

الذكاء الأقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية

أ.م.د. سميرة إبراهيم عباس

D. Samer64iraq@gmail.com

مشرفة تربوية / بغداد / الرصافة الثالثة

الملخص

مستخلص البحث:

يهدف البحث إلى التعرف على:

الذكاء الأقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية.

دلالة الفروق في الذكاء الأقناعي لدى المرشدين التربويين تبعاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث) ولأجل تحقيق أهداف البحث: تم تطبيق مقياس الذكاء الإقناعي المعد من قبل (جاسم وأخرون، ٢٠١٨) على عينة البحث البالغة (١٠٠) مرشد تربوي من المدارس الابتدائية الحكومية التابعة لمديرية تربية بغداد / الرصافة الثالثة ومن كلا الجنسين (ذكور - إناث). وبعد تطبيق المقاييس على عينة البحث وتحليل البيانات إحصائياً اعتماداً على الحقيبة الإحصائية صسائية (spss) أظهرت نتائج البحث :
تمتع المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية بالذكاء الأقناع .
توجد فروق دالة إحصائية لدى المرشدين التربويين تبعاً للجنس (ذكور - إناث) ولصالح الذكور .
وقدمت الباحثة في ضوء نتائج البحث الحالي عدداً من التوصيات والمقترحات:
الكلمات المفتاحية: الذكاء الإقناعي، المرشدين التربويين، المرحلة الابتدائية.

Persuasive Intelligence among Educational Counselors in the Primary School

Assistant Professor Dr. Samira Ibrahim Abbas

Educational Supervisor / Third Rusafa3

Abstract:

The research aims to identify:

1. Persuasive Intelligence among educational counselors in the primary school.

2. The significance of differences in persuasive intelligence among educational counselors according to the gender variable (males – females).

To achieve the research objectives, the Persuasive Intelligence Scale developed by (Jassim et al., 2018) was applied to a research sample of (100) educational counselors from government primary schools affiliated with the Baghdad Education Directorate / Third Rusafa, of both genders (males – females).

After applying the scales to the research sample and analyzing the data statistically using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS), the research results showed:

– Educational counselors in the primary school possess persuasive intelligence.

There were statistically significant differences among educational counselors according to gender (male – female), favoring males.

In light of the results of the current study, the researcher presented a number of recommendations and proposals:

Keywords: Persuasive Intelligence, Educational Counselors, Primary Stage.

الفصل الأول

التعريف بالبحث

أولاً: مشكلة البحث: The problem of the research .

المرشدين التربويين هم الأفراد المتخصصون في مجال الإرشاد والتوجيه التربوي، الذين يقدمون الدعم والمساعدة للتلاميذ وأولياء الأمور لمعالجة المشاكل التي تواجههم في المجالات: الأكاديمية قد يتطلب الأمر مجهوداً كبيراً للتعرف على كيفية أقناعهم وإن امتلاك المرشدين التربويين للمهارات التي يوفرها الذكاء الإقناعي من الأمور المهمة في عمل المرشدين التربويين. حيث أن عملية تغيير آراء الآخرين أو معتقداتهم أمر صعب. وإن ضعف القدرة على الإقناع وعدم امتلاك مهارات التواصل والثقة بالنفس التي يوفرها الذكاء الإقناعي من الأمور التي تشكل عائقاً لتحقيق الأهداف المطلوبة في العمل الإرشادي والوصول إلى النجاح (AL-Shamry &)

other, ٢٠٠٢ : ٢٢). وأن تغير آراء الآخرين ومواقفهم امر مهما للمرشد التربوي ويتطلب الكثير من الجهد لتحديد انسب الطرق للأقناع .

ويمثل الذكاء الاقناعي القدرة على التأثير في الآخرين وقناعهم بوجهات النظر أو الأفكار من خلال استخدام مهارات لغوية وعاطفية واجتماعية فعالة يتعلق كيف يفكر الآخرين وسلوكهم. وأن القدرة على الأقناع تشكل الفارق بين النجاح والفشل سوى في الحياة الشخصية أو العملية، وتحديد الفارق بين النجاح البسيط والنجاح الكبير (محسن واخرون، ٢٠٢٠ : ٤٣).

الذكاء الإقناعي (أو القدرة على الإقناع) تتجلى في عدة جوانب، منها عدم القدرة على فهم وجهات نظر الآخرين، وضعف مهارات الاستماع، والتركيز الزائد على إلقاء الحجج بدلاً من بناء جسور تواصل مع المستمعين. كما أن عدم القدرة على التكيف مع المواقف المختلفة (راضي، 2022: 22) .

وقد ينتج عن ضعف الذكاء الاقناعي لدى المرشدين التربويين الابتعاد عن التلاميذ وعدم الاستماع إليهم الذي يعقد عملهم مما يتسبب في مشاكل كثيرة وصعوبات تواجه المرشدين التربويين. وتتلخص مشكلة البحث في محاولة البحث عن: الذكاء الاقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية؟

ثانياً: أهمية البحث: The importance of the research

أن العملية التربوية بعناصرها المختلفة التي لا يمكن أن تحقق أهدافها التي تسعى إليها بصورة مقبولة من دون وجود المرشد التربوي. لكون المرشد التربوي جزءاً من العملية التربوية ويعد عنصراً مهماً وعاملاً فعالاً في دفع حركة التعليم باتجاه أهدافه الاستراتيجية، فقد حظي الإرشاد التربوي باهتمام الباحثين والمفكرين التربويين باعتبارها من المهن الرفيعة التي تهتم بتنمية الأفراد وتطويرهم أكاديمياً وفكرياً وثقافياً. وأصبح الاهتمام بالإرشاد التربوي وإعطائه المكانة التي يستحقها أمر في غاية الأهمية (حمدان، ٢٠٢٥ : ٣).

ويعد الذكاء الاقناعي أحد المفاهيم التي تلعب دوراً أساسياً وحيوياً في العملية الإرشادية وتظهر أهمية الذكاء الاقناعي لكونه وسيلة للنجاح في الحياة الشخصية والمهنية فهناك الكثير من الأفراد يحددون توجهاتهم لكن لا يصلون إلى أهدافهم وتطلعاتهم لانهم لم يطور قدراتهم على توظيف أفكارهم وقناع الآخرين (العباسي، ٢٠١٩ : ٣).

الذكاء الاقناعي ضروري لتعلم الفرد كيف يستمع للآخرين وكيف يشاركهم في أفكارهم وآرائهم لكي يصل إلى اتفاق مشترك بينهم، فأهمية الذكاء الاقناعي تتجلى في اختيار اللحظات المناسبة لا وصول إلى اتفاق دون ضغط على الآخرين وكذلك له أهمية في تعزيز المواقف شتى حيث يزيد من ثقة الأشخاص بأنفسهم وإمكاناتهم في تقبل وجهه نظر نحو القضايا المختلفة (Dave, lakanti, ٢٠١٦: ٣).

ومن الضروري أن يمتلك كل فرد قدرًا من الذكاء الإقناعي وعلى الخصوص المرشد التربوي لانهم اكثر الفئات تستفيد من الذكاء لانهم يواجهون مواقف وصعوبات في العمل تطلب تمتع المرشد بالذكاء الإقناعي (جاسم وآخرون، ٢٠١٨: ١٤) .

ويعتبر الذكاء الإقناعي مهارة مهمة تساهم في نجاحهم الأكاديمي والشخصي. واستنادا لما تقدم تكمن أهمية البحث في الاتي:

- ١- يعد محاولة علمية في مجال المعرفة حول الذكاء الإقناعي وأهميته في العمل الإرشادي.
- ٢- يعد مرجعا يمكن الاستفادة منه في أجراء دراسات لاحقة.
- ٣- يتزامن أهميته البحث مع أهمية شريحة المرشدين التربويين التي تعد من اهم الشراح في المجال التربوي.

٤- يسهم البحث الحالي في تطوير الذكاء الإقناعي من خلال استخدام المهارات والأساليب الإقناعية من قبل المرشدين التربويين.

ثالثا : أهداف البحث **Aims of the research** :

يهدف البحث الحالي التعرف على :-

- ١- الذكاء الإقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية.
- ٢- دلالة الفروق الإحصائية في الذكاء الإقناعي لدى المرشدين التربويين تبعا لمنغير الجنس (ذكور - إناث) .

- رابعا حدود البحث **of the research Limitation** :

يتحدد البحث الحالي: بالمرشدين التربويين في المديرية العامة لتربية بغداد الرصافة/ الثالثة في المدارس الابتدائية للعام الدراسي ٢٠٢٤/٢٠٢٥.

خامسا : تحديد المصطلحات **Definition of the research** :

أولا: الذكاء الإقناعي (persuasion intelligence)

عرفه كل من:

- (مليز Mills, ٢٠٠٠): انه عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها احد الطرفين التأثير على الآخر وقناعه لفكرة ما من خلال التأثير على مواقفه أو معتقداته أو سلوكه (Mills, ٢٠٠٠: ٥١).

- (حمدان، ٢٠٢٥): هو أي اتصال مكتوب شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد للتأثير في اتجاهات والاعتقادات والسلوك (حمدان، ٢٠٠٥: ١٣).

- التعريف النظري: تبنت الباحثة تعريف (Mills, ٢٠٠٠) تعريفا نظريا.

- التعريف الإجرائي: الذكاء الإقناعي الذي نستدل عليه من خلال الدرجة الكلية إلى يحصل عليها المرشد التربوي على مقياس المعتمد في البحث الحالي.

- المرشد التربوي. Educational Counselor

- وزارة التربية (٢٠٠٢) هو أحد أعضاء الهيئة التدريسية المؤهل تأهيلاً علمياً وتربوياً لممارسة عمله الإرشادي والتوجيهي في المدرسة من خلال الاستعانة بجميع المصادر والبيانات المتوفرة والتأكد من صحة تلك البيانات. نقلاً عن (الألوسي والمعروف، ٢٠٠٢: 30) :

- المرحلة الابتدائية: primary school

- نوع من التعليم الرسمي الذي يحصل عليه التلاميذ من سنة السادسة إلى الثانية عشر ويهتم التعليم في هذه المرحلة بالرعاية الجسمية والفكرية والاجتماعية والانفعالية على نحو يتفق مع طبيعة التلميذ وأهداف المجتمع الذي يعيش فيه (المعمار، ٢٠١٩: ١٧٨)

الفصل الثاني

أطار النظري ودراسات سابقة

الذكاء الاقناعي (persuasion intelligence)

المفهوم:

الأقناع مفهوم واسع للغاية وينطبق على جميع الحالات التي يتم يتغير فيها التفكير باستعمال المعتقدات والحجج المنطقية ويعتمد الاقناع على المناقشات أو على جاذبية وقوة الحجج وعلى قدرة المتحدث بالحفاظ على الفكرة ويمكن أن يؤثر الاقناع على معتقدات الشخص ومواقفه ودوافعه السلوكية (عبد اللطيف، ٢٠٢٠: ١٥٣).

ويؤكد الذكاء الاقناعي على تحفيز الفرد لاستعمال المعلومات والشواهد والعلل، والمؤثرات الوجدانية نحو المعتقدات والميول والسلوك ويعد مصطلح الذكاء الاقناعي من المصطلحات الحديثة على الساحة التربوية (رزق، ٢٠١٢: ٦٥).

ويطلق عليه ذكاء الشارع لاستعماله بشكل مستمر عن طريق الوعي أم دون وعي ويؤثر الذكاء الاقناعي بأمور مختلفة العمل والبيت والعلاقات الاجتماعية، (عبد الهادي، ٢٠٢٢: ١٨٣).

ومنذ القرن الواحد والعشرون كانت هناك ثلاث روافد من العلوم تيسير في اتجاه مشترك هما : الخطابة، المنطق ، الإقناع، على الرغم من أن الاهتمام بهذه العلوم من عام (٣٠٠٠ ق م) حينما عرف أرسطو الإقناع: بأنه استعمال جميع الوسائل الممكنة للتأثير في الآخرين . من هذا التعريف انطلقت تعريفات تؤكد أهمية المفهوم (الذكاء الاقناعي) وأثره في تحفيز النواحي العقلية فهو جهد اتصالي مقصود وناجح بتأثير في النواحي العقلية يتاح فيه الاختيار لنا.

وان الاهتمام بالذكاء الاقناعي ليس وليد اليوم فقد حضى باهتمام علماء علم النفس التربوي لكونه من المواضيع الحيوية الارتباطية بالمبادئ كافة (سلام وآخرون، ٢٠٢٢: ٣٩).

وتطور مفهوم الذكاء الاقناعي من قبل المنظر مورتيسين (٢٠٠٨) وقد طرح تطوره الجديد في هذا الاطار الذي ضم المهارات العشرة التي يمر بها الإنسان، ولكل منها قوة ذكاء الاقناعي

وتأثيرها على الآخرين . وهي: (البرمجة العصبية ، التوافق الاجتماعي، تأسيس الثقة الفورية، الاستحواذ على الانتباه، القدرة على التأثير على الآخرين، تحفيز النفس والآخرين بصورة دائمة، المتحاورات المتقدمة، التوقع المسبق والسيطرة على الذات ومهارات التحاور (عبد الهادي ٢٠٢٢، : ١٨٣).

وتعددت التعاريف التي تناولت الذكار الاقناعي عرفه: بورج (٢٠٠٩) : الأساليب البارعة التي تحدث في العقول للوصول إلى نتائج مرضية. وعرفه حبيب (٢٠١٧): انه استخدام المهارات في الاقناع . وعرفه الخزامي (٢٠١١): انه فن التأثير في آراء الآخرين وسلوكهم باستخدام العقول والمشاعر للحصول على موافقتهم المطلوبة. ويتضح مما سبق أن الذكاء الاقناعي موقف اتصال بين المرسل والمستقبل ، وأن تغير المواقف أو السلوك يستدعي قيام الفرد المقنع بتوظيف مهاراته مع ادراك مهارات وسمات الطرف الآخر (رزاق، ٢٠١١ : ٦٠)..

ويتضح مما سبق أن الذكاء الاقناعي موقف اتصال يتضمن مرسل ومستقبل ويسعى إلى تغير المواقف والمعتقدات والسلوك ويستدعي قيام الفرد المقنع بتوظيف مهاراته سماته مع ادراك ومهارات وسمات الآخرين (سوزان، ٢٠١٤: ٣٤).

-علاقة الأقناع بالاتصال: يعد الأقناع شكلاً لسلوك اكبر وأوسع يطلق غيه الاتصال، ويستعمل في جميع أنشطة الإنسان المرتبطة بعلاقته مع الآخرين ، فالإنسان يتصل مع أفراد و جماعات ويتواجد معهم لنقل رغبة أو مشاعر لأنه لا يستطيع تلبية نفسه . فالاتصال هو نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وجعل معانيها معروفة بين الناس لتحقيق هدف أو تأثير، ويعرف الاتصال بوصفه تمهيداً لفهم الأقناع : عملية انتقال المعلومات والأفكار الوجدانية بواسطة استعمال الردود والكلمات (سلام وآخرون ، ٢٢ : ٤٥).

- مؤشرات الذكاء :

- لا يجد الشخص المقنع حرجاً في أن يعلن للناس عن مؤهلاته، فتلك المؤهلات تمثل البعد الاجتماعي والمعرفي.

- جعل الصدق والصراحة هي من صفات الشخص المقنع الناجح.

- عدم المبالغة في الادعاءات، فالمبالغة في القول تضعف القضية دائماً.

- الاعتماد على عرض مجموعة من الأدلة والبراهين الصادقة والبعيدة عن المحاباة لكي تؤكد صحة الأقوال.

- ينبغي أن يبنى هدف القول على ثلاث مستويات هي: مصداقية الشخصية ، مصداقية الأفكار، مصداقية الهيئة التي تمثلها . (Mills,2000 : 23)

أدوات ذكاء الأقناع:

- المضاهاة الاجتماعية:

إشارة روبرت في كتابه (التأثير: علم وممارسة) استناداً إلى مبدأ الدليل الاجتماعي أننا نحدد الصواب من خلال معرفة ما يراه الآخرون صواباً فإن عرض الأدلة والأمثلة على ما يفعل الآخرون بما يتعلق بالفكرة التي نريد ترسيخها وإقناع بها، وتعد المضاهاة الاجتماعية من الأساليب الفعالة في اتخاذ الإجراءات فيما في حالة عدم التأكد ما يجب فعله . استعمل (روبرت) مصلح الدليل الاجتماعي بدلاً عن المضاهاة الاجتماعية إذ أن المبدأ أعمق من الدليل، والذي يستعمل المضاهاة الاجتماعية في الأقناع ينبغي أن يعرض أكبر عدد من الأشخاص يشبهون الشخص الذي نريد أن اقناعه، وإن هذا الأمر يدفعهم بقدر كبير من الشجاعة للأقدام على فعل امر ما لم يفعله مسبقاً. (Mortensen,krtr,2011 :130)

- التقمص العاطفي:

أن ممارسة الأقناع تتطلب من الشخص المقنع أن يكون في موقع يريد من الآخرين أن يتقمص فكرته عاطفياً للتوصل إلى التعاطف مع موقفه ومشاعره ودوافعه وفهمها وعند وصول الأفراد إلى التقمص العاطفي فإنهم يرون أن القرار المقنع ليس القرار الصحيح: فالقرار الصحيح هو : التقمص العاطفي + الصدق = الأقناع. فكلما تمكن الشخص المقنع من جعل قبول الآخرين مبنياً على التعاطف زادت قدرته على جعلهم يرتبطون به وبفكرته وسرعة التقمص العاطفي .

- الأفكار غير المترابطة:

الأفكار غير المترابطة من أساليب الأقناع الخفية لأنها تنبع من الشعور بالإنجاز، فعند وصول الفرد إلى بعض الأشياء والحصول على موافقات ينتابه شعور جيد يشعره بقوة الدافعية لأن شخص يفهم مما يزيد من أعجاب الآخرين به .

-الأعجاب:

حب الناس لشخص المقنع سمة قيمة للغاية، وعليه أن ينمي هذه السمة إذا أراد أقناع الآخرين. فالأفراد يرغبون في عقد صفقات مع الآخرين يحبونهم، فإن تقبل الأفكار من شخص تحبه، أسهل من شخص لا يعينك في شيء (Hogan ٢٠٠٥ : ١٣٧) .

إثر الاستعارة في الأقناع:

تستعمل الاستعارة في تغيير التصرفات والمواقف بمجرد الاستعارة المنظمة لشخص ما فيمكن أن تأثر في الشخص بمجرد تعديل استعارته، أو بتبديل باستعارة أكثر فاعلية.

غالباً ما يتأثرون الأفراد بالحقائق الواقعية لاحدى المواقف، وفي الغالب يتأثرون بما يترك فيهم انطباعاً قوياً في أذهانهم. اللغة الحية تؤثر في الأقناع لأنها تمس العواطف، لذا فإن العواطف هي القوة الوحيدة التي تأثر في الأقناع، فمن دون العواطف تكون الكلمات لا تأثر لها، فالعاطفة تفوق المنطق من خلال المناقشات التي تأثيرها العاطفة، والذي تتطلب مجهوداً أقل من المنطق،

فالعاطفة تؤدي إلى تغير السلوك بشكل اسرع، لذا يلجئ المقنع إلى استعمال الاستعارة المبنية على العاطفة (سوزان ٢٠١٤ : ٢٣)

وقد طرح (Mills, ٢٠٠٠) اربع نماذج للأقناع أو التأثير هي:

١- نموذج الأقناع: حيث يعمل أحد الطرفين على أقناع الطرف الآخر عن طريق تبني موقفه أو الموافقة عليه أذ يتحرك الطرف المستقبل لموقف الطرف المقنع أي بإمكان الطرف المؤثر استدراج الطرف الآخر لكي يفعل ما يريد.

٢- نموذج التفاوض: يلجا لفرد عندما يعجز على أقناع الطرف الآخر في قبول موقفه بشكل تام إلى التفاوض على ان يقدم الطرفان التنازلات للوصول إلى حل وسيط يرضي الطرفين لاستمرار المباحثات.

٣- نموذج التعصب: يتخذ فيه الطرفان موقفاً رافضاً وثابتاً دون أي اعتبار لما يريده الطرف الآخر، وهنا يجمع كل طرف ما يجعله قادر على أقناع الطرف الآخر ويتصف بعدم المرونة في تغير قراراته ولنزول لرغبته الطرف الآخر.

٤- نموذج الاستقطاب: في عندما تتسع الفجوة بين بين الطرفين ويواجهان بعضهما، ويفرض كل طرف الاستماع إلى حجة الآخر وعندما يقوم كل طرف بأقبال وجهه نظره وصحة موقفه يحدث الاستقطاب، ويعد نموذجاً ناجحاً لأنه يعمل على جعل الفرد يميل للموافقة والأقناع بالآراء المطروحة (Mills, 55: 2000).

- استعمالات الذكاء الاقناعي:

١- الخطابة: يتطلب الذكاء الاقناعي القدرة على توجيه الأفكار باستخدام الخطابة أو التخطيط لها لتنفيذها وتأثيرها للتأثير على الآخرين. ويجب أن تركز طريقة الإلقاء الخطبة لأنها تؤثر في الأساس بالأفراد وتثير الانتباه نحو الموضوع المقصود .

٢- الكتابة: للذكاء الاقناعي اثر كبير في جعل الكتابة وسيلة لإيصال ما نريد إيصاله بشكل صحيح وينبغي أن نخطط للكاتب لكي تكون مؤثرة واختيار الموضوع الذي يتعاطف مع القارئ. ولا بد أن يتضمن الموضوع وسائل تأثير وتعتمد اقناع المتلقي بالأفكار المطروحة وان يتصف ما نريد كتابته بالمصداقية وتحديد الفكرة الأساسية بدقة .

٣- الصوت والجسد: أن الأثر الذي يحدثه الاتصال المرئي قد يحدد قياساً دقيقاً للأثر الذي تحدثه اللغة الجسدية المرئية فأن ادراك الرسالة يتحقق بثلاث طرق:

- مرئية (اللغة الجسدية) تأثيرها ٥٥%.

- صوتياً (نبرات الصوت) تأثيرها ٣٨%.

- شفهيًا (الكلمات) تأثيرها ٧%.

أي أن تأثير الرسالة الجسدية والرسالة الصوتية تشكلان (٩٣%) م إثر الرسالة (Mortensen, 2011: 421)

- قوانين الذكاء الاقناعي:

١- قانون التبادل. يمثل اقوى قانون وجد للأقناع في عمليات استقطاب الأفراد ويؤثر فيهم استنادا إلى البحث العلمي التبادل يستند إلى إعطاء الشخص المعنى بإقناعه لقيمة ملحوظة, ويشعر الآخرون بضرورة إعطاء هذا الشخص شيئا ذا قيمة ملحوظة , ولكي تقنع شخص يجب جعله قادر على وضع نفسه في محل التبادل .

٢- قانون الوقت: تغير منظور الشخص إلى وقت ما يساعده على اتخاذ القرارات المختلفة وعندما يغير الناس منظورهم إلى الوقت فانهم يغيرون ما يشعرون به اتجاه شيء ما وبالتالي فان القرارات التي يتخذوها بما يتعلق بذلك الشيء تختلف لاختلاف الوقت .

٣- قانون التوقع: عندما يتوقع منك أي شخص أن تحترمه أم تثق به أن تنجز له مهمة ما فأنتك سوف تصل الى تحقيق توقع الشخص إيجابيا أم سلبيا فأنت التوقع المسبق يسهل عملية الأقناع .

٤- قانون التباين: عندما يكون هناك شخصان أو مكانان أو شيئان مختلفان نسبياً ن بعضهما عن البعض فان التفكير يجعلنا قادرين أن نراهما مختلفان بصورة اكبر ويكون من السهل أن نميز إيهما نريد، فالقدرة على الاقناع تركز على إبراز أهمية الشيء إلى شيء آخر (جاسم واخرون، ٢٠١٨: ٤٤).

الدراسات السابقة

- دراسة (AL-Shamry & AlMahdawi, ٢٠٢٢): الذكاء الاقناعي لدى طالبات قسم رياض الأطفال () .

- استهدفت الدراسة: الكشف عن الذكاء الاقناعي لدى طالبات قسم رياض الأطفال .

- تألفت عينة البحث: من (٤٠٠) طالبة في كلية التربية الأساسية .

- توصلت الدراسة إلى: أن الذكاء الاقناعي لدى طالبة كلية التربية الأساسية بمستوى مناسب.

دراسة (محسن واخرون ٢٠٢٢) : (الذكاء الاقناعي لدى الطلبة المتميزين للمرحلة الثانوية)

- استهدفت الدراسة: التعرف على الذكاء الاقناعي لدى الطلبة المتميزين للمرحلة الثانوية للمتميزين.

- تألفت عينة البحث: من (٢٠٠) طالب وطالبة من مدارس المتميزين.

- توصلت الدراسة الى: - أن الذكاء الاقناعي لدى الطلبة المتميزين بمستوى مرتفع.

- عدم وجود فروق دالة إحصائية يرجع إلى الجنس (ذكور _ إناث) (محسن واخرون ٢٠٢٢: ٢).

إجراءات البحث

أولاً. منهجية البحث:

اختارت الباحثة المنهج الوصفي لكونه انسب المناهج ملائمة للدراسة الحالية

ثانياً. مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث الحالي بالمرشدين التربويين للمدارس المرحلة الابتدائية والبالغ عددهم (١٠٦) مرشداً موزعين على مدارس مديرية التربية الرصافة الثالثة (الملاك الدائم) . جدول (١) يوضح ذلك.

جدول (١) توزيع عينة مجتمع البحث

ت	الجنس	عدد المرشدين التربويين
1	الذكور	38
2	الاناث	68
المجموع		106

ثالثاً : عينة البحث:

تتألف عينة البحث من (١٠٠) مرشد تربوي، تم اختيارها من مجتمع البحث. جدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢) توزيع عينة البحث

ت	الجنس	عدد المرشدين التربويين
1	الذكور	38
2	الاناث	62
المجموع		100

رابعاً- أداة البحث:

أ: مقياس الذكاء الاقناعي:

لقياس مستوى الذكاء الاقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية . اعتمدت الباحثة مقياس (جاسمو محمود، ٢٠١٨) والذي تكون من (٢٢) فقرة الذي تم بناءه وفق نظرية (ميلز، ٢٠٠٠) . وتم استخراج الخصائص السيكو مترية للمقياس وكالاتي:

١- الصدق الظاهري :

تم استخراج الصدق الظاهري من خلال عرض فقرات مقياس الذكاء الاقناعي بصيغتها الأولية المتكونة من (٢٢) فقرة على المحكمين في العلوم التربوية والنفسية والقياس والتقويم. الملحق (١).

وللتأكد من صلاحيته فقرات المقياس اعتمد قيمة مربع (٢٢) المحسوبة معياراً لبقاء الفقرات من عدمها اذ اتفق السادة الخبراء على صلاحية جميع فقرات المقياس .

-الثبات:

تم التأكد من ثبات المقياس بطريقة (الاختبار وإعادة الاختبار) حيث طبق المقياس على عينة استطلاعية من أفراد مجتمع البحث بلغ عددها (٤٠) مرشد تربوي تم اختيارهم بالأسلوب العشوائي وبعد أسبوعين تم إعادة التطبيق وحساب معامل (ارتباط بيرسون) بين التطبيقين وقد بلغت قيمته (٠.٨٧) وهو معامل ثبات جيد .

تصحيح المقياس:

تكون المقياس من (٢٢) فقرة وحددت الإجابة على المقياس بخمس بدائل هي: (دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً) والأوزان (١،٢،٣،٤،٥) على التوالي وتتراوح الدرجة بين (٢٢-١١٠) بمتوسط فرضي (٦٦) الوسائل الاحصائية:

لقد اعتمدت الباحثة على الحقيبة الاحصائية (spss) في التوصل لنتائج البحث الحالي والتي استخدمت من خلالها الوسائل الآتية .
مربع كأي: استعمل للتعرف على آراء المحكمين.
- الاختبار التائي لعينة واحدة.

- الاختبار التائي لعينتين مستقلتين.

- معامل ارتباط بيرسون لاستخراج الثبات.

الفصل الرابع

عرض النتائج وتفسيرها:

يتضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج البحث وفق أهدافه وتفسيرها، فظلاً عن تقديم استنتاجات وتوصيات ومقترحات في ضوء النتائج وسيتم استعراضها على النحو الآتي:

- ١- الهدف الأول: التعرف على الذكاء الإقناعي لدى المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية: تحقيقاً للهدف الأول. تم استخدام الاختبار التائي لعينة واحدة لاستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري حيث بلغ المتوسط الحسابي (٩٤،٤١) والانحراف المعياري (٩،٩٤١) لأفراد عينة البحث. تبين من ذلك أن قيمة التائية المحسوبة (28.57) وهي اكبر من الجدولية البالغة (١،٩٦) عند مستوى دلالة (0، 05) ودرجة حرية (٩٩) أي أن أفراد عينة البحث يتمتعون بالذكاء إقناعي جدول (١) يوضح ذلك .

جدول (١) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والمتوسط الفرضي والقيمة التائية لعينة واحدة

العينة	المتوسط	الانحراف	درجة	المتوسط	القيمة التائية	مستوى
--------	---------	----------	------	---------	----------------	-------

المتغير		الحسابي	المعياري	الحرية	الفرضي	المحسوبة	الجدولية	الدلالة
الذكاء الاقناعي	100	94,41	9,941	99	66	28.58	1,96	0,05
دالة								

وجاءت هذه النتيجة متفقة مع نتائج دراسة (Shamry&Others,2022) ودراسة (محسن واخرون ٢٠٢٢) حيث كانت نتائج الدراسة الحالية تمتع المرشدين التربويين بالذكاء الاقناعي، وفسرت الباحثة هذه النتيجة إلى أن المرشدين التربويين يتمتعون بالمصداقية في عملهم ويمتلكون العاطفة التي لها اثر في الأفعال، وكذلك القدرة على إقامة العلاقات الناجحة وإيصال الأفكار بطريقة مفهومة لأفئاع التلاميذ وأولياء الأمور فضلاً إلى اكتسابهم بعض مهارات التواصل من خلال الأعداد الأكاديمي والدورات وورش العمل التي يشاركون فيها سنوياً لتطوير قدراتهم وكسابهم مهارات تمكنهم من النجاح في العمل والعلاقات العامة .

- الهدف الثاني: التعرف على دلالة الفروق في الذكاء الاقناعي لدى المرشدين التربويين تبعاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث)

تحقيقاً للهدف الثاني. تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لاستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأفراد العينة البحث حيث بلغ المتوسط الحسابي لذكور البالغ عددهم (٣٨) مرشداً (٩٧.٣٠) درجة ونحرف معياري مقداره (٧,٩٣٧) أن قيمة التائية المحسوبة (2.272) وبلغ المتوسط الحسابي للإناث البالغ عددهم (٦٢) مرشدة (٩٢.٧١) درجة ونحرف معياري مقداره (١٠,٦٤٦) درجة. و أن قيمة التائية المحسوبة (2.449)) وهي اكبر من الجدولية البالغة (١,٩٦) وأن الفرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (٩٨) أي أن أفراد العينة يتمتعون بذكاء إقناعي ولصالح الذكور جدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢) يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والمتوسط الفرضي والقيمة التائية لعينتين مستقلتين وفق الجنس (ذكور - إناث)

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	المتوسط الفرضي	القيمة التائية		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
ذكور	38	97,30	7,937	37	66	2,272	1,96	دالة
إناث	62	71,92	10,646	61	66		1,96	

وجاءت وهذه النتيجة مختلفة مع نتائج الدراسات السابقة دراسة (Shamry&Others,2022) ودراسة (محسن واخرون ٢٠٢٢) كانت نتائج الدراسة الحالية على وجود فروق دالة إحصائياً بين (الذكور - الإناث) و لصالح الذكور. وتفسر الباحثة هذه النتيجة إلى الأدوار المختلفة التي يقوم بها للذكور نتيجة المهام التي يزاولها الذكور المختلفة

عن الإناث وبحكم العادات الاجتماعية والثقافة المحيطة بالبيئة نفسها الذي يتواجدون فيها قد يكون سبب تفوق الذكور بمستوى الذكاء الاقناعي إدارة أفكارهم بفاعلية أكثر من الإناث، وطلق عليه موريتسن بانه ذكاء الشارع لأننا نستعمله بصورة مستمرة عن طريق وعينا أو بدون وعي.

الاستنتاجات. **Conclusions :**

- في ضوء ما توصل اليه البحث الحالي من نتائج يمكن استنتاج ما يأتي:-
- أن المرشدين التربويين في المرحلة الابتدائية يتمتعون بالذكاء الأفعاعي
- توجد فروق دالة إحصائية لدى المرشدين التربويين تبعاً لمتغير الجنس (ذكور - إناث) ولصالح الذكور.

التوصيات **The Recommendations :**

- في ضوء ما توصل اليه البحث الحالي من نتائج توصي الباحثة بما يأتي: -
- وضع معايير لاختيار المرشدين التربويين لعمل الإرشادي منها امتلاكهم مهارات التواصل الذي تعتمد على الذكاء الاقناعي.
- إدخال المرشدين التربويين دورات يشكل مستمر لمواصلة التطور في الإرشاد التربوي لإكسابهم المهارات اللازمة.
- ضرورة أن تتضمن المقررات والمناهج الدراسية أنواع الذكاء لأهميته في جميع المجالات ولاسيما العمل الإرشادي.

المقترحات: **The Suggestions.**

- ١- إجراء دراسات مماثلة على عينات أخرى مثل (المعلمين، والمدرسين)
 - ٢- أجري دراسة تستهدف التعرف على علاقة الارتباطية بين الذكاء الاقناعي وبعض المتغيرات مثل (المستوى الاقتصادي-الاجتماعي، موقع الضبط، الثقة بالنفس).
- المصادر

المصادر العربية

- الألوسي ، جمال حسين والمعروف ، احمد (٢٠٠٢) . الكراس التوجيهي في الإرشاد التربوي . . بغداد ، مطبعة وزارة التربية، ط١.
- جاسم شهاب، ومحمود ماجد (٢٠١٨) : الذكاء الاقناعي وعلاقته بالحرية العاطفية لدى طلبة جامعة ديالى، جامعة ديالى / كلية التربية ،مجلة العلوم الإنسانية، مج(٢) ع(٧٧).
- حمدان، خالد(٢٠٠٥): الاقناع اسسه وأهدافه ي ضو أسلوب القران الكريم دراسة وصفية تحليلية،الجامعة الإسلامية . غزة.
- راضي، سامي(٢٠٢٢): الذكاء الاقناعي وعلاقته بالسلوك التنظيمي، الاستباقي لدى مديري المدارس الثانوية .كلية التربية، جامعة بابل ، مجلة العلوم الإنسانية، مج(٢٦). (3)

- رزاق ، علي (٢٠١٢): نظريات في أساليب الاقناع (دراسة مقارنة) بيروت ، لبنان دار الصفوة ط١.
- سوزان رمضان (٢٠١٤): فن الاقناع ، القاهرة، مصر ،مكتبة النداوي ط١.
- سلام هادي، و الدليمي رقية(2024) : الذكاء الاقناعي وعلاقته بالحالة الشخصية لدى طلبة الجامعة . جامعة القادسية مجلة الآداب والعلوم التربوية مج(٢٤) مج (٤).
- عبد الطيف ، أسامة(٢٠٢٠): فاعلية برنامج في العلوم قائم على نماذج الاقناع في التنمية وتفعيل المعتقدات الخطأ اتجاه فيروس كورونا لدى تلاميذ المرحلة الابتدائية كلية التربية ، جامعة عين الشمس، مجلة التربية، مج(٢٤) العدد (٤٤).
- عبد الهادي نهلة(٢٠٢٢): الذكاء الاقناعي وعلاقته بالصحة الوجدانية لدى طلبة المرحلة الإعدادية جامعة القادسية ، مجلة الاداب والعلوم التربوية مج(٢٣) ع(٣).
- العباسي ياسر(٢٠١٩) : الذكاء الاقناعي وعلاقته بسمات الشخصية لدى طلبة الأقسام الإنسانية ، رسالة ماجستير ن جامعة الموصل .
- محسن عبد الحمزة ، وجودة عبد السلام(٢٠٢٢) الذكاء الاقناعي لدى الطلبة المتميزين ،الجمعية العراقية للدراسات التربوية والنفسية ،مج(٣٦) ع(٢).
- المعماري ، هادي(٢٠١٩) المشكلات الدراسية السلوكية لدى تلاميذ مرحلة التعليم الابتدائي، مجلة العلوم التربوية والنفسية، العراق مج (٣) ع (٣٢).
- المصادر الأجنبية:
- Dave, lakeani (2016) : *persuasionr the art of winnig* what you waut ,translated by atef Zainb, Hindawi library, Egybt ,st,1.
- AL-Shamry &AL-Mahdwi (2022): *persatve inteltigwnco among kindergarten students international journal of sciences* .
- Mills, Harry(2000) :*Ho to commention chage mind influence by Americon* --
- Mortensen, krrt ,w(2008): *persuasion IQ American Mauage ment Association intrna tioual New York* .
- Hogan keriu (2005): *published in arrangemort with john willy sons* , New York. -
- . divisiog Now yoke

الملاحق

ملحق (١)

أسماء الأساتذة الخبراء المحكمين على مقاييس البحث

ت	اللقب العلمي	الاسم	الجامعة والكلية
1	أ . د	امل إبراهيم الخالدي	المستنصرية / كلية التربية
2	أ . د	هدية جاسم حسن	الكلية التربوية المفتوحة
3	أ . م . د	خضر عباس غيلان	المستنصرية / كلية التربية
4	أ . م . د	ميادة عبد الله خزل	مديرية تربية الرصافة / الثالثة

ملحق (2)

مقياس الذكاء الاقناعي

ت	الفقرات	تتطبق علي					لا تتطبق على
		دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً	
1	تحاول أن تقنع الآخرين بمؤهلاتك						
2	اتحدثت عن الفوائد عندما أروج لأفكاري ومعتقداتي						
3	استعمل لغة الجسد للتأثير في الآخرين						
4	استعمل الكلمات القوية التي تستحوذ على انتباه الآخرين وعواطفهم						
5	اركز على جذب الانتباه في مقدمة الخطاب						
6	ارتب أفكارني لتدور حول موضوع محدد						
7	استبعد الأفكار المناهضة قبل أن يتاح لها الظهور						
8	استعمل الوسائل الملائمة للرسائل التي أريدا يصل إلى الآخرين بنبرة صوت هادئة						
9	استعمل التغذية الاسترجاعية في المناقشات لتريد من قناعة المستمعين						
10	أهتم بالاستماع لأراء الآخرين لتفكير في ما قالوه						
11	أتبع استراتيجيات مختلفة في الأقناع						
12	استعمل أساليب الأقناع التي تعزز النقاط الفورية و تقلل من النقاط الضعيفة						
13	اظهر بالمظهر الذي يبرز قدرتي وحرفتي						
14	عندما أقوم بالترويج لفكرة ما أحاول إظهار أهميتها						
15	استعمل المقابلة وجها لوجه ندما أربغ في أداء						

					قوي يؤثر في الآخرين	
					استعمل المواقف المؤثرة في الفرد لغرض مقترحاتي من دون تفكير	16
					عندما أمارس الأقناع أقدم البراهين التي تظهر أن ما أقوم به يستحق الثقة	17
					أحدث انطباعاً قوياً عندما أريد أقناع شخص ما	18
					استعمل التشبيهات والروايات عندما أقدم النقاط المهمة حول موضوع ما	19
					أستدج الآخرين ليقوموا بما أريده	20
					اجمع الحقائق اللازمة ثم أقوم بتحريرها كي تلائم ما أقوم به	21
					أودي آمالي بعيداً عن أهوائي الشخصية كي تنال ثقة الآخرين	22