التفكير المنتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية

الكلمات المفتاحية: التفكير المنتج _طالبات _المرحلة الاعدادية

البحث مستل من رسالة ماجستير

أ٠م٠د٠ لطيفة ماجد محمود **آية جلال عبدالله**

جامعة ديالى/كلية التربية للعلوم الانسانية

dr.latifamajed@yahoo.com ***ayajalal58@yahoo.com***

الملخص

يهدف البحث الحالي تعرف إلى (التفكير المنتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية) ومن أجل التحقق من ذلك قامت الباحثة ببناء آختبار للتفكير المنتج و إستخرجت الخصائص السيكومترية له ليتم تطبيقه لعينة البحث الحالي وقد تكونت عينة بناء الإختبار من (٤٠٠) طالبة ، وتكون الإختبار من مجالين هما التفكير الناقد والذي تكون من خمسة مجالات فرعية وبواقع خمسة مواقف لكل مجال فرعي ، والتفكير الإبداعي والذي تكون من خمسة مواقف ، وتم التحقق من الصدق الظاهري وصدق بناء الأداة وتم التحقق من الثبات بطريقة ألفا كرونباخ وبلغ معامل الثبات (٠.٨٥) ، في حين بلغ معامل الثبات للأداة بطريقة ثبات التصحيح (٠.٨٣). و بإستخدام الوسائل الإحصائية (الإختبار التائي لعينة واحدة ، معامل إرتباط بيرسون) تم التوصل إلى أنه يوجد تفكير منتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية . وقد خرجت الباحثة بمجموعة من التوصيات والمقترحات.

مشكلة البحث

إن مؤسساتنا التربوية ربما تتجاهل العمليات العقلية و الآهتمام بها و تطويرها فهي تقتصر بالتدريب على حفظ المعلومات وتسميعها عن ظهر قلب متجاهلة آستخدام العقل فتوجه كل جهد المتعلم في حصوله على درجة لآجتيازه الأمتحانات المقررة ، إذ إن هذه الطريقة لم تعد إسلوباً فاعلاً لتحقيق الأهداف المعرفية المطلوبة ، فضلاً عن تجاهلها لأهم عمليات التفكير العليا وهي التحليل والتركيب والتقويم وهذا ما دعا طالباتنا بأن يتخذن قالباً جامداً في تفكيرهن ينتقل معهن إلى مراحل دراسية أخرى دون تغيير في الإسلوب و أنما يكنّ فقط متلقيات للأوامر دون مناقشة وهذا ما جعلهنَ يلجأن إلى حلول تقليدية عند مواجهتهن للمشكلات إذ لا وجود للنقد والإبداع في حلولهن .

إن الواقع التعليمي بصورة عامة والمدرسة بصورة خاصة يؤكد على أن بعض الطلبة لا يحصلون على الفهم الصحيح و الأستخدام الصحيح للمعرفة التي يكتسبونها فهم يقومون بعملية حفظ للمعلومات دون فهمها أو آستيعابها ، لذا من الضروري أن نقوم بتغيير الطرق والأساليب المستخدمة في التعليم لكي تساعد الطالبات على أمتلاك تفكير منتج(حسين،٢٠١٢ :٤). ومن هنا تبرز المشكلة الأساسية للدراسة الحالية فقد أصبح من اللازم تخريج جيل يتمتع بتفكير منتج يستطيع من خلاله حل ما يواجهه من مصاعب أو عوائق في ظل هذا التقدم الهائل في المعرفة الذي نعيشه في الوقت الحاضر ، ويمكن تلخيص مشكلة البحث الحالي من خلال السؤال الآتي:

هل تمتلك طالبات المرحلة الإعدادية تفكيراً منتجاً ؟

أهمية البحث :

يمكن القول التفكير المنتج هو الذي يتصل بأكثر من مهارة ويعد بذلك مصدراً لتزويد الطلبة بالعديد من المهارات التي تمكنهم من التعامل مع بيئتهم التي يعيشون فيها بشكل أفضل (عبدالهادي وآخرون،٢٠٠٩ :٥١). إذ أكد العلماء أن التفكير الإبداعي والتفكير الناقد هما شكلان من أشكال التفكير العليا والتي يكمل أحدهما الآخر (العتوم،٢٠٠٤ :٢٣٢). ويجب على المربين تجنب إعتبار أن كلاً من التفكير الناقد والتفكير الإبداعي طرفان متناقضان بل على العكس يجب أن تعكس البرامج والممارسات المدرسية الفهم القائل أن التفكير الإبداعي العالي غالباً ما يكون ناقداً عالياً والعكس صحيح (مارزانوا وآخرون،٢٠٠٤ :٤٩).

وبما أن الطالبات (عينة البحث الحالي) في المرحلة الإعدادية هنّ في مرحلة المراهقة إذ تحدث العديد من المظاهر الإنمائية وهي تمثل جوانب شخصية في المتعلم (علوان ، ٢٠١١ : ٧) . وتبدأ الطالبة في هذه المرحلة بالإستعداد للإعتماد على نفسها وازدياد مسؤولياتها الحياتية ، فبالإضافة إلى كون هذه المرحلة مرحلة مراهقة فهي أيضاً مرحلة إعداد للمرحلة الجامعية (المهداوي، ٢٠٠٦ :٧). لذلك ومن خلال ما ذكر سابقاً نجد أننا أصبحنا بحاجة ماسة إلى الخروج عن طرائق التعليم التقليدية التي اسهمت في أنشاء جيل لا يستطيع الخروج عن مستوى الحفظ و التقلين ولا يتمكن من أستثمار ما تعلموه في حياتهم اليومية إذ يجب علينا الإهتمام أكثر بتنمية التفكير وإدخال الوسائل الحديثة كالبرامج

التعليمية التي تخدم الطالبات في مواجهة المشكلات والعوائق التي تواجههن لتقودهنّ إلى حياة أفضل أساسها التفكير المنتج . وتكمن الأهمية التطبيقية للبحث الحالي في إعداد إختبار لقياس التفكير المنتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية ، ويتوقع أن تسهم هذه الدراسة في تطوير الوضع الحالي بما يتناسب مع التغيرات الحاصلة في المجتمع.

هدف البحث

يهدف البحث الحالي تعرف إلى(التفكير المنتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية).

حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بطالبات المرحلة الإعدادية (الصف الخامس الأدبي) في مدارس بعقوبة المركز/الدراسة الصباحية للعام الدراسي (٢٠١٥-٢٠١٦) .

تحديد المصطلحات :

التفكير المنتج Productive Thinking :

عرّفه كل من :

١-هورسون (Hurson,2007) :

هو الأداة المنهجية العلمية التي تجمع بين التفكير الناقد والتفكير الإبداعي للقيام بالأعمال وحل المشكلات بجودة عالية ، ونقطة قوة التفكير المنتج أنه يجمع بين التفكير الناقد والتفكير الإبداعي ويوظفهما لتحقيق نتائج إيجابية علمية (Hurson,2008:2).

٢-جابر (٢٠٠٨) :

ناتج مجموع عمليات عقلية (التفكير الناقد والتفكير الإبداعي) وتكون هذه المكونات متداخلة في كثير من المواقف ويعتمد الواحد على الآخر (جابر،٢٠٠٨ :١٣٩).

وقد تبنت الباحثة تعريف (هورسون،٢٠٠٧) تعريفاً نظرياً في تحديده لمصطلح التفكير المنتج .

التعريف الإجرائي : هي الدرجة التي تحصل عليها الطالبة المستجيبة من خلال إجابتها عن فقرات آختبار التفكير المنتج.

- المرحلة الإعدادية Preparatoy Stage :

هي المرحلة التي تضم الصفوف (الرابع والخامس والسادس وبفرعيها العلمي والأدبي) وتكون مدة الدراسة فيها ثلاث سنوات (وزارة التربية،١٩٧٧ :١٢).

أولاً : الإطار النظري :

-خطوات التفكير المنتج :

يحدد هوسون (Hurson,2008) ومن خلال النموذج الذي أشار إليه إلى أن التفكير المنتج يتكون من ست خطوات وكما يلي :

الخطوة الأولى : ثورة الإحساس بالمشكلة ، ماذا يجري من حولي؟

وفي هذه الخطوة يتم وضع إطار للمشكلة أو الفرص التي يمكن تناولها ، وكذلك آستكشاف العديد من الطرائق لحلها ، وهناك خمس خطوات فرعية في هذه الخطوة وهي :

١-ما المشكلة؟ إذ يتم توليد لائحة طويلة من المشكلات المتصورة من أجل تحديد المشكلة المراد معالجتها.

٢- ما تأثير هذه المشكلة؟ وهنا يتم البحث في هذه المسألة بعمق وتحديد الكيفية التي تؤثر فيها في العالم.

٣- ما المعلومات؟ ويتم في هذه المرحلة إجراء وصف دقيق ومفصل لجميع جوانب المشكلة.

٤- من المشترك في المشكلة؟ هنا يتم تحديد جميع من له علاقة بهذه المشكلة.

٥- ما الرؤية؟ ويتم تحديد ما يمكن أن يكون عليه الوضع لو تم حل هذه المشكلة بطريقة أخرى.

الخطوة الثانية: ما النجاح المطلوب ؟ وضع معايير النجاح:

وفي هذه الخطوة يتم تحديد رؤية للمستقبل من خلال حل المشكلة ، إذ يتم هنا آستخدام التخيل النشط وأستكشاف الأمور التي ستكون عليه بعد حل المشكلة ، ويتم ذلك بأداة تسمى (DRIVE) لتحديد الآتي :

١-لا : ماذا تريد أن تفعل "الحل" ؟

٢-القيود : ما القيود التي تمنع تنفيذ الحل ؟

٣-الآستثمار : ما المواد التي يمكن إستثمارها في هذا الحل ؟

٤-القيم : ما القيم التي يجب أن تؤخذ بعين الإعتبار في هذا الحل ؟

٥-النتائج الأساسية : ما النتائج الأساسية التي تنتج عن هذا الحل ؟

الخطوة الثالثة : ما السؤال ؟ تحديد المشكلة الحقيقية :

ويتم في هذه الخطوة صياغة المشكلة على شكل سؤال يمكن الإجابة عنه ، ويتم تحقيق ذلك من خلال مناقشة الأفكار وإستخلاص العديد من التساؤلات بالقدر الممكن ومن ثم تجميع هذه الأسئلة و إختيار السؤال أو الأسئلة التي تبدو أكثر واقعية.

الخطوة الرابعة : ما الحلول الممكنة ؟

من خلال إستخدام العصف الذهني يتم توليد أكبر عدد من الأفكار ، إذ يتم إنشاء قائمة طويلة من الحلول الممكنة للمشكلة ويتم إختيار الحل الأفضل من هذه الحلول أو عدد من الحلول المجتمعة لمزيد من التطوير.

الخطوة الخامسة : ما الحل الأفضل ؟

يستخدم هنا أداة محددة تسمى (POWER) لتطوير الحل المختار من خلال البحث عن الآتي :

١-تحديد الإيجابيات : ما هو جيد عن الفكرة ؟

٢-تحديد السلبيات : ما هو سيء عن ذلك ؟

٣-تحديد الإضافات : ما معنى أن أذكر لكم ؟

٤-تحديد التعزيزات : كيف يمكن تطوير هذا الحل بطريقة أفضل ؟

٥-تحديد التداخلات : كيف يمكن تصحيح الأمور السيئة في الحل ؟

الخطوة السادسة : كيف يمكن تنظيم الموارد ؟ إنشاء خطة العمل :

هنا في الخطوة الأخيرة يتم ترجمة الحلول المختارة في خطة العمل التي تشتمل على الأمور الآتية :

١-إعداد قوائم بالحلول المقترحة .

٢- تحديد جدول زمني محدد لكل مرحلة .

٣- تحديد قوائم بأسماء الأشخاص الذين سيشاركون في تنفيذ الحل المقترح .

٤-تحديد النقاط والقضايا التي تحتاج إلى مزيد من العمل لتطويرها (Hurson,2008:92).

منهجية البحث وإجراءاته :

يتضمن هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة وإجراءاته والتي تتمثل في تحديد مجتمع البحث وأختبار عينة البحث وأداة البحث فضلاً عن آختيار الوسائل الإحصائية المناسبة لتحليل بياناته وكما يلي :

أولاً : منهجية البحث :

من أجل تحقيق هدف البحث الحالي إعتمد المنهج الوصفي فهو لا يقتصر على دراسة الظاهرة وحسب بل يمتد إلى جمع المعلومات وتحليلها وإستنباط الإستنتاجات (العتبي،الهيتي،٢٠١١ :٢٥).

ثانياً : إجراءات البحث :

١-٢-مجتمع البحث:

ويقصد به المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة (عودة، ملكاوي، ١٩٨٧ : ١٢٧). ويتكون مجتمع البحث الحالي من طالبات الصف الخامس الإعدادي الفرع (الأدبي) المتواجدات في المدارس الإعدادية والثانوية في مركز قضاء بعقوبة للدراسة الصباحية للعام الدراسي (٢٠١٥-٢٠١٦) وقد بلغ عدد مدارس قضاء بعقوبة للبنات (١٥) مدرسة، أما عدد طالباتها فبلغ (٧٧٨٧) طالبة في حين بلغ عدد طالبات الصف الخامس الأدبي (٥١٤) في الدراسة الصباحية ومن مدارس البنات فقط.

مجتمع البحث موزع حسب أسماء المدارس وأعداد الطالبات في مركز بعقوبة

ت	المدرسة	عدد الطالبات
١	ع/ التحرير للبنات	٣٩٥
٢	ث/ الزمر للبنات	٣٠٥
٣	ع/ العدنانية للبنات	٨٤٩
٤	ث/ المؤمنة للبنات	٥٠٥
٥	ث/ جمانة للبنات	٥٦٦
٦	ث/ عائشة للبنات	٩٤٨
٧	ث/ الآمال للبنات	٨٠٩
٨	ع/ القدس للبنات	٣٩١

٩	ث/ آمنة بنت وهب للبنات	٦٧٤
١٠	ث/ فاطمة للبنات	٤٥٠
١١	ع/ زينب الهلالية للبنات	١٨٦
١٢	ع/ الخيزران للبنات	٢٨٤
١٣	ع/ ثويبة الأسلمية للبنات	٣٩٦
١٤	ع/ أم حبيبة للبنات	٣٤٦
١٥	ث/ العروة الوثقى للبنات	٦٨٥
المجموع		٧٧٨٧

٢-٢- عينة البحث :

تم إختيار (٤٠٠) طالبة من مدارس المركز في محافظة ديالى وقد أختيرت عينة البحث بالطريقة الطبقية العشوائية ، والجدول الآتي يوضح ذلك:

ت	المدرسة	عدد طالبات الصف الخامس الأدبي
١	ع/ التحرير للبنات	٢٦
٢	ث/ الزمر للبنات	٢٦
٣	ع/ العدنانية للبنات	٢٦
٤	ث/ المؤمنة للبنات	٢٦
٥	ث/ جمانة للبنات	٢٦
٦	ث/ عائشة للبنات	٢٦
٧	ث/ الآمال للبنات	٢٦
٨	ع/ القدس للبنات	٢٦
٩	ث/ آمنة بنت وهب للبنات	٢٦
١٠	ث/ فاطمة للبنات	٢٦
١١	ع/ زينب الهلالية للبنات	٢٦
١٢	ع/ الخيزران للبنات	٢٦
١٣	ع/ ثويبة الأسلمية للبنات	٢٦
١٤	ع/ أم حبيبة للبنات	٢٦
١٥	ث/ العروة الوثقى للبنات	٢٦

٢- أداة البحث:

ولتحقيق أهداف البحث الحالي كان لابد من توفير أداة لقياس التفكير المنتج، وبعد إطلاع الباحثة على الأدبيات ودراسات سابقة ذات علاقة بالبحث الحالي ، ولم تجد الباحثة أداة مناسبة لعينة البحث لقياس التفكير المنتج مما دعاها لبناء إختبار لقياس التفكير المنتج ، وقد آعتمدت الإجراءات الآتية لإعداد أداة البحث :

-إختبار التفكير المنتج:

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة والإطار النظري تم إعداد إختبار للتفكير المنتج وتتكون من مكونات التفكير المنتج وهي التفكير الناقد والتفكير الإبداعي كما وضح ذلك (Hurson:2008)، وتم إعداد الإختبار على وفق الخطوات الآتية:

١.المنطلقات النظرية لبناء الإختبار:-

وقد حددت الباحثة منطلقاته النظرية وكالآتي :-

أ. إعتمدت الباحثة في بناء الإختبار على نظرية (هورسون) وتعريفه للتفكير المنتج وعلى المكونين الذي وضحهم هورسون (Hurson:2008) وإعتبرهم دعامتين يعتمد عليهم التفكير المنتج وهما نمط التفكير الناقد ونمط التفكير الإبداعي.

ب. إعتماد النظرية الكلاسيكية في القياس.

٢. تحديد مكونات الإختبار :

بعد أن آعتمدت الباحثة على تعريف هورسون للتفكير المنتج وعلى تعريفه للمكونين الناقد والإبداعي وإعتبرتهما مكونات للتفكير المنتج، ثم قامت الباحثة بعرض التعريفات النظرية الخاصة بالإختبار على مجموعة من الخبراء والمتخصصين في علم النفس، والقياس النفسي لأخذ آرائهم بصلاحية التعريفات التي وضعتها وحصلت موافقة (٩٧%) من الخبراء وهي نسبة جيدة حيث تم أخذ نسبة إتفاق (٨٠%) فما فوق.

٣.صياغة فقرات الإختبار :

ولغرض صياغة فقرات الإختبار الملائمة لقياس التفكير المنتج قامت الباحثة بالإطلاع على الدراسات والمقاييس ذات العلاقة بالتفكير المنتج للإفادة منها وفي ضوء ذلك يتألف إختبار التفكير المنتج من مجالين التفكير الناقد الذي يتألف بصورته النهائية من (٧٥) فقرة موزعة على خمس إختبارات فرعية بواقع (٤) فقرة للإستنتاج و(٥) فقرة لتقويم الحجج و(٥)

فقرة للإستنباط و(٥) فقرة للتفسير و(٥) فقرة لمعرفة الإفتراضات ، حيث كانت أعلى درجة تحصل عليها المستجيبة هي (٢٥). أما مجال التفكير الإبداعي والذي يتكون من ثلاث مهارات هي الطلاقة والمرونة والأصالة إذ تكّون من خمس إختبارات ولكل إختبار موقفان وبذلك أصبح عدد الفقرات عشر فقرات تقيس القدرة على التفكير الإبداعي. و كانت أعلى درجة عند الإجابة كاملة على هذا الإختبار هي (١٠٠).

-إعداد تعليمات الإختبار :

وقد راعت الباحثة أن تكون التعليمات واضحة ومفهومة والإشارة إلى أن ما تحصل عليه الباحثة هو لأغراض البحث العلمي.

-إجراءات تحليل الفقرة:

فقد تم إيجاد القوة التمييزية للفقرات ومن خلال عينة التحليل الإحصائي والبالغة (٢٠٠) طالبة و بإسلوب المجموعتين المتطرفتين ، إذ تم آستخراج الدرجة الكلية لكل فرد وترتيب الدرجات تنازلياً من أعلى درجة إلى أدنى درجة تم إعتماد نسبة (٢٧%) كجموعة عليا و(٢٧%) كمجموعة دنيا حيث إنّ هاتين النسبتين للمجموعتين توفران أعلى ما يمكن من حجم وتمايز(Ebel,1972:385). وبذلك تم الحصول على مجموعتين تضم كل منهما (١٠٨) إستمارة وقد تراوحت حدود الدرجات للمجموعة العليا بين (٨٧-٥٧) وحدود الدرجات للمجموعة الدنيا بين(٣١ -٢١) درجة وطبقت معادلة القوة التمييزية وقد كانت الفقرات جميعها مميزة عند مقارنتها بالمعايير التي وضعها إيبل بهذا الخصوص بإستثناء الفقرات (٤-٢٩-٥٤) من مجموع (٧٥) فقرة.

معاملات تمييز الفقرات وعينة التحليل الإحصائي

رقم الفقرة	معامل التمييز	رقم الفقرة	معامل التمييز	رقم الفقرة	معامل التمييز
١	٠.٢٠	٢٦	٠.٢٠	٥١	٠.٢٠
٢	٠.٣٩	٢٧	٠.٣٩	٥٢	٠.٣٩
٣	٠.٣٢	٢٨	٠.٣٢	٥٣	٠.٣٢
٤	٠.١٨	٢٩	٠.١٨	٥٤	٠.١٨
٥	٠.٢٥	٣٠	٠.٢٥	٥٥	٠.٢٥
٦	٠.٢٣	٣١	٠.٢٣	٥٦	٠.٢٤
٧	٠.٢٦	٣٢	٠.٢٦	٥٧	٠.٢٦

٨	٠.٢٠	٣٣	٠.٢٠	٥٨	٠.٢١
٩	٠.٤٧	٣٤	٠.٤٧	٥٩	٠.٤٦
١٠	٠.٢٢	٣٥	٠.٢٢	٦٠	٠.٢٢
١١	٠.٣٢	٣٦	٠.٣٢	٦١	٠.٣١
١٢	٠.٣٣	٣٧	٠.٣٣	٦٢	٠.٣٣
١٣	٠.٢٨	٣٨	٠.٢٨	٦٣	٠.٢٨
١٤	٠.٢٨	٣٩	٠.٢٨	٦٤	٠.٢٩
١٥	٠.٤٢	٤٠	٠.٤٢	٦٥	٠.٤٢
١٦	٠.٣٨	٤١	٠.٣٨	٦٦	٠.٣٨
١٧	٠.٤٣	٤٢	٠.٤٣	٦٧	٠.٤٢
١٨	٠.٣٠	٤٣	٠.٣٠	٦٨	٠.٣٠
١٩	٠.٣٤	٤٤	٠.٣٤	٦٩	٠.٣٤
٢٠	٠.٤٨	٤٥	٠.٤٨	٧٠	٠.٤٨
٢١	٠.٤٢	٤٦	٠.٤٢	٧١	٠.٤٢
٢٢	٠.٤١	٤٧	٠.٤١	٧٢	٠.٤١
٢٣	٠.٤٢	٤٨	٠.٤٢	٧٣	٠.٤٢
٢٤	٠.٥٣	٤٩	٠.٥٣	٧٤	٠.٥٣
٢٥	٠.٤٤	٥٠	٠.٤٤	٧٥	٠.٤٤

صدق الإختبار:

أولاً: الصدق الظاهري:

وقد تحقق هذا المؤشر من خلال عرض الإختبار على مجموعة من المتخصصين في مجال العلوم التربوية والنفسية وأن مجرد إتفاق أكثرية الخبراء على مدى صلاحية الفقرات يعد صدقاً ظاهرياً.

ثانياً: صدق البناء:

وقد تحقق هذا النوع من الصدق كالتالي :

من خلال إيجاد القوة التمييزية لفقرات الإختبار بوساطة أسلوب المجموعتين المتطرفتين إذ تم حذف الفقرات (٤-٢٩-٥٤) لأنها لم تبلغ المعايير التي وضعها إيبل جدول (٩).

من خلال إيجاد أسلوب آرتباط درجة كل فقرة بالمجال للمقياس بإستخدام معامل إرتباط بيرسون وتراوحت معاملات الآرتباط بين (٠.٢١٦-٠.٥٣٦) وكانت جميع الفقرات دالّة عند مستوى (٠,٠٥) وبدرجة حرية (٣٩٨). وكما موضح في الجدول الآتي:

علاقة درجة الفقرة بالمجال الذي تنتمي إليه

ت	معرفة الإفتراضات	ت	التفسير	ت	تقويم الحجج	ت	الإستنباط	ت	التفسير
١	٠.٢٤٩	١٦	٠.٣٣١	٣١	٠.٢٩٨	٤٦	٠.٣٨٢	٦١	٠.٣٣١
٢	٠.٣٣٦	١٧	٠.٣٦٣	٣٢	٠.٢٦٠	٤٧	٠.٣٠٩	٦٢	٠.٢٦١
٣	٠.٤٥٨	١٨	٠.٢٥٦	٣٣	٠.٢٤٩	٤٨	٠.٣٩٨	٦٣	٠.٢٢٦
٤	٠.٢٥٥	١٩	٠.٣٥٧	٣٤	٠.٣١٦	٤٩	٠.٤٢٥	٦٤	٠.٢٦٢
٥	٠.٤١٨	٢٠	٠.٣٥٣	٣٥	٠.٢٤٩	٥٠	٠.٤٥٤	٦٥	٠.٣٣٩
٦	٠.٣١٧	٢١	٠.٤٥٤	٣٦	٠.٢٥٢	٥١	٠.٢٥٥	٦٦	٠.٣٦٨
٧	٠.٢٥٥	٢٢	٠.٣٣٩	٣٧	٠.٣٨٤	٥٢	٠.٣٢٨	٦٧	٠.٣٩٦
٨	٠.٣١٩	٢٣	٠.٤٦٦	٣٨	٠.٢٦١	٥٣	٠.٣١٢	٦٨	٠.٢٩١
٩	٠.٣٦٥	٢٤	٠.٥٠٠	٣٩	٠.٣٠٣	٥٤	٠.٢٤٤	٦٩	٠.٤٢٨
١٠	٠.٢٤٩	٢٥	٠.٤٥٣	٤٠	٠.٣٨٣	٥٥	٠.٣٥٦	٧٠	٠.٤٠٨
١١	٠.٢١٦	٢٦	٠.١٦٢	٤١	٠.٣٤٣	٥٦	٠.٢٨٢	٧١	٠.٤٥٥
١٢	٠.٣٤٦	٢٧	٠.٣٢٦	٤٢	٠.٣٦٢	٥٧	٠.٢٢٦	٧٢	٠.٤٢٥
١٣	٠.٢٣١	٢٨	٠.٢٢١	٤٣	٠.٣٨١	٥٨	٠.٢٨٩	٧٣	٠.٤٢٧
١٤	٠.٢٤٢	٢٩	٠.١٩٠	٤٤	٠.٢٩١	٥٩	٠.٣٣٤	٧٤	٠.٥٣٦
١٥	٠.٣٦٩	٣٠	٠.٢٤٣	٤٥	٠.٤٨٠	٦٠	٠.٢٤٨	٧٥	٠.٤٢١

الثبات:

ولحساب معامل الثبات إستخدمت الباحثة طريقيتين هما :

الإتساق الداخلي بإستخدام معامل ألفا-كرونباخ Alfa-Coeffcient For Consistency:

تقوم هذه الطريقة على حساب الآرتباطات بين المعاملات لمجموعة الثبات على الفقرات جميعها الداخلة في الإختبار (عودة،١٩٨٨ :٣٥٤). وقد تم إستخراج معامل ألفا وقد بلغ معامل الثبات للإختبار ككل (٠.٨٥) إذ إعتمدت الباحثة على عدد إستمارات العينة التي

خضعت للتحليل الإحصائي والتي كان عددها (٤٠٠) إستمارة ، أما بالنسبة للإختبارات الفرعية فقد تراوحت بين (٠.٧٣-٠.٨٣) .

ثبات التصحيح :

قامت الباحثة بإعطاء إستمارات عينة الثبات البالغ عددها (١٠٠) إستمارة إلى مصحح آخر له معرفة بطريقة التصحيح ، مع مراعاة عدم وجود أية إشارات على الإستمارات من قبل المصحح الأول (الباحثة) ، وتم حساب معامل الآرتباط بين التصحيحين بإستخدام معامل إرتباط بيرسون ، وبلغ معامل الإرتباط (٠.٨٣). ويعد معامل الثبات المستخرج مؤشراً عالياً مما يدل على أن مرور الزمن أو إختلاف المصحح لا يؤثر على موضوعية الدرجة خاصة إذا تم إتباع التعليمات بشكل صحيح (السعدون،٢٠١٢ :١٤٨).

رابعاً: الوسائل الإحصائية:

تم تحليل البيانات الورادة في البحث الحالي ومعالجتها إحصائياً وذلك بإستخدام الوسائل الإحصائية (الإختبار التائي لعينة واحدة ، معامل إرتباط بيرسون).

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها

فيما يلي عرض النتائج التي توصل إليها البحث الحالي:

(تعرف التفكير المنتج لدى طالبات المرحلة الإعدادية)

لتحقيق هذا الهدف تم إستخراج المتوسط الحسابي لدرجات عينة البحث على إختبار التفكير المنتج والبالغ (٧٤.٨٣٥) درجة، وإنحراف معياري قدره (١٢.١٠٨) درجة ، ووسط فرضي مقداره (١٢.٥) درجة. وبعد تطبيق الإختبار التائي لعينة واحدة حيث بلغت القيمة التائية المحسوبة (٨٧.٤٠٢) وهي أكبر من القيمة التائية الجدولية البالغة (١.٩٦) عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (١٩٩) ، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة البحث الحالي يتمتعون بتفكير منتج ، والجدول الآتي يوضح ذلك :

نتائج الإختبار التائي لدرجات عينة البحث على إختبار التفكير المنتج

العدد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الوسط الفرضي	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠.٠٥
				المحسوبة	الجدولية	
٢٠٠	٧٤.٨٣٥	١٢.١٠٨	١٢.٥	٨٧.٤٠٢	١.٩٦	دالة

ومن الجدول أعلاه يتبين أن طالبات المرحلة الإعدادية يمتلكن قدرة على التفكير المنتج ولديهن قدرة على التمحيص والنقد للأشياء وبطريقة إبداعية تحتوي على الطلاقة والمرونة

والأصالة ، حيث إن للتفكير المنتج أهمية كبيرة في حياة الإنسان ولا سيما وأننا نعيش في بيئة تزهو بالمتغيرات و تتطلب منا التعامل معها وفهمها والإستجابة لها بطريقة ناجحة.

الإستنتاجات:

في الضوء النتائج التي خرج بها البحث الحالي ، يمكن آستخلاص بعض الآستنتاجات وكما يأتي:

١-يمكن تنمية التفكير المنتج من خلال توفر البيئة الصفية المناسبة.

٢-الطريقة الصحيحة والأسلوب المستخدم مع الطالبات وحرية التعبير والتفاهم والآحترام المتبادل كان له الأثر الواضح في تعزيز مهارات التفكير المنتج لدى الطالبات.

التوصيات:

في ضوء الإستنتاجات فإنّ البحث الحالي يوصي بما يأتي:

١-الإرتقاء بمستوى الطالبات من خلال الأهتمام بالكيف لا بالكم والتركيز على تنمية الفهم والتفكير لا الحفظ والتلقين.

٢-الإهتمام بالتفكير المنتج وإدخاله ضمن المناهج الدراسية لذا يجب العمل على تنميته من مراحل رياض الأطفال وحتى الدراسة الجامعية.

المقترحات:

١-إجراء دراسات تهدف إلى الكشف عن أهم المشكلات التي تعاني منها الطالبات في مناهجهن.

٢-إجراء دراسة مقارنة بين طلاب المرحلة الإعدادية وطالبات المرحلة الإعدادية.

Abstract

The Productive Thinking For Preparatory Stage Girl Students

Keywords : Productive Thinking .Stage Girl , Students

Latifa Majed Mahmood ***Aya Jalal Abd-Alluh***

University of Diyala

Colledge of Educational for Human Science

The current research is aimed learn (The Productive Thinking For Preparatory Stage Girl Students) in order to verify this, the researcher built a test of thinking and product extracted psychometric properties have to be applied for the current research sample consisted of a sample based test (200) students, and are the choice of two areas of critical thinking, which is subject of the five sub-areas and by five positions for each subdomain, and creative thinking, which is subject of the five positions were verified virtual honesty and sincerity to build the tool were verified consistency Cronbach alpha-way

and reached reliability coefficient (0.85), while stability factor of the instrument in a manner constancy correction (0.83). Using statistical methods (test Altaia for one sample, the Pearson correlation coefficient) was reached that there is a product of thinking among students of the preparatory stage. The researcher came out a set of recommendations and proposals.

المصادر العربية والأجنبية

- السعدون ، زينة عبد الحسن. (٢٠١٢) : أثر برنامج لتعليم التفكير في حل المشكلات والتحصيل الدراسي لدى تلاميذ المرحلة الإبتدائية ، إطروحة دكتوراه ، كلية التربية ، إبن الهيثم ، جامعة بغداد.
- العتبي، عزيز عباس، الهيتي،محمد يوسف.(٢٠١١): مناهج البحث العلمي المفاهيم والأساليب والتحليل والكتابة ، مكتبة اليمامة.
- العتوم ، عدنان يوسف. (٢٠٠٤) : علم النفس المعرفي ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان.
- المهداوي ، زياد عبد الجبار جواد. (٢٠٠٦) : أساليب التعلم لدى طلبة المرحلة الإعدادية وعلاقتها ببعض المتغيرات ، رسالة ماجستير، كلية التربية – جامعة ديالى.
- جابر ، جابر عبدالحميد. (٢٠٠٨) : أطر التفكير المنتج ونظريات دليل للتدريس والتعلم والبحث ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان – الأردن.
- حسين، محمد إبراهيم.(٢٠١٢):عادات العقل والتفكير عالي الرتبة وعلاقتهما بالفاعلية الذاتية لدى طلبة كليات التربية،(إطروحة دكتوراه)،كلية التربية–إبن الهيثم ،جامعة بغداد.
- –عبدالهادي،نبيل وآخرون.(٢٠٠٩):مهارات في اللغة والتفكير،الطبعة الأولى،دار المسيرة ، عمان.
- علوان، ياسمين غانم.(٢٠١١):أثر برنامج إرشادي في خفض إضطراب النوم لدى طالبات المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة ديالى.
- عودة ، أحمد سليمان ؛ ملكاوي ، فتحي حسن. (١٩٨٧) : أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية ، مكتبة المنار للنشر والتوزيع.
- عودة، أحمد.(١٩٨٨):القياس النفسي في العملية التدريسية، دار الأمل، الأردن.

- مارزانوا ، روبرت وآخرون. (٢٠٠٤) : أبعاد التفكير ، الطبعة الثانية ، دار الفرقان ، ترجمة يعقوب حسين نشوان ومحمد صالح الخطاب ، عمان – الأردن.
- وزارة التربية.(١٩٧٧):نظام المدارس الثانوية، مطبعة وزارة التربية، بغداد–العراق.
- ***Ebel, R.L.(1972): Essentials of educational measurement 2nd , dprentice. Hall NewYork, 555.***
- ***Hurson,T.(2008) : Think Better . McGraw Hill, United States***