الذكوات البيض

اسم مشتق من الذكوة وهي الجمرة الملتهبة والمراد بالذكوات الربوات البيض الصغيرة المحيطة بمقام أمير المؤمنين علي بن أبي طالب{عليه السلام}

شبهها لضيائها وتوهجها عند شروق الشمس عليها لما فيها

موضع قبر علي بن أبي طالب {عليه السلام}

من الدراري المضيئة

{در النجف}فكأنها جمرات ملتهبة وهي المرتفع من الأرض، وهي ثلاثة مرتفعات صغيرة نتوءات بارزة في أرض الغري وقد سميت الغري باسمها، وكلمة بيض لبروزهاعن الأرض.وفي رواية إنّها موضع خلوته أو إنّها موضع عبادته وفي رواية أخرى في رواية المفضل عن الإمام الصادق {عليه السلام}قال: قلت:يا سيدي فأين يكون دار المهدي ومجمع المؤمنين؟ قال:يكون ملكه بالكوفة، ومجلس حكمه جامعها وبيت ماله ومقسم غنائم المسلمين مسجد السهلة وموضع خلوته الذكوات البيض

Republic of Iraq
Ministry of Higher Education &
Scientific Research
Research & Development
Department

جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
دائرة البحث والتطوير

No.:
Date:

الرقم: ب ت ع/ ٥٠٤٩
التاريخ: ١٤/٨/٢٠٢٢

ديوان الوقف الشيعي / دائرة البحوث والدراسات

م/ مجلة الذكوات البيض

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ...

إشارة الى كتابكم المرقم ١٠٤٦ والمؤرخ ١٢/٢٨ /٢٠٢١ والحاقاً بكتابنا المرقم ب ت ٥٧٤٤/٤ في ٢٠٢١/٩/٦ ، والمتضمن أستحداث مجلتكم التي تصدر عن الوقف المذكورة أعلاه ، وبعد الحصول على الرقم المعياري الدولي المطبوع وانشاء موقع الكتروني للمجلة تعتبر الموافقة الواردة في كتابنا أعلاه موافقة نهائية على أستحداث المجلة.

... مع وافر التقدير

أ.م.د حسين صالح حسن
المدير العام لدائرة البحث والتطوير / وكالة
٢٠٢٢/١/١٢

نسخة منه الى:
- قسم الشؤون العلمية / شعبة التأليف والنشر والترجمة / مع الأوراق.
- الصادرة.

مهند ابراهيم
١٠ / كانون الثاني

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – دائرة البحث والتطوير – القصر الأبيض – المجمع الثربوي – الطابق السادس

إشارة إلى كتاب وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / دائرة البحث والتطوير
المرقم ٥٠٤٩ في ٢٠٢٢/٨/١٤ المعطوف على إعمامهم
المرقم ١٨٨٧ في ٢٠١٧/٣/٦
تُعدّ مجلة الذكوات البيض مجلة علمية رصينة ومعتمدة للترقيات العلمية.

الذكوات البيض

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن
دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦ هـ تشرين الأول ٢٠٢٥ م
رقم الإيداع في دار الكتب والو ثائق (١١٢٥)
الرقم المعياري الدولي ISSN 2786-1763

الذكوات البيض

عمار موسى طاهر الموسوي
مدير عام دائرة البحوث والدراسات

رئيس التحرير
أ.د. فائز هاتو الشرع

مدير التحرير
حسين علي محمد حسن الحسني

هيأة التحرير
أ.د. عبد الرضا بهية داود
أ.د. حسن منديل العكيلي
أ.د.نضال حنش الساعدى
أ.د. حميد جاسم عبود الغرابي
أ.م.د. فاضل محمد رضا الشرع
أ.م.د. عقيل عباس الريكان
أ.م.د. أحمد حسين حيال
أ.م .د. صفاء عبدالله برهان
م.د.موفق صبرى الساعدى
م.د.طارق عودة مرى
م.د. نوزاد صفر بخش

هيأة التحرير من خارج العراق
أ.د.نور الدين أبو لحية / الجزائر
أ.د. جمال شلبي/ الاردن
أ.د. محمد خاقاني / إيران
أ.د. مها خير بك ناصر / لبنان

العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦ هـ – تشرين الأول ٢٠٢٥ م

التدقيق اللغوي
م.د. مشتاق قاسم جعفر

الترجمة الانكليزية
أ.م.د. رافد سامي مجيد

الذكوات البيض

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن
دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦هـ - تشرين الأول ٢٠٢٥م

العنوان الموقعي
مجلة الذكوات البيض
جمهورية العراق
بغداد /باب المعظم
مقابل وزارة الصحة
دائرة البحوث والدراسات
الاتصالات
مدير التحرير
٠٧٧٣٩١٨٣٧٦١
صندوق البريد / ٣٣٠٠١
الرقم المعياري الدولي
ISSN ١٧٦٣-٢٧٨٦
رقم الإيداع
في دار الكتب والوثائق(١١٢٥)
لسنة ٢٠٢١
البريد الالكتروني
إيميل
off reserch@sed.gov.iq
hus65in@gmail.com

دليل المؤلف .....

١–أن يتسم البحث بالأصالة والجدّة والقيمة العلمية والمعرفية الكبيرة وسلامة اللغة ودقة التوثيق.

٢– أن تحتوي الصفحة الأولى من البحث على:

أ. عنوان البحث باللغة العربية .

ب . اسم الباحث باللغة العربي، ودرجته العلمية وشهادته.

ت . بريد الباحث الإلكتروني.

ث . ملخصان: أحدهما باللغةِ العربية والآخر باللغةِ الإنكليزية.

ج . تدرج مفاتيح الكلمات باللغة العربية بعد الملخص العربي.

٣–أن يكونَ مطبوعًا على الحاسوب بنظام(office Word) ٢٠٠٧ أو ٢٠١٠) وعلى قرص ليزري مدمج (CD) على شكل ملف واحد فقط (أي لا يُجزّأ البحث بأكثر من ملف على القرص) وتُزوَّد هيأة التحرير بثلاث نسخ ورقية وتوضع الرسوم أو الأشكال، إن وُجدت، في مكانِها منَ البحثِ، على أن تكونَ صالحةً مِنَ الناحيةِ الفنيَّة للطباعة.

٤–أن لا يزيدَ عدد صفحات البحث على (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (A4).

٥. يلتزم الباحث في ترتيب وتنسيق المصادر على الصفية APA

٦–أن يلتزم الباحث بدفعِ أُجُور النشر المحدَّدة البالغة (٧٥،٠٠٠) خمسة وسبعين ألف دينار عراقيّ، أو ما يعادلها بالعملات الأجنبية.

٧–أن يكونَ البحثُ خاليًا مِنَ الأخطاءِ اللغوية والنحوية والإملائيَّة.

٨–أن يلتزم الباحث بالخطوط وأحجامِها على النحو الآتي:

أ. اللغة العربية: نوع الخط (Arabic Simplified) وحجم الخط (١٤) للمتن.

ب . اللغة الإنكليزية: نوع الخط (Times New Roman) عناوين البحث (١٦). والملخصات (١٢)

أما فقرات البحث الأخرى؛ فبحجم (١٤) .

٩–أن تكونَ هوامش البحثِ بالنظام الأكتروني(تعليقات ختامية) في نهاية البحث. بحجم ١٢.

١٠–تكون مسافة الحواشي الجانبية (٢,٥٤) سم،والمسافة بين الأسطر (١) .

١١–في حال استعمال برنامج مصحف المدينة للآيات القرآنية يتحمل الباحث ظهور هذه الآيات المباركة بالشكل الصحيح من عدمه، لذا يفضّل النسخ من المصحف الالكتروني المتوافر على شبكة الانترنيت.

١٢–يبلَّغ الباحث بقرارِ صلاحيَّة النشر أو عدمها في مدَّةٍ لا تتجاوز شهرين من تاريخ وصولهِ إلى هيأةِ التحرير.

١٣–يلتزمُ الباحث بإجراءِ تعديلات المحكّمين على بحثهِ وفق التقارير المرسلة إليهِ وموافاةِ المجلة بنسخةٍ معدَّلةٍ في مدَّةٍ لا تتجاوزُ (١٥) خمسة عشر يومًا.

١٤–لا يحق للباحث المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ النشر.

١٥–لاتعاد البحوث الى أصحابها سواء قُبلت أم لم تُقبل.

١٦–تكون مصادر البحث وهوامشه في نهاية البحث، مع كتابة معلومات المصدر عندما يرد لأول مرة.

١٧–يخضع البحث للتقويم السري من ثلاثة خبراء لبيان صلاحيته للنشر.

١٨–يشترط على طلبة الدراسات العليا فضلاً عن الشروط السابقة جلب ما يثبت موافقة الأستاذ المشرف على البحث وفق النموذج المعتمد في المجلة.

١٩–يحصل الباحث على مستل واحد لبحثه، ونسخة من المجلة، واذا رغب في الحصول على نسخة أخرى فعليه شراؤها بسعر (١٥) ألف دينار.

٢٠–تعبر الأبحاث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.

٢١–ترسل البحوث إلى مقر المجلة – دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي بغداد – باب المعظم)

أو البريد الإلكتروني:(hus65in@Gmail.com) (off reserch@sed.gov.iq) بعد دفع الأجور في مقر المجلة

٢٢–لا تلتزمُ المجلة بنشر البحوث التي تُخلُّ بشرطٍ من هذهِ الشروط .

مجلة علمية فكرية فصلية محكمة تصدر عن دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف الشيعي

محتوى العدد (١٧) المجلد الثالث

ت	عنوانات البحوث	اسم الباحث	ص
١	التعريف بالحاكم الجشمي وتفسيره التهذيب ومكانته العلمية .	أ.د. مهند محمد صالح عطية الباحث:أحمد نجم عباس	٨
٢	أثر استراتيجية الحالات المصغرة في تنمية المهارات القرائية لدى طلاب الصف الاول المتوسط	أ.م.د.احسان عدنان عبد الرزاق	١٦
٣	مدرسة الحكمة المتعالية عند صدر الدين الشيرازي	أ.د. زينه علي جاسم	٣٢
٤	القيمة والمعيار: قراءة في رؤية اليوسف للشعر ووضائفه«مقال مراجعة»	م. د. زينب ميثم علي	٤٠
٥	النموذج الصالح في الثقافة الإسلاميّة «مقال مراجعة»	م. د. نورا حسين علي	٤٦
٦	تطور الذكاء الاقتناعي عند المراهقين	م. د. محمود محمد طالب	٥٢
٧	التكرار ودوره في ترسيخ الذاكرة الشعرية في قصيدة (تاريخ الدموع)للشاعر مهدي النهيري	م.د.سندس عبدالكاظم جاسم	٦٨
٨	العمل التطوعي ودوره في تعزيز مشاركة المرأة في تنمية المجتمعات الريفية دراسة ميدانية في محافظة بغداد	الباحثة: ساره محمد يوسف أ. د. ميسم ياسين عبيد	٧٦
٩	الحصانة النفسية وعلاقتها بالرفاهية النفسية لدى طلبة الجامعة	م. م. رسول شاهين جمال أ.م. د.أحمد عجيل ياور	٩٢
١٠	التحوّل بين أبنية صيغ الأسماء في اللغة العربية	أ.م.د. علي سامي أمين	١٢٠
١١	بلاغة الاقناع اللغوي لجملة الاعتراض في الخطاب القرآني	م. د. محمد جاسم حنون	١٤٢
١٢	سلبيات وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع العراقي وعلاجها في ضوء الفكر الاسلامي (السهر) انموذجاً «دراسة علمية»	م. طباء صاحب مشكور م. م. نغم بكي ناجي م. م. ايناس عبدالرحمن زايد	١٥٨
١٣	تطور الطاقة الكهربائية في الدولة العثمانية، محطتي طرسوس وسيلاه تار انا نموذجاً ١٩٠٢_١٩١٤م	م.د علي إسماعيل زيدان م. غدير خليل عبد الأمير	١٧٢
١٤	دورالإرادة في تحديد القانون الواجب التطبيق في العقود الدولية.	همام ستار صادق أ.د. مهدي مرداشي	١٨٢
١٥	التوثيقات الرجالية وأثرها في الترجيح بين الأخبار المتعارضة	م. م. شذى عبد الأمير عبد الله	١٩٢
١٦	قياس الكفاءة الادارية لمديري الاشراف التربوي في ضوء بعض المتغيرات	م. م. اسماء جليل عباس	٢٠٢
١٧	الانفاق الاقتصادية للدولة الفاطمية	م. م. هناء عطية تعبان	٢١٦
١٨	تسميات النجف وقبر أمير المؤمنين(عليه السلام)دراسة من الناحية التاريخية والأثرية	م. م.أحمد عبد الكاظم محمد	٢٢٨
١٩	استراتيجيات التعلّم القائم على الألعاب الرقمية في تعزيز الطلاقة الحسابية لطلبة المرحلة المتوسطة	م. م. حميد محمد عبد الله	٢٤٨
٢٠	الثورات العربية وتأثيرها على مصر من ٢٠١١ م الى ٢٠٢٠م.	م. م. رحاب حسن عبد	٢٦٨
٢١	التدافع في القرآن الكريم والسنن الربانية	الباحث: مصطفى محمد ذياب	٢٨٤
٢٢	ألفاظ المنع والعطاء في القرآن الكريم	م. م. انتصار محمد رضا محسن	٢٩٢
٢٣	أدبيّة النصّ القرآنيّ دراسة في البنية الإيقاعية والتصويرية والقصصية	م. م.محمد حمزة عبد الواحد أ.م.د. سرى سليم عبد الشهيد	٣٠٨
٢٤	حكم الجزية والأمان عند الإمامة	م. م. ولاء علي حسين	٣١٦
٢٥	المملكة العربية السعودية ودور شركات النفط في التطورات الحديثة فيها	م. م. نور صفر سايه خان	٣٢٦
٢٦	هيكل السلطات في الدولة الإسلامية: دراسة تاريخية وتحليل وظيفي	م. م. غياث خالد منفي	٣٣٨
٢٧	أنماطُ الشّخصيّة وتحولاتها في رواية أرض زيكولا« قراءة في البنى النفسية والدلالية»	م. م. إيمان صاحب كطافه	٣٥٤
٢٨	The Intersection of Language and Artificial Intelligence: Implications for Linguistic Diversity	Lecturer Ahlam Abdulrazzaq Thiab Al-Dulaimi	٣٦٦
٢٩	The Role of Applied Linguistics in Translation Studies : Challenges and innovations	Researcher:Shrouq Shahab Ahmad	٣٨٢

فصلية مُحكّمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦ هـ كانون الأول ٢٠٢٥م

تطور الذكاء الاقناعي عند المراهقين

م. د. محمود محمد طالب
وزارة الداخلية/ عمادة كلية الشرطة

المستخلص:

يستهدف البحث التعرف الى تطور الذكاء الاقناعي Persuasive Intelligence, عند المراهقين ومعرفة دلالة الفروق الإحصائية على وفق متغيري العمر والنوع (ذكور, إناث)، وتتحدد الدراسة الحالية بطلبة المرحلة الثانوية والجامعة ومن كلا الجنسين (ذكور – إناث) للدراسة الصباحية وللعام الدراسي (٢٠٢٤/٢٠٢٥). ولتحقيق اهداف البحث، تم تبني مقياس الذكاء الاقناعي (احمد، ٢٠١٨) الذي اعتمدت فيه على مقياس هاري ميلز (Harry Mills, ٢٠١١) والتأكد من صدقه وثباته وملاءمته لعينة البحث، وطبق المقياس على عينة تألفت من (٢٠٠) طالب وطالبة، اختيرت بطريقة الحزمة العشوائية. وتحقق الباحث من الصدق الظاهري للمقياس عن طريق عرضه على مجموعة من المحكمين في قسم العلوم التربوية والنفسية، وبعد استخراج الخصائص السيكومترية وتطبيقه على عينة البحث. وبعد جمع البيانات وتحليلها احصائياً، باستعمال الحقيبة الإحصائية (SPSS) توصل البحث الحالي إلى النتائج الآتية:

١– وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الأعمار (١٣، ١٥، ١٧،١٩) سنة، ولصالح العمر الأكبر ويتخذ الذكاء الاقناعي مساراً تطوريا مع التقدم بالعمر.

٢– عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى الذكاء الاقناعي تبعاً للجنس (ذكور – إناث).

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاقناعي، المراهقين، الفروق الإحصائية ، العمر، النوع.

Abstract

The present study aims to investigate the development of Persuasive Intelligence among adolescents and to examine the statistical significance of differences according to the variables of age and gender (male–female). The sample of the study was limited to secondary school and university students from the morning classes during the academic year (2024/2025). To achieve the objectives of the research, the Persuasive Intelligence Scale developed by Ahmed (2018), based on the scale of Harry Mills (2011), was adopted after ensuring its validity, reliability, and suitability for the study sample. The scale was administered to a randomly selected cluster sample of (200) male and female students. The researcher verified the face validity of the instrument by presenting it to a group of experts in educational and psychological sciences, and its psychometric properties were also established.

After collecting and statistically analyzing the data using the SPSS package, the study reached the following results:

1–There are statistically significant differences in persuasive intelligence according to age (13, 15, 17, 19 years), in favor of the older ages, indicating that persuasive intelligence follows a developmental trajectory with age.

2– There are no statistically significant differences in persuasive intelligence according to gender (male–female).

Keywords: Persuasive intelligence, adolescents, statistical differences, age, gender.

مشكلة البحث:

تعد مشكلة ضعف الذكاء الاقناعي من المشكلات التي تؤثر تأثيراً سلبيا في الجانب النفسي والاجتماعي للفرد، إذ تؤثر هذه المشكلة في حياة الإنسان، وسلوكه، وتصرفاته، وصحته النفسية، وتسبب له الارتباك، والتشويش، والعزلة عن الأسرة ورفاقه، وكذلك الانغلاق والتوقف عن الاستماع للآخرين، وهذا ناتج عن ضعف الذكاء الإقناعي عند الفرد، فإنه يستجيب للرسائل من دون إدراك ما موجود في محتوى الرسالة، ولا يكون لديه الوقت، والحافز، والقدرة على الإنصات بحرص، لذا فإنه يعتمد في اتخاذ الحكم باختصار ذهني ومعتمداً على غرائزه في الإجابة عن الرسائل . كما يستعمل الفرد الذي يعاني من ضعف الذكاء الإقناعي التفكير السلبي، ويتخذ قرارات فجائية، ويغير في مواقفه بصورة سريعة وبوقت قصير، كما يفتقد إلى مقومات الثقة بالنفس، ويفتقد إلى الهدوء وذو سلوك منغلق، ولا يتسم بدفء المشاعر (ميلز، ٢٠٠١ : ١).

لذا فحسن التواصل مع الآخرين واقناعهم بوجهة النظر يعتمد بالدرجة الأولى على الذكاء وعلى توازن المشاعر وحسن المظهر والقدرة على التعامل مع الآخرين (شكشك، ٢٠٠٧ : ٧٩).

أهمية البحث:

من الأمور التي يهتم بها علماء النفس هو الذكاء الاقناعي . إذ وصفوا الفرد الذي يمتاز بهذا النوع من الذكاء بأنه يمتلك حافز الإنصات والتقييم، ويقوم بتدبير المعلومات الإيجابية، ويوازن المزايا والمساوئ بطريقة منطقية عقلانية، ويتمتع بتغيير موقفه دائماً، ولا يتأثر بالتغيرات الأخرى، كما أن لديه معرفة شخصية من يحاور، وكيف يستجيب له، ومتى يرفض، كما يمتلك أدوات الاقناع كالثقة والمعرفة، والمصداقية، وبذلك يستطيع نيل ثقة الآخرين عندما يحاول إقناعهم بما يريد (بورج، ٢٠٠٩ : ٢٩).

إذ يتعرض الفرد في حياته اليومية إلى العشرات من المحاولات الاقناعية، فإينما توجه، ومهما عمل، فهناك من يحاول تغيير آرائه أو مواقفه حول شيء معين، ولا يقتصر الإقناع على الأفراد، إذ يحاول الفرد إقناع فرد آخر، إنما هناك جمعيات ومؤسسات وحكومات تحاول إقناع الناس باتباع مواقفها (ميلز، ٢٠٠٠ : ٣٣).

ولكي نقنع الآخرين بوجهة نظرنا، أو بما نريد إيصاله لهم ينبغي أن نركز أفكارنا ونحدد ما الذي نحاول تغييره هل هو الموقف ؟ أو المعتقد ؟ أو هو السلوك الذي نحن بصدده (Mortensen, ٢٠٠٨:١٨).

والقدرة على التأثير في الآخرين واقناعهم بطريقة تفكيرنا هي في الغالب المكون الناقص في خطوات النجاح إذ أن كثير من الناس يحددون أفكارهم ويعملون لها بجد ولديهم ثقة عالية بالنفس ولكنهم لا يصلون إلى أهدافهم وأحلامهم وتطلعاتهم لكونهم لم يطوروا قدراتهم على توظيف أفكارهم وإقناع الآخرين بها، كما أن هناك أناس أكثر نزاهة وصدقاً من غيرهم لكنهم غير قادرين على إقناع الآخرين بما يعتقدون وكثيراً من الناس غير القادرين على الإقناع والتواصل يبدون غير واثقين في أنفسهم، لأن القدرة على التواصل بشكل مقنع مع الآخرين من أهم العوامل الحاسمة في النجاح في الحياة الشخصية والمهنية (العباسي، ٢٠٠٩ : ٣).

وتختلف مدارك الناس فيما بينهم وفق مبدأ الفروق الفردية والتفاوت والاختلافات في القدرات العقلية والفكرية ودرجات الوعي ومستوياته، فضلاً عن الاختلاف في درجات الفهم والاستبصار وسرعة الاستجابة، فمنهم من لا يقتنع بالدليل إلا إذا ظهرت له الحكمة من ذلك التشريع، ومنهم من يكفيه الدليل ويقف عنده إذ يعرض عليه بأسلوب الحوار والاقناع ثم الأخذ بها والعمل بمقتضاها (القره غولي والعكيلي، ٢٠١٢ : ٢٦٧).

ويؤدي الذكاء الاقناعي دوراً مهماً في فهم الأفراد الآخرين كيف يفكرون ما يحبونه وما لا يحبونه، ودوافعهم، والشخص الذي يتمتع بهذه القدرة يستطيع في الغالب التنبؤ بالطريقة التي سيتصرف بها الآخرون، وبذلك سيكون قادراً على التصرف معهم بفعالية وقدرة عالية على الاقناع (بورج، ٢٠٠٩ : ٢٩).

ويشير باندورا (Bandura, ١٩٨٢) الى أن الأفراد الذين لديهم القدرة على الاقناع الاجتماعي يمتلكون قدرة

خاصة في المواقف الصعبة، وأن الاقناع اللفظي، يستعمله الأشخاص على نحو واسع جداً من الثقة فيما يمتلكون من قدرات وما يستطيعون إنجازه، وأن الاقناع الاجتماعي يمكن أن يحدث زيادة في مستوى فاعلية الذات، وأنه توجد علاقة تبادلية بين الأداء الناجح والاقناع الاجتماعي في رفع مستوى الفاعلية الشخصية والمهارات التي يمتلكها الفرد (المشيخي، ٢٠٠٩ : ٨٢).

أهداف البحث :

يرمي البحث إلى تعرف:

١ – درجة التفكير الاقناعي عند المراهقين تبعاً لمتغيري

أ– العمر

ب– الجنس(ذكور، إناث)

٢ – دلالة الفروق في درجة الذكاء الاقناعي تبعاً لمتغيري:

أ– العمر

ب– الجنس(ذكور، إناث)

حدود البحث:

يتحدد البحث الحالي بطلبة المرحلة الثانوية والجامعة ممن هم في الأعمار (١٣، ١٥، ١٩،١٧) سنة، في مدينة بغداد بجانبيها الكرخ والرصافة للعام الدراسي (٢٠٢٤/٢٠٢٥).

تحديد المصطلحات :

أولاً: التطور (Development)

تعريفه لغة: تعريف معجم لسان العرب (ب– ت):

الطور: التارة يقول طوراً بعد طور أي تارةً بعد تارة وجمع الطور أطوار والناس أطوار، أي اشتات ، أي اطياف على حالات شتى.

قال تعالى(وقد خلقكم اطوارا) نوح :١٤ معناه ضروبا وأصولاً مختلفة (ابن منظور، ب –ت– ج :٦).

– التعريف اصطلاحاً:

(هرمز وإبراهيم،١٩٨٨) بأنه: تغير نوعي باتجاه التقدم نحو النضج وتكامل البنيان (هرمز وإبراهيم،١٩٨٨: ١٩) . وقد اعتمد الباحث تعريف هرمز وإبراهيم (١٩٨٨) تعريفاً نظرياً لمفهوم التطور لأنه يتلائم والإجراءات البحثية التي يروم الباحث القيام بها .

ويعرف الباحث التطور إجرائياً بأنه: التغيرات في الدرجات التي تحصل في استجابات الطلبة لمقياس الذكاء الاقناعي للأعمار التي شملها البحث .

ثانياً : الذكاء الاقناعي : Persuasion Intelligence

عرفه كل من :

١ – ميلز (Mills, ٢٠٠٠) : بأنه « قدرات وعمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير في الآخر واخضاعه لفكرة ما من خلال التأثير في مواقفه أو معتقداته أو سلوكه».(ميلز ، ٢٠٠٠ : ٥٢).

٢ – باوكلورا (Bauclura, ١٩٩٧): بأنه « تأثير يمارس على الأفراد من خلال التعليقات والآراء والنماذج السلوكية , وقد يكون اقناعاً لفظياً داخلياً يأخذ الحديث الإيجابي مع الذات فيوفر للفرد فرصة ملاحظة اداته أو قدرته من خلال الآخرين ويعتمد تأثير عملية الاقناع على خبرة ومصداقية مصادر الاقناع (Bauclura, ١٩٩٧:١٢٥) في (قاسم , ٢٠١٨ : ٥).

٣– جينا (Jenah, ٢٠٠١): بأنه « عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص (أو مجموعة) تجاه حدث

معين , فكرة , شيء , أو أي شخص أو اشخاص آخرين , يتم ذلك باستخدام كلمات مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات , والمشاعر , أو للاستدلال , أو مزيج منها (Jenah, ٢٠٠١: ٥٥) .

٤- هوجن (Hogan, ٢٠٠٤): بأنه « القدرة على غرس المعتقدات والقيم في نفوس الآخرين من خلال التأثير على افكارهم وأعمالهم على وفق خطط استراتيجية. (Hugan, ٢٠٠٤: ٣٣) .

٥- التعريف النظري :

تبنى الباحث تعريف (ميلز، ٢٠٠٠) تعريفاً نظرياً للبحث الحالي وذلك لأنه اعتمد على نظريته ولكونه استخدم هذا التعريف في تبني مقياس الذكاء الاقناعي.

التعريف الاجرائي :

الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب المستجيب على فقرات مقياس الذكاء الاقناعي الذي أعده الباحث لهذا الغرض .

الاطار النظري والدراسات السابقة:

اولاً: الاطار النظري:

مفهوم الذكاء:

يُعد الذكاء من القدرات العقلية التي تمكّن الفرد من التحليل المنطقي، والتخطيط، وحل المشكلات، وفهم الأفكار واستيعابها، بالإضافة إلى القدرة على سرعة التعلم من الخبرات السابقة. فهو لا يقتصر على التفكير المجرد فحسب، بل يشمل أيضًا القدرة على إدراك مشاعر الآخرين وفهمها. ووفقًا لكارتر (١٩٩٠)، فإن الذكاء يتضمن مجموعة من المهارات، من أبرزها: الفهم، الإبداع، وسرعة الاستجابة للمواقف المختلفة.

مفهوم الإقناع (Persuasion Concept):

الإقناع هو عملية تهدف إلى التأثير في أفكار ومعتقدات الآخرين ودفعهم لتبني وجهة نظر معينة أو تعديل مواقفهم. ولا يعني الإقناع فرض الرأي بالقوة، وإنما إحداث التغيير عبر الحجج المنطقية والأدلة، أو من خلال التأثير العاطفي والنفسي. ويرى السمر (١٩٨٠) أن الإقناع يتطلب فهم الجمهور المستهدف، ومعرفة ما يناسبهم من أساليب تؤدي إلى قبول الفكرة المطروحة.

والإقناع هو مهارة تواصلية تعتمد على استخدام استراتيجيات مدروسة لإحداث التغيير المطلوب في مواقف أو سلوك الأفراد، بحيث يتم الجمع بين المنطق والعاطفة بطريقة متوازنة، لضمان أكبر قدر من التقبل للفكرة أو الرسالة المطروحة.

تشير الأدبيات والدراسات في مجال الاقناع , إلى أن نقطة البدء في تناول مفهوم الاقناع الإيجابي , بل فلسفة الاقناع على صعيد الفكر الإنساني , كان رائدها الفيلسوف الإغريقي (ارسطو) , وبعد ذلك لم يظهر تنظير مفهومي على نحو علمي يوازيه أو يتقدمه في مجال الاقناع , حتى القرن العشرين , إذ بدأت الدراسات العلمية الاجتماعية للإقناع في الثلاثينات بالبحث عن المواقف , وأثناء الحرب العالمية الثانية (١٩٤٢-١٩٤٥) كلفت مجموعة من الباحثين احدهم (Carl Hovland) , لاستكشافه تأثيرات سلسلة الأفلام الوثائقية التي صممت لتعليم الجنود المتحالفين على التهديد النازي , ولرفع المعنويات لديهم , وقد أجرى (Hovland) وزملاؤه سلسلة من التجارب لدراسة تأثيرات الاتصالات المقنعة في مفاهيم ارسطو , وبصورة منهجية , وذلك باستعمال تقنيات حديثة في التجارب العلمية (Hovland, Janisokelley, ١٥٣) . في (Perloff, ٢٠٠٣: ٢٤-٢٥)

الذكاء الاقناعي :

الإنسان ومنذ أن بدأ حياته الأولى، وهو يمارس الإقناع بهدف التأثير في غيره , في أثناء تعامله معهم للوصول إلى تحقيق غاياته، لذا فمن الطبيعي أن يكون الإنسان قد مارسه منذ العصور القديمة من دون سابق معرفة قبل أن يصبح

علماً لكن بدون شك إذا كانت الفطرة هي البداية فإن تكرار الممارسة والملاحظة ومن ثم المحاكاة تجاه الآخرين، قد اكتسبت الإنسان الخبرة والمعرفة لتطوير هذا السلوك ليصبح علماً له طرقه ووسائله في التأثير . ويُسهم الذكاء في تمكين الفرد من اختيار الأسلوب الإقناعي المناسب للموقف والجمهور المستهدف، وذلك عبر تحليل المواقف بدقة، واستنتاج ردود الأفعال المتوقعة، وتكييف الرسائل لتلائم الخلفيات المعرفية والانفعالية للطرف الآخر. فالفرد الذي يمتلك مستوى ذكاء مرتفع يكون أكثر قدرة على صياغة حجج مدعومة بالمنطق، وفي الوقت نفسه توظيف مهارات التعاطف والانتباه الانفعالي لخلق توافق نفسي مع الآخرين، مما يزيد من احتمالية نجاح عملية الإقناع(لاكاي، ٢٠١٦: ١٣).

النظريات التي فسرت الذكاء الاقناعي :

اولاً: نظرية هوارد غاردنر (Howard Gardner, ١٩٨٣)

يرى غاردنر أن الذكاء ليس قوة ذهنية منفردة وإنما هو مجموعة من القدرات العقلية لا تنخلى بذاتها على نحو منفرد فحسب بل يرجح أنها تنجلى في مناطق مختلفة من الدماغ (كين , ١٩٨٧: ٩٣).

ويرى غاردنر أن نظرية الذكاء المتعدد لها أثر قوي على تعليم الكبار وتطوير مهاراتهم . فاليوم الكثير من الكبار يجدون انفسهم في وظائف لا تستثمر طاقاتهم وقدراتهم (ذكاءهم) . على سبيل المثال، من لديه قدرة حركية عالية قد تجده في وظيفة إدارية مكتبية تتطلب الجلوس على المكتب، في حين قد يكون أسعد حالاً في وظيفة فيها حركة كمرشد سياحي أو الطبيب (كرامز، ٢٠١١: ١٨٨).

ويعرف «غاردنر» الذكاء وفقاً لنظرية الذكاءات المتعددة بأنه القدرة على حل المشكلات، أو ابتكار نواتج ذات قيمة في نطاق ثقافة واحدة على الأقل، وسياق خصب وموقف طبيعي، كما يرى أن أي فرد يمتلك ثمان ذكاءات وهي على النحو الآتي :

١ – الذكاء اللغوي : ويعني قدرة الفرد على تناول ومعالجة واستخدام بناء اللغة ومعانيها في المهام المختلفة سواء في التعبير عن النفس أو في مخاطبة الآخرين .

٢ – الذكاء المنطقي الرياضي: ويتمثل في القدرة على التفكير المنطقي وحل المشكلات والاستدلال والاستنتاج والتمييز بين النماذج وإدراك العلاقات .

٣ – الذكاء البصري المكاني: ويعني القدرة على ادراك العالم البصري المكاني بدقة من خلال مهارات التمييز البصري , والتعرف البصري، والتعبير البصري، والصور العقلية، والاستدلال المكاني .

٤ – الذكاء الجسمي الحركي: ويشير إلى القدرة على ربط أعضاء الجسم بالعقل لأداء بعض المهام مثل الممثل، واللاعب الرياضي، أو استخدام اليدين لإنتاج بعض الأشياء مثل الطبيب الجراح، والنحات، والميكانيكي .

٥ – الذكاء الموسيقي: ويسير إلى قدرة الفرد على إدراك وإنتاج الصيغ الموسيقية المختلفة التي تتمثل في الإيقاع، والجرس الموسيقي،ونوعية الصوت .

٦ – الذكاء الاجتماعي: ويعني قدرة الفرد على التواصل والتفاعل الاجتماعي الإيجابي مع الآخرين.

٧ – الذكاء الشخصي : ويشير إلى قدرة الفرد على إدراك مشاعره ودوافعه , واستخدام المعلومات المتاحة في التخطيط لشؤون حياته واتخاذ القرارات المناسبة له.

٨ – ذكاء الطبيعة: ويعني القدرة على استكشاف وتمييز وتصنيف الأشياء التي توجد في الطبيعة مثل النباتات والحيوانات والصخور (Gardner, ١٩٩٣:٣٥) .

ثانياً: نظرية (ميلز، ٢٠٠٠) :

المنظر (هاري ميلز، ٢٠٠٠) يفسر ذكاء الإقناع من خلال مجموعة من النماذج والطرق والمؤشرات التي تتوافر لدى الاشخاص المقنعين، وقد أوضح كيفية اكتساب مهارات الإقناع اللازمة للنجاح في العمل أو العلاقات العامة، أو

حتى على مستوى الاسرة، فهو ينظر إلى الإقناع على أنّه مهارة يمكن تعلمها واكتسابها أذا استطاع الفرد أن يفهم ما يريده الآخرون على وفق الرسالة التي يرغب بتوجيهها، ويرى إن هناك طريقا للإقناع الناجح: هما الطريقة الفكرية واللافكرية والتي اطلق عليهما عالما النفس الأمريكيان ريتشارد بيتي وجون كاسيو اسم المركزية والطرفية, ويقوم الشخص الذي تحاول إقناعه في حالة الطريقة المركزية بالتفكير في ما تقوله ويحلل جميع الاسباب المنطقية والادلة التي يقدمها المقنع بتدبر، اما في حالة الطريقة الطرفية فلا يمضي الشخص المقصود سوى القليل من الوقت في التفكير في المحتوى الذي تريد ايصاله, ويقوم العقل باتخاذ قرار مفاجئ ، ويوعز إلى المتلقي بقول (نعم أو لا)، وغالباً ما تكون هذه القرارات الفجائية متخذة بدافع العاطفة, ويعتمد فيها المتلقي على الدلالات البسيطة أو الايحاءات ، وتقوم هذه النظرية على هاتين الطريقتين للوصول إلى إقناع ناجح (ميلز، ٢٠٠٠: ١٤) .

ثالثاً: نظرية (مورتسين) (Maretsen, ٢٠٠٨):

يفسر (كيرت دبليو مورتسين ، ٢٠٠٨) ذكاء الإقناع من خلال (عشر مهارات) تشير كل مهارة إلى قوة ذكاء الإقناع وتأثيره في الناس وكيف يمكن لهذه المهارات التي نكتسبها إن تؤثر في الآخرين, وتجعلهم يفعلون ما نريده منهم .

يشير (مورتسين ، ٢٠٠٨) إلى ذكاء الإقناع من خلال التعامل معه على أنّه معامل للذكاء يؤثر في تغيير المواقف والمعتقدات والافكار وسلوك الآخرين, وقد أطلق عليه «ذكاء الشارع» لأننا نستعمله بصورة مستمرة سواء عن طريق وعينا بذلك ام دون وعي (مورتسين، ٢٠١١ : ١٣) . يؤثر ذكاء الإقناع في أدائنا الامور المختلفة في البيت أو العمل أو على مستوى العلاقات الاجتماعية, ويلخص (مورتسين ، ٢٠٠٨) ذكاء الإقناع من خلال المهارات العشرة اللازمة للحصول على ما نريده بالضبط, وهي كما يلي :-

١ – البرمجة العقلية :

يعد الجانب العقلي الاساس في عملية الإقناع وهو مهارة اساسية لكل المقنعين الناجحين . فالتركيز على توجيه الطاقات الانفعالية باتجاه رغبات محددة يحفز من البرمجة العقلية . قبل خلودهم للنوم مباشرة (مورتسين، ٢٠١١ : ٢٠) ، اما أفكارنا فهي ما يبرمج عقولنا الباطنة . والعقل الباطن هو مركز الانفعالات وعندما يقبل العقل الباطن فكرة فإنه يبدأ في تنفيذها ، وعندئذ يستعمل العقل الافكار والمعارف والطاقات والحكمة ليجد حلولاً . وينبغي إن تكون البرمجة العقلية متصلة بالأفكار الايجابية اكثر من كونها افكاراً سلبية تصيبنا بالإحباط (الشوا ، ٢٠١٤ : ٤٥) .

٢ – فهم ما يفكر به الآخرون :

يعرف عظام المقنعين – على مستوى الحدس – ما يفكر به ويشعر به الآخرون إذ يتعامل المقنعون مع مستوى اقل من مستوى التفكير الواعي لدى الآخرين ، ويعني التركيز على فهم الإقناع من خلال فهم الطبيعة الإنسانية والتركيز على تفكير الآخرين ، هل يفكرون بالطريقة الواعية (اي يعتمدون على معالجة المعلومات ويبذلون جهداً في فهم المعرفة والمحاورة وهم اشخاص يفضلون اللقاء المباشر, وعند محاولة إقناعهم ينبغي إن يكون اللقاء وجهاً لوجه مع عدم تعارض للرغبات حتى يتسنى لنا إقناعهم (مورتسين ، ٢٠١١: ٨٥) .

اما في الطريقة اللاواعية فإن المقنع لا يقضي وقتاً طويلاً في معالجة المعلومات وهم اشخاص يستجيبون بدرجة كبيرة لحدسهم واحساسهم الداخلي ويستجيبون للمثيرات القائمة على الانفعالات وهو يرغب بالشعور بالراحة تجاه الاشياء ويتخذ قراره بناء على انفعاله, والمفتاح العظيم هو معرفة كيفية الموازنة بين المنطق والانفعالات(رايتون ، ٢٠١١: ٨٥).

٣ – التوافق الاجتماعي والألفة الفورية :

تعني الالفة التوافق مع غيرك على موجة التفكير نفسها, وهي اساس الثقة المتبادلة, ومع الالفة تكون آراؤنا مختلفة,

ومع ذلك نظل نشعر برابطة قوية مع بعضنا البعض، بل إن الكثيرين من المقنعين لا يركزون في مقابلاتهم الإقناعية على اللحظة الأولى، بل يحافظون على الوئام والارتباط من خلال مراحلهم للتوقف مع الآخرين منطقياً وانفعالياً، ويعدون الآخرين اصدقاء لهم والبقاء على خط أنفعالي واحد دون تغيير مفاجئ في الحالة الانفعالية مع توافر المرونة والاستعداد للتوقف مع الكثير من الحالات المزاجية والانفعالية والانفعالات التي قد يشعر بها الآخرون (رايتون ، ٢٠١١ : ٣٥) .

٤– تأسيس الثقة الفورية :

الثقة امر لازم للإقناع، واذا أردنا أن نجيد الإقناع فلابد أن نحرص شديداً ليس على إن نرسخ الثقة في أول لقاء فحسب بل إن نحافظ عليها مدة طويلة ايضاً، ويتركز بقاء الثقة واكتسابها على شخصية المتحدث وصفاته وخصائصه ، وكذلك على توفر الكفاءة فهي المعرفة والقدرة في مجال محدد، وتنتج هذه الكفاءة عن التعلم والخبرات التي تتراكم لدى الفرد على طول حياته (مورتسين، ٢٠٠٨ : ٤٥)

٥– الاستحواذ على الانتباه :

تعدّ السلطة واستعمال صورها المختلفة امراً ضرورياً لنجاح الإقناع ، فمتى استطاع الشخص المقنع أن يرسخ الثقة اتجاه نفسه، والآخرين، وأن يقدر على جعل الآخرين يثقون بخبرته وسلطته التي تساعدهم على الوصول إلى شيء يحتاجون إليه أو يرغبون فيه كلما كان هذا الشيء منتجاً، أو يعد مكافئة بالنسبة لهم (حبيب ، ٢٠٠٩ : ٢٤) .

٦– القدرة على التأثير في الآخرين :

التأثير في الآخرين أقوى صور الإقناع ، فالإقناع هو ما تقوله (مثل أساليب التعامل مع الناس ومهارات هذا التعامل وقوانين الإقناع) اما التأثير فهو كيانك وشخصيتك (كيف تستطيع إن تؤثر في الآخرين؟) ، وكيف تطور نفسك للدرجة التي يتصرف الناس معها بناءاً على فكرة مجرد إن هذه الفكرة صادرة عنك ؟ فالتأثير هو القدرة على تحريك الناس حتى عندما يكون الشخص المقنع غائباً ، فالشخص المؤثر يعني أنّه يتصف بالشخصية الجذابة والتعاطف و الرؤية (مورتسين ، ٢٠٠٨ : ٤٥).

٧–كيف تحفز نفسك والآخرين بصورة دائمة:

يمثل التحفيز كل شيء لعظماء المقنعين ، فالتحفيز ضروري ليس لقطع الخطوات الكبرى باتجاه الاهداف ، بل هو امر لازم لكل الخطوات المرحلية السهلة على طريق تحقيقها ، إنك ما لم تكن تشعر بدافعية وتحفيز فإن النتيجة لن تقتصر على عدم إنجازك شيئاً بل ولن تبدأ أساساً، ويؤدي التحفيز وظيفة ثنائية في عملية الإقناع ، فهو الخطوة الأولى والاهم في الحفاظ على الدافعية، وبمجرد مقدرتك على تحفيز ذاتك باستمرار فسوف ينتقل تركيزك إلى الهام الآخرين، وتحفيزهم على الفعل (رزق ، ١١٠ :١٩٩٤) .

٨– مهارة التحاور :

يرى (مورتسين ، ٢٠١١) إن المقنع الناجح يمتلك قدرة عالية على استعمال مهارات التحاور وهي التوقع المسبق لما يريد قوله الآخرون عندما تبدأ بعرض الموضوع أو الرسالة التي تريد ايصالها إلى الآخرين، وكذلك اختيار الوقت الملائم للحديث وزيادة الثقة بالنفس والاستعداد الفكري المسبق لإجراء حديث، والتركيز على أدارة الحوار، وكذلك تخصيص النقاط الاساسية لهذا الحوار للخروج بنتائج ايجابية تعزز من قدرتك بوصفك مقنعاً.

٩– التوقع المسبق :

تعد الخطوة الاهم في كل خطوات الاستعداد هي معرفة الشخص المقابل ومعرفة الرسالة التي تريد تقديمها. إن المقنعين الناجحين يستعدون جيداً قبل اجراء الحوار، وهم يتوقعون كل شيء ممكن وكل عقبة تعترض طريقهم، وإن التركيز على اظهار الخبرات وزيادة المصداقية وتحديد الاسلوب الأنفعالي لاستجابة الآخرين للشخص المقنع تساعده على تحقيق فرص أكبر في الإقناع (مورتسين، ٢٠٠٨ : ٤٧).

١٠ – السيطرة على الذات والتطوير الشخصي :

يلتزم العظماء دائماً بالتركيز على التطوير الشخصي ، فنحن كثيراً ما نشعر بالاحباط عندما لا نرى نتائج سريعة وخاصة عند بذل الكثير من الجهد فأنّ التركيز على التطوير والسيطرة على الذات وتنميتها سيساعدنا على اثبات وجودنا بين الآخرين ويعزز من ثقتنا بوصفنا مقنعين. ويجب أن نكون قادرين على التعامل مع العقبات والتحديات، وهي امور من شأنها أن تجعل الفرد قادراً على ضبط ذاته والسيطرة عليها. فكل تحدٍ أو عقبة تواجهنا في الحياة من الممكن أن تصبح خبرة تعليمية يمكننا استعمالها لكي نرتقي في شخصياتنا، وهو أمر يجدد من قدراتنا الإقناعية في المستقبل (رابتون، ٢٠١١: ٧٠) .

مناقشة النظريات التي تناولت الذكاء الاقناعي :

تناول العالم (غاردنر) موضوع الذكاءات المتعددة إذ يشير إلى أن من الطبيعي أن تجد اشخاص يمتلكون أكثر من نوع من الذكاء، ولكن من النادر جداً أن تجد اشخاص طبيعيين لا يملكون أي نوع من أنواع الذكاء . وأنواع الذكاء على حسب هذه النظرية تنقسم إلى ثمانية أنواع، ولكل واحد من هذه الأنواع الثمانية من الذكاء مجتمعة معاً ولكن بنسب مختلفة، فكل شخص منا يتميز في مجال معين بناءً على ارتفاع معدل ذكاءه في واحد أو اثنين أو ثلاثة أنواع من هذه الأنواع للذكاء مجتمعة معاً.

أما العالم الأمريكي (مورتسين، ٢٠٠٨) فقد تناول متغير الذكاء الاقناعي، إذ أكد أن الذكاء الاقناعي هو مجموعة من المهارات التي تكتسبها من خلال التفاعل السائد مع مواقف الحياة المختلفة، وقد شبه الذكاء الاقناعي بذكاء الشارع، لأننا نتبعه كل يوم سواء بوعينا أو دون وعي، وقد ركز على تناول هذا المتغير من خلال تعريف الأفراد بهذه المهارات، وكيفية اكتسابها ضمن خطوات محددة، وقد ذكر (مورتسين) إن امتلاكنا للذكاء الاقناعي هو ضرورة لكي نحصل على ما نريد , ولكي نحقق المزيد من النجاح في مختلف المجالات.

وتحدث (ميلز) (Meals, ٢٠٠٠) عن ذكاء الاقناع بشكل دقيق، إذ يرى أن ذكاء الاقناع هو عمليات فكرية نحاول من خلالها التأثير في الآخرين، واخضاعهم لفكرة معينة، وبذلك يشير إلى أهمية التواصل الفكري مع الآخرين وتقارب الأفكار، وأوضح هذا المتغير من خلال نظريته التي فسرت هذا المفهوم بشكل واضح، وكيف يتمتع الشخص بمجموعة من الخصائص والصفات التي تجعل منه مقنعاً ناجحاً , وكيف يكون قادراً على ضبط مشاعره وانفعالاته لإيصال مضمون الرسالة التي يحاول إيصالها، وإقناع الآخرين فيها

ويرى أن هناك أربعة نماذج للشخص المُقنع، وكيف نستعمل كل نموذج تبعاً لما نحاول إيصاله إلى الطرف الآخر.

الدراسات التي تناولت الذكاء الاقناعي

١ – دراسة العباسي (٢٠٠٩):

الذكاء الاقناعي وعلاقته بسمات الشخصية عند تدريسيي الأقسام الإنسانية في جامعة الموصل

تهدفت الدراسة الحالية التعرف الى:

١ – مستوى الذكاء الاقناعي عند التدريسيين في الأقسام الإنسانية .

٢ – سمات الشخصية عند تدريسي الإقسام الإنسانية .

٣ – العلاقة بين الذكاء الاقناعي وسمات الشخصية التالية (الاتزان الانفعالي – السيطرة الجدية – الاحجام الاقدام – الاطمئنان, الشك – الاستقلال) لدى تدريسي الأقسام الإنسانية .

٤ – الفروق في العلاقة بين الذكاء الاقناعي وسمات الشخصية تبعاً لمتغيري (الجنس , اللقب العلمي).

واختيرت عينة عشوائية بلغت (٥٥٠) تدريسياً وتدريسية في السنة الدراسية (٢٠٠٨-٢٠٠٩) وللأقسام الإنسانية في جامعة الموصل موزعين على (١٠) كليات وبواقع (٨) كلية إنسانية و (٢) كلية (تحتوي على أقسام إنسانية وعلمية) واعتمد الباحث على اداتين هي مقياس الذكاء الاقناعي والذي اعده الباحث ومقياس سمات

الشخصية لـ(ريموند كاتل) النسخة الأصلية إذ تم ترجمته إلى اللغة العربية . وتم التحقق من الصدق الظاهري للمقياسين وتم حساب ثبات مقياس الذكاء الاقناعي بطريقة التجزئة النصفية وحساب ثبات مقياس سمات الشخصية بطريقة إعادة الاختبار وتم حساب القوة التمييزية لفقرات المقياسين وعولجت البيانات احصائياً باستخدام الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss) وأظهرت النتائج :

١ – تمتع أساتذة الجامعة للأقسام الإنسانية بمستوى عالٍ من الذكاء الاقناعي .

٢ – وجود علاقة دالة احصائياً بين متغيري الذكاء الاقناعي وسمات الشخصية بشكل عام.

٣ – عدم وجود فروق دالة احصائياً في العلاقة بين الذكاء الاقناعي وسمات الشخصية وفق متغيري الجنس (ذكور – إناث) واللقب العلمي (مدرس مساعد , أستاذ مساعد , أستاذ).

٢ – دراسة (جاسم، ٢٠١٨):

الذكاء الاقناعي وعلاقته بالحرية العاطفية عند طلبة الجامعة

تهدف الدراسة الحالية التعرف إلى :

مستوى الذكاء الاقناعي والحرية العاطفية عند طلبة الجامعة، ومعرفة دلالة الفروق الإحصائية في مستوى الذكاء الاقناعي، والحرية العاطفية عند طلبة الجامعة، تبعاً لمتغيرات النوع الاجتماعي والتخصص، ومعرفة اتجاه وقوة العلاقة بين الذكاء الاقناعي والحرية العاطفية تبعاً لمتغيرات النوع الاجتماعي والتخصص . وقد بنت الباحثة مقياس الذكاء الاقناعي وفق نظرية (ميلز)(Meals, ٢٠٠٠) , بعد اتباع الخطوات العلمية في بناءه، والتحقق من الصدق الظاهري ، وصدق البناء ، وتم التحقق من الثبات بطريقة إعادة الاختبار واسفرت النتائج الى أن افراد عينة البحث لديهم ذكاء اقناعي عالٍ قياساً بالمتوسط النظري للمقياس، وبفرق ذي دلالة معنوية . وأن عينة البحث لديهم مستوى عالٍ من الحرية العاطفية قياساً بالمتوسط النظري للمقياس .كما أظهرت نتائج معامل بيرسون وجود علاقة قوية إيجابية بين الذكاء الاقناعي والحرية العاطفية . وأوضحت نتائج الاختبار الزائي غياب الفروق في العلاقة الارتباطية بين الذكاء الاقناعي والحرية العاطفية تبعاً لمتغير النوع (ذكور ، إناث) والتخصص (علمي ، إنساني) ، كذلك لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الذكاء الاقناعي والحرية العاطفية تبعاً لمتغيرات النوع (ذكور – إناث) والتخصص (علمي – إنساني). (جاسم، ٢٠١٨ : ٢٣)

٣ – دراسة كامل (٢٠١٨):

الذكاء الاقناعي وعلاقته بالحاجة للحب

هدفت الدراسة إلى تعرف مستوى الذكاء الاقناعي والحاجة إلى الحب عند طالبات الجامعة ، ومعرفة العلاقة بين الذكاء الاقناعي والحاجة إلى الحب عند طالبات الجامعة ، وبحسب التخصص (علمي– إنساني)، تكونت عينة البحث التطبيقي البالغة (٣٠٠) طالبة جامعية من طالبات جامعة ديالى ، وأظهرت النتائج أن افراد عينة البحث يتمتعون بذكاء اقناعي وتبين ان الفرق دال معنوياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) . وتبين ايضاً أن افراد عينة البحث يتصفون بالحاجة للحب إذ ان الفرق دال معنوياً عند مستوى (٠,٠٥) ، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين الذكاء الاقناعي والحاجة للحب عند طالبات جامعة بغداد، أي كلما زاد الذكاء الاقناعي زادت الحاجة للحب .

منهجية البحث وإجراءاته:

أولاً: منهجية البحث:

يتطلب تحقيق أهداف هذا البحث وصفاً كمياً لتطور الذكاء الاقناعي عند المراهقين في الأعمار(١٣، ١٥، ١٧، ١٩) سنة، لغرض تعرف درجة تطور الذكاء الاقناعي عندهم والتغيرات التي تطرأ عليه مع التقدم في العمر، ويتطلب هذا أتباع المنهج الوصفي لتحديد ووصف الحقائق المتعلقة بالموقف الراهن، وتتناول الدراسات التطورية التغيرات التي تحدث في بعض المتغيرات نتيجة لمرور الزمن (عودة، ٢٠٠١ : ١١٦).

ثانياً: مجتمع البحث:

يتكون مجتمع البحث الحالي من الطلبة والطالبات في المرحلة الثانوية والجامعة ، للعام الدراسي (٢٠٢٤-٢٠٢٥)، للدراسة الصباحية في محافظة بغداد.

ثالثاً : عينة البحث :

اختيرت عينة هذا البحث على وفق الإجراءات الآتية:-

١- اختيار مديريات التربية:

اختيرت مديريتان من مديريات التربية في بغداد واحدة من الرصافة، فكانت مديرية تربية الرصافة الثانية، وواحدة من الكرخ، وكانت مديرية تربية الكرخ الثالثة، واختيرت كلية التربية الجامعة المستنصرية.

٢- اختيار عينة المراهقين والراشدين:

لغرض اختيار عينة البحث الذين تتوافر فيهم متغيرات البحث، اتبع الباحث الإجراءات التالية:-

أ- اختيار صفين بالطريقة الطبقية العشوائية من كل المؤسسات التربوية لعينة البحث لتشمل الأعمار(١٣، ١٥، ١٧، ١٩) سنة ولكلا الجنسين.

ب- استبعاد الطلبة الراسبين في سنة دراسية سابقة، للسيطرة على المتغيرات الدخيلة التي قد تؤثر في نتائج البحث الحالي.

ولتحقيق أهداف البحث اختيرت عينة البحث من مجتمع المراهقين اذ بلغت (٢٠٠) طالبا وطالبة مناصفة بين الذكور والاناث، اذ بلغ مجموع الطلبة في عمر (١٣) سنة (٥٠) طالب وطالبة، وفي عمر (١٥) سنة (٥٠) طالب وطالبة وفي عمر (١٧) سنة (٥٠) طالب وطالبة، وفي عمر (١٩) سنة (٥٠) طالب وطالبة، والجدول (١) يوضح ذلك .

الجدول (١)يوضح توزع عينة البحث العمر والمديريات والنوع الاجتماعي

العمر / المديريات	١٣ سنة		١٥ سنة		١٧ سنة		١٩ سنة		المجموع
	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	ذ	أ	
الرصافة/٢	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٦٤
الكرخ/ ٣	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٨	٦٤
كلية التربية الجامعة المستنصرية	٩	٩	٩	٩	٩	٩	٩	٩	٧٢
المجموع	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٥	٢٠٠

رابعاً. أداة البحث:

مقياس الذكاء الاقناعي

التحليل الإحصائي لفقرات مقياس الذكاء الاقناعي:

أ- حساب القوة التمييزية لفقرات المقياس: من اجل إيجاد القوة التميزية لفقرات مقياس الذكاء الاقناعي طبق المقياس الذي يتكون من (٢٢) فقرة على عينة التحليل الإحصائي والمكونة من (٢٠٠) طالب وطالبة ولتحقيق هذا الغرض اعتمد الباحث الأسلوب الاتي:

أسلوب المجموعتين المتطرفتين Contrasted Groups

اتبع الباحث أسلوب المجموعتين المتطرفتين لحساب القوة التمييزية لفقرات المقياس واعتمد نسبة (٢٧٪) للمجموعة العليا ونفس النسبة للمجموعة الدنيا, ولتحقيق ذلك قام الباحث بأتباع الخطوات التالية:

١- تطبيق المقياس على عينة البحث البالغ عددها(٢٠٠) طالب وطالبة.

٢- تصحيح استمارات المقياس وحساب الدرجة الكلية لكل استمارة.

٣– رتبت الدرجات التي حصل عليها أفراد العينة على مقياس الذكاء الاقناعي ترتيباً تنازلياً من اعلى درجة إلى ادنى درجة .

٤ – اختيرت نسبة (٢٧٪) من الاستمارات الحاصلة على أعلى الدرجات ، وكذلك نسبة (٢٧٪) من الاستمارات الحاصلة على أدنى الدرجات ، ولأن عينة التحليل الإحصائي تألفت من (٢٠٠) طالب وطالبة لذا فقد كان عدد الأفراد في المجموعتين العليا والدنيا (١٠٨) طالب وطالبة أي (٥٤) في المجموعة الدنيا و(٥٤) في المجموعة العليا.

٥ – حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمجموعة العليا والمجموعة الدنيا على فقرات المقياس البالغ عددها (٢٢) فقرة، وتم تطبيق الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لاختبار دلالة الفروق بين درجات كل من المجموعتين، وعُدّت القيمة التائية المحسوبة مؤشراً لتمييز كل فقرة عن طريق مقارنتها بالقيمة الجدولية التي تساوي(١،٩٦) عند مستوى دلالة (٠،٠٥) وبدرجة حرية (١٠٦) وقد تبين أن جميع الفقرات مميزة بدلالة إحصائية.

ب. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس:

استعمل الباحث معامل ارتباط بيرسون لحساب العلاقة الارتباطية بين درجات أفراد العينة على كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية، وبعد حساب الدلالة المعنوية لكل فقرة, تبين أن جميع الفقرات ذات دلالة إحصائية عند مقارنتها بالقيمة الحرجة البالغة (٠,٠٩٨) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١٩٩) وهذا يعد مؤشر على أن المقياس صادقاً لقياس الظاهرة التي وضع لقياسها.

– الخصائص القياسية (السايكومترية) للمقياس:

أولاً : صدق المقياس Scale Validity استخرج مؤشرين لصدق المقياس هما:

١ – الصدق الظاهري Face Validity :

تحقق هذا النوع من الصدق في المقياس الحالي، بعرض مقياس الذكاء الاقناعي على مجموعة من المختصين في مجال العلوم التربوية والنفسية, للحكم على مدى صلاحية فقرات المقياس وبدائله اذ تمت الموافقة على جميع فقرات المقياس من قبل السادة المحكمين.

٢ – صدق البناء Construction Validity : لغرض الحصول على مقياس يتوافر فيه صدقاً بنائياً قام الباحث بالتأكد من هذا النوع من الصدق من خلال التحليل الإحصائي لفقراته وعلى النحو الآتي:

١ . القوة التمييزية من خلال اسلوب المجموعتين المتطرفتين وقد اتضحت النتائج ان جميع الفقرات مميزة بين المجموعتين العليا والدنيا

٢ . علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس أي من خلال الاتساق الداخلي للمقياس, وان ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس يعني أن الفقرة تقيس المفهوم نفسه الذي تقيسه الدرجة الكلية للمقياس.

ثانياً: ثبات المقياس Scale Reliability لغرض إيجاد ثبات مقياس الذكاء الاقناعي أعتمد الباحث على طريقتين هما:

أولاً : طريقة إعادة الاختبار Test–Retest Method لغرض استخراج الثبات بهذه الطريقة قام الباحث بتطبيق المقياس على عينة الثبات التي تكونت من (٤٠) طالب وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية, وبعد مرور مدة أسبوعين من التطبيق الأول أعيد تطبيق المقياس مرة ثانية على المجموعة نفسها, ثم صححت إجاباتهم، وباستعمال معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيقين ، فكان معامل الثبات (٠,٨٥) وتعد هذه القيمة مؤشراً جيداً على مدى استقرار إجابات المستجيبين على المقياس عبر الزمن .

ثانياً: معادلة ألفاكرونباخ للاتساق الداخلي Cronbach Alpha Coefficient

لاستخراج الثبات بهذه الطريقة تم تطبيق معادلة الفاكرونباخ على عينة التحليل الاحصائي التي بلغت (٢٠٠) طالب وطالبة, وبعد تطبيق المعادلة بلغ معامل الثبات (٠,٨٢).

وصف المقياس بصورته النهائية

يتكون مقياس الذكاء الاقناعي بصورته النهائية من (٢٢) فقرة ، يختار في ضوئها المفحوص من خمسة بدائل متدرجة ، تتراوح من (٥) الى (١) وفق للبديل الذي يقترب أو يبتعد عن قياس الذكاء الاقناعي ، لذا فإنَّ أعلى درجة يمكن أنَّ يحصل عليها المجيب في المقياس تكون (١١٠) درجة وأدنى درجة (٢٢) في حين يبلغ الوسط الفرضي للمقياس (٦٦) والملحق (٨) يتضمن المقياس بصيغته النهائية.

الوسائل الإحصائية:

استخدم الباحث الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجات البيانات سواء في إجراءات التحقق من الخصائص السيكومترية لأدوات البحث، أو في استخراج النتائج وكالاتي:

١. الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين: استخدم لاختبار دلالة الفرق بين المجموعتين المتطرفتين في حساب القوة التمييزية لمقياس الذكاء الاقناعي.

٢. الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة: استخدم لاختبار دلالة الفرق بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي لمتغير البحث.

٣. معامل ارتباط بيرسون (Person Correlation) وقد استعمال في إيجاد الآتي:

أ. علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس.

ب. معامل الثبات بطريقة إعادة الاختبار للمقياس.

ج. معادلة الفا-كرونباخ للاتساق الداخلي، استخدمت لاستخراج الثبات بطريقة الفا للاتساق الداخلي لمقياس البحث.

٤. تحليل التباين الثنائي بتفاعل: للتعرف على الفروق في الذكاء الاقناعي وفقاً لمتغيري العمر والنوع الاجتماعي.

عرض النتائج ومناقشتها:-

الهدف الأول : التعرف على مستوى الذكاء الاقناعي عند المراهقين بحسب العمر والجنس في الأعمار (١٣، ١٥، ١٧، ١٩) سنة. تم استخراج المتوسطات الحسابية للمراهقين من اعمار(١٣، ١٥، ١٧، ١٩) سنة، ولكل من الذكور والاناث وكانت النتائج على النحو الاتي:

أ- الذكاء الاقناعي عند المراهقين تبعا لمتغير العمر:

لتحقيق هذا الهدف قام الباحث بتطبيق مقياس الذكاء الاقناعي المتكون من (٢٢) فقرة على عينة البحث المتكونة من (٢٠٠) طالب وطالبة. إذ تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عمر. وقد استعمل الباحث الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة لغرض تعرف دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط النظري، وكانت النتائج كما موضحة في الجدول (٢)

جدول (٢)المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والقيمة التائية لمقياس الذكاء الاقناعي بحسب العمر

المتغير	العمر	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	الدلالة
الذكاء الاقناعي	١٣	٥٠	١٢٣,٠٥٣	٩,٠١٨٢٥	٦٦	٣٠,٣٢٤	١,٩٦	دالة
	١٥	٥٠	١٢٣,٣٥١١	٧,٨٨٥٦٥		٢٨,٠٨٧	١,٩٦	دالة
	١٧	٥٠	١٢٥,٧١	١١,١٠٩٨٩		١٨,٤٤٣	٢	دالة
	١٩	٥٠	١٤٣,٩٧٩	٤,٠٣٤٣٧		٦٨,٦٥٦	٢,٠٢١	دالة

ويرى الباحث ان هذه النتيجة تشير الى قدرة العينة على استعمال ذكائهم في الاقناع اثناء الحديث مع الآخرين ، وتشير الكثير من النتائج ان الطالب العراقي بشكل عام يمتاز بالذكاء الاجتماعي وان الذكاء الاقناعي يعد جزءا من

هذا الذكاء ، وان الطلبة يمكن لهم من توظيف مستواهم العلمي والاكاديمي في اقناع الآخرين.

ب– التعرف على درجة الذكاء الاقناعي تبعا للجنس :

بعد ان تم استخراج النتائج لكل عمر قام الباحث باستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من الذكور والإناث ولكل عمر من الأعمار. وقد استعمل الباحث الاختبار التالي (t–test) لعينة واحدة، لغرض تعرف دلالة الفرق بين المتوسطات الحسابية والمتوسط النظري لكل من الذكور والإناث ، كانت النتائج كما موضحة في الجدول (٣).

الجدول (٣)المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والقيم التائية المحسوبة للتعرف على درجة الذكاء الاقناعي بحسب الجنس

المتغير	العمر	الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	القيمة التائية		الدلالة
							المحسوبة	الجدولية	
الذكاء الاقناعي	١٣	ذكور	٢٥	١٢٨,٢٦٢	٥,٦٣٦٢٣	٦٦	٤٢,٨٣٢	١,٩٨	دالة
		إناث	٢٥	١١٨,٢٣٣٦	٨,٨٩٥١٨		١٦,٥٥٢	١,٩٨	دالة
	١٥	ذكور	٢٥	١١٨,٩٢٣١	٦,٣٤٩٩٧		١٨,٩٤٧	٢	دالة
		إناث	٢٥	١٢٧,٧٦٢	٦,٧٦٣٦٢		٢٨,٤٨٢	٢	دالة
	١٧	ذكور	٢٥	١٣٦,٣٨٤	٥,٠١٣٧٥		٤٠,٣٣٧	٢,٠٢١	دالة
		إناث	٢٥	١١٧,٤٠٠	٦,٤٠٤٧		١٤,٧٩٤	٢,٠٢١	دالة
	١٩	ذكور	٢٥	١٤٣,٥٧١	٣,٣٤٠٢٣		٥٤,٢٨٩	٢,٠٨٦	دالة
		إناث	٢٥	١٤٤,٢٩٦	٤,٥٣٨٨٥		٤٦,١٣٢	٢,٠٥٦	دالة

الهدف الثاني: الفروق ذات الدلالة الاحصائية في درجة الذكاء الاقناعي تبعاً لمتغيري العمر والجنس (ذكور–اناث).

استعمل الباحث تحليل التباين الثنائي فكانت النتائج كما مبينة في الجدول (٤).

الجدول (٤)تحليل التباين الثنائي بتفاعل للتعرف على دلالة الفروق في الذكاء الاقناعي بحسب متغيري (العمر والجنس)

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة الفائية*	الدلالة
الجنس	٢٨٨٥,٢٧٩	١	٢٨٨٥,٢٧٩	٧٠,١٢٨	دالة
العمر	٣٤٠٢٥,٣٧٦	٣	٨٥٠٦,٣٤٤	٢٠٦,٧٥٠	دالة
الجنس*العمر	١٢٢٥١,٢٠٥	٣	٣٠٦٢,٨٠١	٧٤,٤٤٢	دالة
الخطأ	٢١١٨٨,٧٤٨	٥١٥	٤١,١٤٣		
الكلي	٧١٩٧٢,١٢٦	٥٢٤			

أ– دلالة الفروق في الذكاء الاقناعي تبعا لمتغير العمر

يتضح من الجدول(٤) وجود فروق بين الأعمار في متغير الذكاء الاقناعي اذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (٢٠٦,٧٥٠) درجة وهي أكبر من القيمة الفائية الجدولية والبالغة (٢,٣٨)درجة عند مستوى دلالة (٠,٠٥) وبدرجتي حرية (٣, ٥١٥) مما يدل على وجود فروق بين الأعمار في الذكاء الاقناعي وللتعرف على أي من الأعمار أفضل في استعمال الذكاء الاقناعي استعمل الباحث اختبار شيفيه للمقارنات البعدية واظهرت النتائج تطور الذكاء الاقناعي ولصالح العمر الأكبر.

*القيمة الفائية الجدولية تساوي٣,٨٥ عند مستوى ٠,٠٥ وبدرجة حرية (١, ٥١٥).

*القيمة الفائية الجدولية تساوي٢,٣٨ عند مستوى ٠,٠٥ وبدرجة حرية (٣, ٥١٥).

ب– دلالة الفروق في الذكاء الاقناعي تبعا للجنس:

يتضح من الجدول(٤) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (الذكور، الإناث) في الذكاء الاقتناعي اذ بلغت القيمة الفائية المحسوبة (٧٠،١٢٨) درجة وهي اكبر من القيمة الفائية الجدولية والبالغة(٣،٨٥) درجة عند مستوى دلالة (٠،٠٥) وبدرجة حرية (١،٥١٥) وإن متوسط درجات الذكور والبالغ (١٣٠،٣٠٣٦) درجة اكبر من متوسط درجات الإناث والبالغ(١٢٥،١٥٤٧) درجة في الذكاء الاقتناعي مما يدل على إن الذكور هم أفضل من الإناث في استعمال الذكاء الاقتناعي .

ج- التفاعل بين العمر والجنس:

أظهرت نتائج تحليل التباين في الجدول (٤) ان هناك تفاعل بين متغيري العمر والجنس عند المراهقين اذ كانت القيمة الفائية المحسوبة (٧٤،٤٤٢) اكبر من القيمة الفائية الجدولية البالغة (٢،٣٨) عند مستوى دلالة(٠،٠٥) وبدرجة حرية (٣، ٥١٥) مما يشير إلى وجود تفاعل بين متغيري العمر والجنس مما يعني ان العمر بمستوياته المختلفة يؤثر في متغير الجنس بنوعيه (ذكور، إناث) والعكس صحيح.

الاستنتاجات:

في ضوء ما توصل إليه الباحث من نتائج في البحث الحالي يمكن استنتاج ما يأتي:-

١ . ارتفاع درجة الذكاء الاقتناعي عند المراهقين من الذكور والإناث.

٢ . أن للجنس أثر في الذكاء الاقتناعي، فالذكور أكثر استعمالاً له من الإناث.

٣ . يتخذ الذكاء الاقتناعي مسارا تطوريا عبر مرحلة المراهقة للذكور والإناث.

٤ . يتخذ تطور الذكاء الاقتناعي مسارا تطوريا مرحليا متقطعا ويتفق هذا مع النظرية الارتقائية (لبياجيه) اذ يرى ان التطور يكون مرحليا فكل مرحلة تبنى على سابقتها وتكملها. ويختلف مع النظرية السلوكية التي ترى إن التطور عملية متصلة مستمرة.

٥ . يتفاعل متغيري العمر والجنس في تطور الذكاء الاقتناعي تفاعلا رتبيا.

التوصيات :

في ضوء نتائج البحث يوصي الباحث بما يأتي

١ – وضع إستراتيجية تربوية من قبل وزارتي التربية والتعليم العالي والبحث العلمي لتنمية الذكاء الاقتناعي وأساليب معالجة المعلومات بما يسهم في تحسين أداء الطلبة.

٢ – ضرورة مساعدة المتعلمين على إكسابهم لأساليب معالجة المعلومات التي تتناسب مع الخصائص الشخصية لكل منهم وبما يفضي إلى استثمار قدراتهم وتنميتها باتجاه تحقيق مهارات الذكاء الاقتناعي.

٣- المقترحات:

استكمالاً لنتائج البحث الحالي يقترح الباحث الأتي:

١ . إجراء دراسة لمعرفة علاقة الذكاء الاقتناعي بمتغيرات أخرى لم يشملها البحث الحالي مثل: المستوى الدراسي، والتحصيل الأكاديمي.

٢ . إجراء دراسة تطورية بين الطلبة الموهوبين والعاديين لمعرفة مستوى امتلاكهم لمهارات الذكاء الاقتناعي .

٣ .إجراء دراسة تطورية بين أعمار مختلفة في مرحلة الطفولة لمعرفة المسار التطوري للذكاء الاقتناعي.

المصادر العربية والأجنبية:

• الباز ، عبد العزيز بن إبراهيم. (٢٠٠٨). نظرية الذكاء المتعدد.

• بورج ، جيمس (٢٠٠٩). الإقناع– فن إقناع الآخرين ، ط١ ، مكتبة جرير ، المملكة العربية السعودية

• جاردينسون ، بيل (١٩٨٧). نماذج الاقناع الأربعة ، ط١ ، ترجمة مكتبة جرير ، الكويت.

• جاسم ، حنين شهاب احمد (٢٠١٨). الذكاء الاقناعي وعلاقته بالخبرة العاطفية عند طلبة الجامعة . رسالة ماجستير ، جامعة ديالى .

• حبيب ، زاكان عبد الكريم (٢٠٠٩). هندسة الاقناع في الاتصال الإنساني ، ط١ ، مكتبة دار جدة ، السعودية .

• حبيب، محمد محمود (٢٠١٧). الذكاء الاقناعي « وكيفية استخدامه في إقناع الآخرين بالتخلي عن أفكارهم المتطرفة بهدف نشر التسامح والتعايش» .

• حمدان ، خالد حسين (٢٠١٤) . الاقناع أسسه وأهدافه في ضوء أسلوب القرآن الكريم ، الجامعة الإسلامية ، غزة.

• رابنون ، طوني (٢٠١١). قوة الاقناع في دقيقة واحدة ، ط٤ ، ترجمة مكتبة جرير ، الكويت .

• رزق ، علي (١٩٩٤). نظريات في أساليب الاقناع دراسة مقارنة ، ط١ ، دار الصفوة ، بيروت ، لبنان.

• سالدينى ، روبرت (٢٠٠٧). علم النفس الاقناع ، ط١ ، ترجمة الايوبي ، سامر .

• شكشك، أنس (٢٠٠٧). استكشاف الذات ، ط١ ، دار النهج للدراسات والنشر والتوزيع.

• الشوا ، سوزان رمضان (٢٠١٤). فن الاقناع ، ط١ ، مكتبة هنداوي ، القاهرة ، مصر.

• العباسي ، ياسر أحمد ميكائيل (٢٠٠٩). الذكاء الاقناعي وعلاقته بسمات الشخصية لدى تدريسي الأقسام الإنسانية في جامعة الموصل ، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية التربية ، جامعة الموصل ، العراق.

• العبيدي ، هيثم ضياء (٢٠٠٨). الشعور بالذات الخاصة وأثره في عملية الاقناع ، مجلة آداب المستنصرية ، العدد ٤٦ ، بغداد مكتب الأثير للطباعة والنشر.

• علوان، أحمد حسن عبد (٢٠١٧). الاقناع الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية ، بحث منشور جامعة القادسية ، العراق.

• غباري، ثائر أحمد ، وأبو شعيرة ، خالد محمود (٢٠١٠). القدرات العقلية بين الذكاء والابداع ، ط١ ، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع ، عمان.

• قاسم، انتصار كامل (٢٠١٨). الاقناع الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات لدى طلبة المرحلة الإعدادية .

• قطامي، يوسف ، واليوسف ، رامي (٢٠١٠). الذكاء الاجتماعي للأطفال ، ط١ ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان.

• كامل، سلمى حسين (٢٠١٨). الذكاء الاقناعي وعلاقته بالحاجة للحب ،كلية التربية الأساسية ، جامعة ديالى.

• كرامر، وليم (٢٠١١). محاور الذكاء السبع ، ، ط١ ، دار الخلود للتراث، القاهرة .

• مورتنسين ، كيرت دبليو (٢٠١١). ذكاء الاقناع ، ط١ ، ترجمة مكتبة جرير ، الكويت.

• ميلز، هاري (٢٠٠٣). فن الاقناع ، ط١ ، ترجم سنة «٢٠٠٤» وطبع ونشر مكتبة جرير للطباعة والنشر، المملكة العربية السعودية.

• Gardner, H.(1993). Multiple intelligences : the theory into practice.New .York: Basic Books

• Mortensen, Kurt. W.(2008). Persuasion IQ . American Mangement Associa– .tion international , New York

• Perloff, Richard M. (2003): The dynamics of persuasion, Communication .(and attitudes in 21 st century(2003

• Rutter, M., & Rutter , M. (1993). Developing minds : Challenge .Slater ,A & Muir ,D. (1995).Developmental psychology . Oxford: Blackwell

فصلية مُحكمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦ هـ كانون الأول ٢٠٢٥م

Al-Thakawat Al-Biedh Maga-

Website address
White Males Magazine
Republic of Iraq
Baghdad / Bab Al-Muadham
Opposite the Ministry of Health
Department of Research and Studies
Communications
managing editor
07739183761
P.O. Box: 33001
International standard number
ISSN 2786-1763
Deposit number
In the House of Books and Documents
(1125)
For the year 2021
e-mail
Email
off reserch@sed.gov.iq
hus65in@gmail.com

فصلية مُحكمة تُعنى بالبحوث والدراسات العلمية والإنسانية والفكرية
العدد (١٧) السنة الثالثة جمادى الآخرة ١٤٤٦ هـ كانون الأول ٢٠٢٥م

general supervisor

Ammar Musa Taher Al Musawi

Director General of Research and Studies Department

editor

Mr. Dr. fayiz hatu alsharae

managing editor

Hussein Ali Mohammed Al-Hasani

Editorial staff

Mr. Dr. Abd al-Ridha Bahiya Dawood

Mr. Dr. Hassan Mandil Al-Aqili

Prof. Dr. Nidal Hanash Al-Saedy

a.m.d. Aqil Abbas Al-Rikan

a.m.d. Ahmed Hussain Hai

a.m.d. Safaa Abdullah Burhan

Mother. Dr.. Hamid Jassim Aboud Al-Gharabi

Dr. Muwaffaq Sabry Al-Saedy

M.D. Fadel Mohammed Reda Al-Shara

Dr. Tarek Odeh Mary

M.D. Nawzad Safarbakhsh

Prof. Noureddine Abu Lehya / Algeria

Mr. Dr. Jamal Shalaby/ Jordan

Mr. Dr. Mohammad Khaqani / Iran

Mr. Dr. Maha Khair Bey Nasser / Lebanon