



الرضا التواصلي لدى طلبة الجامعة
Communication Satisfaction of University Students

م.م. احمد حسن خلف
ا.د. زهرة موسى جعفر
جامعة ديالى / كلية التربية للعلوم الإنسانية

Abstract

This research aims to identify the Communication Satisfaction of university students, and the significance of statistical differences in Communication Satisfaction according to the gender variable (male , female) among university students, and the significance of statistical differences in Communication Satisfaction according to the specialization variable (scientific , humanity) among university students, and to achieve goals The research The two researchers built a scale (Communication Satisfaction) according to the Hecht model (Hecht, 1978), and the Communication Satisfaction scale consisted of (20) items, and the apparent validity, constructive validity, and factorial analysis of the tool were verified (0.85), while the stability coefficient of the tool in Cronbach's alpha method was (0.78), and the scale was presented to a group of arbitrators specialized in the field of educational psychology, measurement and evaluation, and extracting the discriminatory power of the paragraphs, as the research sample reached (400) male and female university students Diyala, and using statistical means, the t-test for one sample and two independent samples, the alpha-Cronbach coefficient, the Pearson correlation coefficient, the percentage, the factorial analysis, and using the statistical bag (SPSS). The results of the research showed that there is Communication Satisfaction among university students, and there is no statistically significant difference according to the gender variable (male, female), and there is a statistically significant difference according to the specialization variable (scientific, humanistic) and in favor of the human specialization. The research came out with a set of proposals and recommendations.

Email:

Ahmedscoy@gmail.com
dr.zhra@yahoo.com

Published: 1- 9-2024

Keywords: الرضا التواصلي _ طلبة
الجامعة.

هذه مقالة وصول مفتوح بموجب ترخيص
CC BY 4.0

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



المخلص

يهدف البحث التعرف الى الرضا التواصلي لدى طلبة الجامعة، و دلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلي تبعا لمتغير الجنس (ذكور، اناث) لدى طلبة الجامعة، ودلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلي تبعا لمتغير التخصص (علمي ، انساني) لدى طلبة الجامعة، ولتحقيق اهداف البحث قام الباحثان ببناء مقياس (الرضا التواصلي) وفق أنموذج هشت (Hecht, 1978)، وتكون مقياس الرضا التواصلي من (20) فقرة وتم التحقق من الصدق الظاهري وصدق البناء والتحليل العاملي للأداة وتم التحقق من ثبات المقياس بطريقتين اعادة الاختبار وبلغ معامل الثبات (0,85)، في حين بلغ معامل ثبات الاداة بطريقة الفا كرونباخ (0,78)، وتم عرض المقياس على مجموعة من المحكمين المختصين بمجال علم النفس التربوي والقياس والتقويم واستخراج القوة التمييزية لل فقرات، اذ بلغت عينة البحث (400) طالبا وطالبة من طلبة جامعة ديالى، وباستخدام الوسائل الاحصائية الاختبار التائي لعينة واحدة ولعينتين مستقلتين ومعامل الفا - كرونباخ ومعامل ارتباط بيرسون والنسبة المئوية والتحليل العاملي وباستعمال الحقيبة الإحصائية (SPSS) واطهرت نتائج البحث انه يوجد رضا تواصلي لدى طلبة الجامعة، ولا وجود فرق ذو دلالة احصائية تبعا لمتغير الجنس (ذكور ، اناث)، وهناك فرق ذو دلالة احصائية تبعا لمتغير التخصص (علمي ، انساني) ولصالح التخصص الانساني وخرج البحث بمجموعة من المقترحات والتوصيات.

◆ مشكلة البحث:

غالبا ما يكون الاتصال غير الكافي أو الافتقار إلى رضا التواصل هو السبب في فشل العلاقات، يؤدي افتقار الرضا التواصلي بين الافراد إلى "الاتصال غير الفعال وتبادل المعلومات غير كافية وغير مفهومة إلى تقادم عدم اليقين واختلاف الاراء وزيادة نفور الاشخاص فيما بينهم (Hargie & Tourish, 2000: 7).

ويرى الباحثان ان هناك مشكلة في التواصل بين طلبة الجامعة وان فقدان الرضا التواصلي فيما بينهم يؤدي الى ضعف العلاقات الاجتماعية ويأثر ايضا على المستوى العلمي لديهم مما يجعل حياة الطلبة مملة وذات طريقة شبه بدائية لان التواصل هو الذي يؤدي بالمجتمع الى النهوض والتقدم، وتتمدد مشكلة البحث بالاجابة عت التساؤلات الاتية:

- هل يمتلك طلبة الجامعة الرضا التواصلي؟
- هل هناك فروق في الرضا التواصلي تبعا للجنس والتخصص؟

◆ اهمية البحث:



إن الطلبة ذوي الوعي المعرفي يميلون إلى التركيز على الجوانب التواصلية الخاصة بخبارتهم الذاتية أو الشخصية و بالتالي، فإن هذا التركيز يقود الطالب إلى الكشف عن الأهمية المعرفية للمعلومات، إن الطلبة الذين يهتمون بمدركاتهم من الناحية المعرفية هم أكثر إدراكاً للمحتوى التواصلية والأخلاقي والاجتماعي، ولعواقب سلوكهم أيضاً عند تواصلهم مع الآخرين (Rudick & Golsan, 2014: 257).

لذا يرى مايرز (Myers, 2001) ان موضوع اتصال الإنسان عاملاً مركزياً في تطور ونمو الفرد وعلاقاته الاجتماعية المختلفة، ويعد الاهتمام برضا التواصل بين الطلبة استجابة فعالة لتحقيق أهداف وتوقعات الاتصال، إذ يتحقق الرضا التواصلية حين تتحقق التوقعات الإيجابية ضمن سياق معين (Myers, 2001: 357).

وطلبة الجامعة يعتبرون ركن اساسي ومهم في المجتمع وعنصر فعال في بناء الدولة العصرية القائمة على الفكر العلمي الذي يهدف الى تنمية المجتمعات وكيفية اقامة العلاقات بين الافراد وديمومتها بصورة صحيحة غايتها الوصول بالافراد الى درجات عالية من تحقيق الذات والتغلب على مشكلات الحياة اليومية.

◆ أهداف البحث:

يستهدف البحث التعرف الى:

1. درجة الرضا التواصلية لدى طلبة الجامعة.
2. دلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعاً لمتغير الجنس (ذكور ، اناث) لدى طلبة الجامعة.
3. دلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعاً لمتغير التخصص (علمي ، انساني) لدى طلبة الجامعة.

◆ حدود البحث: يتحدد البحث بـ:

طلبة جامعة ديالى الدراسة الصباحية الأولية للعام الدراسي (2021-2022).

◆ تحديد المصطلحات:

الرضا التواصلية (**Communication Satisfaction**) عرفه:-

1. هشت (Hecht, 1978): شعور بالارتياح النفسي ناجم عن التوقعات الإيجابية والحوافز التي يحصل عليها الفرد عند التواصل مع الآخرين بثقة وتقبل و فاعلية و صولاً إلى كشف الذات (Hecht, 1978 :253).

2. التعريف النظري: تبني الباحثان تعريف هشت (Hecht, 1978) للرضا التواصلية الوارد انفا لأنه اعتمد أنموذجه في بناء المقياس.

3. التعريف الاجرائي: وهو الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب من خلال اجابته على مقياس الرضا التواصلية الذي اعده الباحثان لهذا الغرض.

◆ الرضا التواصلية (Communication Satisfaction):

◆ الانموذج الذي فسر الرضا التواصلية:

قدم هشت (Hecht, 1978) أنموذجه النظري الذي أطلق عليه نموذج المعززات التمييزية، الذي أكد فيه أهمية التعزيز أو معاقبة السلوكيات في تعزيز الرضا التواصلية بين الافراد على سبيل المثال قد يكون إفصاح الفرد (أ) بمثابة معزز للإفصاح عن الذات من قبل الفرد (ب)، وإذا تم تعزيز هذا الإفصاح من قبل الفرد (أ) فان هذا التعزيز الأخير يؤدي إلى الرضا عند الفرد (ب)، بمعنى انه يعمل الحافز التمييزي على أنه التوقع ويتم "تحقيقه" عندما تفرض البيئة السلوك الواضح بسبب التمييز، ويؤدي ربط التعزيز البيئي مع تحقيق التوقعات إلى تحقيق التوقع في العلاقات المناسبة للتعزيزات الثانوية وتصبح معززاً داخلياً، هذا المعزز الداخلي الرضا يتم تعميمه بعد ذلك إذ يتم تعزيز تحقيق التوقعات في مجموعة متنوعة من المواقف من أجل تعزيز تحقيق التوقعات، اذ يجب على الفرد أن يتوقع نتيجة إيجابية صغيرة إذا كان المرء يتوقع نتيجة إيجابية من الحد الأدنى وتم تلبية توقعات المرء يتم تعزيزه أو التحقق من صحته يعد هذا تعديلاً مهماً لمواقف تحقيق التوقعات السابقة لا تفسر التوقعات السلبية، مثل توقع الرضا يعيد التحليل الحالي صياغة مفهوم التوقع بطريقة تتجنب هذه المشكلة الرضا، على سبيل المثال بمثابة حافز تمييزي لسلوكيات التواصل إذا كانت هذه السلوكيات تخفف الرضا أو تنتج القبول فلن يتم فقط تعزيز سلوكيات التواصل، ولكن سيتم أيضاً تعزيز الارتباط بين الحافز التمييزي والسلوك، هذا التعزيز الأخير يخلق تقوية نهائية للرضا التواصلية Myers, 2004: (129).

ويفترض هشت (Hecht, 1978) ان العالم العاطفي الذي يعيشه الفرد يوفر ذخيرة من معايير التقييم وفعالية الاتصال في بعض المواقف يجب أن يجعلنا التواصل الفعال نشعر بالرضا، ان هذه المشاعر الإيجابية هي أهداف بعض التفاعلات والنتيجة التكميلية لتحقيق أهداف أخرى اذ ترتبط العواطف أيضاً تجريبياً بتأثيرات أخرى، إن أهمية البعد التقييمي للفضاء الدلالي والآثار التي لاتعد ولاتحصى للمتغيرات العاطفية مثل القلق والجاذبية توفر أيضاً دعماً لمفهوم المعايير العاطفية لتقييم فعالية الاتصال (Hecht, 1978: 4).



يرى هشت (Hecht, 1978) ان الرضا التواصلي هو استجابة فعالة لتحقيق أهداف وتوقعات الاتصال، اي نتائج الرضا عن التواصل عندما تتحقق التوقعات الإيجابية وتكون مرتبطة بالسياق إلى حد كبير، ويعد من السمات الأساسية لعلاقات الفرد مع الاخرين وأن تأثر الفرد يعزز تنمية العلاقات في حياته، وغالبًا ما يكون التطور الإيجابي لهذه العلاقات نتيجة للتواصل المباشر بين الفرد والآخرين وتؤدي هذه العلاقات الى عدد كبير من سلوكيات التواصل مع الاخرين لخلق التأثير عليهم، وتؤدي الى رضا أكبر في لقاءات التواصل مع الاخرين (Goodboy et al, 2009: 373).

ويساعد الرضا التواصلي في توضيح فعالية الاتصال لأنه مشتق من عملية مماثلة لتحقيق الهدف وهو أحد مفاتيح الفعالية من الناحية المفاهيمية، لأن تأثيره مرتبط بالتعزيز البيئي للسلوكيات المرتبطة بالمنبهات التعزيزية، اذ تؤدي المحفزات التعزيزية إلى ظهور سلوكيات معينة، وإذا تم تعزيز هذه السلوكيات يصبح التعزيز مقترنًا ب الارتباط بين التمييز والسلوكيات ويؤدي الاقتران إلى تأثير الرضا، ويتم الشعور بالرضا التواصلي عندما يتبع التعزيز التواصل الناتج استجابة للمحفزات التمييزية، أي القدرة على التمييز الواضح والسلوكيات الواضحة التي يتم تعزيزها هي المفتاح لكليهما الرضا وتحقيق الهدف، إذًا يوفر الرضا عن التواصل معيارًا مفيدًا للفعالية نظرًا لاستخدامه اليومي وقيمه الصحية النفسية لتحقيق الهدف الاساسي للفرد في حين يمكن تحديد أي عدد من النتائج العاطفية الإيجابية كمعيار، فإن الرضا له صلة خاصة بتفسير فعالية الاتصال فأنا نشعر بالرضا عندما نكون بصحة جيدة عقليًا أو عندما نشهد تفاعلًا ناجحًا (Hecht, 1978: 5).

◆ منهجية البحث واجراءاته :-

لتحقيق أهداف هذا البحث اعتمد الباحثان منهج البحث الوصفي الارتباطي الذي يصف الدرجة التي ترتبط بها متغيرات الدراسة (الضامن، 2009: 135).

اولا: مجتمع البحث :-

يتكون مجتمع هذا البحث من طلبة جامعة ديالى من طلبة الدراسة الصباحية الأولية للعام الدراسي (2021_2022)، ويتكون مجتمع الدراسة من (21284) والجدول (1) يوضح ذلك.



الجدول (1)

مجتمع البحث موزع حسب الكلية والجنس والتخصص

المجموع	الجنس		الكليات	التخصص
	اناث	ذكور		
1664	1120	544	العلوم	العلمي
1628	587	1041	الهندسة	
1348	898	450	التربية للعلوم الصرفة	
1105	255	850	التربية الرياضية والعلوم البدنية	
1066	533	533	الادارة والاقتصاد	
1054	765	289	الطب	
521	357	164	الفنون الجميلة	
444	244	200	الزراعة	
293	142	151	الطب البيطري	
9123	4901	4222	مجموع التخصص العلمي	
4352	2625	1727	التربية الاساسية	
4285	2820	1465	التربية للعلوم الانسانية	
1758	1255	503	العلوم الاسلامية	
1049	515	534	القانون والعلوم السياسية	
717	421	296	التربية المقداد	
12161	7636	4525	مجموع التخصص الانساني	المجموع الكلي
21284	12537	8747		

ثانياً: عينة البحث الاساسية:-

تم اختيار عينة الدراسة من المجتمع الاصلي للبحث، بالطريقة الطبقية العشوائية بالأسلوب المتناسب من المجتمع الاحصائي، قد بلغت عينة البحث (400) طالب وطالبة، بواقع (156) طالبا و (244) طالبة، وقد بلغ عدد الطلبة في التخصص الانساني (306) طالب وطالبة، في حين بلغ عدد طلبة التخصص العلمي (94) طالب وطالبة والجدول (2) يوضح ذلك.



الجدول (2)

عينة البحث الاساسية موزعة بحسب الكلية والجنس والتخصص

المجموع	الجنس		الكليات	التخصص	ت
	الاناث	الذكور			
49	33	16	العلوم	العلمي	1
13	7	6	الزراعة		2
32	7	25	الرياضية		3
94	47	47	مجموع العلمي		
52	37	15	العلوم الاسلامية	الانساني	4
126	83	43	العلوم الانسانية		5
128	77	51	التربية الاساسية		6
306	197	109	مجموع الانساني		
400	244	156	المجموع الكلي		

ثالثاً: اداة البحث:-

مقياس الرضا التواصلي (Communication Satisfaction):-

◆ تحديد الانموذج والمفهوم:

اعتمد الباحث انموذج وتعريف الرضا التواصلي لـ (هشت، 1978، Hecht)، وهو (شعور بالارتياح النفسي ناجم عن التوقعات الإيجابية و الحوافز التي يحصل عليها الفرد عند التواصل مع الآخرين بثقة وتقبل و فاعلية و صولاً إلى كشف الذات (Hecht, 1978 :253).

◆ صياغة فقرات المقياس:

لأعداد فقرات تغطي مجالات المقياس وصياغتها فقد قام الباحثان بصياغة الفقرات اعتماداً على أنموذج هشت (Hecht, 1978)، والاطلاع على الادبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بالمفهوم للإفادة منها او من الأفكار الموجودة فيها وفي ضوء ذلك جرى صياغة فقرات مقياس الرضا التواصلي لدى طلبة الجامعة، وقد راعى الباحث في صياغة الفقرات ما يأتي:-

1. ارتباط الفقرة ارتباطاً مباشراً بالسمة التي تقيسها.

2. ان تكون الفقرة واضحة وتحمل فكرة واحدة، وان تثير المفحوص وتدفعه للإجابة بشكل صريح، وان لا تكون فقرات المقياس قصيرة او طويلة جدا.
3. محاولة استخدام الصيغة الايجابية للفقرات كلما أمكن (الكبيسي، 2010: 32)، فقد وضع الباحث (16) فقرة باتجاه مفهوم الرضا التواصلي و(4) فقرات عكس المفهوم (إبراهيم، 2000: 382).
- وفي ضوء ما تقدم تم صياغة (20) فقرة للمقياس بصيغته الأولية، وتم وضع تدرج خماسي للفقرات هي (تنطبق عليّ دائماً، تنطبق عليّ غالباً، تنطبق عليّ أحياناً، تنطبق عليّ نادراً، لا تنطبق عليّ ابداً)، وقد وضعت الدرجات (5، 4، 3، 2، 1) للفقرات الايجابية وبالعكس للفقرات العكسية (2، 1، 3، 4، 5).

◆ اعداد تعليمات المقياس:

- أ. الاستمارة لأغراض البحث العلمي والأجابة لا يطلع عليها سوى الباحثان.
- ب. الأجابة على جميع فقرات الاستبيان.
- ت. وضع علامة (√) أمام البديل المناسب، اذ وضع الباحث خمسة بدائل هي (تنطبق علي دائماً، تنطبق علي غالباً، تنطبق علي أحياناً، تنطبق علي نادراً، لا تنطبق علي أبداً).
- ث. تم أخفاء اسم المقياس، وذلك للحصول على بيانات حقيقية من المستجيب (عبد الخالق، 1989: 65).

◆ صلاحية فقرات المقياس:

قام الباحثان بعرض مقياس الرضا التواصلي بصيغته الأولية على (26) محكماً من المتخصصين في العلوم التربوية والنفسية والقياس والتقويم، وقد طلب الباحثان من المحكمين فحص الفقرات منطقياً، وهل صياغتها جيدة ام تحتاج الى تعديل، والجدول (4) يوضح ذلك.

الجدول (4) آراء المحكمين في صلاحية فقرات مقياس الرضا التواصلي

النسبة المئوية	غير الموافون		الموافقون	الفقرات
	الحذف	التعديل		
%92	-----	2	24	1، 2، 3، 4، 6، 8، 10، 11، 13، 14، 16، 17، 19، 20
%88	-----	3	23	5، 7، 9، 12، 18

◆ عينة وضوح التعليمات:

لغرض التحقق من وضوح الفقرات وتعليمات المقياس وحساب الوقت المستغرق للإجابة على المقياس، وتعرف الصعوبات التي ممكن ان تحدث اثناء التطبيق طبق المقياس على عينة عشوائية



مكونة من (30) طالبا وطالبة كما مبين في الجدول (5) اذ طلب منهم الاستفسار عن أي كلمة او فقرة غير واضحة وتبين نتيجة هذه التجربة ان فقرات المقياس وتعليماته وطريقة الاجابة كانت واضحة ومفهومة لدى جميع افراد العينة وقد كان متوسط الوقت المستغرق في الاجابة (8) دقائق.

الجدول (5)

عينة وضوح التعلّيمات والفقرات موزعة بحسب الجنس والتّخصّص والكليات

المجموع	الجنس		التخصص	الكلية	ت
	الاناث	الذكور			
15	8	7	الانساني	التربية للعلوم الانسانية قسم التاريخ	1
15	8	7	العلمي	العلوم قسم الحاسبات	2
30	16	14		المجموع	

◆ التحليل الاحصائي لفقرات المقياس:

1. القوة التمييزية لفقرات مقياس الرضا التواصلي:

يقصد بالقوة التمييزية قدرة الفقرات على التمييز بين الافراد ذوي المستويات العليا والدنيا (الامام واخرون، 1990: 140)، بعد انتهاء افراد عينة التحليل الاحصائي من الإجابة عن المقياس صححت الإجابات وحسبت الدرجة الكلية لكل فرد ورتبت اجابات افراد العينة تنازلياً من اعلى درجة كلية الى اقل درجة كلية، وحددت المجموعتان المتطرفتان في الدرجة الكلية بنسبة (27%) في كل مجموعة اذ يفضل كيلي (Kelly) هذه النسبة اذا كانت الدرجات تتوزع اعتدالياً او قريباً منه لكونها توفر حجماً مناسباً في كل مجموعة وتباين جيد بينهم (Anastasi, 1976: 182) وقد بلغ افراد المجموعتين (216)، حيث ان لكل مجموعة (108) فرداً، وكانت درجات المجموعة العليا تتراوح بين (80-100) درجة، والمجموعة الدنيا تتراوح بين (42-68) درجة واستخدم الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين لمعرفة دلالة الفروق في درجات كل فقرة بين المجموعتين المتطرفتين في الدرجة الكلية، واتضح أن جميع فقرات المقياس لها قدرة على التمييز اذ كانت جميع القيم التائية المحسوبة أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (1,96) عند مستوى دلالة (0,05) وبدرجة حرية (214)، وجدول (6) يوضح ذلك.

الجدول (6)
القوة التمييزية لفقرات مقياس الرضا التواصلي

مستوى الدلالة عند 0,05	القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		ت
		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
دالة	10,596	1,226	3,194	0,653	4,611	.1
دالة	12,349	1,051	2,916	0,753	4,453	.2
دالة	8,238	1,109	3,148	0,894	4,277	.3
دالة	12,557	1,041	2,592	0,972	4,314	.4
دالة	9,326	1,108	2,796	0,973	4,120	.5
دالة	6,147	1,089	3,509	0,941	4,361	.6
دالة	8,707	1,229	3,148	0,865	4,407	.7
دالة	9,163	1,176	3,407	0,628	4,583	.8
دالة	11,865	1,080	3,027	0,703	4,500	.9
دالة	4,444	0,890	3,694	0,915	4,240	.10
دالة	13,543	1,111	2,787	0,754	4,537	.11
دالة	10,452	1,074	2,879	0,897	4,287	.12
دالة	3,873	1,115	3,370	1,025	3,935	.13
دالة	15,992	0,993	2,675	0,689	4,537	.14
دالة	8,561	1,243	3,074	0,908	4,342	.15
دالة	3,480	1,147	3,861	0,908	4,342	.16
دالة	9,859	1,060	3,055	0,806	4,324	.17
دالة	8,434	1,237	2,759	1,081	4,092	.18
دالة	4,732	1,179	3,194	1,060	3,916	.19
دالة	8,283	1,225	3,351	0,779	4,509	.20

* القيمة التائية الجدولية عند درجة حرية (214) ومستوى دلالة (0,05) = (1,96).

2. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس:

تم حساب معاملات صدق فقرات مقياس الرضا التواصلي باستخدام الدرجة الكلية للمقياس بوصفها محكا داخليا، اذ حسب معامل ارتباط "بيرسون" بين درجات كل فقرة بالدرجة الكلية للمقياس، فكانت جميع قيم معاملات ارتباط الفقرات المحسوبة اكبر من القيمة الحرجة لمعامل الارتباط البالغة



(0,098) عند مستوى دلالة (0,05) مما يدل على ان المقياس على درجة من الاتساق الداخلي، وان جميع فقرات المقياس صادقة في قياس الرضا التواصلي لدى عينة البحث وجدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7)
علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس الرضا التواصلي

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
0,548	11	0,531	1
0,492	12	0,548	2
0,235	13	0,485	3
0,632	14	0,561	4
0,459	15	0,498	5
0,182	16	0,346	6
0,501	17	0,445	7
0,438	18	0,458	8
0,245	19	0,549	9
0,408	20	0,218	10

*القيمة الجدولية لمعامل الارتباط بدرجة الحرية (398) عند مستوى دلالة (0,05) = (0,098).

3. الخصائص السايكومترية لمقياس الرضا التواصلي:
اولاً: صدق المقياس:

أ- الصدق الظاهري:

تعد هذه الطريقة من ابسط الطرق في تقدير صدق الاختبار، وتتضمن إجراءات هذه الطريقة قيام الباحث بعرض المقياس في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين لفحص عبارات المقياس في علاقتها بالهدف منها (غنيم، 2004: 89)، وقد تم الحصول على هذا النوع من الصدق من خلال عرض المقياس بصيغته الأولية على مجموعة من المحكمين في العلوم التربوية والنفسية والبالغ عددهم (26) محكمًا جدول (4) وحصل المقياس على نسبة اتفاق اكثر من (80%) بعد اجراء تعديلات لغوية على بعض فقراته والجدول (4) يوضح ذلك.

ب- صدق البناء:

ان صدق بناء المقياس يشير الى اعتماد مفاهيم نظرية عند البناء ومن ثم التحقق منها تجريبياً، فاذا تطابقت نتائج التجريب مع الافتراضات اشار هذا الى صدق بناء المقياس، اذ يمكن التحقق من صدق البناء من خلال أساليب أساسية مثل أسلوب المجموعات المتطرفة وأسلوب الاتساق الداخلي



وأسلوب التحليل العاملي (محاسنة، 2013: 155-156) وقد تحقق صدق البناء من خلال المؤشرات الآتية:

1. حساب القوة التمييزية لفقرات المقياس عدت جميعها مميزة الجدول (6).
2. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس كما مبين في الجدول (7).

ثانياً: الثبات:

هناك مؤشرين للثبات بطريقة الاتساق الخارجي او ما يسمى بإعادة الاختبار وذلك عندما يستمر المقياس باعطاء نتائج ثابتة ومستقرة بتكرار تطبيقه عبر الزمن، ومؤشر الاتساق الداخلي الذي يمكن التحقق منه من خلال كون فقرات المقياس تقيس المفهوم نفسه في المدة نفسها (Fransella, 1981: 47) وبلغت عينة الثبات (100) طالباً وطالبة اختيروا بالاسلوب الطبقي العشوائي التناسبي من مجتمع البحث والجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8)
عينة الثبات موزعة بحسب التخصص والجنس

ت	التخصص	الكلية	الجنس		المجموع
			الذكور	الاناث	
1	العلمي	التربية الرياضية والعلوم البدنية	16	5	21
2	الانساني	التربية للعلوم الانسانية	27	52	79
		المجموع	43	57	100

أ- طريقة الاختبار واعادة الاختبار:

ولا يجاد الثبات بهذه الطريقة طبق المقياس على عينة الثبات البالغة (100) طالب وطالبة كما موضح في الجدول (8)، ثم اعيد تطبيق المقياس على العينة ذاتها بعد مرور (14) يوماً من التطبيق الأول وحسب معامل ارتباط "بيرسون" بين درجات الطلاب في التطبيقين الاول والثاني فبلغ (0,85)، ويعد معامل ثبات جيد يدل على تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات، اذ يشير (عيسوي، 1985) الى ان معامل الثبات الذي يتراوح بين (70-90) هو مؤشر جيد للاختبار الثابت (عيسوي، 1985: 250).

ب- طريقة الاتساق الداخلي باستعمال معامل الفا كرونباخ:

قد استخرج الباحثان معامل ثبات المقياس بهذه الطريقة وبلغ (0,78)، الذي اجري على درجات عينة الثبات البالغة (400) طالبا وطالبة الجدول (2) مما يعطي هذا مؤشراً آخر على ثبات مقياس الرضا التواصلي، إذ يرى (جيلفورد، 1956 (Guilford, 1956) و(نانلي، 1978 (Nannally, 1978) أن معاملات ألفا يجب ألا تقل عن (0,70) (أبو علام، 2011: 500).
 ◆ المؤشرات الاحصائية لمقياس الرضا التواصلي:

يفترض ان السمات المختلفة او القدرات والتي يمكن قياسها توزع بين الافراد جميعا في منحني اعتدالي، وعليه قام الباحث بحساب المؤشرات الاحصائية الوصفية لدرجات الطلبة عن المقياس والتي من شأنها ان توضح مدى قرب توزيع درجات افراد العينة من التوزيع الاعتدالي للمجتمع، وكما موضح في جدول (9).

الجدول (9) المؤشرات الإحصائية الوصفية لمقياس الرضا التواصلي

ت	المؤشرات الاحصائية	القيمة
1.	الوسط الحسابي	74,415
2.	الخطأ المعياري	0,496
3.	الوسيط	75,000
4.	المنوال	75,00
5.	الانحراف المعياري	9,939
6.	التباين	98,800
7.	الالتواء	0,060
8.	الخطأ المعياري للالتواء	0,122
9.	التفرطح	0,070
10.	الخطأ المعياري للتفرطح	0,243
11.	المدى	58,00
12.	اقل درجة	42
13.	اعلى درجة	100

ومن مؤشرات التفرطح (0,070) والالتواء (0,060) التي تقترب من القيم المعيارية للتوزيع الاعتدالي بأقترابها من الصفر ومن التقارب الموجود بين مقاييس النزعة المركزية (الوسط 74,415،



الوسيط 75,000، المنوال 75,00) نستدل على تقارب خصائص توزيع درجات أفراد عينة التحليل الإحصائي من خصائص التوزيع الاعتدالي وعليه يكون التوزيع الخاص بالعينة يشابه التوزيع الاعتدالي لأفراد المجتمع وبالتالي يساعد على تعميم النتائج المستخرجة من العينة على أفراد المجتمع على مقياس الرضا التواصلي.

◆ مقياس الرضا التواصلي بصيغته النهائية:

تكون مقياس الرضا التواصلي بصيغته النهائية من (20) فقرة، وبلغ عدد الفقرات التي كانت عكس المفهوم في المقياس (5) فقرات وتحمل التسلسل (6، 10، 13، 16، 19)، أما باقي الفقرات فكانت باتجاه المفهوم، أما بدائل الاستجابة على فقرات المقياس فكان خماسياً (تتطبق عليّ دائماً، تتطبق عليّ غالباً، تتطبق عليّ أحياناً، تتطبق عليّ نادراً، لا تتطبق عليّ أبداً) وتتراوح درجات الاستجابة بين (5-1) درجة للفقرات التي باتجاه المفهوم، وبالعكس للفقرات التي عكس المفهوم، وبذلك تكون الدرجة القصوى للمقياس (100) درجة والدرجة الدنيا للمقياس (20) درجة وبمتوسط فرضي (60) درجة، وبهذا أصبحت الأداة جاهزة للتطبيق على عينة البحث الأساسية (400) طالباً وطالبة من المرحلة الجامعية.

◆ التطبيق النهائي:-

قام الباحثان بتطبيق المقياس على عينة البحث الأساسية المشار إليها في جدول (2) وأبالغة (400) طالب وطالبة واتبع الباحث الإجراءات الآتية:

1. يوضح لأفراد العينة ان الفائدة من تطبيق المقياس لأغراض البحث العلمي.
2. قدم الباحثان استمارة المقياس والتعليمات المرفقة معه، بالإجابة عن جميع الفقرات وان وقت الإجابة مفتوح وطبق المقياس بصورة جماعية.
3. جمع استمارات المقياس بعد التأكد من اجابة الجميع على فقرات المقياس.

◆ عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها:-

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج البحث ومناقشتها وتفسيرها حسب اهدافه وفق الأطار النظري للبحث والدراسات السابقة والأستنتاجات التوصيات والمقترحات التي توصل إليها الباحث، وفيما يلي عرض للنتائج التي توصل إليها الباحثان:-

اولاً: عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها:

الهدف الأول: درجة الرضا التواصلي لدى طلبة الجامعة:

قام الباحثان بتطبيق مقياس الرضا التواصلية بصورته النهائية على أفراد عينة البحث البالغ عددهم (400) طالباً وطالبة، وتم استخراج المتوسط الحسابي لدرجات عينة البحث والبالغ (74,4150)، وبانحراف معياري قدره (9,98128)، في حين بلغ المتوسط فرضي (60)، وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة ظهر أن القيمة التائية المحسوبة البالغة (35,176) اكبر من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1,960) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399) ولصالح متوسط العينة مما يدل على وجود الرضا التواصلية لدى طلبة جامعة ديالى، والجدول (10) يوضح ذلك.

جدول (10)

نتائج الاختبار التائي لدلالة الفرق بين المتوسط الحسابي لعينة البحث والمتوسط الفرضي لمقياس الرضا التواصلية

المتغير	عينة البحث	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية	
				المحسوبة	الجدولية
الرضا التواصلية	400	77,5550	9,98128	35,176	1,960

*القيمة التائية الجدولية عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399) = (1,960).

تُشير نتائج الهدف الأول الى وجود الرضا التواصلية لدى طلبة الجامعة، ويفسر الباحث هذه النتيجة في ضوء الانموذج المتبنى لهشت (Hecht, 1978) التي تقترض بان الافراد لديهم رضا عن التواصل، ويأتي ذلك بسبب عملية التعزيز التي يحصل عليها الفرد نتيجة لتفاعله ورضاه عن التواصل مع الآخرين نتيجة للتوقعات الايجابية للفرد بشكل شبه مستمر (Hecht, b 1978: 53).

ويفسر الباحثان هذه النتيجة بان البيئة الجامعية بيئة خصبة ومليئة بالثقافة والمعززات المتنوعة فان تواصل الطلبة في الجامعة اسهل واعم واشمل من بقية الامكان العامة والتعزيز يكون غالبا ايجابي يتبعه المديح والثناء والمودة والاحترام وتبادل الافكار والآراء وتقبل اختلاف وجهات النظر، ويأتي ذلك نتيجة النضج المعرفي للطلبة والاساتذة وجميع العاملين في الجامعة، وهذا ما يشعر الفرد بالرضا التواصلية مع الآخرين ويرغب باستمرار الرضا التواصلية، فعند عدم تواصله يشعر بفراغ كبير في حياته وما يلبث الى ان ينتظر مرور هذا اليوم من اجل لقاء الاشخاص الذين تعود على التواصل معهم.

الهدف الثاني: دلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعا لمتغير الجنس (ذكور ، اناث) لدى طلبة الجامعة.

لتحقيق هذا الهدف وباستعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ظهر أن القيمة التائية المحسوبة البالغة (0,370) اصغر من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1,960) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399)، اذ لاتوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الرضا التواصلية على وفق الجنس (ذكور - اناث) والجدول (11) يبين ذلك.



جدول (11) نتائج الاختبار التائي لدلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعاً لمتغير الجنس

القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عينة البحث	الرضا التواصلية
الجدولية	المحسوبة				
1,960	0,370	10,07291	77,5321	156	الذكور
		9,94301	77,5697	244	الاناث

يفسر الباحثان هذه النتيجة بان عينة البحث متجانسة في كافة المؤثرات المحيطة بهم ولا يوجد هناك تأثير يمنعهم من التواصل مع الاخرين سواء كانوا ذكور او اناث وهذا يتبع البيئة المحيطة التي تعطي القدر المتساوي من التعامل بالنسبة للجنس ولا تعطيه اهمية كبرى فالرضا التواصلية موجود وبنفس النسبة لدى الذكور والاناث.

الهدف الثالث: دلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعاً لمتغير التخصص (علمي ، انساني) لدى طلبة الجامعة.

لتحقيق هذا الهدف استعمل الباحثان الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ظهر أن القيمة التائية المحسوبة البالغة (2,608) اكبر من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1,960) عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399)، اذ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متغير الرضا التواصلية على وفق التخصص (علمي ، انساني) ولصالح التخصص العلمي والجدول (12) يبين ذلك.

جدول (12) نتائج الاختبار التائي لدلالة الفروق الاحصائية في الرضا التواصلية تبعاً لمتغير التخصص

القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عينة البحث	الرضا التواصلية
الجدولية	المحسوبة				
1,960	2,608	10,99868	75,2234	94	العلمي
		9,55270	78,2712	306	الانساني

يفسر الباحثان هذه النتيجة بان طلبة التخصص العلمي منهمكون بالدراسة اكثر من طلبة التخصص الانساني وان اغلب وقتهم يقضونه في الدراسة بعيداً عن التواصل مع الاخرين وان طلبة التخصص الانساني يكون لديهم رضا تواصلية اكثر بحكم طبيعة دراستهم الانسانية ولقلة الضغوط



الدراسية عليهم من واجبات تحتاج الى دقة وعمل كبيرين وايضا فطبيعة المواد الدراسية ايضا تسمح لهم في بعض الاحيان التواصل مع الاخرين اكثر من طلبة التخصص العلمي.

ثانياً: الأستنتاجات

أن عينة البحث من طلبة الجامعة يتمتعون بالرضا التواصلية وانهم اعتادوا على التواصل مع الاخرين وبشكل طبيعي ويومي ومن دون الرضا التواصلية لا يستطيع الفرد الاستمرار بالحياة والتعايش مع البيئة المحيطة.

ثالثاً: التّوصيات:

على التدريسيين في الجامعة تعزيز العلاقات الايجابية بين الطلبة وتضمينها في موضوعاتهم الدراسية من خلال توظيف الرضا التواصلية في شخصية الطالب الجامعي من خلال النشاطات اللاصفية التي تظهر فيها شخصية الطالب الجامعي المتصفة بالرضا التواصلية كأ نموذج للطالب المقبول اجتماعياً والناجح في تكوين العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من خلال نضجه وفهمه للحياة بشكل صحيح.

رابعاً: المقترحات:

استكمالاً لهذا البحث والجوانب ذات العلاقة به فإن الباحثان يقترحان ما يأتي:

1. إجراء دراسة للتعرف على علاقة الرضا التواصلية مع عينة أخرى من طلبة المرحلة الثانوية ولدى المدرسين مع الطلبة والمدرسين والمدراء.
2. إجراء دراسة لمعرفة العلاقة بين الرضا التواصلية والمتغيرات الاخرى كالرضا الوظيفية في العمل، تحقيق الذات.

المصادر

- ◆ إبراهيم، علي محمد (2000): دافعية الانجاز لدى الطلبة الجامعيين كما تقيسها الفقرات الموجبة والفقرات السالبة، الاردن : كلية التربية، جامعة السلطان قابوس، مجلة دراسات العلوم التربوية، المجلد (27)، العدد(2)، الأردن.
- ◆ أبوعلام، رجاء محمود (2011): *مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية*، ط7، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- ◆ الامام، واخرون (1990): *التقويم والقياس*، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، دار الحكمة.
- ◆ بناي، الهام عكلي (2021): *الرضا التواصلية وعلاقته بالاساليب المزاجية لدى طلبة المدارس المتميزين*، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القادسية.
- ◆ الضامن، منذر (2009): *اساسيات البحث العلمي*، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط2، عمان.
- ◆ عبد الخالق، احمد محمد (1989): *الابعاد الاساسية للشخصية*، دار المعرفة الجامعية، ط4، الاسكندرية.
- ◆ عيسوي، عبد الرحمن محمد (1985): *تصميم البحوث النفسية والاجتماعية والتربوية*، بيروت: دار الراتب الجامعية، ط1.
- ◆ غنيم، محمد عبد السلام (2004): *مبادئ القياس والتقويم النفسي والتربوي*، القاهرة.
- ◆ الكبيسي، وهيب مجيد (2010): *القياس النفسي بين التنظير والتطبيق*، مؤسسة مصر مرتضى للكتاب العراقي.
- ◆ محاسنة، إبراهيم محمد (2013): *القياس النفسي في ظل النظرية الحديثة*، الأردن، دار جريب للنشر والتوزيع ، ط1.

- ◆ Anastasia, A. (1976). *Psychological testing*, New york, Macmillian publishing inc.
- ◆ Goodboy, A. K., Martin, M. M., & Bolkan, S. (2009): *The development and validation of the student communication satisfaction scale*, *Journal of Communication Education*, 58, 372–396.
- ◆ Hargie, O., & Tourish, D. (Eds.). (2000). *Handbook of communication audits for organisations*. Psychology Press.
- ◆ Hecht, M. L. (1978): *Measures of communication satisfaction*, *Human Communication Research*, 4, 350–368.
- ◆ Myers, S. A. (2001). Perceived instructor credibility and verbal aggressiveness in the college class- room, *Journal of Communication Research Reports*, 18, 354–364.
- ◆ Myers, S. A. (2004): The relationship between perceived instructor credibility and college student in- class and out-of-class communication, *Journal of Communication Reports*, 17, 129–137.
- ◆ Rudick, C. & Golsan, K. B. (2014): *Revisiting the relational communication perspective: Drawing upon relational dialectics theory to map an expanded research agenda for communication and instruction scholarship*, *Western Journal of Communication*, 255–273.
- ◆ Fransella, F. (1981). *Personality theory , Measurement and research*. London : Methuen an co.