

## الاتصال الإقناعي وعلاقته بالأبداع الإرشادي لدى المرشدين التربويين

أ.م.د. حسام محمود صبار

جامعة تكريت / كلية التربية للعلوم الانسانية

مستخلص البحث:

يعتبر الإقناع حاجة ضرورية يعتمد عليها لتغيير أو تعديل بعض التصرفات أو الاتجاهات ، فعملية الأتصال الابداعي تعتمد على حزمة من القواعد حتى تنجح بطريقة مباشرة او غير مباشرة ، ويهدف البحث الحالي الى قياس مستوى الاتصال الإقناعي وعلاقته بالابداع الإرشادي لدى المرشدين ، واهداف اخرى يسعى الباحث لتحقيقها من خلال البحث الحالي . بلغ عدد افراد عينة البحث ( ١٠٠ ) مرشدا ومرشدة ، قام الباحث بأعداد أداة للكشف عن المتغير الاول أذ قام باتباع الخطوات اللازمة لاستخراج الصدق والثبات ، فبلغ معامل الثبات باستخدام طريقة الفا كرونباخ ( ٠.٨١ ) هذا بالنسبة للأداة الاولى ، أما بخصوص أداة البحث الثانية تبنى الباحث مقياس الابداع الإرشادي الذي اعده ( الجميلي : ٢٠٢٢ ) إذ بلغ معامل الثبات ( ٠,٨٦ ) لهذه الاداة وهو معامل ثبات جيد. وبعد ان قام الباحث بإيجاد معاملي الصدق والثبات لمتغيري البحث الحالي تم تطبيق المقياسين على عينة البحث الحالي ، وبعد جمع استمارتي المعلومات عولجت البيانات احصائيا باستخدام الحقيبة الاحصائية

مشكلة البحث

تعد عملية الاتصال الإقناعي من أصعب عمليات الاتصال التي تواجه المرشد التربوي أثناء فترة عمله ، فهو ركيزة مهمة 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 الأتصال الابداعي تعتمد على حزمة من القواعد الاساسية حتى تنجح بطريقة مباشرة او غير مباشرة ، والهدف الرئيس هو التواصل بين المرشد والمسترشد بطريقة ابداعية مميزة.

وان المرشد التربوي يواجه صعوبات وتحديات متنوعة خاصة في بلدنا الذي يعاني من مشكلات متنوعة مصدرها خارجي واخرى مصدرها المرشد نفسه ، بسبب قلة المهارات الإرشادية ، وقله مهاراته في تعامله مع الطلبة بشكل صحيح ، ويرى الباحث من خلال تقارير المهتمين بهذا الامر ان المرشدين لديهم ضعف في عدة مجالات أهمها الخلفية المعرفية للأساليب الإرشادية .

أن ضعف المرشد في إقناعه للآخرين وما تصدر عنه من اشارات غير مناسبة يؤدي إلى الالتباس في الارشاد فيصبح عائق ما بينه وبين المسترشدين أثناء عملية الارشاد ، وإن بناء شخصية سليمة و صحية قادرة على تحمل

المسؤولية ومواكبة التطور العلمي الجديد فأنا نبنينا على أسس علمية حديثة ، وان شخصية الفرد وتعديل سلوكياته نحو الاحسن ، وتحديد سماته النفسية التي تتأثر في اسلوب التواصل الارشادي التربوي والتعليمي مع الطلبة.

فالكفاءة المهنية للمرشد احد ركائز العملية التربوية ، فيقع عليه الدور الاكبر فيما يتعلق بالعملية الارشادية داخل المدرسة وخارجها ، وهذا الدور يفرض عليه ان يكون متوافق السلوك ، متزن الشخصية ويمتلك الخبرة العلمية التطبيقية ليتعامل مع المشكلات بدقة ومرونة من خلال دراسة كل جوانب المشكلة من اجل النجاح في مساعدة الآخرين في التغلب على مشكلاتهم ، كذلك على المرشد ان يمتلك مهارات الاتصال الفعال من اجل اقناع المسترشدين في التغلب على مشكلاتهم ، وتعزيز دافعيتهم من اجل تعديل سلوكهم للوصول الى فرد متوافق مع نفسه وبيئته .

ومن هنا تبرز مشكلة البحث الحالي كخطوة أولى للكشف عن العلاقة بين طريقة الأتصال الإقناعي و الابداع الارشادي ، إذ أن هناك قصور في طريقة التواصل والإقناع لدى المرشدين وقدرتهم على حل المشكلات وتعديل سلوكهم ، وأن تعامل المرشد التربوي مع المشكلات المتنوعة وكيفية مواجهتها يتطلب وجود مرشد مبدع قادر على حل تلك المشكلات ، لهذا شعر الباحث بوجود حاجة لأجراء دراسة علمية تسعى للكشف عن الأتصال الإقناعي للمرشد التربوي وعلاقته بالابداع الارشادي لديهم .

#### أهمية البحث : Research importance :

تعتبر المؤسسات التربوية من أهم المؤسسات التي تنمي الشخصيات الفاعلة في مجتمعاتها ، والتربية هي وسيلة المجتمع في أحداث التغييرات التي تسعى اليها تلك المؤسسات ، لذلك أصبحت أداة للتغيير فأصبحت التربية وسيلة لتنشئة الإنسان الجديد من خلال تنمية تفكيره ومهاراته وخبراته وأنماط سلوكه.

ويتضح التكامل بين الإرشاد والتربية والتعليم من خلال التربية الحديثة التي تتضمن الإرشاد النفسي كجزء متكامل لا يتجزأ ، إذ لا يمكن الفصل التام بين التربية والتعليم وبين التوجيه والإرشاد ،فالتربية تتضمن عناصر كثيرة من التوجيه والتدريس يتضمن عناصر كثيرة من الإرشاد ، وعملية الإرشاد تتضمن التعلم والتعليم كخطوة هامة في تغيير السلوك ، ويلاحظ أن الخدمات التربوية للمرشد وخدمات الإرشاد النفسي شاملة يحتاج اليها جميع فئات المجتمع (كامل ١٩٩٨ :٤٨).

والإرشاد التربوي هو عملية تربوية ومهنية متطورة أصبحت لها قيم ومفاهيم محددة وأغراض واضحة وأساليب مقنعة تستجيب للحاجات الإرشادية المطلوبة ، أن محور فعاليات العملية التربوية بعناصرها كافة ينظر على أنها عملية مخططة ومنظمة ترمي إلى مساعدة الفرد على النمو السوي ، والتكامل في النواحي الجسمية والعقلية والاجتماعية والانفعالية بحيث يصبح قادراً على الوصول إلى مرحلة التوافق بينه وبين نفسه من جهة ، وبين بيئته من جهة أخرى. (أبو جادو: ٢٠٠٠:١٧).

وتسعى عملية الاتصال الإقناعي بالعمل الإرشادي والتربوي إلى ضمان نجاح العملية الإرشادية التي تقوم على الاحترام والتقبل والتعاطف الإيجابي بين المرشد والمسترشد والتي تحتاج إلى

علاقة إنسانية ، وبها يتولى المرشد تطوير العملية الإرشادية نحو الأفضل بخبرته المهنية ، وبأفضل معايير الجودة ،حتى يتمكن المسترشد من اتخاذ قراراته بنفسه وحل مشكلاته بشكل علمي وموضوعي وتغيير أساليبه بصورة تتلائم والتغيرات الحديثة في التعامل مع التحديات المطروحة ، وان يتوافق مع نفسه ومع أسرته ومجتمعه، مما يساعد في نموه الشخصي وتطوره الاجتماعي والتربوي والمهني والتخطيط لمستقبله وتنمية إمكانياته وقدراته إلى أقصى حد ممكن . (الخطيب : ٢٠١٠ : ٥٥)

الإرشادية.(العزة:٢٠٠٦:٥٦).

ولم يعد دور المدرسة قاصراً فقط على تحفيظ المعلومات واكتساب المعارف فحسب ،بل إن هناك أدوار أخرى يجب أن تؤديها المدرسة في تلك الجوانب ، وذلك بسبب التقدم الذي نراه كل يوم في تكنولوجيا المعلومات، والتطورات الحديثة في كافة نواحي الحياة ، ومن هنا ظهرت الحاجة لوجود المرشد التربوي الذي يتمتع بمهارات ارشادية تساهم في جودة الخدمات سلوك الأفراد ،والتأثير في قناعاتهم وآرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم ، وبالتالي فهذه الدعامات الأساسية تركز على الربط بين المرسل أو القائم بالاتصال والمتلقي ، لكن هذه العملية تحتاج إلى أسلوب ابداعي مميز يتطلب مهارات اكتسبها القائم بالاتصال من خبرته الاتصالية الإقناعية ويحتاج إلى تقنيات معينة تهدف إلى تحقيق الهدف المرغوب .(عبوي: ٢٠٠٨:٣٧).

إذ تكمن الأهمية الكبيرة للإقناع واستخداماته في جميع المجالات وحتى في العلاقات الإنسانية ، فهو وسيلة ودعامات لتغيير

من هنا فقد أصبح المجتمع يُحمّل المؤسسات التربوية أدواراً للتجديد المستمر والدائم لبرامجها ،وذلك لبناء الشخصية الإنسانية الإقناعية والإيجابية في نظرتها للحياة تلك الشخصية التي لا تتواءم مع الجديد فحسب، وإنما تعمل على التأثير فيه وقيادته باتجاه خدمة مجتمعه واستخدام لغة الحوار والإقناع والتواصل ، ويعتبر المرشد التربوي من القيادات الهامة في المجتمع، والتي تتعامل مع عقليات وثقافات وأنماط سلوكيه مختلفة ،وهذا التعامل تتحدد صعوبته في التعامل مع المسترشد، ولذلك يستلزم أن يكون المرشد التربوي ذا شخصية تتميز بقدرتها على استيعاب المواقف المختلفة ،وفهم أساليب تفكير الطلبة وإقناعهم بالخيارات الإيجابية الصحيحة، كما أن المرشد التربوي يحتاج إلى أن يكون قادراً على فهم وتعزيز ذاته وإجراء التغييرات اللازمة لذلك .(العبودي: ١٩٩٠: ١٤)

لقد أكدت دراسة (العبودي ،٢٠٠٨) أن الأفراد ذوو الشعور العالي بالذات أقل تأثراً بالرسالة الإقناعية من الأشخاص ذوو الشعور الواطئ، إذ انهم من السهل التأثير فيهم والتلاعب بمدركاتهم الحسية من خلال عملية الإقناع ، وأن القدرة على جذب الآخرين لأتباع طريقة تفكيرك دون إجبار أو إكراه يعد ابداعاً ، إذ على كل مرشد تربوي يظهر للآخرين أنه أهل للمهمة ، ويحفز فريقه على الإنتاجية في العمل ، ويعد استخدام المرشد التربوي لتقنيات الاتصال الإقناعي كشكل من أشكال التأثير أفضل طريقة لجعل الآخرين يرون الأشياء كما نراها، ولكسب التأييد والقدرة على الاستمرار .(العبودي: ٢٠٠٨: ٣١٢).

وفي ضوء ما سبق يتحتم على المرشدين التربويين والمدرسين أن يهتموا بالحوار مع طلبتهم ، لأن الحوار الهادئ ينمي عقل الطلبة ويوسع مداركهم ، ويزيد من نشاطهم في الكشف عن حقائق الأمور، وأن تدريب الطالب على المناقشة والتواصل بالحوار يأخذ المربين إلى قمة التربية والبناء ،وعندها يستطيع الطالب أن يعبر عن حقوقه ، وبإمكانه أن يسأل عن امور لم يدركها ، وبالتالي تحدث انطلاقة فكرية فيغدوا في مجالس الكبار ،لأنه تدرّب في بيئته مع والديه على الحوار ،وأدبه وطرقه ، وأساليبه واكتسب سلوكيات ايجابية جديدة من بيئته ، (جبار : ٢٠٠٠:٣٠).

أن عملية الإرشاد عملية تربوية نفسية إنسانية واجتماعية تسعى إلى تطوير وسائلها ومعالجة المشكلات والعقبات التي تواجهها على وفق أساليب علمية تربوية ونفسية يحرص المرشد من خلالها ان تكون جديدة ومتميزة تلائم التغيرات العلمية والمعرفية الحديثة ، وينبغي أن تكون العملية الارشادية متوفرة فيها عنصر الإقناع وتعديل السلوك في أي جلسة علمية هادفة ، ويستفيد منها المرشدين في إدارة العمليات الإقناعية نظراً لاختلافهم من حيث مدى معرفتهم بأسس الإقناع ومبادئه وخبرتهم فيه.

وتعد مفاهيم الاتصال الإقناعي والارشاد الابداعي من أهم المفاهيم التي تسهم في بناء شخصية الفرد وتطوير قدراته على مواجهه المواقف الحياتية المختلفة ، والتصرف بإيجابية نحوها من حيث علاقتها الإيجابية الفاعلة في مجالات الحياة العملية والأكاديمية ، وإذا كانت هذه المفاهيم مهمة بالنسبة لشخصية الفرد العادي ، فإنها تصبح أكثر أهمية بالنسبة للمرشد التربوي بما يحمله من مكانه تربوية واجتماعية وإنسانية ، وبما يملكه من دور كبير في التأثير على سلوكيات طلبته ومجتمعه المحلي .(زياد : ٢٠٢١ : ٣٦).

أن أهمية الارشاد الابداعي تعني مواصلة التغيير من خلال المرونة اللازمة وتوفير البيئة الارشادية المبدعة ، فالارشاد الابداعي يتضمن في الغالب ايجاد تطوير في الانظمة الادارية بحيث تكون مختلفة عما كانت عليه ، وتؤدي في الغالب الى نتائج ايجابية بشكل مباشر او غير مباشر ، والابداع الارشادي يدخل ضمن معنى التغيير ويتمثل في فكرة جديدة تهدف الى تحسين عملية يجري تطبيقها من اجل تقديم خدمات معينة بشكل يتسم بالتميز ، فجميع الابداعات تنطوي على تغييرات يحدثها الاشخاص المعنيين بعملهم .(الوزير : ٢٠٢٠ : ١٨-١٩)

إذ يشعر المرشد المبدع بأن عمله اصبح ذو قيمة ، وهذا الشعور يعد محركا يحفز من اجل تحقيق عمل مميز ، وعندما يدرك ان عمله اصبح ذو معنى يدفعه ذلك ليبذل جهد مضاعف لمعالجة المشكلات من زوايا متعددة ، وأظهرت دراسات متعددة الى وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين الذكاء والابداع واثبتت تلك الدراسات الى ان الافراد ذوي الذكاء المرتفع يختلفون على نحو كبير في القدرات الابداعية .

اهمية البحث النظرية :

- ١- تكمن اهمية البحث الحالي بكونه اخذ شريحة مهمة متمثلة بالمرشدين التربويين.
- ٢- تعالج مشكلة واضحة وهي عدم قدرة بعض المرشدين على استخدام الاساليب والطرق الحديثة في عملية الارشاد.

### اهمية البحث التطبيقية:

- ١- تستخدم لتطوير عملية الارشاد التربوي .
  - ٢- معالجة الكثير من المشاكل التي تتعلق بالمدرسة سواء كان المعلمين والمعلمات أو الطلبة أو أولياء الأمور.
  - ٣- استخدام الأساليب العلمية في معالجة الحالات المستعصية التي تحتاج إلى تغير الاتجاهات لدى الطلبة.
  - ٤- تطوير مهارات المرشد التربوي ليأخذ دوره الأساسي في العملية التعليمية.
- أهداف البحث ( Aims of Research ) : يهدف البحث الحالي إلى التعرف على:

- ١- مستوى الأتصال الإقناعي لدى المرشدين التربويين .
- ٢- الفروق ذات الدلالة إحصائية للاتصال الإقناعي لمتغير النوع (نكور \* اناث ) .
- ٣- الفروق ذات الدلالة إحصائية في الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير الخدمة (أكثر من ١٠ سنوات) و(أقل من ١٠ سنوات) في الخدمة.
- ٤- مستوى الإبداع الإرشادي لدى المرشدين التربويين .
- ٥- الفروق ذات الدلالة إحصائية للإبداع الإرشادي تبعاً لمتغير النوع (الذكور \* الإناث) .
- ٦- الفروق ذات الدلالة الإحصائية للإبداع إرشادي تبعاً لمتغير الخدمة (أكثر من ١٠ سنوات) و(أقل من ١٠ سنوات) في الخدمة .
- ٧- طبيعية العلاقة الارتباطية بين الاتصال الإقناعي والإبداع الإرشادي لدى المرشدين التربويين .

### حدود البحث : Limitaions of Research :

يقتصر البحث الحالي على المرشدين التربويين في المديرية العامة لتربية محافظة صلاح الدين ولكلا الجنسين للعام الدراسي (٢٠٢٢ - ٢٠٢٣).

### تحديد المصطلحات : Terms Limitaion :

أولاً: الإتصال: communication : عرفه كل من:

- ١- طلعت(١٩٩٥): عملية اتصال ومشاركة مع شخص أو مجموعة من الأشخاص لإيصال بعض المعلومات أو الأفكار التي تؤثر في سلوكهم.(طلعت: ١٩٩٥ : ٣٣).
- ٢- ابن المنظور(٢٠١٠): والاتصال لغة :مشتق من مصدر وصل ، الذي يقصد به الصلة وبلوغ الغاية ،كما أن كلمة اتصال مأخوذة من أصل لاتيني ويقصد منها المشاركة في الآراء أو الحديث أو المشورة ، وكذلك فإن الاتصال هو المشاركة في المعلومات أو تبادل المعلومات والمشاعر (المنظور: ٢٠١٠: ٢٥٢: ) .

ثانياً: الأتصال الإقناعي : Persuasive Communication : عرفه كل من:

١- السميح.(٢٠٠٤): عملية يقوم بها المرشد أو المدرس يبسط فيها المهارات والخبرات لطلبته ،مستخدماً كل التقنيات المتاحة التي تعينه على ذلك ،وتجعل الطلبة المشاركين ايجابيين . (السميح: ٢٠٠٤:٢٠).

٢- شيفمان (٢٠٠٩): فعل التأثير في العقل بواسطة الأدلة والحجج ، و فن وطريقة حمل الآخرين على التفكير والسلوك في الإتجاه المقصود .(شيفمان :٢٠٠٩: ١٩).

٣- شواير(٢٠١١) : عملية الانتباه ، والحكم في قبول الآراء أو رفضها والإقناع عملية اتصالية تتضمن تعديل اتجاهات أو سلوكيات المستقبل بأسلوب مقرر سابقاً، وإجادة مهارات الاتصال والتمكن من فنون الحوار وتشرب آدابه .(شواير :٢٠١١: ٢٧).

التعريف النظري للباحث: عملية مؤثرة موجهة بصورة قصدية لتعديل سلوك المسترشدين وإيصال معلومات ارشادية محددة ،تعمل على اقناعهم وتعديل سلوكهم بصورة ايجابية .

أما التعريف الإجرائي للاتصال الإقناعي: الدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب ، من خلال إجابته عن فقرات مقياس الاتصال الإقناعي الذي أعد لهذا الغرض .

ثالثاً: الابداع الارشادي : عرفه كلا من :

١-الحيلة (٢٠٠٢): عملية لها مراحل متعددة تهدف الى نتاج يتمثل في اصدار حلول متعددة تتسم بالتنوع والجدة في ظل مناخ عام يسوده الاتساق والتآلف بين مكوناته (الحيلة : ٢٠٠١ : ١٦٤)

٢-المشريقي (٢٠٠٣) : حاله خاصة من حل المشكلات مع التأكيد على اصالة الحل وقيمته .( المشريقي : ٢٠٠٣ : ٢٠٤ )

٣-زيتون (٢٠١٣): توليد الافكار الجديدة غير المألوفة سابقا ، اي انه تفكير توليدي يقوم على اساس حل المشكلات بطرق ابداعية .(زيتون : ٢٠١٣ : )

ويعرف الباحث الابداع الارشادي بأنه : القدرة على حل المشكلات بطريقة واعية تتسم بالمرونة في اتباع نمط جديد من الارشاد التربوي والنفسي .

أما التعريف الإجرائي : فهو الدرجة التي يحصل عليها المستجيب ، من خلال إجابته عن فقرات مقياس الارشاد الابداعي الذي أعد لهذا الغرض.

## الفصل الثاني : الاطار النظري ودراسات السابقة

الإطار النظري : أولاً: الاتصال : مفهومه :

ولاً: الاتصال.

إن كلمة الاتصال تحمل معاني كثيرة لكنها تستعمل في مجال الدراسة الأكاديمية أو النشاط التطبيقي لكونها علماً أو علاقة بين افراد المجتمع ، وهو كذاك وسيلة اتصال أو أنه قد يعبر عن عملية هادفة مقصودة هدفها التواصل مع الآخرين بصورة بأي طريقة .

ويمكن ان نحدد ثلاث أشكال للاتصال :

١-الاتصالات اللفظية :وهي المحادثة المباشرة بين طرفين أو عبر وسيلة معينه أو دونها وعبر استخدام الصوت لنقل الأفكار .

٢-الاتصالات غير اللفظية :وهي الاتصالات التي يستخدمها الافراد من دون استخدام الصوت في هذه العملية، كحركات الجسد واليدين وحركة الرأس وتعابير الوجه والاستماع والتحكم بالصوت وتسمى هذه لغة الجسد .

٣- الاتصالات المكتوبة : وتستخدم بكافة الوسائل والأدوات التي يمكن استعمالها في الكتابة للتعبير عن الأفكار التي يحملها المرسل ، والهدف من توصيلها إلى الآخرين لمعرفة فكرة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات من فرد أو جماعة إلى أفراد أو جماعات باستخدام رموز مكتوبة واضحة لدى كل من الطرفين ) . (الصريفي وآخرون:٢٠٠٦:٧٦).

ثانياً:الاتصال الإقناعي .(persuasive communication)

الإقناع عملية تفاعلية يرتبط فيها حصول المقنع على إشباع احتياجاته الشخصية ورغباته العقلية ، ولكي يستطيع المقنع تحقيق هدفه عليه أن يولي اهتماماً كافياً لإرضاء احتياجات من يحاول إقناعه ، والمقنع والمقنوع يعتمد احدهما على الآخر في إرضاء احتياجاته أثناء عملية التفاعل ، ولهذا السبب تسمى عملية الاتصال الإقناعي (الاعتمادية التفاعلية ) فكل الطرفين يتعامل مع الرسالة المعبرة عن الحدث ويستخدمها بشكل مباشر لإرضاء احتياجاته . ( حسن : ٢٠٠٩ : ١٤).

والاتصال الإقناعي عملية كلامية تهدف إلى التأثير العقلي والعاطفي لدى المتلقي أو الجمهور بقصد تفاعلهم إيجابياً مع الفكرة والاعتماد على الحجج والبراهين الإثباتية ، أما الإقناع فهو الأثر الواضح من عملية الإقناع لدى المتلقي فيحصل بذلك الانسجام بين الرغبة الذاتية والإمكانات المتاحة والهدف المطلوب ، وبهذا يمكننا القول بأن الاتصال الإقناعي جهد اتصالي لساني هادف بالدرجة الأولى ،ومخطط له مسبقاً 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 التخلي عن سلوك ما ، وأنه الحاصل النهائي الذي يتحول الرأي بموجبه من مجرد فكرة بلا سند إلى سياق ينوع ومن الأدوات الحجج المصاحبة لها .(بنكراد : ٢٠٠٩ : ١٨٧).

### العلاقة بين الإقناع والاتصال:

العلاقة بين الإقناع والاتصال قديمة وثيقة ، فالإقناع هو أحد الاستخدامات الأساسية للاتصال وليس عملية مستقلة ، لأجل هذا يوصف الإقناع بأنه عملية اجتماعية تماماً كالاتصال ، والفرق بينهما هو أن الاتصال عملية اجتماعية ، بينما الإقناع عملية اجتماعية ليست أساسية بل ثانوية ، ويمكننا التفريق بين العمليتين بتحديد المواصفات التي ينبغي توافرها في عملية الإقناع واستطاع بعض الباحثين من تحديدها بما يلي:

١ - إذا قامت عملية الاتصال على محاولة متعددة وواعية من أحد الأشخاص لتغيير سلوك شخص أو جماعة أخرى من خلال رسالة أو أكثر يوجهها الطرف الأول إلى الطرف الآخر، فيمكن اعتبار هذه العملية عملية إقناع ، وذلك لوجود عنصر التعمد والمحاولة الواعية.

٢ - إذا أدى الاتصال إلى تغيير في السلوك عند الشخص المستهدف أو الجماعة المستهدفة مع وجود النية المقصود إحداثها ، فيمكن اعتبارها عملية إقناع .

٣ - إذا استطعنا الحكم على نتائج الإقناع بتحديد درجة النجاح في إحداث التغيير المطلوب أو تحديد فشله ، فيمكن أن نصف هذه العملية بعملية اقناعية كذلك . (العوشن: ١٩٩٦ : ١٢).

خصائص الاتصال الإقناعي: من أهم الخصائص الذي يتميز بها الاتصال الإقناعي:

- ١- التخطيط : يقوم به المرشد أو القائم على عملية الإرشاد فيخطط لها مسبقاً .
- ٢- تحويل الوظيفة السيكولوجية :- يهدف الى تحقيق الاستجابة العلمية من جانب المتلقي .
- ٣- البناء السيكولوجي :- وهو مختلف من شخص لآخر، فهو يكون تحت الظروف الاجتماعية وغيرها .
- ٤- أفترض تجاوز البناء السيكولوجي للشخص :-أي تحويلك إلى فرد آخر، ويستهدف تغيير وجهة نظر ما عند الشخص أو الجماعة ، ولذلك فهو يخاطب العواطف والوجدان.(برغوث : ٢٠٠٥ : ٢٠).

أهمية الاتصال الإقناعي ومقومات نجاحه :

يتعرض الشخص بحياته اليومية لكثير من المحاولات الإقناعية ، وتمثل المواقف عاملاً مهماً في العلاقات الإنسانية والتفاعل الاجتماعي ، لذا فهي مهمة للتكهن بسلوك وتصرفات الأشخاص ومن هنا يمكننا توضيح أهمية الاتصال الإقناعي بما يلي:

١ - إعتبار الإنسان اجتماعي بطبيعته ، فهو يعيش في عالم واسع ،حيث يتعامل مع اشخاص ويتفاعل مع بيئته ، ويتم بأشكال مختلفة من الاتصالات والعلاقات الإنسانية ، والتي يحصل بينهما تعامل وتبادل وتفاعل .

٢ - تتكون باليوم الواحد العشرات من العمليات الإقناعية ، إلا أن الكثير منها لا نشعر به، فلا بد من معرفة أسرار وملايسات هذا الموضوع .

٣ - من الصعوبة أن يتقدم ويتطور مجتمع لا يمتلك مقومات الاتصال الإقناعي ولضرورة الأخذ بوسائل الحضارة المتقدمة من تكنولوجيا صناعية وزراعية واقتصادية ومهنية .

٤ - أن نجاحاتنا وقدراتنا ونتاجاتنا تعتمد بشكل كبير على إمكانياتنا على إقناع الآخرين .(الطائي وآخرون :٢٠٠٨ :١٢٥-١٢٢).

أهداف عمليات الاتصال الإقناعي:-

١ - إحداث تغيير في أفكار أو سلوك المستهدف بالإقناع: ويتحقق من خلال تزويده بمعلومات حديثة تعزز الصورة التي في أفكاره أو تعمل تراجعها فيها أو تغييرها .

٢- التأثير في تشكيل الرأي العام : بتغيير معتقدات الأشخاص ومواقفهم وسلوكهم وتطويرها بهدف التأثير في حالتهم الذهنية .

٣- تعديل البنية الذهنية الداخلية للأشخاص : بحيث تقودهم إلى الاستجابة والتوجيه إلى السلوك المرغوب والإيجابي عن طريق إحداث تغيير في مواقفهم العاطفية .

٤- الإرتقاء بإنتاجية الأشخاص بجميع المؤسسات كماً ونوعاً : لضرورة إقناعهم وتطوير مستواهم العلمي والمهني وتغيير سلوكهم وأدائهم في العمل .

٥- تحسين المستوى الصحي للأشخاص : لضرورة إقناعهم في التخلي عن العادات السيئة في الأكل والشرب والتدخين وغيرها . (العوشن :١٩٩٦: ٦٦).

٦- خفض مستوى الجريمة : ويتم بإقناع الأشخاص بالابتعاد عن الممارسات والسلوكيات التي تسبب الجريمة بمختلف أنواعها ومستوياتها.

٧- إقناع الأشخاص بالأفكار والمعلومات :التي تعمل في القضاء على الآفات الاجتماعية الموجودة في المجتمع ، ونشر سلوك جديد يؤثر في مصلحة المجتمع ، وتحفيز التضامن والتماسك الاجتماعي .

٨- تشجيع المواقف الجيدة لدى الأشخاص: ويتحقق بتوكيد القائم بالإقناع بأن موقف المتلقي صحيح.(موسى وآخرون: ٢٠١٠: ١٩).

أشكال الاتصال الإقناعي Forms of Persuasion :

للاتصال الإقناعي ثلاثة أشكال في عصرنا الحديث الذي له الدور الرئيسي لفنون الاتصال والإقناع وهي كما يلي :

أولاً: الإقناع بالمصادقية (إقناع بالشخصية) : وتتمثل كلمة المصادقية (صدق القول) وتشير إلى مجموعة من الصفات وتتصف ( بالأمانة والحيادية، التجرد من المصلحة الشخصية عند الحكم على الأشياء ويتصرفات الآخرين والنزاهة والسمعة )..

ثانياً: الإقناع بالعاطفة والوجدان: وتعتبر من أكثر الطرق استخداماً في الإقناع والتأثير والاتصال، ولأن العواطف سريعة الوصول لقلب المتلقي، حيث المشاعر والأحاسيس، لأن العاطفة تصيح أكثر فعالية وقوة في الإقناع وحينها تكون الإستجابة الإيجابية المطلوبة.

ثالثاً: الإقناع بالمنطق: وتستخدم البراهين والأدلة العقلية لتحفيز الكلام الذي نقوله وأختيار وسائل تكتيك جيدة لتنفيذها في الموقف الاتصالي. (أشوا : ٢٠٠٧: ٥٠)

عوائق الاتصال الإقناعي :

إن عملية الإقناع شأنها شأن العملية الاتصالية، التي تتأثر بالعوامل الخارجية المحيطة بها، كالثقافة والمعرفية والتشويش للمتلقي، وايضاً هناك عدد من الاعتبارات المهمة المتعلقة بالقائم بالاتصال وأهدافه وافكاره التي قد تؤدي إلى عدم نجاح العملية الإقناعية الاتصالية التي يمكن ان نوجزها بالآتي:

١- التسلط والأستبداد: أي إقناع المتلقي تحت تأثير السلطة والقوة، إذ التأثير هنا مؤقت ويزول بزوال تلك السلطة لأنها تعتبر مواقف شكلية.

٢- شدة وصلابة المتلقي: يوجد أنواع من الجماهير (الشخصيات) يصعب إقناعهم خاصة المتمسكين والمتشددين بأرائهم.

٣- تشابك الأفكار وكثرتها في الرسالة: تعمل على تشويش ذهن المتلقي وإرباكه بالسيطرة على تدفق البيانات والمعلومات.

٤- عدم نجاح المقنع في تحديد رسالته: أي ضعف قناعته بها وطريقة تقديمها.

٥- الأحكام المسبقة الخاطئة أو السلبية: والذي يشكل صعوبة الإقناع وتغيير أفكار المتلقي، ويمثل ذلك اعتقاد خاطئ بصورة مبكرة تقضي بكل الجهد قبل إتمامه. (حنون: ٢٠٠٨: ٢٣).

النظريات التي فسرت الاتصال الإقناعي:

أولاً: نظريات الميول والإتجاهات (كارل هوفلاند Hovland):

أكد عالم النفس الإجتماعي (كارل هوفلاند Hovland)، بأن سلوكيات الأشخاص تتأثر بميولهم، وتحصل بالتوافق معها لذا تتحكم الميول بالسلوك، وكذلك تحاول نظرية الميول الكشف عن التغيير الذي يحصل عند المستقبل

ويحاول أن يفسر حدوثه ، وتنتج عملية الاتصال الإقناعي من مصدرين هما الميول والاتجاهات التي تتواجد عند الإنسان، وتفسيراً لذلك عندما يحصل التغيير في اتجاهات شخص ما ، فإنه يحصل تغيير في سلوك الشخص نفسه ، وجدير بالذكر بأن الميول هي إتجاه الإنسان وميله نحو تقييم شيء ما ، والحكم عليها سلباً أو إيجاباً بالقبول أو الرفض ، ويتضمن هذا التقييم متساويا مع عاداته ومعتقداته ، أما الاعتقادات التي تتضمن مجموعة من الاستدلالات التي تستنتجها عن الأشياء على سبيل المثال (التفكك الأسري ، الإيمان والراحة النفسية ، الإنهيار النفسي ) والقيم تظهر بالفضائل والأخلاق المعروفة من قبل افراد المجتمع ، وتتصل عملية الإقناع بالمرجعية التي نسترشد للحكم عليها بالسلوكيات التي تؤثر بميولنا وإعتقاداتنا ، فعندما نتعرف على معلومات ملائمة لعاداتنا بشكل مقنع سنشعر بالفخر والرضا ، بسبب إستجابة القيم وجعلها متصلة لتدعيم الميول ، وإذا كان العكس عندها ترفض المعلومات، لأنها تتناقض مع قيمنا وبذلك لا تستجيب القيم ، أي تنخفض فيها عملية الاتصال المقنع وبدورها لا تعمل الى تبني ميولاً قوية ، وبشأن ذلك يتضح دور القيم والإعتقاد وعلاقتها بالاتصال الإقناعي في تغيير السلوك ، فعندما يعرف الشخص أفكاراً جديدة فلا شك أن يحدث تغيير في السلوك .(الحبيب:٢٠٠١:٤٤).

وإذا أردنا إقناع شخص ما بتغيير رأيه أو بتغيير سلوكه نحو شيء ما ، فعلينا أن نقوم بتغيير ميوله بشكل إدخال الأفكار الجديدة مختلفة بما موجود عنده من معلومات ، وعندما يتقبل الفرد تلك أفكار بشكل مقنع ، يكون لديه اتجاهها أو ميلاً يحسن على تغيير السلوك أو الرأي .

ثانياً: نظرية المعالجة المعلوماتية :

تتمثل مجموعة جديدة في دراسات الاتصال الإقناعي إضافة إلى جانب دور المقنع حيث يعطي المستقبل دوراً رئيسياً في حدوث عملية الاتصال الإقناعي بشكل الدور الذي يقوم بطريقة استقباله للمعلومات وطريقة تفاعله وتعامله معها وتقوم بفريضتين من خلال توقع أداء المتلقي كما يراها (تان Tan) :

١- يحصل الإقناع حينما يعالج المستقبل الأفكار الجديدة التي يستقبلها .

٢- يعالج المتلقي الأفكار التي يستقبلها ، على أساس العقلانية والمنطق والتفاعل معها لمواجهة المشكلات (المواقف) .(كامل: ١٩٩٥:١٥٩). وهناك خطوات لمعالجة الرسالة:

عرض العالم (ماكولر : Mcgulre ) خطوات لتفعيل عملية استجابة المتلقي للرسالة ، ولا يحصل الإقناع إلا بعد اكتمال جميع الخطوات التالية: التعرض للرسالة ، الاستماع لها ، الإعجاب بها ، فهم معنى الرسالة ، معرفة الرسالة واكتسابها ، تغيير الاتجاه ، خزن معلوماتها ، استرجاع معلومات الرسالة ، اتخاذ قراراً لها ، التصرف نحوها، دعم التصرف .(شليبي : ١٩٨٧:٥٠).

ثالثا: الابداع الارشادي : مفهومه :

يعد الابداع من المفاهيم التي اختلف فيها العلماء ، إذ لا يوجد هناك مفهوم محدد ، فمنهم من ينظر اليه على انه عملية ذات مراحل محددة ، ومنهم من ينظر اليه عن طريق العوامل العقلية التي تساهم في تكوينه.

ويعد مفهوم الابداع من المفاهيم التي لا يوجد لها تعريف موحد ، بسبب اختلاف الزاوية التي ينظر منه الى الابداع ، فبعض وجهات النظر تشير الى الشخص المبدع ، ومنها ما يشير الى العملية الابداعية ذاتها والى الانتاج الابداعي وهي تشكل سلسلة غير قابلة للفصل بين حلقاتها .

والمرشد المبدع تحركه اربع محركات اساسية في عمله الارشادي وهي : ١- التحفيز المهني ، ٢- الخوف ٣- التردد في الممارسة المهنية ٤- قطع الروابط وتكوينها واقامتها و تقويم الافكار الجديدة .

فالمرشد المبدع هو الذي يتميز بالأصالة والمعاصرة في ممارسة المهنة ، والمرونة في تقديم الخدمات الارشادية للمستفيدين منها ، ويمتلك مرونة وحساسية للمشكلات التي تواجهه في البيئة الاجتماعية التي يعمل فيها ، ويهتم بالتفاصيل وجمع البيانات من مصادرها المتنوعة الموثوقة وتقديم تفاصيل ومعلومات عن مشكلة المسترشد ، وبالعوم فان ممارسته المهنية مع المستفيدين من الخدمات التي يقدمها بتميز وابداع ، (ارنوط : ٢٠١٩ : ٤٢٢)

عناصر الابداع وتتمثل فيما يلي :-

١-الطلاقة : يذكر (جروان : ١٩٩٩ ) انها القدرة على توليد عدد من البدائل ، او الترادفات والافكار والمشكلات او الاستعمالات عند الاستجابة لمثير معين ، والسرعة في توليدها وعملية التذكر والاستدعاء لمعلومات او خبرات او مفاهيم سبق وان تعلمها الفرد .

٢-المرونة : وهي سرعة التكيف والانتقال والتحول في التفكير الى اتجاهات متعددة واجراء التعديلات ، فهي القدرة على تغيير الحالة الذهنية بتغيير الموقف او الموضوع .

٣-الاصالة : هي عدم تكرار الفرد لافكاره او افكار الاخرين مع رؤية تجديدية وتطوير للواقع الحالي ، وان الاصالة من اكثر الخصائص ارتباطا بالتفكير الابداعي وهي العامل المشترك بين معظم التعريفات التي تشير الى النواتج الابداعية كحكك على مستوى العمل الابداعي . (السميح : ٢٠٠٤ : ١٩٦ )

٤-الحساسية للمشكلات : وتعني قرة المرشد على رؤية المشكلات التي تنطوي عليها مواقف معينة ، وهذه القدرة يمكن قياسها بواسطة تقديم بعض المواقف الاجتماعية التي تتطلب من المسترشد ان يذكر بعض التحسينات التي يمكن ادخالها ، والمرشد المبدع يستطيع تمييز الكثير من المشكلات في الموقف الواحد ، وجوانب النقص والقصور .

٥- القدرة على تكوين الروابط والعلاقات الجديدة : وهي القدرة على تكوين عناصر الخبرة وتشكيلها في بناء ترابطات جديدة تؤدي الى فائدة عملية وشخصية في مجال الارشاد ، فالشخص المبدع ترتفع لديه القدرة على تكوين عناصر جديدة وقدرة على الابداع والابتكار وخلق نظام جديد من العلاقات بين الاشياء.(موسى وآخرون : ٢٠٠٤ : ١٨٠ )

النظريات التي فسرت الابداع الارشادي :

اولا: النظرية السلوكية : ظهرت هذه النظرية في رحاب الاتجاه السلوكي ، ويقول (كروبيلي ) ان ممثلي هذه النظرية حاولوا دراسة ظاهرة الابداع وفق الخطوط الاساسية لاتجاههم الذي يفترض ان النشاط او السلوك الانساني هو في جوهره مشكلة تكوين العلاقة بين المثيرات والاستجابات ، علما ان هذه العلاقة من حيث اليتها لا تزال غير واضحة وغير متفق عليها حتى من قبل ممثليها .

ويرى الاتجاه السلوكي ان هناك تفاعل بين عوامل البيئة والوراثة والابداع ، وان التعزيز المناسب يوفر الفرص الكافية لظهور الابداع ، اذ ان الافعال والتصرفات محكومة بنتائجها ، لان السلوك الابداعي سوف ينطفئ منذ ولادته .(العتوم وآخرون : ٢٠٠٧ : ١٣٣ )

واصحاب النظرية السلوكية فسروا الظاهرة الابداعية وفق المسلمات الرئيسية لاتجاههم إذ ان السلوك الانساني يتمثل في تكوين علاقات وارتباطات بين المثيرات والاستجابات ، وظهرت ضمن الاطار السلوكي نظرية ( ميدنيك) الترابطية التي ترى ان الابداع يتمثل في قدرة الفرد على صياغة الافكار القديمة بقوالب جديدة ، وبقدر ما تكون العناصر الجديدة الداخلة في التركيب اكثر تباعدا عن الاخرى بقدر ما يكون الحل اكثر ابداعا .(السرور : ٢٠٠٢ : ٨٢ )

ثانيا: نظرية جيلفورد العقلية : يعد جيلفورد من ابرز اصحاب هذه النظرية التي تؤمن بأن الابداع نتاج العقل ووليد الفكر ، وانه عمل مستتير واع يحققه عقل ناضج ، وان اصحاب هذه النظرية يقررون ان كل ابداع هو نتاج فكري ، ويذهب (جيلفورد) الى ان الابداع يقوم على الفكر المبدع ، وهو تنظيم يتكون من عدد من القدرات العقلية ، منها الطلاقة والمرونة والحساسية للمشكلات ، وهذه القدرات تعني قدرة الفرد على انتاج كل ما هو جديد ، وغالبا ما تسمى هذه النظرية نظرية السمات أو العوامل حيث تستند بشكل اساسي الى العقل وتتساوى في ذلك مع منطلقات (سبيرمان وثرستون) غير ان (جيلفورد) ادخل الخصائص الاستعدادية مثل الطبع والدافعية التي ترتبط بالابداع الا انه لم يولها اهتماما

اهتماما ، وهذه النظرية ركزت بشدة على العقل والتفكير في تفسير الابداع دون غيره ، كالاستعداد والدافعية ، وهذا ما اثبتته العلاقة بين الذكاء والابداع ، إذ اثبتت دراسات عدة ان الاشخاص المبدعين يمتازون بدافعية عالية ، وطاقة قوية على المثابرة في العمل والرغبة الشديدة في المعرفة .(العقباوي :

٢٠١٩ : ٤٨)

الدراسات السابقة : اولاً: الدراسات التي فسرت الاتصال الاتقاعي :

١- دراسة العباسي (٢٠٠٩) :

(الذكاء الاتقاعي وعلاقته بسمات الشخصية لدى تدريسي الأقسام الإنسانية في جامعة الموصل).

أجريت الدراسة في جامعة الموصل ، وهدفت إلى التعرف على مستوى الذكاء الإقناعي لدى التدريسيين في الأقسام الإنسانية ، وسماتهم الشخصية ، والتعرف على الفروق في العلاقة بين الذكاء الإقناعي والسمات الشخصية تبعاً لمتغيري ، اللقب العلمي ، والجنس ؛ وطبقت عينة عشوائية بلغت (٥٥٠) تدريسياً وتدرسية ، وأعتمد الباحث على أداتين ، هما مقياس الذكاء الإقناعي ، الذي أعده الباحث ، ومقياس سمات الشخصية للعالم (ريموند كاتل) ؛ وأستخدم الباحث عدداً من الوسائل الإحصائية ، على سبيل المثال تحليل التباين ومعامل الارتباط بيرسون ، وكانت نتائج الدراسة كما يلي: تتضمن أساتذة الجامعة للأقسام الإنسانية على مستوى كبير من الذكاء الإقناعي وسمات الشخصية ، ووجود علاقة دالة إحصائية بين متغيري الذكاء الإقناعي وسمات الشخصية بشكل شامل ، وعدم وجود فروق دالة إحصائية في العلاقة بين الذكاء الإقناعي وسمات الشخصية على وفق متغيري اللقب العلمي والجنس. (العباسي، ٢٠٠٩)

٢- دراسة الميلبي (٢٠٠٩):

(مهارات الاتصال التي يتمتع بها المرشد كما يراها المسترشدون وأهميتها في تقديم الخدمة الإرشادية).

هدفت الدراسة الى معرفة الفروق في توافر مهارات الاتصال اللفظية وغير اللفظية التي يتصف بها المرشدين وأهميتها، والفروق بمهارات الاتصال وأهميتها تبعاً للتخصص والعمر وللصف الدراسي ، وطبقت عينة عددها (٣١٥) طالباً من طلبة المرحلة الثانوية في محافظة ينبع في المملكة العربية السعودية ؛ وأن الباحث أعد أداة لقياس مهارات الاتصال وأهميتها ، وأستخدم الباحث عدداً من الوسائل الإحصائية منها معامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ، وتوصلت نتائج الدراسة الى نتائج منها ، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في درجة التوافر بين مهارات إتصال اللفظية وغير اللفظية التي يتصف بها المرشدون من وجهة نظر المسترشدين لصالح مهارات الاتصال اللفظية تبعاً للصف الدراسي، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة أهمية مهارات الاتصال اللفظية لدى المرشدين تبعاً للصف الدراسي للمسترشدين وتبعاً لتخصصهم. (الميلبي : ٢٠٠٩).

ثانياً: الدراسات التي فسرت الابداع الارشادي :

١- دراسة الجميلي (٢٠٢١) :

(الابداع الارشادي وعلاقته بالوعي الذاتي والكفاءة المهنية لدى المرشدين التربويين)

هدفت الدراسة الى معرفة مستوى الابداع الارشادي والوعي الذاتي والكفاءة المهنية لدى المرشدين وطبقت عينة عددها (٤٠٠) مرشدا ومرشدة في محافظة كركوك ؛ وأن الباحث أعد أداة لقياس الوعي الذاتي والابداع الارشادي وتبنى مقياس الكفاءة المهنية ، وأستخدم الباحث عدداً من الوسائل الإحصائية منها معامل ارتباط بيرسون وتحليل التباين ، وتوصلت نتائج الدراسة الى نتائج منها ، ان المرشدين التربويين يتمتعون بمستوى جيد من الابداع الارشادي ومستوى جيد من الوعي الذاتي. (الجميلي : ٢٠٢٢)

## الفصل الثالث / اجراءات البحث

لأجل تحقيق اهداف الدراسة الحالية كان لا بد من تحديد مجتمع البحث واختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث الاصيلي ، واكمال المقاييس اللازمة التي تتصف بالصدق والثبات والموضوعية ، وسوف نعرض في هذا الفصل هذه الاجراءات وكما يأتي :-

اولا : منهجية ومجتمع البحث :

اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في هذه الدراسة وقد اشتمل مجتمع البحث الحالي على المدارس المتوسطة والاعدادية التابعة لمديرية محافظة صلاح الدين للعام الدراسي ( ٢٠٢٢-٢٠٢٣ ) من الذكور والاناث ، والبالغ عددهم ( ٢٢٠ ) مرشدا ومرشدة .

ثانيا: عينة البحث :

تألفت عينة البحث الحالي من ( ١٠٠ ) مرشدا ومرشدة تم اختيارهم بطريقة عشوائية من مدارس مختلفة اضافة الى عيني التمييز والثبات وكما مبين في جدول (١) .

جدول (١) توزيع المرشدين والمرشدات في المجتمع حسب الجنس وعدد سنوات الخدمة

عدد سنوات الخدمة	عدد المرشدين	عدد المرشدات	المجموع
اكثر من ١٠ سنوات	٥٠	٦٠	١١٠
اقل من ١٠ سنوات	٤٥	٦٥	١١٠
المجموع	٩٥	١٢٥	٢٢٠

ثالثا: اداتا البحث : ولتحقيق اهداف البحث الحالي تطلب توفر اداتين واحدة لقياس الاتصال الاقناعي والاخرى لقياس الابداع الارشادي ، لذلك أعد الباحث مقياس الاتصال ، وتبنى مقياس الابداع الارشادي الذي أعده ( الجميلي : ٢٠٢٢ ) وكما مبين في أدناه :

١-الاتصال الاقناعي :

ولأجل بناء مقياس المقياس كان على الباحث دراسة نماذج مختلفة من مقاييس هذا المتغير والتي صممت بهدف قياس مستوى الاتصال الاقناعي ومنها مقياس ( العباسي : ٢٠٠٩ ) و (الميلبي : ٢٠٠٩ ) وكذلك آراء الخبراء وبعد الاطلاع على هذه المقاييس لم يجد الباحث مقياس حديث يلائم عينة البحث الحالي ، وعليه قام ببناء مقياس الاتصال الاقناعي وفقا للخطوات الآتية :-

-تحديد مجالات المقياس: لغرض اعداد مجالات المقياس ، حدد الباحث ثلاثة مجالات للمقياس تنطبق والمؤشرات المتبعة لاعداد مجالات الاتصال الاقناعي وهي : الاقناع الذاتي ، الاقناع الاجتماعي ، الاقناع العاطفي الوجداني ، الاقناع الوظيفي ) وبعد تحديد مجالات المقياس قام الباحث بصياغة فقرات لكل مجال من مجالات المقياس وعدد فقراته فبلغ عدد فقرات المقياس الكلية (٤٢) فقرة.

-تعليمات المقياس: بعد اعداد الصيغة الاولية للمقياس ، وضع الباحث تعليمات توضيحية للإجابة على فقراته وذلك بوضع علامة (صح) امام البديل الذي يختاره افراد العينة وامام كل فقرة خمسة بدائل هي(تنطبق علي دائما ، تنطبق علي غالبا ، تنطبق علي احيانا ، تنطبق علي نادرا ، لا تنطبق علي ابدا).

التحليل المنطقي للفقرات (الصدق الظاهري) : بعد تحديد مكونات المقياس وفقراته البالغة (٤٢) فقره وبدائلها وتعليماتها ، وعرض على مجموعة من المحكمين المختصين في التربية وعلم النفس<sup>(\*)</sup> لغرض استخراج الصدق الظاهري المتضمن وضوح الفقرات ومدى صلاحيتها ، وبعد جمع آراء المحكمين وتحليلها باستعمال (مربع كاي) لمعرفة دلالة الفروق بين آراء المحكمين من حيث صلاحية الفقرات لمكوناتها أو عدمه عند مستوى دلالة ( ٠,٠٥ ) اظهرت النتائج ان جميع الفقرات صالحة وان قيمتها المحسوبة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية البالغة (٣,٨٤١) باستثناء الفقرتين (٨، ٣٩) وجدول (٢) يبين ذلك

\* -١-د.نمير ابراهيم حميد ٢-د.آوان كاظم عزيز ٣-د.صباح مرشود منوخ ٤-أ.م.د. خالد احمد جاسم ٥ -٦  
أ.د. زكريا عبد احمد ٧-د.وفاء كنعان خضر ٨-أ.م.د. قصي حامد حميد ٩-أ.م.د.سرى اسعد جميل ١٠-  
م.د.رحاب عبدالوهاب .

جدول (٢) آراء المحكمين في صلاحية فقرات مقياس الاتصال الاقناعي

ارقام الفقرات	عدد الفقرات	الموافقون		قيمة مربع كاي	القيمة الجدولية	الدلالة ٠,٠٥
		النسبة	التكرار			
٤-٥-٦-٧-٩-١٠-١١-١٢	٢٦	١٠	%١٠٠	٦,٤٠٠	٣,٨٤١	دال احصائيا
١٣-١٤-١٦-١٧-١٨-١٩-٢٠						
٢١-٢٢-٢٣-٢٤-٢٥-٢٩-٣١	١٤	٨	%٩٠	٥,٨٨	٣,٨٤١	دال احصائيا
٣٤-٣٥-٣٦-٣٧						
١-٢-٣-١٥-٢٦-٢٧-٢٨-٣٠	١٤	٨	%٩٠	٥,٨٨	٣,٨٤١	دال احصائيا
١-٢-٣-١٥-٢٦-٢٧-٢٨-٣٠						
٣٢-٣٣-٣٨-٤٠-٤١-٤٢	١٤	٨	%٩٠	٥,٨٨	٣,٨٤١	دال احصائيا
٣٢-٣٣-٣٨-٤٠-٤١-٤٢						

غير دالة	٣,٨٤١	٢,٤٥	%٦	٤	٢	٣٩ - ٨
----------	-------	------	----	---	---	--------

-وضوح التعليمات: من أجل التأكد من وضوح تعليمات وفقرات الاختبار من حيث صياغتها أو لغتها وكذلك بغية تحديد الوقت اللازم للإجابة قام الباحث باختيار عينة عشوائية بلغت (٢٠) مرشدا ومرشدة ، وتم تطبيق المقياس عليهم وطلب منهم تحديد كل ما يجدونه غامضا وغير مفهوم سواء كانت تعليمات الاختبار او موافقه ، فكانت نتيجة التجربة وضوح التعليمات والفقرات وطريقة الاجابة ، وقد تراوح وقت الاجابة بين (١٥-٢٥) دقيقة وبمتوسط مقداره (٢٠) دقيقة .

-اسلوب المجموعتين المتطرفتين: لغرض التحقق من القوة التمييزية للفقرات قام الباحث بتطبيق المقياس على عينة من (١٠٠) مرشدا ومرشدة وبعد تصحيح استجاباتهم تم ترتيب الاستمارات تنازليا ، واختار الباحث (٢٧) من الدرجات العليا و(٢٧) من الدنيا ، ولذلك حصل الباحث على مجموعتين الاولى تمثل العليا والثانية تمثل الدنيا ، وظهرت النتائج ان جميع الفقرات صالحة لأن قيمتها التائية المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ما عدا فقرتين هما (١٧-٢٤) وبذلك اصبحت عدد فقرات المقياس (٣٨) فقرة والجدول (٣) يوضح ذلك .

جدول (٣) تمييز الفقرات باستخدام المجموعتين المتطرفتين

رقم الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		التائية المحسوبة	الجدولية
	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
١	٤,٤٢	٠,٤٥	٣,١٥	١,٣٧	١٠,١٤	
٢	٤,٤٦	٠,٣٤	٣,٤٧	١,٥٣	٥,٥٨	
٣	٤,٩٣	٠,١٢	٣,٩٧	١,٣٩	٨,٣٠	
٤	٢,٧٨	٠,٢٦	٢,٧٦	١,٢٣	٠,٥١	
٥	٤,٦٨	٠,٨٢	٣,٨٠	١,١٣	٧,٠٨	
٦	٤,٢١	١,١٤	٢,٦٥	١,٢٠	١٢,٧٣	
٧	٤,٤٥	٠,١٧	٣,١٥	١,٢٣	٩,٨٧	
٨	٤,٢٩	٠,٧٦	٢,٩٥	١,١٢	١٠,٠٧	
٩	٤,٦٢	٠,٦٦	٣,٥٥	١,٤٣	٧,٧٥	
١٠	٤,٢٦	٠,٨١	٢,٨٨	١,٣٨	٩,٦٩	
١١	٤,٢٧	٠,٧٧	٣,٥٠	١,١٧	٥,٥٥	
١٢	٣,٦٢	٠,٠٦	٢,٠٢	١,٣١	١١,٩١	
١٣	٤,٥٢	٠,٦٧	٣,٣٧	١,١٨	٨,٨٥	

١,٩٦	٨,٩٢	١,١٢	٣,٢٢	٠,٨٠	٤,٤٦	١٤
	٨,٤٢	١,٢١	٣,٧١	٠,٥٥	٤,٧٦	١٥
	٧,٨٠	١,١٦	٣,١٢	٠,٨٧	٤,٢٤	١٦
	١,٧١	٠,١٨	٢,٠١	٠,٦٣	٤,٢٥	١٧
	٧,٧٦	١,١٣	٣,٦٩	٠,٦٢	٤,٧٠	١٨
	٨,٣٦	١,١٦	٢,٩٢	٠,٤٣	٢,٤١	١٩
	٨,٣٠	١,١٩	٣,٩٧	٠,٢٤	٤,٩٣	٢٠
	٩,٤٢	١,١٢	٣,٥٠	٠,٦٠	٤,٧٠	٢١
	٨,٣٦	١,٢٣	٣,٨٥	٠,٤٤	٤,٧٦	٢٢
	٧,٩٨	١,٤٠	٣,٦٧	٠,٢٨	٤,٥٥	٢٣
	١,١٥	٠,١٢	٢,١٢	٠,٤٨	٤,٦٠	٢٤
	٩,٦٠	١,١٩	٢,٩٣	٠,٥٦	٤,٢١	٢٥
	١١,١٩	١,١٥	٢,٢٤	٠,٧٨	٣,٩٧	٢٦
	٧,٦٤	١,١٢	٢,٦٢	٠,٦٦	٣,٩١	٢٧
	١٠,٠٧	١,١٩	٢,٩٥	١,٠٨	٤,٢٩	٢٨
	٩,٧١	١,٠٤	٢,٨٧	٠,٨٢	٣,٢٠	٢٩
	٨,٥٠	١,١١	٢,٣٣	٠,٣٤	٣,٧١	٣٠
	٩,٨٧	١,٠٩	٣,١٥	٠,٩٦	٤,٤٥	٣١
	٨,٣٠	١,٠١	٢,٨٨	٠,٨٣	٤,٠٠	٣٢
	٨,٢٩	١,١٣	٢,٣٢	٠,٤٨	٢,٣٧	٣٣
	١٠,٦٢	١,١٧	٢,٥١	١,١١	٣,١١	٣٤
	١٢,٢٧	١,٠٧	٢,٧٧	٠,٣٤	٣,٤٥	٣٥
	٨,٨٦	١,١٤	٢,٤٤	٠,٩٢	٢,٧٥	٣٦
	٩,٢٢	١,٠٣	٢,٢٠	٠,٣٨	٢,٤١	٣٧
٨,١١	١,١٧	٢,٢٧	١,٣	٢,٢٩	٣٨	
١١,٠٩	١,٠٦	٢,٨٢	٠,٣٢	٣,٥٢	٣٩	
٤,٩٠	١,٠٢	٢,٦٣	٠,٨٩	٣,٤٦	٤٠	

## ب- ثبات المقياس Reliability :

ان الثبات من المفاهيم التي يجب على اي مقياس ان تلازمه تلك الصفة ليكون صالحا للاستعمال ، والاداة الجيدة هي الاداة التي تعطي النتائج نفسها في كل مرة ويمكن الاعتماد عليه ، بغض النظر عن الفرد القائم بعملية القياس ، ولحساب معامل الثبات قام الباحث بتطبيق مقياس الاتصال الاقناعي على عينة بلغت ( ٢٠ ) مرشدا ومرشدة اختيروا بطريقة عشوائية ، وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات المقياس على طريقتين هما :-

### أ- طريقة اعادة الاختبار ( Test - re - test ) :

"بعد التطبيق الاول ب ( ١٥ ) يوم اعيد تطبيق المقياس على العينة نفسها واستخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات الطلبة في التطبيقين الاول والثاني ، إذ بلغ معامل الثبات ( ٠.٨١ ) وهو معامل جيد ، إذ ويشير الخبراء في القياس الى ان معامل الارتباط الجيد يجب ان يتراوح بين ( ٠,٧٠ - ٠,٩٠ ) إذا اريد وصف الاداة بأنها ذات ثبات مقبول .

ب- طريقة ألفا - كرونباخ ( Cronbach - Alpha ) : وجرى ايجاد ثبات مقياس الاتصال الاقناعي بطريقة ( الفا - كرونباخ ) ، التي تقيس الاتساق الداخلي والتجانس بين فقرات المقياس وقد بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة ( ٠,٨٦ ) وهو معامل جيد يشير الى تجانس المقياس " .

-الصيغة النهائية للمقياس : تكون مقياس الاتصال الاقناعي بصورته النهائية من ( ٣٨ ) فقرة خضعت للإجراءات السايكومترية المتبعة في اعداد ادوات القياس واصبح المقياس جاهزا للتطبيق .

## ٢- مقياس الابداع الارشادي :

من اجل قياس الابداع الارشادي كان لا بد من وجود اداة قادرة على القياس لذلك تبنى الباحث مقياس (الجميلي :٢٠٢٢) وهي اداة حديثة تتلائم ومجتمع البحث الحالي، تكون المقياس في بصورته النهائية من (٥٦) فقرة موزعة على اربعة مجالات متقاربه الاهمية هي ( الذكاء الارشادي ، التعامل مع الخبرات الارشادية ، حرية الأداء ، فعالية الخبرات الارشادية ) ، ولكل فقره (٥) بدائل هي (تنطبق علي بدرجة كبيرة جدا ، تنطبق علي بدرجة كبيرة، تنطبق علي الى حد ما ، تنطبق علي بدرجة متوسطة ، تنطبق علي بدرجة ضعيفة) ، واتبع الباحث الخطوات اللازمة للتأكد من صدق وثبات هذه الاداة لذلك اتبع الطرق التالية :

### أ-الصدق الظاهري للمقياس :

بعد تحديد مجالات المقياس وفقراتها البالغة (٥٦) فقره وبدائلها عرض على مجموعة من الخبراء والمختصين في التربية وعلم النفس(\*) بغرض استخراج الصدق الظاهري المتضمن وضوح الفقرات ومدى صلاحيتها لقياس الابداع الارشادي .

\* ١-أ.د.نمير ابراهيم حميد ٢-أ.د.آوان كاظم عزيز ٣-أ.د.صباح مرشود منوخ ٤-أ.م.د.قصي حامد حميد ٥ ٦-أ.د. زكريا عبد احمد ٧-أ.د.وفاء كنعان خضر ٨-أ.م.د.خالد احمد جاسم ٩-أ.م.د.سرى اسعد جميل ١٠-م.د.رحاب عبدالوهاب .

وبعد جمع آراء المحكمين وتحليلها باستعمال مربع كاي لمعرفة دلالة الفروق بين آراء المحكمين من حيث صلاحية الفقرات لمكوناتها أو عدمه عند مستوى دلالة ( ٠,٠٥ ) وظهرت النتائج ان جميع الفقرات صالحة وان قيمتها المحسوبة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية البالغة (٣,٤٨١) وجدول (٢) يبين ذلك .

#### جدول (٤)

آراء المحكمين في صلاحية فقرات مقياس التكيف الاكاديمي

ارقام الفقرات	عدد الفقرات	الموافقون		قيمة مربع كاي	القيمة الجدولية	مستوى الدلالة ٠,٠٥
		النسبة	التكرار			
١-٢-٣-٤-٥-٦-٧-٨-٩-١٠	٤٤	١٠٠%	١٠	٦,٤٠٠	٣,٤٨١	دال احصائيا
١١-١٢-١٣-١٤-١٥						
١٦-١٧-١٨-١٩-٢٠-٢١						
٢٢-٢٣-٢٤-٢٥-٢٦-٢٧						
٢٨-٢٩-٣٠-٣١-٣٢-٣٤						
٣٥-٣٦-٣٧-٣٨-٣٩-٤٠						
٤١-٤٢-٤٣-٤٤-٤٥-٤٦						
٤٧-٤٨-٤٩-٥٠-٥١-٥٢						
٥٣-٥٤-٥٥-٥٦						

ب-ثبات المقياس Reliability :

يعد الثبات من المفاهيم التي يجب على اي مقياس التمتع بها ليكون صالحا للاستعمال والمقياس الجيد هو المقياس الذي يعطي النتائج نفسها في كل مرة ويمكن الاعتماد عليه ، بغض النظر عن الفرد القائم

بعملية القياس ، ولحساب معامل الثبات قام الباحث بتطبيق مقياس المثابرة الاكاديمية على عينة بلغت ( ٢٠ ) طالبا وطالبة اختيروا بطريقة عشوائية .

وقد اعتمد الباحث في حساب ثبات المقياس على طريقتين هما :-

أ-طريقة اعادة الاختبار ( Test - re - test ) :

" بعد التطبيق الاول بـ ( ١٥ ) يوم اعيد تطبيق الاداة على العينة نفسها واستخراج معامل ارتباط بيرسون بين درجات الطلبة في التطبيقين الاول والثاني ، إذ بلغ معامل الثبات ( ٠.٨٣ ) وهو معامل جيد ، إذ يشير الخبراء في القياس الى ان معامل الارتباط الجيد يجب ان يتراوح بين ( ٠,٧٠ - ٠,٩٠ ) إذا اريد وصف الاداة بأنها ذات ثبات مقبول.

ب-طريقة ألفا - كرونباخ ( Cronbach - Alpha ) :

وجرى ايجاد ثبات مقياس المثابرة الاكاديمية بطريقة معامل ( الفا - كرونباخ ) ، والتي تقيس الاتساق الداخلي والتجانس بين فقرات المقياس وقد بلغ معامل الثبات بهذه الطريقة ( ٠,٨٦ ) وهو معامل جيد يشير الى تجانس المقياس .

-التطبيق النهائي :

بعد ان استكمل الباحث الاجراءات الضرورية لبناء مقياس الاتصال الاقناعي ، والتحقق من الصدق والثبات لمقياس الابداع الارشادي ، قام الباحث بتطبيق المقياسين على عينة بلغت ( ١٠٠ ) مرشدا ومرشدة من المدارس المتوسطة والاعدادية على ملاك مديرية تربية محافظة صلاح الدين .

## الفصل الرابع

عرض النتائج وتفسيرها / توصيات البحث ومقترحاته

سيتضمن الفصل الرابع نتائج التي توصلت إليها وفق الاهداف المحددة ، و كذلك مناقشة تلك النتائج في ضوء الاديبيات والدراسات السابقة التي تم عرضها في الفصل الثاني للبحث الحالي وعلى النحو الآتي :-

الهدف الاول : الكشف عن مستوى الاتصال الاقناعي لدى المرشدين التربويين:

لغرض تحقيق هذا الهدف تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام الأختبار التائي لعينة واحدة، إذ قام الباحثة بتطبيق مقياس الأتصال الإقناعي على عينة البحث والبالغة (١٠٠) مرشدا ومرشدة ، وقد تبين أن المتوسط الحسابي بلغ

(١١٣,١٤) درجة و بانحراف معياري مقداره (٢,٣٣) وعند مقارنة المتوسط الحسابي بالمتوسط الفرضي البالغ (١١٤) تبين أن المتوسط الحسابي لدرجات العينة اقل من المتوسط الفرضي ، فتبين وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسطين ، وأن القيمة التائية المحسوبة تساوي (٠,٧٧) وهي أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٦) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية (٩٩) وجدول (٥) يوضح ذلك .

جدول (٥) الفرق بين المتوسط الحسابي والمتوسط النظري لمتغير الاتصال الإقناعي

مستوى دلالة	القيمة التائية		الحرية	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	عدد افراد العينة
	الجدولية	المحسوبة					
٠,٠٥							
غير دال	١,٩٦	٠,٧٧	٩٩	١١٤	٢,٣٣	١١٣,١٤	١٠٠

ومن خلال النتيجة اعلاه يمكن التوصل إلى أن للعينة مستوى ضعيف من الأتصال الإقناعي ، وهذه النتيجة تؤيد احساس الباحث في ان هناك مستوى ما دون المتوسط لدى المرشدين التربويين، وأن هذه النتيجة تعطي مؤشراً على ضرورة اهتمام المرشدين التربويين بدورهم المهني الفاعل في مجالهم المهني الإرشادي، وتؤشر النتائج ايضاً بأن هناك عوائق تواجه المرشدين أثناء عملهم مثل تشابك الأفكار، وتغيير أفكار المتلقي، والتذبذب في مستوى القناعة أو ضعفه، أو عدم نجاح المقنع في تحديد مشكلته .

الهدف الثاني : الكشف عن دلالة الفروق في الاتصال الإقناعي تبعا لمتغير ( الجنس : ذكور - اناث ) لدى طلبة الجامعة :

استخدم الباحث للكشف عن هذا الهدف الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ، إذ تبين ان هناك فروق ذات دالة احصائية عند مستوى (٠,٠٥) ودرجة حرية ( ٩٨ ) بين الذكور والاناث ، إذ بلغ متوسط درجات الذكور في الاتصال الإقناعي(١١٢,٢٨) و بانحراف معياري ( ١,٥٩ ) وبلغ متوسط درجات الاناث ( ١١٣,٣١ ) و بانحراف معياري قدره ( ٢,٥٤ ) إذ كانت القيمة التائية المحسوبة والبالغة ( ١,٦٧ ) وهي اعلى من القيمة الجدولية البالغة ( ١,٩٦ ) وجدول (٦) يبين ذلك.

جدول (٦) نتائج الاختبار التائي على دلالة الفروق في الاتصال الإقناعي تبعا لمتغير الجنس

( ذكور- إناث )

مستوى دلالة	القيمة التائية		الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الجنس	المتغير
	جدولية	محسوبة					
			١,٥٩	١١٢,٢٨	٥٩	ذكور	الاتصال

٠,٠٥	١,٩٦	١,٦٧	٢,٥٤	١١٣,٣١	٤١	إناث	الإقناعي
------	------	------	------	--------	----	------	----------

ومن خلال النتائج المبينة في الجدول (٦) يمكن التوصل إلى ان هناك فرق بسيط لصالح الاناث في مستوى الاتصال الإقناعي بين المرشدين والمرشدات، ويفسر الباحث سبب هذا الفارق ، أن المرشدات لديهن صفة الرحمة والمودة وضبط الذات والتأني واعتدال الرأي والتواضع، ويتصفن بالإقناع والحكمة والتواصل وطريقة تعاملهم مع المحيطين بهن، وان نتيجة البحث الحالي حول وجود فروق دالة إحصائياً لصالح الإناث في الأتصال الإقناعي تتسم بالواقعية إذا ما عرفنا واقع الخلفيات الثقافية لكثير من المجتمعات ودورها في تنشئة الفرد . .

الهدف الرابع: التعرف على الفروق ذات الدلالة الاحصائية في الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير الخدمة عدد سنوات الخدمة (أقل من ١٠ سنوات ، أكثر من ١٠ سنوات).

أشارت نتائج المعالجة الإحصائية إلى وجود فرق دال إحصائياً في الاتصال الإقناعي بين المرشدين والمرشدات في عدد سنوات الخدمة ولصالح المرشدين من ذوي عدد سنوات الخدمة (أكثر من ١٠ سنوات) ، إذ بلغ متوسط درجة ذوي عدد سنوات الخدمة (أكثر من ١٠ سنوات) (١١٣,٦٤) درجة وبأنحراف معياري (١,٩٩) في حين بلغ متوسط درجات المرشدين من ذوي عدد سنوات الخدمة (أقل من ١٠ سنوات) في (١١٢,٢٦) درجة وبأنحراف معياري قدره (٢,٤٦) درجة، وعند استخدام الأختبار 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 (٩٨) مما يشير إلى وجود فرق دال إحصائياً كما في جدول (٧).

جدول (٧) نتائج الأختبار التائي لعينتين مستقلتين لدلالة الفرق في مستوى الاتصال الإقناعي تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة

نوع العينة	العدد	الوسط الحسابي	الأنحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
أكثر من ١٠ سنوات	٤٧	١١٣,٦٤	١,٩٩	٩٨	٢,٥٤	١,٩٦	دالة

من خلال النتائج المبينة في الجدول (٧) تبين وجود فرق دال إحصائياً بمستوى الأتصال الإقناعي تبعاً لمتغير عدد سنوات الخدمة، ونفسر هذه النتيجة بأن المرشدين والمرشدات من ذوي الخدمة الطويلة قد أكتسبوا مهارات توجيهية إرشادية مهنية أساسية خلال تلك السنوات ،ومن خلال ممارستهم المستمرة لعملهم الإرشادي وتماسهم المباشر مع الطلبة في المدارس الاعدادية والمتوسطة ، ويعتبر التدريب العملي والمباشر من أفضل الطرق لأكتساب المهارات

الإرشادية لتنمية الأتصال الإقناعي لديهم، وتعتبر الخبرة السابقة من أهم ما يقدمه المرشدين بمجال عملهم الإرشادي المقنع.

الهدف الرابع : التعرف على مستوى الابداع الارشادي لدى المرشدين التربويين :

بينت النتائج ان المتوسط الحسابي لدرجات عينة البحث على مقياس الابداع الارشادي بلغت ( ١١٦,١٩ ) وبانحراف معياري مقداره ( ٩,٩٨ ) درجة وعند مقارنتها بالمتوسط الفرضي للمقياس والبالغ ( ١٦٨ ) وباستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة تبين أن القيمة التائية ، المحسوبة هي ( ١١,٣٢ ) وهي أعلى من القيمة الجدولية البالغة (١,٩٦) وهي دالة احصائيا عند مستوى (٠,٠٥) وهذا يدل على وجود مستوى ابداع انفعالي جيد وكما موضح في الجدول (٧)

جدول (٨) الفرق بين المتوسط الحسابي والمتوسط النظري لمتغير الابداع الارشادي

عدد افراد العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية		بدلالة ٠,٠٥
					محسوبة	جدولية	
١٠٠	١٢٧,١٩	٩,٩٨	١٦٨	٩٩	١١,٣٢	١,٩٦	دالة

يتضح من النتيجة المعروضة ان هناك فرقا دالا احصائيا بين المتوسط المتحقق والمتوسط الفرضي لدرجات عينة البحث وكان الفرق لصالح المتوسط المتحقق لدرجات عينة البحث ويعد هذا مؤشرا على ان هناك ابداعا ارشاديا متوسطا لدى المرشدين التربويين ، وهذا يدل على ان المرشدين لديهم ارشاد ابداعي متوسط وربما يعود ذلك الى عدم الاهتمام بالمرشدين التربويين وعدم مواكبتهم لتطور وسائل العلم والمعرفة ، ولا تتفق هذه الدراسة مع اي من الدراسات السابقة .

الهدف الخامس: الكشف عن دلالة الفروق في الابداع الارشادي تبعا لمتغير الجنس( ذكور - اناث ) لدى المرشدين :

للتحقق من ذلك قمت باستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابات كل من الذكور والاناث على مقياس المثابرة الاكاديمية ، إذ بلغ متوسط استجابات الذكور (١٢٧,٨٧) وبانحراف معياري قدره ( ٦,١٨ ) ، اما متوسط درجات الاناث فقد بلغ (١٢٥,٦٨) وبانحراف معياري قدره ( ٧,٤٠ ) وتبين ان القيمة التائية المحسوبة والبالغة ( ٢,٥١ ) هي اقل من القيمة الجدولية البالغة ( ١,٩٦ ) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجة حرية ( ١٥٨ ) والجدول (٨) يوضح ذلك .

جدول (٩) الاختبار التائي لعينتين مستقلتين على دلالة الفروق في الابداع الارشادي تبعا لمتغير الجنس ( ذكور -

إناث )

المتغير	الجنس	العدد	الوسط	الانحراف	القيمة التائية	مستوى دلالة
---------	-------	-------	-------	----------	----------------	-------------

٠,٠٥	الجدولية	المحسوبة	المعياري	الحسابي			
دالة	١,٩٦	٢,٥١	٦,١٨	١٢٧,٧٨	٥٩	ذكور	الابداع الارشادي
			٧,٤٠	١٢٥,٦٨	٤١	إناث	

ومن خلال النتائج التي توصل اليها الباحث في جدول (٨) إذ تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية تعزى الى متغير الجنس ولصالح الذكور ، وهذا يثبت نتائج كثير من الدراسات التي ذهبت الى ان الذكور اكثر قدرة على التحدي وحل المشكلات والبحث عن بدائل جديدة ، وذلك ربما يعود الى احساس الذكور بدورهم المحوري واتفقت هذه الدراسة مع دراسة (الجميل: ٢٠٢١).

الهدف الخامس : التعرف على العلاقة بين الاتصال الاقناعي والابداع الارشادي لدى المرشدين التربويين :

بينت المعالجة الاحصائية الى وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الاتصال الاقناعي والابداع الارشادي فبلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (٠,٦٤٩) وأشارت الى ان هناك علاقة ارتباطية ايجابية بين متغيري البحث والجدول (٩) يوضح ذلك .

جدول (١٠) العلاقة بين متغيري البحث .

مستوى الدلالة	القيمة الجدولية	قيمة معامل الارتباط	حجم العينة
دال	٠,١١٤	٠,٦٤٩	١٠٠

يتبين من الجدول (٩) ان هناك علاقة ارتباطية موجبة بين متغيري البحث وعند مقارنتها بالقيمة الجدولية لمعامل الارتباط التي تساوي (٠,١١٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٩٩) وهذا يدل على انه كلما زاد الاتصال الاقناعي زاد تبعاً لذلك الابداع الارشادي مما يدل الى ان الاتصال الاقناعي يعتمد بالأساس على قدرة المرشد على التواصل والاقناع والتحدي في حل المشكلات بأساليب وأفكار جديدة .

وفي ضوء النتائج في اعلاه قدم الباحث مجموعة من الاستنتاجات والمقترحات :

اولاً: الاستنتاجات :

- ١- هناك مستوى منخفضاً من الاتصال الاقناعي لدى المرشدين التربويين .
- ٢- هناك فرق بسيط من الاتصال الاقناعي ولصالح الاناث وفقاً لمتغير الجنس .

٣- هناك مستوى جيد من الاتصال الإقناعي حسب متغير الخدمة ولصالح (أكثر من ١٠ سنوات) .

٤- هناك مستوى متوسط في الإبداع الإرشادي لدى مجتمع البحث .

٥- توجد فروق دالة إحصائية في الإبداع الإرشادي حسب متغير الجنس ولصالح الذكور.

٦- وجود علاقة ارتباطية بين متغيري الدراسة الحالية (الاتصال الإقناعي والإبداع الإرشادي)

ثانياً: التوصيات:

- ١- الأهتمام بتنمية الأتصال الإقناعي لدى المرشدين والمرشدات من خلال تكثيف الدورات والندوات.
- ٢- عمل إجتماعات شهرية بين المرشدين التربويين، وبين أولياء امور الطلبة بصفة مستمرة، إذ تعتبر الإجتماعات أحد قنوات الأتصال المهمة والضرورية لتطوير عملية الأتصال الإقناعي.
- ٣- محاولة مواكبة العصر التكنولوجي المعاصر لوسائل الاتصال الإقناعي، والرغبة في اقتناء الوسائل الحديثة للاتصال الإقناعي في الإدارة المدرسية وللمرشدين التربويين.
- ٤- تحفيز المرشدين التربويين لتنمية الإبداع الإرشادي من خلال أساليب متعددة منها، توفير برامج تدريبية وتأهيلية داخلية وخارجية.

ثالثاً : المقترحات:

- ١- القيام بدراسات مماثلة في مدارس القطر المختلفة لكلا المتغيرين الاتصال الإقناعي والإبداع الإرشادي .
- ٢- بناء برامج تربوية لتنمية الاتصال الإقناعي والإبداع الإرشادي لدى المرشدين التربويين .
- ٣- إجراء دراسات اخرى تستهدف متغيري البحث لشرائح اجتماعية مختلفة .
- ٤- إجراء دراسات للاتصال الإقناعي وعلاقته ب( التفكير التأملي ، الذكاء العاطفي ) .

المصادر :

- ١- البطش ، محمد وليد وأبو زينة ، فريد كامل (٢٠٠٧): منهاج البحث العلمي تصميم البحث الإحصائي ، ط١ ، دار المسيرة للنشر والطباعة ، عمان ، الأردن.
- ٢- أبو جادو ، صالح محمد (٢٠٠٣): علم النفس التربوي ، ط٣ ، دار المسيرة ، عمان.
- ٣- أبن المنظور، إبراهيم (٢٠١٠): لسان العرب مادة الفصل ، ط٢ ، دار النشر، عمان ، الأردن.
- ٤- يرغوث ، علي (٢٠٠٥): الأتصال الإقناعي ، جامعة الأقصى للنشر والتوزيع ، فلسطين.
- ٥- بنكراد، د. سعيد (٢٠٠٩): الصورة الإشهارية: آليات الإقناع والدلالة ، عالم الكتب، القاهرة.
- ٦- الحبيب، راكان عبدالكريم (٢٠٠١): هندسة الإقناع عن الأتصال الأنساني ، دار جدة للنشر والتوزيع ، جدة ، السعودية.

- ٧- الحيلة، محمد محمود (٢٠٠١): اثر الانشطة الفنية في التفكير الابتكاري لطلبة المرحلة الاساسية ، مجلة مركز البحوث القطرية ، عدد(١٩) ، قطر .
- ٨- حسن، أمينة أحمد (٢٠٠٩): دور المؤسسات التربوية في إعداد الداعية ، المؤتمر الدولي لإعداد الدعاة ، جامعة الأزهر، القاهرة.
- ٩- حنون، نزهة (٢٠٠٨): الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة الجزائرية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الأنسانية والإجتماعية ، جامعة منشوري ، قسنطينية.
- ١٠- الجميلي ، حسام حسين دلي (٢٠٢١): الابداع الارشادي وعلاقته بالوعي الذاتي والكفاءة المهنية لدى المرشدين التربويين ، اطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية التربية للعلوم الانسانية ، جامعة تكريت ، العراق .
- ١١- جبار ، سالم بن سعيد بن مسفر (٢٠٠٠): الإقناع في التربية الإسلامية ، دار الأندلس الخضراء ، جدة ، المملكة العربية السعودية ، الطبعة الثانية. ط٢ .
- ١٣- الخطيب، عبدالله عبدالهادي عبدالرحمن (٢٠١٠): برنامج إرشادي مقترح لتنمية بعض المهارات الإجتماعية لدى أبناء الشهداء في قطاع غزة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، فلسطين.
- ١٤- ارنوط ، بشرى اسماعيل (٢٠١٩) : الموسوعة المتكاملة في الارشاد والعلاج النفسي ، ج١ ، ط١ ، شركة مدبولي للطباعة والنشر ، القاهرة ، مصر .
- ١٥- روشكا ، الكسندر (١٩٨٩): الابداع العام والخاص ، ترجمة غسان عبدالحى ، عالم المعرفة ، الكويت .
- ١٦- الزبيود ، نادر فهمي وآخرون (١٩٩٩) : التعلم والتعليم الصفي ، ط١ ، دار الفكر للطباعة ، عمان ، الاردن .
- ١٧- زياد، محمد حمدان (١٩٩٠): تعديل السلوك الأنساني دليل العاملين في المجالات التربوية والنفسية والإجتماعية ، مكتبة الفلاح، العين ، الإمارات.
- ١٨- زيتون، صالح حميد علي فغازي فرحان (٢٠٠٧): الأتصالات الإدارية ، دار حامد للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
- ١٩- زيتون ، حسن حسين (٢٠١٣) : تعليم التفكير رؤية في تنمية العقل المفكرة ، ط١، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر .
- ٢٠- السرور ، ناديا هاييل (٢٠٠٢) : مقدمة في الابداع ، دار وائل للنشر ، الاردن .
- ٢١- السمحاوي ، ابتسام محمد(١٩٩٨) : اساليب تربية الابداع لتلاميذ التعليم الابتدائي في مصر ، مجلة العلوم التربوية ، مصر .
- ٢٢- السميح، عبد المحسن بن محمد (٢٠٠٤): مهام المرشد الطلابي بين المدرسة والتطبيق ، مجلة جامعة أم القرى المجلد (١٥) ، العدد (١)، الرياض .
- ٢٣- المشرفي ، انشراح (٢٠٠٣) : تعليم التفكير الابداعي لطفل الروضة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر .

- ٢٤- شلبي، كرم (١٩٨٧): معجم المصطلحات الإعلامية ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط ٣ ، القاهرة.
- ٢٥- شيفمان، تشيزن (٢٠٠٩): تصميم النظم التعليمية (خمسة رؤى لهذا المجال) ، ترجمة النظم التعليمية ، كلية التربية ، جامعة فيرجينيا، أمريكا.
- ٢٦- شواير، ريتشارد (٢٠١١): قضايا التقنيات التفاعلية الجديدة ، كلية التربية ، جامعة ساكاشوف، أمريكا.
- ٢٧- الصريفي، حامد، محمد، مستشار عبدالغني (٢٠٠٦): الاتصالات الدولية ونظم العلاقات ، (البحرين) مؤسسة الورد العالمية للشؤون الصيدلية ، البحرين.
- ٢٨- الطائي، العلاق، حميد، بشير (٢٠٠٨): أساسيات الأتصال ، الطبعة العربية ، دار البارودي للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن.
- ٢٩- طلعت، شاهيناز (١٩٩٥): وسائل الإعلام والتنمية الإجتماعية ، ط ٣ ، الأنجلو المصرية ، القاهرة.
- ٣٠- العباسي، ياسر احمد ميكائيل (٢٠٠٩): الذكاء الإقناعي وعلاقته بسمات الشخصية لدى تدريسي الأقسام الإنسانية في جامعة الموصل ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، كلية التربية ، الموصل.
- ٣١- العبيدي ، هيثم ضياء (٢٠٠٨): الشعور بالذات خاصة وأثره في عملية الإقناع ، مجلة آداب المستنصرية ، العدد (٤٦) ، بغداد ، مكتب الأثير للطباعة والنشر.
- ٣٢- العبيدي ، مظهر عبد الكريم (١٩٩٠): أثر تعلم بعض المهارات الإجتماعية في خفض السلوك العدواني ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية ابن الهيثم ، بغداد.
- ٣٣- العتوم ، عدنان يوسف وآخرون (٢٠٠٧) : تنمية مهارات التفكير ، نماذج نظرية وتطبيقات عملية ، ط ١ ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن.
- ٣٤- العقباوي ، عبير عيد (٢٠١٩) : التفكير الابداعي في حل المشكلات ، ط ١ ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن .
- ٣٥- العزة ، سعيد حسني (٢٠٠٦): دليل المرشد التربوي في المدارس ، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان ، الأردن.
- ٣٦- العوشن، عبدالله بن محمد (١٩٩٦): إقناع الآخرين ، دار العاصمة ، للنشر والتوزيع ط ٤ ، الرياض.
- ٣٧- عبوي، زيد منير (٢٠٠٨): فن إدارة بالأتصال ، ط ١، دار النشر دجلة للتوزيع والنشر ، الأردن.
- ٣٨- غانم ، محمد حسن ( ٢٠٠٤): تمهيد لعلم النفس ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، جامعة حلوان ، عمان ، الاردن .
- ٣٩- المليبي، بندر صلاح (٢٠٠٩): مهارة الأتصال لدى المرشد وأهميتها كما يراها المسترشدون ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة.

- ٤٠--موسى، فاتح ، غانم فنجان ، فاطمة احمد (٢٠١٠): إستباق مقاومة الإقناع ، (د ، ط) فيشون ميديا للنشر والتوزيع، السويد. أشوا، سوزان (٢٠٠٧): فن الإقناع ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ، مصر.
- ٤١-موسى، فاتح ، غانم فنجان ، فاطمة احمد (٢٠٠٤): استباق مقاومة الإقناع ، (د ، ط) فيشون ميديا للنشر والتوزيع، السويد .
- ٤٢-الوزير ، الحسن علي (٢٠٢٠) : الابداع والابتكار ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن.

( spss ) .

### **Persuasive Communication and its relationship to counseling creativity among educational counselors**

Research presented by Assistant professor : Dr. hossam Mahmoud Sabbar

Communication , Persuasive , Consoling , creativity , education , behavior .

College of Education for Human Sciences

#### **Summary of the research**

Persuasion is a necessary and reliable need to change and modify some behaviors to trends , the creative communication process depends on a set of rules in order to succeed directly or indirectly . The current research aims to measure the level of persuasive communication and its relationship to the counselors heuristic creativity and other goals that the researcher seeks to achieve through the current research . The number of the research sample was (١٠٠) male and female guides , the research prepared a tool to detect the first variable . the sincerity , reliability coefficient using the Alpha Cronbach method reached (٠,٨١) for the first administration , as for the second research tool , the researcher adopted the emotion creativity scale prepared by (Al Jomaile :٢٠٢٢) as stability coefficient reached (٠,٨٦) for this tool , which is a good stability coefficient . After the research found the validity and reliability coefficients for the current research variables , the tow scales ware applied to the current research sample , and after collecting the tow information forms , the data was treated statistical bay (spps) .