

قياس الإقناع الإجتماعي لدى المرشدين التربويين  
الكلمات مفتاحية: الإقناع ، الاجتماعي ، المرشدون

م.د. هيام قاسم محمد مصطفى

المديرية العامة لتربية ديالى

[drhiam200@gmail.com](mailto:drhiam200@gmail.com)

### المخلص

إستهدف البحث الحالي :

١. بناء مقياس الإقناع الاجتماعي .

٢. قياس الإقناع الإجتماعي لدى المرشدين التربويين .

**حدود البحث :** تقتصر حدود البحث الحالي على المرشدين التربويين في محافظة ديالى.

**عينة البحث :** تألفت عينة التطبيق وإظهار النتائج من (٤٠٠) مرشد ومرشدة، وقد تمت الإستعانة ببرنامج الحقيبة الإحصائية للعلوم النفسية والإجتماعية (spss) في معالجة البيانات .

**نتيجة البحث :** لقد توصل البحث إلى النتيجة التالية : يتمتع المرشدون التربويون بالإقناع الإجتماعي.

وطبقاً للنتيجة التي توصل إليها البحث الحالي ، فقد تبلورت بعض التوصيات والمقترحات .

### أولاً. مشكلة البحث : Research Problem

لم تجد الباحثة مقياساً يتناسب مع عينة المرشدين سواءً في البيئة العراقية أو العربية ، لذلك جاءت محاولة الباحثة لبناء مقياس الإقناع الاجتماعي والاجابة على الاسئلة الآتية: هل لدى المرشدين القابلية على الإقناع الاجتماعي ، الذي يسهم في توجيه تعاملهم مع المسترشدين؟ لا سيما أنّ بعض المرشدين ليس لديهم القابلية على الإقناع وبالتالي تبقى الكثير من المشكلات الارشادية معلقة لاتتهدي الى طول هذا ما لاحظته الباحثة كونها عاملة بمجال الارشاد التربوي والاشراف الاختصاص لمدة طويلة الامد وتعد الدراسة الحالية محاولة للتحقق من النتائج

العملية التي توصل إليها التنظير في نظرية فاعلية الذات " الإقناع الإجتماعي " لدى عينة البحث من المرشدين في البيئة العراقية وإستناداً إلى ماتقدم فإن مشكلة البحث قد تجلت في الإجابة على السؤال الآتي :

هل يتمتع المرشدون التربويون بالإقناع الإجتماعي؟ وهل من الممكن بناء مقياس يفيد في قياس الاقناع الاجتماعي لدى المرشدين التربويين؟

ثانياً. أهمية البحث : Research Importance

١. يرى (Bandura ,1982) ، أن الأفراد الذين لديهم قدرة على الإقناع الإجتماعي يمتلكون قدرة خاصة في المواقف الصعبة ، وأن الإقناع اللفظي يستخدمه الأشخاص على نحو واسع جداً مع الثقة فيما يملكونه من قدرات ومايستطيعون إنجازه ، وأن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يحدث زيادة في مستوى فاعلية الذات ، وأنه توجد علاقة تبادلية بين الأداء الناجح والإقناع الإجتماعي في رفع مستوى الفاعلية الشخصية والمهارات التي يمتلكها الفرد (المشيخي ، ٢٠٠٩ : ٨٢) ويشير الإقناع الإجتماعي إلى عمليات التشجيع والتدعيم من الآخرين ، فالآخرون في بيئة التعلم (المعلمون والآباء والأقران) يمكنهم إقناع المتعلم لفظياً بقدراته على النجاح في مهام خاصة (125 : Bandura ,1995) ، كما أن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات ، في حصر إنتباههم على تحسين الذات بدلاً من الإهتمام بنقائص الشخصية ، In Hays , Bandura 1995: ( 143 : 2006 ) .

ومن الجدير بالذكر أن الدراسة الحالية لم تتوافر عنها دراسات سابقة تناولت متغير الإقناع الإجتماعي ، سوى دراسة عراقية ( رويح ، ١٩٩٩ ) تناولت أثر المزاج في عملية الإقناع لدى طلبة الجامعة ، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للحالة المزاجية للمستقبل في : عملية الإقناع ، إذ ظهر أن حالة المزاج الجيد للمستقبل ذات أثر كبير في زيادة فاعلية تأثير الإتصال الإقناعي ، وإستقرار أثر الإتصال الإقناعي عبر الزمن ، إذ ظهر أن الآراء المستحدثة في حالة المزاج السيء والعادي هي أكثر إستقراراً من الآراء

المستحدثة في حالة المزاج الجيد ، وقدرته على إسترجاع المعلومات ، إذ ظهر أن الأفراد في حالة المزاج السيء والعادي هم أكثر قدرة على إسترجاع المعلومات المقدمة في الإتصال الإقناعي من الأفراد في حالة المزاج الجيد (رويح ، ١٩٩٩ ، ح) ، وقد أشار كل من (Petty and Wegener 1998) إلى أن : " الدراسات تُجمَع على أن الإناث أكثر قابلية للإقناع من الذكور " (العنزي ، ٢٠٠٦ : ٢٩٥ ) .

وتأسيساً على ماتقدم يمكن إيجاز أهمية البحث الحالي بالنقاط الآتية :

١. أهمية دراسة شريحة مهمة من شرائح المجتمع ، وهم المرشدون، فضلاً عن أهمية دورهم في العملية التربوية ، وإن الباحثة لم تجد (على حد علمها) دراسة سابقة إرتباطية تناولت متغيرات البحث بصيغتها الحالية ، أو برنامجاً ارشادياً بهذا المضمون.

٢. يسهم البحث الحالي في مساعدة الباحثين على إستخدام مقياس الإقناع الإجتاعي الذي بُنيَ، على وفق البيئة العراقية

٣. ربما يفيد في عملية اختيار المرشدين وتقويمهم قبل قبولهم في ممارسة العمل الارشادي، اذ من الضروري ان يخضع المرشدون لمثل هذه الاختبارات لتوخي النجاح في عملهم الارشادي.

### ثالثاً. أهداف البحث : Research Aims

إستهدف البحث الحالي :

١. بناء مقياس الإقناع الإجتاعي للمرشدين التربويين.

٢. قياس الإقناع الإجتاعي لدى المرشدين التربويين .

### رابعاً. حدود البحث : Research Limits

تحدد البحث الحالي بالمرشدين التربويين في تربية محافظة ديالى البالغ عددهم (٧٦٠) مرشدا ومرشدة.

### خامساً. تحديد المصطلحات : Terms Limitation

الإقناع الإجتاعي Social Persuasion : " تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات (الآراء) الشفوية أو النماذج السلوكية ، والذي يوفر للفرد فرصة ملاحظة

أدائه أو قدرته من خلال الآخرين ، ويعتمد تأثير عملية الإقناع الاجتماعي إلى درجة كبيرة على خبرة ومصداقية مصادر الإقناع" (Bandura,1997) ، " وقد يكون الإقناع اللفظي داخلياً إذ يأخذ الحديث الإيجابي مع الذات " (Bandura,1995: 125) .

**التعريف النظري للإقناع الاجتماعي** : لقد تبنت الباحثة نظرية ( باندورا) فاعلية الذات وتعريفه للإقناع الاجتماعي ، في بناء مقياس " الإقناع الاجتماعي " وتفسير النتائج .

### التعريف الإجرائي للإقناع الاجتماعي

الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من أفراد العينة على مقياس " الإقناع الاجتماعي " المستعمل في البحث الحالي لقياس الإقناع الاجتماعي .  
**المُرشد التربوي**: هو عضو متخصص لنصح الطلاب في مصاعبهم الشخصية والاكاديمية والمهنية.(Webster,1986,p,14).

### اطار نظري

**مفهوم الإقناع** Persuasion concept أن رائد مفهوم الإقناع الإيجابي وفلسفته هو الفيلسوف الإغريقي ( أرسطو) قبل ٢٣٠٠ عام ، بعد ذلك لم يظهر تنظير على نحو علمي يوازيه أو يتقدمه في مجال الإقناع ، حتى القرن العشرين ، إذ " بدأت الدراسات العلمية الاجتماعية للإقناع في الثلاثينات بالبحث على المواقع . ألبورت ١٩٣٥ . وأثناء الحرب العالمية الثانية (١٩٤٢ . ١٩٤٥) كُلفت مجموعة من الباحثين ، أحدهم Carl Hovland ، لإستكشاف تأثيرات سلسلة الأفلام الوثائقية التي صُممت لتعليم الجنود المتحالفين على التهديد النازي ، ولرفع المعنويات لديهم ، ثم تابع Hovland 1953 وزملاؤه . إجراء البحوث المهمة في مجال علم النفس والاتصال ، والجمع بين براعة تجريبية في منهجية البحث مع أفكار حكيم الإقناع القديم ، وأول عالم في الإقناع ، (أرسطو) ، كان العمل في إطار الجامعة ، فقد أجرب Hovland . وزملاءه . سلسلة من التجارب لدراسة تأثيرات الإتصالات المقنعة ، على مفاهيم أرسطو ( ethos أخلاق المصدر ،

pathos مشاعر المتلقي ، logos حجج الرسالة ) ، بصورة منهجية ، وذلك باستخدام تقنيات حديثه في التجارب العلمية . " (Hovland, Janis, 1953) Kelley, في (24-25: 2003: Perloff) ، وقد إستمر النشاط العلمي منذ منتصف القرن العشرين وحتى اليوم ، فأنتج العديد من المفاهيم الإقناعية : التعزيزية ، التنافر المعرفي ، الحكم الإجتماعي ، الإقناع الإجتماعي ، وفيما يأتي عرضاً لمفاهيم الإقناع:

### - نظرية فاعلية الذات التي تبنتها الباحثة في تفسير الإقناع الاجماعي SELF- EFFICACY THEORY

ناقش العالم (١٩٧٧) ALBERT BANDURA الإقناع الإجتماعي في إطار نظرية فاعلية الذات Self- Efficacy ، وعده واحداً من مصادر فاعلية الذات ، وله دور مهم في تقديم الإحساس بفاعلية الذات ، ولاسيما في بيئة التعلم ، إذ أن المعلمين والآباء والنظائر يمكنهم إقناع المتعلم لفظياً بقدراته على النجاح في مهامه ، ويؤكد باندورا على أن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات ، من خلال الإنتباه على تحسين الذات بدلاً من الإهتمام بنقائص الشخصية ، ويعرف ( باندورا 191 , 1977, Bandura ) فاعلية الذات بأنها : " توقعات الفرد عن أدائه للسلوك في مواقف تتسم بالغموض ، وتنعكس هذه التوقعات على إختيار الفرد للأنشطة المتضمنة في الأداء ، والجهود المبذولة ومواجهة الصعاب وإنجاز السلوك . " (العبدلي ، ٢٠٠٩ : ٤٤) ويشير (1982 , Bandura) إلى أن : الكفاءة الذاتية هي عملية إقناع الذات ، وعادةً ماتأخذ شكل الحوار الداخلي (Makin, & others ,2002 :366).

وبين ( Bandura , 1986 ) بأن نظرية فاعلية الذات إشتقت من النظرية المعرفية الإجتماعية Social Cognitive Theor التي أسسها ، وأكد فيها بأن الأداء الإنساني يمكن أن يفسر من خلال المقابلة بين السلوك ، ومختلف العوامل ، وأن النظرية المعرفية الإجتماعية تقوم على الإفتراضات النظرية والمحددات المنهجية التالية :

١. أن معظم أنواع السلوك ذات هدف معين ، كما أنها موجهة عن طريق القدرة على التفكير المستقبلي ، كالتنبؤ أو التوقع ، وهي تعتمد على نحو كبير ، القدرة على عمل الرموز .

٢. يتعلم الفرد عن طريق ملاحظة سلوك الآخرين ونتائجها ، والتعلم عن طريق الملاحظة يقلل على نحو كبير الاعتماد على التعلم عن طريق المحاولة والخطأ ، ويسمح بالإكتساب السريع للمهارات المعقدة ، التي ليس من الممكن إكتسابها فقط من خلال الممارسة .

٣. يمتلك الفرد القدرة على عمل الرموز والتي تسمح بإنشاء نماذج داخلية للتحقق من فاعلية التجارب قبل القيام بها ، وتطوير مجموعة مبتكرة من الأفعال ، والإختيار لهذه المجموعة من الأفعال من خلال التنبؤ بالنتائج ، والإتصال بين الأفكار المعقدة وتجارب الآخرين .

٤. يمتلك الأفراد القدرة على التنظيم الذاتي ، عن طريق التأثير في التحكم المباشر في سلوكهم ، وعن طريق إختيار أو تغيير الظروف البيئية التي تؤثر على السلوك ، كما يضع الأفراد معايير شخصية لسلوكهم ، ويُقيّمون سلوكهم بناءً على هذه المعايير ، وهذا يمكنهم من بناء حافز ذاتي يدفع ويرشد السلوك.

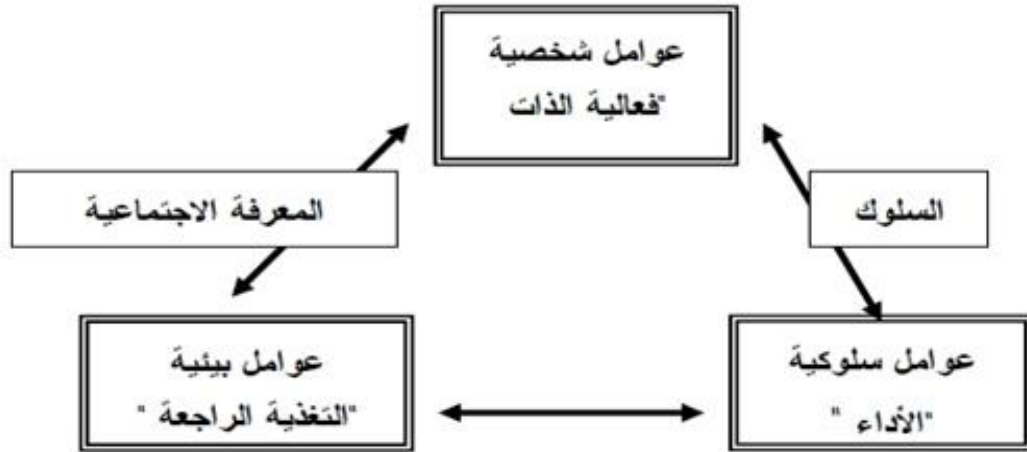
٥. يمتلك الفرد القدرة على التأمل الذاتي والقدرة على تحليل وتقييم الأفكار والخبرات الذاتية ، وهذه القدرات تتيح التحكم الذاتي في السلوك .

٦. إن قدرات الفرد هي نتيجة تطور الميكانزمات والأبنية النفسية العصبية المعقدة التي تتفاعل مع بعضها لتحديد السلوك ولتزويده بالمرونة اللازمة.

٧. تتفاعل الأحداث البيئية والعوامل الداخلية مع السلوك بطريقة متبادلة ، فالأفراد يستجيبون معرفياً وإنفعالياً وسلوكياً إلى الأحداث البيئية ، وهم من خلال

القدرات المعرفية يمارسون التحكم في سلوكهم الذاتي ، والذي يؤثر على الحالات المعرفية والإنفعالية ، وهذا يترجمه مبدأ الحتمية المتبادلة الذي يُعد من أهم إفتراضات النظرية المعرفية الإجتماعية ( Bandura , 1986: 18- 24 ) ، كما

موضح في مخطط (١).



مخطط (١)

## أنموذج الحتمية المتبادلة في نظرية فاعلية الذات

(Bandura , 1986) في (النفيعي، ٢٠٠٩ : ٥٦)

وطبقاً لهذا الأنموذج يذكر ( Zimmerman & Riggo, 1985) أن المتعلم يحتاج إلى عدد من العوامل المتفاعلة (شخصية ، وسلوكية ، وبيئية ) ، وتطلق العوامل الشخصية Personal Factors على معتقدات الفرد حول قدراته وإتجاهاته ، أما العوامل السلوكية Behavioral Factors فتتضمن مجموعة الإستجابات الصادرة من الفرد ، وعوامل بيئية Environmental Factors تشمل الأدوار التي يقوم بها مَنْ يتعاملون مع الطفل ومنهم الآباء ، والمعلمين ، والأقران (Zimmerman & Riggo, 1985:130) ، ويقرر ( Bandura 1986) : أن التبادل لايعني تماثلاً في القوة ، كما أنه لايعني أنموذجاً زمنياً ثابتاً للتأثير Bi- directional فالمؤثرات البيئية ربما تكون أقوى من المؤثرات السلوكية أو من المؤثرات الشخصية في بعض العلاقات أو عند بعض نقاط معينة أثناء التفاعل السلوكي ( المشيخي ، ٢٠٠٩ : ٧٦) .

وتناولت هذه النظرية مفهوم الإقناع الاجتماعي Social persuasion ، على أنه الإقناع الذي يتم من خلال : إتصال الفرد مع ذاته كونه مرسلًا ومستقبلًا في الوقت نفسه ، وبأخذ شكل الحوار الإيجابي مع الذات ، والذي يعرف بـ ( إقناع الذات) ، وقد عرّفه ( Bandura ) كما يلي :

١. إقناع الذات Self- Persuasion : إقناع داخلي . إقناع الذات . ويأخذ شكل الحديث الإيجابي مع الذات ( Bandura ,1995 : 125 في النفعي ، ٢٠٠٩ : ٦٤ ) أو شكل الحوار الداخلي (Makin & others, 2002, p. 366 - 367) ويعتمد المعالجة الإدراكية لمختلف مصادر الفاعلية الذاتية: المعلومات المنتقلة فعليا ، وإجتماعيا و فسيولوجياً ، ( Bandura 1995: 11) فالأشخاص الذين يقنعون انفسهم لفظيا بانهم يمتلكون القابلية على إتقان نشاط ما هم الاكثر احتمالا بان يقوموا بجهد اكبر و المحافظة عليه مما لو كانوا يكونون الشك بالذات ويهتمون بنواقصهم عند بروز مشكلة ما (Bandura , 1995:4) ، وفي هذا الصدد يشير (Makin & others, 2002, p. 366 - 367) إلى إن التحدث مع الذات يحقق تأثيره ، وهناك أدلة تقترح ان التحدث الايجابي مع الذات يمكن ان يكون له تأثير مهم ومفيد على الأداء ، ففي السياق الإكلينيكي ، يدافع كلُّ (أليس Ellis و بيك Beck) عن إستخدامه في معالجة الإضطرابات الإنفعالية ، وإن طرائق التحدث مع الذات تتباين على نحوٍ بسيط .

## ٢. إقناع الآخرين Social Persuasion

تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات (الآراء) الشفوية أو النماذج السلوكية ، وهو يوفر للفرد فرصة ملاحظة أدائه أو قدرته من خلال الآخرين ، ويعتمد تأثير عملية الإقناع الإجتماعي إلى درجة كبيرة على خبرة Experience ومصداقية Credibility ( وثقة trustworthiness وجاذبية Attractiveness ) مصادر الإقناع Bandura, ( 1997 ) ، وأن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات ، بتركيز إنتباههم على تحسين الذات بدلاً من التركيز على نقائص الشخصية ( Bandura 1995: In Hays , 2006 : 143 ) .

ويضيف ( Bandura ,1982 : 122) أن الأفراد الذين لديهم قدرة على الإقناع الإجتماعي يملكون قدرة خاصة في المواقف الصعبة ، وأن الإقناع اللفظي يستخدمه الأشخاص على نحو واسع جداً مع الثقة في ما يملكونه من قدرات ومايستطيعون إنجازه ، وأن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يحدث زيادة في مستوى فاعلية الذات ، وأنه توجد علاقة تبادلية بين الأداء الناجح والإقناع اللفظي في رفع



مستوى الفاعلية - الشخصية والمهارات التي يمتلكها الفرد (المشيخي ، ٢٠٠٩ : ٨٢) ، إن الإقناع الإجتماعي يملك حدوداً معينة لخلق حس ثابت بفاعلية الذات لكنه يمكن أن يسهم في النجاحات التي تتم من خلال الأداء التصحيحي ، فالأفراد الذين يتلقون الإقناع الإجتماعي يمتلكون القدرات للتغلب على المواقف الصعبة ، ويستطيعون أن يبذلوا جهداً عظيماً أكثر من أولئك الذين يتلقون المساعدة فقط ، وبالتالي وجود الإقناع اللفظي إلى جانب العوامل الأخرى يعمل على تهيئة الظروف الملائمة لأداء الفعال (Bandura ,1997: 95) في النفعي ، ٢٠٠٩ : ٦٤).  
 إن نظرية " فاعلية الذات " عالجت الإتصال الإقناعي ضمن الفرد Intrapersonal Persuasion إقناع الذات، وبين الأشخاص Interpersonal Persuasion الإقناع الإجتماعي ، بالإقناع اللفظي ، أي التحدث المباشر دون واسطة إتصال أخرى ، وبذلك تجاوزت عوامل التشويش ، وتوافر التغذية الراجعة في الحالتين ، على نحو مباشر من خلال الوعي بالذات في إقناع الذات أو من خلال ملاحظة الآخرين في الإقناع الإجتماعي .

أشار (باندورا) إلى العلاقة بين التأثير والإقناع ، إذ يقول: قول الشيء يجب أن لا يختلط مع الإعتقاد به ، إذ القول: أن الفرد قادر لا يعني بالضرورة إقناع الذات ، إذ أن إقناع الذات يعتمد على المعالجة الإدراكية لمختلف مصادر معلومات الفاعلية : المعلومات المنتقلة فعلياً وإجتماعياً وفسولوجياً ) (Bandura,1995: 11) وإن عدم القناعة بقابليات الفرد يخلق تصديقه السلوكي ) (Bandura,1995: 4) وإن الإقناع الإجتماعي يمكن أن يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات ، بحصر إنتباههم على تحسين الذات بدلاً من الإهتمام بنقائصهم الشخصية (Bandura,1995: In Hasy 2006: 143) وإن محفزي الفاعلية الناجحين يشجعون الافراد على قياس مدى نجاحهم في تحسن الذات وليس عبر الانتصار على الآخرين (Bandura , 1995, p.4). لقد ميَّزَ (باندورا) بين الكلام وبين الإعتقاد بالشيء أي توافر القناعة لدى الفرد من خلال المعالجة الإدراكية للمعلومات المتوافره في بنائه المعرفي ، وهو نقطة البدء في التأثير ، والتي تسبق الإقناع

بالشيء ، ولكن في حالة عدم توافر القناعة بالشيء يَعدِلُ عن السلوك الهدف، وان الإقناع يحدث بالإختيار الحر للفرد وليس بالإكراه ، إذ أن الغاية هي تحسين الذات .

### إجراءات البحث Research Procedures

إعتمدت الباحثة في البحث الحالي المنهج الوصفي ، لدراسة المتغير كما يوجد في الواقع ووصفه والتعبير عنه كميّاً من خلال إعطاء وصف رقمي يوضح مقدار وجود المتغير .

### أولاً. مجتمع البحث Population of the Research

يتألف مجتمع البحث الحالي من المرشدون التربويون للعام الدراسي الحالي في محافظة ديالى والبالغ عددهم (٧٥٠) مرشدا ومرشدة. انظر جدول (١)

#### جدول (١)

توزيع افراد مجتمع البحث حسب النوع

المجموع	الجنس		المديرية
	اناث	ذكور	
٧٦٠	٣٥١	٤٠٩	مديرية تربية ديالى

### ثانياً. عينة البحث Sample of Research

بهدف الحصول على عينة ممثلة للمجتمع الذي سحبت منه ، فقد تم سحب عينتي البناء والتطبيق على وفق طريقة العينة العشوائية ، لكل من العينتين (٤٠٠)

١- عينة البناء : إشتملت عينة البناء على (٤٠٠) مرشد ومرشدة بواقع (٢٠٠) مرشد و(٢٠٠) مرشدة.

٢- عينة التطبيق وإظهار النتائج : تكونت عينة التطبيق وإظهار النتائج من (٤٠٠) بواقع (٢٠٠) مرشدا و(٢٠٠) ومرشدة.

## بناء مقياس الإقناع الإجتماعي :

## أ. المنطلقات النظرية:

في ضوء ماتم تناوله في " الإطار النظري " لنظرية فاعلية الذات للعالم Bandura وتعريفها للإقناع الإجتماعي ، والإستفادة من الأدب النفسي والدراسات في مجال الإقناع الإجتماعي ، تم تحديد المنطلقات التي إستندت إليها الباحثة في بناء مقياس الإقناع الإجتماعي :

- نظرية فاعلية الذات ، بوصفها نظرية معرفية ، حددت مفهوم الإقناع الإجتماعي ومجالاته والذي ينطوي على محاولة الفرد إقناع الذات والآخرين بالقدرة على إنجاز المهام وتحسين الذات وتجنب التركيز على نقائص الشخصية ، لاسيما في بيئة التعلم " الآباء والمعلمون والأقران.

- تحديد مجالات الإقناع الإجتماعي الأساسية التي تمثل نطاق السلوك المراد قياسه .

## ب. تحديد مجالات مقياس الإقناع الإجتماعي :

وفقاً لنظرية Bandura فاعلية الذات ، فإن الإقناع الإجتماعي Social Persuasion يتضمن مجالين :

## أولاً. مجال اقناع الذات Self-Persuasion

وهو إقناع لفظي داخلي يأخذ شكل الحديث الإيجابي مع الذات (Bandura,1995) ، وقد يكون الوسيلة الأكثر فاعلية في الإقناع ، إذ يخلق التناقض (الصراع) داخل الشخص نفسه ، ويتحدى المعتقدات ومباني القيم ، وينظم العلاقات بين مكونات الذات (Martin Fishbein and Lcek Ajzen ١٩٩٤) وأن الأفكار الثابتة في العقل تتطوي على الإقناع الذاتي ، وحين نقنع أنفسنا بفعل ما نريد يمكن أن نتوقع إقناع الآخرين (REBECCA MCDANIEL1994).

ثانياً. مجال اقناع الآخرين Social Persuasion هو تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات (الآراء) الشفوية أو النماذج السلوكية ، ويوفر للفرد فرصة ملاحظة أدائه أو قدرته من خلال الآخرين ، ويعتمد تأثير عملية الإقناع

الإجتماعي إلى درجة كبيرة على خبرة مصادر الإقناع ومصداقيتها . وأن الإقناع الإجتماعي يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات وتجنب الإهتمام بنقائص الشخصية والذي يساعد على قياس النجاح من ناحية التحسين ( Bandura,1997 ).

**ج. صياغة الفقرات :** في ضوء ما إنطوى عليه مفهوم الإقناع الإجتماعي على وفق نظرية فاعلية الذات للعالم Bandura ، وماتاغم مع توجهاتها في الأدب النفسي في مجال الإقناع الإجتماعي ، تم صياغة ( ٢٦ ) فقرة ، توزعت على مجالين ، مجال اقناع الذات ( ١١ ) فقرات ، ومجال إقناع الآخرين ( ١٥ ) فقرة ، وقد روعي في صياغتها طبيعة البيئة العراقية ، وأنها فقرات سلبية وأخرى إيجابية ، والشروط الواجب توافرها في المقاييس النفسية ، وقد وُضِعَ أمام كل فقرة أربعة بدائل " تنطبق عليّ تماماً ، تنطبق عليّ أحياناً ، تنطبق عليّ قليلاً ، لا تنطبق عليّ إطلاقاً " ، وهذه الفقرات تمثل مقياس الإقناع الإجتماعي بصورته الأولية ، ويتكون من مجالين : إقناع الذات ، وإقناع الآخرين .

#### **د. صلاحية الفقرات :**

بعد أن تم صياغة الفقرات وتنظيم المقياس بصورته الأولية ( ٢٦ ) فقرة إذ تم عرضه على المحكمين ، من المتخصصين في مجال " الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي ، وعلم النفس ، والشخصية ، وعلم النفس الإجتماعي ، والقياس والتقويم ، والصحة النفسية " لإبداء الرأي في صلاحية مجالاته وفقراته وبدائل الفقرات ، أو حذف أو إضافة فقرات أخرى أو أي تعديل مقترح ، بما يجعل المقياس ملائماً لعينة البحث الحالي ، وهذا يعد وسيلة لقياس الصدق الظاهري ، من خلال قيام عدد من المحكمين المتخصصين بتقدير مدى تمثيل فقرات المقياس للصفة المراد قياسها (الزوبعي ، وآخرون ، ١٩٨١ : ٤٤) ، وبعد ورود ملاحظات المحكمين المتخصصين ، تم تنظيمها ، وقد ظهر أن بعضاً من الفقرات بقيت كما هي ، بعضها الآخر ناله تعديل في بناء الجملة وللحكم على صلاحية الفقرات ، على وفق ملاحظات المحكمين وآرائهم ، تم اعتماد ( مربع كاي Chi Square ) ،

وقد كانت النتائج تشير إلى ان جميع الفقرات دالة في مجال الإقناع الإجتماعي ، اذ تم الإبقاء عليها والإحتكام إلى التحليل الإحصائي (تميز الفقرات) للحكم القاطع بصلاحياتها ، وبذلك فقد بقي عدد فقرات مقياس الإقناع الإجتماعي (٢٦) فقرة ، " اقناع الذات (١١) فقرة ، و " اقناع الإخرين" (١٥) فقرة ، ملحق (١) الصيغة الأولية لمقياس الإقناع الإجتماعي للتطبيق على عينة البناء ، وقد تم تعديل بعض الفقرات واعادة صياغتها.

#### هـ. وضوح فقرات وتعليمات مقياس الإقناع الإجتماعي وحساب وقت الإجابة

بعد أن تم التأكد من صلاحية فقرات مقياس الإقناع الإجتماعي ، وضعت الباحثة تعليمات توضح للمستجيب كيفية الإجابة على فقرات المقياس ، ملحق (٢) ، كما تم تطبيق المقياس على عينة إستطلاعية مؤلفة من (٢٦) مرشداً ، وتيقنت الباحثة من وضوح التعليمات والفقرات لدى أفراد العينة وحساب وقت الإجابة .

#### و. تصحيح المقياس

في ضوء موافقة المحكمين على البدائل الرباعية للإجابة على فقرات مقياس الإقناع الإجتماعي ، وأوزانها ، تم إعتادها ، ففي حالة الفقرة الموجبة يكون وزن الإجابة متدرج من " تتطبق عليّ تماماً . لا تتطبق عليّ إطلاقاً " على التوالي " ٤ ، ٣ ، ٢ ، ١ " أما في حالة الفقرة السالبة فيكون وزن الإجابة على التوالي " ١ ، ٢ ، ٣ ، ٤ " .

#### التحليل الإحصائي لفقرات مقياس الإقناع الإجتماعي :

##### القوة التمييزية للفقرات :

إن الهدف من تحليل فقرات المقياس هو الإبقاء على الفقرات الجيدة التي تميز بين الأفراد الخاضعين للقياس ، إذ أن من الشروط المهمة لفقرات المقاييس النفسية هو أن تتصف بقوة تمييزية Discrimination power بين الأفراد من ذوي الدرجات العالية والأفراد من ذوي الدرجات الواطئة في الصفة أو السمة المراد قياسها (Gronlund,1981:253) ، لذلك كان إختيار عينة البحث الحالي

(٤٠٠) مرشد او مرشدة وعلى نحو عشوائي ، يتلائم مع الهدف من تحليل الفقرات للحصول على فقرات مميزة .

ولغرض إستخراج القوة التمييزية Discriminationpower للفقرات وإستبعاد الفقرات غير المُمَيَّزَة ، رُتبت الدرجات الكلية التي حصل عليها المستجيبون ، من أعلى درجة إلى أدنى درجة ، وسحبت ٢٧% من الإجابات التي تمثل الدرجات العليا ، و ٢٧% من الإجابات التي تمثل الدرجات الدنيا ، لتمثل المجموعتين الطرفيتين، وقد كان عدد أفراد كل من المجموعتين العليا والدنيا (١٠٨) ، وهي نسبة ٢٧% من حجم العينة البالغة (٤٠٠) طالب وطالبة، وقد كانت درجات أفراد المجموعة العليا تنحصر بين (٧٩ و ٩٤) ، ودرجات أفراد المجموعة الدنيا تنحصر بين (٥٢ و ٧٠) . و بعد ذلك تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتطبيق الإختبار التائي (t-test) لـ " عينتين مستقلتين " لمعرفة دلالة الفروق بين المجموعتين الطرفيتين العليا والدنيا لكل فقرة من فقرات المقياس ، وتعد القيمة التائية المحسوبة مؤشراً لتمييز كل فقرة من خلال مقارنتها بالقيمة الجدولية (١٩٦ر١) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ، وبدرجة حرية (٢١٤) وقد ظهر من خلال نتيجة التحليل الإحصائي أن جميع فقرات المقياس مميزة ، ماعدا الفقرة (٤) في مجال " إقناع الذات، كما يشير إلى ذلك جدول (٢) ، وبذلك أصبح عدد فقرات المقياس (٢٥) فقرة ،ملحق (٤).

## جدول (٢)

## معاملات تمييز فقرات مقياس الإقناع الإجتماعي بإسلوب العينتين الطرقتين

رقم الفقرة	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		الدالة
	الانحراف المعياري Std. Deviation	الوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	الوسط لحسابي Mean	
١	٠.٨٦٨٥٧	٢.٧١٥٩	٠.٩٦١٣٨	٣.١٨٩٩	دالة
٢	١.٠٢٥٥٩	٢.٥٦٤٨	١.٠٢٣٩٤	٣.١٣٩٥	دالة
٣	١.١٩٨٣٩	٢.٣٨٨٩	١.١١٤٨٦	٢.٩٨٠٨	دالة
٤	٠.٩٤٤٤١	١.٦٢٠٤	١.٠٠٧٠٧	١.٧٠٣٧	غير دالة
٥	٠.٨٤٢٥٨	٣.٠١٨٥	٠.٤٤٣٠١	٣.٨٣٣٣	دالة
٦	١.٠٠٦١٧	٢.١٥٧٤	٠.٨٩٧٨٢	٣.٤١٦٧	دالة
٧	١.٠١٨١٤	٢.١٣٨٩	٠.٨٤٨١٠	٣.٤٨١٥	دالة
٨	٠.٨٩٠٨٥	٢.٨٦١١	٠.٦٠٣٠٨	٣.٤٧٢٢	دالة
٩	٠.٩١١٢٦	٢.٤٦٣٠	٠.٨٦٤٦٨	٣.٣٣٣٣	دالة
١٠	٠.٩٦٦٠٢	٢.٩٦٣٠	٠.٥٠٩١٨	٣.٧٥٩٣	دالة
١١	٠.٩٩٤٦٢	١.٩٦٣٠	١.٠٢٧٦٥	٢.٨٣٣٣	دالة
١٢	٠.٨٥٧٩٩	٢.٤٥٣٧	٠.٦٩٤٦٤	٣.١٤٨١	دالة
١٣	١.٠٨٥١٦	٣.٠٠٠٠	٠.٦٨٨٨٢	٣.٥٤٦٣	دالة
١٤	٠.٨٩٤٧٨	٢.٣٨٨٩	٠.٩٣٢٢٩	٣.١٦٦٧	دالة
١٥	١.١٤٦٩٩	١.٩٥٣٧	١.١٢٩٥٥	٢.٢٩٦٣	دالة
١٦	١.٠٠٣٠٧	٢.٦٧٥٩	٠.٩٨٥٣١	٣.١٠١٩	دالة
١٧	٠.٩٤٩٢١	٢.٤٢٥٩	٠.٦٩٠٣٣	٣.٥٠٩٣	دالة
١٨	٠.٩٩٥٣٢	٢.٠٠٠٠	١.٠٥٧٤٩	٢.٨٢٤١	دالة
١٩	٠.٩٥٧٩٢	١.٨٧٠٤	١.٠٩٥١٢	٢.٣٤٢٨	دالة
٢٠	٠.٨٥١٩٢	٢.٣٢٤١	٠.٨١٠٢٧	٣.٠٨٣٣	دالة
٢١	٠.٩٧٦٣٦	٢.٣٣٣٣	٠.٨٦٠٤١	٣.٢٦٨٥	دالة
٢٢	١.٠٢٧٦١	٢.٥٠٩٣	٠.٦١٨٣٨	٣.٦٣٨٩	دالة
٢٣	٠.٩٢٨٥٢	٣.٠٨٣٣	٠.٣٩٧٦٢	٣.٨٦١١	دالة
٢٤	٠.٨٩٤٧٨	٣.٢٧٧٨	٠.٧٦٤٥٦	٣.٥٦٤٨	دالة
٢٥	١.٢١٦٧٣	٢.٥٧٤١	٠.٨٧٨٣٣	٣.٥٦٤٨	دالة
٢٦	١.٠٨٩٧٧	٢.٩٠٧٤	٠.٧٥٩١٦	٣.٦١١١	دالة

\* القيمة التائية الجدولية تساوي (١.٩٦) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٢١٤).

أسلوب إرتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس

تفترض هذه الطريقة أن الدرجة الكلية للفرد تُعد مؤشراً لصدق المقياس ، وتحاول الباحثة إيجاد العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية ( فان دالين ، ١٩٧٧ : ٤٤٨ ) ، لذلك فقد تم إستعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج معامل الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية لأفراد العينة على المقياس . الإستمارات الخاضعة للتحليل (٤٠٠) إستمارة . وقد تبين أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائياً عند مقارنتها بالقيمة الجدولية (٠.٠٩٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٣٩٨) ، بإستثناء الفقرة (٤) ، وهذا مؤشر على صدق الفقرات وأن المقياس صادقاً لقياس الظاهرة ، وكما موضح في جدول (٣).

### جدول (٣)

#### قيم معاملات إرتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس الإقناع الإجتماعي

رقم الفقرة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة	رقم الفقرة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة	رقم الفقرة	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
١	٠.١٥١	دالة	١٠	٠.٤٢٤	دالة	١٩	٠.٢٣٢	دالة
٢	٠.٢٤١	دالة	١١	٠.٣٤٩	دالة	٢٠	٠.٣٦١	دالة
٣	٠.٨٩٨	دالة	١٢	٠.٣٥١	دالة	٢١	٠.٤٠١	دالة
٤	٠.٠٢٩	غير دالة	١٣	٠.٢٧٩	دالة	٢٢	٠.٤٥٣	دالة
٥	٠.٤٣١	دالة	١٤	٠.٣١٩	دالة	٢٣	٠.٣٩٨	دالة
٦	٠.٤٨٤	دالة	١٥	٠.٢٠٩	دالة	٢٤	٠.١٨٦	دالة
٧	٠.٤٨٧	دالة	١٦	٠.٣٥٢	دالة	٢٥	٠.٣١٥	دالة
٨	٠.٣٥٥	دالة	١٧	٠.٤٩٢	دالة	٢٦	٠.٢٨١	دالة
٩	٠.٣٨٧	دالة	١٨	٠.٢٩٢	دالة			

#### أسلوب إرتباط درجة الفقرة بدرجة المجال

إن مجالي مقياس الإقناع الإجتماعي يختلف كل منهما عن الآخر، مما يتوجب إستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية للمجال الذي تنتمي إليه ، لذلك تم حساب الدرجة الكلية لكل استمارة من استمارات عينة التحليل والتي بلغ عددها (٤٠٠) استمارة على وفق مجاليّ المقياس (الإقناع الذاتي ، والإقناع الإجتماعي) ، بعد ذلك تم حساب معامل ارتباط



بيرسون بين كل فقرة والمجموع الكلي للمجال الواحد الذي توجد فيه الفقرة، وقد تبين أن جميع الارتباطات دالة إحصائياً عند القيمة الجدولية (٠.٠٩٨) ومستوى دلالة (٠.٠٥) وبدرجة حرية (٣٩٨) ، بإستثناء الفقرة (٤) وجدول (٤) يوضح ذلك.

## جدول (٤)

## قيمة معامل ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمجال

رقم الفقرة	قيمة معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمجال	المجال	رقم الفقرة	قيمة معامل ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمجال	المجال
١٢	٠.٣٣٣	٢. إقناع الآخرين (١٥) فقرة	١	٠.٢٣٤	١. إقناع الذات (١١) فقرة
١٣	٠.٣٢٢		٢	٠.٣٢٥	
١٤	٠.٣١٦		٣	٠.٣١٨	
١٥	٠.٢٨٢		٤	٠.٠٤٤	
١٦	٠.٢٢٢		٥	٠.٤٧٨	
١٧	٠.٥٠٦		٦	٠.٥٦٠	
١٨	٠.٣٨٣		٧	٠.٥٥٤	
١٩	٠.٣٣٣		٨	٠.٣٨٢	
٢٠	٠.٣٥٥		٩	٠.٤٨٦	
٢١	٠.٣٧٢		١٠	٠.٥١٠	
٢٢	٠.٤٤٥		١١	٠.٤١٤	
٢٣	٠.٤٤٦				
٢٤	٠.٢٢٥				
٢٥	٠.٤٤١				
٢٦	٠.٣٤٨				

## ح. الخصائص السيكومترية لمقياس الإقناع الإجتماعي

## أولاً. مؤشرات الصدق Validity

١. الصدق الظاهري Face Validity هذا النوع من الصدق يعني عرض فقرات المقياس على مجموعة من المحكمين للحكم على مدى صلاحيتها في قياس مايراد قياسه ( الغريب ، ١٩٨٥ : ٦٧٩ ) ، وقد تحقق الصدق الظاهري للمقياس من خلال عرضه على مجموعة من المحكمين الإختصاصيين في مجال الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي ، وعلم النفس والصحة النفسية ، والشخصية ، والقياس والتقويم ، للحكم على صلاحية الفقرات ، وكما ورد في فقرة صلاحية الفقرات . ٢

٢. صدق البناء ( المفهوم ) Construct Validity يبين هذا النوع من الصدق مدى العلاقة بين الأساس النظري للمقياس وبين فقرات المقياس ، إلى أي مدى يقيس المقياس الفرضيات النظرية التي بني عليها المقياس ، ويمكن التحقق من

دلالات صدق البناء للمقياس بإتباع أسلوب فاعلية الفقرات ، أي مدى إرتباط كل فقرة من فقرات المقياس بالدرجة الكلية على المقياس ، أو بقدره المقياس على التمييز بين الفئات أو المجموعات المتباينة في أدائها على مظهر من مظاهر السلوك ( أبو جادو ، ٢٠٠٠ ، ٤٤٠ ) ، ويوصف صدق البناء بأنه أكثر أنواع الصدق تمثيلاً لمفهوم الصدق ، الذي يسمى أحياناً ب صدق المفهوم أو صدق التكوين الفرضي ( ربيع ، ١٩٩٤ : ٩٨ ) وقد توافر للمقياس الحالي مؤشرات صدق البناء الآتية :

أ. أسلوب إرتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس : تم إستخراج قيم معاملات إرتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس الإقناع الإجتماعي ، وتبين أن جميع معاملات الإرتباط دالة إحصائياً ، بإستثناء الفقرة (٤) ، كما ورد في جدول (٣) وهذا مؤشر على صدق البناء .

ب. أسلوب إرتباط درجة الفقرة بدرجة المجال : تم حساب معامل إرتباط بيرسون بين درجة كل فقرة ودرجة المجال الذي توجد فيه ، وقد تبين أن جميع الإرتباطات دالة إحصائياً ، وكما ورد في جدول (٤) .

ج. مصفوفة الإرتباطات الداخلية : يقوم هذا النوع من الصدق على إيجاد العلاقة الارتباطية لدرجات أفراد العينة بين كل مجال من مجالات المقياس ، وبين المجال الواحد والدرجة الكلية للمقياس، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على عينة التحليل الإحصائي التي تكونت من (٤٠٠) فرد ، وباستعمال معامل ارتباط بيرسون، وقد تبين أن جميع الارتباطات دالة موجبة بين المجالات أو ارتباطها بالدرجة الكلية لمقياس " الإقناع الإجتماعي " وعند مستوى دلالة (٠,٠٥) وهذا يشير إلى صدق البناء وجدول (٥) يوضح ذلك.

## جدول (٥)

## مصفوفة الارتباطات بين مجالات مقياس الإقناع الاجتماعي

مجالات الإقناع الاجتماعي	الدرجة الكلية للمقياس	الإقناع الذاتي	الإقناع الاجتماعي
الدرجة الكلية للمقياس	١	٠٫٨٢٨	٠٫٨٧٢
إقناع الذات		١	٠٫٤٦٨
إقناع الآخرين			١

ثانياً . مؤشرات الثبات **Reliability**: تم التحقق من ثبات مقياس الإقناع الاجتماعي من خلال توافر مؤشرات الثبات التالية :

(١) طريقة الإختبار وإعادة الإختبار (الإتساق الخارجي) **Test – Retest**:

على وفق هذه الطريقة في التحقق من ثبات المقياس تم تطبيق المقياس مع مقاييس البحث على عينة مؤلفة من (٧٨) مرشدا ومرشدة بفاصل زمني " إسبوعان " بين التطبيقين ، ثم إستعمال معامل إرتباط بيرسون بين درجات التطبيقين ، وقد ظهر أن معامل الثبات للمقياس (٠٫٧٧) وهو ثبات ذات قيمة مرتفعة ، إذ أن تربيع قيمة معامل الثبات (  $r^2$  ) عندما تكون بين (٠٫٥٠ و ٠٫٧٥) تعد قيمة مرتفعة (البياتي ، ٢٠٠٨: ١٥٢) ، وبما أن تربيع قيمة معامل ثبات المقياس بطريقة إعادة الإختبار قد بلغت (٠٫٢٩٥٩) ، فإن ذلك مؤشراً على ثبات المقياس .

(٢) معادلة ألفا كرونباخ للإتساق الداخلي **Cronbach Alpha**

تم إستعمال هذه المعادلة لاستخراج معامل ثبات ألفا لمقياس الإقناع الاجتماعي ، وقد ظهر بأنه يساوي (٠٫٧٢) وهذا مؤشر على إتساق الفقرات وتجانسها .

## الخطأ المعياري للمقياس

عند تطبيق معادلة الخطأ المعياري للمقياس فقد بلغ الخطأ المعياري للمقياس (٣٫٣٤٢٢٠) بطريقة إعادة الإختبار ، عندما كان معامل الثبات (٠٫٧٥) ، في حين بلغ الخطأ المعياري للمقياس بطريقة ألفا كرونباخ (٣٫٥٣٧٠٥) درجة ، عندما كان معامل الثبات (٠٫٧٢) ، وبذلك فإن الدرجة الحقيقية للمستجيب تساوي

درجته على المقياس  $\pm$  الخطأ المعياري للقياس .يتكون مقياس الاجتماعى بصيغته النهائية من (٢٥) فقرة ويتضمن مجالين، مجال الإقناع الذاتى (١٠) فقرات ، ومجال اقناع الاخرين (١٥) فقرة، وتتراوح الدرجة الكلية للمقياس من ادنى درجة الى اعلى درجة.

### وصف مقياس الإقناع الإجتماعي بصيغته النهائية

يتكون مقياس الإقناع الإجتماعي بصيغته النهائية من (٢٥) فقرة ، ويتضمن مجالين ، مجال الإقناع الذاتى (١٠) فقرات ، ومجال الإقناع الإجتماعى (١٥) فقرة ، وتتراوح الدرجة الكلية للمقياس من أدنى درجة إلى أعلى درجة بين (١٠٠.٢٥) ، والمتوسط الفرضي (٦٢٥).

### المؤشرات الإحصائية للمقياس

لقد توافرت لمقياس الإقناع الإجتماعي المؤشرات الإحصائية التالية المبينة في جدول (٢١) ، إذ تشير القيم المعروضة فيه إلى أن المؤشرات الإحصائية تقترب من التوزيع الإعتدالي من خلال تقارب قيم مقاييس النزعة المركزية ، وإنخفاض قيمة الإنحراف المعياري ، وإنخفاض قيمتي الإلتواء والتفرطح الخاصة بتوزيع الدرجات ، وهو مؤشر إيجابي على صلاحية عينة البحث ، وكما يتضح من خلال التوزيع التكراري لدرجات أفراد العينة على فقرات المقياس ، كما في شكل (٣).

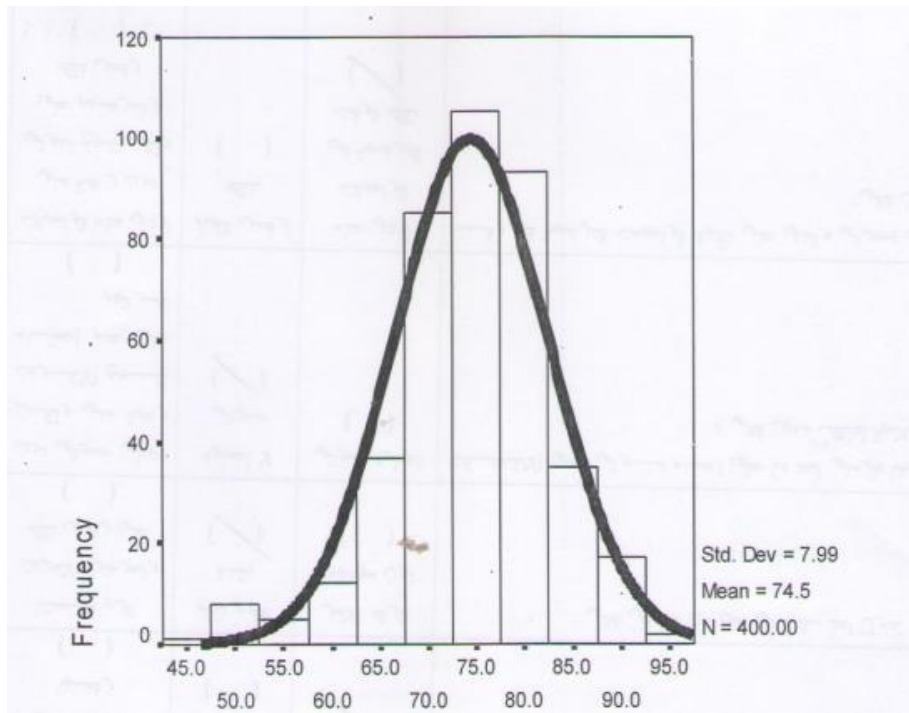
### جدول (٦)

#### المؤشرات الاحصائية لمقياس الاقناع الاجتماعى

الوسط الحسابي	Mean	٧٤٤٥٦٤ر
الوسيط	Median	٧٥٠٠٠٠ر
النوال	Mode	٧٨٠٠٠ر
الإنحراف المعياري	std. Deviation	٧٩٩٣٨٣ر
الإلتواء	skewness	- ٠٤٧٣ر
التفرطح	kurtosis	٠٨٤٩ر
أقل درجة	Minimum	٥٢٠٠٠ر
أعلى درجة	Maximum	٩٤٠٠٠ر

## شكل (١)

التوزيع التكراري لدرجات أفراد العينة على فقرات مقياس الإقناع الاجتماعي



عرضاً للنتائج التي توصل إليها البحث الحالي على وفق تسلسل أهدافه ، وتفسير هذه النتائج على وفق الإطار النظري ومناقشتها وفقاً للدراسات السابقة وخصائص مجتمع البحث ، وقد تبلور في ضوء ذلك إستنتاجات وتوصيات ومقترحات ، وكما يأتي :

#### ١. الهدف الاول : قياس الإقناع الاجتماعي المرشدين التربويين :

بعد تطبيق مقياس الإقناع الاجتماعي على عينة البحث ، أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي لدرجات أفراد العينة قد بلغ ( ٧٣٫٤٧٣٥ ) درجة ، وبإنحراف معياري قدره ( ٦٫٨٢٠٦٠ ) درجة ، وعند مقارنة هذا المتوسط الحسابي بالمتوسط الفرضي للمقياس ، الذي بلغت قيمته ( ٦٢٫٤ ) درجة ، وبإستعمال الإختبار التائي لعينة واحدة ، ظهر أن القيمة التائية المحسوبة بلغت ( ٣٢٫١٦٥ ) درجة ، ولأنها أكبر من القيمة التائية الجدولية ( ١٫٩٦ ) درجة ، فهي دالة إحصائياً ، عند

مستوى (٠.٥) وبدرجة حرية (٣٩٩) ، وهذه النتيجة تشير إلى أن المرشدون التربويون يتمتعون بالإقناع الاجتماعي ، وكما موضح في جدول (٧)

جدول (٧) الإختبار التائي لدلالة الفرق بين المتوسط الفرضي والمتوسط

الحسابي للمرشدين التربويين على مقياس الإقناع الاجتماعي

المتغير	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة *	الدلالة
الإقناع الاجتماعي	٤٠٠	٧٣٥٫٤٧٣	٦٨٢٫٠٦٠	٧٢٫٤	٣٢٫١٦٥	دالة

\* القيمة التائية الجدولية تساوي (١٩٦) عند مستوى (٠.٥) وبدرجة حرية (٣٩٩).

**تفسير نتيجة الهدف الثاني :**

إن النتائج التي يظهرها جدول (٧) تشير إلى أن المرشدين التربويين يتمتعون بالقدرة على الإقناع الاجتماعي ، وهذا يأتي منسجماً مع الإطار النظري لنظرية فاعلية الذات . الإقناع الاجتماعي ، للعالم (Bandura,1982) الذي يرى بأن : الآخرين في بيئة التعلم ، يمكن إقناعهم لفظياً بقدراتهم على النجاح في مهامهم (Bandura,1982) ، كما أن هذه النتيجة تؤكد ما ذهب إليه (أرسطو) بأن التوافق مع مشاعر الآخرين ، يُعد أحد مكونات الإقناع الاجتماعي (بورج ، ٢٠١٠ : ٢٥ - ٢٦)

**ثالثاً. التوصيات :** في ضوء نتائج البحث الحالي ، توصي الباحثة بأن تتولى وزارة التربية توجيه المدرس والمرشد التربوي في المدارس بالعمل على :

١. إعتداد محاضرات الإرشاد الجمعي سبيلاً إلى ذلك .
٢. تأكيد أهمية الإقناع الاجتماعي والإقتناع الذاتي ، في العملية التربوية ، أساساً في العلاقة بين المرشدين والطلبة ، وصولاً إلى تحقيق الأهداف المتوخاة من تنفيذ المنهج الدراسي .

٣. تنمية الوعي لدى ( الأسرة والمدرسة ) بتحمل المسؤولية في تشجيع الطلبة على تأكيد الذات وإستقلالية الرأي ، والتفكير الناقد ، لتمكينهم من تجنب الإيحاءات التي تثير عواطفهم ، أو تجعلهم مستسلمين للأفكار أو الإعتقادات الخاطئة دون تمحيص .

رابعاً. المقترحات : يقترح الباحث إجراء الدراسات الآتية :

١. إجراء دراسة مقارنة ، تتناول متغيرات البحث الحالي على عينات من طلبة مدارس المتميزين والعاديين " دراسة مقارنة " ، والفروق بين الطلبة تبعاً لمتغيري الجنس والتخصص.

٢. إجراء دراسة تتناول متغيرات البحث الحالي على عينات أخرى (تدريسيي الجامعة ومدرسي المدارس الثانوية) .

٣. إجراء دراسة تتناول متغير الإقناع الإجتماعي وعلاقته بالوعي الذاتي لدى طلبة الجامعة .

### **Abstract**

***Building a Scale of Contra Suggestion for Educational Counselors***

***A Research submitted by the specialist supervisor:***

***Inst. Hiyam Qasim Muhammad Mustaf (PhD)***

***Directorate of Education in Diyala***

***Specialized in Psychological Counseling and Educational Guidance***

***The current research aims at:***

***Building a scale of Contra Suggestion.***

***Research limits: The current research is limited to educational counselors in Diyala Governorate.***

***The sample : The sample of the study is composed of (400) male and female consolors. The researcher uses the program of statistical package for the psychological and social sciences (spss) in the processing of the data.***

***The result: The research found the following result: Building a scale of Contra Suggestion.***

***According to the findings of the present study, some recommendations and suggestions have been formulated***

## المصادر

- i. أبو جادو ، صالح محمد علي (٢٠٠٠) **علم النفس التربوي** ، عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة .
- ii. بورج ، جيمس ( ٢٠١٠ ) **الإقناع : فن إقناع الآخرين** ، ترجمة مكتبة جرير ، المملكة العربية السعودية .
- iii. ربيع ، محمد شحاته (١٩٩٤) **قياس الشخصية** ، القاهرة- دار المعرفة. في ( المصري ، محمد عبد المجيد (١٩٩٩) ) **أثر إتجاه الفقرة وأسلوب صياغتها في الخصائص السيكومترية لمقاييس الشخصية وحسب مستوى الصحة النفسية للمجيب** ، رسالة دكتوراه ، كلية التربية— جامعة بغداد ((ص٤٤-٤٥)).
- iv. - رويح ، عباس حسن (١٩٩٩) **أثر المزاج في عملية الإقناع** ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب . جامعة بغداد .
- v. - العبدلي ، سعد بن حامد آل يحيى ( ٢٠٠٩ ) **الذكاء الإنفعالي وعلاقته بكل من فاعلية الذات والتوافق الزوجي لدى عينة من المعلمين المتزوجين بمدينة مكة المكرمة** . رسالة ماجستير في علم النفس تخصص إرشاد نفسي ، كلية التربية . جامعة أم القرى .
- vi. العنزي ، فلاح محروت البلعاسي (٢٠٠٦) **علم النفس الإجتماعي** ، المملكة العربية السعودية . الرياض .
- vii. فان دالين ، ديوبولدب (١٩٧٧) **مناهج البحث في التربية وعلم النفس** ، ترجمة : محمد نبيل نوفل ، وآخرون ، مكتبة الإنجلو المصرية .
- i. المشيخي ، غالب بن محمد علي ( ٢٠٠٩ ) **قلق المستقبل وعلاقته بكل من فاعلية الذات ومستوى الطموح لدى عينة من طلاب جامعة الطائف** ، إطروحة دكتوراه في Bandura، علم النفس ، تخصص إرشاد نفسي ، كلية التربية . جامعة أم القرى.
- A.(1977a): Social Learning Theory, Englewood Cliffs, Prentice – Hall. New York ( النفيعي : ٢٠٠٩ : ٦٤ )**
- ii. **-Bandura, A. (1982). Self-Efficacy Mechanism in Human**



- iii. , Agency, *Journal of American Psychologist*, Vol. 37 (2). PP  
 iv. 122 – 147. ( في (المشيخي ، ٢٠٠٩ : ٨٢ )  
 v. Bandura, A. (1986) *Social Foundations of Thoughts & Action  
 A Social Cognitive Theory*. NJ:Prentice Hall ( في (النفيعي ، ٢٠٠٩ )  
 ٥٤ :  
 vi. Bandura, A. (1995): *Self- Efficacy in Changing Societies*,  
 Cambridge University Press, New York. P.125.  
 .vii في (النفيعي ، ٢٠٠٩ : ٦٤ ).  
 viii. Bandura, A.(1995): *Self- Efficacy In Changing* ,Cambridge  
 University Press, New York. ( في (النفيعي ٢٠٠٩ : ٦٤ )  
 ix. Bandura, A. (1995): *Self- Efficacy in Changing Societies*,  
 Cambridge University Press, New York. (In Hasy, Robert T.  
 (2006): *The Science of Learning: a systems theory perspective*.  
 P. 143).  
 x. Bandura, A. (1995): *SELF- EFFICACY: IN CHANGING  
 SOCIETIES*. Cambridge University 2002.  
 xi. Bandura, A. (1997): *Sources of leadership self-efficacy:  
 follower feedback and group performance outcomes*.  
*International Journal of Business Research*, Nov, 2007 by Lei  
 Wang.  
 xii. Makin Peter J., Cooper Cary L. & Cox Charles J. (2002):  
*Organizations and the Psychological contract*. P. 366-367.  
 MCDANIEL, REBECCA (1994): *SCARED SPEECHLEES:  
 Public Speaking STEP BY STEP*.  
 xiii. Perloff, Richard M. (2003): *The Dynamics of persuasion:  
 Communication and Attitudes in the 21<sup>st</sup> century*. 2003. P. 9-  
 10.  
 xv. Webster,Seden,New Coolege Dictionary ,G and merrianco,

### الملحق (١)

استبيان آراء المحكمين في صلاحية مجالات  
 وفقرات مقياس الإقناع الإجتماعي بصيغته الأولية  
 بسم الله الرحمن الرحيم

مديرية تربية ديالى  
 الاشراف الاختصاص

## آراء المحكمين على مقياس الإقناع الإجتماعي بصيغته الأولية

الأستاذ الدكتور ..... المحترم

تحية طيبة :

تروم الباحثة القيام بدراسة بعنوان (بناء مقياس الإقناع الإجتماعي لدى الطلبة المرشدين التربويين) يتطلب القيام ببناء مقياس لقياس ( الإقناع الإجتماعي Social Persuasion ) وقد تبنت النظرية المعرفية الإجتماعية لعالم النفس ( ألبرت باندورا ALBERT BANDURA ) ، الذي عرف الإقناع الإجتماعي بأنه : تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات ( الآراء ) الشفوية أو النماذج السلوكية ، أو قد يكون إقناعاً لفظياً داخلياً يأخذ الحديث الإيجابي مع الذات ، فيوفر للفرد فرصة ملاحظة أدائه أو قدرته من خلال الآخرين . ويعتمد تأثير عملية الإقناع إلى درجة كبيرة على خبرة مصادر الإقناع ومصداقيتها ( Bandura ) 1995, 1997.

ونظراً إلى ما تتمتعون به من خبرة ودراية علمية في مجال تخصصكم ، نتوجه الباحثة إليكم للاستعانة بأرائكم ومقترحاتكم ، إذ تضع بين أيديكم مجالات المقياس وفقراته ، راجية تفضلكم بالحكم على مدى صلاحية المجالات وصلاحية الفقرات ضمن المجال ، فضلاً عن صلاحية البدائل المستعملة في الإجابة وأوزانها مع جزيل الشكر.

/

الباحثة:

### ١. المجال الأول : الإقناع الذاتي Self-Persuasion :

وهو إقناع لفظي داخلي يأخذ الحديث الإيجابي مع الذات ( Bandura, 1995 ) ، وقد يكون الوسيلة الأكثر فاعلية في الإقناع ، إذ يخلق التناقض (الصراع) داخل الشخص نفسه ، ويتحدى المعتقدات ومباني القيم ، وينظم العلاقات بين مكونات الذات (Martin Fishbein and Lcek Ajzen ١٩٩٤)

وأن الأفكار الثابتة في العقل تتطوي على الإقناع الذاتي ، وحين نقنع أنفسنا بفعل ما نريد يمكن أن نتوقع إقناع الآخرين . ( REBECCA MCDANIEL1994 )

ت	الفقرات	صالحة	غير صالحة	التعديل
١	أتعامل مع الحجج التي تدعم الاقتناع باتخاذ القرار.			
٢	أبأشر بالعمل وأتجنب الاقتناع الذاتي بالفكرة.			
٣	أخوض الصراعات داخل الذات لأقنع نفسي باتخاذ القرار.			
٤	لا يهمني فعل الأشياء الخاطئة.			
٥	أشعر باقدرة على تحمل المسؤولية.			
٦	ينقصني الإقبال حين القدوم على مناقشة فكرة أو عمل ما .			
٧	استطيع اقناع الآخرين عندما اقتنع بفكرة.			
٨	أتحدى المعتقدات بفعل اقتناعي الذاتي بهدف الاقتناع بالصيغة الذاتية.			
٩	أصر وبحماس في تنفيذ المهام التي يتوجب علي القيام بها.			

### المجال الثاني : الإقناع الإجتماعي Social Persuasion :

هو تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات (الآراء) الشفوية أو النماذج السلوكية ، ويوفر للفرد فرصة ملاحظة أدائه أو قدرته من خلال الآخرين . ويعتمد تأثير عملية الإقناع الإجتماعي إلى درجة كبيرة على خبرة مصادر الإقناع ومصداقيتها . وأن الإقناع الإجتماعي يساعد الأفراد على مواجهة عدم الثقة بالذات وتجنب التركيز على نقائص الشخصية ويساعد على قياس النجاح من ناحية التحسين ( Bandura,1997 ) .

ت	الفقرات	صالحة	غير صالحة	التعديل
١	أتعامل مع الحجج التي تدعم الاقتناع باتخاذ القرار.			
٢	أبشر بالعمل وأتجنب الاقتناع الذاتي بالفكرة.			
٣	أخوض الصراعات داخل الذات لأفنع نفسي باتخاذ القرار.			
٤	لايهمني فعل الأشياء الخاطئة.			
٥	أشعر بأقدرة على تحمل المسؤولية.			
٦	ينقصني الإقبال حين القدوم على مناقشة فكرة أو عمل ما .			
٧	استطيع اقناع الاخرين عندما اقتنع بفكرة.			
٨	أتحدى المعتقدات بفعل اقتناعي الذاتي بهدف الاقتناع بالصيغة الذاتية.			
٩	أصر وبحماس في تنفيذ المهام التي يتوجب عليّ القيام بها.			

ت	الفقرات	صالحة	غير صالحة	التعديل
١	لدي القدرة على التأثير على زملائي في تغيير آرائهم			

			نحو الأصح.	
٢			أغضب حين يعترض الآخريين على حديثي وأحاول إقناعهم بالقوة.	
٣			إقناع الآخريين بفكرة أو سلوك من قبلي يمكنني من تقييم أدائي وقدرتي من خلال عيونهم.	
٤			أمارس الاثارة النفسية عندما أهدف الى إقناع أحد بموضوع معين.	
٥			يثق زملائي بأقوالي أو تصرفاتي .	
٦			إفعالي موضع إحترامم زملائي .	
٧			أجادل وأتحدى وإتهم في لأقناع . من يختلف معي في الرأي .	
٨			لأجل إقناع زميلي بفكرة أو فعل ما أبدأ من نختلف .	
٩			يتأثر أقراني بممارساتي أو سلوكي الذي يعدهونه أنموذ.	
١٠			لدي خبرة تساعدني على إقناع زملائي بقدرتهم على مهامهم الدراسية والتحسن .	
١١			أختار انسب الاوقات زماناً ومكاناً ومزاجا حين إقناع زملائي بفكرة أو عمل معين.	

١٢	أحاول الوصول إلى مشاعر ايجابية مع الآخرين			
١٣	أركز على حركات من أتجاوز معه .			
١٤	الإقناع بالنسبة لي هو هزيمة الآخر وليس تغيير الرأي الخاطيء.			

## ملحق (٢)

## الصيغة النهائية التطبيقية لمقياس الإقناع الإجتماعي على عينة البناء

ت	الفقرات	تتطبق عليّ تماماً	تتطبق عليّ أحياناً	تتطبق عليّ قليلاً	لا تتطبق عليّ أبداً
١	أحدث نفسي بالحجج وأقنعها حين أقدم على إتخاذ قراراتي .				
٢	أتجنب إقناع ذاتي بالفكرة ثم أبدأ العمل .				
٣	أعيشُ حالة من الصراعات داخل الذات لإقناع نفسي بفعل ما أراه مهماً.				
٤	أشعر بالذنب حينما أفعل شيئاً خاطئاً ، من غير إقناع لنفسي بفعل ما أعتقد أنه الأفضل .				
٥	أشعر بالقدرة على تحمل المسؤولية فيما أمارسه من سلوك.				
٦	تتقضي الثقة بالنفس عند مناقشة فكرة ما .				
٧	تتقضي قوة الإرادة على القيام بعمل ما .				
٨	أستطيع إقناع الآخرين عندما أقنع نفسي بفكرة أو فعل ما.				
٩	أمارس الإقناع الذاتي بالصيغة الواقعية للقيم والمعتقدات.				
١٠	يتملكني الإصرار الشديد في تنفيذ المهام التي يتوجب عليّ القيام بها .				

١١	يغمرني الحماس في تأدية واجباتي المدرسية .			
١٢	أتمتع بقدرة التأثير على زملائي في تغيير آرائهم .			
١٣	أميل إلى إقناع الآخرين بالصياح والقوة .			
١٤	ألتمس قدرتي على إقناع الآخرين من نظراتهم .			
١٥	أعتمدُ على الإثارة النفسية للشخص الذي أستهدف إقناعه بموضوع معين .			
١٦	أتجنب إثارة التفكير المنطقي للشخص الذي أستهدف إقناعه بموضوع معين.			
١٧	أشعر بثقة زملائي بما أقول أو أتصرف .			
١٨	أعتمدُ الجدل في إقناع زملائي الذين يختلفون معي في الرأي .			
١٩	أبدأ بالأمر المختلف عليها ، حينما أقدم على إقناع زميل بفكرة أو فعل ما .			
٢٠	أصبحت بعض سلوكياتي إنموذجاً لزملائي .			
٢١	معرفتي تساعدني على إقناع زملائي بقدرتهم على أداء مهامهم الدراسية .			
٢٢	أعتمدُ التوقيت الملائم نفسياً ، حين أقدم على إقناع زملائي بفكرة معينة .			
٢٣	أحرص على الوصول إلى مشاعر الآخرين الإيجابية .			
٢٤	أتابع حركات من أتجاوز معه ، لمعرفة مظاهر الضيق أو القبول والرضا .			
٢٥	أعتقد أن الإقناع هو هزيمة الآخر نفسياً.			
٢٦	أعتقد أن الإقناع هو تغيير الرأي الخاطيء.			

## ملحق (٣)

## الصيغة النهائية لمقياس الإقناع الإجتماعي المطبقة على عينة التطبيق وإظهار النتائج

ت	فقرات الإقناع الذاتي	تتطبق عليّ تماماً	تتطبق عليّ أحياناً	تتطبق عليّ قليلاً	لا تتطبق عليّ أبداً
١	أحدث نفسي بالحجج وأقنعها حين أقدم على إتخاذ قراراتي .				
٢	أتجنب إقناع ذاتي بالفكرة ثم أبدأ العمل .				
٣	أعيشُ حالة من الصراعات داخل الذات لإقناع نفسي بفعل ما أراه مهماً .				
٤	أشعر بالقدرة على تحمل المسؤولية فيما أمارسه من سلوك .				
٥	تنقصني الثقة بالنفس عند مناقشة فكرة ما .				
٦	تنقصني قوة الإرادة على القيام بعمل ما .				
٧	أستطيع إقناع الآخرين عندما أقنع نفسي بفكرة أو فعل ما .				
٨	أمارس الإقناع الذاتي بالصيغة الواقعية للقيم والمعتقدات .				
٩	يتملكني الإصرار الشديد في تنفيذ المهام التي يتوجب عليّ القيام بها .				
١٠	يغمرني الحماس في تأدية واجباتي المدرسية .				
ت	فقرات الإقناع الإجتماعي	تتطبق عليّ تماماً	تتطبق عليّ أحياناً	تتطبق عليّ قليلاً	لا تتطبق عليّ أبداً
١١	أتمتع بقدرة التأثير على زملائي في تغيير آرائهم .				
١٢	أميل إلى إقناع الآخرين بالصياح والقوة .				
١٣	ألتمس قدرتي على إقناع الآخرين من نظراتهم .				
١٤	أعتمدُ على الإثارة النفسية للشخص الذي أستهدف إقناعه بموضوع معين .				
١٥	أتجنب إثارة التفكير المنطقي للشخص الذي أستهدف إقناعه بموضوع معين .				
١٦	أشعر بثقة زملائي بما أقول أو أتصرف .				
١٧	أعتمدُ الجدل في إقناع زملائي الذين يختلفون معي في الرأي .				
١٨	أبدأ بالأمر المختلف عليها ، حينما أقدم على إقناع زميل بفكرة أو فعل ما .				
١٩	أصبحت بعض سلوكياتي إنموذجاً لزملائي .				
٢٠	معرفة تساعدني على إقناع زملائي بقدرتهم على أداء مهامهم الدراسية .				
٢١	أعتمدُ التوقيت الملائم نفسياً ، حين أقدم على إقناع زملائي بفكرة معينة .				



				أحرص على الوصول إلى مشاعر الآخرين الإيجابية .	٢٢
				أتابع حركات من أتجاوز معه ، لمعرفة مظاهر الضيق أو القبول والرضا .	٢٣
				أعتقد أن الإقناع هو هزيمة الآخر نفسياً .	٢٤
				أعتقد أن الإقناع هو تغيير الرأي الخاطيء .	٢٥