



ISSN: 1817-6798 (Print)

Journal of Tikrit University for Humanities

available online at: www.jtuh.org/

**Assist. Prof. Dr HOSSM MAHMOUD
SABBAR HAMAD**

Tikrit University/College of Education for Human
Sciences

MARYAM KHADER SALEH ISMAIL

Tikrit University/College of Education for Human
Sciences

* Corresponding author: E-mail :
marem.k.saleh@st.tu.edu.iq

Keywords:

The art of persuasion
the engineering of persuasion
the art of dialogue
social persuasion
influencing others

ARTICLE INFO

Article history:

Received 4 Jan. 2021

Accepted 17 Feb 2022

Available online 31 Oct 2022

E-mail t-jtuh@tu.edu.iq

©2022 COLLEGE OF Education for Human
Sciences, TIKRIT UNIVERSITY. THIS IS AN
OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY
LICENSE

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



Persuasive Communication among Educational Counselors

A B S T R A C T

The aim of the research is to identify the level of persuasive communication among male and female counselors in Kirkuk. The research community included male and female counselors in Kirkuk for the academic year (2021-2022), which numbered (300) male and female counselors, amounting to (134) male and female counselors: (166) female counselors, and (126) male and female counselors. They were divided into those with service (less than 10 years) and (174) men and women with service (more than 10 years). A sample of this community was selected, which numbered (150) men and women, consisting of (67) mentors, (83) mentors, and (63) guides and guides with service (less than 10 years) and (87) guides with service (more than 10 years). In order to achieve the objectives of the research, a scale of persuasive communication was built, in its initial form of (42) items within four areas. They are (self-communication (12) paragraphs, social communication (12) paragraphs, emotional communication (8) paragraphs, functional communication (10) paragraphs). To verify the validity of the scale, it was presented to a group of experts and specialists in the field of education and psychology. According to their views, two paragraphs were deleted from the scale, therefore, the scale became composed of (20) items, and in front of each paragraph (5) alternatives were placed. After processing the search data, the search showed the following results:

1-Men and women counselors have an acceptable or average level of persuasive communication with statistical significance.

2-The sample counselors have a higher level of persuasive communication than the counselors.

3-Men and women guides with a number of years of service (more than 10 years) have a higher level of persuasive communication than their colleagues with a number of years of service (less than 10 years).

In light of these results, the researcher developed a set of conclusions, recommendations and suggestions.

© 2022 JTUH, College of Education for Human Sciences, Tikrit University

DOI: <http://dx.doi.org/10.25130/jtuh.29.10.2.2022.20>

الإتصال الإقناعي لدى المرشدين التربويين

أ.م.د. حسام محمود صبار / جامعة تكريت/كلية التربية للعلوم الانسانية

مريم خضر صالح/ جامعة تكريت/كلية التربية للعلوم الانسانية

الخلاصة:

هدف البحث التعرف على مستوى الاتصال الإقناعي لدى المرشدين التربويين في كركوك , شمل مجتمع البحث المرشدين والمرشدات في كركوك للعام الدراسي (٢٠٢١-٢٠٢٢) والبالغ عددها (٣٠٠) مرشد ومرشدة تم اختيار عينة من هذا المجتمع بلغ عددها (١٥٠) مرشدا ومرشدة , من أجل تحقيق أهداف البحث تم بناء مقياس للاتصال الإقناعي تكون بصورته الأولية من (٤٢) فقرة ضمن أربعة مجالات هي (الإقناع الذاتي (١٢) فقرة , الإقناع الاجتماعي (١٢) فقرة , الإقناع الوجداني (٨) فقرات , الإقناع الوظيفي (١٠) فقرات) , ومن أجل التحقق من صدق المقياس تم عرضه على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في مجال التربية وعلم النفس , ووفقا لآرائهم تم حذف فقرتين من المقياس ليصبح المقياس مكونا من (٤٠) فقرة ووضعت امام كل فقرة (٥) بدائل هي (تنطبق علي دائما , تنطبق علي غالبا , تنطبق علي احيانا , تنطبق علي نادرا , لا تنطبق علي) , وبعد ذلك تم التأكد من تطبيق المقياس على عينة استطلاعية تكونت من (٢٠) مرشدا ومرشدة من اجل التأكد من وضوح الفقرات وحساب متوسط زمن الإجابة والذي بلغ (٣٢,٥) دقيقة , وتم تطبيق المقياس على عينة أخرى بلغ عددها (١٠٠) مرشد ومرشدة لحساب تمييز الفقرات وعلاقة درجة كل فقرة بالدرجة الكلية , وقد تبين ان جميع الفقرات كانت مميزة ما عدا فقرتين تم حذفهما , وتم حساب ثبات المقياس بطريقة إعادة الاختبار والاتساق الداخلي وكان معاملي الثبات تساوي (٠,٨٥ , ٠,٨٢) على الترتيب . وبذلك اصبح المقياس بصورته النهائية مكون من (٣٨) فقرة . وبعد معالجة بيانات البحث اظهر البحث النتائج الآتية :

- ١- إن المرشدين التربويين يتمتعون بمستوى او متوسط من الاتصال الإقناعي وبدلالة احصائية
 - ٢- إن لمرشدات التربويات العينة مستو عاليا من الاتصال الإقناعي اكثر من المرشدين .
 - ٣- ان المرشدين التربويين من ذوي عدد سنوات الخدمة (اكثر من ١٠ سنوات) لهم مستوى من الاتصال الإقناعي اعلى من زملاءهم من الذين لديهم عدد سنوات خدمة (اقل من ١٠ سنوات)
- وفي ضوء هذه النتائج وضعت الباحثة مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات والمقترحات
- الكلمات المفتاحية:** {فن الإقناع، هندسة الإقناع، فن الحوار، الإقناع الاجتماعي، التأثير على الآخرين}

مشكلة البحث

تعتبر عملية الاتصال الإقناعي من أصعب عمليات الاتصال التي تواجه المرشد التربوي أثناء مراحل حياته , فهو ركيزة أساسية لبلورة الأفكار وجعلها تتماشى مع ميول ورغبات الأفراد , ويعتبر الإقناع حاجة ضرورية يعتمد عليها لتغيير أو تعديل بعض السلوكيات أو الاتجاهات أو المعتقدات , فطبيعة عملية

الاتصال الإقناعي تعتمد على مجموعة من الأساسيات لكي تنجح بطريقه مباشره أو غير مباشره والهدف الرئيس هو التواصل بين أفراد المجتمع الواحد وبين مختلف المجتمعات.

ويمكن الإشارة إلى إن الاتصالات الإقناعية للمرشد التربوي تعاني القصور في الإدارة المدرسية في الاستفادة من قنوات الاتصال المتاحة للقيام بوظائفها المتعددة , والتي يتطلب تنفيذها للقيام بالاتصال بجهات متعددة , سواء داخل المدرسة أو خارجها والفئات المعنية بهذه الإدارة إلى النظام التعليمي ذاته , الذي يحدد قنوات الإتصال الإقناعي , ويحدد استخدامها في الإدارة المدرسية , وقد يعود أيضاً إلى عوامل ذاتية للمرشد الذي تنشأ عن ضعف كفاءة المرشد التربوي في مجال عمله المدرسي الإرشادي , وعدم مهارته في استخدام الاتصال الإقناعي على الوجه الأكمل , وأن مهنة الإرشاد من المهن العلمية الدقيقة التي تحتاج إلى أعداد سابق لها , وهي ليست من المهن التي يمارسها كل شخص وأن الشخص الذي يمارسها يجب أن يكون لديه المهارات الإرشادية اللازمة, ولذلك فإن مهنة الإرشاد تصاحبها أهميه مساعده الشخص في حل مشاكله ولذلك يحتاج المرشد إلى المؤهلات اللازمة لحل المشكلات (الحراشة , ٢٠٠١: ٦).

ويرى الباحثان أن إخفاق المرشد عن إقناعه للآخرين وما تصدر عنه من إيماءات وانفعالات غير مناسبة يؤدي إلى الالتباس في المعاني فيصبح عائق ما بينه وبين الآخرين إثاء عملية الإتصال الإقناعي , وإن بناء شخصية سليمة و صحية قادرة على تحمل المسؤولية والتحديات ومواكبة التطور العلمي الجديد فأننا نبنينا على أسس علمية حديثة , ويتفق علماء النفس والتربية بأن شخصية الفرد وتعديل سلوكياته الإيجابية وتحديد سماته النفسية يتأثر في طريقة التواصل الاجتماعي والتربوي والتعليمي للمرشدين التربويين .ومن هنا تبرز مشكلة البحث الحالي كخطوة أولى للكشف عن مستوى الاتصال الإقناعي إذ إن هناك قصورا في طريقة التواصل والإقناع لدى المرشدين وقدرتهم على حل المشكلات وإقناع ذاتهم وإقناع الآخرين من خلال تواصلهم الجيد مع الآخرين أن تعامل المرشد التربوي مع المشكلات المختلفة والمتنوعة وكيفية مواجهه هذه المشكلات تتطلب منهم جعل الأفراد الآخرين متقبلين لوجود تلك المشكلة والحلول المطروحة وهذا يتطلب وجود وسيلة لاتصال الإقناعي المناسب لهذا شعرت الباحثان بوجود حاجة لأجراء دراسة علمية تسعى للكشف عن الاتصال الإقناعي للمرشد التربوي من خلال رحلة التعلم في كثير من مدارس البلد وإتباع سلوك إيجابي للمرشدين تربويين بشكله الصحيح.

أهمية البحث (Research importance)

وما لاشك فيه أن الاتصال الإقناعي من الأساليب المحببة في العملية التربوية، فيه تثبت المعلومات، وترسخ المفاهيم ويعطي للموضوع حيوية مما يساعد في تربيتها وتوجيهها نحو المثل الأعلى كما يساعد على تأجيل الفكرة في النفس وتعميقها ويبدو أن التعليم والإرشاد النفسي يتفقان من حيث الهدف المشترك، حيث يسعى كل منهما لإثارة الدافعية للتعليم، لكن يبدو أن هذا التشابه بين الاثنين لا يستمر طويلاً، حيث أن أفعال المعلمين وانشطتهم تتجه أساساً نحو الجوانب العقلية المعرفية وهي تقع خارج نطاق حياة الطلاب الشخصية، وبينما يعمل المرشد النفسي التربوي على استبطانات الخبرات والمشاعر من الطالب الذي يتعامل به. (الداهري، ٢٠٠٥: ٩٨).

والإرشاد التربوي هو عملية تربوية ومهنية متطورة أصبحت لها قيم ومفاهيم محددة وأغراض واضحة وأساليب مقتنعة تستجيب جميعاً للحاجات الإرشادية المطلوبة. (الأسدي، ٢٠٠٣: ٣٨).

وإن عملية الإرشاد عملية تربوية نفسية إنسانية واجتماعية تسعى إلى تطوير عملية الإيصال الإقناعي ورفع قدرتها وتحسين، مردوها ومعالجة المشكلات والعقبات التي تواجهها على وفق أساليب علمية تربوية ونفسية. (زهران، ١٩٨٠: ١٨).

إن التفاعل الاجتماعي هو أهم العناصر الحية في العلاقات الاجتماعية والعملية الإرشادية، حيث أن هذه التفاعل يتخذ مجموعة من الأشكال أهمها: التعاون، التنافس، التوافق، والصراع، فعندما يلتقي مجموعة من المرشدين في جماعة وجهاً لوجه يبدأ الاتصال الإقناعي والتفاعل الاجتماعي حيث أن هذه الجماعة يكون لديها مجموعة من الأهداف يتم تحقيقها من خلال أحداث التفاعل الاجتماعي الجيد يضاف إلى ذلك أنه ومن الدقة أن نطلق على هذا التفاعل اسم (التفاعل الاجتماعي الثقافي) (كنعان وحسين، ٢٠٢٢: ٢٦٤).

ولأن المدرسة هي ثاني أهم المؤسسات المسؤولة عن التنشئة الاجتماعية، فإنها يقع على عاتقها مسؤولية كبيرة جداً في توجيه سلوك الطلاب ليكون سلوكاً إيجابياً، فالموجه أو المرشد التربوي الفاعل له دور كبير في تعزيز السلوكيات الجيدة يولد لدى الطالب مناعة ذاتية من السلوكيات الخاطئة، إذ أن من أهداف المرشد التربوي الفاعل تعزيز سلوك الطالب بدلاً من معاقبته (الغامدي، ٢٠١٨: ١٢١).

إذ يتحمل المرشد التربوي مسؤوليات تربوية وتعليمية لتعزيز القيم الإسلامية والأخلاق النبيلة وتنمية المهارات والقدرات الفكرية والبدنية وفق ماتطلبه هذه المرحلة من عوامل لرعاية السلوك وعليها الدور الكبير

في صياغة الفكر وتنمية القدرات وتوجيهها لمعترك الحياة لدى الناشئة تكاملاً مع الدور الأسري ولا سيما في الجوانب السلوكية وفق الأسس التربوية لرعاية السلوك (ال غواء , ٦٤:٢٠١٤) .

أهداف البحث (Aims of Research) .

يهدف البحث الحالي إلى التعرف على :

- مستوى الاتصال الإقناعي لدى المرشدين التربويين .
- الفروق ذات الدلالة الإحصائية في مستوى الاتصال الإقناعي لمتغير الجنس (الإناث و ذكور) .
- الفروق ذات الدلالة الإحصائية في مستوى الاتصال إقناعي تبعاً لمتغير الخدمة (١-١٠) سنوات (١٠- فما فوق) .

حدود البحث (Limitaions of Research) .

يقتصر البحث الحالي بالمرشدين التربويين في المديرية العامة للتربية في محافظة كركوك ولكلا الجنسين للعام الدراسي ٢٠٢١ / ٢٠٢٢ .

تحديد المصطلحات (Limitaion Terms) .

الإتصال الإقناعي (Persuasive Communication) .

عرفه كل من :

(مكاوي ٢٠٠٧):

انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والمشاعر أيضا , وهو نشاط أنساني حيوي وإن الحاجة إليه في ازدياد مستمر .(مكاوي, ١٤٨:٢٠٠٧) .

التعريف النظري للباحثة (الإتصال الإقناعي) :

عملية تفاعلية موجهة بصورة قصدية يقوم بها المرشد لإيصال معلومات إرشادية محددة تعمل على تعديل سلوك الآخرين بصورة ايجابية .

أما التعريف الإجرائي للاتصال الإقناعي :

الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من خلال إجابته عن الفقرات مقياس الإتصال الإقناعي الذي أُعد لهذا الغرض .

المرشد التربوي : هو شخص حاصل على الشهادة الجامعية في احد فروع العلوم الإنسانية (إرشاد نفسي ، خدمة اجتماعية ، علم النفس...الخ). ومكلف من وزارة التربية والتعليم أو وكالة الغوث الدولية أو من أحد المؤسسات الغير حكومية بمهمة الإرشاد في مدارس أو الجمعيات الأهلية ويقدم مجموعة من الخدمات نفسية ، تربوية ، اجتماعية ، وخدمات العلمي (دروزة ، ٢٠٠٤: ٥٥).

الفصل الثاني

الإطار النظري :

الاتصال الإقناعي .(persuasive communication)

ويشير الاتصال الإقناعي إلى علم التفاعلات بين الأشخاص التي من شأنها أن تعمل أثراً سلوكية ، وأن الاتصال الإقناعي اتصال مخطط يشمل التداخلات المقصودة ويستهدف تحقيق تغيرات محددة سابقاً في السلوك العلني أو الخفي للمستقبل المستهدف .(جاد : ١١:٢٠٠٣).

والاتصال الإقناعي عملية كلامية الذي يهدف بالتأثير العقلي والعاطفي لدى المتلقي أو الجمهور بقصد تفاعله إيجابياً مع الفكرة والاعتماد على الحجج والبراهين الإثباتية ، أما الإقناع فهو الأثر الواضح من عملية الإقناع لدى المتلقي إذا توفرت الظروف ، تحقيقاتها وتهيات من لدن المرسل المقنع فيحصل الانسجام بين الرغبة الذاتية والإمكانات المتاحة والهدف المطلوب ، وبهذا يمكننا القول بأن الاتصال الإقناعي هو جهد اتصالي لساني بالدرجة الأولى ومؤسس على قصد ، ومخطط له سابقاً وفق أهداف معينة لاستمالة المتلقي ، وتعديل سلوكه ، ومواقفه الشخصية ، ويتميز الإقناع في الاتصال بأنه نشاط من طبيعة مغايرة ، فالغاية الأولى والأخيرة للرسالة هي التأثير في الآخر والدفع به إلى تبني موقف ما أو إقتناء منتج أو التخلي عن سلوك ما ، وأنه الحاصل النهائي الذي يتحول الرأي بموجبه من مجرد فكرة بلا سند إلى سياق ينوع من ومن الأدوات الحجج المصاحبة لها .(بنكراد : ٢٠٠٩: ١٨٧).

ويرى المهتمين بالأمر أن الحكم على هذا العلم يجب أن ينطلق من الإجابة عن السؤال القائل :هل أوجد العلم إغراءات مقنعة تستطيع السيطرة على السلوك الإنساني؟ وأياً ما كانت أساليب الاتصال الإقناعي ,فناً أو علماً, فإنها سوف تزداد تفاعلها في السيطرة على السلوك الإنساني .(ديلفر وبول ,ملفين وسياندرا :١٩٩٨ :٣٧٨).

خصائص الاتصال الإقناعي

ينبغي أن تكون عمليات الاتصال إقناعي هادفة يستفيد من أهدافها الإنسانية في جميع البلدان بنسب ودرجات متباينة بغض النظر عن الجنس والمهنة والعمر والمستوى الاقتصادي والاجتماعي , وتتباين كفاءة الأشخاص في إدارة الاتصال الإقناعي نظراً لأختلافهم من حيث مدى معرفتهم لأسس الإقناع ومبادئه , وخبرتهم فيه , وطبيعة موضوع الإقناع , والأهداف المطلوب تحقيقها من العمليات الإقناعية وأستعداد المستهدفين للإقتناع , وتمتد آثار العمليات الاتصال الإقناعي (الإيجابية أو السلبية) في بعض الأحيان إلى عدة سنوات وتصيب أجيالاً عديدة , ويقدم القرآن الكريم مثلاً رائعاً يبين فيه كيف امتدت تلك الآثار الذي ترتبت عن إقتناع سيدنا آدم عليه السلام وزوجته بأكل الثمرة المحرمة تحت تأثير إغراءات الشيطان , ويؤكد هذا قوله تعالى .(يا آدم أدلكَ على شجرة الخلد لا يبلى)سورة طه الآية ٤٦) فأخرجهما الله من الجنة أو قد تحملت ذريته آثار ذلك الإقتناع إلى يوم يرث الله الأرض .(منير : ٢٠٠٨ : ١٨).

ومن اهم الخصائص الذي يتميز به الاتصال الإقناعي :-

●التخطيط : يقوم به المصدر أو القائم , أي يخطط له مسبقاً .

●تحويل الوظيفة السيكولوجية :- يهدف تحقيق الإستجابة العلمية من جانب المتلقي .

●أفتراض تجاوز البناء السيكولوجي للشخص :-أي تحويلك ألى فرد آخر .

ويستهدف تغيير وجهة نظر ما عند الشخص أو الجماعة , ولذلك فهو يخاطب العواطف والوجدان والانفعالات كثيراً , بالإضافة إلى هذا فإن عملية الاتصال الإقناعي يستخدم محتوى الرسائل عبر رسائل الإعلام استخداماً متعددًا.(برغوث : ٢٠٠٥ : ٢٠).

الفصل الثالث

منهجية البحث واجراءاته

استخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي الذي يهتم بجمع اوصاف دقيقة وعلمية عن الظاهرة المدروسة, ووصف المشكلة وتفسيرها, ووضع الحلول لها.

ولغرض تحقيق اهداف البحث فلا بد من تحديد مجتمع البحث واختيار عينة ممثلة له وإعداد مقياس يتسم بالصدق والثبات ومن ثم استعمال الوسائل الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات هذا البحث ومعالجتها، وسوف يتم في هذا الفصل استعراض هذه الإجراءات وكالاتي:

أولاً: مجتمع البحث .

تحدد مجتمع البحث الحالي بالمرشدين والمرشدات في المدارس المتوسطة والثانوية التابعة لمديرية تربية محافظة كركوك للعام الدراسي (٢٠٢١-٢٠٢٢) م , والبالغ عددهم (٣٠٠) مرشدا ومرشدة , اذ حصل الباحثان هذه المعلومات من مديرية تربية كركوك حسب كتاب تسهيل المهمة .

ثانياً: عينة البحث .

اختار الباحثان عينتها بطريقة عشوائية بسيطة تألفت عينة البحث من (١٥٠) مرشدا ومرشدة من المجتمع الكلي وهم يمثلون (٥٠%) من المجتمع الكلي .

ثالثاً :- أداة البحث .

ونظرا لعدم توفر ادوات جاهزة وملائمة لقياس متغيرات البحث الحالي تطلب من الباحثين اعداد مقياس لقياسها .

كما ويقوم بناء المقاييس والاختبارات على عدد من الأسس منها :

- يجب أن يتناول المقياس أو الاختبار مشكلة من مشاكل الحياة العامة التي لا تتفق عليها الآراء وتتمثل المشكلة في البحث الحالي بالاتصال الاقناعي .
- إن استجابة الفرد لأسئلة المقياس يجب أن تتقرر بشعوره أو وجدانياته نحو المشكلة.

ولتحقيق أهداف البحث الحالي تطلب أداة واحدة لقياس الاتصال الاقناعي وفي الآتي وصف الأداة والخطوات المتبعة في إعدادها :

مقياس الاتصال الاقناعي :

لأجل بناء مقياس الاتصال الاقناعي كان على الباحثان الاطلاع على دراسات وأدبيات تناولت هذا المتغير , ولم تجد أداة صالحة تتلاءم مع مجتمع بحثها وعينتها , لذا كان عليها اعداد مقياس لقياس الاتصال الاقناعي وفقاً للخطوات الآتية :

اعداد مجالات مقياس الاتصال الاقناعي :

ووجدت ان معظم هذه الدراسات اتفقت على ان الاتصال الاقناعي يتكون من المجالات الآتية :

١- الاقناع الذاتي,ب- الاقناع الاجتماعي,ج- الاقناع الوجداني,د- الاقناع الوظيفي

لذا اعتمدت الباحثان هذه المجالات في اعداد مقياس الاتصال الاقناعي .

إعداد الصيغة الأولية للمقياس :

بعد الاطلاع على الدراسات والبحوث ذات العلاقة, وإجراء استبيان استطلاعي مفتوح على مجموعة من المرشدين والمرشدات من كلا الجنسين من أجل جمع أكبر قدر ممكن من الفقرات , فضلاً عن مراجعة العديد من الخبراء والمتخصصين في مجال العلوم التربوية والنفسية , وتوصلت الباحثان إلى مجموعة من الفقرات التي تم تحديدها استناداً إلى تعريفات الاتصال الاقناعي والنظريات التي تخص هذا المتغير والتي تبنتها الباحثان في اعداد أدواتها وصياغة الفقرات , اذ تمكنت الباحثان من صياغة فقرات وزعتها على المجالات المذكورة اعلاه وكما يأتي :

١- الاتصال الذاتي (١٢) فقرة ,ب- الاتصال الاجتماعي (١٢) فقرة ,ج-الاتصال الوجداني (٨) فقرات ,د- الاتصال الوظيفي (١٠) فقرات .

أي ان المقياس شمل (٤٢) فقرة , وتضم كل فقرة خمسة بدائل هي (تنطبق علي دائماً , تنطبق علي غالباً , تنطبق علي احياناً ' تنطبق علي نادراً , لا تنطبق علي ابداً) , وقامت الباحثان بصياغة تعريفاً نظرياً لكل مجال من المجالات الاربعة .

الصدق الظاهري:

قامت الباحثان بعرض المقياس بصورته الأولية على مجموعة من الخبراء والمختصين في مجال العلوم التربوية والنفسية وبلغ عددهم (٢٠) خبيراً لإبداء آرائهم من خلال الحكم على وضوح التعليمات والفقرات ومدى تحقيقها للهدف المطلوب وصلاحيه الفقرات في قياسها للاتصال الاقناعي ، واستعملت الباحثان مربع كاي للتأكد من صلاحية الفقرات، وفي ضوء ذلك تم حذف فقرتين فقط من المجال الرابع (الاقناع الوظيفي) ، واصبح عدد الفقرات (٤٠) فقرة ، كما تم تعديل (٨) فقرات بواقع (٣) فقرات من المجال الاول (الذاتي) وفقرتين من المجال الثاني (الاجتماعي) ، وفقرتين من المجال الثالث (الوجداني) وفقرة واحدة من المجال الرابع (الوظيفي) .

التطبيق الاستطلاعي

من أجل التأكد من وضوح تعليمات المقياس وفقراته من حيث صيغتها أو لغتها، ومدى ملائمة البدائل، وكذلك بغية تحديد الوقت اللازم للإجابة قام الباحثان بتطبيق المقياس على عينة استطلاعية بلغت (٢٠) مرشدا ومرشدة حيث تم تطبيق المقياس عليهم وطلب منهم تحديد كل ما يجدونه غامضاً وغير مفهوم سواء كانت تعليمات الاختبار أو مواقفه فكانت نتيجة التجربة وضوح التعليمات والفقرات وطريقة الإجابة، كما حسب الباحث زمن استجابة جميع المرشدين والمرشدات ، وقد تراوح مدى الوقت المستغرق في الإجابة (٢٥ - ٤٠) دقيقة وبمتوسط مقداره (٣٢,٥) دقيقة.

التحليل الإحصائي لفقرات مقياس الاتصال الاقناعي :

استعملت الباحثان في حساب القوة التمييزية للفقرات المكونة للمقياس أسلوب المجموعتين المتطرفتين وأسلوب علاقة الفقرة بالدرجة الكلية، وفيما يلي توضيح للإجراءات المتبعة في كل أسلوب

١ - أسلوب المجموعتين المتطرفتين **Contrasted Groups** :

ولغرض التحقق من القوة التمييزية للفقرات قامت الباحثان بتطبيقها على عينة مكونة من (١٠٠) المرشدين التربويين وبعد تصحيح استجاباتهم تم ترتيب الاستمارات تنازلياً ، وفي ضوء الترتيب اختارت الباحثان (٢٧%) من الدرجات العليا و(٢٧%) من الدرجات الدنيا، إذ تشير الأدبيات إلى ان اعتماد هذه النسبة في اختيار المجموعات المتطرفة لأغراض التحليل من شأنها أن تقدم لنا مجموعتين بأقصى ما يمكن من حجم وتمايز .

وقد ضمت كل من المجموعتين (٢٧) استمارة وبذلك حصلت الباحثان على مجموعتين الأولى تمثل المجموعة العليا والثانية تمثل المجموعة الدنيا، واستعان الباحثان ببرنامج الحقيبة الإحصائية (SPSS) إذ تم معالجة البيانات وذلك بحساب (t. test) للمجموعة العليا والمجموعة الدنيا لعينتين مستقلتين.

أظهرت النتائج أن جميع الفقرات صالحة إذ تبين أن قيمتها التائية المحسوبة أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ما عدا فقرتين هي الفقرة الرابعة من المجال الاول (ا) الذاتي) والفقرة السابعة من المجال الثاني (الاجتماعي)، وبذلك أصبح عدد فقرات المقياس (٣٨) فقرة .

٢- أسلوب علاقة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس :

اعتمدت الباحثان في التحليل الإحصائي للفقرات على إيجاد معامل الارتباط بين الفقرة والدرجة الكلية للمقياس فبعد أن تم تصحيح استجابات أفراد العينة البالغة (١٠٠) مرشدا ومرشدة، الذين طبق عليهم مقياس الاتصال الاقناعي لأغراض حساب تمييز الفقرات، وتم إيجاد معامل الارتباط بين درجات أفراد العينة على كل فقرة ودرجاتهم الكلية على المقياس ، واستخدمت الباحثان معامل ارتباط بيرسون لحساب العلاقة، فتبين أن جميع فقرات الاختبار دالة إحصائياً بعد معالجتها بالاختبار التائي لمعاملات الارتباط وأن القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٩٨) تساوي (١,٩٨) حيث تراوحت القيم التائية بين (٣,٩٢٤ - ١٢,٥٣٤) ما عدا فقرتين هما الفقرة الرابعة من المجال الاول (الذاتي) والفقرة السابعة من المجال الثاني (ا) الاجتماعي) ووفقاً لمعيار ايبل (Ebel,1972) والذي يؤكد على أن قبول الفقرة إذا كان معامل ارتباطها (٠,١٩) فأكثر (Ebel,1972:406) .

كما حسب الباحثان علاقة درجة الفقرة بالمجال الذي تنتمي اليه باستخدام معامل ارتباط بيرسون فتبين أن جميع فقرات الاختبار دالة إحصائياً بعد معالجتها بالاختبار التائي لمعاملات الارتباط وأن القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٩٨) تساوي (١,٩٨) حيث تراوحت القيم التائية بين (٣,٩٢٤ - ١٢,٦٩٩) ما عدا فقرتين هما الفقرة الرابعة من المجال الاول (الذاتي) والفقرة السابعة من المجال الثاني (الاجتماعي) .

الثبات:

● إعادة الاختبار :

ولتحقيق ذلك قام الباحثان بتطبيق الاختبار على عينة بلغت (٣٠) مرشدا ومرشدة وقد اختيرت بطريقة عشوائية, وذلك بإعادة تطبيق الاختبار بفارق أسبوعين على العينة نفسها بعد الحصول على الاستمارات واستخراج الدرجات في كلا التطبيقين, استخدمه الباحثان معامل ارتباط بيرسون بين درجات الاختبار وكان معامل الارتباط (٠.٨٥) وهو معامل ثبات عال يمكن الركون إليه إذ يشير المختصون في القياس النفسي إلى أن معامل الثبات كلما اقترب من (١+) دل على دقة المقياس واستقراره لقياس السمة المراد قياسها .

ب- طريقة الاتساق الداخلي (الفا كرونباخ)

استخدمت معادلة كرونباخ الفا لحساب معامل ثبات المقياس بطريقة الاتساق الداخلي , وقد تبين ان قيمة الثبات تساوي (٠,٨٢) وهذا يدل على وجود ثبات جيد للمقياس .

الصيغة النهائية للمقياس :

وبعد الانتهاء من إجراءات بناء المقياس أصبح يتكون بصورته النهائية من (٣٨) فقرة يبين بأن الفقرات توزعت على اربعة مجالات وحسب الجدول (١) كآلاتي :

جدول (١) تقسيم فقرات المجالات لمقياس الاتصال الاقناعي بصيغتها النهائية

ت	المجالات	الفقرات
١	الاقناع الذاتي	١١
٢	الاقناع الاجتماعي	١١
٣	الاقناع الوجداني	٨
٤	الاقناع الوظيفي	٨
المجموع		٣٨

تصحيح المقياس:

تضم كل فقرة من فقرات المقياس خمسة بدائل هي (تنطبق علي دائما , تنطبق علي غالبا , تنطبق علي احيانا ' تنطبق علي نادرا , لا تنطبق علي ابدا) لذا أعطيت الأوزان (٥ , ٤ , ٣ , ٢ , ١) للفقرات الايجابية، واعطيت الفقرات السلبية الأوزان من (١ , ٢ , ٣ , ٤ , ٥) ذلك حسب الدرجة الكلية على أساس مجموع أوزان الإجابة على الفقرات , اذ تراوحت درجات المقياس ما بين (٣٨ - ١٩٠) بمتوسط فرضي قدره (١١٤) .

التطبيق النهائي :

بعد أن استكمل الباحثان الإجراءات الضرورية لإعداد مقياس الاتصال الاقناعي ، قام الباحثان بتطبيق المقياسين على عينة البحث الأساسية من مرشدي ومرشدات العينة , اذ قامت بتوزيع المقياسين بالتناوب على أفراد العينة لتجنب الملل الذي يحصل عند المرشد او المرشدة .

خامسا : الوسائل الإحصائية :

اعتمد الباحثان الوسائل الإحصائية التي تلائم البحث وطبيعة أهدافه بناءً على استشارة بعض المختصين في مجال الإحصاء وباستخدام الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) .

الفصل الرابع (عرض النتائج ومناقشتها)

أولاً: عرض النتائج وتفسيرها

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج البحث على وفق أهدافه، فضلاً عن تفسير لك النتائج والاستنتاجات والتوصيات والمقترحات وكما يأتي :

الهدف الأول : التعرف على مستوى الاتصال الاقناعي المرشدين التربويين.

لغرض تحقيق هذا الهدف تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة, حيث قامت الباحثان بتطبيق مقياس الاتصال الاقناعي على عينة البحث والبالغة (١٥٠) مرشدا ومرشدة , وقد ظهر ان المتوسط الحسابي يبلغ (١١٤,١٤) درجة وبانحراف معياري مقداره (٢,٢٤) وعند مقارنة المتوسط الحسابي بالمتوسط النظري البالغ (١١٤) تبين أن المتوسط الحسابي لدرجات العينة أكبر من المتوسط النظري وعند تطبيق الاختبار التائي (T.test) لعينة واحدة، أظهرت النتائج عدم وجود فرق دال إحصائياً بين

المتوسطين، وإن القيمة التائية المحسوبة تساوي (٠,٧٧) وهي أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (١٤٩) وجدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢)

نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لدلالة الفرق بين المتوسط المتحقق والمتوسط النظري للاتصال الإقناعي

المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
الاتصال	١١٤,١٤	٢,٢٤	١١٤	١٤٩	٠,٧٧	١,٩٦	غير دالة

ومن خلال النتائج المبينة في الجدول (٢) يمكن التوصل إلى ان للعينة مستوى متوسطا من الاتصال الإقناعي، اذ تدل استجابات عينة الدراسة بهذا المستوى بأن المرشدين التربويين يحاولون تطوير ذاتهم ليكون اتصال إقناعي بأعلى مستوياته من خلال المشاركة في الأنشطة التربوية ، والتعاون مع أولياء الأمور في حل مشكلات الطلبة ، والمشاركة في اتخاذ القرارات ، مما يدل على انفتاح اتصالهم الإقناعي من خلال اتقافهم بالكثير من الأمور لديهم ، وبدوره يتحسن العملية الإرشادية في المدارس نحو الأفضل ، كل ذلك أدى في تحقيق مستوى متوسط من الاتصال الإقناعي عند المرشدين التربويين ، وأن هذه النتيجة تعطي مؤشراً على تمكن المرشدين التربويين بدورهم المهني الفاعل في مجالهم المهني الإرشادي والذي من خلاله يستطيعوا أن يشبعوا حاجاتهم النفسية والاجتماعية ، ويحققوا من خلاله مستوى مقبولاً من تحقيق الذات وتكاملها.

الهدف الثاني: التعرف على دلالة الفروق في الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير الجنس (ذكور - اناث)

تم معالجة البيانات إحصائياً باستعمال الاختبار التائي (T.test) لعينتين مستقلتين فأظهرت النتائج وجود فرق دال إحصائياً بين المرشدين والمرشدات في الاتصال الإقناعي ولصالح المرشدات من أفراد العينة، إذ بلغ متوسط درجات المرشدين في الاتصال الإقناعي (١١٣,٢٧) درجة بانحراف معياري قدره (١,٤٨)، في حين بلغ متوسط درجات المرشدات في الاتصال الإقناعي (١١٤,٨٤) درجة بانحراف معياري قدره (٢,٥٠)، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة (٤,٥٥) وهي أعلى من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٤٨) جدول (٣) يوضح ذلك.

جدول (٣)

نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لدلالة الفرق في مستوى الاتصال الاقناعي تبعاً لمتغير الجنس)
ذكور - إناث)

نوع العينة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٦٧	١١٣,٢٧	١,٤٨	١٤٨	٤,٥٥	١,٩٦	دالة
إناث	٨٣	١١٤,٨٤	٢,٥٠				

ومن خلال النتائج المبينة في الجدول (٣) يمكن التوصل إلى أن المرشحات يتفوقن على الذكور في درجة الاتصال الاقناعي، يفسر الباحثان سبب تفوق المرشحات على المرشدين في مجالهم الإرشادي والمهني، بأن المرشحات لديهن صفة الوجدان والدفء والرحمة والمودة والصبر والنضال في سبيل التطور والإيجابية، وعندهن شعور عالي بالمسؤولية ، , مع العلم توفر الكثير من الامتيازات للذكور الذي يحابى به الذكور على الإناث وأيضاً بما يتعلق بالحریات على مختلف الأصعدة والانشطة التي ينحرم منها الإناث , وأن نتيجة البحث الحالي حول وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث في الاتصال الإقناعي تتسم بالواقعية والمنطق إذا ما عرفنا واقع الخلفیات الثقافية لكثير من المجتمعات ودورها في تنشئة الفرد وتمييز الذكور على الإناث في مجالات كثيرة

الهدف الثالث: التعرف على دلالة الفروق في الاتصال الاقناعي تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة (اقل من ١٠ سنوات , اكثر من ١٠ سنوات) .

أشارت نتائج المعالجة الإحصائية إلى وجود فرق دال إحصائياً في الاتصال الاقناعي بين المرشدين التربويين في عدد سنوات الخدمة ولصالح المرشدين التربويين من ذوي عدد سنوات الخدمة (اكثر من ١٠ سنوات) ، إذ بلغ متوسط درجة من ذوي عدد سنوات الخدمة (اكثر من ١٠ سنوات) في الاتصال الاقناعي (١١٤,٥٣) درجة وبانحراف معياري قدره (١,٩٩) في حين بلغ متوسط درجات المرشدين التربويين من ذوي عدد سنوات الخدمة (اقل من ١٠ سنوات) في الاتصال الاقناعي (١١٣,٦٠) درجة وبانحراف معياري قدره

(٢,٤٦) درجة, وعند استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين أظهرت النتيجة أن القيمة التائية المحسوبة والبالغة (٢,٥٤) درجة هي أكبر من القيمة التائية الجدولية والبالغة (١,٩٦), عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٤٨) مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً كما في جدول (٤).

جدول (٤)

نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لدلالة الفرق في مستوى الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة

نوع العينة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
أكثر	٨٧	١١٤,٥٣	١,٩٩	١٤٨	٢,٥٤	١,٩٦	دالة
أقل	٦٣	١١٣,٦٠	٢,٤٦				

من خلال النتائج المبينة في الجدول (٤) تبين وجود فرق دال إحصائياً لمستوى الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة, ويفسر الباحثان بنتائج بحثها بأن المرشدين التربويين من ذوي الخدمة الطويلة قد أكتسبوا مهارات توجيهية إرشادية مهنية أساسية ورئيسية خلال تلك السنوات من خلال ممارستهم المستمرة بعملهم الإرشادي وتماهم المباشر مع الطلبة في المدارس الثانوية والمتوسطة , ويعتبر التدريب العملي والمباشر من أفضل الطرق لاكتساب المهارات الإرشادية ولتنمية الاتصال الإقناعي لديهم , وتعتبر الخبرة السابقة من أهم ما يقدمه المرشدين بمجال عملهم الإرشادي المقنع , ونلاحظ أيضاً بعدم توفير فرص التعيين لذوي الخدمة الأقل في مجال الإرشاد وتعتبر من أهم العوائق في نسبة انخفاض لذوي الخدمة أقل في المجال الإرشادي .

الاستنتاجات :

من خلال نتائج البحث يمكن للباحث استنتاج ما يأتي :

- ان المرشدين والمرشدات في كركوك يمتلكون اتصالاً إقناعياً عالياً وبدلالة إحصائية .

- ان للمرشديات مستو عال من الاتصال الاقناعي اكثر من المرشدين .
- ان للمرشدين والمرشديات من ذوي عدد سنوات الخدمة (اكثر من ١٠) سنوات اتصالا اقناعيا اكثر من المرشدين والمرشديات من ذوي عدد سنوات الخدمة (اقل من ١٠) سنوات .

التوصيات :

وبناء على نتائج البحث , فان الباحثان توصي بما ياتي :

- الاهتمام بتنمية الاتصال الاقناعي لدى المرشدين والمرشديات في كركوك .
- اعداد برامج ارشادية وندوات وورشات عمل من اجل تنمية الاتصال الاقناعي .

المقترحات :

واستكمالا للدراسة الحالية يقترح الباحثان اجراء الدراسات الاتية :

- اجراء دراسات تتضمن برامج ارشادية لتنمية الاتصال الاقناعي لدى طلبة اقسام العلوم التربوية والنفسية .
- اجراء دراسات للكشف عن العلاقة الارتباطية بين الاتصال الاقناعي ومتغيرات اخرى مثل مستوى الطموح و الذكاء الاجتماعي .

Sources :

1. al ghwa' rayid (2014): dawr almadrasat fi tanmiat alsuluk al'ijabi. [https // www. 'asiranbi. Com / ortic / es](https://www.asiranbi.Com/ortic/es)
2. al'asadiu , saeid jasim (2003): al'iirshad altarbawi: mafhumuh , khasayisuh , mahiatuh , dar althaqafat , eaman.
3. aldaahiri , salih (2005): altafaeul al'ijtimaieiu , ealam alkutub , alqahirati.
4. alghamidi, 'arij eabd allah (2018): almadrasat wadawruha fi taeziz alsuluk al'ijabi. [https // sh ms. Sa / authoroing / 4664 /](https://sh.ms.Sa/authoroing/4664/)
5. alharahishata, salim aihmad salih (2001): tqwyat mihnati - lilmurshidin altarbawiiyn al'urduniyiyn fi muqabalat al'iirshad fi daw' nazariaat al'iirshad wabaramij altadribu, 'utruhat dukturah (ghayar manshura), kuliyyat 'abn rushd, jamieat baghdad.
6. binikrad du. saeid (2009): alsuwrati al'iishhariatu: aliaat al'iqnae waldilalatu, ealam alkutub, alqahirati.
7. dilfar , bul , milafayn , siandra (1998): 'iiealam , tarjamat kamal nazariaat , t 2 , aldaar alduwliat lilnashr waltawzie, alqahirata, misr.
8. duruzatu, 'afnan nazir (2004): 'asasiaat eilm alnafsi altarbawi, t 1, alshuruq lilnashr waltawzie w eaman, al'urdunu.
9. jad , du. suhayr (2003): wasayil al'aelam wal'atsalnaaei, alqahirati, alhayyat aleamat almisriat lilkitabi, alqahirati, misr.
10. Kanaan, Wafaa and Hussein, Hossam. (2022). Creative guidance for educational counselors in the General Directorate of Education in Kirkuk Governorate. Tikrit University Journal of Human Sciences, Vol.(29), p.(1).
11. mikawi , hasan eimad , eatif abarahim (2007): nazariaat al'atsal (t 1 , alqahiratu).
12. munir, eabdallah zayd (2008): fanu al'iidarati lil'iqnaei, t 3, dar dijlat lilnashr waltawziei, eamaan - al'urdunu.
13. na, barghuth, eali (2005): al'atishal al'iqnaeiu, t 1, ghazat, filastin.
14. zahran, hamid eabdalsalam (1980): altawjih lil'iirshad alnafsi, ealam alkutub, alqahirati.