

الأكاديمية العربية الدولية

كلية العلوم الإدارية
قسم التنمية البشرية



فنون الإقناع والتفاوض

بحث تكميلي لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في تخصص التنمية البشرية

إعداد الطالبة :

حورية رضوان محمد حسن

٢٠٢٢م - ٢٠٢٣م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ملخص البحث :

يهدف هذا البحث الى تفسير مفهوم الإقناع والتفاوض و القدرة على استخدام عوامل التأثير في تغيير وجهة نظر شخص معين أو عدة أشخاص، والقدرة على تغيير بعض السلوكيات لهؤلاء الأشخاص، فمن يمتلك فن الإقناع والتفاوض يمتلك القدرة على السيطرة على من حوله وعلى قراراتهم، مثل ما يحدث في الدعايات الانتخابية، فيتمكن شخص من المرشحين في إقناعك والتفاوض معك بأنه الأفضل.

المقدمة:

التفاوض و الإقناع والتأثير من المهارات المهمة جدا في هذه الحياة، فتلك المهارات هي القاعدة الأولى في الحديث عموما، فكل إنسان يريد أن يقنع الآخرين بأرائه وأن يؤثر عليهم ويجعلهم يقتنعون بحجته، ولكي يصل إلى هذه المرحلة عليه أن يمر بمرحلة التفاوض والحديث معهم.

مشكلة البحث :

- ١- ماهو الإقناع ؟
- ٢- ماهي اساليب الإقناع والتأثير؟
- ٣- ماهو التأثير ؟
- ٤- ماهي استراتيجيات الإقناع؟
- ٥- ماهو الفرق بين الإقناع والتأثير ؟

أهداف البحث :

- ١- تعريف الإقناع ، فائدة الإقناع، مهارات الإقناع، طرق الإقناع .
- ٢- أساليب الإقناع والتأثير ، تعريف التفاوض ، شروط التفاوض ومهارات التفاوض.
- ٣- تعريف التأثير ، مهارات التأثير.
- ٤- أهم استراتيجيات الإقناع ومفهومه.
- ٥- الفرق بين الإقناع والتأثير، وسائل الإقناع الثلاثة ، أهم عوامل نجاح فن الإقناع، كيف تكون مقنع في كلامك، مهارات الإقناع.

خطة البحث

المبحث الأول : الإقناع :

المطلب الأول : تعريف الإقناع :

المطلب الثاني : فائدة الإقناع :

المطلب الثالث : إمتلاك مهارة التفاوض :

المطلب الرابع : طرق الإقناع :

المبحث الثاني : أساليب الإقناع والتأثير :

المطلب الأول : التفاوض و تعريفه :

المطلب الثاني : أهمية التفاوض :

المطلب الثالث : شروط التفاوض :

المطلب الرابع : مهارات التفاوض :

المبحث الثالث : التأثير على الآخرين :

المطلب الأول : تعريف التأثير :

المطلب الثاني : مهارات التأثير :

المبحث الرابع : استراتيجيات الإقناع :

المطلب الأول : تعريف الإقناع :

المطلب الثاني : اهم استراتيجيات الإقناع :

المطلب الثالث : الاحتياجات الاجتماعية :

المطلب الرابع : اخلاقيات الإقناع :

المطلب الخامس : علاقة الدافع و الإقناع :

المبحث الخامس: الفرق بين الإقناع والتأثير :

المطلب الأول : تعريفهما :

المطلب الثاني: الفرق بين الإقناع و التأثير :

المطلب الثالث: وسائل الإقناع الثلاثة :

المطلب الرابع: طرق الإقناع في علم النفس :

المطلب الخامس : اساسيات الإقناع :

المطلب السادس : مهارات الإقناع :

المبحث السادس : التواصل الإقناعي :

المطلب الأول : تعريف التواصل الاجتماعي :

المطلب الثاني : الإقناع وعملية تكوين الاستجابات :

المبحث الأول : الإقناع

المطلب الأول : تعريف الإقناع :

الإقناع هو تأثيرك على الآخرين وتغيير آرائهم ومعتقداتهم ووجهات نظرهم وفقا لما تراه أنت.

المطلب الثاني : فائدة الإقناع :

إن استطعت التأثير على الآخرين وإقناعهم بما تراه صحيحا، تمكنت من تحقيق كل مخططاتك.

المطلب الثالث : امتلاك مهارة التفاوض:

استخدم مهارات التحدث وتحكم في نبرة صوتك واجعلها مناسبة للشخص الذي تحاول إقناعه، ارفع صوتك في الكلام الذي تريد التأكيد عليه ومن أجل جذب اهتمام الشخص الذي أمامك، واخفض صوتك إن لزم الأمر ذلك أو كان الشخص الذي أمامك صاحب صوت منخفض.

تعلم لغة الجسد وحاكي بها تصرفات الشخص الذي تريد إقناعه، كما أن تعلمك للغة الجسد يمكنك من معرفة تفكير الشخص الذي أمامك وإلى أي مدى وصل تأثيرك عليه.

بدأ الحوار بشيء مشترك بين الطرفين، وجند هذا الشيء لصالحك من أجل إقناعه برأيك.

تكلم بطريقة أو بلغة يفهما الطرف الآخر جيدا.

تكلم بغموض إن لزم الأمر من أجل لفت انتباه الطرف الآخر.

المطلب الرابع : طرق الإقناع:

هناك العديد من الطرق المختلفة لإقناع الآخرين بأرائك، ومن هذه الطرق الإقناع بالحوار والإقناع بالتوافق والمشاركة.

المبحث الثاني : أساليب الإقناع والتأثير:

هناك عدة أساليب متنوعة تفيد في عمليات الإقناع في حالة القيام بأي مهام و جميع هذه الوسائل ليست فقط قابلة للتطبيق بل انها ضرورية للقيادة السليمة في ظل الظروف المختلفة التي قد يواجهها القائد، كما أن مهارات الإقناع ضرورية فنحاول يوميا إقناع أشخاص بأفكار معينة بداية من الدوائر الاجتماعية المختلفة مرورا بالعلاقات المهنية لذلك فمن المهم التعرف على مهارات الإقناع والطرق التي تمكّنك من أهدافك.

طرق الإقناع وكيفية التأثير بالآخرين :

من ضمن طرق الإقناع والتأثير بالآخرين التعبيرات الحركية حيث أن دور لغة الجسد كبير للغاية في التواصل مع منهم حولك كما فسر علماء النفس العديد من أساليب الإقناع والتأثير التي قد نستخدمها كثيرا في حياتنا اليومية ونتعرض لها أيضا.

ومن أساليب الإقناع والتأثير استخدام الكلمات القوية التي تعمل على زيادة قدرة الشخص على إقناع الآخرين بفكرته فكلما كانت الكلمات أقوى وفيها مصطلحات رنانة يستطيع الشخص تفسيرها بكل سهولة.

مهارات التفاوض والإقناع والتأثير

التفاوض و الإقناع والتأثير من المهارات المهمة جدا في هذه الحياة، فتلك المهارات هي القاعدة الأولى في الحديث عموما، فكل إنسان يريد أن يقنع الآخرين بأرائه وأن يؤثر عليهم ويجعلهم يفتنون بحجته، ولكي يصل إلى هذه المرحلة عليه أن يمر بمرحلة التفاوض والحديث معهم.

المطلب الأول : التفاوض وتعريفه :

تعريفه :

هو قدرة شخص ما على التأثير على الآخرين وإدارة الحوار القائم فيما بينهم لصالحه، وفي هذا التفاوض يقوم كل طرف بعرض وجهة نظره وتقريبها للطرف الآخر، كما يقوم المفاوض الجيد باستخدام وسائل وأساليب الإقناع المختلفة للحفاظ على مصلحته أو من أجل تحقيق مصلحة واستفادة جديدة.

وفي بعض الأحيان يكون الشخصان المتفاوضان على نفس القدر من القوة التفاوضية فتكون النتيجة بينهم متساوية ، ولا يستطع أي منهم التأثير على الآخر وكسب النقاش لصالحه، أو تحقيق منفعة واستفادة من الطرف الآخر.

المطلب الثاني : أهمية التفاوض:

مهارة التفاوض مهارة مهم جدا يحتاجها الشخص الذي يريد أن يترك أثر على من حوله، لذا هذه المهارة مهم في مجالات عدة من أبرزها مجالات المال والأعمال، والمجالات الدبلوماسية وتسوية المنازعات وحوار الأديان، كما أن مهارة التفاوض مهمة لأي شخص يحتاج أن يقنع الآخرين بوجهة نظره.

المطلب الثالث : شروط التفاوض:

هناك عدة شروط يجب توفرها قبل اجراء أي تفاوض ومن هذه الشروط :

قوة التفاوض وتوفر المعلومات التفاوضية بأن يملك المتفاوض معلومات تفيدته في عملية التفاوض وقدرة المفاوض على إدارة التفاوض بمهارة وربح القضية المتفاوض عليها.

المطلب الرابع : مهارات التفاوض:

هناك عدة مهارات بإتقانها تجعل التفاوض يسير لصالحك أو للاتجاه الذي تريده، ومن هذه المهارات نذكر ما يلي:

- لا تبدأ التفاوض وأنت غير مستعد له.
- حافظ دائما على أن تكون في مركز القوة وليس مركز الضعف.
- كن هادئ الأعصاب وابتسامتك لا تفارقك.
- تمتع بثبات انفعالي كي لا تخسر التفاوض.
- معرفة احتياجات الطرف الآخر وتقييم تلك الاحتياجات ومدى قدرة المفاوض على تلبيتها إن لزم الأمر.
- الإنصات للطرف الآخر بتركيز واهتمام، حتى تشعره بتقديرك لهذا الأمر، كما أن الإنصات يمكنك من جمع المزيد من المعلومات ومعرفة طريقة تفكير من أمامك.
- لا تقلل من شأن الطرف الآخر ولا تتهاون بذكائه وقدرته على التفاوض.
- عرض الفوائد التي ستعود على الطرف الآخر إن قبل بالاقتراحات التي قدمتها.
- السعي للبحث عن شيء مشترك من أجل التوصل لحلول سريعة.
- عرض نقاط القوة و الضعف في اقتراح الطرف الآخر وذلك من أجل تعزيز اقتراحك.
- عرض وتوضيح شروط الاتفاق وتعديلها حسب ما تقتضي المصلحة.
- بعد التوصل لاتفاق نهائي حققت فيه أكبر قدر من الفائدة كرر هذا الاتفاق على مسامع المفاوض الآخر من أجل تثبيت الاتفاق في ذهن كلا الطرفين.

المبحث الثالث : التأثير على الآخرين :

المطلب الأول : تعريف التأثير:

التأثير هو القدرة على إحداث تغيير في آراء و قناعات وأفكار وسلوكيات من تريد التأثير عليهم ، مما يؤدي إلى توجيههم إلى الهدف الذي تريده.

المطلب الثاني : مهارات التأثير:

هناك العديد من المهارات التي باكتسابها تمكنك من إحداث التأثير الذي ترجوه، ومن هذه المهارات نذكر ما يلي:

- امتلاك القدرة على التأثير والتفاوض والإقناع.
- أن تكون مقتنع أولاً بالتأثير الذي تريد أن تحدثه والذي تريد تغيير آراء وقناعات الناس إليه.
- جذب التفاف الناس حولك بواسطة تلبية احتياجاتهم وتوفير ما ينقصهم.
- الالتزام والوفاء بالوعود التي تقدمها.
- اليد العليا، حاول أن يكون لك اليد العليا في شيء ما فالناس يلتفون ويتأثرون بقدر كبير بذوي السلطة.
- كسب تعاطف الناس يمكنك من التأثير على آرائهم وقناعاتهم.
- امتلاك القدرة على الإقناع.
- معرفة كيفية التسويق لنفسك ولأرائك، لكي تصل لأكبر شريحة مستهدفة ممكنة.
- القدرة على تحليل الآراء والقناعات المضادة والقدرة على نسف هذه الآراء والقناعات.
- التمتع بمهارة الإلقاء لكي تجذب الناس للاستماع إليك وإلى ما تريده.
- اللين لكي لا ينفذ الناس من حولك.

المبحث الرابع : استراتيجيات الإقناع :

المطلب الأول : تعريف الإقناع:

الإقناع يعني تغيير أو تحفيز المتلقي وتقديم الحجج له التي تدعم ما يراد تغييره ويمكن أن يكون الإقناع صريحاً أو ضمنياً وقد ينتج عنه أثار إيجابية أو حتى سلبية ويستخدم الإقناع في تغيير السلوك أو التفكير أو حتى وجهات النظر .

المطلب الثاني : اهم استراتيجيات الإقناع:

هناك العديد من طرق الإقناع التي تستطيع إستخدامها عند الحديث أو الكتابة لإقناع الأشخاص بما تريده وقد يعتبر الإقناع شيء صعب لما يحتويه من إعتراف الأشخاص بجهلهم أو خطئهم لذا يجب عليك معرفة الإستراتيجية الأنسب للإستخدام ومن هذه الإستراتيجيات :

١- الروح:

وهي إحدى إساسيات نظريات أرسطو في الإقناع والإثبات الخطابي وهي تعني وضوح روح المتحدث في الكلام بالإضافة إلى مصداقية المتحدث التي تتضمن ثلاث أبعاد رئيسية هي :

١- الكفاءة : وهي تعني مدى خبرة المتحدث ومعرفته بالموضوع ومدى بحثه عن كل المعلومات المتعلقة بالموضوع ومدى قدرته على تنظيم وتقديم هذه المعلومات بصورة فعالة .

٢- الجدارة بالثقة : وهي تعني مدى القدرة على تقديم المعلومات بصورة توحى بالثقة بالإضافة إلى موثوقية المعلومات نفسها .

٣- الديناميكية : وهي تعني مدى الكاريزما والطاقة التي يستخدمها المتحدث في التحدث حتى يجذب الآخرين أي مدى صراحته وحيويته والتنوع الصوتي والإتصال بالعين والحماس والطاقة مثلاً .

٢- الشعارات:

وهي إستراتيجية أخرى إستخدامها أرسطو في الإقناع ولقد أطلق عليها اسم الوسيلة المنطقية لإثبات الحجة وهي تعني إستخدام الحجج الواضحة التي تؤيد الكلام وتقوي موقفه فيتم إستخدام المعلومات والأدلة الموثقة على هذا الكلام وكلما زادت صحة المعلومات كلما زاد الإقناع .

٣- العاطفة:

وهي واحدة من الإستراتيجيات التي تحدث عنها أرسطو مع إنه كان كثير الشك في مدي تأثير العواطف على الإقناع إلا أنها أصبحت من أشهر إستراتيجيات التأثير المستخدمة وذلك لأهمية الدور الذي تلعبه المشاعر في الإقناع وإستراتيجية العاطفة تعني إثارة المشاعر عند المتلقي وإستغلال هذه المشاعر في الإقناع ويمكن في هذا النوع من الإستراتيجيات إستخدام الصور أو الأصوات التي تثير العواطف ويجب أيضاً أن تكون الإثارة هنا منطقية يتقبلها العقل أيضاً ويجب ملاحظة أن التأثير العاطفي يفقد قدرته سريعاً عند البعد عن مصدر أو موقف الإستقزاز .

٤- التنافر المعرفي

وهو يحدث عند وجود تعارض بين المعتقدات الراسخة وبين المعلومات أو الحديث المراد الإقناع به فيحدث حالة من الإنزعاج العقلي عند المتلقي وتعتمد هذه الإستراتيجية على ثلاث إفتراضيات هي :

- حاجة الناس إلى الإتزان والتناسق في أفكارهم .
- عند التعرض لما يخالف معتقداتهم يتم الشعور بعدم الراحة والإنزعاج .
- الإنزعاج يجعل الأشخاص يحاولون العودة إلى الإتزان في الأفكار ومعالجة هذا الشعور .

فالتنافر بين المعلومات الجديدة والمعتقدات الراسخة يجعل الإنسان يشعر بحالة من الإنزعاج فيحاول التوفيق بين هذا الإختلاف وقد يحاول الكثيرين إستخدام معلومات إنتقائية غير موضوعية لدعم المعتقدات الراسخة لهم أو حتى محاولة تشويه سمعه المتحدث بالمعلومات الحديثة ولكنهم في النهاية لا يستطيعوا الإستمرار في تجاهل هذه المعلومات الحديثة إلى الأبد ولا يستطيعوا الهرب من حالة الإنزعاج الناتج عن التنافر المعرفي لذا فأن كثرة المحاولات لخلق تنافر معرفي يمكن في النهاية أن تؤدي إلى تعديل الأفكار أو حتى السلوك .

٥- الدافع الإيجابي والسلبي:

الدوافع الإيجابية والسلبية هي استراتيجيات تعني إستخدام المكافأة أو العقاب نتيجة للأفعال وتعتبر من أكثر الإستراتيجيات شهرة وإستخداماً بين الجميع فقد يستخدمها المعلمون والأباء أو حتى المتحدثون العامون وهي تعتمد إعتد كلي على التحفيز والترغيب أو الترهيب والتخويف فعند إستخدام الدافع الإيجابي وعند إستقبال الناس للنصيحة والإقناع يتم مكافأتهم أو يؤدي ذلك إلى نتائج إيجابية وعلى عكس ذلك فأن الدافع السلبي أو عدم إتباع الناس للنصيحة أو رفضهم الحديث هنا سيؤدي ذلك إلى نتائج وعواقب سلبية ويجب أن يكون المحتوى هنا وثيق الصلة بالأشخاص .

٦- تلبية احتياجات السلامة:

يسعى البشر جميعاً إلى تلبية مجموعة محددة من الاحتياجات تعتبر أكثر أهمية من باقي المتطلبات كالمسكن والمأكل والسلامة والأمن وتعتمد هذه الإستراتيجية على الإستفادة من هذه الاحتياجات في الإقناع وهي تعتمد على الدافع الإيجابي للأشخاص ومدى تحقيق الإستفادة لهم فيتم مناقشة الاحتياجات الخاصة بالأشخاص والتي تزيد من إقناع الرسالة الموجهة لهم ، ويجب عند إستخدام هذه الإستراتيجية مراعاة الأخلاق والواجبات الإجتماعية فلا يجب إستخدام التهديد بأمنهم وسلامتهم مثلاً إلا إذا كان مدعوماً بالأدلة التي تثبت أهميته في حماية الأشخاص حتى يتمكن الأشخاص من مواجهة هذا التهديد بأفضل صورة لهم.

أمثلة على استخدام استراتيجيات الإقناع:

هناك العديد من الأمثلة التي قد توضح لك أساليب فن الإقناع منها :

- يعتبر العلاج الأفضل استخداماً بالنسبة للكثير من الأطباء .
- ضرورة الحذر عند استخدام هذه الإستراتيجية فهي لاتناسب كل الاشخاص .
- عند التمكن من استخدام هذه الاستراتيجيات يمكنك دائماً من إدارة الامور لصالحك .

المطلب الثالث : الاحتياجات الاجتماعية:

تعني الاحتياجات الاجتماعية حاجة البشر إلى العلاقات الشخصية والمعارف والمجموعات الداعمة لهم وتعني أن يصبحوا جزءاً من المجموعات السياسية أو الاجتماعية حتى يشعروا بهويتهم ويوجد العديد من الناس الذين يعملون على خلق الإنتماء للأشخاص ومحاولة إستدعاء حالة عدم الأمان لدى الأشخاص إذا كانوا لا ينتمون إلى أي مجموعة وإستخدام هذه الإستراتيجية في أقناعهم بأفكارهم وسلوكياتهم .

إحتياجات إحترام الذات:

وهي تعني رسائل الإقناع التي تعتمد على إحتياجات الأشخاص الخاصة بإحترام الذات وزيادة مكانتهم بين الآخرين أو الإحتياجات الفسيولوجية من إحترام وتحقيق للذات أو حتى الواجهه الإجتماعية وهي تقوم على دفع المتلقي لتخيل مدى الإزدهار والنجاح والإحترام الذي سوف يحققه إذا تم قبول الرسالة وتعتمد الكثير من المنتجات المباعة على الوعود التي تقدمها لجعل الأشخاص أفضل أو حتى أجمل وهذا أسلوب أقناع يعتمد على الإحتياجات الخاصة بالأنسا وهو الجزء المهم من التركيبة النفسية ويهتم بدراستها علم النفس والعديد من الأشخاص .

المطلب الرابع : أخلاقيات الإقناع:

يجب على مستخدمي إستراتيجيات الإقناع التحلي بالأخلاقيات اللازمة وأن تكون رسالتهم أولاً وأخيراً أخلاقية وهادفة فالإقناع مثلاً يعتمد على الحجج المنطقية لأجبار العقل على الإختيار وذلك على عكس الإكراه المستخدم في التعذيب مثلاً الذي يجبر الأنتسان على ما يريد دون أقتناع أو حجج منطقية فيجب على مستخدمي الإستراتيجيات هذه إستخدام المناشآت العاطفية والمنطقية بمسؤولية.

وقد يهتم بعض مستخدمي هذه الإستراتيجيات بمكاسبهم الشخصية أكثر من إهتمامهم بالآخرين ومصالحهم وقد يستفاد البعض من مخاوف الناس لتحقيق المكاسب التي تناسبهم هم على حساب الآخرين وهو شيء غير صحيح ويجب على المتحدثين إستخدام هذه الإستراتيجيات لتحقيق تقدير الذات والتركيز على المساعدة والرخاء والمساهمة في المجتمع .

المطلب الخامس : علاقة الدافع والإقناع:

هناك أختلاف كبير بين الإقناع والدافع حيث أن الدافع هو التحفيز والقوة اللازمة لإحداث التغيير أما الإقناع فهو العملية التي تحدث بجانب الدافع فالدافع هو الذي يشجع في الأساس على تغيير المعتقدات والسلوك أو حتى التفكير في الحجج التي يتضمنها الإقناع والحافز هو من يجبرك على فعل شيء ما وهو السبب الرئيسي في التصرف بطريقة ما تجاه أي شيء . ويمكنك معرفة المزيد عن فن الإقناع والفرق بينه وبين الدافع عن طريق العديد من ال كتب في فن الإقناع .

المبحث الخامس : الفرق بين الإقناع والتأثير

المطلب الأول : تعريفهما :

تعريف التأثير:

التأثير يختلف عن الإقناع ، عندما يكون هناك تغيير في أفكار الشخص ، أو مشاعره ، أو سلوكه بسبب شخصية شخص آخر ، يقال إن التأثير قد حدث ، القادة العظام لديهم هذه القدرة ، أو الكاريزما يجعل الآخرين يتصرفون ، أو يفعلون ما يريدون دون قول ذلك في الواقع بالكلمات، كل من التأثير والإقناع لهما هدف مشترك ، وهو إجراء تغيير في سلوك الشخص أو موقفه ، ولكن بينما يتطلب منك الإقناع التواصل ، فإن التأثير على الأعمال بصمت دون الحاجة إلى بذل أي جهد ، على سبيل المثال ، الأعمال بيئة حساسة للوقت ، ليس لديك أبدية لتحفيز موظفيك أو أعضاء فريقك لتحقيق هدف مشترك ، على الرغم من الإقناع هي تقنية سهلة الاستخدام في أي ظرف من الظروف ، ويفضل التأثير من قبل معظم قادة ، لأنه يقوم على الثقة والمصادقية التي تقتصر على الإقناع ، هناك حالات يكون فيها التأثير خيارًا أفضل ، إذا تم استخدام تقنيات الإقناع هناك ، فغالبًا ما يُنظر إلى القائد على أنه متلاعب ، وأي امتثال من جانب أعضاء الفريق أو الموظفين يكون مؤقتًا في أحسن الأحوال، على سبيل المثال ، من الممكن بيع أمشاط للرجل الأملع من خلال تقنيات مقنعة، ومع ذلك، سيشعرون بالغش عندما يدركون أن الأمشاط لا تفيدهم ، وأنك بعثهم ما لا يحتاجون إليه ، فجأة ضاعت كل ثقة الشخص الذي أقنع في المقابل ، فإن تغيير المواقف والسلوك الذي ينتج بسبب التأثير يكون أطول ويكون له نتائج أفضل في وجود الثقة ، يعمل كل من التأثير والإقناع بشكل مرض

تعريف الإقناع :

أولاً عند فحص كلمة الإقناع ، يمكن فهمها على أنها وسيلة لتغيير سلوك شخص ما ، عادة ما يكون الإقناع محاولة متعمدة حيث يرغب المقنع في تغيير مسار عمل الفرد من خلال التواصل ، يعد التفكير مع الفرد أحد هذه الأساليب ، إذا كنت ناجحًا ، يقال إن الإقناع كان في العمل، يمتلك بعض القادة والخطباء العظماء قوة الترتبة ، إنهم خطباء رائعون ويمكنهم التأثير في الرأي والسلوك للآخرين بسهولة ، حتى في حياتنا اليومية، يحدث الإقناع على سبيل المثال ، هناك حفلة في أحد أماكن أصدقائك ، وقررت عدم الذهاب لأنه يتعين عليك الدراسة لامتحان من المقرر إجراؤه في اليوم التالي ، أثناء المذاكرة تتلقى مكالمة هاتفية من صديقة وبعد التحدث معها لفترة من الوقت ، تخطط أيضًا للذهاب للحفلة ، في مثل هذه الحالة، أقنعك الصديق بتغيير مسار عملك من خلال التواصل الفعال ، هذا يسلط الضوء على أن الإقناع هو القدرة على التأثير في رأي

الآخرين من خلال عرض قضيتك بطريقة فعالة للغاية ، يصبح الأشخاص الذين يتم إقناعهم متحمسين لفعل ما تريد ، وهذا هو أهم ما كتب في فن الإقناع .

المبحث الثاني : الفرق بين الإقناع و التأثير .

التأثير والإقناع هما بالتأكيد مرتبطون ببعضهم البعض ، إذا كنت تتأثر مع الناس فهذا يجعلك أكثر إقناعاً ، كلما كنت أكثر إقناعاً ، يسمح لك ببناء التأثير ، ومع ذلك فإننا ننظر إلى هذه الأشياء على أنها منفصلة ، والعديد من الناس ينظرون إلى هذه الأشياء على أنها مفاهيم متعارضة تماماً، يأتي التأثير من صفة تمتلكها ، لا يحدث الإقناع بسبب فعل تقوم به، والتأثير طويل الأمد ، بينما الإقناع قصير المدى ، يحدث تأثير شخص ما في أحد عملائنا بسبب قدرتك على إلهام الآخرين ، بينما يحدث الإقناع لأن لديك القدرة على طلب الآخرين ، فما هو الفرق بينهما ؟

عندما نتأثر ، نجد أن له تأثيراً طويل المدى لأننا اخترنا المسار الذي نسلكه ، في كثير من الأحيان عندما يتم إقناعنا ، يكون الأمر أكثر توجهاً على المدى القصير لأن شخصاً آخر قام بالإقناع ، ومع ذلك ، ما الذي نحتاج إلى إيجاده لدمج هذين ؟ نحن بحاجة إلى التفوق في كليهما ، نحن بحاجة إلى إيجاد الأدوات التي يمكننا استخدامها لتسريع معدل تأثيرنا على الآخرين ، نحتاج أيضاً إلى إيجاد أدوات إقناع تدوم لفترة أطول.

المطلب الثالث : وسائل الإقناع الثلاثة:

فيما يلي نغطي أساسيات وسائل الإقناع الثلاث ، ونقدم بعض الاقتراحات حول كيفية تنفيذها.

١-روح:

تعتبر شخصية الشخص من أهم استراتيجيات الإقناع ، جاذبية شخصية المتحدث ، أو الكاتب ، أو سمعته إذا كنت ترغب في الإقناع ، فأنت بحاجة إلى بناء المصداقية والسلطة مع جمهورك ، قد يكون لدى الرجل أكثر الحجج منطقية ومدروسة جيداً ، ولكن إذا كان جمهوره لا يعتقد أنه جدير بالثقة .

٢-رثاء نداء إلى العاطفة:

تعد العاطفة من طرق الإقناع المجدية ، يميل الرجال إلى رفض قوة العاطفة ، فهناك الكثير من الرجال الذين يعتقدون أنه لا يجب عليك الإقناع إلا من خلال العقل والمنطق الخالص ، لكن في المعركة بين العاطفة والعقلانية، عادة ما تنتصر العاطفة ، وتقلل هذا ليس سخرية ، إنه مجرد اعتراف بواقع الطبيعة البشرية ، ابتكر عالم النفس جوناثان هايدت استعارة قوية تصور التوتر بين جانبنا العاطفي والعقلاني الفيل والراكب ، لخص الأخوان هيث ذلك بشكل جيد في كتابهم .

٣- الشعارات مناقشة العقل:

أخيراً نأتي إلى الشعارات الأسلوب الثالث من اساليب فن الإقناع ، أو مناقشة العقل اعتقد أرسطو أن الشعارات هي الجاذبية الأكثر إقناعاً ، وأن جميع الحجج يجب كسبها ، أو خسارتها على العقل وحده ومع ذلك ، فقد أدرك أنه في بعض الأحيان لن يكون الجمهور متطوراً بدرجة كافية لمتابعة الحجج القائمة فقط على المبادئ العلمية والمنطقية ، وبالتالي يجب استخدام النداءات الأخرى أيضاً، في فن البلاغة ، يقول أرسطو أن مناقشة العقل تعني السماح لـ “كلمات الخطاب نفسه” بالقيام بالإقناع ، تم تحقيق ذلك من خلال إجراء الاستدلالات باستخدام التفكير الاستنتاج ، عادة في شكل القياس المنطقي الرسمي ، لقد رأيت هذه من قبل ، تبدأ بفرضيتين ، وتنتهي باستنتاج يتبع المبنى بشكل طبيعي .

المطلب الرابع : طرق الإقناع في علم النفس:

يعتمد نجاح الفرد وتقدمه في كل من الحياة الشخصية والعلمية له على قدرته على إقناع الأشخاص الآخرين بما يرغبه ويريده، حيث يتطلب هذا الأمر درجة كبيرة من الذكاء والحكمة، فالإقناع يعتبر فن لا يملكه إلا أشخاص قليلة، فالناجحون فقط هم من يمتلكوا هذه المهارة ويتمكنوا بكل سهولة من معرفة وسائلها، واستخدامها في جميع ما يرغبوا في تحقيقه من أهداف وطموح، وسوف نتناول من خلال المقال المقصود بالإقناع وأهم طرقه.

طرق الإقناع في علم النفس:

من الجدير ذكره أن جميع الأشخاص التي ترغب في الفوز بما يرغبون يحاولوا بشكل جاهد لإقناع فن الإقناع، وجعله واحداً من المهارات التي يتسموا بها، ومن يرغب في إتقان فن الإقناع فعليه أن يتبع هذه الطرق التالية التي تتمثل أهمها في :

١- يجب أن يعتمد إقناع الآخرين في البداية على المصادقية التي تصدر من الشخص المقنع لهم، فلكي يتمكن الشخص من إقناع الآخرين بما يرغب عليه أن يثبت في البداية صدق حديثه الذي يتكلم به، كما يجب عليه أن يثبت مصداقية كلامه للأشخاص الآخرين بأن يكون هذا الكلام واقعي وصحيح.

٢- تعد من الطرق التي تمكن الفرد من إقناع الآخرين أيضاً بما يرغب هو أن يكون الموضوع الذي يتحدث به بعيداً عن أهوائه ورغباته الشخصية، كما يجب عليه أيضاً إختيار جميع المواضيع التي يقوم بإختيارها والأفكار التي يطرحها على الأشخاص الأخرى، حيث ينبغي عليه أن يتحرى الصدق والمصادقية في المواضيع التي يطرحها، ففي حالة إذا كان هذا الموضوع مثير للجدل أو به نقطة خلاف فيجب عليه حين ذلك أن يقوم بتقديم الأدلة القوية التي تبين مدى صحة كلامه وتؤكد عليها، مع ضرورة أن يتم الإستناد على معلومات موثوقة وجيدة.

٣- أهمية الثقة بالنفس وبجميع قدرات الأفراد الآخرين وإمكانيتهم المختلفة، فمن الجدير ذكره أن الشخص لن يتمكن من تحقيق أهدافه والأحلام التي يرغب بها بدون أن يؤمن ويعتقد بقدرته الكبيرة على تحقيقها، فلكي يتمكن الفرد من التأثير على الأشخاص الآخرين يجب عليه أن يثق بنفسه في البداية وبالمستقبل المشرق الذي ينتظره.

ذلك أي أنها تكون مخاوف مكتسبة.

أهم عوامل نجاح فن الإقناع:

من الملاحظ أن فن الإقناع يعتمد نجاحه على مجموعة من العوامل المختلفة والتي تتمثل أهمها في :

١- ضرورة أن يتم في البداية التوكل على الله سبحانه وتعالى في جميع الخطوات التي يخطوها الفرد في جميع شئون حياته المختلفة، مع ضرورة أن يتم الدعاء بصورة مستمرة والتقرب لله عز وجل مع ضرورة أن يحسن الإنسان الظن بربه ويتقرب له بالعمل الصالح.

٢- ضرورة أن يمتلك الفرد مهارات الإقناع المختلفة وكذلك أساليبه ووسائله العديدة ويتم ذلك من خلال امتلاكه لمهارات الإتصال والسعي لإتقان فن الحوار.

٣- ضرورة أن يمتلك الفرد القدرة على نقل جميع المبادئ والأفكار والمعلومات بطريقة سهلة وبسيطة، مع ضرورة أن يعرف بجميع أحوال والأوضاع الخاصة بالطرف الأخر، بالإضافة لضرورة أن يتعرف على أفكاره والقيم التي يمتلكها.

٤- يجب على المقنع أن يمتلك الكثير من الصفات الجميلة التي تسعى لجذب الآخرين والتي تتمثل أهمها في ضرورة أن يتحلى بالأخلاق الحسنة والمظهر الجيد، مع ضرورة أن يكون على قدر عالي من الثقافة وإملاك أسلوب جيد في إقناع الأشخاص الأخرى.

كيف تكون مقنعا في كلامك:

إذا كنت قائداً أو رائد أعمال أو مسوقاً أو مديراً تنفيذياً أو إدارياً أو ما إلى ذلك، طالما أنك تتواصل مع الناس، وخاصة العلاقة بين الرئيس والمرؤوس. فيجب أن تكون لديك المهارات الحيوية للإقناع. فالإقناع لا يعني الإكراه والجبر، ولكن المشكلة عند معظم الناس هي عدم فهمهم فن الإقناع وعدم الرغبة في اكتساب المهارات الحيوية اللازمة لإقناع الناس بنجاح، الإقناع لا يعني التلاعب أو الضغط على الآخرين، فالإقناع يعني اتباع مسار العمل والتفكير بحماس ورغبة وإيمان بأفكارك.

المطلب الخامس : أساسيات الإقناع:

إقناع شخص ما بأفكارك أو إقناعه لفعل شيء ما ليس بالأمر الهين، لذا يجب أولاً فهم أساسيات الإقناع:

١- التوقيت المناسب:

معرفة كيفية إقناع الناس بكلامك لا يقتصر فقط على الكلمات ولغة الجسد، بل أيضاً معرفة الوقت المناسب للحديث معهم، إذا اقتربت من الناس وتحدثت معهم عندما يكونوا أكثر ارتياحاً وهدوءاً، فمن المرجح أن اختيار التوقيت هو كل شيء.

٢- تعرف على الشخص جيداً:

كلامهم والتحدث عن اهتماماتهم أكثر، يمكنك أن تطرح أسئلة أكثر عن اهتماماتهم ومشاركة أنك تهتم بإحداها أيضاً، ولا تنسى أن تذكر سبب اهتمامك بهذه الاهتمامات حتى لا تكون مجرد مجاملة.

٣- التخطيط:

قدرتك على إقناع الناس كل مرة تعتمد على التحضير والتخطيط، لا شيء يتحقق دون تخطيط مسبق، أهم شيء هو الحصول على معلومات كافية عن الأشخاص من حولك، وبالتحضير الكافي يمكنك إقناع الناس بكلامك بسهولة وفاعلية.

المطلب السادس : مهارات الإقناع:

يعتمد أمر الإقناع على توافر بعض المهارات في شخصيتك وتطويرها، ومن هذه المهارات:

١- مهارة التحدث:

الناس في العادي يفتنعون بالمتحدث السريع الواصل في نفسه، بينما يقل نسبة الإقناع عندما يكون المتحدث غير واثقاً في نفسه وبطيء في التحدث، وهذا الأمر يبدو منطقياً، كلما تحدثت بشكل أسرع قلّ وقت المستمع لمعالجة الحديث وقلت نسبة التساؤل عنه، وبهذا تخلق الشعور بأنك تتفهم الموضوع أو الكلام الذي تريد الإقناع به.

نشرت إحدى المجالات الخاصة في علم النفس بحثاً لتحليل سرعة الحديث في الإقناع، فتحدث الباحثون إلى المشاركين في هذه التجربة محاولين إقناعهم أن الكافيين مضر لهم، فعندما تحدثوا بسرعة بلغت حوالي ٢٠٠ إلى ١٠٠ كلمة في الدقيقة، كان المشاركون أكثر إقناعاً، بينما الذين كانوا يتحدثون بسرعة ١٠٠ كلمة في الدقيقة كما

كانوا أقل إقناعًا، وقد تم اعتبار أن سرعة التحدث المتوسطة إلى المرتفعة أكثر إقناعًا، والحديث بسرعة يشير إلى الثقة والذكاء والموضوعية والمعرفة بالأمر.

التحدث بإيجابية قدر الإمكان: إذا قلت لك "لا تفكر في سيارة حمراء الآن" فما جاء ببالك؟ بالفعل سيارة حمراء اللون، لذا عندما تريد التحدث عن شيء ما لا تنتهي أو تنفي الأمر فلا تقل "لا تتردد في الاتصال بي" بل قل "اتصل بي عندما تريد ذلك". لذا احرص أن يكون دومًا حديثك إيجابيًا. ووضح دومًا مقاصدك من حديثك حتى لا يُساء فهمك.

٢- مهارة لغة الجسد:

لغة الجسد تلعب دورًا هامًا عند الإقناع، فإن كنت تبدو منغلقة على نفسك فلن تريد الناس الاستماع إلى كلمة تقولها، حتى إن كنت تقول كل شيء صحيحًا، فإنهم يركزون على وضعية جلوسك أو وقوفك، راقب نفسك جيدًا.

احرص على أن تكون وضعية جسمك مفتوحة، لذا ابقِ ذراعيك غير مغلقين، واجعل وجهك مكشوفًا وموجهًا نحو المتحدث إليه، وحافظ على التواصل البصري والابتسامة بشكل دائم وعفوي.

كن مرآة للشخص الآخر، هل تعرف تقنية المرآة؟ فهي عبارة عن تقليد وعكس وضعية الشخص الآخر، إن كان الشخص يميل إلى الورا فيمكن أن تتحني معه، وإن كان يستند على كوعه فيمكن أن تستند على كوعك. ولكن ركز على أن تفعل هذا بوعي حتى لا تكن مفتعلة.

٣- مهارة الإصغاء الجيد:

الأشخاص المؤثرون والأكثر إقناعًا يعتمدون على الإصغاء والاستماع بتركيز، وليس فقط التحدث، فالناس يميلون إلى من هو يهتم بهم ومشاكلهم والإصغاء لهم، هل فكرت لماذا يقول الناس "شكرًا لأنك استمتعت إلي"؟ لأنهم يشعرون بسعادة لأن هناك أحد يهتم بالاستماع لهم ومشاكلهم، وكسب الثقة والتأثير عليهم بسهولة.

٤- مهارة المثابرة:

لا تمل من إقناع شخص من منذ أول حديث بينكما، المثابرة ستؤتي ثمارها على المدى الطويل، فالشخص الأكثر إقناعًا هو الشخص الذي يرغب في الاستمرار في السؤال على ما يريد.

٥- مهارة حل المشكلات:

في عالمنا المعاصر حيث وجود القضايا الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، يحظى الأشخاص الذين لديهم مهارة حل المشكلات باحترام كبير، ومالكي تلك المهارة لديهم القدرة على إقناع الناس بأفكارهم.

٦- مهارة رواية القصص:

رواية القصص المختلفة أمر رائع وملهم، وخاصة عندما تريد توضيح نقطة ما، والقصص لها قدرة على إقناع الناس والتأثير عليهم. ومن الواضح أن الناس في الطبيعي ينتبهون عند سماع القصص أو التوضيحات بدلاً من عرض الحقائق والأرقام .

حافز الإقناع:

الحافز المحرك للناس في كلامك هو من يشد الانتباه ويقنع الناس بشكل أكبر. لذلك ابحث عن الحافز الذي يجعل عملية الإقناع بكلامك أكثر سهولة وسلاسة.

ابحث عن الحافز المادي:

تريد شيئاً من شخص ما، فكر في ماذا يمكن أن تعطيه؟ ما الذي يحتاجه ؟ في الغالب الجواب هو المال.

مثال أنك تريد عمل لقاء صحفي مع أحد مؤلفي الكتب، فبدلاً من قول ” كيف حالك؟ أنا اهتم بقراءة جميع أعمالك ومعجب بها” يمكنك أن تقول “سيد فلان (اهتم بذكر اسم الشخص) لاحظت أن لديك كتاباً سيصدر في خلال أسابيع، اعتقد أن قراء المجلة سيهتمون كثيراً بقراءة آخر أعمالك ومتابعة الجديد عنك، فهل يمكن أخذ بعض الكلمات منك لنشرها في المجلة؟” ما الطريقة التي تعتبرها أكثر فاعلية؟ الكاتب في الحالة الثانية يعتقد أن بعد كتابة ونشر اللقاء الصحفي فسيصل إلى جمهور أوسع، وبييع المزيد من مؤلفاته.

الحافز الاجتماعي:

ربما تختلف مع أهمية الحافز المادي وأن الماديات لا تعني كل شيء، فانتقل إلى المسار الاجتماعي.

عند التفكير في نفس الهدف المذكور أعلاه، يمكن أن تقنع نفس الكاتب ولكن عن طريق الحافز الاجتماعي، فيمكن أن تقول “لقد قرأت أعمالك السابقة وكانت رائعة وأتساءل لماذا لم ينتشر الكتاب الأخير حتى يقرأه عدد كبير من الناس، فلنجري معي حديث لمدة ٢٠ دقيقة ويتسع جمهورك بمتوسط ٢ مليون قارئ للمجلة التي سينشر فيها الحديث. تمامًا

مثلاً حدث مع الكاتب أ العام الماضي” وأنت تعلم أن هناك صلة معرفية بين الكاتب الذي تريد إقناعه بكلامك وبين الكاتب .

استخدم الحافز الأخلاقي:

يمكن القول أن هذه الطريقة هي أضعف الطرق التي يمكن إقناع الآخرين بكلامك، ولكنها يمكن أن أكثر فاعلية مع بعض الأشخاص، فإن كنت تعتقد أن شخصاً ما لن يتحرك بالمال أو بالاجتماعيات، جرب معه هذا الأسلوب.

المبحث السادس : التواصل الإقناعي

الاتصال الإقناعي هو عبارة عن عملية يتم من خلالها تغيير السلوكيات وتعديلها ، حيث يتم الارتكاز على استمالة الفرد عاطفيا وعقليا لتعديل بعض سلوكياته ، وللاتصال الإقناعي ثلاثة أنواع؛ تتضمن عملية الاتصال الإقناعي الإقناع وعملية تدعيم الاستجابات ، وكذلك الإقناع وعملية تغيير الاستجابات .

المطلب الأول : تعريف التواصل الإجتماعي :

من خلال بعض التعريفات المتعلقة بالتعديلات السلوكية الناتجة عن عملية الاتصال الإقناعي تم الاستدلال على أن العمليات الإقناعية يمكن تطبيقها في بعض المواقف والتي تستدعي تعديلات في السلوك لدى الفرد المستهدف ، ويتم ذلك عن طريق تلقينه معاملات رمزية و رسائل بنوع من الإجبار ولكن يُشترط أن يكون الإجبار بشكل غير مباشر للتحكم بسلوكيات الفرد؛ تعبر أيضا عملية الإقناع عن تخلي الفرد عن بعض سلوكياته واستبدالها بأخرى ، وتم تحديد أنواع التعديلات السلوكية الناتجة عن عملية الاتصال الإقناعي إذ تقتصر على ثلاثة أنواع فقط .

المطلب الثاني : الإقناع وعملية تكوين الاستجابات:

لا يمكن تحديد استجابات واضحة لمنبهات معينة لدى الأفراد ، ولكن تعتبر عملية الإقناع شكلا من أشكال الاستجابات لبعض المنبهات ، إذ يتم التعبير عن عملية الإقناع عند تعامل الأفراد مع أشخاص ذوي خبرات سابقة بمجالات حياتية معينة ، وأيضاً عند ظهور منبهات جديدة على الفرد ببيئته المحيطة .

مثال لتوضيح الإقناع وعملية تكوين الاستجابات:

عند ولادة الطفل وبداية حياته الدنيوية ، يتم تعليمه وتنشئته اجتماعيا وفكريا وأخلاقيا عن طريق تأثير من حوله به ، وتعديل سلوكياته وتغييرها دائما للأفضل ، حيث يتعلم الطفل الكثير عن بيئته وما حولها من الأشخاص الذين يؤثرون فيه بداية من والديه وإخوته بالمنزل وحتى مدرسيه بالمدرسة ، وفي معظم الحالات يتم تنبيه الطفل للاستجابة لبعض السلوكيات عن طريق عملية الإقناع .

الخاتمة

وفي نهاية هذا البحث نسأل الله ان يسدد خطانا كمحاولة للوصول بالقارئ إلى أهمية الإقناع والتأثير والتفاوض في جعل الآخرين يؤمنون بالأفكار و الآراء الخاصة بك لتتحول لمهارة حياتية ومن يتقنها تمكنه للوصول لحياة مرنة وسلسلة .

المراجع

١- الإقناع فن التأثير على الآخرين للمؤلف جيمس بوج.

٢- فن الإقناع للمؤلف هاري ميلز .

٣- فن التفاوض للمؤلف مايكل ويلر .

٤- **the art of persuasion.**

٥- **7 steps to master the art of persuasion.**

الفهرس :

| الموضوع | الصفحة |
|---|--------|
| ملخص البحث | ٣ |
| المقدمة | ٤ |
| مشكلة البحث | ٥ |
| أهداف البحث | ٥ |
| خطة البحث | ٦ |
| المبحث الأول : الإقناع | ٨ |
| المطلب الأول : تعريفه | ٨ |
| المطلب الثاني : فائدته | ٨ |
| المطلب الثالث : إمتلاك مهارة التفاوض | ٨ |
| المطلب الرابع : طرق الإقناع | ٨ |
| المبحث الثاني : أساليب الإقناع والتأثير | ٩ |
| المطلب الأول : التفاوض وتعريفه | ٩ |
| المطلب الثاني : أهمية التفاوض | ١٠ |
| المطلب الثالث : شروط التفاوض | ١٠ |
| المطلب الرابع : مهارة التفاوض | ١٠ |
| المبحث الثالث : التأثير على الآخرين | ١١ |
| المطلب الأول : تعريف التأثير | ١١ |
| المطلب الثاني : مهارات التأثير | ١١ |
| المبحث الرابع : استراتيجيات الإقناع | ١٢ |
| المطلب الاول : تعريف الإقناع | ١٢ |
| المطلب الثاني : أهم استراتيجيات الإقناع | ١٢ |
| المطلب الثالث : الإحتياجات الاجتماعية | ١٤ |
| المطلب الرابع : اخلاقيات الإقناع | ١٥ |
| المطلب الخامس : علاقة الدافع والإقناع | ١٥ |

| الموضوع | الصفحة |
|---|--------|
| المبحث الخامس : الفرق بين الإقناع والتأثير | ١٦ |
| المطلب الاول : تعريفهما | ١٦ |
| المطلب الثاني : الفرق بين الإقناع والتأثير | ١٧ |
| المطلب الثالث : وسائل الإقناع الثلاثة | ١٧ |
| المطلب الرابع : طرق الإقناع في علم النفس | ١٨ |
| المطلب الخامس : اساسيات الإقناع | ٢٠ |
| المطلب السادس : مهارات الإقناع | ٢٠ |
| المبحث السادس : التواصل الاجتماعي | ٢٤ |
| المطلب الاول : تعريف التواصل الاجتماعي | ٢٤ |
| المطلب الثاني : الإقناع وعملية تكوين الإستجابات | ٢٤ |
| الخاتمة | ٢٥ |
| المراجع | ٢٦ |
| | |
| | |