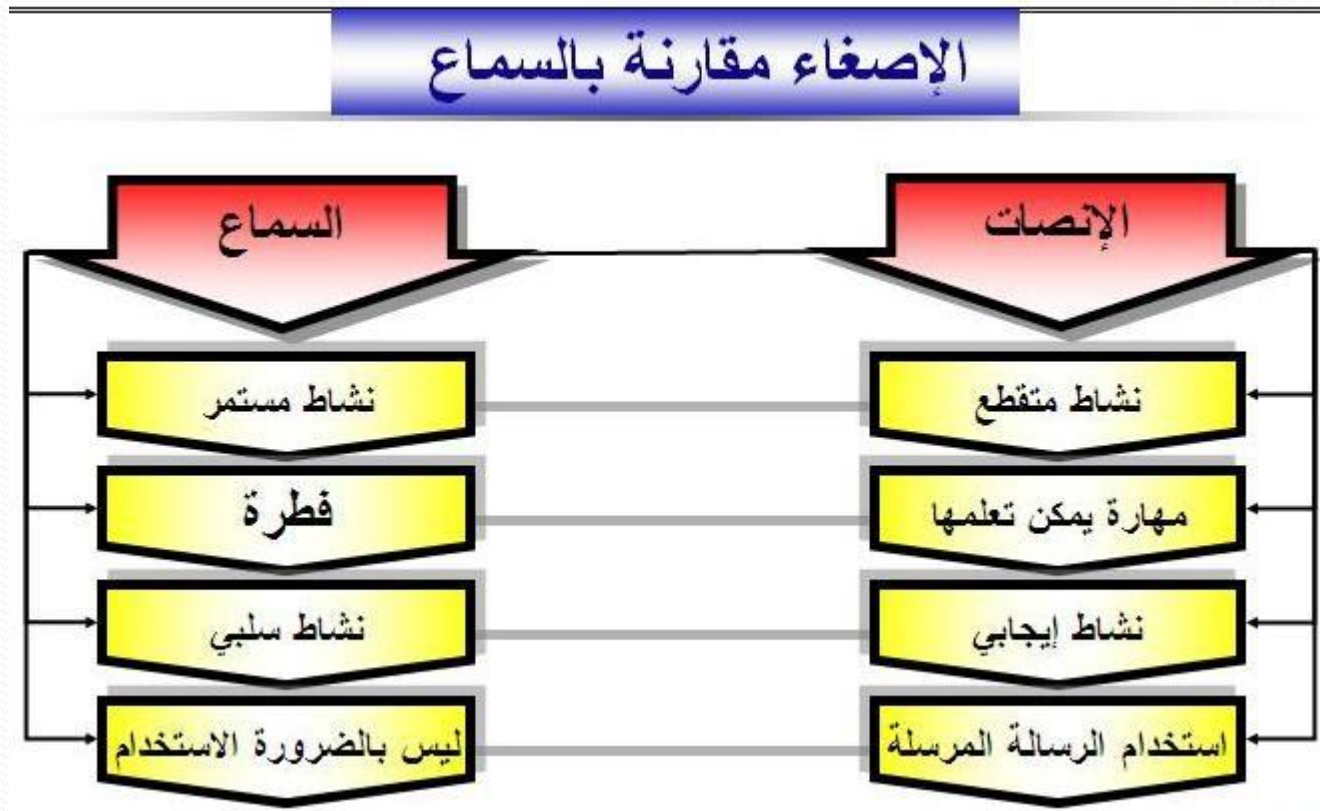
الاستماع هو مهارة اعقد من ذلك بكثير من مجرد السماع ، هو عملية يعطى فيها المستمع اهتمام خاصا وانتباها مقصودا لما تتلقاه اذنه من اصوات ، هو وصول الصوت واستقباله بالاذن بفصد الانتباه وهذا النوع هو المستخدم في الحياة والعمل والتعلم فهو احدى مهارات عملية الاتصال بين الناس

الفرق بين الانصات والاستماع

- الانصات : هو استقبال الصوت ودخوله الى الاذن بقصد مع شدة الانتباه والتركيز ، اي تركيز الفرد لانتباهه على ما يسمعه من اجل هدف محدد و غرض يريد تحقيقه



المقارنة بين الانصات والسماع



● يتضح الفرق بين هذه العمليات عندما نقرأ النص القرآني (واذا قرىء القرآن فاستمعوا له وانصتوا لعلكم ترحمون) انه علينا ان نستمع للقرآن الكريم استماعاً يؤدي بعد ذلك الى التدبر في معانيه.

- بهذا كون الاستماع قريباً جداً من الانصات لانه يحتاج الى التركيز الشديد من اجل فهم المسموع وتمثله وفهم العلاقات الرابطة بين الافكار التي يتلقاها المستمع.
- والاستماع هو مهارة تكتسب من خلال الممارسة

الاستماع

يحتل الاستماع نسبة ٤٥% (بعض الدراسات ٢٥%) من زمن التواصل والكلام
٣٠% والكتابة ٩% والقراءة ٦% وهناك اختلاف في الدراسات ، الاغلب ان الاستماع ياخذ
النسبة الاكبر من علمية التواصل

يولد القدرة على الإبداع

يؤثر في صحة ودقة القرار

يجعل الفرد قادراً على المواجهة
المشكلات والأزمات

يساعد على إثراء الحصيلة اللغوية
للمستمع

يقلل من الخطأ ويزيد من النمو
الفكري للفرد

يجعل معايير تقييم الآخرين أكثر
عدلاً

عناصر الاستماع:

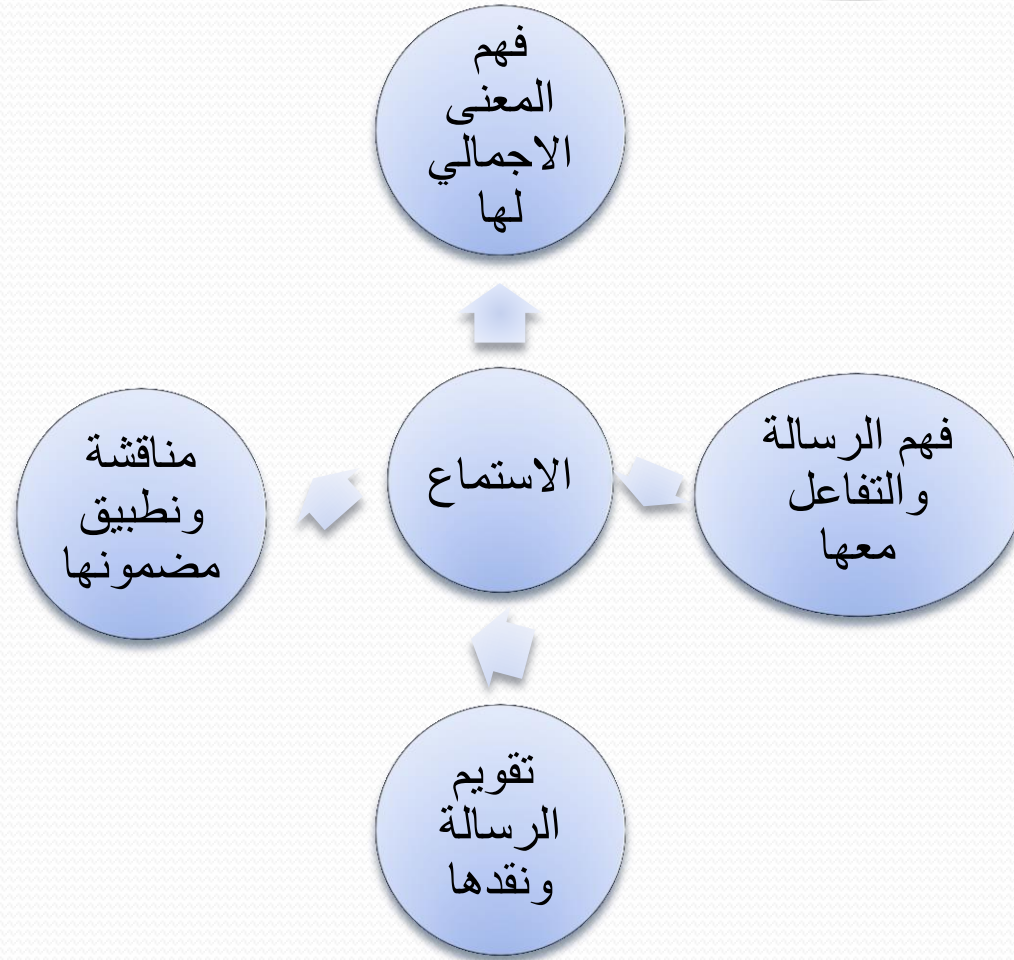
- عملية معقد تعتمد على الانصات المركز الى الكلام المنطوق ، ثم محاولة فهمه وتفسيره ، وهذه العملية تتكون من اربعة عناصر :-
 - ١- فهم الرسالة والتفاعل عها
 - ٢- تقويم الرسالة ونقدها
 - ٣- مناقشة وتطبيق مضمونها
 - ٤- فهم المعنى الاجماليوهذه العناصر متداخلة

مهارت الاستماع

- ١- التركيز
- ٢- الاهتمام
- ٣- السؤال والاستجابة
- ٤- الحدس
- ٥- بنية الحديث

عناصر الاستماع:

- عملية معقد تعتمد على الانصاتالرمز الى المركزالمنطوق ، ثم محاولة فهمه وتفسيره ، وهذه العملية تتكون من اربعة عناصر :-
 - ١- فهم الرسالة والتفاعل عها
 - ٢- تقويم الرسالة ونقدها
 - ٣- مناقشة وتطبيق مضمونها
 - ٤- فهم المعنى الاجماليوهذهالعناصر متداخلة



الاستماع ضمن المقابلة

الاهتمام
بنتائج
التفاعل)
المقابلة

تقويم
الرسالة
التي
يحصل
عليها

على المقابل
الاستماع
اليه قبل
اصدار
الحكم عليه

البحث عن
المفحوص
والتعرف
على
معلوماته

الحذر من
نتائج
التصال)
المقابلة

تقويم منطق
ومصادقية
المقابل

الاستماع
اليه بدون
اصدار
حكم

التعامل مع
المفحوص

١- أهمية الاستماع الفعال

الانتباه - التفسير- الاستيعاب- الاستجابة- التقييم- التذكر

مراحل الاستماع الفعال

المرحلة	مفهومها
الانتباه	هي مرحلة استقبال الصوت عن طريق الأذن ويمكن للمستقبل استخدام النظرات وتعبيرات الوجه ولغة الجسد التي تعبر عن متابعته لحديث المرسل وكذلك استخدام الاسئلة بما يؤكد الاستماع للمرسل
التفسير	في هذه المرحلة يحاول المستمع أن يضع معنى للمعلومات التي تم استقبالها وذلك باختيار بعضها وربطها بالخبرات السابقة التي لديه وفي العادة فإننا نستخدم كل حواسنا من أجل تفسير ماسمعه
الاستيعاب	وهي مرحلة الفهم وتعد إحدى الفروقات الأساسية بين السماع والاستماع وتتضمن هذه المرحلة معالجة المعلومات
التذكر	وفي هذه المرحلة قد يكون الحديث طويلاً وبه كثير من البيانات مما يجعل المستقبل يواجه صعوبة تكرار تفاصيل تلك الرسالة وفي تلك الحالة فإن للمستقبل إمكانية التدرب على قوة التذكر باستخدام ورقة وقلم لتسجيل النقاط التي يمكن الرجوع إليها عند الحاجة (او تسجيلها)
التقييم	وفي هذه المرحلة يحتاج المستمع إلى تحليل الأحداث والتمييز بين الحقائق والآراء الشخصية ويتم في هذه المرحلة الحكم على مدى تعارضها أو توافقها مع مآلئهم ونؤمن به دون تأثير الانطباع السابقة عن المرسل أو حتى الظروف المحيطة بالمستقبل أثناء الحديث

المرحلة	مفهومها
الاستجابة	في هذه المرحلة يعمد المستمع إلى سلوك لفظي أو غير لفظي لإعلام المتحدث أنه فهم أو أنه لم يفهم رسالة المتحدث
السلوك اللفظي	يتم من خلال طرح سؤال أو تعليق على المتحدث لاستيضاح المعلومة التي تحتاج إلى وضوح أكثر مع الانتباه إلى أن مثل هذا السلوك اللفظي يجب أن لا يتم بطريقة تقطع استرسال المتحدث
السلوك غير اللفظي	يتم من خلال تحريك الرأس للإشارة بالموافقة أو الرغبة في الاسترسال في الحديث أو أية إشارة أخرى يرسلها المستمع للمتحدث ليوصل بها إستجابة معينة

الاقناع:-

- الاقناع فن حمل الناس على فعل شيء لن يفعلوه في المعتاد (ارسطو)
- الاقناع هو عملية تغيير او تعزيز اتجاه او معتقد او موقف او سلوك.
- الاقناع تغيير في اتجاه او معتقد شخصي ناجم عن استلام رسالة.
- لكي نقنع الآخرين بما نريد، ينبغي ان يصدقوا حديثنا اولاً، ولكي يصدقوا حديثنا ينبغي ان يكون حديثنا صادقاً، ولكي يكون حديثنا صادقاً، ينبغي ان يكون واقعياً). "مورو"؟؟؟؟

طرق الاقناع:-

يستجيب الناس للاقناع بطريقتين:

- الاولى: بعد تفكير، تتصت لما يقوله بعناية..تشخص ميزات ومساوي ء كل فكرة، نسأل ونناقش.
- الثانية: دون تفكير، عقولنا تكون مغلقة بصورة آليه، لا يوجد لدينا حافز للانصات، نعتمد على عواطفنا في تقييم ما يقوله المقنع او الجمهور

او ما يفعله او الجمهور؟؟؟

- من الوسائل التي تجعل المرء ينال ثقة الآخرين عندما يحاول اقناعهم بما يريد، ان يكون حديثه بعيدا عن اهوائه الشخصية.
- من اكثر الطرق تأثيرا في ذهن المتلقي للرسالة، ان يعبر المتحدث عن الصورة السلبية ثم الصورة الايجابية، لحالة او موضوع معين .
- الكلمات الايجابية تجعلنا نشعر بالثقة والامان والارتياح، والكلمات السلبية تصيبنا بالاحباط وعدم الارتياح.
- تجنب عبارات المبالغة مثل: جدا، مطلقا، وكذلك عبارات التردد واللعثمة والانكار والكلمات المطاطة.
- استخدم الدعابة في الاقناع، واجعلها ذات صلة بالموضوع، فحين تستطيع اضحاك الناس بفكاهه (في مكانها،.. عندها يمكن ان تخبرهم بما تريد).

● الاقناع يبدأ بالمصداقية

- الشخص الصادق هو الذي لا يظهر بأي مظهر خادع او مزيف.
- الاشخاص البارعون في اقناع الآخرين يبذلون قصارى جهودهم لكي يكونوا في موقف حيادي وصادق.
- اكبر الاخطاء التي يرتكبها هواة الاقناع هي عندما يتعاملون مع جميع الحاضرين بأسلوب واحد.

ايوجد أكثر من خمسة انواع من الجمهور، لكل نوع يتطلب استراتيجية اقناع تختلف عن الأخرى.

□ الجمهور المعارض:

- يشك في مصداقيتك.
- يعارض اراءك.
- لأننا نميل ايضا لكرهية من يعارضنا في ارائنا، فعلينا التغلب على الخلافات الشخصية، بالآتي:
- ركّز على اوجه الاتفاق المشتركة بينك والجمهور قبل التطرق الى اوجه الخلاف.
- لا تبدأ العرض بهجوم مباشر.
- لا تخبرهم بأنك سوف تغير من طريقة تفكيرهم حتى لا تثير حفيظتهم ضدك.
- لا تتوقع تغييرات اساسية في الاتجاه. ولكن اذا استطعت هذه المرة تحييدهم، تكون قد حققت تقدما.

الجمهور المحايد

- هذا الجمهور لا يؤيدك ولا يعارضك، فهو يفهم القضية، ولكنه بحاجة الى توجيه وارشاد.
- اذكر المزايا في اقتراحاتك مقرونة بالفوائد التي تعود عليهم.
- اذكر الجوانب السلبية ايضا بشأن عدم قبول اقتراحاتك، وحذر الحاضرين من منافسين او اعداء مشتركين

الجمهور غير المهتم.

- هذا الجمهور يعلم مقدما عن موضوعك ولا يبالي كثيرا، لأن القضية تكون ممله بالنسبة له.
- قد يشعر باليأس من اصلاح الحال.
- يحتاج الى تنشيطه وتفعيله بسرد قضية مماثلة، وتبيان مدى تأثيرها عليهم.
- استعن براء خبراء وشهادات لاشخاص معتبرين مؤيده لما تقول.

الجمهور المؤازر.

- هذا الجمهور معك سلفاً.
- مهمتك في الاقناع هي اعادة شحنه.
- تعزيز الالتزام والتفاؤل (فمعا ينجز كل فرد اكثر).
- توضيح حجج الخصم المحتملة، وتحصينه ضد ما تبثه وسائل اعلام معاديه.
- اقناع الجمهور المؤازر.

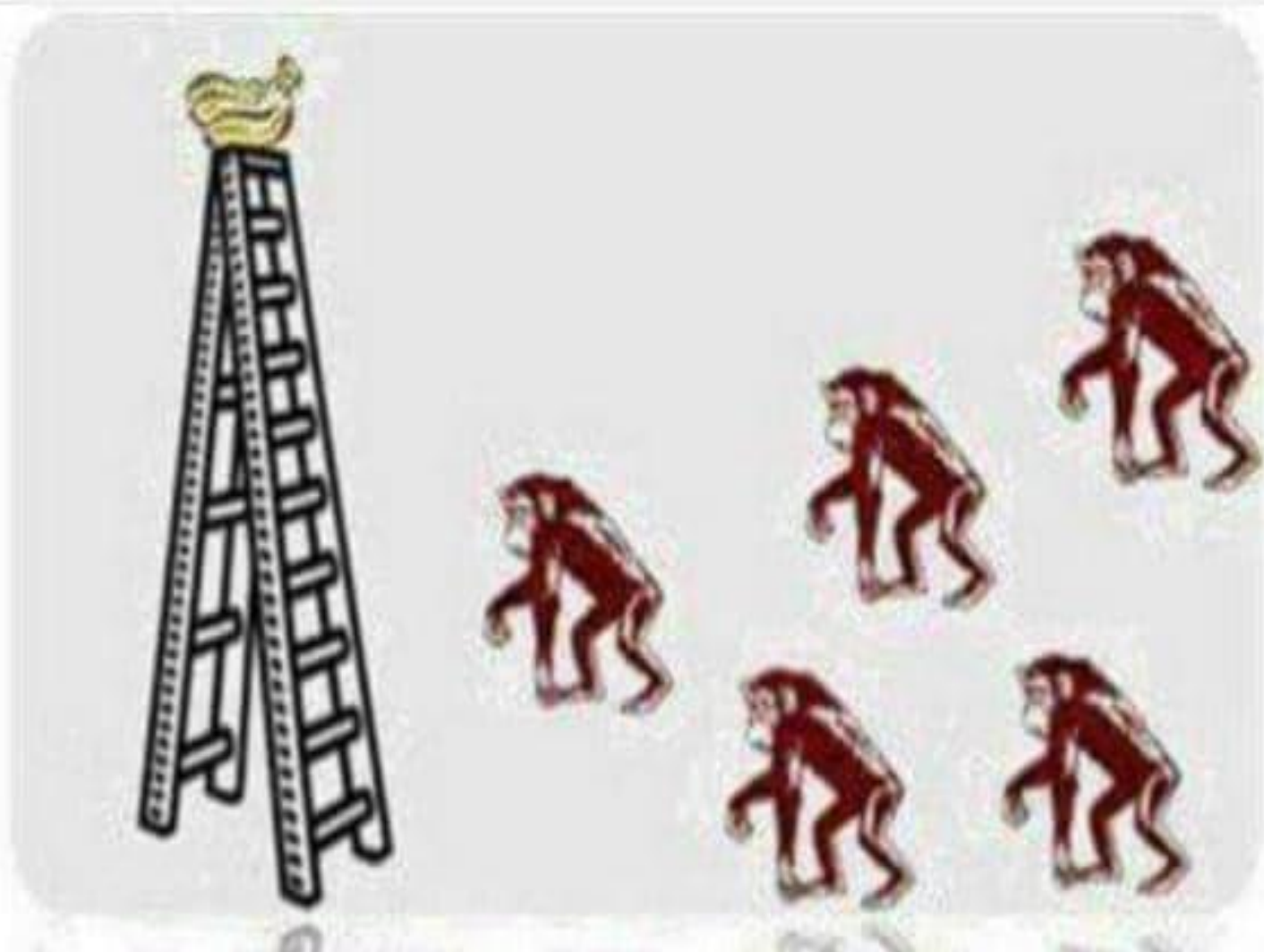
الجمهور المختلط.

- معظم الجماهير تكون من مجموعات متباينة في وجهات النظر.
- كن محايدا في طرح افكارك.
- استهدف الفئة الأكبر.. واعمل على ان تكسبها الى جانبك.
- لا تنتقد مطلقا معتقدات الآخرين حتى لو كانت تبدو لك سخيفه.
- محايدا في طرح افكارك.
- استهدف الفئة الأكبر.. واعمل على ان تكسبها الى جانبك.
- لا تنتقد مطلقا معتقدات الآخرين حتى لو كانت تبدو لك سخيفه.

الاستراتيجيات المختلفة للاقناع

- ١- الاعتماد على العاطفة أو المنطق في الاستمالة .
- ٢- الاعتماد على درجة من التخويف لتحقيق الاستمالة .
- ٣- البدء بالاحتياجات و الاتجاهات الموجودة لدى المتلقي .
- ٤- عرض وتحليل الآراء المتباينة للموضوع .
- ٥- ربط المضمون بالمصدر أو المرجع .
- ٦- درجة الوضوح و الغموض في الرسالة .
- ٧- الترتيب المنطقي لأفكار الرسالة .
- ٨- التأثير المتراكم و التكرار .
- ١-الاعتماد على العاطفة او المنطق في الاستمالة

- واقع الأمر يظهر أنه ليس هناك قاعدة ثابتة نستطيع أن نوكد أنه يمكن الاعتماد عليها في هذا المجال .
- إلا أن درجة تأثير الاستمالة العاطفية تزيد عند إقناع المستهدفين بالرسالة منطقيا حيث تعتمد في هذه الحالة على استمالة دوافع الفرد إلى حد ما .



شكري لحضوركم ولا صغائكم

عبدالغفار عبدالجبار القيسي

٢٠١٩/٥/١٤

نظرية الاتساق والتطابق المعرفي Cognitive Congruity

أ.د. عبدالغفار القيسي

٢٠١٩

كلية الاداب/ بغداد

ما هو التطابق

- مصطلح التطابق ، الذي يستخدم بنشاط في مختلف العلوم ، نشأ من congruens اللاتينية ، وهو ما يعني صدفة ، متناسبة ، كما يعني الاتساق والمراسلات.
- في علم النفس ، يعني التطابق تناظر المظاهر الخارجية إلى المشاعر الداخلية للشخصية.
- التطابق في علم النفس هو سلوك الشخص ، الذي يعبر عن حالته العاطفية الداخلية وجاذبيته ، ويحمل تجربة نزاهة ، مد طاقة قوية ، شعور بالراحة. ويتجلى ذلك من خلال ردود الفعل غير اللفظية: اتساق الأعمال وتعابير الوجه والكلمات والتغويلات والحركات ومراسلاتها مع الموقف.

مقدمة

- في عام ١٩٥٥ نشر اوسجود Osgood وتاننباوم Tannebaum بحث حول الاتساق المعرفي بين الناس وتغيير الاتجاهات ، ويرى هذا العالمان أن بعض الناس سيغيرون اتجاهاتهم عندما يتضح انها لا تتسجم مع الاغلبية لأبناء جماعتهم
- لذا يقصد بالاتساق المعرفي ان تتجانس وتتشابه افكار الجماعة ومشاعرهم تجاه حدث او موقف معين ، وان يتفقوا في الرأي والمعيار الاجتماعي .

نظرية الطابق

- Charles . I. Osgood & Percy أوزكود وبيرسي تاننبوم لقد وضع جارلس
- نظرية تبحث في الاتساق المعرفي أطلق عليها نظرية التتابع Tannenbaum 1955
- تؤكد أن التتابع يحصل عندما يكون ثمة ارتباط ايجابي بين المصدر والمفهوم)الاتجاه الموضوع(ويحصل العكس لو أن، الارتباط كان سلبياً بينهما)حسن، ٢٠٠٦، ص ٧٧

الفكرة الرئيسية

- تساعد على فهم مدي التوافق بين الاطراف
- اذا وجد الشخص او المراقب صعوبة في اخذ طرف او وجهة نظر معينه فانه يجد مقياسا معيننا للتوافق مع كلا الطرفين
- متشابهة مع نظرية التوازن الفكري لكنها تقيس درجة التغيير و اتجاه التغيير في السلوك لكي يحدث التوافق
- تم قياس النظرية من خلال تجربة في كيفية اختلاف وجهة نظر الاشخاص بالقادة السياسيين و الافكار السياسية كالديموقراطية و الاشتراكية بتغيير اسم قائل العبارة

فرضيات النظرية

- حدوث التنافر في المعرفة يؤدي الى توتر الفرد مما قد يؤدي الى السعي وراء احداث توازن و تغيير في السلوك للوصول الى التوافق
- في حالة وجود تنافر في المعرفة .. يسعى الشخص الى تقليل ذلك التنافر و الابتعاد عن كل المعلومات و الاشخاص و الاخبار و الآراء التي تؤدي الى مزيد من التنافر

- ومن الإسهامات المهمة لهذه النظرية أنها سمحت بإمكانية التوصل إلى أقصى
- درجة للتنبؤ بتحديد الاتجاه وإمكانية تغييره وذلك باستخدام مقياس تمايز المعاني
- ٣ (فاتجاهات الفرد - ٢ - ١ - ٠ + ٢ + الذي يتكون من سبع نقاط هي +) ٣
- تتحرك نحو أحد مسارين أحدهما سلبي والآخر إيجابي ويكون تغيير الاتجاه
- المتطرف أقل من الاتجاه المعتدل وذلك لقوة تمثله في منظومة معتقدات (الفرد)
- (Hollander, 1976, p. 173).

- عندما يكون هناك تناقض في الافكار و الآراء أو عند تواجد شخصين مختلفين في وجهات النظر أو عند تواجد كم كبير من المعلومات فأن الانسان يميل الي ترجيح كفة الآراء المتفقة مع رؤية و يزيد ترجيح او تقدير الأشخاص بزيادة التوافق او التناقض الفكري

- يواجة الشخص ضغوطا لترجيح كفة على اخرى

- إذا واجه الشخص موقف و كان عليه الاختيار بين شخصين او فكرتين او رأيين او معلومتين:

١. اتخاذ موقف وسطي محايد و تبادل الآراء من دون مشكلة

٢. تغيير وجهة النظر لأحد الجانبين

- كتسبت نظريات الاتساق المعرفي شعبية هائلة في العلوم الاجتماعية في الخمسينيات من القرن الماضي ، وأنتجت مئات الدراسات. قرب نهاية الستينيات ، تضاءلت الاهتمام البحثي. في عام ١٩٦٨ ، نشر أبيلسون وزملاؤه كتيبًا ضخماً بعنوان "نظريات الاتساق المعرفي". عمليا لم يتم إجراء أي بحث عن نظريات الاتساق المعرفي خلال السبعينيات

- رجع أصول نظرية الاتساق المعرفي إلى مبادئ علم نفس الجشطالت ، والتي توحى بأن الناس يسعون إلى إدراك البيئة بطرق بسيطة ومتناسكة (كولر ١٩٢٩). نظريات الاتساق المعرفي لها بداياتها في عدد من مجالات البحث التي تبدو غير ذات صلة (Eagly and Chaiken 1993). اعتمد منظرو الاتساق في وقت مبكر على نظريات الصراع (لويين ١٩٣٥ ؛ ميلر ١٩٤٤) ، والذاكرة (ميلر ١٩٥٦) ، وعدم التسامح مع الغموض من قبل أولئك الذين لديهم شخصية استبدادية (أدورنو ، وفرينكل-برونزويك ، ليفينسون ، وستانفورد ١٩٥٠). وفقاً لـ Newcomb (1968a) ، لا ينبغي أن يفاجأ علماء الاجتماع في ظهور نظريات الاتساق المعرفي. ويشير إلى حقيقة بديهية مفادها أنه في أي مجال من مجالات البحث العلمي ، هناك حركة حتمية من وصف عناصر الحقل ، إلى فهم العلاقات بينهما. في صميم نظريات الاتساق المعرفي ، هناك افتراض بأن الناس لديهم الحافز للبحث عن مواقف متناسكة ، والأفكار ، والمعتقدات ، والقيم ، والسلوكيات ، والمشاعر. إذا كانت هذه الحالات غير متسقة ، فإنها ستنتج "حالة توتر" في الفرد ، وتحفز الفرد على تقليل هذا التوتر. الأفراد يقلل من هذا التوتر ، وفقاً لنظريات الاتساق ، من خلال جعل إدراكهم ذات الصلة متسقة.

من مميزات نظرية المطابقة Osgood و Tannenbaum ؛Tannen-baum (1955 1968)

دقة في تقييم: (١) قوة العلاقات بين p و o ، (2) قوة الدافع لتغيير
ثالث غير متناسب ، و (٣) درجة تغيير الموقف الضروري
لتحقيق التوازن بين ثالث. ميزة أخرى لهذه النظرية هي أنه ،
على غرار مقاربة نيوكومب ، تأخذ في الاعتبار قوة مواقف p و
 o في تقييم درجة التناقض في الهيكل. يناقش أوسجود وتانينبوم
ثالث هايدر من حيث p ، وهو فرد آخر ، يُطلق عليه المصدر
(المصادر) وموقف (يُطلق عليه "تأكيد") تجاه كائن أو مفهوم
آخر (X). وفقاً للنظرية ، يمكن قياس المواقف على طول مقياس
تقييم مكون من سبع وحدات ، من السلبي للغاية (-٣) إلى المحايد
(٠) إلى الموجب للغاية (+٣)

- عندما يكون موقف p تجاه s و x موجبًا ، ويكون تأكيد s قويًا وبنفس التكافؤ ، يوجد هيكل "مطابق" للثلاثي. لا يوجد أي دافع لتغيير موقف الشخص تجاه الكائن أو تجاه المصدر. عندما يكون موقف p تجاه s إيجابيًا ، ويكون لدى p موقف إيجابي بنفس القدر تجاه x الذي يتم تقييمه سالبًا فيما بعد ، يتم إنشاء بنية غير متناسبة. في هذه الحالة ، يكون الدافع وراء p هو تغيير موقفه تجاه s ، أو x ، أو كليهما ، في اتجاه التطابق. النظر في المثال التالي. إذا كان موقف p تجاه s هو $+2$ ، وموقف p تجاه x هو -2 ، فسيكون الهيكل متطابقًا إذا كان تقييم s هو -2 . ومع ذلك ، إذا كان التقييم هو $+2$ ، فإن البنية غير متوازنة. في هذه الحالة ، يحتاج موقف p تجاه إما x أو s إلى تغيير أربع وحدات لتتوافق مع المثلث. بطبيعة الحال ، إذا كانت العلاقات أضعف ، فإن درجة تغيير الموقف لجعل المطابقة الثلاثية أقل بكثير (بالمقدار المحدد في الحساب الكمي لجميع علاقات p و s و x). جادل كل من أوسجود وتانينباوم أيضًا بأن المواقف التي يتمسك بها بقوة ستكون أقل احتمالًا في الثلاثيات غير المتوافقة. وقد تم دعم هذا في البحوث اللاحقة (Tannenbaum 1968).