

مهارة الاقناع

مفهوم الاقناع

- هو عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف يقوم المرسل أو المتحدث بمهمة الاقناع اما المستهدف او المستقبل فهو القائم بعملية الاقناع
- وهو استخدام المتحدث أو الكاتب للألفاظ والإشارات التي يمكن أن تؤثر في تغيير الاتجاهات والميول والسلوكيات .
- **تعريف آخر :** عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير على الآخر وإخضاعه لفكرة أو رأي .
- أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك
- وهو تأثير سليم ومقبول على القناعات لتغييرها كلياً أو جزئياً من خلال عرض الحقائق بأدلة مقبولة وواضحة .
- تحتاج عملية الاقناع ليس الى مهارة القائم بالحديث و المسئول عن الاقناع فقط و لكن ايضا الى وجود بعض الاستعداد لدى المستهدف، او مساعدته على خلق هذا الاستعداد لديه .
- ويظهر جلياً من التعريفات السابقة أن الإقناع فرع عن إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وآدابه .وتتداخل بعض الكلمات في المعنى مع الإقناع مع وجود فوارق قد تكون دقيقة إلى درجة خفائها عن البعض ؛ ومن أمثال هذه الكلمات : الخداع ، الإغراء ، التفاوض . فبعضها تهيج للغرائز وبعضها تزييف للحقائق وبعضها مجرد حل وسط واتفاق دون اقتناع وهكذا .

الفرق بين الاقناع والتأثير

محل الإقناع يكون في الفكر والعاطفة (القبول , الرضا , الاطمئنان) أما محل التأثير ففي الغالب يلحظ في السلوك (الإتيان أو الترك)، فرؤية الأثر في سلوك معين – كالمحافظة على الصلاة مثلاً - يدل على قناعة بوجوبها وأهميتها، لكن هذه القناعة قد لا تعرف أو تلحظ بمجرد وجودها فكرة في ذهن صاحبها.

أهمية الاقناع

- اعادة تشكيل أفكار الفرد وسلوكهم وجعلهم أناس مختلفين عما كانوا عليه في أفكارهم وسلوكهم.
- سيتمكن الذين يستخدمون قوة الاقناع بمهارة وكفاءة من الوصول إلى أهدافهم والتأثير في غيرهم.

العوامل المؤثرة على عملية الاقناع

- كفاءة القائم بعملية الاقناع و ايمانه بأهمية رسالته الإقناعية واستعداده للدفاع عنها وصدقته وسمعته وطبيعة العلاقة بينه وبين المستهدفين بالاقناع.
- موضوع الاقناع: إذ تؤكد الحقائق أن الموضوعات التي تستهدف تغيير قيم الأفراد ومعتقداتهم تواجه في الغالب مقاومة شديدة خاصة اذا كانت المنظومة الاجتماعية التي يعيشون فيها مغلقة و متمسكة بقيمها وتقاليدها؛ والعكس عندما تستهدف عملية الاقناع إلى الاضافة إلى افكار وقيم موجودة أصلاً لدى المطلوب اقناعهم. كما تلعب درجة الوضوح في موضوع الاقناع والترتيب المنطقي للأفكار دوراً كبيراً فيه.
- التركيب النفسي والسلوكي للمستهدف بالاقناع واستعداده للاقتناع بالموضوعات المعروضة عليه وهذا يتوقف على مقدار التفتح في ذهنه ورغبته في التطور وقبول الآراء والافكار الجديدة.
- كفاءة أساليب الاقناع؛ حيث ينبغي بناء اسلوب الاقناع في ضوء دراسة مستفيضة لطبيعة المستهدف بالاقناع؛ فالبعض يمكن اقناعه بتقديم حوافز مادية والبعض عن طريق فرض عقوبات مادية.

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

- قوة الحجج والأدلة ودقة المعلومات التي تؤيد موضوع الإقناع. فكلما كانت قوية وتتنوع فيها الدقة العالية كان تأثيرها أقوى في المستهدف وتحفزه للاقتناع بها بسهولة.

خصائص عملية الإقناع

- الجميع يتعرض يوميا لعمليات الإقناع بنسب ودرجات مختلفة.
- ينبغي أن تكون عملية الإقناع هادفة؛ ويستفيد من أهدافها جميع الاطراف التي لها علاقة بها.
- تتباين كفاءة الأفراد في ادارة العمليات الإقناعية نظرا لاختلافهم مدى معرفتهم بأسس الإقناع ومبادئه وخبرتهم فيه.
- تقوم عملية الإقناع على مجموعة من المبادئ الاخلاقية مثل الصدق والثقة والشجاعة والاعتذار .. الخ
- قد يحدث الإقناع بشكل بطيء وقد يحدث بشكل سريع وقد لا يتحقق مطلقا ويعتمد ذلك على متغيرات عدة منها مدى استعداد المستهدف للإقناع وطبيعة موضوع الإقناع .
- إن عملية اقناع الآخرين عملية معقدة وتتطلب عقلا يفكر ولسانا ينطق وجوارح تتحرك ومظهرا يشاهد وتسلزم الانتباه والفهم والتذكر والتقييم والحكم على قبول آراء الآخر أو رفضها. وتتطلب معرفة الطريقة التي يفكر فيها المستهدف بالإقناع والطريقة التي يتم فيها استحثاث سلوكه واستنارته ومعرفة دوافعه وأهدافه وكيفية استمالته للاقتناع.
- لا يوجد اسلوب أو تكنيك أو استراتيجية أو تقنيات يمكن استخدامها دون سواها في جميع عمليات الإقناع؛ بسبب الاختلافات في طبيعة موضوعات الإقناع وامكانات القائمين بالعمليات الإقناعية وخبراتهم ومهاراتهم وأهدافهم وطبيعة المستهدفين بالإقناع.
- الإقناع علم له اسس ومبادئ وهو أيضا مهارة يمكن اكتسابها وتطويرها بالدراسة والتدريب والممارسة. المعرفة العلمية في الإقناع لا تعني مهما بلغ تراكمها لدى الافراد ما لم يتم تطويرها وتدعيمها بالخبرة المكتسبة من الممارسة العملية.
- يكون الأفراد أكثر ميلا للاقتناع بالموضوعات التي تعود عليهم بالفوائد وتحقق أهدافهم وتشبع حاجاتهم ولا تلحقهم منها أضرار مادية أو معنوية. ولا تضيف عليهم أعباء أو التزامات اضافية ولا تتطلب منهم تغييرات جذرية في حياتهم.

عناصر الإقناع

1- المصدر : ويجب أن تتوفر فيه صفات منها : ➤

- الثقة : ويحصل عليها من تاريخ المصدر إضافة إلى مدى اهتمامه بمصالح الآخرين .

- المصداقية : في الوعود والأخبار والتقييم .

- القدرة على استخدام عدة أساليب للإقناع : كلمة ، مقالة ، منطوق ، عاطفة ، ...

- المستوى العلمي والثقافي والمعرفي .

- الالتزام بالمبادئ والقناعات التي يريد إقناع الآخرين بها .

2- الرسالة : لابد أن تكون : ➤

واضحة لا غموض فيها بحيث يستطيع جمهور المخاطبين فهمها فهماً متمثلاً .

بروز الهدف منها دون حاجة لعناء البحث عنه .

مرتبة ترتيباً منطقياً مع التأكيد على الأدلة والبراهين .

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

مناسبة العبارات والجمل حتى لا تسبب إشكالاً أو حرجاً ولكل مقام مقال .
بعيدة عن الجدل واستعداد الآخرين ؛ لأن المحاصر سيقاوم ولا ريب !

3 - المستقبل: ينبغي مراعاة ما يلي :

- الفروق العمرية والبيئية .

- الاختلافات الثقافية والمذهبية .

- المكانة العلمية والمالية والاجتماعية .

- مستوى الثقة بالنفس .

- الانفتاح الذهني .

قواعد الإقناع

1- أن يكون العمل خالصاً لله سبحانه وتعالى لا يشوبه حظ نفس .

2- الالتجاء لله بطلب العون والتوفيق ووضوح الحق .

3- وجود متطلبات الإقناع الرئيسية وهي :

- الاقتناع بالفكرة . وضوحها .

- القدرة على إيضاها . القوة في طرح الفكرة .

- توافر الخصال الضرورية في مصدر الإقناع .

4- معرفة شخصية المتلقي وقيمه واحتياجاته مع تحديد ترتيبها . وقد ينبغي عليك تقمص شخصيته لتتعرف على دوافعه ووجهة نظره . كما يجب معرفة حيله وألعيه حتى لا تقع في شراكها .

5- حصر مميزات الفكرة التي تدعو إليها مع معرفة مأخذها الحقيقية أو المتوهمة وتحليل المعارضة السلبية المحتملة وإعداد الجواب الشافي عنها . وأعلم أن أسلم طريقة للتغلب على الاعتراض أن تجعله من ضمن حديثك .

6- اختيار الأحوال المناسبة للإقناع : زمانية ومكانية ونفسية وجسدية ؛ مع تحين الفرصة المناسبة لتحقيق ذلك .

7- تحليل الإقناع إلى :

- مقدمات متفق عليها كالحقائق والمسلمات .

- نتائج منطقية مبنية على المقدمات .

8- الابتعاد عن الجدل والتحدي واتهام النوايا ، لأن جعل الطرف الآخر متهماً يلزمه بالدفاع وربما المكابرة والعناد

9- إذا كنت ستطرح فكرة في محيط ما فروج لها عند أركان ذلك المحيط قبل البدء بنشرها .

10- تعلم أن تقارن بين حالين ومسلكين لتعزيز فكرتك .

11- حدد مسبقاً متى وكيف تنهي حديثك .

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

12- لخص الأفكار الأساسية حتى لا تضع في متاهة الحديث المتشعب .

13- اضبط نفسك حتى لا تستثر ؛ وراقب لغة جسدك حتى لا تخونك .

14- أشعر الطرف المقابل باهتمامك من خلال :

- ربط بداية حديثك بنهاية حديثه ما أمكن .

- تعزيز جوانب الاتفاق .

- أشعره بمحبتك و عذرك إياه .

عوائق الإقناع

1- الاستبداد والتسلط: لأن موافقة الطرف الآخر شكلية تزول بزوال الاستبداد.

2- طبيعة الشخص المقابل : فيصعب إقناع المعتد برأيه وتتعاظم الصعوبة إذا كان المعتد بنفسه جاهلاً جهلاً مركباً .

- التعصب والحماص المفرط لقضية معينة.

- يمتنع الأفراد عن الاقتناع بالرسائل الإقناعية التي يوجهها إليهم من لا تتوفر فيهم الصدقية أو غير مؤهلين للفوز بالثقة أو الذين تكون دوافعهم مشكوك فيها

3- كثرة الأفكار مما يربك الذهن.

4- تذبذب مستوى القناعة أو ضعف أداء الرسالة من قبل المصدر .

5- الاعتقاد الخاطئ بصعوبة التغيير أو استحالة: وهذه نتيجة مبكرة تقضي على كل جهد قبل تمامه .

6- اختفاء ثقافة الإشادة بحق من قبل المصدر تجاه المستقبل .

7- علو المكانة الاجتماعية للمستهدف وسعة سلطاته وملاءته المالية.

العوامل المؤثرة في استجابة المستهدفين بالإقناع

- **نوع الجنس:** إن الاساليب التي يستعان بها في اقناع الرجال تختلف عن تلك التي يتم توظيفها في اقناع النساء والأطفال؛ فقد وجد أن النساء أكثر اقتناعاً بالرسائل المفعمة بالأحاسيس والمشاعر والعواطف أما الرجال فهم أكثر اقتناعاً بالرسائل التي تتناول الجوانب العلمية والاقتصادية أو المعززة بإحصاءات ومعادلات وخطوط بيانية.

- **عمر المتلقي وطول مدة اعتناقه للأفكار أو استمراره على نفس السلوك:** إذ كلما كان المتلقي متقدماً بالعمر أو مضى عليه مدة طويلة وهو يحمل نفس الآراء ويعتمد ذات السلوك كانت عملية اقناعه بتغيير سلوكه أو افكاره صعبة أو مستحيلة أو تستغرق مدة طويلة وجهود كبيرة.

- **الذكاء والمستوى التعليمي:** يكون من الصعب اقناع الأشخاص الاذكياء والأكثر تعليماً لأنهم لا يقبلون المعلومات التي تعرض عليهم إلا بعد تفكير وتدير وتقييم متأن وتحليل وتفسير مضامينها.

- **احترام الذات:** يصعب في الغالب اقناع الأشخاص الذين لديهم مستوى متوسط من احترام الذات بينما يسهل اقناع الأشخاص الذين يكون مستوى احترام الذات لديهم متديني بنفس الرسائل.

- **مصداقية القائم بالإقناع ومؤهلاته وجاذبيته وفاعليته وسمعته وقوته في التأثير وكفاءته في الاقناع.**

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

- النزعة التسلطية والعقائدية: كلما زاد التسلط والجمود العقائدي كلما صعبت عملية الاقتناع.

طرق الاقناع

- الاقناع بالمراجع: ➤

- المراجع قد تكون عبارة عن مجموعة من القيم والمبادئ والأفكار والعقائد قد تكون عبارة عن مجموعة من الاشخاص الأحياء أو الأموات.

- الاقناع بمحاكاة الآخرين: ➤

يمكن اقناع الانسان بالأفكار والسلوك من خلال حفزه لمحاكاة الرموز المؤثرة من الذين يعتقدون تلك الأفكار أو يقتنون تلك المنتجات. ويعتمد اسلوب المحاكاة على قانون الارتباط أو الاقتران في الاقناع وهو أن الأفراد يحبون شخصيات معينة يميلون إلى تقليديهم في الافكار والسلوك.

- الاقناع بخلق الحاجة لدى المستهدف: ➤

- يتم في هذه الطريقة عرض الموضوع الإقناعي على المستهدف بالإقناع بأساليب تسهم في خلق حاجة لديه (مادية أو نفسية أو اجتماعية ..الخ) وتبين له أنه لا يمكنه اشباعها إلا بالاقتناع بالموضوع المعروض عليه وهو الوسيلة الأفضل لتحقيق اهدافه واشباع رغباته.

- الاقناع بالكلمة الطيبة: ➤

- يتفق الجميع أن الكلمة الطيبة لها وقع ايجابي ومؤثر في الاخر وهي تحفزه للانتباه والاقتناع بالموضوعات التي تعرض عليه وتمكن القائم بالإقناع الذي يوظفها بإتقان من النفاذ إلى قلوب المستهدفين وعقولهم من أوسع الابواب؛ وقد أمر الله سبحانه وتعالى موسى أخاه عليهما السلام بتوظيف الكلمة الطيبة في الاقناع ويتجلى هذا في قوله تعالى (اذهبا إلى فرعون إنه طغى فقولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى).

- الاقناع بقانون الانسجام مع الاخرين: ➤

- تؤكد الحقائق أن أغلب الافراد يميلون إلى الاقتناع بالأفكار والمنتجات التي يدركون أنها مقبولة عند الجماعة التي ينتمون إليها رغبة منهم في الانسجام معها وهذا يقوم على افتراض أن الافراد يتبعون القطيع الذي ينتمون إليه وعادة يتم تدعيم هذا التوجه بتقديم احصاءات وأدلة وتأكيدات من أفراد الجماعة التي ينتمي إليها.

- اقناع قادة الرأي: ➤

- قادة الرأي هم أفراد يتميزون بخبرتهم وقدرتهم على قيادة الآخرين واتخاذ القرارات الصائبة والجرأة والانفتاح وقبول الاخر والتعددية والرغبة في تقديم المساعدة والمشورة للآخرين وهم مؤثرون في الاخرين وقادرون على اقناعهم بتغيير اتجاهاتهم وأهدافهم وسلوكهم وحاجاتهم. وعادة اذا اقتنع قادة الرأي بموضوع معين فإن ذلك سيحفز المستهدف التابع للاقتناع بنفس الموضوع.

- الاقناع بإثارة الشعور بالذنب: ➤

- يشير الشعور بالذنب إلى حالة عاطفية سلبية يشعر بها الفرد حينما يكون سلوكه متناقضا مع مبادئه وقيمه فمثلا يشعر الفرد المستقيم بالذنب حينما يكذب أو يسرق أو يغش. ويمكن أقناع الافراد بالابتعاد عن الأفعال والأفكار التي يمكن أن تثير الشعور بالذنب من خلال لفت انتباههم إلى التناقض بين تلك الأفعال وأفكارهم وقيمتهم.

- الاقناع بإثارة الشعور بالخوف: ➤

من الممكن اقناع المستهدف بإثارة مشاعر الخوف لديه حيث يتوقف شعوره بالخوف بناء على تجاربه السابقة.

حقوق نسخ وطباعة هذا الملف محفوظة .

لا يجوز للمكتبات أو مراكز النسخ الطباعة دون الحصول على إذن من الناشر

لطلب الحصول عن هذا الاذن يرجى الاستفسار من الحساب الخاص بتويتر @e7sas_ud أو من صاحب موقع منتديات كوفي كوب

- الإقناع بالتلويح بالندرة: ➤

- يرغب معظم الافراد في اقتناء ما هو نادر أو يصعب الحصول عليه لأسباب نفسية لا يمكن ايجاد تفسير لها في كثير من الأحيان أو اعتقاد منهم بأن المنتجات إذا كانت نادرة والكميات المعروضة منها محدودة فلا بد أنها مهمة أو ذات نوعية جيدة.

- الإقناع بالإطراء: ➤

- جلبت النفس على حب وتقدير من يحبها ويقدرها ويثني عليها ويشيد بها وهي تميل إلى استحسان أفكار وسلوك الذي يطري عليها وتقتنع بالموضوعات التي يعرضها عليها ويفضل بعض الأفراد أن يكون الإطراء عليهم بصورة غير مباشرة والبعض الآخر يفضلون أن يكون الإطراء عليهم بصورة مباشرة وبحضورهم أو أمام الآخرين شريطة أن تكون المحاسن والخصال الحميدة موجودة فعلا فيمن يتم اطراؤه حتى لا يقع الإطراء ضمن التزلف أو الخداع.

- الإقناع بالإحسان: ➤

- إن خلق رد الجميل بالجميل متجذر ليس في فئة واحدة من الأفراد إنما في جميع الافراد وفي مختلف الثقافات فالكثير من الافراد يميل إلى رد الجميل بالجميل حتى لو لم يطلب ذلك منه ابتداء. وتفيد الدراسات أن هناك علاقة بين أهمية المعروف الذي يقدمه الافراد وأهمية الجميل الذي يرده الآخرون بالمقابل وأن الجميع يميلون بطبعهم إلى رد الإحسان بأفضل منه.

- الإقناع بالإكراه: ➤

- الإكراه يعني ارغام الفرد على أداء عمل أو قبول أفكار أو ممارسات أو منتجات وهو يتضمن معاني الاجبار والقمع والشدة والقهر. وهذا الاسلوب لا زال يستخدم على نطاق واسع في المجتمعات المتخلفة.

- الإقناع بتغيير بيئة المستهدف: ➤

- المرء ابن بيئته ولها دور كبير في تحديد سلوكه وافكاره وأهدافه وحاجاته وطرائق تعامله مع الآخرين . لذا يتعين على المقنع نقل المستهدف بالإقناع إلى بيئة أخرى تسمح له بالاقتران بالموضوعات التي يعرضها عليه.

- الإقناع بالمقارنة: ➤

- يشير مفهوم المقارنة إلى عرض موضوعين أو فكرتين متناقضتين على المستهدف بالإقناع في آن واحد بهدف تمكينه من معرفة التباين والتناقض والاختلافات بينهما بصورة سريعة ودون كثير من العناء كما أنه يساعد المستهدف بالإقناع على معرفة الفوائد والاضرار التي تترتب عن الشيء ونقيضه بحيث يبدو احدهما يتمتع بمزايا ويحقق له فوائد أما الآخر فيترتب عن الأخذ به آثار سلبية يتعين تجنبها.

- الإقناع بالاستعانة بالآخرين: ➤

- يلجأ البعض إلى الاستعانة بالآخرين لأقناع المستهدف بالموضوعات التي يعرضونها عليهم خاصة إذا تمت الاستعانة بأولئك الذين لهم علاقات جيدة مع المستهدفين بالإقناع.

أوقف النقد وابتح عن الايجابيات ولا تضخم السلبيات، لأن
العقل المبدع دائماً ما يبعث الأمل ويبحث عن الحل