

فن الإقناع:

مفهوم الإقناع: هو الإقبال على الشيء، وإذا رجعنا إلى أصل الكلمة في اللغة العربية نجد بأنها تقابل كلمة Persuasion باللغة الفرنسية، وتتكون من مقطعين Per وتعني عاطفي و Suadre أي أن تجعل شخصا ما يعتقد في شيء من خلال البحث العاطفي أو العقلي.

أما اصطلاحا فقد جاء في معجم مصطلحات الإعلام أن الإقناع هو دفع القارئ أو السامع أو المشاهد للاستجابة المطلوبة بأن توفر له أسباب الإقناع بالمزايا أو الفوائد التي يمكن أن تحققها له السلعة أو الخدمة المعلن عليها، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إشباع الحاجة أو مجموع الحاجات الفطرية والمكتسبة التي استثارتها المعلن في مرحلة خلق الرغبة.

تعرف " جوديت لازار " Judith Lazar الإقناع بأنه " الفعل الذي يستند إلى مساع معلومة من أجل تغيير السلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية " .

ويقصد بالإقناع أن يصغي السامع لك وقد اقتنع بفكرتك، لا لاعتبارها فكرتك أنت ولكنها أصبحت فكرته الخاصة به والتي انبثقت من داخل نفسه وكان لك الفضل في إثارتها وتحريكها والكشف عنها.

ومن ثم يمكن القول أن الإقناع عبارة عن إجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وأدبه.

ويرتبط محتوى الرسالة عادة بالإقناع ، فقد كان يعرف أفلاطون البلاغة بأنها: " كسب عقول الناس بالكلمات " ، وكان أرسطو يرى أن البلاغة هي : " القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها . "

فنجاح عملية الإقناع يجب أن يتم بكل مخطط ومدروس ، فإن تمت بصورة عشوائية لا يمكن ضمان نجاحها بالصورة الكاملة، ولكي يتم تحقيق العمل المنشود

لعملية الإقناعية على القائم بالعملية الإقناعية أن يستخدم جملة من الأساليب والإستراتيجيات والاستراتيجيات التي تحدد من خلال أولوية البدء بحسب كل موقف إقناعي، فهناك الكثير من الأساليب والاستراتيجيات التي يمكن استخدامها في عملية الإقناع.

ويحدد العلماء 3 أنواع أساسية من الاستمالات التي توجد بالرسالة الإقناعية وهي الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلية، استمالات التخويف

أنواع الاستمالات الإقناعية:

1. الاستمالات العاطفية: تستهدف التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، فهناك فئة من الأفراد يمكن إقناعها من خلال التأثير العاطفي عليها، حيث يكون الأثر النفسي عالياً، وبالتالي يكون المتلقي أكثر تهيئاً لقبول الأفكار التي تعرض عليه، ويعتبر التأثير العاطفي من أكثر الاستمالات التي يمكن الاعتماد عليها في إقناع الأشخاص ذو الثقافة المحدودة، والبسطاء، والعامّة، وتعتمد الاستمالات العاطفية على:

✓ استخدام الرموز والإشارات: وتعتمد على خاصية التبسيط لعملية التفكير واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، أي أن هدف الإقناع يتلخص في صيغة واضحة ومؤشرات عاطفية تثار في كل مرة، فالشعارات هي عبارات يطلقها القائم بالاتصال لتلخص هدفه في صيغة واحدة ومؤثرة بشكل يسهل حفظها وترديدها مثل: "متحدين نرتقي متفرقين نسقط".

أما الرموز فتشير إلى التجارب الإنسانية في مجموعة من الرموز التي تلغي التباين بين الأفراد في عالم الواقع، ويصبح التفاهم ممكناً على أساس هذه الرموز العامة التي أصبح لها مدلول عام متفق عليه بين أفراد الجماعة.

✓ استخدام الأساليب اللغوية: مثل التشبيه، الإستعارة، الكناية، وكل الأساليب التي من شأنها تقريب وتحديد وجهة نظر القائم بالاتصال .

✓ صيغ أفعال التفضيل: أي استخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما .

✓ الاستشهاد بالمصادر: مثل التشبيه بمن هم أكثر شهرة أو أعلى سلطة أو من يحظى بمصداقية من جانب المتلقي.

✓ عرض الرأي على أن حقيقة: وذلك على الرغم من عدم الاتفاق والإجماع عليه.

✓ دلالات الألفاظ: وهي من أساليب تحريف المعنى اعتماداً على الألفاظ المستخدمة،

أي يمكن استبدال الكلمة بكلمة أخرى لها دلالة معنوية وهي ما يطلق عليه علماء اللغة الحقيقة العرفية.

2. الاستمالات العقلية: تعتمد على مخاطبة المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية

وتفنيد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وتستخدم في ذلك :

✓ الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

✓ بناء نتائج على مقدمات.

✓ تقديم الأرقام والإحصائيات.

✓ تفنيد وجهة النظر الأخرى.

3. استمالات التخويف: ويعتمد هذا النوع من الاستمالات على إثارة مشاعر الخوف

والقلق لدى المتلقي بهدف دفعه نحو قبول آراء وأفكار القائم بعملية الاتصال، وذلك بالإعتماد على التخويف والترهيب.