

الخصائص السيكومترية لمقياس الاقناع الاجتماعي لدى المراهقين

Mahmoud Kh. Ahmed
Prof. Asmaa M. Al-Sirsi
Professor of Psychology, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University

محمود خميس أحمد
أ.د. أسماء محمد السرسى
أستاذ علم النفس كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

المخلص

هدفت الدراسة الى التحقق من الخصائص السيكومترية لمقياس الاقناع الاجتماعي لدى المراهقين (الاتساق الداخلي - الصدق - الثبات)، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وقد تكونت عينة الدراسة من ١٠٠ من المراهقين الملتحقين بالمدارس الثانوية بالصفين (الثاني، الثالث) الثانوي، تم اختيارهم بطريقة قسدية، بواقع (٥٠ ذكر - ٥٠ إناث)، من سن (١٥ - ١٨) عام بمتوسط عمرى قدره ١٦,٧ عام، وانحراف معيارى قدره ٠,٧١٩. وقد اختيرت العينة من بعض المدارس الثانوية الخاصة التابعة لمحافظة الإسكندرية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم بناء مقياس الاقناع الاجتماعي (إعداد الباحثان) بعد إتباع الخطوات العلمية فى بنائه، وقد تكون المقياس فى صورته النهائية من ٢٤ عبارة تم طبق على أفراد العينة للتحقق من الخصائص السيكومترية (الاتساق الداخلي - الصدق - الثبات) والاجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تم التحقق من الصدق باستخدام (صدق التحليل العاملى التوكيدى والتأكد من الاتساق الداخلي) وتم التحقق من الثبات باستخدام (طريقة التجزئة النصفية، معامل ثبات الفا). وقد أظهرت النتائج أن المقياس المستخدم أداة مناسبة وصالحة لمقياس الاقناع الاجتماعي لدى المراهقين، كما أشارت نتائج صدق نتائج التحليل العاملى التوكيدى الى تشبع العبارات على العوامل التى تنتمى اليها (الاستمالة الوجدانية، خصائص المقنع، الإذعان)، وقد فسرت هذه العوامل نسبة تباين ٨٢,٠٤٥ وهى نسبة تباين كبيرة تعكس أن هذه العوامل مجتمعة تقسّر نسبة كبيرة من التباين فى المقياس، وتؤكد هذه النتيجة على الصدق العاملى وهو ما يعزز الثقة فيه، كما أظهرت معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلى معامل الارتباط دال عند مستوى ٠,٠١ (n=100)، أن جميع معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية لكل بعد دالة إحصائياً وهو ما يؤكد على الاتساق الداخلى للعبارات. كما أشارت نتائج معامل ثبات الفا للمقياس ٠,٨٥٤، بينما كان معامل الثبات الكلى للمقياس باستخدام ثبات التجزئة النصفية بمعادلة سبيرمان برون ٠,٨٠٥، مما يشير الى تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات.

الكلمات المفتاحية: الاقناع الاجتماعي - المراهقين.

Psychometric Traits Of Scale Of Social Persuasion Of Adolescent

This current research's purpose is to check the psychometric traits of among adolescent regarding its internal consistency validity and reliability. The present research uses the descriptive (qualitative) method. The research sample consisted of 100 male/female adolescent from those enrolled in secondary school in the (second, third) secondary grades, they were selected purposely from schools in the governorates of Alexandria, being divided into (50 males/ 50 females), their age stages range between (15- 18) years, with average age 16.7 years old and standard deviation of 0.719. The scale in its final form consisted of 24 phrases. It was applied to the sample members to verify the psychometric properties (validity- reliability- internal consistency) and answer the research questions, where the validity was verified using: (factorial validity) and verify to Internal consistency validity, and reliability was extracted using two methods: (The Split Half reliability and Alpha reliability). The results of factorial validity indicated the saturation of the expressions on the factors to which they belong, which are (Emotional Grooming, Characteristics Of Persuasive, compliance). These three factors explained the variance ratio at 82.045. this result was based on the factorial validity of the scale. The reliability results indicated that all the three- dimensional reliability coefficients of the social persuasionscale were high, which enhances the reliability of the scale and the correlation coefficients for the validity of the internal consistency, the correlation coefficient, at the level of 0.01 (n= 100), showed that all the correlation coefficients of the expressions with the total degree of each dimension are statistically significant, which confirms the internal consistency of the expressions, which was extracted by the Conbach's Alpha coefficient where the total Alpha reliability coefficient was 0.854, while the overall reliability coefficient by the Split- Half method with the spearman- brown equation was 0.805, indicating the psychometric efficiency of the scale.

KeyWords: Social Persuasion- Adolescent.

تحت سيطرتهم بأساليب الإقناع والتأثير والخداع والمناورة، وهو ما عاصرناه في العقود الماضية من القوى المعادية التي تتلاعب بعقول الشباب وجرفهم الى منزلق لا عوده منه عن طريق التأثير عليهم لاتباع سلوكيات غير أخلاقية والإبتعاد عن العادات والتقاليد الأصيلة للمجتمع ومحاولة إختراق عقولهم وتدمير الذوق العام لديهم من خلال وسائل وبرنامج التواصل الإجتماعي المختلفة وتطبيقات التعارف الإلكتروني والألعاب الإلكترونية وظهور أنواع معينة من الاعمال الفنية التي تعرض على إختراق القواعد والقوانين أو الترويج لافكار التحرر، محاولة منهم تدمير وقود المجتمع وخاصة الأبناء في مرحلة المراهقة، ولقد برز دور الإقناع والتأثير في مخططات حروب الجيل الرابع وحرب المعلومات لتدمير مقدرات الوطن، لذلك ومن منطلق المحافظة على زهرة مجتمعنا وهم أبنائنا في مرحلة المراهقة، ظهرت مشكلة الدراسة الحالية التي تتمثل في: إعداد مقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين والتأكد من خصائصه السيكمترية حتى يمكن الاعتماد عليه وتطبيقه كأداة لقياس الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين.

تساؤلات الدراسة:

١. هل يمكن التحقق من البنية العاملية لمقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين؟
٢. هل يمكن التحقق من الخصائص السيكمترية لمقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين؟

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة الحالية الى إعداد مقياس الإقناع الاجتماعي يصلح للتطبيق على المراهقين (مرحلة المراهقة المتوسطة من ١٥- ١٨ عام) والتحقق من الكفاءة السيكمترية لمقياس الإقناع الاجتماعي (الصدق- الثبات- الإتساق الداخلي).

أهمية الدراسة:

١. الأهمية النظرية:
 - أ. تزويد الباحثين بإطار نظري عن الإقناع الاجتماعي لإثراء المكتبة العلمية العربية.
 - ب. تساهم هذه الدراسة في فتح المجال أمام الباحثين لإجراء العديد من الدراسات حول موضوع الدراسة.
 - ج. ندرة الدراسات العربية (في حدود إطلاع الباحث) التي تناولت الإقناع الاجتماعي مع الفئة العمرية (١٥- ١٨) سنة من مرحلة المراهقة.
 - د. تبرز أهمية تناول هذه الفئة العمرية نتيجة لما تكتسبه من أهمية وخطورة حيث تعد هذه الفترة بمثابة عنق الزجاجة التي تساعد على خروج أجيال قادرة على تنمية وتطوير المجتمع.
٢. الأهمية التطبيقية:
 - أ. الإستفادة من مقياس الإقناع الاجتماعي في الأوساط التعليمية والأكاديمية والإرشادية، ومما لاشك فيه أن إعداد هذه المقاييس سيساعد على فتح مجالات لدراسات أخرى.
 - ب. قد تساهم نتائج الدراسة في تصميم مقياس للإقناع الاجتماعي يتناسب مع فئات عمرية مختلفة.
 - ج. ترشد نتائج الدراسة لإجراء العديد من الدراسات التي تتعلق بالمتغيرات النفسية والديموجرافية التي تسهم في عملية الإقناع الاجتماعي.

التعريف الإجرائي لمصطلحات الدراسة:

١. الإقناع الاجتماعي Social Persuasion: هي مدى إقتناع الفرد بالافكار التي تعرض عليه متأثراً بخصائص وسمات المقنع والتأثيرات الوجدانية التي يتعرض اليها وإتجاهات الآخرين المحيطين به، ويقاس بالدرجة الكلية التي يحصل عليها الفرد على مقياس الإقناع الاجتماعي (إعداد الباحث).

يتكون الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين من ٣ أبعاد رئيسية كما يلي:

١. الاستمالة الوجدانية Emotional Grooming إستخدم الجوانب الوجدانية والاستمالة العاطفية من قبل القائم بالإقناع.

تشمل كل أوجه التفاعل البشري على مستوى معين من الإقناع، حيث أنه أداة لايد من استخدامها من أجل البقاء، فهو جوهر الحياة نفسها فهو مدى قدرتنا على إقناع أنفسنا، ومدى قدرتنا على إقناع من حولنا، ومدى اقتناعنا بما يقنعنا به الآخرون. (لاكاني، ٢٠١٦، ص١٣)

وهو القدرة على تغيير معتقدات وقيم الآخرين من خلال التأثير على أفكارهم وأفعالهم من خلال إتباع إستراتيجيات معينة. (Hogan, 2004, p20)

ويعد الإقناع الاجتماعي مصطلح حديث الاستخدام ولكنه في الواقع مرتبط بوجود الإنسان وأصبح في الوقت الحالي بمثابة علم وفن يلجأ إليه المتخصصين في العديد من المجالات للتأثير في الجمهور المستهدف.

والإقناع عملية نقل رسالة قد تكون هذه الرسالة لفظية أو غير لفظية يمكن أن تنتقل عبر وسائل الاتصال أو عبر الانترنت، قد تكون منطقية أو غير منطقية، واقعية أو انفعالية (عاطفية)، يمكن أن تحتوى الرسالة على نقاشات، أو تلميحات بسيطة، كالموسيقى لأى إعلان يجلب ذكريات لطيفة، فالإقناع هو نشاط تواصلى لهذا وحين يحصل لابد من أن تكون هناك رسالة للإقناع، على الضد من أشكال التأثير الاجتماعي الأخرى. (عزيز، ٢٠١٥، ص٥١)

وتعد مرحلة المراهقة من أهم المراحل التي تتميز بالتغيرات النمائية في شتى الجوانب حيث يزداد النمو والنضج الجسمي والعقلي والإنفعالي والاجتماعي وإكتساب المعايير السلوكية الاجتماعية ولقد وصف ستانلى هول Hall مرحلة المراهقة بأنها مرحلة عواصف وتوتر وشدة حيث يرى البعض في حياة المراهق مجموعة من التناقضات. (زهران، ١٩٨٦، ص٢٩٠-٢٩١)

وفي هذه المرحلة يظهر لدى المراهقين ثنائية المشاعر أو التناقض الوجداني Ambivalence وقد يصل الحال بالمراهق الى أن يشعر بالتمزق بين الإعجاب والكرهية وبين الانجذاب والنفور لنفس الشيء أو الموقف، كما يتلاحظ عليه مشاعر الغضب والثورة والتمرد نحو مصادر السلطة في الأسرة والمدرسة. (زهران، ١٩٨٦، ص٣٤٨)

ويتعرض المراهقين لمحاولات مستمرة من العمليات الإقناعية التي يحاول بها الآخرون التأثير عليهم وتوجيههم لإتخاذ سلوكيات أو تقديرات خاطئة للمواقف حيث يكونوا عرضة للوقوع في محاولات التلاعب والخداع من خلال توفير سبل الأغراء لهم كتحقيق الشهرة أو جمع الأموال أو غيرها من الطرق الأخرى من أجل تحقيق أهداف القائمين على عملية الإقناع لتحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية أو مادية أو غيرها من المكاسب، حيث يتم استهداف فئة المراهقين بالأخص لأنهم هم وقود المجتمع والمؤثرين في كل طوائفه وفئاته.

لذلك يقع أبنائنا تحدث التأثير المستمر من الأطراف الأخرى ونصب الفخاخ لهم من خلال الأساليب الإقناعية الخداعية التي تبدو في ظاهرها تحقق غايات وطموحات الشباب ولكن في باطنها تهدف الى هدم القيم والمبادئ وتخريب العقول، وذلك لأنك إذا أردت أن تهدم مجتمع فعليك بتدمير شبابه.

مشكلة الدراسة:

نتيجة للتغيرات التي طرأت على مجتمعنا العربى وظهور العديد من الإتجاهات المخالفة للعادات والتقاليد والقيم الأخلاقية لدى المراهقين وقيام العديد من الدول والأطراف والمؤسسات والأفراد للتأثير على إتجاهات وأراء هؤلاء الشباب ومن ثم توجه سلوكهم وإقناعهم بقضايا ومفاهيم تتنافى مع معتقداتنا وهويتنا العربية من خلال وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي لبث أفكار هدامة قد تكون في ظاهرها الخير وأنها تتنادى لقيم الحرية والتحرر والإفتتاح إلا أنها تحمل في طياتها أكاذيب لتدمير هوية هؤلاء الشباب وظهر ذلك جليا في الحروب الغير نمطية التي تستخدم حيل الإقناع الخداعي وجوانب التأثير على الآخرين والتي كانت النصيب الأكبر منها على المراهقين التغيرات المستمرة في سلوكيات الأفراد داخل المجتمع، تلك المحاولة تستهدف تغيير هوية هؤلاء المراهقين وتبديل طموحاتهم الى سراب لإيقاع المراهقين

والاتصال وفقا لمستوى الوعي فى التفكير الى نوعين وفى كليهما يمكن ان تنفع الاخرين بطريقة التفكير:

أ. الإقناع عن طريق الشعور Conscious: حيث يقوم المقنع ومن يستمع إليه بمحاولة واعية وفاعلة لأجل فهم وتعريف ومعالجة ومناقشة ما، فالشخص المهتم بمحاولات الأفراد الإقناعية يتمتع بحافز إستماع كبير، ويكون قادرا على تقييم رسائلهم عن طريق تقييم الحجج المؤيدة والمعارضة.

ب. الإقناع عن طريق قبل الشعور Subconscious: وفيه يقضى المنصت القليل أو لا يقضى أى وقت فى معالجة المعلومات، وتحدث ردود الفعل تلك عند اتباع حدسك أو إستعمال الطريقة الذهنية القصيرة، إذ يصل ذهنك الى القرار من دون القيام بأى عملية معالجة منطقية، وتلك القرارات اللاواعية تقودها الغريزة، والعاطفة، فالأشخاص الذين يقضون وقتا فى طريقة اللاوعى يفعلون هذا بسبب قلة الوقت، والدوافع والرغبة أو القدرة على الانصات لرسالتكم، فهم غير مشتركين بالفعل فى الموضوع، يقومون باستعمال غرائزهم أو عواطفهم بدلا من تفكيرهم وتوفر المعالجة السلبية والقرار التلقائى قواعد تؤثر فى اتخاذ قراراتهم. (Mortensen, 2004, p.20- 21)

٣. الإقناع وفق الأسلوب المستخدم: أشار مصباح (٢٠٠٦) الى وجود نوعين من الإقناع فهناك:

أ. الإقناع العقلانى: هو أحد أشكال النفوذ المرغوبة والكريمة ويتم بواسطة الاتصال العقلانى، وهذا الشكل من ممارسة النفوذ هو مجهود ناجح يقوم به (أ) ليمكن (ب) من الوصول الى فهم للموقف الحقيقى من خلال توفير المعلومات الصحيحة. ويتفق الإقناع العقلانى مع المبدأ الأخلاقى الذى أوصى به Kant ومؤاده أن المرء لا بد أن يتعامل مع أقرانه من البشر بوصفهم غايات فى ذاتهم مطلقا كوسائل للوصول الى غاية.

ب. الإقناع الخداعى: ويتمثل فى صور أخرى غير أمينة للاتصال، ولا يتضمن نقل المعلومات الصحيحة فحسب، فالإقناع يمكن أن يكون خداعا مقصودا، وفى هذه الحالة يقوم (أ) بالإقناع (ب) ليقوم بتصرف ما، ليس عن طريق تزويده بالفهم الصحيح للبدائل المبنية على المعلومات الصحيحة، ولكن عن طريق تشويه فهم (ب) لهذه البدائل، والإقناع الخداعى يوجد عندما يؤثر (أ) فى (ب) عن طريق الإتصال الذى يشوه أو يزيّف أو يسقط عن عمد بعض الجوانب الحقيقية التى يعرفها (ب) فسوف تؤثر جذريا على قراره وخلاف الإقناع العقلانى، فإن الإقناع الخداعى لا يعامل الناس كغايات ولكن كوسائل أو أدوات أو مواضيع. (مصباح، ٢٠٠٦، ص ١٦- ١٧)

٢. مكونات الإقناع الاجتماعى: للعملية الإقناعية عناصر تتمثل فى: المرسل، الرسالة، المتلقى، الوسيلة الإقناعية، ولكل من هذه العناصر دور فى العملية الإقناعية سواء بالنجاح أو الفشل وهذا حسب الاستراتيجية التى يتخذها المقنع وكيفية تعامله مع هذه العناصر السالف ذكرها، فخصائص المرسل لها دورها البالغ فى إقناع المتلقى بأفكار جديدة وشخصية المقنع يجب أن تحظى بالمسؤولية والثقة من طرف المتلقى وذلك لإيصال أفكاره، بكل سلاسة، أما الرسالة الإقناعية فهى أساس العملية الإقناعية والتى تشكل العامل المشترك بين المرسل والمستقبل. (مهدي، ٢٠٠٩، ص ١٤٧)

٢. مراحل العملية الإقناعية: يذكر Keven Hogan (2006) ان الفرد يمر بخمس مراحل قبل أن يقتنع بما يعرض عليه مخطط، سواء كانت فكرة أو منتج وهذه المراحل هي:

١. الوعي: عندما يعي الانسان رسالة معينة سواء كانت سمعية أم بصرية أم حسية كروية إعلان أو قراءة خبر، فانه إنتقل من عدم الوعي بالشئ الى

٢. تأثير خصائص المقنع Characteristics Of Persuasive تعنى السمات التى يتمتع بها القائم بالاقناع.

٣. الإذعان compliance ويعرفه ابوالنيل هو خضوع الفرد لرغبات وإيحاءات واقتراحات الأشخاص الآخرين، وقد يعنى الطاعة، ودرجة أقل من المقاومة. (ابوالنيل وآخرون، ١٩٨٤، ص ٤٠)

٢. المراهقين Adolescents: يعرفهم الباحث إجرائيا بأنهم أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٥ - ١٨) عام وملتحقين بالمرحلة الثانوية.

الإطار النظري:

٢. مفهوم الإقناع الاجتماعى Social Persuasion: عرفه بيتنجوس Bettinghaus ١٩٧٣ الإقناع بأنه محاولة مقصودة من جانب المرسل لتغيير معتقدات أو اتجاهات أو سلوكيات المستقبل من خلال بعض الرسائل. (مهدي، ٢٠٠٩، ص ١٥٠)

يعرفه باندورا (١٩٩٥) بأنه تأثير يمارس على الأفراد عبر التعليقات (الآراء) الشفوية أو النماذج السلوكية والذى يوفر للفرد فرصة ملاحظة أدائه وقدرته عن طريق الآخرين، وتعتمد عملية الإقناع الاجتماعى بدرجة كبيرة على خبرة ومصداقية مصادر الإقناع اللفظى داخليا، إذ يأخذ الحديث الإيجابى مع الذات. (عزیز، ٢٠١٥، ص ١١)

ويعرف Dudczak (2001) الإقناع الاجتماعى هو عملية واسعة يغير فيها سلوك شخص ما أفكار أو أفعال شخص آخر. (Perloff, 2003, p.13) ويعرف هونج Hong (2016) التأثير الاجتماعى بأنه هو قوة وطاقته الشخص أو الشئ على تحقيق تأثير على أفعال وسلوك وآراء الآخرين. (Hong, 2016, p.9) ويعرفه الباحث هى مدى إقتناع الفرد بالأفكار التى تعرض عليه متأثرا بخصائص وسمات المقنع والتأثيرات الوجدانية التى يتعرض اليها واتجاهات الآخرين المحيطين به، ويقاس بالدرجة الكلية التى يحصل عليها الفرد على مقياس الإقناع الاجتماعى.

يعرف Merriam Webster Dictionary الإقناع بأنه هو إستخدام الحجج والمناشدة والمنطق الغير رسمى الى معتقدات وإجراءات، بينما يعرف التأثير بأنه قوة أو إمكانية فى إحداث تأثير بطريقة غير مباشرة أو بطريقة غير محسوسة (الهيمنة أو السيطرة).

٢. تصنيف الإقناع:

١. وفق طبيعة الاتصال الإقناعى:

أ. الإقناع بين الأشخاص Interpersonal Persuasion: يذكر Steinberg الإقناع الاجتماعى هو عملية ديناميكية معقدة، حيث ان معرفة الأشخاص بتقنيات اكتساب الخضوع أو الانصياع الفعالة والمؤثرة وأهدافهم وتأثيرهم فى الآخرين يؤثر فى استراتيجية الاختيار، والإقناع بين الأشخاص يودى دورة مركزية فى الحياة اليومية للأفراد وفى التعاملات الاقتصادية والاجتماعية، والمقنع الناجح يدرك ان الإقناع يتطلب الأخذ والعطاء Give and Take والمرونة والقدرة على رؤية الأشياء من منظور الطرف الاخر بين الأفراد فى هذه الحالة وجها لوجه Face To Face وهم قادرون على رؤية بعضهم البعض ويلاحظون تعابير وجوههم والسلوك الاخر الغير الشففى، وهم يتبادلون رسائل شفوية.

ب. إقناع الذات Intra- Persuasion: يرى Aicorn ان إقناع الذات قد يكون الشكل الأكثر فاعلية من بين أشكال الإقناع فهو يخلق تناقضا لانه يتحدى المبادئ والاعتقادات والقيم، ويخل بتوازن الادراكات الثابتة، حيث ان إقناع الذات لا يأتى من الخارج كونه سلطة خارجية تهمس للأفراد بأن يقبلوا بعض القيم، انما تأثيره من الداخل كصوت داخلى (كتعبير عن تغيير الذات) ويدرك العلاقة بين مكونات الذات. (العانى، ٢٠١٩)

٢. تصنيف الإقناع وفق طبيعة الاتصال الواعى: يصنف Mortensen الإقناع

خلال مختلف المواقف التي يختبرها في مجتمعه تتكون اتجاهاته التي تتحكم في سلوكه وتوجهه. لهذا نجد للمراهق في هذه الفترة وجهات نظره الخاصة التي يتحتمس للدفاع عنها في مختلف المجالس والأندية، وعليه تنسم هذه المرحلة بقوة الإدراك والملاحظة عند المراهق ونمو قدراته العقلية والمعرفية والكفائية، وإتساع دماغه الذهني والذكائي، وقدرته على التمثيل والاستيعاب والحفظ والبرهنة والتجريب والتخيل والإبداع والتجريد. (حمداوى، د. ت، ص ٥٠)

تتميز فترة المراهقة بنمو القدرات العقلية ونضجها، فتفسير الحياة العقلية من البسيط إلى المعقد، أي من مجرد الإدراك الحسي والحركي إلى إدراك العلاقات المعقدة والمعاني المجردة، ففي مرحلة المراهقة ينمو الذكاء العام، ويسمى القدرة العقلية العامة، وكذلك تنتضج الاستعدادات والقدرات الخاصة، وتزداد قدرة المراهق على القيام بكثير من العمليات العقلية العليا، كال تفكير والتذكر والتخيل والتعلم. (العسيوي، ٢٠٠٢، ص ٥٥)

وتفكير المراهق بدوره له طابعه الخاص. ويختلف من حيث النوع عن طابع التفكير الذي يمثل الطفل وخاصة في سنوات عمره الأولى. فتفكير الطفل في هذه السنوات من النوع الحسي الذي يعتمد على استخدام الحواس، أما التفكير المجرد والقدرة على التحليل المنطقي ومعالجة الأشياء الغير موجودة والغير ملموسة أو الملاحظة، فيأتي مع المراهق. (محمود، ١٩٨١، ص ٤٢-٤٣)

تشير دراسات النمو العقلي، أن القدرات العقلية لا تستمر في الزيادة طوال الحياة، ولكنها تصل إلى ذروتها أثناء فترة المراهقة الوسطى وبعد ذلك تأخذ في الإنخفاض التدريجي ويرى Terman, L. (1916) أن وجهة النظر هذه أعتمدت على المعايير الأولية لاختبار ستانفورد بينيه حيث يظهر أن الذكاء يبلغ ذروته في سن السادسة عشر تقريبا، ولقد طبقت العديد من الاختبارات أثناء الحرب العالمية الأولى على الجنود وتشير النتائج أن معدل ذكاء الجنود والضباط لم يحدث فيه تغير عما كان عليه في سن الثامنة عشر. (الاشول، ٢٠٠٨، ص ٥٢٣-٥٢٤)

٣. الخصائص الاجتماعية للمراهقين: يتأثر النمو النفسي الاجتماعي للمراهق بالبيئة الاجتماعية والأسرية التي يعيش فيها يوجد في البيئة الاجتماعية من ثقافة وتقاليد وعادات وعرف وإتجاهات وميول يؤثر في المراهق، ويوجه سلوكه ويجعل عملية تكيفه مع نفسه ومع المحيطين به عملية سهلة أو صعبة. (العسيوي، ٢٠٠٢، ص ٥٨)

حيث يتضح الرغبة الأكيدة لدى المراهق في تأكيد الذات مع الميل إلى مساندة الجماعة، حيث يتضح البحث عن الذات في ثلاثة جهات رئيسية هي: أ. البحث عن نموذج يحتذى (مثل الوالدين والمربين والشخصيات الهامة). ب. اختيار المبادئ والقيم والمثل. ج. تكوين فلسفة للحياة.

ويجاهد المراهق لتحقيق المزيد من الاستقلال الاجتماعي، وتزداد الرغبة في مقاومة السلطة والميل إلى شدة انتقاد الوالدين والتحرر من سلطتهم ومن سلطة جميع الراشدين في المجتمع بوجه عام. (زهران، ١٩٨٦، ص ٣٥١-٣٥٣)

أما الآن، فقد تغير الحال وأصبح المراهق ينأى بنفسه عن صحبتها، بل ويكره هذه الصلبة، فقد كبر وأصبحت له حياته. وأصبح له أصدقائه، أصدقاء من خارج محيط الأسرة، يشاركونهم أسرارهم ويشاركونه أسراره، يجد في صحبتهم ألفة وجوا غير الجو الذي يعيشه داخل المنزل، وأصبح بالتالي ينزع إلى الخروج إلى هذا الجو الجديد وإلى هذه الألفة السارة، وإلى هؤلاء الأصدقاء الجدد، ويفضل صحبتهم عن البقاء في البيت، ولا يجد لنفسه بداخله متنفسا يرضى حاجاته الجديدة ورغباته الناشئة ومن ثم تقوى بالتدريج رغبة المراهق في الإستقلال والتحرر، من سلطة الأبوين والكبار عموما.

الوعي به فيدفعه ذلك إلى المرحلة الثانية.

٢. الاهتمام: يعي الإنسان بالافكار الجديدة التي أصبح يعيها، ويبدأ بالبحث عن التفاصيل حول تلك الفكرة أو المنتج فيبدأ لديه الفضول وجمع المعلومات.
٣. التقويم: يتم فيها تقويم الأفكار أو المنتجات التي جذبت تفكيره، ويبدأ بوضع معايير موجوده في ذهنه مثل مدى ملائمة السعر أو الحاجة إلى المنتج.
٤. التجربة: يقوم الشخص بتجريب المنتج أو الفكرة ويختبر مدى جودته وملائمته لاحتياجاته وذلك عن طريق العينات أو العمل بالفكرة ليصل بعدها إلى المرحلة الأخيرة وهي الاقتناع.
٥. الاقتناع: يصل الشخص إلى هذه المرحلة إذا نجحت الفكرة أو المنتج الذي جربه ويعبر عن اقتناعه بشراء المنتج أو العمل بالفكرة أو الاقتناع والدفاع عنها. (علوان، ٢٠١٨)

ويذكر Hovland أنه خلال إستقبال الرسالة فإن المتلقي يمر بخمسة مراحل وهم (الانتباه- الفهم- التعلم- القبول- الاحتفاظ). (Perloff, 2003, p.127)

٢ تعريف المراهقين Teenagers: يعرفهم الباحث إجرائيا بأنهم أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم ما بين (١٥-١٨) عام وملتحقين بالمرحلة الثانوية.

١. الخصائص النفسية والانفعالية للمراهقين: تحدث التحولات العضوية والفسولوجية (لدى المراهق بصفة عامة) مجموعة من التغيرات النفسية الشعورية واللاشعورية، كالأحاساس بنوع من الشعور الغامض والمضطرب واللامتوازن؛ بسبب عدم فهم تلك التغيرات فهما حقيقيا، والشعور كذلك بتغير ذاته فيزيولوجيا وعضويا؛ مما قد يؤثر ذلك في نفسيته إيجابا أو سلبا، ناهيك عن الاضطراب الذي تحدثه أثناء إدراك المراهق لذاته وجسده مما يولد لديه في كثير من الأحيان، حالات التوتر والصراع والانقباض والتهيج الانفعالي، والشعور بالنقص.

ويذهب إريكسون إلى أن مرحلة المراهقة تتميز (على مستوى الشعور والانا) بتنمية الهوية والاستقلالية والاعتراف بالشخصية، وتحقيق النضج الجنسي، ومواجهة مختلف ردود الأشخاص الآخرين من أجل تحصيل الهوية الحقيقية. أما التغيرات الوجدانية فتتصف بحدة الإنفعال، حيث يغضب ويؤثر المراهق لأسباب تافهة، كما يمتاز الانفعال بالتقلب وسرعة التغير. ومرجع إنفعالات المراهق في معظمها هو شعوره بأنه أصبح رجلا، ومع ذلك فإن المحيطين به مازالوا يعاملونه كطفل، هذا إلى جانب وقوعه في طائفة العديد من الصراعات النفسية الأخرى.

وتلاحظ الحساسية الانفعالية حيث لا يستطيع المراهق غالبا التحكم في المظاهر الخارجية لحالته الانفعالية، ويرجع ذلك إلى عدم تحقيق التوافق مع البيئة المحيطة به ممثلة في الأسرة والمدرسة والمجتمع حيث يدرك المراهق أن طريقة معاملة الآخرين له لا تتناسب مع ما وصل إليه من نضج وما طرأ عليه من تغيير. (حمداوى، د. ت، ص ٤٠-٤١)

كما تظل ثنائية المشاعر أو التناقض الوجداني Ambivalence في هذه المرحلة، وقد يصل الحال بالمراهق إلى أن يشعر بالتمزق بين الإعجاب والكراهية وبين الإنجذاب والنفور لنفس الشيء أو الموقف. ويرتبط ثنائية المشاعر والتناقض الوجداني بنقص التناسق والتكامل بين دوافع المراهق النفسية، كما يزداد شعور المراهق بذاته. (زهران، ١٩٨٦، ص ٣٤٨)

وما يميز الحياة الوجدانية لدى المراهقين الشعور بالشك والارتباك في القيم الاجتماعية السائدة، ومصدر هذا الشك رغبة المراهق في التمرد على السلطة الأسرية وسلطة المجتمع، لأنه يريد أن يبنى لنفسه قيمة ومعايير الشخصية التي تقوم على أساس إقناعه هو لا على أساس التلقين من الغير. (العسيوي، ٢٠٠٢، ص ٦٠-٦١)

٢. الخصائص العقلية للمراهقين: من خلال تفاعل المراهق مع مختلف أفراد مجتمعه وإستخدامه للإمكانيات والقدرات العقلية تتكون اتجاهاته وتنبؤ. فمن

وتقوى رغبته في أن يعامل معاملة الشخص الكبير، لأنه أصبح يرى نفسه ندا للكبار، هكذا تبدو مقاومة سلطة الكبار أياً كان نوع تلك السلطة هي الطابع المميز لسلوك المراهق. (محمود، ١٩٨١، ص ٦٠-٦١)

دراسات سابقة:

قام الباحثان بإجراء البحث والمسح المكتبي للتوصل الى الدراسات والبحوث السابقة (على حد إطلاع الباحث) التي تتصل بموضوع الدراسة الحالي سواء العربية أو الأجنبية، حيث أنها تعد من أساسيات البحث العلمي لإثراء المعرفة العلمية والبحوث الحالية، حيث تساعد الباحثين للتعرف على ما وصلت اليه تلك الدراسات ومساعدتهم على صياغة الفروض في الدراسات المستقبلية وتحديد موقع دراستهم عن سابقتها، ويتم عرضها من الأقدم الى الأحدث وهي كما يلي:

١. دراسة العبيدي (٢٠٠٨) والتي هدفت الى معرفة طبيعة العلاقة بين الوعي- الشعور بالذات الخاصة وأثره في عملية الانقاع، حيث تمثلت العينة في ٢٠٠ من المراهقين الذكور والإناث، واستخدم مقياس الشعور بالذات الخاصة (العبيدي، ٢٠٠٢) ومقياس تقدير مدى شدة الشراب الذي يقدم إليهم لجمع البيانات، وفق المنهج التجريبي، وقد أسفرت نتائج الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى تأثر المجموعتين التجريبيتين بالرسالة الانقاعية من الأشخاص ذوي الشعور العالي بالذات الخاصة أقل تأثراً بالرسالة الانقاعية من الأشخاص ذوي الشعور المنخفض بالذات الخاصة وإن هؤلاء الأشخاص من السهل التأثير فيهم والتلاعب بمدركاتهم الحسية خلال عملية الانقاع.

٢. دراسة العكيلي (٢٠١١) التي هدفت الى قياس الذكاء الشخصي (الاجتماعي- الذاتي) وعلاقته بالانقاع الاجتماعي والاستهواء المضاد والتعرف على الفروق وفق متغير النوع الاجتماعي (ذكور- إناث) والتعرف على العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة الثلاث ومدى إسهام متغيري الانقاع الاجتماعي والاستهواء المضاد في التباين الكلي لمتغير الذكاء الشخصي، وتمثلت العينة في ٤٠٠ طالب وطالبة بواقع ١٧٢ طالب بنسبة ٤٣% و ٢٢٨ طالبة بنسبة ٥٧% من طلبة المدارس الثانوية للمتميزين في مدينة بغداد وعمد الباحث على بناء ثلاث مقاييس (الذكاء الاجتماعي- الانقاع الاجتماعي- الاستهواء المضاد) لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي الارتباطي، وقد أسفرت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الذكاء الشخصي الذاتي والانقاع الاجتماعي لصالح الإناث وإنقفاء الفروق بين الطلبة في الذكاء (الشخصي- الاجتماعي) والاستهواء المضاد تبعاً لمتغير النوع الاجتماعي مع وجود علاقة دالة إحصائية بين متغيرات الدراسة الثلاثة، وبسهم كلا من متغيري الانقاع الاجتماعي والاستهواء المضاد في متغير الذكاء الشخصي الذاتي، ومتغير الانقاع الاجتماعي في متغير الذكاء الشخصي الاجتماعي، أما متغير الاستهواء المضاد فلم يظهر له إسهام في متغير الذكاء الشخصي الاجتماعي.

٣. دراسة فرحان وشاكر (٢٠١٤) والتي هدفت الى التعرف على الانقاع الاجتماعي والتردد المهني لدى عينة من المراهقين، وإيجاد الفروق في الانقاع الاجتماعي والتردد المهني والعلاقة بينهما وفق متغيري الجنس (ذكور- إناث) التخصص (علمي- إنساني)، وتمثلت العينة في ١٠٠ طالب وطالبة وإستعان الباحث بمقياس الانقاع الاجتماعي (العكيلي، ٢٠١٠) ومقياس التردد المهني (ثابت، ٢٠٠٩)، لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي الارتباطي، وقد أسفرت النتائج عن أن طلبة الجامعة يتمتعون بالانقاع الاجتماعي وأن العينة لديها تردد مهني، لا توجد فروق بين الذكور والإناث والتخصص العلمي والإنساني لمتغيري الدراسة.

٤. دراسة عزيز (٢٠١٥) هدفت الى دراسة الوعي الذاتي وعلاقته بالانقاع الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، والتعرف على الفروق في الوعي الذاتي وفقاً لمتغير الجنس والتخصص والمرحلة، والتعرف على الفروق في الانقاع الاجتماعي وفقاً لمتغير الجنس والتخصص والمرحلة وتمثلت العينة في ٤٠٠ طالب وطالبة شملت أربعة كليات من جامعة بغداد، واستخدمت الباحثة أدوات

الأولى مقياس الوعي الذاتي إعداد (القرة غولي، ٢٠١١) والثاني مقياس الانقاع الاجتماعي إعداد (العكيلي، ٢٠١١) لجمع البيانات وفقاً للمنهج الوصفي، وأسفرت النتائج عن وجود علاقة موجبة قوية بين الانقاع الاجتماعي والوعي الذاتي، كما أن طلبة الجامعة يتمتعون بالوعي الذاتي والانقاع الاجتماعي، لا توجد فروق في الانقاع الاجتماعي والوعي الذاتي بين طلبة الجامعة وفقاً لمتغير الجنس والتخصص والمرحلة.

٥. دراسة علوان (٢٠١٨) هدفت الى التعرف على الانقاع الاجتماعي لدى عينة من المراهقين والتعرف على الفروق الاحصائية في مستوى الانقاع الاجتماعي وفقاً لمتغيري الجنس والتخصص، وتكونت العينة من ١٠٠ طالب وطالبة ٥٠ ذكور و ٥٠ إناث، وإستعان الباحث بمقياس الانقاع الاجتماعي المعد من قبل (الكارضي، ٢٠١٤) لجمع البيانات وفقاً للمنهج الوصفي، وأسفرت النتائج عن أن الطلبة يتمتعون بدرجة عالية من الانقاع الاجتماعي، كما توصل الى عدم وجود فروق في الانقاع الاجتماعي بين الذكور والإناث. (علوان، ٢٠١٨)

٦. دراسة العاني (٢٠١٩) والتي هدفت الى التعرف على الانقاع الاجتماعي لدى عينة من المراهقين والتعرف على الفروق في الانقاع الاجتماعي بين الطلبة وفقاً لمتغير الجنس (ذكور- إناث)، التخصص (علمي- إنساني)، الصف وتمثلت العينة في ٢٢٤ طالب وطالبة، وأعدت الباحثة مقياس الانقاع الاجتماعي لجمع البيانات وفقاً للمنهج الوصفي، وأسفرت النتائج عن أن طلبة الرابع والسادس الاعدادي يتمتعون بالانقاع الاجتماعي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية على مقياس الانقاع الاجتماعي وفق لمتغير (النوع- التخصص- الصف).

التعقيب على الدراسات السابقة:

١. قلة الدراسات التي تناولت الانقاع الاجتماعي من حيث اقتناع الفرد براء الآخرين وليس اقناعه للآخرين.

٢. إتفقت دراسة (شاكر، ٢٠١٤) (عزيز، ٢٠١٥) و(علوان، ٢٠١٨) و(العاني، ٢٠١٩) بان المراهقين من طلبة المرحلة (الإعدادية- الجامعية) يتمتعون بالانقاع الاجتماعي، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الانقاع الاجتماعي وفقاً لمتغير (الجنس- التخصص).

٣. ندرة الدراسات التي تناولت الانقاع الاجتماعي لدى المراهقين في مرحلة المراهقة المتوسطة والتي تتراوح من (١٥- ١٨) عام.

عينة الدراسة:

١. مجتمع العينة: المراهقين (ذكور/ إناث) من بعض المدارس الثانوية بإدارة شرق التعليمية بمحافظة الإسكندرية والتي تتراوح أعمارهم (١٥- ١٨) عام بالصفين (الثاني، الثالث) الثانوي.

٢. عينة الدراسة الإستطلاعية: تمثلت عينة الدراسة على عدد ١٠٠ من المراهقين من طلاب الثانوية بالصفين (الثاني والثالث الثانوي) من مدارس (مدرسة جنالكيس- مدرسة القومية) وذلك لحساب الكفاءة السيكمترية لمقياس (الانقاع الاجتماعي) حيث تراوحت أعمارهم (١٥- ١٨) عاماً بواقع ٥٠ من الإناث ٢٥ علمي و ٢٥ أدبي و ٥٠ من الذكور ٢٥ علمي و ٢٥ أدبي من طلاب المرحلة الثانوية بإدارة شرق التعليمية بمحافظة الإسكندرية متجانسين في المستوى الاجتماعي والثقافي والاقتصادي.

وقد تم اختيار العينة بطريقة قصدية لتحقيق عامل التجانس لتجنب الاختلافات في المستويات الاقتصادية والاجتماعية وفقاً للمعايير والشروط التالية:

١. تم إختيار طلاب مرحلة الثانوية العامة.

٢. أن يتراوح أعمارهم ما بين (١٥- ١٨) عام.

٣. أن يكون أفراد العينة من الذكور والإناث بمتوسط عمري قدره ١٦,٧ عام وبإنحراف معياري قدره ٠,٧١٩.

٤. عدم وجود أي إعاقات أو أمراض لدى أفراد العينة.

٥. أن يكون أفراد العينة من مستوى إقتصادي وإجتماعي واحد (لا يقل عن

(المتوسط).

أدوات الدراسة:**٢١ مقياس الإقناع الاجتماعي:**

١. الهدف من المقياس: إعداد أداة سيكومترية للتعرف على درجة الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين الذين تتراوح أعمارهم من (١٥-١٨) عام.
٢. مبررات إعداد المقياس: أعد الباحث مقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين ملحق (١)، بغرض توفير أداة سيكومترية لقياس الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين نظرا لعدم توافر مقياس للإقناع الاجتماعي يغطي متطلبات الدراسة الحالية من حيث التعرض لعملية الإقناع من الآخرين (الاقتناع) كذا يتناسب مع عينة الدراسة طلاب الثانوية التي تتراوح أعمارهم من (١٥-١٨) عام.
٣. مراحل إعداد مقياس الإقناع الاجتماعي: بما إن الهدف من الدراسة الحالية هو التعرف على الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين تم بناء مقياس الإقناع الاجتماعي بإتباع الخطوات العلمية واستنادا على المنطلقات النظرية وبعد الإطلاع على الأطر العلمية والدراسات السابقة وأدبيات البحث العلمي حيث يستند الباحث على المنطلقات النظرية الآتية:

أ. الإطلاع على الأطر النظرية العربية والأجنبية والدراسات التي تناولت الإقناع الاجتماعي.

ب. إعتمادا على نظرية أرسطو (١٨٤-٣٢٢ ق.م) حيث حدد أرسطو ثلاث وسائل فنية للإقناع كما يلي:

- ٢١ أخلاق المصدر Ethos شخص المتكلم.
 - ٢٢ المتلقى Pathos إثارة مشاعر الجمهور.
 - ٢٣ الرسالة logos حجة منطقية، حقيقية أو محتملة.
- وهذه الوسائل الثلاث في الإقناع تحمل شيئا واضحا للأبعاد الثلاثة لموقف علم النفس في العصر الحديث.
- ٢٤ المكون السلوكي Behavioral Component أخلاق المصدر Ethos.
 - ٢٥ المكون العاطفي Affective Component مشاعر المتلقى Pathos.
 - ٢٦ المكون المعرفي الإدراكي Cognitive Component الحجج Logos. (Coolley, 2003) & (عزيز، ٢٠١٥، ص ٣٣٢)
 - ج. في ضوء ما أشار إليه (يوسف مراد، ١٩٦٢)، (عبدالعزیز القوصي، ١٩٩٣)، (حملي المليجي، ٢٠٠٠)، (حمدي الفرماوي، ٢٠٠٠)، في أطرهم النظرية، بان الإقناع الاجتماعي (الاستهواء) يتم على مستوى الجوانب الثلاث الأساسية وعي (الفكر، الوجدان، السلوك).
 - د. الإطلاع على مقياس الاستهواء (ابورياح، ٢٠٠٦) (الخزرجي المطور، ٢٠١٤)، (هبة حملي، ٢٠٢٠).

ه. استنادا الى التعريف الإجرائي للباحث للإقناع الاجتماعي بانه مدى إقتناع الفرد بالافكار التي تعرض عليه متأثرا بخصائص وسمات المقنع والتأثيرات الوجدانية التي يتعرض اليها، ويقاس بالدرجة الكلية التي يحصل عليها الفرد على مقياس الإقناع الاجتماعي.

٤. مكونات المقياس: يتكون مقياس الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين من ٣ أبعاد رئيسية كما يلي:

- أ. الاستمالة الوجدانية Emotional Grooming استخدام الجوانب الوجدانية والاستثارة العاطفية من قبل القائم بالإقناع.
- ب. تأثير خصائص المقنع Characteristics of Persuasive التي يتمتع بها القائم بالإقناع.
- ج. الإذعان Compliance ويعرفه ابوالنيل هو خضوع الفرد لرغبات وإيحاءات واقتراحات الأشخاص الآخرين، وقد يعنى الطاعة، ودرجة أقل من المقاومة. (ابوالنيل واخرون، ١٩٨٤، ص ٤٠)

٥. صياغة البنود: وقد صيغت باللغة العربية المبسطة لتناسب مع الفئة العمرية والمستوى الثقافي والتعليمي، مكون من عدد ٢٨ عبارة في صورته الأولية وبعد حذف وتعديل البنود أصبح ٢٤ عبارة في صورته النهائية.
٦. الصورة النهائية للمقياس: بلغ المقياس في صورته النهائية ٢٤ عبارة في ثلاثة أبعاد، وجدول (١) يوضح عبارات المقياس على الأبعاد الخمسة.

جدول (١) توزيع عبارات مقياس الإقناع الاجتماعي على أبعاده

البعاد	أرقام العبارات
الاستمالة الوجدانية (٩ عبارة)	١٠، ١٤، ١٥، ١٦، ١٧، ٢٣، ٢٤
تأثير خصائص المقنع (٦ عبارة)	١، ٢، ٣، ٤، ٥، ٦، ٧، ٨، ٩، ١٠، ١١، ١٢، ١٣، ١٤، ١٥، ١٦، ١٧، ١٨، ١٩، ٢٠، ٢١، ٢٢، ٢٣، ٢٤
الإذعان (٩ عبارة)	٢٤
المجموع الكلي للعبارات	٢٤

٧. تحديد بدائل الاستجابة على المقياس/ مفتاح تصحيح المقياس: وقد تحددت شكل الاستجابة على العبارات بطريقة ليكرت Likart بحيث تتناول ٣ مستويات متدرجة لكل إستجابة (أوافق، محايد، لا أوافق)، بحيث تغطي الاستجابة على البدائل درجات كالتالي: (أوافق = ٣، الى حد ما = ٢، لا أوافق = ١) وذلك حسب اتجاه صياغة البند من الإيجاب الى السلب، ويتراوح المجموع الكلي للمقياس من (٢٤ - ٧٢) درجة، تشير الدرجة المنخفضة من ٢٤ درجة الى إنخفاض درجة الإقناع الاجتماعي بينما تشير الدرجة المرتفعة على المقياس ٧٢ درجة لارتفاع درجة الإقناع الاجتماعي لدى المراهقين.
٨. تعليمات المقياس: تضمنت تعليمات المقياس بيانات تعريفية عن (الاسم- الجنس- التخصص- السن- الصف الدراسي- اسم المدرسة- تاريخ التطبيق) حيث روعت وضوح وسهولة البيانات لتناسب مع العينة، وتوجد أمام كل عبارة من العبارات ثلاثة بدائل وعليك أن:
 - أ. تضع علامة (√) أسفل (أوافق) إذا كانت العبارة تنطبق عليك.
 - ب. تضع علامة (√) أسفل (الى حد ما) إذا كانت العبارة تنطبق عليك أحيانا.
 - ج. تضع علامة (√) أسفل (لا أوافق) إذا كانت العبارة لا تنطبق عليك.
٩. تجريب المقياس: بعد صياغة بنود المقياس ووضع التعليمات والبيانات الأولية وتحديد بدائل الاستجابة على المقياس تم تجريب المقياس على عينة (ن=١٠٠) وذلك للتأكد من:
 - أ. مدى وضوح التعليمات
 - ب. سهولة ووضوح العبارات
 - ج. مدى مناسبة بدائل الاستجابة.
 - د. مدى ملائمة طول المقياس.

١٠. زمن الاختبار: بعد تجريب المقياس على عينة (ن=١٠٠) وتسجيل زمن كل فرد منهم منذ بدء المقياس حتى انتهائه تم حساب متوسط الزمن المستغرق للاستجابة، وجد أن المقياس يستغرق تطبيقه زمن قدره ١٠ دقيقة.
١١. حساب الكفاءة السيكومترية للمقياس: يعد الثبات والصدق من الأمور المهمة والضرورية للتأكد من كفاءة المقياس وأنه فعلا يقيس ما وضع لقياسه وأنه متى تم تطبيقه على نفس الأفراد مرة أخرى يظهرها نفس النتائج تقريبا ومن ثم قام الباحث بحساب الكفاءة السيكومترية على النحو التالي:
 - أ. ثبات المقياس: تم التحقق من ثبات المقياس بطريقة التجزئة النصفية، حيث قام الباحث بإيجاد قيمة معامل الارتباط بين مجموع العبارات الفردية ومجموع العبارات الزوجية لمقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين من (١٥- ١٨) سنة ثم استخدام معادلة Spearman- Brown للحصول على قيمة معامل ثبات المقياس ككل.

جدول (٢) معامل ثبات مقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين (١٥-١٨) سنة بطريقة التجزئة النصفية

مقياس الإقناع الاجتماعي للمراهقين	قيمة معامل الارتباط بين نصفي الاختبار
بعد الاستمالة الوجدانية	٠,٧٣٢
بعد خصائص المقنع	٠,٧٢٥

بعد الإذعان	٠,٧٥٢
المجموع الكلي للعبارة	٠,٨٠٥

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات ثبات التجزئة النصفية

جاءت مرتفعة مما يشير إلى الثقة في ثبات المقياس لاستخدامه.

جدول (٣) معامل ثبات مقياس الانقاع الاجتماعي للمراهقين (١٥-١٨) سنة بطريقة الفا

مقياس الانقاع الاجتماعي للمراهقين	معامل الفا
بعد الاستمالة الوجدانية	٠,٧٧٤
بعد خصائص المقنع	٠,٧٢٠
بعد الإذعان	٠,٧٧٩
المجموع الكلي للعبارة	٠,٨٥٤

يتضح من الجدول السابق إرتفاع معامل ثبات الفا لكرونياخ على مقياس

الانقاع الاجتماعي مما يشير إلى الثقة لاستخدامه.

ب. صدق المقياس: قام الباحث بحساب الصدق عن طريق:

الصدق التحليل العاملي التوكيدي: حيث تم حساب الصدق العاملي

بأخذ عينة مكونة من ١٠٠ من المراهقين الذين تتراوح أعمارهم

(١٥-١٨) عام، حيث تم حساب مصفوفة الارتباطية كمدخل

لإستخدام أسلوب التحليل العاملي وقد أشارت قيم مصفوفة معاملات

الارتباط المحسوبة إلى خلو المصفوفة من معاملات إرتباط تامة مما

يوفر أساسا سليما لإخضاع المصفوفة للتحليل العاملي التوكيدي.

جدول (٤) تشبعات العوامل المستخرجة بعد التدوير المتعامد لمقياس الانقاع الاجتماعي (ن=١٠٠)

رقم العبارة	العبارة	الأول	الثاني	الثالث	قيم الشيوخ
٦	أشعر بالخجل عند رفضي لأفكار الآخرين	٠,٨٦٩			٠,٧٥٦
٩	أصدق كل ما يقال لي من الشخص الذي أحبه	٠,٩٥٠			٠,٩٠٣
١٢	أضطر للموافقة على فعل أي شيء في حالة تهديدي	٠,٩٤٧			٠,٩٠٢
١٥	أفضل تغليب العاطفة عن العقل في قراراتي وأحكامي	٠,٨٩٥			٠,٨٠٤
١٨	أرى نفسي شخص عاطفي يسهل التأثير عليا من الآخرين	٠,٩٥٥			٠,٩١٥
١٩	في حالة إعجابي بشخص ما أصدق كل ما يقوله لي	٠,٩٥١			٠,٩٠٥
٢١	أهتم بالتفاعل الاجتماعي مع الآخرين بغض النظر عن مصداقية الأفكار وأهميتها	٠,٩١٢			٠,٨٣٦
٢٢	لما يحب حد يعمل زيه في كل حاجة	٠,٨٨٢			٠,٧٩٣
٢٣	أناثر بطريقة تحدث الآخرين ونبرة صوته	٠,٨٦٣			٠,٧٤٨
١	أقتنع بأراء الأشخاص الذين لديهم كاريزما		٠,٩٣٠		٠,٨٨٤
٣	أستخدم الآخرين لغة الجسد يجعلني أقتنع بالفكرة بسهولة		٠,٩١٣		٠,٨٨٣
٤	أرى أن إستخدام لغة الجسد والتواصل البصري ضروري في عملية الانقاع		٠,٩٠٥		٠,٨٤١
٧	أقتنع بأفكار الأشخاص الأنكباء لأننا دائما ما نكون صحيحة		٠,٩٣٨		٠,٩١٦
١٠	أهتم بالمظهر الخارجي للأشخاص (اللبس - الجاذبية)		٠,٦٥٣		٠,٥٠٨
١٧	أوافق على أراء الخبراء		٠,٩٤٩		٠,٩٣٨
٢	أقوم بتقليد الآخرين		٠,٩١٤		٠,٨٤٢
٥	أسعي لإرضاء الآخرين		٠,٩١٠		٠,٨٥٨
٨	أوافق من هم أكبر من سنا على ما يقولونه		٠,٩١٤		٠,٨٧٦
١١	أسلم أمرى إلى الأفراد الذين أثق فيهم		٠,٩١١		٠,٨٣٤
١٣	أناثر بأراء الأشخاص ذوي السلطة والنفوذ والقوة		٠,٩١٩		٠,٨٧٧
١٤	أرى أن أراء الأغلبية دائما صحيحة		٠,٧١٥		٠,٦٥٨
١٦	أوافق على أراء المشاهير والنجوم		٠,٩١٠		٠,٨٣٣
٢٠	أفعل ما يفعله الآخرين دائما		٠,٧٠٣		٠,٦٧٤
٢٤	أرى أن جميع الناس يقولون الحقيقة		٠,٧٤١		٠,٧٠٧
	الجزر الكامن	٧,٥٧٥	٦,٨٠٥	٥,٣١١	الاجمالي
	نسبة التباين	٣٢,٥٦٢	٢٨,٣٥٤	٢٢,١٢٩	٨٢,٠٤٥

لبعد تأثير خصائص المقنع.

٣. العامل الثالث قد تشبع به ٩ عبارة تشبعها دالا إحصائيا وكان الجزر

الكامن لها ٥,٣١١ بنسبة تباين ٢٢,١٢٩% وجميعها تنتمي لبعد الإذعان.

وقد فسرت هذه العوامل الست نسبة تباين ٨٢,٠٤٥ وهي نسبة تباين كبيرة تعكس أن هذه العوامل مجتمعة تفسر نسبة كبيرة من التباين في المقياس وتؤكد هذه النتيجة على الصدق العاملي للمقياس حيث

تفسير العوامل الناتجة من التحليل العاملي: يتضح من الجدول السابق ما يلي:

١. العامل الأول قد تشبع به ٩ عبارات تشبعها دالا إحصائيا وكان الجزر الكامن لها ٧,٥٧٥ بنسبة تباين ٣٣,٥٦٢% وجميع العبارات تنتمي لبعد الاستمالة الوجدانية.

٢. العامل الثاني قد تشبع به ٦ عبارة تشبعها دالا إحصائيا وكان الجزر الكامن لها ٦,٨٠٥ بنسبة تباين ٢٨,٣٥٤% وجميع العبارات تنتمي

الافتقار الاجتماعي يتمتع بخصائص سيكومترية من معاملات صدق وثبات وإتساق عالية، ومن ثم فهو يصلح لقياس مستوى الافتقار الاجتماعي لدى المراهقين في الفئة العمرية (١٥-١٨) عام من طلاب المرحلة الثانوية.

التوصيات والمقترحات:

١. إعداد مقياس للافتقار الاجتماعي يصلح للأطفال والمراهقين في المراحل العمرية المختلفة والمراحل التعليمية المختلفة (الابتدائية، الإعدادية).
٢. إجراء دراسات حول علاقة الافتقار الاجتماعي ببعض المتغيرات النفسية التي تسهم في التنبؤ به.
٣. إجراء برامج لتنمية المتغيرات النفسية التي قد تسهم في التنبؤ بمفهوم الافتقار الاجتماعي.

المراجع:

١. أبو النيل، محمود، طة، فرج، فنديل، شاكر، عبدالقادر، حسين، كامل، مصطفى. (١٩٨٤). معجم علم النفس والتحليل النفسي، دار النهضة العربية.
٢. حمدوى، جميل. (د.ت)، المراهقة خصائصها ومشاكلها وحلولها.
٣. زهران، حامد عبدالسلام. (١٩٨٦). علم نفس النمو الطفولة والمراهقة، دار المعارف.
٤. الأسول، عادل عز الدين. (٢٠٠٨). علم نفس النمو، مكتبة الأنجلو المصرية.
٥. طه، صبحي طه. (٢٠١٨). تأثير إستخدام استراتيجيات التفكير الناقد في الافتقار الاجتماعي والتحصيل المعرفي لمقرر فلسفة التربية الرياضية، كلية التربية الرياضية، جامعة الإسكندرية.
٦. العاني، انتصار كمال قاسم. (٢٠١٩). الافتقار الاجتماعي في ضوء بعض المتغيرات لدى طلبة المرحلة الإعدادية، كلية التربية للبنات، جامعة بغداد.
٧. العبيدي، هيثم ضياء. (٢٠٠٨). الشعور بالذات الخاصة وأثره في عملية الافتقار، مجلة أداب المستنصرية، العدد ٤٦ الجامعة المستنصرية.
٨. عزيز، نقى بدرى. (٢٠١٥). الوعي الذاتي وعلاقته بالافتقار الاجتماعي لدى طلبة الجامعة، رسالة ماجستير.
٩. العسوي، عبدالرحمن. (٢٠٠٢). سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر الجامعي.
١٠. العكيلي، جابر وادى باهظ. (٢٠١١). الذكاء الشخصي وعلاقته بالافتقار الاجتماعي والاستهواء المضاد لدى الطلبة المتميزين، رسالة دكتوراه، كلية التربية الجامعة المستنصرية.
١١. علوان، أحمد حسن. (٢٠١٨). الافتقار الاجتماعي لدى طلبة كلية التربية، جامعة القادسية.
١٢. فرحان، هاشم، شاكر، محمود. (٢٠١٤). الافتقار الاجتماعي وعلاقته بالتردد المهنى لدى طلبة الجامعة، مجلة كلية التربية الأساسية.
١٣. فهمي، مصطفى. (١٩٨٧). الصحة النفسية، مكتبة مصر، الطبعة الثانية.
١٤. لاكاني، ديف. (٢٠١٦). الافتقار فن الفوز بما تريد، ترجمة زينب عاطف، مؤسسة هندلوى للتعليم والثقافة.
١٥. محمود، ابراهيم وجيه. (١٩٨١). المراهقة خصائصها ومشاكلها، دار المعارف.
١٦. مصباح، عامر. (٢٠٠٦). الافتقار الاجتماعي خلفيته النظرية والبيات العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية.
١٧. مهدي، فراحات. (٢٠٠٩). دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر جريدة الشروق اليومي نموذجا، جامعة وهران.

18. Hogan, Kevin. (2004). The psychology of persuasion, Pelican Publishing Company, 20.

19. Hong, Tammy. (2016). Relationship between emotional intelligence and ability to influence, Proquest, 9- 18.

تشبعت العبارات على العوامل التي تنتمي إليها وهو ما يعزز الثقة في صدق المقياس.

ج. صدق الإتساق الداخلي للمقياس: قام الباحث بحساب صدق الإتساق الداخلي لبنود وأبعاد المقياس وذلك على النحو التالي:

٢. الإتساق الداخلي للعبارات: قام الباحث بحساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه هذه العبارة، كما هو مبين في الجدول (٥).

جدول (٥) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لكل بعد (ن=١٠٠)

بعد الإستمالة الوجدانية	بعد خصائص المقنع	بعد الإذعان
معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط
١	١	١
٢	٢	٢
٣	٣	٣
٤	٤	٤
٥	٥	٥
٦	٦	٦
٧	٧	٧
٨	٨	٨
٩	٩	٩

معامل الارتباط عند مستوى ٠,١٨١ $\geq$ ٠,٠٥ وعند مستوى ٠,١٣٨ $\geq$ ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية لكل بعد داله إحصائيا وهو ما يؤكد على الإتساق الداخلي للعبارات.

٢. الإتساق الداخلي للأبعاد: وذلك عن طريق حساب الارتباطات الداخلية للأبعاد الثلاث للمقياس، كما تم حساب ارتباطات الأبعاد الثلاث بالدرجة الكلية للمقياس كما هو موضح في جدول (٦).

جدول (٦) معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية لكل بعد (ن=١٠٠)

الأبعاد	بعد الإستمالة الوجدانية	بعد خصائص المقنع	بعد الإذعان
بعد الإستمالة الوجدانية	-	-	-
بعد خصائص المقنع	٢٢,٠٢٧	-	-
بعد الإذعان	٢٢,٠٨٧	٢٢,٠٣٨	-
الدرجة الكلية	٢٢,٦٤٣	٢٢,٦٩٦	٢٢,٦٨٥

معامل الارتباط دال عن مستوى ٠,٢٤٥ $\geq$ ٠,٠١ وعند مستوى ٠,١٩٥ $\geq$ ٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق أن جميع معاملات ارتباط الأبعاد ببعض البعض وارتباط الأبعاد بالدرجة الكلية دال إحصائيا وهو ما يؤكد الإتساق الداخلي لأبعاد مقياس الافتقار الاجتماعي.

منهج الدراسة:

تم إستخدام المنهج الوصفي للتحقق من الكفاءة السيكومترية (الصدق- الثبات- الاتساق الداخلي) لمقياس الافتقار الاجتماعي لدى المراهقين.

إجراءات الدراسة:

إجريت الدراسة في عدة خطوات على النحو التالي: إجراء دراسة نظرية والإطلاع على الدراسات حول موضوع الدراسة، وإعداد مقياس (الافتقار الاجتماعي- الاستهواء المضاد) وإستمارة المستوى الاقتصادي الاجتماعي، وإختيار عينة الدراسة من طلاب المرحلة الثانوية بالصفين (الثاني- الثالث) من (١٥- ١٨) عام، وتسجيل البيانات ومعالجتها إحصائيا للتحقق من صحة فروض الدراسة، وعرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها، وتقديم التوصيات والمقترحات في ضوء نتائج الدراسة.

الأساليب الإحصائية:

لحساب الكفاءة السيكومترية لمقياس الافتقار الاجتماعي تم استخدام معامل ألفا لحساب ثبات أداة الدراسة، ومعادلة سبيرمان- براون لحساب ثبات التجزئة النصفية بعد تصحيح طول المقياس، والاتساق الداخلي، والتحليل العاملي التوكيدي.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

مما سبق تم الإجابة على تساؤلات الدراسة حيث أظهرت النتائج أن مقياس

20. Mortensen, Kurt W. (2004). **Maximum influence: the 12 universal laws of power persuasion**, Amacom.
21. Perloff, Richard M. (2003). **The Dynamics Of Persuasion: Communication and Attitudes In The 21st Century**, Routledge, 11- 13.

مقياس الاقتناع الاجتماعي

أوافق	لا أوافق	أوافق	البيانات
			1. أقتنع بأراء الأشخاص الذين لديهم كاريزما
			2. أقوم بتقليد الآخرين
			3. استخدام الآخرين للغة الجسد يجعلني أقتنع بالفكرة بسهولة
			4. أرى ان استخدام لغة الجسد والتواصل البصري ضروري في عملية الاقتناع
			5. أسعى لإرضاء الآخرين
			6. أشعر بالخجل عند رفضي لأفكار الآخرين
			7. أقتنع بأفكار الأشخاص الانكفاء لأنها دائما ما تكون صحيحة
			8. أوافق من هم أكبر مني سنا على ما يقولونه
			9. اصدق كل ما يقال لي من الشخص الذي أحبه
			10. أهتم بالمظهر الخارجي للأشخاص (اللبس - الجاذبية)
			11. اسلم أمرى الى الأفراد الذين اتق فيهم
			12. اضطر للموافقة على فعل أى شى فى حالة تهديدى
			13. أتأثر بأراء الأشخاص ذوي السلطة والنفوذ والقوة
			14. أرى أن أراء الأغلبية دائما صحيحة
			15. افضل تغليب العاطفة عن العقل في قراراتى واحكامى
			16. أوافق على أراء المشاهير والنجوم
			17. أوافق على أراء الخبراء
			18. أرى نفسى شخص عاطفى يسهل التأثير عليا من الآخرين
			19. فى حالة إعجابى بشخص ما اصدق كل ما يقوله لي
			20. أفعل ما يفعله الآخرين دائما
			21. اهتم بالتفاعل الاجتماعى مع الآخرين بغض النظر عن مصداقية الأفكار واهميتها
			22. لما بحب حد بعمل زيه فى كل حاجة
			23. أتأثر بطريقة تحدث الآخرين ونبرة صوتهم
			24. أرى ان جميع الناس يقولون الحقيقة