

## بحث عن التواصل الإقناعي وأهميته في حياتنا اليومية

نحن كبشر، نصادف مواقف كثيرة تمر معنا في حياتنا اليومية الاعتيادية، والتي غالباً ما تحمل الصفات الروتينية المملة، وما يميز الإنسان في هذه المرحلة، هو قدرته على اكتشاف مهاراته المختلفة وجعلها تطفو على شخصيته، إضافة إلى كيفية تطويرها، والتواصل الإقناعي هو أحد هذه المهارات المهمة في حياة أي فرد، وفي هذا المقال، سوف نجري هذا البحث الهام حول مهارة التواصل الإقناعي، ونتوسع في كل ما يخصه.

### مقدمة بحث عن التواصل الإقناعي

التواصل الفعال هو حجر الأساس في أي علاقة مهنية أو شخصية تمر في حياة الإنسان، ولها تأثير على مجمل حياته الحالية والمستقبلية، والتواصل الإقناعي هو جزء من التواصل الفعال الذي يحتاجه الإنسان في حياته، فقدرته الإنسان على الإقناع، يقدم دفع معنوي وطاقة إيجابية للفرد في درب الاستمرارية والإنجاحية، إضافة إلى تعزيز الثقة بالنفس والمثابرة على الإقدام نحو الأمام، والإنسان الذي يتمتع بهذه المهارة، هو إنسان متصالح مع ذاته وقادر على صنع مستقبل أفضل يسوده الرخاء والاستقرار.

### بحث عن التواصل الإقناعي

التواصل الإقناعي هو نقطة بحث هامة في حياة أي إنسان ناجح ومتفهم للحياة، ولذلك، هذا البحث الذي سنخوض به في هذا المقال، هو ضرورة ملحة وأشبه بسرد تفاصيل لأحد أهم محاور الحياة الناجحة لأي فرد، والذي يتضمن تعريف مفهوم التواصل الإقناعي كنقطة بداية مهمة، إضافة إلى التعمق في تفاصيل مفرداته المختلفة، بما في ذلك أنواعه وعناصره وأهدافه وطرقه ومدى أهميته وتأثيره على حياة الفرد.

### تعريف التواصل الإقناعي

التواصل الإقناعي هو أسلوب فردي يعتمد على مجموعة من السلوكيات المعينة، سواء كانت لفظية أو حركية، لمحاولة التأثير على الطريقة التي يفكر بها شخص ما أو يتصرف بها، وذلك بعدة وسائل مختلفة بحيث يكون الفرد قادر على استمالة الشخص المقابل له وإقناعه بالهدف الذي يريده، سواء كانت فكرة أو سلعة أو رأي أو أي شيء آخر، ولذلك، يعتبر التواصل الإقناعي من العمليات المنهجية والمهارات الهامة في حياة الإنسان، والتي تعتمد بشكل كلي على قدرة الإقناع التي يمتلكها الفرد لتعزيز هذه المهارة وكيفية تطويرها من جهة، وخلق استراتيجية اتصال مصممة لتغيير معتقدات المستمع أو سلوكه أو تحريك المستمع إلى العمل المطلوب من جهة أخرى.

### أنواع التواصل الإقناعي

بناءً على علم النفس، أنواع التواصل الإقناعي تعتمد بشكل كامل على الشخص المقنع من جهة، وما إذا كانت تلك الرسالة التي يطرحتها قادرة على التأثير على جمهورها من جهة أخرى، ولذلك، يقسم علم النفس التواصل الإقناعي لما يلي:

- **التواصل الإقناعي الشخصي:** أو ما يعرف بالتواصل داخل الشخصية، والذي يتضمن التفكير التأملي أو النطق الداخلي، ويحدث عندما يحاول شخص إقناع نفسه بفعل شيء ما.
- **التواصل الإقناعي بين الأشخاص:** وهو التواصل بين شخصين يملكان بالفعل رابطة وثيقة، ويمكن أن يشمل التواصل المقنع بين الأشخاص قراءة مقنعة ومرئيات بالإضافة إلى خطاب المحادثة.
- **مجموعة التواصل الإقناعي:** يحدث الاتصال الجماعي بين الأفراد الذين قد لا يكون لديهم رابطة قوية وثابتة، مثل زملاء الفصل أو زملاء العمل أو بين مدير العمل والموظفين.
- **مقنع الجماهير:** ويعرف بالاتصال العام أيضاً، ويركز على الشخص الذي يقوم بإيصال الرسالة، وعلى سبيل المثال، المحامي الذي يقدم حجته الختامية أما هيئة المحكمة، يمارس اتصالاً عاماً مقنعاً.
- **الاتصال الجماهيري:** وهو اتصال عام ينتقل عبر وسائل الإعلام إلى جمهور أكبر، كما هو الحال مع خطابات السياسيين أو الخبراء في مجالات معينة.

### مبادئ واستراتيجيات التواصل الإقناعي

التواصل الإقناعي هو جزء من دراسات علم النفس الاجتماعي، وبناءً على هذا العلم ومقترحاته، سنجد أن هناك ستة مبادئ أساسية مؤثرة وفعالة في عملية الإقناع التي يبني عليها التواصل الإقناعي، وهي:

- **المعاملة بالمثل:** وتشير إلى توقع تبادل الخدمات أو القيمة المتبادلة.
- **النُدرة:** فالناس عموماً ينجذبون إلى أي شيء نادر وحصري، وهي فكرة العرض المحدود أو الموارد غير الكافية.
- **السلطة:** والتي تنبع من الثقة، ويجب أن تكون خبرة الشخص معروفة له لاكتساب المصداقية.
- **الالتزام والاتساق:** مبدأ الالتزام والاتساق يجلب المعيار الاجتماعي لاحترام الكلمات التي يجب تحملها أثناء الشراء.
- **الإجماع:** تسود عقلية القطيع بين البشر على مستوى أعلى عبر البشرية، فعندما لا تكون لدينا معلومات كافية عن شيء ما، فإننا نميل إلى اتباع مسارات الآخرين.
- **الإعجاب:** فمن المرجح أن نجري محادثة أو نتفاعل فقط عندما نشعر بالأمان، وننجذب إلى الأشخاص الذين يحبوننا ويتواصلون معنا أو الذين يشبهوننا، بغض النظر عن الطبقة الاجتماعية والعرق والخلفيات الاجتماعية والاقتصادية الأخرى.

## عناصر التواصل الإقناعي

خلص علماء النفس إلى أن هناك أربعة عناصر للإقناع، وجميع هذه العناصر مترابطة، والنجاح في إقناع شخص ما يعتمد على مدى قابلية كل عنصر للحياة بمفرده، وهذه العناصر هي:

- **المصدر:** وهو الشخص المتصل الذي ينقل الرسالة وأهم عنصر بين العناصر الأربعة، ويجب أن يحمل عدة صفات مثل أن يتمتع بالموثوقية وامتلاكه للكاريزما والحضور والثقة بالنفس وما إلى ذلك.
- **المتلقي:** وهو الجمهور المستهدف، وهذا يتطلب جمع المصدر لبعض المعلومات عن المتلقي لتحسين الاتصال.
- **الرسالة:** وهي مضمون الحديث الموجه من المصدر إلى المتلقي، ويجب أن تكون حماسية ومثيرة للعواطف ومؤثرة وما إلى ذلك.
- **الوسيط:** وهو الذي ينقل الرسالة من المصدر إلى المتلقي، وقد يكون الوسيط هو قناة أو موقع تواصل اجتماعي أو اجتماع في مكان ما أو تواصل مباشر وجهاً لوجه.

## أهمية التواصل الإقناعي

تأتي الأهمية الفعلية للتواصل الإقناعي، من درجات التأثير والفرق الذي تحدثه في حياة الناس، ومن أهمها:

- يعتبر التواصل الإقناعي مهارة أساسية للغاية في حياة أي يصبو للنجاح.
- كلما كان الشخص أفضل في إقناع الآخرين، كلما زاد عدد السلطات التي سيتكسبها، وهذا من أهم خطوات النجاح.
- كلما كان للشخص لديه القدرة على الإقناع والتأثير على الآخرين، فسيكون قادراً التأثير على قراراتهم لصالحه، أو ما يتناسب مع رؤيته.
- التواصل الإقناعي هو ضمان التقدم المحرز في الحياة المهنية، حيث يمكن للشخص إقناع رؤسائه بالنظر في مقدار العمل الذي يقوم به، وهذا من أسس طرق النجاح في المستقبل القادم.
- التواصل الإقناعي يجعل من الشخص صوته مسموع إلى حد كبير، ويصبح ذو رأي مهم بين أقرانه ومصدر للمشورة.
- التواصل الإقناعي يجعل من أي إنسان جزءاً أساسياً من مجموعته التي ينتمي إليها، سواء في المدرسة أو في العملي أو في المنزل أو في أي بيئة اجتماعية أخرى.
- استخدام مهارات التواصل الإقناعي تجعل من الإنسان قوياً الشخصية ومحبيب لدى الجميع، فهذا الشخص يؤثر في الجميع من حوله بطريقة محبة دون فرض رأيه بشكل قسري، وهذه تعتبر أنك نقاط القوة.
- التواصل الإقناعي يجعل من الإنسان كائن اجتماعي.

## أهداف التواصل الإقناعي

الأهداف من التواصل الإقناعي، هي بمثابة النتائج النهائية المرجوة من هذه المهارة الهامة، والتي يمكن تلخيصها في النقاط التالي:

- **التبني:** وهو المكان الذي يريد المتحدث أن يفكر فيه المستلمون له بشكل مختلف، وأن يتبنوا عادة أو فعلاً جديداً.
- **الردع:** الذي يجعل المتحدث يقنع الجمهور بعدم البدء بشيء ما إذا لم يكن قد بدأ بالفعل.
- **التوقف:** وهو إقناع المتحدث للجمهور بالتوقف عن فعل شيء كان يفعله منذ فترة.
- **الاستمرارية:** حيث يريد المتحدث إقناع الجمهور بالاستمرار في فعل ما كانوا يفعلونه، مثل إعادة انتخاب مرشح أو مواصلة تعليمهم.
- **زيادة الاهتمام:** كزيادة الاهتمام بالجمهور الذي يحمل وجهات نظر معادية أو يكون محايداً وفضولياً.
- **التسامح مع وجهات النظر البديلة:** من خلال تطوير فهمًا لوجهات النظر، ووجهات النظر البديلة بين الجمهور.

## خاتمة بحث عن التواصل الإقناعي

من أهم تعريفات الإنسان في علم النفس، هو أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه وغريزته، فهو يميل إلى الاجتماع مع الأقران منذ طفولته وحتى يكبر، وهذا يرتبط بطريقة التواصل بينه وبينهم، والتفاعل المبني على هذا التواصل، بما في ذلك صنع علاقاته الاجتماعية، وتمكين الإنسان لذاته في مجتمعه من خلال توصيل أفكاره وإقناع من حوله بها، والتواصل الإقناعي هو أساس هذه العلاقة وجوهرها في أي مرحلة من مراحل عمره، وهذا ما رأيناه من خلال هذا البحث الذي أجريناه، والذي عززنا به شرح كل ما يخص هذه المهارة، بما في ذلك تعريف التواصل الاجتماعي وأنواعه وعناصره ومبادئه واستراتيجياته وأهميته وأهدافه.