

الباب الخامس



oboiikan.com

الفصل الأول

الاستراتيجية السابعة

استراتيجية التحكم في الوضوح أو الغموض

اختصاراً: استراتيجية الوضوح

Clarity Strategy

oboiikan.com

تكتيكات استراتيجية الوضوح

Tactics

استراتيجية الوضوح (**Clarity Strategy**)، تعتمد على:

التحكم في طريقة صياغة الرسالة ، حيث يعمل المصدر على زيادة درجة وضوح الرسالة، من خلال تبسيط مضمونها، وبساطة ألفاظها، وقصر الجمل وخلو الرسالة من الحشو والحواشي.

يتم العمل على زيادة درجة الوضوح، إذا كان المصدر يريد تسهيل وصول الرسالة، وتيسير عملية الإقناع.

بينما يعتمد المصدر إلى جعل الرسالة غامضة ومتشابكة الألفاظ والتراكيب اللغوية، بحيث يصعب على المستقبل فهمها، إذا كان المصدر يريد أن يربك المستقبل.

قد يحتاج المصدر، في بعض الأحيان، أن يربك المستقبل، وليس أن يقنعه.

وذلك في بعض الحالات، حين يصعب إقناع المستقبل، أو حين يتذكى المستقبل أو يتلاعب، يقوم المصدر بالعمل على إرباكه من خلال رسالة غامضة.

If you can't convince him, كما تقول القاعدة،
.confuse him

بمعنى إذا لم تستطع إقناع المستقبل، فأربكه، وفائدة ذلك
أن تترك الباب مفتوحًا لمحاولات جديدة من الإقناع، أو لتثبت
للمستقبل أن أسلوب التذاكي لن يُجدي.

آليات تأهيل المستقبل

Preparation Dynamics

للعمل على نجاح تطبيق استراتيجية الوضوح:

يتم العمل على توضيح الرسالة، من حيث المحتوى والشكل، بحيث تكون واضحة تماما، سهلة بسيطة، حيث يتم استخدام ألفاظ سهلة بسيطة، مع عدد قليل من الكلمات والجمل، وأن يتوافق محتوى (مضمون) الرسالة مع (ظاهرها) شكلها.

كل رسالة تتكون من محتوى (Core)، وشكل (Form).

المحتوى هو مضمون الرسالة، والأفكار الرئيسية التي تدور حولها، ويمكن تلخيص المحتوى في كلمة واحدة أو عدة كلمات، مثل أن أقول مثلا: هديني أن أقنعك بأهمية الصلاة في المسجد، أو، بالتحذير من حبس زكاة المال...

الشكل هو طريقة صياغة أفكار الرسالة ومحاورها، يجب أن يكون بسيطاً، سهلاً، بعيداً عن الحشو والزوائد.

يحسن أن ترصع رسالتك بالجمل والأقوال المأثورة، وأبيات الشعر المختصرة، غير الطويلة، والتي تذهب فورا إلى الهدف (To the point).

في بعض الحالات، قد تحتاج إلى استخدام رسالة صعبة، طويلة، متشابكة، من أجل إرباك المستقبل، كما سيتم شرحه لاحقا.

الأمثلة

Examples

هذه بعض الأمثلة التي توضح آليات تطبيق استراتيجية الوضوح:

المثال الأول:

قال الله عز وجل : (وَالْعَصْرِ (١) إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ (٢) إِلَّا الَّذِينَ
آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصُوا بِالحَقِّ وَتَوَّصُوا بِالصَّبْرِ (٣) ، سورة العصر.

كل سور القرآن الكريم، وكل كتب الله، التي أنزلها على رسله الكرام، هي رسائل من رب العالمين إلى الثقلين.

وفي هذه الآيات البينات من سورة العصر، أنزل الله تعالى رسالة واضحة، سهلة بسيطة، قصيرة، مختصرة، تذهب إلى الهدف مباشرة.

وقد قال فيها الإمام الشافعي، رحمه الله، لو لم يُنزل الله إلى الناس إلا سورة العصر، لكففتهم، وقال غيره، إنها شملت جميع مقاصد القرآن الكريم.

سورة العصر، وغيرها من قصار السور، نماذج واضحة، على الرسائل الواضحة السهلة البسيطة، التي تخاطب المستقبل بدون تفاصيل.

هذا التنوع إعجاز من الله تعالى، فهو من أنزل السور

الطوال، وتيسير القرآن للذكر، أنزل السور القصار، ليخاطب جميع العقول على اختلاف درجات فهمهم.

المثال الثاني:

قال الله عز وجل : (أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِي حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أَحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ (٢٥٨) سورة البقرة .

في هذه الآيات البينات من كتاب الله الكريم، يقص الله عز وجل ما كان بين إبراهيم عليه السلام والملك من محاجة.

وقد عمل إبراهيم عليه السلام على إقناعه، ولن الملك إتبع أسلوب المراوغة والتذاكي، فذهب إبراهيم عليه السلام إلى الهدف مباشرة (to the point)، وطلب طلبا واضحا مباشرا، من خلال كلمات بسيطة، ك ك ك .

هذا الأسلوب يقطع كل طريق على الشخص المراد المتذاكي، الذي يحاول التملص بدهاء، ولذلك (فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ) .

المثال الثالث:

عَنْ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ - رضي الله عنه - قَالَ: كُنْتُ رَدَفَ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ، عَلَى حِمَارٍ يُقَالُ لَهُ عَفِيرٌ، قَالَ: فَقَالَ: يَا مُعَاذُ! أَتَدْرِي مَا حَقُّ اللَّهِ عَلَى الْعِبَادِ وَمَا حَقُّ الْعِبَادِ عَلَى اللَّهِ؟ ، قَالَ، قُلْتُ: اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، قَالَ: «فَإِنَّ حَقَّ اللَّهِ عَلَى الْعِبَادِ أَنْ يَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا يُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَحَقُّ الْعِبَادِ عَلَى اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ أَنْ لَا يُعَذِّبَ مَنْ لَا يُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا»، قَالَ قُلْتُ: يَا رَسُولَ اللَّهِ! أَفَلَا أُبَشِّرُ النَّاسَ؟ قَالَ: «لَا تُبَشِّرُهُمْ فَيَتَكَلَّمُوا» متفق عليه.

في هذا الحديث الشريف، من كلام خاتم الأنبياء والمرسلين، صلوات الله وسلامه عليه وعليهم أجمعين، أوضح الرسول الكريم، حق الله تعالى على العباد، وحق العباد على الله تعالى، بكلمات بسيطة سهلة واضحة، ترسخ في عقل المستقبل، وتجعله يفهم الرسالة فهماً تاماً، دون أي عناء.

ولذلك فقد اعتبر معاذ بن جبل، رضي الله عنه، هذا البيان بشري ينبغي أن يبشر بها الناس، وذلك بسبب وضوح وسهولة الرسالة، التي أوضحت حقوق الطرفين، دون تفاصيل، قد تلتبس على البعض أو لا يحسن فهمها.

المثال الرابع:

كان الخليفة العباسي، أبو جعفر المنصور، يحفظ قصيدة الشعر إذا ألقى عليه مرة واحدة، ولديه غلام يحفظ القصيدة إذا ألقى عليه مرتين، ولديه جارية تحفظ القصيدة إذا ألقى عليها ثلاث مرات.

وكان أبو جعفر ذكيًا، وأراد أن يتذاكى على شعراء عصره، فأعلن عن مسابقة بين الشعراء فإن كانت القصيدة من نظمه وبنات أفكاره مُنح جائزة قدرها مثل وزن ما كتب عليه قصيدته، ذهبًا، وإن كانت القصيدة منقولة عن غيره فلا يُعط شيئًا.

فاجتهد الشعراء في نظم القصائد، واجتهدوا في ذلك اجتهادًا كبيرًا، حيث يقضي الشاعر الليالي يفكر في قصيدته وينظم فيها، ثم يذهب ليلقي قصيدته على الخليفة، فينظر إليه الخليفة، ويقول له: إني أحفظها منذ زمن.

ثم يعيد الخليفة إلقاء القصيدة على الشاعر، فيتعجب الشاعر ويقول في نفسه: لعله يكرر بيتًا أو بيتين من القصيدة، أما القصيدة كلها فمستحيل!!!!!!...

ثم يقول الخليفة: لست أنا فقط الذي أحفظها، بل هناك غيري، أحضروا الغلام، فيحضره من خلف ستار بجانب الخليفة، فيقول له: هل تحفظ قصيدة كذا؟؟؟ فيقول: نعم، ثم يلقيها، فيزداد تعجب الشاعر!!

ثم يقول الخليفة: ليس هو فقط، بل هناك من يحفظها غيرنا، أحضروا الجارية، فيحضرونها من خلف الستار، فيقول لها: هل تحفظين قصيدة كذا؟؟ فتقول: نعم، ثم تلقئها، عندها ينهار الشاعر ويقول في نفسه: لا أصدق ما يحدث، وينسحب من المنافسة مهزومًا.

فاحتار الشعراء في هذا الأمر، وبينما هم في حيرتهم هذه، مر بهم الأصمعي فرآهم على تلك الحال، فسألهم: ما الخبر؟؟؟، فأخبروه بما حدث، فقال: لابد أن في الأمر خدعة.

فعمد الأصمعي إلى حيلة لمواجهة هذه الخدعة، وإعتمدت تلك الحيلة على نظم قصيدة (رسالة) صعبة المفردات، متشابكة الألفاظ، متراكبة الأفكار، متنوعة الموضوعات، بقصد أن تكون صعبة على المستقبل، لا ليفهمها ويستوعبها، بل بهدف إرباك الخليفة.

ثم تنكر بملابس أعرايي وغطى وجهه حتى لا يُعرف، وربط حماره إلى عامود بالقصر، وحمل نعليه بين يديه، ثم دخل على الخليفة وقال: السلام عليك يا أمير المؤمنين، فرد السلام، وقال: هل تعرف الشروط؟؟ قال: نعم، إن كانت القصيدة من بنات أفكارى، لي مثل وزن ما كتبتها عليه ذهبًا، وإن كانت من منقولي، فلا شيء لي.

فقال الخليفة: هات ما عندك، فقال الأصمعي:

صَوْتُ صَفِيرِ الْبُلْبُلِ

هَيِّجْ قَلْبِي الثَّمَلِ

السماء والزهر معاً

مع زهر لخط المقل

وأنت ياسئدي

وسئدي ومولى لي

فكم فكم تيمني

غزير عقيق لي

قطفت من وجنته

من لثم ورد الخجل

فقال بس بسببني

فلم يجد بالقبل

فقال لا لا لا لا

وقد غدا مهزول

وَالْحُودُ مَا لَتْ طَرَبًا

مِنْ فَعَلٍ هَذَا الرَّجُلِ

فَوَلَوْتُ وَوَلَوْتُ

وَلِي وَيَا وَيَل لِي

فَقُلْتُ لَا تُؤَلِّوِي

وَبِئْسَ الْكُلُؤُلِي

لَمَّا رَأَتْهُ أَشْمَطًا

يُرِيدُ غَيْرَ الْقَبَلِ

وَبَعْدَهُ لَا يَكْتَفِي

إِلَّا بِطَيْبِ الْوَضَلِ لِي

قَالَتْ لَهُ حِينَنَ كَذَا

أَنْهَضُ وَجِدًا بِالنَّقْلِ

وَفَتْنِيَّةٍ سَقُونِي

قَهْوَةً كَالْعَسَلِ لِي

شَمَمْتُهَا بِأَنْفِي
 أَزْكَى مِنَ الْقَرْنُفْلِ
 فِي وَسْطِ بُسْتَانِ حُلِي
 بِالزَّهْرِ وَالسُّرُورِ لِي
 وَالْعُودُ دَنْ دَنْدَنْ لِي
 وَالطَّبْلُ طَبْ طَبَّ لِي
 وَالسُّفُّ قَدْ سَفَسَقَ لِي
 وَالرَّقْصُ قَدْ طَبَّطَبَ لِي
 شَوَى شَوَى وَشَاهِشُ
 عَلَى وَرَقِ سِفْرَجَلِ
 وَغَرْدَ الْقُمْرِ يَصِيحُ
 مِنْ مَلَلٍ فِي مَلَلِ
 فَلَوْ تَرَانِي رَاكِبًا
 عَلَى حِمَارٍ أَهْرَلِ

يَمْشِي عَلَى ثَلَاثَةِ
كَمَشِيَةِ الْعَرَنْجِلِ
وَالنَّاسُ تَرْجِمُ جَمَلِي
فِي السُّوقِ بِالْقُلْمَلِ
وَالكُلُّ كَعَكْجِ كَعَكْجِ
خَلْفِي وَمِنْ حُويَلِي
لَكِنْ مَشَيْتُ هَارِبًا
مِنْ خَشِيَةِ الْعَقَنْقَلِي
إِلَى لِقَاءِ مَلِكِ
مُعَظَّمٍ مُبَجَّلِ
يَأْمُرُ لِي بِخَلْعَةٍ
حَمْرَاءَ كَالدَّمِ دَمَلِي
أَجْرُ فِيهَا مَا شِئَا
مُبَخَّجِدًا لِلذُّبَلِ

أَنَا الْأَدْيُوبُ الْأَمْعِي

مِنْ حَيِّ أَرْضِ الْمُؤَصِّلِ

نَظَّمْتُ قِطْعًا زُخْرِفَتْ

يَعْجِزُ عَنْهَا الْأَدْبُ لِي

أَقُولُ فِي مَطْلَعِهَا

صَوْتُ صَفِيرِ الْبُلْبُلِ

كل ذلك، والخليفة لا يستطيع أن يجاريه في تذكر الألفاظ، ولا حفظ الكلمات، وينظر إليه بتعجب، فلما انتهى الأصمعي، قال، هل سمعت بها من قبل يا أمير المؤمنين، فقال الخليفة: لا والله ماسمعت بها من قبل، ولكن نسأل الغلام أولاً، أحضروا الغلام، فأحضره، فقال: والله ما سمعتها من قبل، قال الخليفة: إذاً أحضروا الجارية، فأحضرها، فقالت مثلما قال الغلام.

فقال الخليفة: إذاً، أحضر ما كتبت عليه قصيدتك لنعطيك مثل وزنه ذهباً، فقال الأصمعي: يا أمير المؤمنين، لقد ورثت عن أبي لوحاً من الرخام، لا يحمله إلا أربعة من جنودك، فأمر الخليفة بإحضاره، فأخذ بوزنه معظم مال خزينة بيت المال، فلما هم الأصمعي بالمغادرة، قال حاجبه، الربيع بن يونس: أوقفه يا أمير المؤمنين، والله ما هو إلى الأصمعي.

فقال الخليفة: أزل اللثام عن وجهك يا أعراي، فأزال اللثام، فإذا هو الأصمعي، فقال: أتفعل هذا معي، أعد المال إلى الخزينة، فقال الأصمعي: لا أعيده إلا بشرط أن ترجع للشعراء مكافآتهم، فقال الخليفة: نعم أفعل، فأعاد الأصمعي الأموال وأعاد الخليفة المكافآت، والله أعلم بما كان.

مجموعة من الأمثلة، التي توضح كيفية استخدام أسلوب التورية والتعريض للعمل على إرباك المستقبل، وعدم إرسال الرسالة بشكل واضح:

عن أنس بن مالك، رضي الله عنه، قال (أقبل نبيُّ اللهِ صَلَّى اللهُ عليه وسلَّمَ إلى المدينة وهو مردفٌ أبا بكرٍ، وأبو بكرٍ شيخٌ يُعرف، ونبيُّ اللهِ شابٌّ لا يُعرف، قال: فيلقى الرجلُ أبا بكرٍ فيقول: يا أبا بكرٍ، من هذا الرجل الذي بين يديك، فيقول: هذا الرجلُ يهديني السبيلَ. قال: فيحسب الحاسبُ أنه إنما يعني الطريقَ، وإنما يعني سبيلَ الخيرِ...) رواه البخاري

لقي رسول الله ﷺ طليعة للمشركين وهو في سفر من أصحابه، فقال المشركون: ممن أنتم؟ فقال النبي ﷺ: (نحن من ماء)، فنظر بعضهم إلى بعض ! فقالوا: أحياء اليمن كثيرة، لعلمهم منهم، وانصرفوا!؛ (السيرة النبوية لابن هشام): (٢/٢٥٥).

جاء في كتاب "المغني": "أن مُهَنَّأً كان عند الإمام أحمد هو والمروزي وجماعة آخرون، فجاء رجل يطلب المروزي، ولم يرد المروزي أن يكلمه، فوضع مُهَنَّأً إصبه في كفه، وقال: ليس المروزي ها هنا، وماذا يصنع المروزي ها هنا؟ يريد: ليس المروزي في كفه، فلم ينكره الإمام أحمد.

يقول الغزالي رحمه الله كما في كتابه "الإحياء" (٣/ ١٨٨):
«والمعاريض تُباح لغرض خفيف كتطبيب قلب الغير بالمزاح المباح»
المثال الخامس:

إذا تقدم شاب لخطبة فتاة، وهذه الفتاة تتصف بأنها شخصية مترددة أو قلقة.

إذا كانت الأم تميل إلى إقناع الفتاة بهذا الزوج، والفتاة مترددة، تجد الأم تصوغ رسالة واضحة حول مميزات هذا الشاب، ومدى رضاها عنه، والفوائد التي سوف تجنيها الفتاة من هذا الزواج. كل ذلك في إطار من الوضوح والتركيز على فوائد هذا الشاب، مع التركيز على مواضع الأمان والاطمئنان.

على العكس من ذلك، إذا كانت الأم لا تميل إلى هذا الشاب، والفتاة تميل إليه، تجد الأم تصوغ رسالة هدفها الإرباك والتشويش،

والعمل على زيادة حيرة الفتاة، وإضعاف قدرتها على اتخاذ القرار.

من خلال رسالة مُربكة متشابكة، مع التركيز على ما يثير القلق والارتباك، مما يزيد من تردد الفتاة، ويجعلها تعدل عن رأيها إلى رأي الأم.

المثال السادس:

مثال للتعامل مع الشخص المراوغ، المتذكي، المتلاعب.

قدم رجل إلى بغداد في طريقه إلى الحج، وكان معه عقد يساوي ألف دينار، فاجتهد في بيعه فلم يجد له مشترياً، فجاء إلى عطار موصوف بالخير، فأودعه إياه إلى أن يعود من الحج.

ثم حج ورجع، وذهب إلى العطار بهدية، فقال له العطار: من أنت؟ وما هذا؟

فقال: أنا صاحب العقد الذي أودعتك إياه قبل أن أذهب إلى الحج.

فما كلمه حتى طرده العطار ورماه خارج دكانه، وقال: أتدعي علي مثل هذه الدعوى!!!

فاجتمع الناس وقالوا للحاج: ويحك ! هذا العطار رجل معروف بيننا بالخير، أما وجدت من تدعي عليه إلا هذا؟!!!

فتحير الرجل، وتردد مراراً وتكراراً على العطار، فما زاده إلا شتماً وضرباً.

ف قيل للحاج: لو ذهبت إلى عضد الدولة، فهو صاحب حيلة في مثل هذه الأمور.

فكتب الحاج قصته، ورفعها إلى عضد الدولة، فاستدعاه عضد الدولة، فسأله عن حاله، فأخبره بالقصة.

فقال عضد الدولة: اذهب إلى العطار غداً، واقعد على الدكة أمام دكانه، فإن منعك فاقعد على دكة تقابله من الصبح إلى المغرب، ولا تكلمه، وافعل ذلك ثلاثة أيام، ثم إني سوف أمر عليك في اليوم الرابع، وأقف، وأسلم عليك، فلا تقم لي، ولا تعيرني اهتماماً كبيراً، ولا تزديني على رد السلام وجواب ما أسألك عنه.

فجاء الحاج إلى دكان العطار ليجلس فمنعه، فجلس بمقابله ثلاثة أيام، فلما كان اليوم الرابع، مر عليه عضد الدولة في موكبه العظيم، فلما رأى عضد الدولة الحاج وقف، وقال: السلام عليكم، فقال الحاج دون أن يتحرك، وعليكم السلام.

قال عضد الدولة: يا أخي، تقدّم إلى بغداد، فلا تأتي إلينا، ولا تعرض حوائجك علينا؟!، فقال الحاج: كما اتَّفَق، لقد انشغلت في بعض شئوني، ولم يطل الكلام معه، وعضد الدولة يسأله ويهتم، وقد وقف ووقف العسكر كلهم، والعطار يستغرب، وقد كاد أن يُغمي عليه من الخوف.

فلما انصرف الموكب التفت العطار إلى الحاج فقال: ويحك ! متى أودعتني ذلك العقد الذي كلمتني عنه؟ وفي أي شيء كان ملفوفاً؟ ذكرني لعلني أذكره.

فقال الحاج: كانت صفته كذا وكذا.

فقام العطار وفتش، ثم نقض جرة عنده فوقع العقد، فقال: قد كنت نسيت مكانه، ولو لم تذكرني بصفاته ما ذكرته.

فبعث الحاكم حاجبه إلى دكان العطار فعلق العقد في عنق العطار، وصلب العطار بباب دكانه، ونودي عليه هذا جزاء من استودع فجحد.

فلما ذهب النهار أخذ الحاجب العقد فسلمه إلى الرجل الحاج.

النمط الشخصي Personal Type

تتوافق استراتيجية الوضوح مع الأنماط والشخصيات التالية:

أولاً: الشخص العملي.

ثانياً: الشخص العلمي.

ثالثاً: الشخص المفكر.

رابعاً: الشخص المتردد.

خامساً: الشخص المراوغ (المتلاعب المتذكي).

سادساً: الشخص ضعيف الثقة بالنفس.

سابعاً: الشخص ذو الخبرات السلبية.

أولاً: الشخص العملي Driver Person

يتصف الشخص العملي بأنه يحب الوصول إلى هدفه، وتحقيق ما يريد من أقصر طريق، ولذلك يهتم بالوضوح، والذهاب إلى الهدف مباشرة.

هذا الشخص لا يحب الكلام الكثير، ولا الرغي الزائد، ولا التفاصيل الوفيرة، بل يحب الوصول إلى النقطة المطلوبة من أقصر طريق (To the Point).

هذا الشخص يكره اللف والدوران، ويحب الطرق المختصرة، يفضل الرسائل واضحة الأفكار، ذات الهدف الواضح المحدد.

استخدم الوضوح مع الشخص العملي، فهو عملي ومنجز، يحب الكلام المختصر، ما قل ودل، ولا يحب الكلام الكثير، لذلك فهو يفضل الكلام المختصر الواضح.

استخدم الوضوح، بدون كلام عاطفي ولا كلام العام، ولا كلام مرسل لا دليل عليه ولا أصل له، فالوضوح في الرسالة ينفي كل ذلك.

استخدم رسالة واضحة تصل فوراً إلى صلب الموضوع، فتلك

ضربة قاتلة (Killing Shot)، تجعله يقتنع بالرأي الأفضل.

الوضوح في الرسالة، والوصول إلى لب الموضوع، يُسهل إقناعه، فهو لا يجادل كثيرًا، إما يقتنع، وإما لا.

احتياجات الشخص العملي (Driver Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

- الوضوح والاختصار، خير الكلام ما قل ودل، اذهب إلى الهدف مباشرة.
- الوضوح في ترتيب أفكار الرسالة، وعدم تشابكها.
- الوضوح في المعلومات، من خلال الأرقام والحقائق.
- الوضوح من خلال الإحصائيات والدراسات الميدانية.



مخيمات ربيعية:

الشخص العملي

شخص صعب المراس

يسهل إقناعه إذا تمت صياغة الرسالة

بوضوح وبساطة

ثانياً: الشخص العلمي Scientific Person

يتصف الشخص العلمي بأنه يهتم جدا بوضوح المعلومات وتصنيفها في صورة نقاط واضحة ومحددة ومرتبطة، (Clear and Specific).

يهمه أن تكون جميع الأفكار متعلقة بمضمون الرسالة، لا تشذ عنها، مع عدم تشابك المعلومات، وعدم تداخل الأفكار.

يبحث دائماً عن المعلومات الواضحة، الموثقة بالمراجع، التي تشير مباشرة إلى لب الموضوع (to the point).

المعلومات الواضحة، تجعله موضوعياً في أحكامه، فعند وضوح الرسالة وتكامل أفكارها، يميل إلى الاقتناع ولا يجادل، حتى لو كان لا يميل إلى صاحب هذا الرأي، فهو موضوعي وليس شخصياً.

الشخص العلمي، يبحث كثيراً حول أصل الموضوع، ويهتم بصحة الأفكار وترابطها، ولذلك فإن الوضوح يجعله يميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

الشخص العملي، ليس من الضروري أن ينتمي إلى مؤسسة علمية، بل هو شخص محب للعلم وأصوله، مثل علماء الحديث والجرح والتعديل، علماء التفسير وأسباب النزول، علماء الفقه وأصول الأحكام.

من يقومون بمراجعة وشرح المؤلفات والمصنفات، وجميع المهتمين بتأصيل الموضوعات العلمية من خلال المراجع والمصادر. احتياجات الشخص العلمي (Scientific Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

- وضوح المعلومات مع توثيقها بالمراجع والمصادر والأدلة العلمية.
- الكتب العلمية التي تطرح المعلومات الواضحة (Text Books).
- الأقوال المأثورة وأبيات الشعر التي توضح المعنى وتعضده.
- الإحصاءات والأرقام والرسومات البيانية التي توضح وتدعم الرأي الأفضل.



مخيمات ريعية:

الشخص العلمي

يهتم جداً بوضوح المعلومات وترابطها
الأرقام والإحصاءات من أهم دعائم الرأي
الأفضل

ثالثاً: الشخص المفكر

Thinker Person

يتصف الشخص المفكر بأنه يهتم بوضوح أفكار الرسالة، وعدم تشابكها، وإرتباطها ببعضها إرتباطاً يوصل إلى لب الرسالة ومضمون الموضوع.

الشخص المفكر، يفكر طويلاً قبل الاقتناع واتخاذ القرار.

الشخص المفكر، يأخذ وقتاً طويلاً في التفكير، يفكر في كل جوانب الموضوع.

الشخص المفكر، معياري ودقيق، يقوم بدور الناقد لجميع الآراء، يحسن التفكير الناقد (Critical Thinking)، ويميل إلى نقد جميع الآراء.

الشخص المفكر، يميل إلى التفكير بعمق، ولمدة طويلة، ولذلك يفضل دائماً ما يختصر عليه الوقت، ولا يربكه.

الوضوح مع الشخص المفكر، يجعل الرسالة واضحة، لا تحتاج إلى تفكير عميق، يسهل فهمها، ولذلك يرتاح الشخص المفكر إلى الوضوح جداً.

الوضوح مع الشخص المفكر، يجعله يشعر أنك لست مراوغةً ولا متلاعباً.

فيثق فيك أكثر، ويميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص المفكر (Thinker Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- يحتاج إلى الوضوح، الذي يختصر عليه الوقت والتفكير العميق.
- يحتاج إلى الوضوح، الذي يشعره أنك لا تضغط عليه، ولا تلح في إقناعه.
- يحتاج إلى الوضوح، الذي يقلل قابلية الرسالة للنقد.
- يحتاج إلى الوضوح الذي يزيل أي إرباك أو تشويش (Confusion).



مخيمات ربعية:

الشخص المفكر

يحتاج إلى وقت طويل للتفكير العميق
الوضوح يوفر عليه الوقت ، ويمنع الإرباك
والتشويش

رابعًا: الشخص المتردد

Hesitated Person

يتصف الشخص المتردد بأنه يتردد ويتحير كثيرًا في الاختيار، ولا يميل إلى الاقتناع بسهولة، لا يحسن التحليل، ويرتبك كثيرًا. الشخص المتردد، قدرته على التحليل والتصنيف، ضعيفة، ولذلك فهو يخشى الوقوع في الخطأ بسبب اختيار ما، فيظل متحيرًا. الشخص المتردد يسهل إقناعه والتقليل من حيرته وارتبাকে، إذا كانت الرسالة واضحة تمامًا، تثير لديه الأمان والاطمئنان. وعلى العكس من ذلك، فإن الشخص المتردد يسهل إرباكه وزيادة حيرته، من خلال رسالة مشوشة، متداخلة الأفكار والمعاني، تثير الشك والقلق. ولذلك تستخدم استراتيجية الوضوح مع الشخص المتردد، بذكاء، وحسب رغبة المصدر، وحسب إدارة كل موقف. فإذا كان المصدر يريد أن يسحب الشخص المتردد شيئًا فشيئًا إلى الاقتناع بالرأي الأفضل، فعليه أن يجعل الرسالة واضحة، بعيدة عن كل شك وريبة. وإذا كان المصدر يريد أن يربك الشخص المتردد، ويزيد من حيرته، ويسحبه بعيدا عن رأي ما، فعليه أن يجعل الرسالة متشابكة، مثيرة للشك والقلق.

احتياجات الشخص المتردد (Hesitated Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الوضوح الذي يبث الأمان والاطمئنان حول الرأي الأفضل.
- الوضوح، والتبسيط، لمنع التردد والحيرة والارتباك.
- الإرباك والتشويش على الرأي الذي يميل إليه، كي يميل إلى الرأي الأفضل.
- الإرباك والتشويش، الذي يجعله يثير لديه القلق والحيرة والتردد وعدم الأمان.



مخمخات ربيعية:

الشخص المتردد

يرتبك ويتحير ويسوف كثيرًا

الوضوح يعطيه الأمان ، والإرباك يثير قلقه

خامساً: الشخص المراوغ (المتلاعب المتذاكي)

Elusive Person

يتصف الشخص المراوغ بأنه يراوغ في الحوار والنقاشات، يتذاكي، يتلاعب، يفر هنا وهناك، يخرج من نقطة إلى أخرى، ثم يعود مرة أخرى.

الشخص المراوغ، يصعب إقناعه، لأنه لا يحب الانصياع لرأي أحد، ولا يميل إلى الاقتناع، بل يتملص من أية التزامات. الشخص المراوغ، قد يُظهر بعض الاقتناع، ثم يعود ويفتح النقاط التي أغلقت، بهدف المراوغة والتلاعب، والهروب من أية التزامات. الشخص المراوغ، شخص ذكي، لديه دهاء ومكر، ويستخدم كل ذلك للمراوغة في عملية الإقناع.

الشخص المراوغ، قد يعطي بعض الوعود بالاقتناع، كي يستكشف كل ما لدى الطرف الآخر من خيارات، إلا أنه يغير رأيه بعد ذلك. الشخص المراوغ، يحب أن يظهر أنه الأذكي بين الجميع، يحب أن يمدح الآخرون ذكاهه ودهاءه، حتى لو من باب المجاملة.

استخدام رسالة غامضة مع الشخص المراوغ، أمر مهم وضروري، للعمل على إرباكه، وقطع الطريق أمام وسائل الدهاء والمكر، مما يجعله يعود إلى رشده ويميل إلى الاقتناع، ولو مضطراً.

احتياجات الشخص المراوغ (Elusive Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

- الإرباك الذي يجعله متحيراً ولا يستطيع التماذي في مكره ودهائه.
- الإرباك الذي يتضمن، الإغراء، ومدح ذكائه ودهائه، حتى من باب المجاملة.
- استخدام الحيل والأساليب التي تعالج دهائه بدهاء، وذكائه بذكاء.
- استخدام الحيل والساليب التي تجعله يرتبك، ويتخلى عن دهائه وتلاعبه.



مخيمات ربيعية:

الشخص المراوغ

يتلاعب ويتذكى ، يتعامل بالدهاء والذكاء
استخدم الحيل والأساليب التي تثير الارتباك
والحيرة

سادساً: الشخص ضعيف الثقة بالنفس

Poor Self Confidence

يتصف الشخص ضعيف الثقة بالنفس بأنه يشعر بضعف الثقة بالنفس وأنه لا يستطيع إدارة المواقف الحياتية. كما يشعر أنه لا يحسن الاختيار بشكل صحيح، ولا يحسن اتخاذ القرارات، ولا مواجهة التحديات.

الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يتردد كثيراً، يخشى أن يخطئ الاختيار، يتردد بسبب الخوف من الوقوع في الأخطاء.

الوضوح مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يقطع عليه طريق الحيرة والارتباك والتردد، ويجعله يشعر بالأمان والاطمئنان.

الوضوح مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجعله يحسن حساب المخاطر والأخطاء، ولا يخاف من مواجهة المواقف على العكس من ذلك، فإن استخدام رسالة صعبة، متشابكة، يربك الشخص ضعيف الثقة بالنفس، ويجعله يحترق ويخاف.

لا بد من التعامل بذكاء مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، حيث يتم استخدام الوضوح إذا أردت أن تقنعه بريكأيك أيك، ويتم استخدام الغموض إذا أردت أن تثنيه عن رأيه.

احتياجات الشخص ضعيف الثقة بالنفس (PSC):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الوضوح، الذي يجعل جميع جوانب الأمر واضحة وسهلة.
- الوضوح، الذي يجعله يطمئن، ولا يخشى ما بعد اقتناعه بالرأي الأفضل.
- الغموض، الذي يزيد من حيرته وارتباكته، ويجعله يتخلى عن رأيه.
- الغموض، الذي يجعله يخشى ويخاف من رأيه، وبالتالي يميل ناحية رأيك.



مخيمات ربيعية:

الشخص ضعيف الثقة بالنفس

يخشى المواجهة، يخاف مما بعد الاقتناع
الغموض يربكه، ويجعله يتخلى عن رأيه،
ويقتنع برأيك

سابعًا: الشخص ذو الخبرات السلبية

Negative Experience

يتصف الشخص ذو الخبرات السلبية بأنه قد مر بتجارب سيئة وخبرات سلبية، تركت لديه مشاعر سلبية، وحالة مزاجية سيئة. هذه الخبرات السلبية أدت إلى عدم رغبته في خوض تجارب جديدة، بل والخوف من خوض أية تجربة جديدة. ولذلك فهو يتعامل مع الأمور بحذر شديد، من باب، اللى اتلسع من الشُّربة يُنفخ في الزبادي، وتسيطر عليه الأفكار السلبية تجاه جميع الآراء المقترحة. يسيطر عليه القلق والتوتر، والخوف من إتخاذ أية قرارات جديدة، أو قبول أية خيارات جديدة، أو خوض أية تجربة جديدة. الوضوح مع الشخص ذي الخبرات السلبية، يجعله يطمئن إلى الخبرات الجديدة، ويشعر بالأمان، ويستطيع مقاومة الأفكار السلبية. الوضوح يجعله يحسن حساب مخاطر التجارب الجديدة، ويقدر على الفصل بينها وبين الخبرات السلبية السابقة. الغموض في الرسالة، يزيد من توتره وقلقه، ويضعف مخاوفه تجاه التجارب الجديدة، وبالتالي يحجم عن خوض هذه التجارب التي تخيفه.

احتياجات الشخص ذي الخبرات السلبية (NE):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الوضوح، الذي يفصل تماما بين التجارب السابقة، والتجارب الجديدة.
- الوضوح، الذي يوفر عوامل الأمان والاطمئنان تجاه التجارب الجديدة.
- الغموض، الذي يربكه و يزيد من مخاوفه تجاه تجربة ما.
- الغموض، الذي يربط ما بين التجارب السابقة والتجارب الجديدة.



مخيمات ربيعية:

الشخص ذو الخبرات السلبية
يخشى التجارب الجديدة ، يتعامل بحذر
شديد
الوضوح يعطيه الأمان ، والغموض يزيد
مخاوفه

oboiikan.com

الفصل الثاني

الاستراتيجية الثامنة

استراتيجية الاعتماد على درجة من التخويف

اختصاراً: استراتيجية التخويف

Intimidation Strategy

oboiikan.com

تكتيكات استراتيجية التخويف

Tactics

استراتيجية التخويف (Intimidation Strategy)، تعتمد على:

صياغة الرسالة بشكل يحتوي على درجة معينة من التخويف، للعمل على إستمالة المستقبل وتطويع رأيه نحو الرأي الأفضل.

عرض درجة التخويف، مع الوضع في الاعتبار أن تظل حرية الاختيار متاحة للمستقبل، دون غصب أو قهر أو إجبار.

حيث إنه بدون حرية اختيار، لا يوجد إقناع، ولا يوجد اقتناع.

يتم عرض درجة محددة ومحسوبة من التخويف، من المصدر إلى المستقبل، وليس تهديدًا أو إرهابًا أو إفزاعًا أو ترويعًا.

عرض درجة التخويف، هدفه التأثير على المستقبل، للعمل على إثناؤه عن رأيه، وتطويع رأيه نحو الرأي الأفضل.

درجة التخويف لابد أن تكون محسوبة، حتى لا يفهم المستقبل أنها تهديد، حيث إن التهديد يؤدي إلى تأجيج الرفض الداخلي، وممارسة العناد.

استراتيجية التخويف تحتاج إلى ذكاء في التنفيذ، حتى يشعر المستقبل أنك تعمل لصالحه وليس ضده.

آليات تأهيل المستقبل Preparation Dynamics

للعمل على نجاح تطبيق استراتيجية التخويف:

يتم العمل على جعل الرسالة تحتوي على درجة ما من التخويف، على أن يتم حساب هذه الدرجة بذكاء، حتى لا تفسد عملية الإقناع. لابد من فهم مواطن القلق عند المستقبل، للعمل على استخدام أدوات التخويف المناسبة في المكان المناسب، حتى تثير القلق والخوف عند المستقبل.

يتم طرح درجة الخوف، من باب أنك مع المستقبل في نفس الجانب، وأنتك تعمل على مصلحته، وليس من باب الضغط أو التهديد. التخويف بدرجة محسوبة، يجعل المستقبل يقلق من الرأي الذي يتبناه ويتمسك به، ويعيد تفكيره وحساباته مرات عديدة.

يجب أن تسير في خطين متوازيين، خط تخويف المستقبل من رأيه الذي يتبناه ويتمسك به، وخط زيادة الأمان والاطمئنان تجاه الرأي الأفضل.

ومع هذا التوازن المحسوب، يبدأ المستقبل في الابتعاد شيئاً فشيئاً عن رأيه، والميل نحو رأي المصدر المحفوف بالأمان والاطمئنان. وبالتالي يميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل تدريجياً.

الأمثلة

Examples

هذه بعض الأمثلة التي توضح آليات تطبيق استراتيجية التخويف:

المثال الأول:

قال الله عز وجل : (فَاعْبُدُوا مَا شِئْتُمْ مِّنْ دُونِهِ قُلْ إِنَّ الْخَاسِرِينَ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنفُسَهُمْ وَأَهْلِيهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَلَا ذَلِكَ هُوَ الْخُسْرَانُ الْمُبِينُ (١٥) لَهُمْ مِّنْ قَوْعِهِمْ ظُلَلٌ مِّنَ النَّارِ وَمِن تَحْتِهِمْ ظُلَلٌ ذَلِكَ يُخَوِّفُ اللَّهَ بِهِ عِبَادَهُ يَا عِبَادِ فَاتَّقُونِ (١٦) وَالَّذِينَ اجْتَنَبُوا الطَّاغُوتَ أَن يَعْبُدُوهَا وَأَنَابُوا إِلَى اللَّهِ لَهُمُ الْبُشْرَىٰ فَبَشِّرْ عِبَادِ (١٧)... سورة الزمر

وفي هذه الآيات البينات من سورة الزمر، يبين الله عز وجل، أنه يسرد أخبار وأحوال أهل النار، لتخويف عباده من هذا المصير.

ليس تهديداً لهم، ولا إرهاباً لهم، بل تحذيراً لهم، وحرصاً عليهم، وذلك كي يتمسكوا أكثر وأكثر بالصراط المستقيم، وبالمنهج القويم.

لاحظ أنه، رغم كلام الله عن التخويف، إلا أن حرية الاختيار للناس مكفولة، ولكل إنسان أن يختار الطريق الذي يمشي فيه.

فالله عز وجل، بين الطريقين بوضوح، وبين مصير ومثال السير

فيهما، ثم ترك الخيار متاحًا للناس، وليختار كل إنسان ما شاء.

obeyikan.com

المثال الثاني:

عن أم المؤمنين، عائشة، رضي الله عنها، قالت:

سألت رسول الله ﷺ عن هذه الآية: (والذين يؤتون ما آتوا وقلوبهم وجلة)، قالت عائشة: أهم الذين يشربون الخمر، ويسرقون؟ قال رسول الله ﷺ: (لا، يا بنت الصديق أو يا بنت أبي بكر، ولكنهم الذين يصومون ويصلون ويتصدقون، وهم يخافون ألا يقبل منهم، أولئك الذين يسارعون في الخيرات) رواه الترمذي، وصححه الألباني.

في هذا الحديث الشريف، يبين رسول الله ﷺ، أن المؤمنين، يعبدون الله تعالى، ويؤدون واجبات دينهم، وهم يخافون أن لا يقبل الله منهم عملهم.

هذا الخوف، ليس المقصود به أن الله تعالى يهدر عمل من يعملون الصالحات، بل المعنى العام، هو دعوة العاملين إلى إتقان عملهم، مع إخلاص النية لله تعالى ومتابعة رسوله الكريم.

كما قال الرسول الكريم للرجل المسيء في صلاته (إرجع فصل فإنك لم تصل)، فالمقصود بالتخويف هنا، التخويف الذي يدعو إلى إتقان العمل لضمان قبوله.

المثال الثالث:

عن أبي هريرة، رضي الله عنه، قال: قال رسول الله، ﷺ:

(لو يعلم المؤمن ما عند الله من العقوبة، ما طمع بجنّته أحدٌ، ولو يعلم الكافر ما عند الله من الرحمة، ما قنط من جنّته أحدٌ)، رواه مسلم وابن حبان.

في هذا الحديث الشريف، يجمع الرسول الكريم، في رسالة واحدة، بأسلوب بليغ، ما بين الخوف والرجاء.

فيبدأ بالتخويف الذي يجذب الانتباه، ويشحذ الهمة، ثم يليه بالرجاء الذي يمنع اليأس والقنوط.

وهنا تتجلى مهمة التخويف المحسوب، فليس غرضه اليأس والقنوط من رحمة الله تعالى، بل هدفه التحفيز وشحذ الهمة نحو العمل والاجتهاد.

المثال الرابع:

هنا سوف أسوق مثلاً افتراضياً، يقع في العديد من البيوت.

عندما يتقدم شاب لخطبة فتاة، وتتعلق الفتاة بذلك الشاب، وتميل إليه بعواطفها، بينما تكون الأم رافضة لهذا الشاب، وترى أن هذا الزواج غير مناسب.

هنا سوف تعمل الأم على إثراء رأي ابنتها عن قبول هذا الشاب، ورفض الزواج منه.

وتسير في خطين متوازيين، خط التخويف، وخط الرجاء.

فتبدأ مثلا في تخويف الفتاة من أم هذا الشاب، وأنها سوف تعاملها معاملة سيئة، أو تخوفها من أحواله المالية، أو من نسبه وعائلته، أو من ماضيه أو مستقبله

على الجانب الآخر، تعمل الأم على ترجيح كفة الرأي الآخر من خلال رضاها عن بنتها، أو ترجيح كفة شاب آخر

فإذا رأت الأم أن ابنتها متمسكة برأيها، فعليها أن تزيد من وتيرة التخويف، فتقول مثلا، لن أعتز على رأيك واختيارك، ولكني لن أزورك في بيتك إذا تزوجت هذا الشاب.

النمط الشخصي Personal Type

تتوافق استراتيجيات التخويف مع الأنماط والشخصيات التالية:

أولاً: الشخص العاطفي.

ثانياً: الشخص الحساس.

ثالثاً: الشخص المتردد.

رابعاً: الشخص ضعيف الثقة بالنفس.

خامساً: الشخص ضعيف الشخصية.

سادساً: الشخص العنيد.

سابعاً: الشخص المراوغ (المتلاعب المتذاكي).

أولاً: الشخص العاطفي Emotional Person

يتصف الشخص العاطفي بأنه يتعامل مع الآخرين بعواطفه، ويقرر بعواطفه، ويتأثر عاطفياً بسبب العديد من المثيرات العاطفية، ويهتم بعواطف الآخرين.

الشخص العاطفي، مشاعري وحنون، يهتم بمن حوله من الناس، يهتم بمشاعرهم وعواطفهم.

يميل إلى بناء علاقات الصداقة والمودة، يهتم بحضور المناسبات الاجتماعية، يشعر بالحزن والإهانة والنبذ إذا لم يبادله الآخرون الاهتمام.

استخدام التخويف مع الشخص العاطفي، يربك مشاعره، ويجعله يخاف أن يواجه المجهول وحده.

استخدام التخويف مع الشخص العاطفي، بلطف ودون أي تهديد، يجعله يفكر كثيراً في الرأي الذي يتبناه، ويراجع عواطفه ومشاعره.

استخدام التخويف مع الشخص العاطفي، يجب أن يكون بحذر، حتى لا يصل إلى مرحلة الكبت النفسي، فنحن نريد أن نقنعه لا أن نكبته.

استخدام التخويف مع الشخص العاطفي، بطريقة ذكية، يؤثر في عواطفه ومشاعره ويجعله يراجع رأيه، ويميل تدريجياً نحو الرأي الأفضل.

احتياجات الشخص العاطفي (Emotional Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- التخويق، الذي يمس المشاعر والأحاسيس.
- التخويق، الذي يزيل الأمان والاطمئنان.
- التخويق، مع استخدام مثيرات العواطف، مثل نبرة الصوت، وبعض الدموع.
- التخويق، الذي يثير إرباك المشاعر، ويبعده عن رأيه، ويقنعه بالرأي الأفضل.



مخيمات ريعية:

الشخص العاطفي

مرهف الحس والمشاعر

التخويق يربك مشاعره ، ويجعله يميل

ناحية رأيك

ثانياً: الشخص الحساس

Sensitive Person

يتصف الشخص الحساس بأنه مرهف الأحاسيس، يتأثر بسهولة من أي مثير، ويكي لأتفه الأسباب، دموعه سريعة.

الشخص الحساس، مثل الزجاج الرقيق، يسهل كسر خاطره (Fragile)، ولذلك فلا بد من التعامل معه برقة شديدة.

استخدام التخويف مع الشخص الحساس، يجعله يتأثر عاطفياً، ويميل إلى الرأي الذي تريد أن تقنعه به، أو يبعد عن الرأي الذي تريد إبعاده عنه.

الشخص الحساس، ذو مشاعر جياشة تجاه الآخرين، يشعر بما يعاني منه الآخرون، حتى دون أن يتكلموا، ولا يحب أن ينتقد الآخرين، ولا يحب أن ينتقده الآخرون.

لذلك استخدم التخويف معه، دون أن تجرح أحاسيسه، ودون أن تنتقده، بل كن ليناً معه، مراعيًا لمشاعره.

الشخص الحساس، قوي الملاحظة، ويهتم بالتفاصيل، لا يهتم قيمة الشيء بقدر ما يهتم قيمة المشاعر التي تغلف الشيء.

لذلك كلمه دائماً عن قيمة المشاعر بالنسبة له وبالنسبة لك، اجعل التخويف سلاح استمالة، وليس سلاح تهديد.

احتياجات الشخص الحساس (Sensitive Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- التخويف، مع مراعاة مشاعره، وتقدير أحاسيسه، وتفهم ما يرضيه.
- التخويف، بالكلمات الهادئة والحانية، التي تستميله ولا تهدده.
- التخويف، مع عدم جرح مشاعره، حتى لو بالمزاح.
- التخويف، مع استخدام ما يحنن القلب، مثل القبلة والحضن واللمسات الحانية.



مخيمات ربيعية:

الشخص الحساس

مرهف الحس والمشاعر، يسهل جرح

مشاعره

استخدم التخويف للاستمالة وليس للتهديد

ثالثاً: الشخص المتردد

Hesitated Person

يتصف الشخص المتردد بأنه يتردد ويتحير كثيراً في الاختيار، ولا يميل إلى الاقتناع بسهولة، لا يحسن التحليل، ويرتبك كثيراً. الشخص المتردد، قدرته على التحليل والتصنيف، ضعيفة، ولذلك فهو يخشى الوقوع في الخطأ بسبب اختيار ما، فيظل متحيراً. استخدام التخويف مع الشخص المتردد، يزيد من ارتبائه وتردده، ويجعله يتحير أكثر وأكثر حول الرأي الذي تخوفه منه. استخدام التخويف مع الشخص المتردد، يزيد من ضعف قدرته على تحليل المعلومات، ويزيد مخاوفه، وبالتالي يبتعد عن الرأي الذي تخوفه منه. استخدام التخويف مع الشخص المتردد، يجعلك تتحكم في الحوار كما تريد، حيث تزيد من درجة التخويف نحو الرأي الذي تريد أن يبتعد عنه. وفي خط مواز لذلك، تعمل على زيادة درجة الأمان والاطمئنان نحو الرأي الذي تريد أن تقنعه به، مع مساعدته في التحليل. استخدام التخويف مع الشخص المتردد، يجب أن يكون دون أية ضغوط أو قهر، فهو يخشى الضغوط، بل يجب أن تجعله يميل للرأي الأفضل بنفسه.

احتياجات الشخص المتردد (Hesitated Person):

- يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:
- التخويف، الذي يبدد الأمان والاطمئنان حول الرأي الذي يتبناه.
- التخويف، الذي يبدد الوضوح والتبسيط، لزيادة التردد والحيرة.
- التخويف، الذي يزيد الإرباك والتشويش على الرأي الذي يميل إليه.
- التخويف، الذي يستميله ناحية الرأي الأفضل.



مخيمات ريعية:

الشخص المتردد

التخويف يجعله يتحير حول الرأي الذي يتبناه .

ويميل ناحية الرأي الأفضل .

رابعًا: الشخص ضعيف الثقة بالنفس

Poor Self Confidence

يتصف الشخص ضعيف الثقة بالنفس بأنه يشعر بضعف الثقة بالنفس وأنه لا يستطيع إدارة المواقف الحياتية، بل يعتمد على الآخرين في ذلك.

كما يشعر أنه لا يحسن الاختيار بشكل صحيح، ولا يحسن اتخاذ القرارات، ولا مواجهة التحديات، يخشى المواجهات، ويتجنبها.

الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يتردد كثيرًا، يخشى أن يخطئ الاختيار، يتردد بسبب الخوف من الوقوع في الأخطاء.

استخدام التخويف مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجعله يخشى مواجهة المخاوف، ويشعر أنه لن يستطيع إدارة الموقف.

استخدام التخويف مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجعله يتردد كثيرًا، ويحترق ويرتبك، ويرى أنه لا يحسن اتخاذ القرار.

ولذلك يميل إلى الإستعانة بك وبغيرك في صناعة القرار، فإذا أحسنت استمالته إلى الرأي الأفضل، من خلال الأمان والاطمئنان، فسوف يميل إليه ويقتنع به.

استخدام التخويف مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجب أن يكون بذكاء، فلا تربكه إرباكًا شديدًا، حتى لا يشعر بفقد السيطرة كليًا، فيشعر بالإحباط، ويتخلى عن جميع الخيارات.

احتياجات الشخص ضعيف الثقة بالنفس (PSC):

- يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:
- التخويف، الذي يجعل جميع جوانب الموضوع مريبة ومثيرة للقلق.
- التخويف، الذي يفقده الاطمئنان، ويجعله يخشى الرأي الذي يتبناه.
- التخويف، الذي يزيد من حيرته وارتباكته، ويجعله يتخلى عن رأيه.
- التخويف، الذي يجعله يميل ناحية الرأي الأفضل ويقتنع به.



مخيمات ربعية:

الشخص ضعيف الثقة بالنفس
 يخشى المواجهة ، يخاف مما بعد الاقتناع
 التخويف يثنيه عن رأيه ، فيميل إلى الرأي
 الأفضل

خامساً: الشخص ضعيف الشخصية (التابع)

The Follower Person

يتصف الشخص ضعيف الشخصية بأنه ضعيف القدرات والمهارات، يصفه البعض بأنه طيب وعلى نيائه، وفي الحقيقة هو خامل وضعيف الشخصية.

يميل هذا الشخص إلى اتباع الآخرين، ومجاراة الأمور، شخص طيب ويحب يمشي الأمور، ويفضل روتين الحياة الذي تعود عليه. الشخص ضعيف الشخصية، متردد، ويحب أن يكون تحت مظلة غيره، يشعر بالأمان حين لا يكون في المواجهة، دائماً تابع للآخرين.

يشعر بالأمان والاطمئنان في ممارسة ما تعود عليه، يقاوم أي تغيير، ولذلك يصعب إقناعه بأمر جديد مرة واحدة، يخشى أن لا يجد نفس الدرجة من الأمان والاطمئنان.

الهدف الأهم لهذا الشخص، هو الأمان والاطمئنان.

تكرار الرسالة يحدث تأثير التراكم، وذلك يجعله يطمئن إلى تفاصيل الرسالة خطوة خطوة، ومرحلة مرحلة، ويشعر بالأمان.

عند تكرار الرسالة، يجب أن تركز على تعظيم جوانب الأمان والاطمئنان في الخيار الذي تحاول إقناعه به (الرأي الأفضل).

احتياجات الشخص ضعيف الشخصية (The Follower Person):
 يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:
 التأثير التراكمي، يجعله يشعر بالأمان والاطمئنان، إلى أعلى درجة.
 التأثير التراكمي، يجعله يشعر أنه تحت مظلة غيره، كن قيادياً أمامه.
 التأثير التراكمي، يجعله يشعر أن الرأي الجديد من جنس ما
 تعود عليه.
 التأثير التراكمي، يجعله يسيطر على أي خوف أو قلق.



مخيمات ريعية:

الشخص ضعيف الثقة بالنفس
 يخشى المواجهة، يتجنب تحمل
 المسؤوليات
 يتردد، يود أن يشعر أن أحدا بجانبه



مخيمات ريعية:

الشخص ضعيف الشخصية
 يخشى أن يكون في المقدمة، يحب
 الروتين
 التراكم يجعله يشعر بالأمان تجاه أي رأي
 جديد

سادسًا: الشخص العنيد

Stubborn Person

يتصف الشخص العنيد بأنه، يتشبث برأيه، ولا يميل إلى الاقتناع برأي غيره، حتى وإن كان رأي غيره أفضل من رأيه.

الشخص العنيد، يتمسك برأيه ويعمل على إثبات صحة رأيه بكل طريقة، وفي سبيل ذلك يسفه من آراء الآخرين، ويجادل الآخرين جدالاً عقيماً.

يبدى مقاومة شديدة لآراء الآخرين، يرفض ويتجاهل آراء غيره، يهملش من النقاط الإيجابية، ويعظم من النقاط السلبية.

التكرار والتراكم، يجعلك تفوز في عملية الإقناع، خطوة خطوة، ويجعل الشخص العنيد لا يشعر بأنه تحت ضغط أو إكراه.

التكرار والتراكم، يجعل بينك وبين الشخص العنيد تفاهماً مشتركاً، حيث سوف تبني في كل مرة على الجزء الذي حققته في المرة السابقة.

التكرار والتراكم مع الشخص العنيد، يجعلك تنجو من مأزق الرفض الكلي للرأي الأفضل، فبدلاً من أن تدخل معه في جدال، تكون نتيجه إما أن تفوز بكل شيء وإما أن تخسر كل شيء.

بدلاً من ذلك، التكرار والتراكم، سوف يجعل عملية الإقناع تسير خطوة خطوة، ودرجة درجة، مما يجعله يميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص العنيد (Stubborn Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

التكرار والتراكم، يجعله يشعر بعدم الضغط أو الإكراه.

التكرار والتراكم، مع الاستفسار والاهتمام بالنقاط الإيجابية في رأيه.

التكرار والتراكم، مع عدم نقد أو مهاجمة رأيه، أو التسخيف أو

التهميش منها.

التكرار والتراكم، بحيث لا تجعل رأيك ضد رأيه، بل اجعله

متناسقاً معه.



مخيمات ربيعية:

الشخص العنيد

يتشبث برأيه ، يقاتل من أجل إثبات صحة

رأيه

التكرار يجعله يشعر أنك لا تضغط عليه

سابعًا: الشخص المراوغ (المتلاعب المتذكي)

Elusive Person

يتصف الشخص المراوغ بأنه يراوغ في الحوار والنقاشات، يتذكي، يتلاعب، يفر هنا وهناك، يخرج من نقطة إلى أخرى، ثم يعود مرة أخرى.

الشخص المراوغ، يصعب إقناعه، لأنه لا يحب الانصياع لرأي أحد، ولا يميل إلى الاقتناع، بل يتملص من أية التزامات. الشخص المراوغ، قد يُظهر بعض الاقتناع، ثم يعود ويفتح النقاط التي أغلقت، بهدف المراوغة والتلاعب، والهروب من أية التزامات. الشخص المراوغ، شخص ذكي، لديه دهاء ومكر، ويستخدم كل ذلك للمراوغة في عملية الإقناع.

الشخص المراوغ، قد يعطي بعض الوعود بالاقتناع، كي يستكشف كل ما لدى الطرف الآخر من خيارات، إلا أنه يغير رأيه بعد ذلك.

الشخص المراوغ، يحب أن يظهر أنه الأذكي بين الجميع، يحب أن يمدح الآخرون ذكاهه ودهاءه، حتى لو من باب المجاملة. استخدام رسالة غامضة مع الشخص المراوغ، أمر هام

وضروري، للعمل على إرباكه، وقطع الطريق أمام وسائل الدهاء والمكر، مما يجعله يعود إلى رشده ويميل إلى الاقتناع، ولو مضطراً.

احتياجات الشخص المتردد (Hesitated Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

الإرباك الذي يجعله متحيراً ولا يستطيع التماهي في مكره ودهائه.

الإرباك الذي يتضمن، الإغراء، ومدح ذكائه ودهائه، حتى من

باب المجاملة.

استخدام الحيل والأساليب التي تعالج دهائه بدهاء، وذكائه بذكاء.

استخدام الحيل والأساليب التي تجعله يرتبك، ويتخلى عن

دهائه وتلاعبه.



مخمخات ربيعية:

الشخص المراوغ

يتلاعب ويتذكى ، يتعامل بالدهاء والذكاء

استخدم الحيل والأساليب التي تثير الارتباك والحيرة

oboiikan.com

الفصل الثالث

الاستراتيجية التاسعة

استراتيجية التوافق مع العقائد الدينية

اختصاراً: استراتيجية العقيدة

Belief Strategy

obeyikan.com

تكتيكات استراتيجية العقيدة

Tactics

استراتيجية العقيدة (**Belief Strategy**)، تعتمد على:

استخدام الأدلة والقناعات والأفكار، المرتبطة بالعقائد الدينية التي ينتمي إليها، ويتبناها المستقبل.

يتم الاعتماد على الأدلة الدينية المرتبطة بعقيدة المستقبل، والتي لا يستطيع إنكارها ولا الاعتراض عليها، لأنها عقيدة راسخة لديه.

هذه الاستراتيجية لا يحسنها كل أحد من الناس، بل يحسنها من يفهم عقيدته الدينية، وكذلك عقائد الآخرين الدينية، وذلك للاستدلال والاستشهاد بالأدلة في السياق الصحيح.

صياغة الرسالة متضمنة أدلة تتفق مع معتقدات المستقبل، يجعله يفهم محتويات الرسالة بشكل واضح، ويصبح أقرب إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

دليل ديني واحد، واضح وفي الصميم، خير من ألف دليل قابل للاختلاف والتأويل، فالناس يقتنعون بما يتفق مع عقائدهم الدينية،

ولا يستطيعون الاعتراض عليه

استخدام الأدلة التي تتفق مع عقائد المستقبل، تجعل المستقبل يشعر بالحياد في الطرح، وأنتك تتفهم جانبه، وتضع نفسك مكانه، فيكون الحوار في إطار من الارتياح المشترك، ويميل المستقبل إلى الاقتناع.

آليات تأهيل المستقبل Preparation Dynamics

للعمل على نجاح تطبيق استراتيجية التخويف:

يتم العمل على جعل الرسالة تحتوي على الأدلة والبراهين التي تتوافق مع معتقدات المستقبل وفناعاته الدينية.

مخاطبة المستقبل بالمعتقدات الدينية، يجعله يربط الرسالة بأمر يفهمها ولا يستطيع الاعتراض عليها، حتى وإن كان لا يستطيع إثباتها بالعقل أو المنطق.

مثلا، المسلمون، وغيرهم، يؤمنون بوجود الجنة والنار، ولكنهما من الغيبات، نقر بوجودهما ولا نستطيع إثبات ذلك بالأدلة العقلية.

الأدلة الدينية لها مفعول السحر لدى الناس، فالناس يتبعون المعتقدات الدينية، حتى دون فهم كامل لمعنى أو سياق هذه الأدلة.

المهم أنهم بذلك يشعرون أنهم يمارسون طاعة وقُربى، حسب معتقداتهم.

والناس فيما يعتقدون، مختلفون وشتى، ولذلك فإن استخدام استراتيجية العقيدة يحتاج إلى فهم ووعي وذكاء وسرعة بديهية وحسن استدلال.

مخاطبة المستقبل بما يتوافق مع معتقداته الدينية، يجعله يفهم الرسالة ويفتتح بالرأي الأفضل.

وهنا يجب أن أُنوه إلى أمر مهم، عند استخدام استراتيجية العقيدة، يجب أن تعرض رأيك باللين والرفق، وأن تستخدم الحكمة والموعظة الحسنة، وأن تجادل بالتي هي أحسن.

كما قال الله عز وجل: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) (سورة النحل ١٢٥).

أيضاً، لا تزدري عقيدة أحد، ولا يجرك الحوار إلى السب أو التجريح، وكذلك لا تهاجم الشخص المحاور، بل كن موضوعياً في نقاشك للأدلة. فإن ازدراء عقيدة الآخر، يجعله يتخذ موقفاً دفاعياً، ويدافع عما يعتقد فيه، حتى وإن كان على خطأ، ويتحول الحوار إلى جدال عقيم لا طائل منه.

كما قال الله عز وجل: (وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (سورة الأنعام ١٠٨).

واعلم أن الهداية من الله عز وجل، كما قال رب العالمين: (إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) (سورة القصص ٥٦).

الأمثلة Examples

هذه بعض الأمثلة التي توضح آليات تطبيق استراتيجية العقيدة:

المثال الأول:

قال الله عز وجل : (قُلْ أَرَأَيْتُمْ إِنْ كَانَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَكَفَرْتُمْ بِهِ وَشَهِدَ شَاهِدٌ مِّنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَىٰ مِثْلِهِ فَأَمَّا وَاسْتَكْبَرْتُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ (١٠) سورة الأحقاف

وفي هذه الآية الكريمة من سورة الأحقاف، يحكي الله عز وجل، ويثبت في كتابه الكريم، حدثا يدل على صدق ما جاء به رسوله الكريم.

اختلف أهل العلم في تفسير هذه الآية الكريمة، ومن التفاسير التي جاءت فيها ما ورد في الحديث الشريف التالي، وغيره:

عن أنس بن مالك، رضي الله عنه: أن عبد الله بن سلام بلغه مقدم النبي ﷺ المدينة، فأتاه يسأله عن أشياء

فقال عبد الله بن سلام: إني سائلك عن ثلاث لا يعلمهن إلا نبي: ما أول أشرط الساعة، وما أول طعام يأكله أهل الجنة، وما بال

الولد ينزع إلى أبيه أو إلى أمه

قال رسول الله ﷺ: (أخبرني به جبريل أنفا)

قال ابن سلام: ذاك عدو اليهود من الملائكة

قال رسول الله ﷺ: (أما أول أشراط الساعة فنار تحشرهم

من المشرق إلى المغرب، وأما أول طعام يأكله أهل الجنة فزيادة كبد

الحوت، وأما الولد: فإذا سبق ماء الرجل ماء المرأة نزع الولد، وإذا

سبق ماء المرأة ماء الرجل نزعت الولد)

قال عبد الله بن سلام: أشهد أن لا إله إلا الله وأنك رسول الله.

ثم قال: يا رسولَ الله، إن اليهود قوم بهت، فاسألهم عني قبل أن

يعلموا بإسلامي، فجاءت اليهود.

فقال النبي ﷺ: (أي رجلٌ عبد الله بن سلام فيكم)

قالوا: خيرنا وابن خيرنا، وأفضلنا وابن أفضلنا

فقال النبي ﷺ: (أرايتم إن أسلم عبد الله بن سلام)

قالوا: أعاده الله من ذلك، فأعاد عليهم فقالوا مثل ذلك، فخرج

إليهم عبد الله بن سلام فقال: أشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله.

قالوا: شرنا وابن شرنا، وتنقصوه.

قال عبد الله بن سلام: هذا كنتُ أخاف يا رسولَ الله.

الحديث رواه البخاري في صحيحه.

في هذا الحديث النبوي الشريف، قصة إسلام عبد الله بن سلام،

وقد كان حبراً وعاملاً من علماء اليهود، وكان على علم بصفات النبي الخاتم، كما وردت في التوراة، دون تحريف أو زيادة أو نقصان.

فانتهاز فرصة وصول رسول الله إلى يثرب (المدينة المنورة)، فذهب إليه يسأله عن مسائل، يعلم أنه لا يعلمها إلا نبي، وقد علم هو ذلك من عقيدته التي وردت في التوراة.

وبادر عبد الله بسؤال رسول الله عن هذه المسائل، فبين رسول الله أن جبريل عليه السلام قد أخبره بهذه المعلومات آنفاً.

ثم أجابه رسول الله عن جميع ما سأل عنه، فلم يتردد عبد الله بن سلام، وأعلن إسلامه فوراً، مقتنعاً بأن من أجابه عن هذه الأسئلة إنما هو رسول كريم، ما كان ليعلم هذه الإجابات إلا بوحي من الله تعالى.

اقتنع عبد الله بن سلام فوراً، بما جاء موافقاً لعقيدته الدينية.

وفي الحديث العديد من العبر والنواحي البلاغية التي لا يتسع لها المقام.

المثال الثاني:

أرسل رسول الله ﷺ، رسله إلى الأمصار يدعوهم إلى دين الله تعالى، وكان ممن أرسلهم، حاطب بن أبي بلتعة رضى الله عنه، أرسله إلى المقوقس، عظيم القبط في مصر، وكان مما دار بينهما، الحوار التالي:

حين تسلم المقوقس رسالة النبي ﷺ، جمع بطارقتة.

وسأل بعض الأسئلة التي تتعلق بالنبي ﷺ وقومه.

قال المقوقس: هلم أخبرني عن صاحبك أليس هو نبياً؟

قال حاطب: بلى هو رسول الله

قال المقوقس: فما له لم يدع على قومه حيث أخرجه من بلده

إلى غيرها؟!

قال حاطب: عيسى بن مريم ألسنت تشهد أنه رسول الله؟

قال المقوقس: بلى !

قال حاطب: فما له لم يدع على قومه حيث أرادوا أن يصلبوه؟!

رد المقوقس: أنت حكيم قد جاء من عند حكيم.

في هذا الحوار، ركز حاطب في إجابته عن سؤال المقوقس، حول أمر تُقره عقيدته، حيث يعلم أن الأنبياء والمرسلين إنما أرسلهم الله رحمة لأقوامهم، وليس للدعاء عليهم وإهلاكهم.

وأن الأنبياء يصرون في سبيل دعوتهم على ما يواجهون من ابتلاءات ومحن.

هنالك، اقتنع المقوقس بجواب حاطب، وأقر بأنه رجل حكيم

قد أرسله رجل حكيم

المثال الثالث:

في إحدى سفرياتي، كنت مع مجموعة من الزملاء في إحدى الدول، وكنا نتناول وجبة الغداء، فسألت إحدى المرشدات (وهي فتاة غير مسلمة) التي تصحبنا لإرشادنا بمعالم البلد، سألت زميلا كان يجلس إلى جانبي:

قالت: لماذا الخمر مُحَرَّم عندكم في الإسلام؟

فقال لها: لأن الخمر يُغَيِّب العقل، والعقل مَيِّز الله به الإنسان عن غيره، وهو مناط امتثال الإنسان لأحكام الله تعالى، وما إلى ذلك من الكلام الذي اعتاد معظم المسلمين أن يجيبوا به عن حكمة تحريم الخمر.

فقالت له: إذا هل هناك ما يمنع أن اشرب كأساً صغيراً، يُشعرنني بالدفاء ولا يُغَيِّب عقلي؟!!

فقال لها: عندنا في الإسلام حديث شريف يقول (ما أسكر كثيره، فقليله حرام)، أي أنه لا يجوز حتى ذلك الكأس الصغير.

فقالت له: ولكنك قلت منذ قليل أن علة التحريم هي تغييب العقل، والكأس الصغير لا يُغَيِّب العقل.

هنا تشعب الحوار بعيداً عن مضمونه، وأذكر أنني لم أستطع الدخول مباشرة في الحوار لضيق الوقت، وخصوصية الحوار بينهما.

ولكنني تخيلت لو أُنِي دخلت ذلك الحوار، ماذا كنت سأقول؟!

كنت سأقول: قبل أن أجيبك عن الحكمة من تحريم الخمر في الإسلام، أسألك أولاً، هل مرضت يوماً ما؟

ستقول: نعم، بالتأكيد مرضتُ.

سأقول: فهل ذهبتِ إلى الطبيب، وهل وصف لك دواء؟

ستقول: نعم، ذهبت إلى الطبيب، ووصف لي دواء.

سأقول: وهل إشتريتِ ذلك الدواء، ثم تناولتيه؟

ستقول: نعم، إشتريته وتناولته حتى شُفيت.

سأقول: وهل درستِ علم الأدوية، هل تعلمين ما في ذلك الدواء من فوائد أو آثار جانبية؟

ستقول: لا، لم أدرس علم الأدوية، ولا أعلم شيئاً عن ذلك الدواء.

سأقول: فلم إذا تناولت دواء لا تعرفين عنه شيئاً!!

ستقول: فعلت ذلك، ثقة في الطبيب الذي وصف لي الدواء، فهذا عمله المبني على علم وخبرة.

سأقول: ونحن المسلمين، نمثل لأمر الله، فيما نعلم حكّمته وفيما لا نعلم حكّمته، ثقة في الله عز وجل وفي علمه وخبرته، فهو العليم الخبير، سبحانه وتعالى.

وهنا يجب أن أبرز كلامًا قاله الشيخ الشعراوي، رحمه الله، حيث قال ما معناه:

أن الله عز وجل شرع أحكامًا واضحة الحكمة، وشرع أحكامًا أخرى وأخفى بعضًا أو كثيرًا من الحكمة منها (لم يُصرِّح بكامل الحكمة منها).

وأن البحث وراء الحكمة من التشريع الذي لم يُصرِّح الله بحكمته، إنما هو تفرغ للحكم من حكمته الأصلية، ألا وهي الامتثال لله عز وجل فيما نعلم حكمته وفيما لا نعلم حكمته، ثقة وبقينا منا أن هذا التشريع من لدن حكيم عليم خبير.

المثال الرابع:

على أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وجدت شخصًا، لا أعرف شيئًا عنه (لا أعلم إن كان مسلمًا أو لا)، يهاجم مناسك الحج عند المسلمين.

وقال: إن المسلمين قد أخذوا مناسك الحج عن أهل مكة، الذين يقول عنهم المسلمون أنهم كافرون، وأن محمدًا لم يجد الوقت الكافي للتغيير في مناسك الحج، ولذلك يحج المسلمون تمامًا كما كان يحج من يسميهم المسلمون كافرين ومشركين، فما هذا الهراء!!!

فتخيلت، لو كان لي أن أرد على هذا السائل، ماذا كنت سأقول؟؟

أنا: أنت تثير مسألتين، الأولى أن المسلمين أخذوا مناسك الحج عن الكافرين، والثانية أن محمدًا لم يجد وقتًا ليغيّر شيئًا من مناسك الحج، صحيح؟

هو: نعم، صحيح.

أنا: في البداية، أسألك.. من أين جاء هؤلاء الكافرون بمناسك الحج؟!!

هو: لم أفهم سؤالك.. ماذا تقصد؟!!

أنا: أقصد، من أين جاء هؤلاء الكافرون والمشركون بمناسك الحج التي كانوا يقومون بها، هل هي من ابتكارهم، أم أخذوها عن غيرهم؟

هو: في حقيقة الأمر لا أعرف، ولا أعرف ما أهمية هذا السؤال !!

أنا: هذا السؤال له أهمية كبيرة متصلة بأصل الموضوع، لأن الإجابة عليه سوف توضح نقطة مهمة، وهي أن هؤلاء الكافرين والمشركين لم يبتكروا هذه المناسك من عند أنفسهم، بل ورثوها، عبر سنوات عديدة من الزمان، عن نبي الله إسماعيل، والذي ورثها بدوره عن أبيه، نبي الله إبراهيم، عليهما الصلاة والسلام.

وبالتالي فإن النبي محمدًا، قد أخذ هذه المناسك عن نبي مسلم، هو إبراهيم عليه السلام، وليس عن كافرين أو مشركين، فهل وضحت هذه النقطة؟؟

هو: مميم، طيب، وضحت هذه النقطة.

أنا: نذهب إذا إلى النقطة الثانية، وهي أن محمداً لم يغير شيئاً من مناسك الحج، فمن يعرف الفروق بين مناسك الحج في الجاهلية، وبين مناسك الحج في الإسلام، يعرف جيداً أن التشريع الإسلامي قد غيّر المناسك الوثنية والباطلة التي كانت شائعة في الجاهلية، وشرع بدلا منها مناسك لإعلاء توحيد الله، وإعلاء ذكر الله تعالى.

منها مثلا، أن لا يطوف بالبيت عريان، وأن يقف المسلمون بعرفات، والطواف بين الصفا والمروة، وإعلاء ذكر الله أثناء الطواف وفي أيام التشريق، وغير ذلك من الفروق العديدة.

وللعلم، فما أبقى عليه الإسلام من مناسك، هو مما جاء عن إبراهيم عليه السلام، أما مظاهر الشرك والعصبية الجاهلية، فقد أسقطها الإسلام ونفاها.

هل وضحت هذه النقطة أيضا؟

هو: نعم، وضحت الأمور الآن.

وبالتالي ينتهي النقاش بسلام، مع التركيز على أصل الموضوع، وعدم التفرع في فرعيات، وعدم التطرق إلى مناقشات شخصية.

النمط الشخصي Personal Type

تتوافق استراتيجيات العقيدة مع الأنماط والشخصيات التالية:

أولاً: الشخص المتدين.

ثانياً: الشخص ضعيف الثقة بالنفس.

ثالثاً: الشخص المنطقي.

رابعاً: الشخص المتردد.

خامساً: الشخص العنيد.

سادساً: الشخص العاطفي.

سابعاً: الشخص ذو الخبرات السلبية.

أولاً: الشخص المتدين Religious Person

يتصف الشخص المتدين بأنه يلتزم بتعاليم دينه، في أفكاره وسلوكياته، ويتعامل بناء على محددات عقيدته التي يعتقد بها. الشخص المتدين، تؤثر فيه الأدلة الدينية بشكل كبير، ولا يحتاج إلى المنطق للاقتناع بها، بل يكفي أن يعرف أنها من تعاليم دينه الصحيحة. الشخص المتدين، يهتم باتباع تعاليم دينه، يرى أنه بذلك يمارس طاعة وقرّب، ويضع قدرًا كبيرًا لعلماء الدين الذي ينتمي إليه، أو أنصار عقيدته. الشخص المتدين، غالبًا يكون على علم ومعرفة بتعاليم دينه، ولذلك يحتاج في إقناعه إلى شخص فاهم واع، دارس لتلك التعاليم. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتدين، يجعله يرى أنك تتحاور معه من نفس المنطلق الذي يفكر من خلاله، وبالتالي لا توجد حواجز فكرية بينكما. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتدين، يجعل الحوار موضوعيًا، بعيدًا عن أي انتقاد شخصي، حيث يتم مخاطبة الأفكار بأفكار مماثلة. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتدين، يجعل الحوار محايدًا، حيث يتم الإحتكام إلى معتقدات دينية، وليست آراء شخصية، وبالتالي يميل المستقبل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص المتمدن (Religious Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الأدلة التي تتفق مع عقيدته، فهو يرتاح ويطمئن إليها.
- الأدلة التي تتفق مع عقيدته، تجعله يشعر أنه يقوم بطاعة وقُربى.
- الأدلة التي تتفق مع عقيدته، تجعل الحوار محايدًا، بعيدًا عن المنافسة الشخصية
- الأدلة التي تتفق مع عقيدته، تجعله يراجع أفكاره ويميل إلى الاقتناع.



مخيمات ربيعية:

الشخص المتمدن

يهتم بتعاليم دينه ، والأفكار التي تتفق مع عقيدته
استراتيجية العقيدة ، تجعله يرى أنك محايد وموضوعي

ثانيا: الشخص ضعيف الثقة بالنفس

Poor Self Confidence

يتصف الشخص ضعيف الثقة بالنفس بأنه يشعر بضعف الثقة بالنفس وأنه لا يستطيع إدارة المواقف الحياتية، بل يعتمد على الآخرين في ذلك.

كما يشعر أنه لا يحسن الاختيار بشكل صحيح، ولا يحسن اتخاذ القرارات، ولا مواجهة التحديات، يخشى المواجهات، ويتجنبها.

الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يتردد كثيرا، يخشى أن يخطئ الاختيار، يتردد بسبب الخوف من الوقوع في الأخطاء.

كما يشعر، غالبا، أن الآخرين يرون ضعف ثقته بنفسه، ولذلك يتعامل بتردد كبير مع الآخرين، وفي كافة مجالات الحياة.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجعله يشعر بالأمان أكثر وأكثر، ويشعر من خلال الأدلة التي تتفق مع عقيدته، أنه يتبع العقيدة، ولا يتبع شخصا معينا، وبالتالي يطمئن قلبه ويميل إلى الاقتناع.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يشعره بالركون إلى جانب محايد وآمن، ألا وهو عقيدته وما يقتنع به من أفكار راسخة، فهي أفكار ليست في حاجة للنقاش من جديد.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ضعيف الثقة بالنفس، يجعله يشعر بالأمان، وأنه يسير في الطريق الصحيح، ويقتنع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص ضعيف الثقة بالنفس (PSC):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

- استراتيجية العقيدة، تجعل جميع جوانب الموضوع آمنة ومثيرة للاطمئنان.
- استراتيجية العقيدة، تجعله يرى أن الأفكار ليست جديدة، بل هي عقيدة راسخة.
- استراتيجية العقيدة، تقطع حيرته وارتابه، وتجعله يتخلى عن أية آراء أخرى.
- استراتيجية العقيدة، تجعله يميل ناحية الرأي الأفضل ويقتنع به.



مخيمات ريعية:

الشخص ضعيف الثقة بالنفس

يخشى مواجهة الأفكار والقناعات الجديدة

استراتيجية العقيدة، تجعله يشعر بالأمان والاطمئنان

ثالثاً: الشخص المنطقي

Logical Person

يتصف الشخص المنطقي بأنه يهتم جداً بالأدلة المنطقية، والأمور التي هي في حكم المسلمات والبديهيات، ومنها الرواسخ العقائدية.

الشخص المنطقي، يعتبر الأدلة المنطقية، براهين محايدة، لا تتبع شخصاً بعينه، ولا مدرسة فكرية بعينها، ولذلك يميل إلى الاقتناع بها.

الشخص المنطقي، يرتاح للأدلة العقائدية، تريحه من كثرة البحث عن صحة الآراء والبدائل، فيعتبرها أفكاراً غير قابلة للتحليل والبحث والتقصي، فيرتاح ويطمئن لها.

عند استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المنطقي، اطرح الأفكار العقائدية من باب أنها أفكار منطقية ومسلمات لا تقبل النقاش، ويجب الاقتناع بها حتى دون استدلال منطقي عليها.

مثلاً، المسلمون في عقيدتهم يؤمنون بوجود الجنة والنار، لأن ذلك ورد في القرآن الكريم، وكذلك ورد في السنة النبوية الصحيحة، ومع ذلك فلا يوجد دليل مادي واحد على وجود الجنة أو النار، فهما من الغيبات.

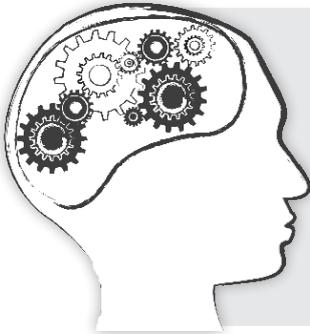
استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المنطقي، يجعله يرى

الأمر بعين المنطق، وهذا هو المنظور الذي يرتاح إليه، وبالتالي يتخلى عن أية آراء تتنافى مع المنطق أو تعتبر أقل منطقية، ويميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص المنطقي (Logical Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (Needs) التالية للعمل على إقناعه:

- تقديم الأدلة التي تتفق مع عقيدته من باب أنها أدلة منطقية.
- استخدام الأدلة العقائدية (المنطقية) المناسبة لاحتياجاته حسب الموقف.
- استخدام الأدلة العقائدية التي تناسب طريقته هو في الإستدلال المنطقي.
- الأدلة العقائدية تجعله يرى أنك لا تفرض عليه منطقك أبداً، فهي محايدة.



مخيمات ربيعية:

الشخص المنطقي

يميل إلى الأدلة المنطقية والعقائد الراسخة

الأدلة العقائدية ، تعتبر أدلة منطقية محايدة بالنسبة له

رابعًا: الشخص المتردد

Hesitated Person

يتصف الشخص المتردد بأنه يتردد ويتحير كثيرًا في الاختيار، ولا يميل إلى الاقتناع بسهولة، لا يحسن التحليل، ويرتبك كثيرًا. الشخص المتردد، قدرته على التحليل والتصنيف، ضعيفة، ولذلك فهو يخشى الوقوع في الخطأ بسبب اختيار ما، فيظل متحيرًا. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتردد، توفر عليه الحاجة إلي التحليل والتصنيف، وبالتالي تقطع طريق الحيرة والارتباك. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتردد، يجعله يركن إلى أفكار راسخة محايدة، يطمئن إليها، ولا يخشى الوقوع في خطأ الاختيار. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتردد، يريجه من التردد والتسويف، ويشعره بالأمان الداخلي، والذي يظهر على سلوكياته في سرعة الانصياع للأدلة العقائدية، والإسراع إلى الاقتناع. الشخص المتردد، يشعر أنه في بحر من الحيرة والارتباك، بين الخيارات والآراء المتعددة، ويتمنى وجود برّ واضح يرسو إليه. استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص المتردد، يوفر له ذلك البرّ الواضح الذي يبحث عنه، وبالتالي يشعر بالأمان ويقتنع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص المتردد (Hesitated Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- استراتيجية العقيدة، تشعره بالأمان والاطمئنان، وتمنع التردد والحيرة.
- استراتيجية العقيدة، تشعره بالوضوح والتبسيط، وتمنع التردد والحيرة.
- استراتيجية العقيدة، تزيل الارتباك والتشويش الذين يشعر بهما.
- استراتيجية العقيدة، تجعله يميل ناحية الرأي الأفضل، ويقتنع به.



مخيمات ربعية:

الشخص المتردد

يشعر أنه في بحر من الحيرة، يبحث عن بر الأمان
العقيدة، تجعله يرسى على بر واضح وتزيل حيرته

خامساً: الشخص العنيد

Stubborn Person

يتصف الشخص العنيد بأنه، يتشبث برأيه، ولا يميل إلى الاقتناع برأي غيره، حتى وإن كان رأي غيره أفضل من رأيه.

الشخص العنيد، يتمسك برأيه ويعمل على إثبات صحة رأيه بكل طريقة، وفي سبيل ذلك يسفه من آراء الآخرين، ويجادل الآخرين جدالاً عقيماً.

ييدي مقاومة شديدة لآراء الآخرين، يرفض ويتجاهل آراء غيره، يهمل من النقاط الإيجابية، ويعظم من النقاط السلبية.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص العنيد، يجعل الحوار يعتمد على أدلة محايدة، وليست آراءً شخصية.

وبالتالي تتلشى مقاومة الشخص العنيد، ولا يستطيع تجاهل ما يتفق مع عقيدته، ويميل إلى التخلي عن عناده تدريجياً.

قد يحاول الشخص العنيد تحويل الحوار إلى مسألة صراع آراء شخصية، مهما حاول ذلك، قد قام بإعادة الحوار مرة أخرى إلى الأدلة العقائدية الراسخة والتي لا يستطيع الاعتراض عليها.

مع تقديم الأدلة العقائدية، لا تجعله يشعر أنك تحاصره، أو أنك تُكرهه على رأي معين، وبالتالي يميل إلى الاقتناع بالرأي الأفضل.

احتياجات الشخص العنيد (Stubborn Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الأدلة العقائدية، تجعله يشعر بالحياد، وعدم الضغط أو الإكراه.
- الأدلة العقائدية، يجعله يركز على النقاط الإيجابية، ولا يرى نقاطاً سلبية.
- الأدلة العقائدية، تجعله يرى أنك لا تنتقد أو تهاجم رأيه.
- الأدلة العقائدية، لا تجعل رأيك ضد رأيه، بل تجعله متناسقاً مع عقائده.



مخيمات ربيعية:

الشخص العنيد

يتشبث برأيه ، يهمل ويتجاهل أي رأي آخر

الأدلة العقائدية ، تجعل الحوار محايداً ، وموضوعياً

سادسًا: الشخص العاطفي

Emotional Person

يتصف الشخص العاطفي بأنه يتعامل مع الآخرين بعواطفه، ويقرر بعواطفه، ويتأثر عاطفيًا بسبب العديد من المثيرات العاطفية، ويهتم بعواطف الآخرين.

الشخص العاطفي، مشاعري وحنون، يهتم بمن حوله من الناس، يهتم بمشاعرهم وعواطفهم، ويميل إلى بناء علاقات الصداقة والمودة.

الشخص العاطفي، لا يحب المواجهات والمشاحنات، يشعر بالقهر إذا هاجمه أحد، يشعر بجرح مشاعره، يبكي وينسحب من المواجهات الصعبة ولا يهين أحدًا.

الشخص العاطفي، متقلب المزاج، ينقلب مزاجه بسهولة، حسب المثيرات والمؤثرات، المبهجة أو المحزنة.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص العاطفي، يجعله يخرج من حالته المزاجية إلى حالة محايدة، يميل فيها إلى موافقة الأدلة العقائدية.

عند استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص العاطفي، ركز على مواطن العاطفة، استخدم الكلمات التي ترقق القلوب (الرفائق).

استخدام إستراتيجية العقيدة مع الشخص العاطفي، يؤثر فيه بشكل بالغ، حيث إن الشخص العاطفي يميل إلى الروحانيات

وخاصة عندما يشعر أنه يمارس طاعة وقربي طبقا لمعتقداته.

احتياجات الشخص العاطفي (Emotional Person):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الأدلة العقائدية، مع الكلمات التي تمس المشاعر والأحاسيس.
- الأدلة العقائدية، التي تشعره بالأمان والاطمئنان، والحياد في الطرح.
- الأدلة العقائدية، مع إستعمال الصوت الهاديء المثير للعاطفة والحنان.
- الأدلة العقائدية، التي ترقق القلوب وتدعوه إلى الاقتناع عاطفيًا.



مخيمات ربيعية:

الشخص العاطفي

مرهف الحس والمشاعر ، يقرر ويقتنع بعواطفه

الأدلة العقائدية ، ترقق قلبه وتجعله يقتنع عاطفيًا

سابعًا: الشخص ذو الخبرات السلبية

Negative Experience

يتصف الشخص ذو الخبرات السلبية بأنه قد مر بتجارب سيئة وخبرات سلبية، تركت لديه مشاعر سلبية، حول ما مر به من تجارب. هذه المشاعر السلبية أدت إلى حالة مزاجية سيئة، أدت إلى عدم رغبته في خوض تجارب جديدة، بل والخوف من خوض أية تجربة جديدة. ولذلك فهو يتعامل مع الأمور من باب، اللى اتلسع من الشُّرْبَة يُنْفُخ في الزبادي، وتسيطر عليه الأفكار السلبية تجاه جميع الآراء والبدائل والخيارات المقترحة.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ذي الخبرات السلبية، يجعله يبدأ في رؤية الأمور من منظور مختلف، فبدلاً من التركيز على الأخطاء والجوانب المؤلمة في التجارب السابقة، يبدأ في التركيز على جانب القدر في تلك التجارب، ويميل إلى رؤية الأمل في التجارب القادمة.

عند استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ذي الخبرات السلبية، إضرب له أمثلة وقصصاً حول من مروا بتجارب سلبية ثم تبدلت أحوالهم إلى ما هو أفضل، مع ربط هذه الأمثلة والقصص بالعقيدة التي يؤمن بها.

استخدام استراتيجية العقيدة مع الشخص ذي الخبرات السلبية،

يجعله يشعر بالأمان والاطمئنان، وأنه يوجد أمل في خوض تجارب جديدة مختلفة النتائج عن التجارب السابقة، فيميل إلى الاقتناع.

احتياجات الشخص ذي الخبرات السلبية (NE):

يحتاج إلى إشباع الاحتياجات (**Needs**) التالية للعمل على إقناعه:

- الأدلة العقائدية، التي تفصل تماما بين التجارب السابقة، والتجارب القادمة.
- الأدلة العقائدية، مع ضرب الأمثلة التي تنبئ بالنجاح في التجارب القادمة.
- الأدلة العقائدية، التي تشيع جواً من الروحانيات المثيرة للأمان والاطمئنان.



مخيمات ربيعية:

الشخص ذو الخبرات السلبية

يخشى التجارب الجديدة، يركز على المشاعر السلبية

الأدلة العقائدية، تشيع الأمان والاطمئنان والأمل

الفصل الرابع

الاستراتيجية العاشرة

استراتيجية فهم التوجهات وإشباع الاحتياجات

اختصاراً: استراتيجية إشباع الاحتياجات

Needs Satisfaction Strategy

obeyikan.com

تكتيكات استراتيجية إشباع الاحتياجات Tactics

استراتيجية إشباع الاحتياجات (NS Strategy)، تعتمد على:

استراتيجية إشباع الاحتياجات، هي الاستراتيجية الشاملة لجميع الاستراتيجيات الأخرى، ولذلك أسميها، المفتاح الرئيسي (Master Key).

أي هي المفتاح الذي يفتح أية شخصية، إذا توافرت الشروط المناسبة، وأحسنّت فهم الشخصية، وفهم احتياجاتها الحقيقية (Actual Needs).

فهم احتياجات كل نمط، يحتاج إلى معاشة ووقت طويل، ولذلك هذه الاستراتيجية لا يمكن تطبيقها إلا بعد فهم عميق وصحيح للنمط الشخصي.

فهم التوجه (Attitude)، يعني فهم التوجه الحقيقي للنمط الشخصي، والذي يتكون من مجموع المعتقدات والقناعات والأفكار الراسخة، المكتسبة بالتواتر من خلال البيئة التي تربي فيها كل نمط.

وبناءً على هذا التوجه (Attitude)، يُعبّر كل نمط عن أفكاره ومشاعره من خلال السلوكيات (Behaviors).

تطبيق استراتيجية إشباع الاحتياجات، يحتاج إلى فهم الدوافع والمحفزات للمستقبل، فهماً واضحاً ومحددًا.

كثير من المؤلفين والمحاضرين والمتخصصين، يخلطون ما بين الدافع (Impeller factor)، والمحفز (Motive).

وهناك فرق كبير بين المصطلحين، في رأيي، وتوضيح ذلك كما يلي:

الدوافع: هي الظروف غير المناسبة، وتمثل التحديات التي نكرهها ولا نرغب فيها، (كل ما نفر منه يُسمى دوافع).

المحفزات: هي الظروف المناسبة، وتمثل المُسوِّغات التي نحبها ونرغب فيها، (كل ما نفر إليه يُسمى محفزات).

مثال للتوضيح:

لو فرضنا أن مجموعة من الناس يجلسون في قاعة محاضرات، ثم دخل عليهم رجل فجأة يصيح ويقول، يا جماعة، المسئولون عن القاعة يوزعون ذهبًا خارج القاعة، فماذا سيفعل الحاضرون؟؟، بالتأكيد سيقومون مسرعين في نفس اتجاه توزيع الذهب، كي يحصلون عليه، هنا أقول أن الذهب كان حافزًا لهم لفعل هذا السلوك، وقد توجهوا نحو الذهب، أي فروا إليه، ولذلك أسميه حافزا.

على جانب آخر، لو فرضنا أن مجموعة أخرى من الناس يجلسون في قاعة محاضرات، ثم دخل عليهم رجل فجأة يصيح ويقول، يا

جماعة، هناك أسد قادم يهجم عليكم، فماذا سيفعل الحاضرون؟؟،
 بالتأكيد سيقومون مسرعين في عكس الإتجاه الذي سيأتي منه الأسد
 (التهديد)، هنا أقول أن الأسد كان دافعا لهم لفعل هذا السلوك،
 وقد توجهوا مبتعدين عنه، أي فروا منه، ولذلك أسميه دافعا.

أمثلة أخرى للتوضيح:

لو فرضنا طالبا يعاني مشكلات أسرية، وقرر أن يقهر هذه
 المشكلات وأن ينجح في طريق التعليم والدراسة، هنا أسمى هذه
 التحديات، دوافع دفعته للنجاح.

بينما لو فرضنا طالبا، والده طيب أسنان لديه عيادة أسنان،
 ويقول لولده ذاكرا واجتهد كي تصبح طبيب أسنان وتكون معي في
 عيادتي، هنا أسمى هذه المسوغات، محفزات حفزته للنجاح.

الدوافع: هي أمور لا نحبها ولا نرغبها، نفر منها.

المحفزات: هي أمور نحبها ونرغبها، نفر إليها.

فهم الاحتياجات الحقيقية للمستقبل، والعمل على إشباعها، من
 أهم عناصر الإقناع، وقد تكون احتياجات المستقبل عديدة ومتداخلة،
 وقد تكون مباشرة أو غير مباشرة.

ولذلك فإن التعامل باستراتيجية إشباع الاحتياجات، يحتاج
 إلى فهم واسع وذكاء كبير، وقدرة عالية على الحوار، كي تستكشف

احتياجات المستقبل دون أن يشعر أنك تستجوبه.

ومن المهارات المهمة أيضا، القدرة على خلق الاحتياج (Create Needs) لدى المستقبل، وذلك من خلال إثارة الشغف لديه تجاه أمر ما.

كلما زادت قدرتك على إشباع احتياجات المستقبل، كلما اقتنع بالرأي الأفضل.

آليات تأهيل المستقبل Preparation Dynamics

للعمل على نجاح تطبيق استراتيجية إشباع الاحتياجات:

استراتيجية إشباع الاحتياجات تحتاج إلى وقت، للتعرف بعمق على الاحتياجات الحقيقية للمستقبل، والتعرف على الاحتياجات الظاهرة والمخفية.

المستقبل قد يفعل سلوكيات معينة، تنم عن احتياجات معينة، والحقيقة أنه يقصد احتياجات أخرى مخفية، قد لا يحسن التعبير عنها.

مثلا قد يُظهر المستقبل العناد والمقاومة تجاه رأي ما، وحقيقة الأمر أنه غير رافض لذلك الرأي، وإنما يحتاج إلى زيادة في الوضوح، وفهم ما تؤول إليه الأمور بعد الاقتناع، يحتاج إلى الأمان والاطمئنان.

هنا، مهما حاولت إقناعه بوسائل عديدة، سوف يصر على عناده ومقاومته، إلى أن تتفهم احتياجاته وتغير من أسلوبك (Change your Approach)، وتبدأ في العمل على إشباع احتياجاته الحقيقية (Actual Needs)، فتبدأ مقاومته في التلاشي، ويتخلى

عن عناده، ويقتنع برأيك.

لابد من التعامل بفهم وذكاء للتفريق ما بين سلوكيات المستقبل (Behavior)، واحتياجاته الحقيقية، الكامنة في الاتجاه (Attitude) الحقيقي.

من أهم آليات تأهيل المستقبل، العمل على خلق الاحتياج لديه، من خلال الإسهاب في شرح مزايا وفوائد الرأي الأفضل، وخلق الشغف والإثارة.

الأمثلة Examples

هذه بعض الأمثلة التي توضح آليات تطبيق استراتيجية إشباع
الاحتياجات:

المثال الأول:

قال الله عز وجل: يَوْمَ لَا يَنْفَعُ مَالٌ وَلَا بَنُونَ (٨٨) إِلَّا مَنْ آتَى اللَّهَ بِقَلْبٍ
سَلِيمٍ (٨٩) سورة الشعراء

في هذه الآيات الكريمة من سورة الشعراء، يبين الله عز وجل
أن أهم ما يأتي به العبد يوم القيامة، حين يلقي الله تعالى، هو القلب
السليم، أي القلب المؤمن بوحداية الله تعالى، السالم من كل شرك،
وهذا هو أهم ما يريده الله تعالى من عباده، كما جاء في الحديث النبوي
الشريف، عَنْ مُعَاذِ بْنِ جَبَلٍ، رضي الله عنه، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «فَإِنَّ
حَقَّ لِلَّهِ عَلَى الْعِبَادِ أَنْ يَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا يُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَحَقُّ الْعِبَادِ عَلَى
اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ أَنْ لَا يُعَذِّبَ مَنْ لَا يُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا» متفق عليه.

في هذا الحديث الشريف، من كلام خاتم الأنبياء والمرسلين،

صلوات الله وسلامه عليه وعليهم أجمعين، أوضح الرسول الكريم، حق الله تعالى على العباد، وحق العباد على الله تعالى، بكلمات بسيطة سهلة واضحة، ترسخ في عقل المستقبل، وتجعله يفهم الرسالة فهمًا تامًا، دون أي عناء.

وهكذا فإن أسلوب فهم الاحتياجات والعمل على إشباعها، يقوم على تبسيط المعلومة والوصول إلى الهدف مباشرة (to the point).
المثال الثاني:

أثناء الحوار مع المراهقين، قد تجد ممانعة، وعنادًا ومقاومة، وقد تكون هذه السلوكيات، غير صحيحة في ذاتها، إنما مجرد تعبير عن احتياجات حقيقية داخلية.

وقد يفهم المراهق ذلك، وقد لا يفهمه، الأهم أن تفهم أنت ذلك، فقد تكون جميع هذه السلوكيات مجرد مظاهر، يريد المراهق من خلالها أن يقول، أنا أصبحت كبيرًا، ويجب أن تتعاملوا معي من هذا المنطلق.

لقد أصبحت أستطيع فهم أموري أفضل منكم، وأستطيع اتخاذ قراراتي بنفسي، ولا أحب أن أكون تابعًا لأحد، وأريد أن أخوض تجارب حياتي بنفسي.

أحتاج منكم أن تحترموا أسلوب تفكيري، وطريقة تصرفاتي، لا تتعاملوا معي من باب الرقابة والمتابعة، لم أعد صغيرًا، لقد كبرت

وأصبحت أعي كل شيء.

ليس ذنبي أنكم لا تفهمون ذلك ولا تقدرونه، وإذا تماديتم في معاملتي على أي صغير، أحتاج إلى تعليمات ومراقبة، فسوف أزيد من مخالفتي لكم، وسوف أعاندكم، وأتشبث بآرائي، حتى إن كنتم ترون أنها خطأ.

الأهم عندي أن أبدو كبيراً، وأن لا يفرض أحد رأيه عليّ.

المثال الثالث:

قد تثور زوجة في وجه زوجها، وتنفعل بقوة، وتصيح هنا وهناك، وهو لا يفهم سبب كل ذلك، وقد يظن أنها تريد إثارة المشاكل.

وقد يكون العكس تماماً هو الصحيح، فقد تكون هي في حاجة إلى جذب انتباهه وأن يراعيها بشكل أكبر، قد تكون فقط في حاجة إلى أن يحضنها ويهدئ من روعها.

وهنا، رغم تفهمي لمثل هذه الحالات، إلا أنني أنصح الزوجات باستخدام الوسيلة المناسبة للتعبير عن الاحتياجات، فالرجل يفضل الطرق المباشرة في التعبير، ولا يحب اللف والدوران، كما أن الرجل يفضل من المرأة الدلال، وليس الهجوم.

المهم أن يبحث كل طرف عن احتياجات الطرف الآخر، وأن يعمل على إشباعها، وعلى كل طرف أن لا يراوغ في التعبير عن احتياجاته، فإيا حبذا لو أفصح عنها بشكل صريح كي تسير الأمور في الاتجاه الصحيح.

النمط الشخصي

Personal Type

تتوافق استراتيجية إشباع الاحتياجات مع جميع الأنماط التالية:

- الشخص التحليلي - الشخص ضعيف الثقة بالنفس
- الشخص ذو الخبرات السلبية - الشخص ضعيف الشخصية
- الشخص العنيد - الشخص القلق
- المراهقون - الشخص العلمي
- الشخص الأكاديمي - الشخص العملي
- الشخص المفكر - الشخص المتردد
- الشخص المنطقي - الشخص العاطفي
- الشخص الحساس - الشخص المتسلط
- الشخص المتخطرس - الشخص الزجسي
- الشخص التعبيري - الشخص الودي
- الشخص الزجسي - الشخص الانطوائي

• المراوغ (المتذاكي المتلاعب) - الشخص المتدين

وقد أَوْصَحْتُ فيما سبق من شرح الأَمْطِ والشخصيات،
أَوْصَحْتُ الاحتياجات العامة لكل نمط ولكل شخصية.

بينما يتم فهم الاحتياجات الخاصة والخفية، من خلال المعايشة
والفهم الحقيقي للشخصية، وسير الحوار وعملية الإقناع.

وتتوافق استراتيجية إشباع الاحتياجات، مع جميع الأَمْطِ وجميع
الشخصيات، المهم في الأمر هو فهم الاحتياجات الحقيقية للنمط
الشخصي والعمل على إشباع تلك الاحتياجات، إلى درجة الإقناع.

استراتيجية إشباع الاحتياجات، تحتاج إلى صبر وقدرة على
إدارة الحوار، بل والقدرة على المراوغة في الحوار أحيانا.

وذلك من أجل فهم الاحتياجات الحقيقية للمستقبل، الظاهرة والخفية
التي لا يحسن المستقبل التعبير عنها، أو لا يرغب في الإفصاح عنها.

يحتاج المصدر أيضا إلى مهارة إثارة الشغف وخلق الاحتياجات،
إذا ظهر من المستقبل اللا مبالة، وعدم الإفصاح عن احتياجات
معينة، أو تمادى في المراوغة وإخفاء احتياجاته.

فإذا تمادى المستقبل في المراوغة، يتم إضافة استراتيجية أو أكثر إلى حوار
الإقناع، مثل التخويف، المنطق، العقيدة، لعمل توليفة الإقناع المناسبة.

ملخص استراتيجيات الإقناع

Summary

عزيزي القارئ، في هذه الصفحات، أقدم لك مختصراً بسيطاً حول استراتيجيات الإقناع، يسهل من خلاله الرجوع إلى أي نمط من الأنماط التي سبق ذكرها، وكيفية التعامل معه.

ويكون ملخص الاستراتيجيات كما يلي:

١- استراتيجية التحليل: تصلح مع الأنماط التالية:

التحليلي - ضعيف الثقة بالنفس - ذو الخبرات السلبية

ضعيف الشخصية - العنيد - القلق - المراهقون

٢- استراتيجية المرجع: تصلح مع الأنماط التالية:

العلمي - الأكاديمي - العملي

المفكر - المتردد - التحليلي - المنطقي

٣- استراتيجية العاطفة: تصلح مع الأنماط التالية:

العاطفي - الحساس - المتسلط

المتغطرس - النرجسي - التعبيرى - الودى

٤- استراتيجية المنطق: تصلح مع الأنماط التالية:

المنطقي - المفكر - العلمي

المتردد - التحليلي - العنيد - الودي

٥- استراتيجية التسلسل: تصلح مع الأنماط التالية:

المتردد - العاطفي - الحساس

المتسلط - المتغطرس - المنطقي - التحليلي - المراهقون

٦- استراتيجية التراكم: تصلح مع الأنماط التالية:

المتردد - ضعيف الشخصية - العنيد - المتسلط

المتغطرس - ذو الخبرات السلبية - النرجسي - الانطوائي - المراهقون

٧- استراتيجية الوضوح: تصلح مع الأنماط التالية:

العملي - العلمي - المفكر - المتردد

المراوغ (المتلاعب المتذاكي) - ضعيف الثقة بالنفس - ذو

الخبرات السلبية

٨- استراتيجية التخويف: تصلح مع الأنماط التالية:

العاطفي - الحساس - المتردد - ضعيف الثقة بالنفس

ضعيف الشخصية - العنيد - المراوغ (المتلاعب المتذاكي)

٩- استراتيجية العقيدة: تصلح مع الأنماط التالية:

المتدين - ضعيف الثقة بالنفس - المنطقي

المتردد - العنيد - المنطقي - ذو الخبرات السلبية

١٠- استراتيجية إشباع الاحتياجات: تصلح مع الأنماط التالية:

التحليلي - ضعيف الثقة بالنفس - ذو الخبرات السلبية -
ضعيف الشخصية

العنيد - القلق - المراهقون - العلمي - الأكاديمي - العملي
- المفكر - المتردد

المنطقي - العاطفي - الحساس - المتسلط - المتغطرس -
الترجسي - التعبيري

الودي - الانطوائي - المراوغ (المتذاكي المتلاعب) - المتدين

توليفة الإقناع

Persuasion Mix

توليفة الإقناع هي مجموعة الاستراتيجيات التي يتم استخدامها مع كل فط من أمطاط الشخصيات التي سبق شرحها، بهدف العمل على بذل كل أسباب تأهيل المستقبل وإقناعه بالرأي الأفضل.

ويكون توزيع توليفة الإقناع كما يلي:

الشخص التحليلي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق

استراتيجية التسلسل - استراتيجية التراكم - استراتيجية الوضوح

الشخص ضعيف الثقة بالنفس: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق

استراتيجية التسلسل - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص ذو الخبرات السلبية: تصلح معه الإستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية العاطفة - استراتيجية التسلسل

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الوضوح

الشخص ضعيف الشخصية: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية العاطفة - استراتيجية المنطق
استراتيجية التسلسل - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص العنيد: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل
استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص القلق: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل
استراتيجية التراكم - استراتيجية المرجع - استراتيجية الوضوح

الشخص المراهق: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التحليل - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل
استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص العلمي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل
استراتيجية الوضوح - استراتيجية التحليل - استراتيجية التراكم

الشخص الأكاديمي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية الوضوح - استراتيجية التحليل - استراتيجية التراكم

الشخص العملي: تصلح معه الإستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية الوضوح - استراتيجية التحليل - استراتيجية التراكم

الشخص المفكر: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية الوضوح - استراتيجية التحليل - استراتيجية التراكم

الشخص المتردد: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص المنطقي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية الوضوح - استراتيجية التحليل - استراتيجية التراكم

الشخص العاطفي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص الحساس: تصلح معه الإستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية الوضوح

الشخص المتسلط: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية التسلسل - استراتيجية التراكم

استراتيجية المنطق - استراتيجية المرجع - استراتيجية التحليل

الشخص المتغرس: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية التسلسل - استراتيجية التراكم

استراتيجية المنطق - استراتيجية المرجع - استراتيجية التحليل

الشخص النرجسي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية التراكم - استراتيجية التسلسل

استراتيجية المنطق - استراتيجية التخويف - استراتيجية المرجع

الشخص التعبيري: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية التراكم - استراتيجية التسلسل

استراتيجية المنطق - استراتيجية التخويف - استراتيجية المرجع

الشخص الودي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية العاطفة - استراتيجية التراكم - استراتيجية التسلسل

استراتيجية المنطق - استراتيجية التخويف - استراتيجية المرجع

الشخص الانطوائي: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية التراكم - استراتيجية التسلسل - استراتيجية العاطفة

استراتيجية المنطق - استراتيجية التخويف - استراتيجية المرجع

الشخص المراوغ (المتذكي المتلاعب): تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية الموضوع (الغموض) - استراتيجية المرجع -

استراتيجية المنطق

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية التحليل

الشخص المتدين: تصلح معه الاستراتيجيات التالية:

استراتيجية المرجع - استراتيجية المنطق - استراتيجية التسلسل

استراتيجية التراكم - استراتيجية التخويف - استراتيجية التحليل

ملحوظة هامة

هناك استراتيجيتان تصلحان مع جميع الأنماط وجميع الشخصيات، وهما:

- استراتيجية العقيدة.

- واستراتيجية إشباع الاحتياجات.

المهم هو إختيار الأسلوب المناسب في تطبيق هاتين الاستراتيجيتين مع المستقبل حسب نمطه الشخصي واحتياجاته الحقيقية.