

مفهوم الإقناع

- هو عملية تحويل أو تطويع آراء الآخرين نحو رأي مستهدف يقوم المرسل او المتحدث بمهمة الاقناع اما المستهدف او المستقبل فهو القائم بعملية الاقتناع
- وهو استخدام المتحدث أو الكاتب للإلفاظ 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 الاقتناع ليس الى مهارة القائم بالحديث و المسئول عن الاقتناع 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 الاقتناع والتأثير

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

أهمية الاقتناع

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

العوامل المؤثرة على عملية الاقتناع

- كفاءة القائم بعملية الاقتناع وإيمانه بأهمية رسالته الاقتناعية واستعداده للدفاع عنها وصدقته وسمعته وطبيعة العلاقة بينه وبين المستهدفين بالاقتناع.
- موضوع الاقتناع: 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 الاقتناع إلى الاضافة إلى افكار وقيم موجودة أصلا لدى المطلوب اقتناعهم. كما تلعب درجة الوضوح في موضوع الاقتناع والترتيب المنطقي للأفكار دورا كبيرا فيه.
- التركيب النفسي والسلوكي للمستهدف بالاقتناع واستعداده للاقتناع بالموضوعات المعروضة عليه وهذا يتوقف على مقدار النفتح في ذهنه ورغبته في التطور وقبول الآراء والأفكار الجديدة.
- كفاءة أساليب الاقتناع؛ حيث ينبغي بناء اسلوب الاقتناع في ضوء دراسة مستفيضة لطبيعة المستهدف بالاقتناع؛ فالبعض يمكن اقتناعه بتقديم حوافز مادية والبعض عن طريق فرض عقوبات مادية.
- قوة الحجج والأدلة ودقة المعلومات التي تؤيد موضوع الاقتناع. فكلما كانت قوية وتتوفر فيها الدقة العالية كان تأثيرها أقوى في المستهدف وتحفزه للاقتناع بها بسهولة.

خصائص عملية الاقتناع

- الجميع يتعرض يوميا لعمليات الاقتناع بنسب ودرجات مختلفة.
- ينبغي أن تكون عملية الاقتناع هادفة؛ ويستفيد من أهدافها جميع الاطراف التي لها علاقة بها.
- تتباين كفاءة الأفراد في ادارة العمليات الاقتناعية نظرا لاختلافهم مدى معرفتهم بأسس الاقتناع ومبادئه وخبرتهم فيه.
- تقوم عملية الاقتناع على مجموعة من المبادئ الاخلاقية مثل الصدق والثقة والشجاعة والاعتذار .. الخ
- قد يحدث الاقتناع بشكل بطيء وقد يحدث بشكل سريع وقد لا يتحقق مطلقا ويعتمد ذلك على متغيرات عدة منها مدى استعداد المستهدف للاقتناع وطبيعة موضوع الاقتناع .
- إن عملية اقتناع الآخرين عملية معقدة وتتطلب عقلا يفكر ولسانا ينطق وجوارح تتحرك ومظهرا يشاهد وتستلزم الانتباه والفهم والتذكر والتقييم والحكم على قبول آراء الآخر أو رفضها. وتتطلب معرفة الطريقة التي يفكر فيها المستهدف بالاقتناع والطريقة التي يتم فيها استحثاث سلوكه واستثارته ومعرفة دوافعه وأهدافه وكيفية استمالاته للاقتناع.
- لا يوجد اسلوب أو تكتيك أو استراتيجية أو تقنيات يمكن استخدامها دون سواها في جميع عمليات الاقتناع؛ بسبب الاختلافات في طبيعة موضوعات الاقتناع وامكانات القائمين بالعمليات الاقتناعية وخبراتهم ومهاراتهم وأهدافهم وطبيعة المستهدفين بالاقتناع.
- الاقتناع علم له اسس ومبادئ وهو أيضا مهارة يمكن اكتسابها وتطويرها بالدراسة والتدريب والممارسة. المعرفة العلمية في الاقتناع لا تغني مهما بلغ تراكمها لدى الأفراد 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 تتوافر 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 ، منطق ، 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 متماثلاً .
 - بروز الهدف منها دون حاجة لغاء البحث عنه .
 - مرتبة ترتيباً منطقياً مع التأكيد على الأدلة والبراهين .
 - 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 شركها .
- 5- حصر مميزات الفكرة التي تدعو إليها مع معرفة مآخذها 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 .
- 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 .
 - إشعره بمحبتك وعذرك 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 والحماس 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 وملاسته المالية.

العوامل المؤثرة في استجابة المستهدفين بالاقناع

- نوع الجنس: إن الإساليب التي يستعان بها في اقناع الرجال تختلف عن تلك التي يتم توظيفها في اقناع النساء والأطفال؛ فقد وجد أن النساء أكثر اقتناعاً بالرسائل المفعمة بالاحاسيس 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 أفكاره صعبة أو مستحيلة أو تستغرق مدة طويلة وجهود كبيرة.
- الذكاء والمستوى التعليمي: يكون من الصعب اقناع الأشخاص الأذكياء 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 بالاقناع ومؤهلاته وجاذبيته وفاعليته وسمعته وقوته في التأثير وكفاءته في الاقناع.
- النزعة التسلطية والعقائدية: كلما زاد التسلط والجمود العقائدي كلما صعبت عملية الاقناع.

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 قتنون تلك المنتجات. ويعتمد أسلوب 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 الاقناعي على المستهدف بالاقناع بأساليب تسهم في خلق حاجة لديه (مادية أو نفسية أو اجتماعية ..الخ) وتبين له أنه لا يمكنه اشباعها إلا بالاقناع 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 والاقناع بالموضوعات التي تعرض عليه وتمكن القائم بالاقناع الذي يوظفها باتقان 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 قولاً لنا لعله يتذكر أو يخشى).
- **الاقناع بقانون الانسجام مع الاخرين:**
- تؤكد الحقائق أن أغلب الافراد يميلون إلى الاقناع بالأفكار والمنتجات التي يدركون أنها مقبولة عندالجماعة 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 وتوكيدات 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 الآخر والتعددية والرغبة في تقديم المساعدة والمشورة للآخرين وهم مؤثرون في الآخرين وقادرون على اقناعهم بتغيير اتجاهاتهم وأهدافهم وسلوكهم وحاجاتهم. وعادة إذا 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 اقناع الأفراد 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.

► الاقناع بالتلويح بالندرة:

يرغب معظم الأفراد في اقتناء ما هو نادر أو يصعب الحصول عليه لأسباب نفسية لا يمكن إيجاد 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.

► الاقناع بالاطراء:

► 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 الاطراء عليهم بصورة غير مباشرة والبعض الآخر يفضلون أن يكون الاطراء عليهم بصورة مباشرة وبحضورهم أو أمام الآخرين شريطة أن تكون المحاسن والخصال الحميدة موجودة فعلا فيمن يتم اطراؤه حتى لا يقع الاطراء ضمن التزلف أو الخداع.

► الاقناع بالاحسان:

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

► الاقناع بالاكراه:

► الاكراه 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.

► الاقناع بتغيير بيئة المستهدف:

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

► الاقناع بالمقارنة:

► يشير مفهوم المقارنة إلى عرض موضوعين أو فكرتين متناقضتين على المستهدف بالاقناع في آن واحد بهدف تمكينه من معرفة التباين والتناقض والاختلافات بينهما بصورة سريعة ودون كثير من العناء كما أنه يساعد المستهدف بالاقناع 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.

► الاقناع بالاستعانة بالآخرين:

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