



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مركز البحوث النفسية

مجلة

العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة معتمدة

تصدر عن مركز البحوث النفسية

حاصلة على الاعتمادية

رقم الإيداع 614 / 1994

الرمز الدولي 1790 – 1816

المجلد (35) – العدد (4)



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
مركز البحوث النفسية

مجلة

العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة معتمدة تصدر عن مركز البحوث النفسية

المجلد : 35 العدد : 4

ISSN : 1816 - 1790

رقم الايداع : 614 / 1994

الرمز الدولي : 1816-1790

كانون الاول / 2024





مجلة العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة

رئيس التحرير/ أ.د. خليل ابراهيم رسول

مدير التحرير/ أ.م.د. علا حسين علوان

أعضاء هيئة التحرير

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.د. كامل علوان الزبيدي	جامعة بغداد / كلية الآداب / أستاذ متمرّس (متقاعد) / علم النفس – صحة نفسية	العراق
- أ.د. يوسف حمه صالح مصطفى	جامعة صلاح الدين / كلية الآداب – أربيل / علم النفس العام	العراق
- أ.د. صفاء طارق حبيب	جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد / قسم العلوم التربوية والنفسية / قياس وتقييم	العراق
- أ.د. اسامة حامد محمد	جامعة الموصل / كلية التربية للعلوم الانسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية/ علم النفس التربوي / قياس وتقييم	العراق
- أ.د. مهند عبدالستار النعيمي	جامعة ديالى / كلية التربية الاساسية / قياس وتقييم	العراق
- أ.د. حيدر جليل عباس	الجامعة المستنصرية / التربية الاساسية العلوم التربوية والنفسية / قياس وتقييم	العراق
- أ.د. سيف محمد رديف	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.د. بشرى عبد الحسين محميد	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.د. دونالد أوين كامرون	رئيس الجمعية الأمريكية للطب النفسي - الشخصية والصحة النفسية / واشنطن	الولايات المتحدة
- أ.د. عصام توفيق قمر	كلية الدراسات العليا للتربية / المركز القومي لأصول التربية / التربية وعلم النفس	مصر
- أ.م.د. بيداء هاشم جميل	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية / علم النفس العام	العراق
- أ.م.د. براء محمد حسن	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية / الشخصية والصحة النفسية	العراق

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.م.د. هناء مزعل حسين الذهبي	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. ميس محمد كاظم	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. صباح عايش بنت محمد	جامعة الشلف / كلية العلوم الانسانية والاجتماعية / علم النفس العام	الجزائر
- أ.م.د. مقبل بن عايد خليف العنزي	جامعة القصيم / الحدود الشمالية / كلية التربية / قسم التربية والاحتياجات الخاصة	السعودية

مجلة العلوم النفسية
مجلة علمية محكمة معتمدة متخصصة تصدر عن
مركز البحوث النفسية
جمهورية العراق
قسمة اشتراك
أرجو قبول اشتراكي في مجلة العلوم النفسية :

..... لمدة () سنة ابتداءً من
..... الأسم :
..... العنوان :
..... قيمة الاشتراك :
طريقة الدفع :- نقداً () شيك () حوالة بريدية ()
رقم: / / تاريخ

..... التاريخ الفأ
.....

الأفراد: (125000) الف دينار عراقي داخل العراق (100) \$ او ما يعادلها خارج العراق للمؤسسات أو المؤتمرات : (90.000) الف دينار عراقي داخل العراق (70) \$ او ما يعادلها خارج العراق	قيمة الاشتراك لعدد واحد
--	----------------------------

شروط النشر في المجلة

أولا : تنشر المجلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية القيمة والأصيلة باللغتين العربية والإنكليزية في حقل مجالات اهتمام المجلة نفسيا وتربويا ، والتي لم تقبل أو تنشر سابقا ، ويتحمل الباحث المسؤولية القانونية في كل القضايا المتعلقة بالأمانة العلمية إذا كان بحثه منشور أو قدم للنشر .

ثانيا: يخضع كل بحث مقدم للنشر في المجلة الى الاستلال الإلكتروني على أن لا تزيد درجة الاستلال عن (20) .

ثالثا : يقدم الباحث المقبول بحثه للنشر في المجلة تعهد خطي بعدم نشر بحثه في مجلة أخرى أو حصوله على قبول نشر مسبقا .

رابعا: يقدم البحث مطبوعا على نظام (Word 2007) مصحوبا بالعنوان للبحث مع أسم الباحث الثلاثي واللقب العلمي والأختصاص وأسم الجامعة والكلية والقسم والبريد الإلكتروني في بداية الصفحة الأولى للبحث باللغتين مع خلاصة للبحث باللغة العربية والإنكليزية مثبت فيها عنوان البحث واسم الباحث ومكان عمله على أن لا تزيد عن (250) كلمة فقط .

خامسا: يجب أن لا تتجاوز عدد صفحات البحث المقدم للنشر في المجلة أكثر من (25) صفحة فقط بما فيها الجداول والأشكال والملاحق ، وبخلافه يتحمل الباحث مبلغا أضافيا مقداره

(2) الفين دينار عن كل صفحة إضافية , ولايتجاوز البحث بعد الزيادة عن (35) صفحة

بكل الأحوال .

سادسا: موافقة اثنين من المحكمين المختصين الذين يقومون بالبحث علميا قبل نشره , بالإضافة

الى تقويم البحث من ناحية اللغة العربية والانكليزية .

سابعا: يراعى في كتابة البحث الآتي :

1- الأصول العلمية في كتابة البحث من حيث الدقة في التوثيق والأمانة العلمية في العرض.

2- يقدم البحث بنسختين مطبوعة على ورق أبيض (A4) مطبوعة على الحاسوب وعلى جهة

واحدة من الورقة مع قرص (CD), بالمواصفات الآتية :

- الحاشية العليا 4.50 سم .
- الحاشية السفلى 4.50 سم .
- الحاشية اليمنى 3.75 سم .
- الحاشية اليسرى 3.75 سم .
- يكون الخط المستخدم نوع (Meersoft Word), حجم الخط (14) بالنسبة للمتن و(12) بالنسبة للجداول .
- تحتوي كل صفحة على (22) سطر فقط وفقا لبرنامج التنضيد .
- يكون التباعد بين الأسطر للصفحة الواحدة (1.15).

- تكون الأشكال والجداول واضحة , وتستخدم فيها الأرقام العربية والنظام العالمي للوحدات .

- يكون البحث خالي من الأخطاء اللغوية والنحوية ولا تتحمل المجلة مسؤولية ذلك .

- لا تستعمل الهوامش في أسفل الصفحات وإنما يشار رقمياً الى المصادر حسب

موضوعها في نهاية البحث من خلال ذكر أسم الباحث والسنة وعنوان البحث من جهة

النشر والطبعة وتكتب بأسلوب (APA)...مثال

- الهاشمي ,عدنان علي (2009). تحمل المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها باتخاذ القرار

لدى التدريسيين في الجامعة ,رسالة دكتوراه غير منشورة, جامعة....., كلية , قسم

.....

- يلتزم الباحث بدفع مبلغ قدره (125) الف دينار من داخل العراق , و (100) دولار

أمريكي من خارج العراق .

- يلتزم الباحث بالتعليمات المؤشرة من الخبراء , ويعيد الباحث النسخة الأصلية للمجلة مع

نسخة جديدة ورقية أخرى مصححة .

- لاتعاد البحوث الى أصحابها قبلت أم لم تقبل للنشر .

- لايزود الباحث بكتاب قبول النشر , الأبعد التزامه بالتعليمات أعلاه وتسليم النسخ الورقية

كافة .

- المجلة غير مسؤولة عن نشر الأبحاث بعد مرور (90) يوم من دون مراجعة الباحث

للمجلة والالتزامه بالتعليمات كافة .

ثامنا : تحتفظ المجلة بحقوقها في أن تحذف أو تعيد صياغة بعض الكلمات أو الجمل بما يتلائم مع أسلوبها في النشر .

تاسعا: تنتقل حقوق نشر البحث الى المجلة حال أشعار الباحث بقبول بحثه للنشر .

مجالات اهتمام المجلة



1. البحوث والدراسات في مجالات العلوم التربوية والنفسية بفروعها المختلفة والطب النفسي، و الباراسايكولوجي .
2. المؤتمرات والندوات العلمية الوطنية والعربية والعالمية التي تعقد حول التخصصات في الفقرة المذكورة اعلاه
3. نشاطات وفعاليات المركز والمؤسسات الاخرى التي تهتم بالمجالات - الواردة في الفقرة (1)

((في هذا العدد))

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
1	التنافس المفرط وعلاقته بالتفاخر الذاتي لدى طلبة الدراسات العليا	أ.م. د افاق باسم علي	30-1
2	فخر الانجاز لدى عينة من طلبة الجامعة	أ.م.د بيداء هاشم جميل	54-31
3	تأثير التفكير الممتد في تكوين العلاقات الزوجية	أ.م.د جبار فريح شريدة	66-55
4	مهارات التأثير لدى أطفال الروضة	أ.م.د. منى محمد سلوم الدفاعي أ.م.د. سوزان عبد الله محمد	98-67
5	جودة الحياة المهنية وعلاقتها بسمات الشخصية الخمس الكبرى لدى تدريسيي الجامعة	أ.م.د. ميسون كريم ضاري	132-99
6	التمثيل العاطفي والهناء الذاتي وعلاقتهما بالامتنان لدى طلبة الجامعة	م. د. إيلاف حميد موسى	162-133
7	الاطمنان النفسي وعلاقته بالتعبير الفني لدى أطفال الروضة	م.د. حلا عبد الواحد نجم	190-163
8	الوعي الاخلاقي وعلاقته بالدعم الاجتماعي لدى طلبة جامعة بغداد	م.د. رجاء صدام جبر	214-191
9	الابتكارية الانفعالية وعلاقتها بالمرونة الاخلاقية لدى طلبة المرحلة الاعدادية	م.د سيف توفيق مظهر	246-215
10	البنى المعرفية اللاتكيفية وعلاقتها بجودة الحياة عند طلبة الاعدادية	م.د. عبير عبد المنعم الخفاجي	272-247
11	فاعلية تقنية التحفيز السمعي البصري في تحسين الانتباه المشترك لدى عينة من اطفال اضطراب طيف التوحد	د. حيدر كامل مهدي النصراوي	304-273
12	جودة الحياة الأسرية لدى طالبات الاقتصاد المنزلي	أ.م. رنا فاضل عباس الجنابي	322-305

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
13	الضيق النفسي وعلاقته بالرضا الأكاديمي لدى أساتذة الجامعة	م. م. احمد عباس حسن الذهبي	344-323
14	التفكير الاخلاقي وعلاقته بالضبط الذاتي لدى طلبة كلية التربية للعلوم الانسانية	م.م. دعاء صباح جاسم	374-345
15	الايحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعات	م.م. ليلي علاء الدين حمزة	394-375
16	القيادة الأخلاقية لدى الهيئة التربوية	م. م. رافع مؤيد عبد الله	418-395
17	السلام الشخصي وعلاقته بالصحة النفسية	م.م. رؤى عباس علي	452-419
18	المثابرة التحفيزية وعلاقتها بالكفاءة الذاتية المدركة لدى طلبة الدراسات العليا	م.م. محمد خلف رشيد الشجيري	486-453
19	رأس المال البشري واستدامة الموارد في المؤسسة الأمنية دراسة ميدانية	اشواق جاسم لطيف أ.م.د. زينب محمد صالح	508-487
20	أنماط التفكير لدى ضباط الأجهزة الامنية في ضوء نظرية هاريسون وبرامسون	الباحث سامح عبد عباس أ.م.د. علي سعد كاظم	532-509



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي مركز البحوث النفسية

وحدة الاصدارات والمطبوعات

ملاحظة...

**الافكار الواردة في البحوث والدراسات المنشورة تُعبر عن
اراء اصحابها وليس بالضرورة عن رأي المجلة .**

المراسلات

توجه جميع المراسلات الى رئيس التحرير على العنوان التالي:

مجلة العلوم النفسية - مركز البحوث النفسية

ص.ب. 47041 جادرية - بغداد - العراق

هـ 07729423220

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق

614 لعام 1994

بغداد - العراق



الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعات

م.م. ليلي علاء الدين حمزة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية

layla.alaa14@gmail.com

المستخلص:

تجسّدت مشكلة البحث في قابلية استقبال الطلبة الأفكار لاشعورياً وانقيادهم لسلوكيات مستوحاة من إحياءات الآخرين، إذ استمد البحث أهميته بالتعرف على مدى تقبل الإحياءات الاجتماعية وتأثيرها في سلوك الفرد إيجابياً أو سلبياً، وتحددت أهداف البحث بالآتي:

1. قياس الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.
2. معرفة الفروق في الإيحاء الاجتماعي وفق متغيري الجنس (الذكور، الإناث)، والتخصص (العلمي، الانساني).

قامت الباحثة ببناء مقياس الإيحاء الاجتماعي، تم التحقق من صدق وثبات المقياس، ومن ثم تم تطبيق المقياس على عينة من طلبة الجامعة، وأظهرت نتائج البحث:

1. يوجد لدى طلبة الجامعة إحياء اجتماعي مرتفع.
2. لا توجد فروق في الإيحاء الاجتماعي وفق متغيري الجنس (الذكور، الإناث)، والتخصص (العلمي، الانساني).

اختتم البحث بتوصيات، منها:

- توظيف الإيحاء الاجتماعي في برامج العلاج (الجماعي) للطلبة في وحدات الإرشاد النفسي في الجامعات.

وانتهى البحث بمقترحات، منها:

- إجراء دراسة تجريبية في أثر الإيحاء الاجتماعي على طلبة الجامعة.

الكلمات المفتاحية: الإيحاء، الإيحاء الاجتماعي



Social Suggestibility Among University Students

Asst .Lect. Layla Alaalddin Hamzah Sulttani

Ministry of Higher Education / Psychological Research Center

layla.alaa14@gmail.com

Abstract

This study addresses the phenomenon of students' susceptibility to subconsciously assimilate ideas and adopt behaviors influenced by the suggestibility of others. The research underscores the significance of understanding the level of social suggestibility among students and its potential impact on their positive or negative behaviors.

The research objectives were as follows:

1. To measure the level of social suggestibility among university students.
2. To explore differences in social suggestibility based on gender (male, female) and field of study (scientific, humanities).

To achieve these objectives, the researcher developed a Social Suggestibility Scale validated for reliability and accuracy. The scale was then administered to a sample of university students. The key findings of the study include:

1. University students exhibited a high level of social suggestibility.
2. No significant differences were observed in social suggestibility based on gender or field of study.

The study concludes with several recommendations, including:

- Integrating social suggestibility into group intervention programs in university psychological counseling services.

The study also suggests future research directions, such as:

- Conducting experimental studies to assess the impact of social suggestibility on university students.

Keywords: Suggestibility, Social Suggestibility



الفصل الأول (التعريف بالبحث)

أهمية البحث والحاجة إليه:

إن قابلية طلبة الجامعة في استقبال الإيحاء الاجتماعي تكون متصلة بآثاره انفعالات الطالب مع الموقف المثير من مجموعة أفراد ينتمي إليهم، فالإيحاء يعمل مع الدوافع من الخارج عبر السلوك الجمعي، وعن الداخل عبر الدافع المحفز بإيحاءات الآخرين، ويرى عالم النفس الاجتماعي روس أهمية الإيحاءات التي يعززها المجتمع في نفس الفرد لحفظ قيمه ومعتقداته ومعايير السلوك الجمعي (Ross, 1908)، فضلاً عن ذلك محاولة ضبط سلوك أفراد المجموعة عبر الإيحاء لمفاهيم الضبط الاجتماعي في سلوك الأفراد الذين تتوافر لديهم غرائز اجتماعية معززة من الآخرين، ويرى روس "كل مجتمع لديه مصدر ومضمون محدد للإيحاء، إذ أن بعض أنواع الإيحاء تهتم بها مجتمعات دون الأخرى، فالمجتمع هو المسيطر في تكوين صور الإيحاء وتأثيرها ضمن أجزاء البناء الاجتماعي"، وفي دراسة الإيحاء عبر مواقف تاريخ العلوم النفسية وأثاره المهمة بشكل واسع، إذ جاءت فكرة الإيحاء في العديد من التخصصات الفرعية في علم النفس منها (الطب الجنائي، علم النفس الاجتماعي، والعلاج النفسي) (Ainsworth, 2006)، فضلاً عن استخدام الإيحاء في الأدب العام، ويعمل الإيحاء في إثارة دافع الحاجة لدى الفرد للتوافق مع رأي المجموعة بإيحاء مباشر في الاندماج مع الحشود الاجتماعية، أو إيحاء غير المباشر في إشاعة الرأي العام الداعم لحالة اجتماعية معينة، فيكون الإيحاء الاجتماعي، إما (إيجابي) يهدف إلى التعاطف مع حالة اجتماعية خاصة وبناتج إيجابية، على سبيل المثال (تحريك الرأي العام لحل قضية اجتماعية هادفة)، أو (سلبي) ضار في سلوك أفراد المجتمع، على سبيل المثال (إشاعة البدعة ضمن مجموعة أفراد)، ذلك بقابلية الفرد لاستقبال رأي مجموعة من الأفراد، مما يطابق وجهة نظر بياجيه (1968) عن استيعاب الفرد للإيحاء الاجتماعي الذي يسهم في بناء الخبرات الذاتية، إذ تندمج أفكار مجموعة أفراد مع مجموعة أخرى (Billett&Pavlova, 2005, p.4)، إضافة إلى ذلك يؤثر الإيحاء الاجتماعي في شخصية الفرد، فمن وجهة نظر فوكو (1986) أن تأثير الإيحاء في شخصية الفرد تشكل اندماجه الاجتماعي، إذ يرى برجر ولوكمان (1967) أن الإيحاء الاجتماعي يسهم في إعادة دمج سلوك الفرد مع المجتمع المحيط في استقبال وتبني المعتقدات والاتجاهات والميول الاجتماعية لذلك المجتمع (Billett, 2009, p.41).

حدود البحث:

تحدد البحث الحالي بعينة من طلبة جامعة بغداد للعام الدراسي (2023 – 2024) م.

أهداف البحث:

1. قياس الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعة.
2. تعرف الفروق في الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعة وفق متغيري الجنس (ذكور، أنثى)، والتخصص (علمي، إنساني).



تحديد المصطلحات:

الإيحاء (Suggestibility):

1. شو ميكر (1991) "ميل الشخص للاستجابة الى ايماءات التواصل الاجتماعي من الآخرين" (Perez,2009,p.1).
2. فانن (2007) "عملية تبني أفكار ومعتقدات وسلوكيات الآخرين بسهولة" (Vandenbos,2007,p.1048).

الإيحاء الاجتماعي (Social Suggestibility):

- غوستاف (1991) "قابلية الفرد اللاشعورية في الانقياد لأفكار الآخرين" (Wagstaff,1991,p.132).
- اعتمدت الباحثة تعريف غوستاف (1991)؛ لأنه أكثر وضوح ودقة في وصف الإيحاء الاجتماعي.
- التعريف الاجرائي: "الدرجة التي يحصل عليها الطالب عند الإجابة على مقياس الإيحاء الاجتماعي".

الفصل الثاني الإطار النظري

وصف علماء النفس الاجتماعي الإيحاء، أنه يشمل التفاعل الاجتماعي، أو الذاكرة، أو كليهما، فالتأثير الاجتماعي هو ظاهرة لمفهومين رئيسيين: وهما (الامتثال، والمطابقة)، وتفسر النظريات الاجتماعية أن درجة القابلية للإيحاء تختلف من شخص إلى آخر (Ridley,2013,p.13)، إذ يرى بور خارد وآخرون (٢٠١١) أن قابلية الإيحاء لها أنواع تتمثل في الإيحاء الفردي مقابل الإيحاء الاجتماعي، والإيحاء السلوكي في مقابل الإيحاء اللغوي، والإيحاء الإيجابي في مقابل الإيحاء السلبي، والإيحاء الجماعي في مقابل الإيحاء الذاتي، ويرى ليفشيتز وآخرون (٢٠١٧) أن العلاقة الإيحائية، إما ذاتية أو اجتماعية، ويكون الإيحاء إما متعمد مباشر، أو غير مباشر، والأنواع الأخرى تكون تبعاً للمضمون، وتندرج ضمن الإيحاء (العقلي، اللفظي، الاجتماعي، العلاجي، التنويمي، بعد التنويمي، الإيجابي، السلبي، المضاد، الأولي، والثانوي)، ويرى غوستاف لوبون أن الذين يعانون من مشاكل نفسية لديهم قابلية للإيحاء أكثر من الأشخاص الأسوياء، إذ إن عدم الاتزان الانفعالي لدى الفرد يجعل لديه قابلية لتقليد ديناميكيات التفكير الجماعي وسلوك الآخرين، على سبيل المثال (يتأهب الأشخاص بعد ملاحظتهم شخص يتأهب ضمن مجموعة أشخاص)، (وبواجه طالب الطب الكثير من التجارب، منها بدأ ظهور أعراض مرض بعد قراءته أو استماعه لتقرير عن المرض)، إذ يكون الأشخاص أكثر استجابة لمختلف أشكال الإيحاء، فالتركيز في قابلية الفرد للإيحاء يكون نتيجة لضعف الثقة بالنفس، فضلاً عن الآثار المتصلة بالصحة النفسية للأشخاص الذين يتأثرون بإيحاءات الآخرين والتي تستهدف انفعالاتهم (Wagstaff,1990,p.141).

ومن التفسيرات النظرية للإيحاء الاجتماعي وجهات النظر الآتية:

من تفسر نظرية السمات أن الذات تؤثر في توجيهات الأفراد وسلوكياتهم الاجتماعية التي تؤثر على الأفراد داخل الجماعة، فإن الحالات القصوى من الإيحاءات لديها توجه سيميائي لا يمكن مقاومته، على سبيل المثال (التمارض الناتج عن تقبل أعراض مرض)، (وتقبل إيحاءات الدعاية التجارية أو الإعلانات)، وتختلف من شخص إلى آخر، إذ يوجد شخص يتحكم في استقباله للإيحاءات



(Zittoun,2013,p.3)، فآليات الاستجابة تميل أن تكون متشابهة تبعاً للمثير، ومن ثم تتسع لنتائج استجابة المجاميع الأمر الذي يؤدي إلى التضامن الاجتماعي، نظراً إلى الضغوط دون التشابه في تعرف التعبير والتعاطف الغريزي، أو التكيفي رد الفعل البدائية للانطباع، هذا الوعي يضمن التوصل إلى اتفاق أساسي لجميع الأفراد في السلوك التعددي، على سبيل المثال (التفاعل بين زملاء الدراسة لتحريك قضية مشتركة)، إذ يخدم التنسيق الاجتماعي رد الفعل لاستجابات الأفراد، وتعد اللغة أساس تعزيز الإيحاء الاجتماعي، وتحفيز العلاقات الاجتماعية مباشرة، وبعكس تقبل الإيحاء الاجتماعي شخصية الفرد ودرجة تأثره بالمعتقدات والقيم الاجتماعية السائدة في مجتمعه (Wagstaff,1991,p.132)، فإن توافق أفراد المجموعة نتيجة للإيحاء الاجتماعي، إذ إن رفض المعتقدات يتعارض مع المعرفة والمعتقدات بين الأفراد التي تؤدي إلى قبول، أو تهميش بعض الأفراد، أو الجماعات في المجتمع، ويكون نتائج الإيحاء الاجتماعي بالتطابق بين قيم ومعتقدات الأفراد مع قيم ومعتقدات سائدة في المجتمع (Billett&Pavlova,2005,p.4).

ومن وجه نظر المدرسة البنوية أن الإيحاءات الاجتماعية تتطابق مع القيم الشخصية والثقافية السائدة في المجتمع، فالتقليد الانساني يفسر أن الإيحاء ناتج عن تشتت الهوية الذاتية للفرد، ومن وجهة نظر روجرز (1969) أن تطور الذات لدى الأفراد القادرين على ممارسة الحكم الذاتي في تحقيق أهدافهم بشكل مستقل تقريباً عن البنى الاجتماعية، إذ يمكنهم التعبير بحرية عن ذاتهم وهوياتهم في تحقيق الذات، ويوفر التقليد مساحة أكبر لتشتت الهوية الذاتية، فإن الإيحاء الاجتماعي انعكاس للذات والحفاظ على هوية الفرد ضمن إطار النظام الاجتماعي السائد، وتنظيم الذات ومحاولة تحقيق التوافق بين الإيحاء الاجتماعي والقيم الفردية (Vahasantanen,2008,Pp.4_5).

وفي تفسير نظرية التعلم بالملاحظة والتقليد أن الإيحاءات الاجتماعية السلبية ناتجة عن التقليد، فأكد علماء الاجتماع أن الأسرة لها دور في تقليل درجة وأثر الإيحاءات السلبية على الفرد، إذ وصف رولان (1989) تأثير الأسرة باستجابة الأفراد للإيحاءات المميزة في الواقع الاجتماعي (Kirshbaum,1994,Pp.6_7)، ويرى جينز (1984) يتطلب تمثيل الأفراد للحفاظ على معايير استجابة الحاجات الاجتماعية، فضلاً عن رأي فوكو (1986) أن نسبة من تقليد آثار سلوكيات الأفراد والقيم الاجتماعية يتم التعبير عنها بشكل ضمني بإيحاءات اجتماعية؛ لأن معرفة الأفراد للدلالات الإيحائية الصادرة من الآخرين، يمكنهم التفاعل مع الإيحاءات من متابعة نتائجها في سلوكيات الآخرين، ويكون تمثيل الشخص للإيحاءات بواسطة عمليات معرفية في مرحلة تفاعل الرغبات الداخلية مع تحقيق الأهداف الشخصية، فالقيادة الشخصية توجيه آليات الحشد داخل المجتمع تجاه بعض الأهداف بالإيحاء لأشكال بسيطة وغير منظمة، ومنها:

الأزياء: إن تقليد موضة الأزياء يأتي من سلوك اجتماعي يخدم نمط شخصية، إذ يسعى بعض الأشخاص الأكثر قابلية للإيحاء إلى تأكيد فرديتهم بإعجاب ظاهري للآخرين ورغبة ارتداء نمط جديد من الأزياء، وسرعة تأثرهم بعروض الشاشة للأزياء و نماذج من الإعلانات التجارية، فعندما يظهر أنموذج جديد وانطباع عالمي لنمط محدد من الأزياء، ينتشط الفكر الجمعي للتوافق الاجتماعي مع ذلك الانطباع، إذ أن جميع البشر يعتمد أسلوب الاستثناءات منها في التوافق الاجتماعي، إذ ينفذ المرحلة الأولى من الإيحاء بشراء ملابس جديدة معبراً عن الموقف بعبارة "هذه الموضة التي يرتديها الجميع" (الأنموذج المعتمد من الجميع)، فالشخص يسعى أن يكون تابعاً بدلاً من أن يكون مؤسس



لموضة تناسبه، إذ إنه يطابق الجميع بدلاً من التميز الذاتي، وتعمل الشركات المصنعة بالإيحاءات للحفاظ على أنماط مربحة من نماذج التميز الطبقي بمستوى الفئة الغنية لمحاكاة موضة الأزياء ضمن فئة يجد فيها الفرد التميز الطبقي، ومن ثم يتبع سلسلة من التجديد تبعاً للموضة الجديدة وهكذا، فالإيحاء الاجتماعي في الأزياء يتشكل بالتنشئة الاجتماعية والثقافية للفرد داخل المجتمع (Billett, 2009, Pp.2_44).

البدعة:

إن بث الإيحاءات الاجتماعية التي تصل إلى الكثافة العاطفية تدل على سلوك الحشد لظاهرة البدعة، إذ يرى علماء الاجتماع حقيقة تفاعلات الفرد داخل البناء الاجتماعي، تكون ناتج عن إخضاع الفرد لعلاقات الاجتماعية ذات صلة بخبراته الذاتية، وأن الفرد يختار ذلك الخضوع الذاتي بالإيحاء الاجتماعي الصادر من المجموعة، ويرى بيرغر وآخرون (1966) أن درجة الإيحاء في الخضوع الاجتماعي ليست بتجربة مباشرة فردية، إنما تركز على مدى أهمية تمثل إيحاء الأفراد بدرجة ضعيفة أو قوية، والعديد من الأفراد يتبعون عادات اجتماعية يومية تنتهي غالباً بالنسيان؛ لأنهم ببساطة ليس المحور الرئيسي في العلاقة، على سبيل المثال (التفاعل في متجر يوفر خدمات للأفراد، إذ يكون هذا التفاعل عابر للغاية)، من جانب آخر عادات اجتماعية أخرى يندمج فيها الأفراد بدرجة كبيرة؛ لأنهم في سلسلة من العلاقات التبادلية، على سبيل المثال (علاقة أفراد الأسرة، وعلاقة أفراد بيئة العمل..)، كما أن الإيحاء الاجتماعي ليس شامل، فإن مشاركة الأفراد تكون في أفضل الحالات جزئية وليست شاملة، ويرى سومرفيل (2002) أن الأحداث المهمة في حياة الفرد ناتجة عن إيحاءات المجتمع، على سبيل المثال إخضاع الفرد للعمل كوسيلة للعيش بعيداً عن رغباته الذاتية، إذ يواجه بعض الأفراد العاملين في مصنع حالة من الاحباط لرفض الآخرين العمل في هذا المجال، لاعتقادهم أنه عمل غير آمن، ويتبعه من عواقب صحية سيئة)، مما يشير إلى مساهمة الإيحاء الاجتماعي لقبول الأفراد عمل دون الآخر.

الشائعات:

إن الاستماع إلى تصريحات اثنين أو ثلاث مصادر، أو سماع ذلك الإيحاء ينتج إعادة انطباع المستمع للموقف، إذ تتشكل قوة الإيحاء في الاستماع أولاً، كما في نقل الشائعة إلى الآخرين، ويشير تايلور (1985) إن الإنسان لديه قدرة انعكاس الذات عبر الجماعات، ويعتمد تقييمه للرغبات الذاتية على التطور الذاتي، بدلاً من مجرد انسياق الفرد للضغوط والمصادر الخارجية بقابلية استقبال الإيحاء المباشر لتقييمات المجتمع عند محاولة تغيير المعنى الصادر من تأثير وسائل الإعلام التي ترتبط بشكل دون الآخر مع تقييم المجتمع، فالفرد لا يستطيع تغيير مسار قيمة المكتسبة إلى ما يريد، إذ كانت تخالف المرغوبة الاجتماعية السائدة (Billett, 2006, Pp.56_63).

الرأي العام:

هو معتقد أو شعور مشترك لجمع، أو أغلبية كبيرة من الأفراد، يعبر فيه عن رأي أغلبية المنحى الطبيعي للصالح العام، فالرأي العام هو توافق مجموعة في رأي مسيطر اجتماعياً، إذ يكتسب الفرد القوة من الموقف الداعم للرأي العام، من الصحف والمجلات التي هي أسس مستسقة ذاتياً من المؤيدين لصوت الجمهور للهدف وتأكيداتهم غالباً ما تكون تعميمات متسرعة، إذ تعتمد الدعاية أحياناً، بالتظاهر في التعبير عن الرأي العام للجمهور، إلا أنها في الواقع تخلق سيطرة وهمية لإنشاء قبول شعبي ووجهات نظر



عامة، وبالتالي الصحافة لديها إمكانيات كبيرة لتعزيز تضامن المواطنة البناءة، فالحشود الجماهيرية تهيمن على تفكير الفرد وتميل إلى الاستقلال، ويرى فالسينر Valsiner (1994) لا يكون الأفراد على ادراك اجتماعي وصحافي في الطرائق التي تؤثر على استجاباتهم للآخرين، والتي منها:

1. أن الإيحاء الاجتماعي يمارس على مستويات مختلفة من قوة الجماهير.
2. أن الأفراد قد يستجيبون للإيحاء الاجتماعي بدرجات مختلفة من التفاعل الاجتماعي (Billett, 2008, Pp.14_21).

الفصل الثالث

منهج البحث وإجراءاته

:Research Methodology

تعدّ البحوث الوصفية من المناهج الأكثر استعمالاً في الدراسات الانسانية لوصف الخصائص النفسية، واختبار الفرضيات وتطوير المبادئ والنظريات التي تتمتع بصدق القياس (Chaudhary, 2013, p.42)، اذ تستعمل الدراسات الوصفية في البحوث النفسية، وتعد محاولات لوصف ظاهرة واخضاعها للدراسة (Singh, 2006, p.104).

أولاً. مجتمع البحث:

تم اختيار مجتمع البحث من طلبة الجامعة؛ لأنهم فئة عمرية مناسبة لخصائص الدراسة الحالية، فضلاً عن إنهم يمثلون شرائح اجتماعية متعددة، مما يسهل الحصول على عينة أكثر انتشاراً، وانهم الأكثر تفهماً لأغراض البحث العلمي.

شمل مجتمع البحث الحالي طلبة جامعة بغداد البالغ عددها (24) كلية، وبلغ عدد الطلبة الكلي في الجامعة (55469) طالباً وطالبة للتخصص (العلمي والإنساني) في الدراسة الأولية الصباحية، إذ بلغ عدد الإناث (33444)، وبلغ عدد الذكور (22012)، ويوضح الجدول (1) أسماء الكليات وأعداد الطلبة على وفق متغيري (النوع والتخصص):

الجدول (2)

مجتمع البحث الحالي موزعين على وفق الكليات والتخصص والنوع للدراسات الاولية الصباحية للعام الدراسي 2023_2024 م

المجموع	النوع		التخصص	الكلية	ت
	اناث	ذكور			
3663	2398	1265	انساني	الأداب	1
1114	456	658	انساني	الاعلام	2



3012	1971	1041	انساني	التربية ابن رشد للعلوم الإنسانية	3
4253	4253	0	انساني	التربية بنات	4
795	485	310	انساني	العلوم السياسية	5
3449	1971	1478	انساني	العلوم الإسلامية	6
858	648	210	انساني	القانون	7
3336	2158	1178	انساني	اللغات	8
5175	2519	2656	علمي	الإدارة والاقتصاد	9
2455	1199	1256	علمي	التربية للعلوم الصرفة ابن الهيثم	10
1790	493	1297	علمي	التربية البدنية وعلوم الرياضة	11
239	340	0	علمي	التربية البدنية وعلوم الرياضة للبنات	12
2980	1574	1406	علمي	الزراعة	13
1371	952	419	علمي	الصيدلة	14
3749	2104	1645	علمي	الطب	15
740	433	307	علمي	طب بيطري	16
3641	2295	1346	علمي	العلوم	17
1944	1944	0	علمي	العلوم للبنات	18
3850	1301	2549	علمي	الهندسة	19
2505	1135	1370	علمي	الفنون الجميلة	20
1326	964	362	علمي	الطب الاسنان	21
1555	915	640	علمي	الطب الكندي	22
689	553	136	علمي	التمريض	23

926	430	496	علمي	هندسة الخوارزمي	24
55469	33444	22012	—	المجموع	—

ثانياً. عينة البحث:

تألفت عينة البحث الحالي من (226) طالب وطالبة من جامعة بغداد، بواقع (102) من الذكور، و(124) من الإناث، تم اختيارهم بطريقة طبقية عشوائية من تخصصات علمية بواقع (106)، وتخصصات إنسانية بواقع (120).

ثالثاً. أداة البحث:

- إعداد فقرات مقياس الإيحاء الاجتماعي وصياغتها: قامت الباحثة ببناء مقياس الإيحاء الاجتماعي بعد اطلاع مجموعة من الدراسات السابقة، إذ تكون المقياس من (22) فقرة، تم صياغتها من الدراسات والتفسيرات النظرية لمفهوم الإيحاء.
- تحديد بدائل الاستجابة وأوزانها واتجاه الفقرات وتصحيحها: اعتمدت طريقة (Likert) لتحديد بدائل الاستجابة الرباعية (دائماً، غالباً، أحياناً، لا تنطبق) (1_2_3_4)، ذلك اعتماداً على طبيعة الدراسة ونوع العينة، وبعد الاطلاع على دراسات سابقة في الإيحاء.

صدق المقياس:

للتعرف على صلاحية فقرات مقياس الإيحاء الاجتماعي وتعليماته وبدائل الاستجابة بصيغته الأولية، تم عرض المقياس على مجموعة من الخبراء المتخصصين في علم النفس، ونالت جميع الفقرات نسبة 80% فأعلى، وأشار الخبراء إلى تعديل بعض الفقرات، ووافقوا على تعليمات المقياس وبدائل الاستجابة للفقرات.

■ إعداد تعليمات المقياس:

أن تكون التعليمات واضحة ودقيقة لتعريف الإيحاء الاجتماعي، إذ طلب من المستجيب التفضل بالإجابة على جميع فقرات المقياس، وأشارت الباحثة إلى أنه لا توجد إجابات صحيحة وإجابات خاطئة، وإن الإجابة تستعمل لأغراض البحث العلمي.

■ القوة التمييزية للفقرة Item Discrimination Power:

يؤشر التحليل الإحصائي للفقرة على مدى تمثيل محتوى الفقرة للموضوع الذي أعدت لقياسه وللإبقاء على الفقرات المميزة في المقياس، إذ تشير الدرجة إلى ارتفاع أو انخفاض وجود الخاصية المراد قياسها (Ebel, 1991, p.392)، واستعمل في حساب القوة التمييزية للفقرة الطريقتين الآتية:

أ. طريقة المجموعتين المتطرفتين Extreme Groups Method:

يعد تحديد الدرجات العليا والدنيا بنسبة 27% لتوفير أفضل حجم وأكبر تمايز، ونسبة 27% نقطة لإيجاد الفرق بين الفئات العليا والدنيا (Allen, 2006, Pp.29_30)، إذ تؤكد نونلي أن نسبة عدد أفراد العينة إلى عدد الفقرات يجب أن لا يقل عن (1:5)، ذلك لتقليل عملية خطأ الصدفة في التحليل الإحصائي (Nunnally, 1978, p.263)، وتألفت عينة التحليل للبحث الحالي من (226) طالب



وطالبة وهي ذاتها عينة البحث الرئيسة، وبتحديد نسبة 27% كانت (61) للدرجات العليا وتراوحت من (63_77) و (61) للدرجات الدنيا وتراوحت من (22_50)، ومن ثم تم استعمال الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للمقارنة بين المجموعتين، إذ أشارت القيم التائية المحسوبة لكل فقرة عند موازنتها مع القيمة التائية الجدولية (1,96) إلى أن جميع فقرات المقياس كانت مميزة عند مستوى دلالة (0,05)، بدرجة حرية (120)، ويوضح الجدول (1) ذلك:

الجدول (1)

القوة التمييزية بطريقة المجموعتين المتطرفتين لفقرات مقياس الإيحاء الاجتماعي

رقم الفقرة	المجموعة العليا		المجموعة الدنيا		القيمة التائية المحسوبة	مستوى الدلالة
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
1	2.79	.897	1.84	.778	6.254	دالة
2	2.87	.974	1.79	.839	6.573	دالة
3	3.66	.629	3.00	.966	4.442	دالة
4	2.39	1.053	1.38	.662	6.380	دالة
5	3.03	.856	1.72	.733	9.089	دالة
6	2.92	.881	1.84	.934	6.580	دالة
7	2.97	.983	2.13	.991	4.678	دالة
8	3.07	.929	1.57	.718	9.927	دالة
9	3.82	.500	2.89	1.018	6.433	دالة
10	3.07	.964	1.67	.811	8.641	دالة
11	2.77	1.007	1.54	.697	7.843	دالة
12	3.74	.630	3.02	1.008	4.739	دالة
13	2.66	.873	1.38	.711	8.868	دالة
14	3.41	.901	2.10	.961	7.774	دالة



دالة	7.318	1.010	2.54	.629	3.66	15
دالة	8.391	.910	2.20	.719	3.44	16
دالة	6.432	1.041	1.98	.896	3.11	17
دالة	9.076	.785	1.87	.888	3.25	18
دالة	9.115	.622	1.49	.969	2.84	19
دالة	9.446	.854	1.66	.946	3.20	20
دالة	8.788	.898	1.84	.915	3.28	21
دالة	5.196	.933	1.89	1.083	2.84	22

ب. طريقة الاتساق الداخلي (علاقة الفقرة بالدرجة الكلية):

تعد هذه الطريقة نوع من أنواع صدق البناء (Construct Validity)، إذ يعد ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس مؤشراً على صدق بناء الفقرة صدقاً تقاربياً (Convergent Validity)، فإن استبعاد الفقرات التي يكون ارتباطها ضعيفاً بالدرجة الكلية يؤدي إلى زيادة صدق المقياس، ويمكن اعتماد الدرجة الكلية للمقياس كمحك داخلي؛ لأن في حال عدم توافر محك خارجي يكون المحك الأفضل هو الدرجة الكلية للمقياس، كما تشير انستازي (1976) أن الدرجة الكلية للمقياس هي أفضل محك داخلي عند عدم توفر محك خارجي (Anastasi, 1976, p.206)، وتم استعمال معامل ارتباط بيرسون، إذ تراوحت حدود معاملات الارتباط من (0,348 _ 0,588)، والجدول (2) يوضح ذلك:

الجدول (2)

علاقة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس الإيحاء الاجتماعي

الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط
1	.429	9	.481	17	.468
2	.460	10	.524	18	.578
3	.373	11	.449	19	.522
4	.448	12	.425	20	.573
5	.588	13	.527	21	.514



6	.478	14	.503	22	.416
7	.348	15	.501		
8	.533	16	.532		

صدق البناء Construct Validity:

تم التحقق من صدق المقياس بطريقتين:

أ. الصدق الظاهري:

أشار Trochim (2006) إلى أن الصدق الظاهري نوع من أنواع صدق البناء فهو الحكم الموضوعي على التنفيذ وبناء المقياس من خبير متخصص، وغالباً ما ينظر إلى الصدق الظاهري كأضعف أنواع صدق البناء (Drost, 2011, p.116)، وللتحقق من صدق المقياس عرض على خبراء متخصصين في علم النفس، ونالت جميع الفقرات نسبة موافقة 80% فأعلى، ولم تحذف أي فقرة من المقياس.

ب. الاتساق الداخلي Internal Consistency:

تم التحقق في تحليل فقرات المقياس بحساب معاملات ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية.

الثبات:

أ. معامل ألفا كرونباخ Cronbach's-Alpha:

تم استعمال معامل ألفا لاستخراج ثبات مقياس الإيحاء الاجتماعي المكون من (22)، إذ بلغ معامل الثبات (0,845)، ويعد مؤشراً مرتفعاً للاتساق الداخلي للمقياس.

ب. التجزئة النصفية Split-Half:

طبق معامل الارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة بين جزئي المقياس الذي بلغ (0,737)، وباستعمال معادلة سبيرمان بروان للتصحيح بلغ (0,848)، وبلغ بمعادلة جتمان (0,846)، وهذا يعد مؤشراً مرتفعاً للاتساق الداخلي لمقياس الإيحاء الاجتماعي.

الخصائص الإحصائية الوصفية لدرجات عينة البحث في مقياس الإيحاء الاجتماعي:

تشير النتائج أن التوزيع التكراري يقترب من التوزيع الاعتدالي، مما يؤكد انتشار الخاصية النفسية موضوع البحث بشكل اعتدالي في مجتمع البحث، إذ أظهرت النتائج تقارب الوسط الحسابي والوسيط والمنوال وانخفاض كل من الخطأ المعياري للوسط الحسابي والالتواء والتفرطح، والجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3)

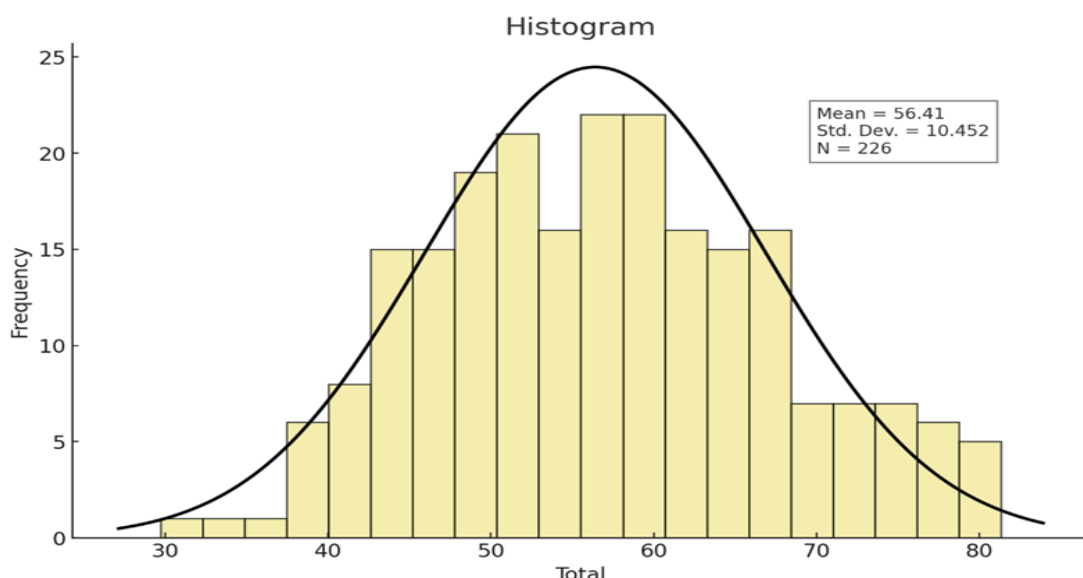
المؤشرات الإحصائية لمقياس الإيحاء الاجتماعي

55	الوسط الفرضي Hypothetical Mean
56,41	الوسط الحسابي Mean



56,94	الوسيط Median
52	المنوال Mode
10,452	الانحراف المعياري Std. Deviation
109,247	التباين Variance
0,695	الانحراف المعياري للمتوسط الحسابي Std. Error Of Mean
0,429	الالتواء Skewness
0,162	الانحراف المعياري للالتواء Std. Error Of Skewness
0,271	التفرطح Kurtosis
0,322	الانحراف المعياري للتفرطح Std. Error Of Kurtosis
55	المدى Range
22	أقل درجة Minimum
77	أعلى درجة Maximum

- التوزيع الاعتدالي لعينة القياس على مقياس الإيحاء الاجتماعي:
تنسجم مع المؤشرات الإحصائية للتوزيع الاعتدالي، مما يشير إلى تمثيل العينة للمجتمع المدروس ومدى تعميم النتائج، والشكل (1) يوضح ذلك:



شكل (1)

منحنى التوزيع التكراري لعينة البحث على مقياس الإيحاء الاجتماعي

رابعاً. تطبيق أداتي البحث على العينة:

تم تطبيق المقياس على عينة البحث الرئيسة المكونة من (226) طالباً وطالبة، بواقع (102) طالباً، وبواقع (124) طالبة، اختيروا بطريقة طبقية عشوائية من مجموعة كليات في جامعة بغداد وللدراسة الأولية الصباحية.

خامساً. الوسائل الإحصائية:

1. الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (Independent Samples t -test): لمعرفة دلالة الفروق بين المجموعتين العليا والدنيا، لاستخراج القوة التمييزية لفقرات المقياس.
2. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient):
أ. لمعرفة العلاقة بين درجة كل فقرة من الفقرات والدرجة الكلية للمقياس.
ب. استخراج معامل ثبات بطريقة التجزئة النصفية للمقياس.
3. معادلة (Cronbach-Alpha) لاستخراج معامل ثبات (الاتساق الداخلي).
4. معادلة (Spearman)، ومعامل (Guttman): لاستخراج الثبات بطريقة التجزئة النصفية، استعملت معادلة سبيرمان براون للتصحيح بمعامل الارتباط بين قسمي المقياس للحصول على معامل ثبات المقياس كله، أما جتمان فله حساب تباين درجات القسم الأول وتباين درجات القسم الثاني وتباين درجات المقياس.
5. الاختبار التائي لعينة واحدة (One-Sample t -test): لاستخراج دلالة الفرق بين الوسط الحسابي لنتائج الإيحاء الاجتماعي والمتوسط الفرضي له.



6. تحليل التباين الثنائي (Two-way Analysis of Variance): للتعرف على الفروق في متغيري التخصص (علمي، انساني)، والجنس (ذكور، اناث).
7. استعمال التكرارات (Frequency): لمعرفة الخصائص السايكومترية.

عرض النتائج وتفسيرها:

أولاً. قياس الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعة:

ان تقارب نتائج الوسط الحسابي والوسيط وانخفاض الخطأ المعياري للوسط الحسابي، فإن عينة البحث تكون مناسبة والتوزيع معتدل، اذ بلغ الوسط الحسابي للطلبة (56,41) بانحراف معياري (10,452)، وبمقارنه هذا الوسط الحسابي مع الوسط الفرضي الذي بلغ (55)، ومن ثم اختبار دلالة الفرق بين الوسط الفرضي والوسط الحسابي باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة، اذ بلغت القيمة التائية المحسوبة (8,763)، وهي اعلى من القيمة التائية الجدولية (1,96) عند مستوى دلالة (0,05) وبدرجة حرية (225)، والجدول (4) يوضح ذلك:

الجدول (4)

الاختبار التائي لقياس الإيحاء الاجتماعي لدى طلبة الجامعة

النتيجة	مستوى الدلالة	القيمة التائية		درجة الحرية	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	عدد افراد العينة
		الجدولية	المحسوبة					
دالة	0.05	1.96	8.763	225	55	10.452	56.41	226

تشير النتائج إلى أن الوسط الحسابي لعينة البحث الحالي يرتفع عن الوسط الفرضي ارتفاعاً ذا دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05)، وبدرجة حرية (225).

ثانياً :- تعرف الفروق في الإيحاء الاجتماعي وفق متغيري الجنس والتخصص:

استعملت الباحثة تحليل التباين الثنائي لتعرف دلالة الفروق والتفاعل بين الجنس والتخصص في الإيحاء الاجتماعي، علماً إن عدد أفراد العينة (226) طالباً وطالبة منهم (102) ذكر و (124) أنثى، وقسم التخصص الدراسي إلى (106) للتخصص العلمي و (120) للتخصص الإنساني، والجدول (5) يوضح ما تم التوصل إليه:

الجدول (5)

تحليل التباين الثنائي لتعرف دلالة الفروق في الإيحاء الاجتماعي على وفق متغيري (الجنس والتخصص)

مصدر التباين	مجموع التريبعات	درجة الحرية	متوسط التريبعات	القيمة الفاتية المحسوبة	مستوى الدلالة
--------------	-----------------	-------------	-----------------	-------------------------	---------------

الجنس	148.131	1	148.131	غير دال
التخصص	.526	1	.526	غير دال
الجنس + التخصص	84.796	1	84.796	غير دال
الخطأ	24330.249	222	109.596	—
الكلي	743658.00 0	226	—	—

وتشير نتائج إلى ما يأتي:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الإيحاء الاجتماعي تبعاً لمتغيري الجنس (ذكور، إناث) والتخصص (علمي، انساني)، إذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (1,352) وهي أقل من القيمة الفائية الجدولية (3,89)، عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (222_1).

الفصل الرابع

تفسير النتائج ومناقشتها

اذ أن قابلية الإيحاء الاجتماعي من منظور إيجابي وسلبى على نحو مطلق، فإن ارتفاع مستوى الإيحاء له العديد من الآثار السلبية التي تؤثر على سلوكيات الفرد وتغييرها طريقة إرادية أو لا إرادية، اذ يرى كلاسر أن الاختيار يعزو السلوكيات لدوافع تكمن داخل الفرد، فإن قابلية الفرد للإيحاء الاجتماعي ترتبط بالأحداث الاجتماعية وما يتبعها من تغيرات، دون ان يكون الفرد قد مر بها بشكل مباشرة في الواقع، ويرى سبرل (1995) ان الأفراد يتأثرون في ثقافتهم الاجتماعية جزئياً نتيجة تمثلهم للعوامل الاجتماعية، ذلك بقدر ما تسيطر الخبرة الذاتية في حياة الانسان وبالاتماد على طبيعة الإيحاءات الاجتماعية الصادرة من الآخرين تتشكل شخصية الفرد وما يتبعها من سمات نتائج تنظم تفاعلاته النفسية والاجتماعية الثقافية مع الآخرين في المجتمع (Billett, 2006, Pp.59_66)، ولأن الإيحاء الاجتماعي والذات الفردية من غير المرجح أن تكون في أي وقت مضى محتشدة مع الانحياز بطريقة تسمح أن توصف بأنها تبادلية أو مشتركة، فإن هذه الأسس العلائقية للتفاعل الاجتماعي يتم تغييرها عبر الثقافات أو الطابع الشخصي للفرد في المجتمع، إذ تختلف من فرد إلى آخر، إلا أن قوة الإيحاء الاجتماعي من المرجح أن تعمل بآلية الدفاع النفسية للفرد، فإنها شائعة ومنتشرة بشكل غير مرئي تقريباً عبر التفاعلات اليومية التي يكتسبها الفرد بخبرات متنوعة وغير مباشرة منها (التفاعل الاجتماعي، الاعلانات، الاخبار، والراي العام)، فإن الإيحاء الاجتماعي منتشر بشكل دون آخر بين اجزاء المجتمع (Billett, 2009, p.43)، اذ يمكن للتلميحات اللفظية أن تؤدي إلى تحيز عملية اتخاذ القرار الإدراكي، فعندما تكون المعلومات التي يستقبلها الفرد ناتجة عن الوعي الجمعي، ذلك يجعله أكثر عرضة لاستقبال هذه التأثيرات اللاواعية من الإيحاءات (Anllo et.al, 2022, p.2)، وبالتأكيد ليس في جميع الحالات الذاتية؛ لأن مشاركة الإيحاء بالتفاعل، أو التنشئة الاجتماعية ينتج بالإيحاءات الاجتماعية المباشرة أكثر من الإيحاءات الاجتماعية غير المباشرة (Billett, 2008, Pp.10_11)،



مما يشير أن الإيحاءات الاجتماعية يستقبلها الانسان لاشعورياً من الذكور والإناث وفي جميع التخصصات العلمية والانسانية، ذلك أن قابلية استقبال الأفكار الإيحائية لا يحدد بطبيعة الجنس، والتخصص الأكاديمي، أو المجال الدراسي الذي يعتمد الفرد دراسته والعمل فيه وفق قدراته المعرفية، علماً إن الباحثة لم تجد دراسات سابقة في معرفة الفروق وفق متغيري الجنس والتخصص.

التوصيات:

- أعداد ندوات عن التأثيرات النفسية لقابلية استقبال الأفكار (الإيجابية، السلبية) من الآخرين.
- توظيف الإيحاء الاجتماعي في برامج العلاج الجماعي للطلبة في وحدات الإرشاد النفسي في الجامعات.

المقترحات:

- إجراء دراسة تجريبية في أثر الإيحاء الاجتماعي على طلبة الجامعة.
- اعتماد تجارب عالمية في استقطاب الإيحاءات (التجارية) وأثرها النفسي على سلوك المستهلك.



References:

1. Ainsworth, M. D. (2006). *Social influences and suggestibility in psychological processes*. Psychology Press.
2. Allen, K. (2006) *The Statistics Concept Inventory: Development and analysis of a cognitive assessment instrument in statistics*, The University of Oklahoma.
3. Anastasi, A. (1976) *Psychological Testing*. Millan Publishing Co Inc. New York Mc.
4. Anllo .H, et.al (2022) Effects of False Statements on Visual Perception Hinge on Social Suggestibility, *American Psychological Association*.
5. Billett, S. (2006) "Relational interdependence between social and individual agency in work and working life." *Mind, Culture, and Activity* 13(1): 53-69.
6. Billett, S. (2008) "Learning throughout working life: A relational interdependence between personal and social agency." *British Journal of educational studies* 56(1): 39-58.
7. Billett, S. (2009) "Conceptualizing learning experiences: Contributions and mediations of the social, personal, and brute." *Mind, Culture, and Activity* 16(1): 32-47.
8. Billett, S. (2009) "Developing agentic professionals through practice-based pedagogies." *Final Report for Australian Learning and Teaching Council (ALTC) Associate Fellowship*. Strawberry Hills, NSW: ALTC.
9. Billett, S. and M. Pavlova (2005) "Learning through working life: Self and individuals' agentic action" *International journal of lifelong education* 24(3): 195-211.



10. Chaudhary, M. (2013) Chapter 3 Research Methodology. Shodhganga - Cited By one-Related Articles. PhD Thesis. Andrea Gorra Leeds Metropolitan University, UK.
11. Drost, E. A. (2011) "Validity and reliability in social science research." *Education Research and perspectives* 38(1): 105-123.
12. Ebel, R. L. and D. A. Frisbie (1991). "Essentials of educational measurement, Prentice-Hall." Inc (73): 90057-90055.
13. Kirshbaum, M. (1994) "Family context and disability culture reframing: Through the looking glass" *The Family Psychologist* 10(4): 8-12.
14. Nunnally, J. C. (1978) "Psychometric theory McGraw-Hill book company" INC New York.
15. Perez, N. (2009) "Parsing out everyday suggestibility: A test-retest study" *Doctoral Dissertations*: 652.
16. Piaget, J. (1968). *The psychology of the child*. Basic Books.
17. Ridley, A. M. (2013) "Suggestibility: A history and introduction." *Suggestibility in legal contexts: Psychological research and forensic implications*: 1-19.
18. Ross, E. A. (1908). *Social psychology*. Macmillan.
19. Singh, Y. K. (2006) *Fundamental of research methodology and statistics*, New Age International.
20. Vahasantanen, K., et al. (2008) "Teachers' professional identity negotiations in two different work organisations." *Vocations and Learning* 1: 131-148.
21. VandenBos, G. R. (2007) *APA dictionary of psychology*, American Psychological Association.
22. Wagstaff, G. F. (1991) "Suggestibility: A social psychological approach."



23. Zittoun, T. (2013) "Valences, traces and new synthesis in social representing. Commentary of J. Valsiner's creating sign hierarchies "Papers on Social Representations 22 (2):18.11-18.14.

مقياس الإيحاء الاجتماعي

https://drive.google.com/file/d/1De8nUpq0W27C2PtvaJUHq1OkmG7qe2O/view?usp=drive_link