

التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال

أ.د. ايمان عباس علي الخفاف
الجامعة المستنصرية/ كلية التربية الاساسية
مديرة تربية محافظة ديالى
لى لطيف العزاوي
محافظة ديالى
lumaalazawee@gmail.com

مستخلص البحث:

يهدف البحث الحالي التعرف التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال، وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي وكانت عينة البحث هي (200) طالبة من طالبات قسم رياض الاطفال في كلية التربية الاساسية / الجامعة المستنصرية ولغرض تحقيق اهداف البحث قامت الباحثتان ببناء مقياس التفكير المنتج بعد اطلاعهن على النظريات والدراسات السابقة الخاصة بموضوع بحثهن إذ تضمن مقياس التفكير المنتج بصيغته النهائية (29) فقرة وقد تحققت الباحثتان من الخصائص السيكمترية للأداة ، وتم التوصل إلى النتائج الآتية :

- إن طالبات قسم رياض الاطفال لديهن تفكير منتج، إذ جاءت النتائج بمتوسط حسابي أعلى من المتوسط الفرضي للمقياس.

الكلمات المفتاحية : طالبات قسم رياض الاطفال ، التفكير المنتج

الفصل الاول

أهمية البحث والحاجة اليه

مشكلة البحث :

يعد التفكير المنتج احد الاتجاهات الحديثة في التربية التي تواكب متطلبات العصر ، والتي صار لزاماً علينا تفعيل دورها ، وزيادة الاهتمام بها، فهو يجمع بين أكثر من نوع من أنواع التفكير الفعالة والتي اثبتت نجاحها ودورها في العملية التربوية، وان المبدأ الأساسي للتفكير المنتج يقوم على نوعين من مهارات التفكير : مهارات التفكير الإبداعي (الطلاقة، المرونة، الاصاله، مهارات التفكير الناقد (الافتراضات، التفسير، تقويم الحجج، الاستنباط الاستنتاج)

(Thinkx, 2012: 3).

وبناءً على ما سبق فقد احست الباحثتان بضرورة اجراء دراسة تتناول متغير البحث لما له من اهمية بالغة وقد عضدت الباحثتان احساسهما بمشكلة الدراسة من خلال الدراسات السابقة وعلى المستوى المحلي والتي شخّصت ذلك، فقد بينت دراسة (ابراهيم، 2012) ان: " اغلب المؤسسات التعليمية لا تأبه للتنمية او تطوير التفكير المنتج لدى طلبتها " وأعزت السبب في ذلك الى أن هناك عدم ترابط فيما بين الكوادر التعليمية والمؤسسات التعليمية في العراق . وعليه فقد جاءت هذه الدراسة في محاولة استقصاء التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال، اذ يمكن تحديد مشكلة الدراسة الحالية في محاولة الاجابة عن السؤال الرئيس الاتي : ما مدى امتلاك طالبات قسم رياض الاطفال للتفكير المنتج ؟.

أهمية البحث :

إن قدرة الإنسان على إعمال العقل أدت لأن يكون أرقى المخلوقات على وجه البسيطة، لا سيما وأن النهضة الحقيقية في شتى مجالات الحياة تتوقف على تفكيره المنتج، الذي يشير إلى العملية الذهنية المعرفية الوجدانية الراقية، والتي تعتمد على العديد من العمليات النفسية، ومنها الإدراك والإحساس، ونظراً لأن التفكير يركز على بعض العمليات العقلية كالتذكر والتنظيم والتقييم والتمييز والمقارنة والتحليل والاستدلال والاستنتاج والاستنباط، وغيرها، لذا بات من الضروري الإقرار بأن التفكير يعد سلوكاً ذهنية يتم بواسطته معالجة المعلومات بغية حل المشكلات واتخاذ القرارات (سيد، 2019: 3). وانطلاقاً من أهمية التفكير وضرورته فقد احتل موقعه مكانة بارزة في المؤسسات التعليمية، والكوادر التدريسية، وما يجعل ثقل المهمة عليهم أكبر وأعظم هو التعقد الذي يعيشه الطلبة في العصر الحاضر، وفي المستقبل الذي سيواجهونه، حيث يحتاجون فيه إلى التزود بما يمكنهم من خوض المجالات المختلفة في هذا العصر، والمنافسة والتفوق فيها كما يمكنهم ذلك من تطوير مجتمعاتهم وتحقيق قدرتها على المنافسة في عصر بات يتسم بتقديم ما هو جديد في كل لحظة وتتسارع فيه المعلومات والأفكار والانتاجات بين المجتمعات والدول (هلال وآخرون، 2019: 440). وعليه فقد أصبح التفكير المنتج كأحد أنواع التفكير أهمية كبيرة في حياة الإنسان فهو يساعده على حل كثير من المشكلات وتجنب الأخطار عن طريق ما يقوم به من استدلالات وتحليل فيستطيع الفرد حل كثير من المشكلات عن طريق استعمال معاني الأشياء ومعالجتها معالجة واقعية علمية (الحجازي، 2020: 14). فعند استعمال التفكير المنتج لأبد من التفكير بصور كثيرة مختلفة وغير عادية من ناحية ومحاولة التفكير بأفكار لن يفكر بها أحد من قبلك من ناحية أخرى (السروور وحسين، 2010: 2) فالتفكير كعملية ذهنية معرفية وجدانية راقية، تعتمد على بعض العمليات النفسية، كالإدراك والإحساس، وترتكز على عمليات عقلية كالتذكر والتنظيم والتقييم والتمييز والمقارنة والاستدلال والتحليل، يأتي التفكير على قمة هذه العمليات؛ وذلك نظراً للدور الذي يؤديه في البناء المعرفي للأفراد (عبد القادر، 2020: 11) والتفكير المنتج جزء من هذا البناء المعرفي فالحياة عبارة عن مجموعة من المواقف وعلى الفرد مواجهتها متسلحاً بعمله النظري بدون الفصل بينهما لأي سبب من الأسباب مما يدفعنا إلى عملية التغيير والاختصاص بخطوات صغيرة على الطريق وعلى فترات حتى نصل إلى الأهداف المرغوبة، بحيث يصل التفكير المنتج إلى الوسيلة وحل جميع المشكلات التي تواجهها (حمزة ورشيد، 2019: 75). إذن فالتفكير المنتج منهجاً في البحث يسلكه الفرد لفهم الواقع القائم وإطلاق الأحكام الصادقة على الوقائع والمشكلات باستخدام الأسلوب العقلي بقصد الوصول إلى غايات أو معالجات محددة، بمعنى أنه منهج في التفكير غرضه فهم الواقع وتحليله وتشخيصه على أساس العلاقات السببية بين متغيراته، به تعرف المشكلات وأسبابها وتدرس الأولويات والبدائل لحلها ومعالجتها، لذلك فإن التفكير المنتج يتطلب إدراك الواقع وتحديد خصائصه ومشكلاته وتشخيص المحور الرئيس أو المشكلة الرئيسة والربط بين النتائج ومسبباتها (مجاهد وعبد الوهاب، 2021: 39). إذن فهو من أنواع التفكير التي يعالج الفرد بواسطتها الواقع ويفضي إلى نتائج ذات مردود نفعي للفرد والمجتمع وقد عبر عنه أحد المفكرين اليابانيين حينما قال: "للأمم ثروات تحت أرجلهم يستخدمونها فتتضرب أما نحن في اليابان فثروتنا فوق أرجلنا تزداد وتنمو كلما استخدمناها" وهذا يعبر عن مفهوم التفكير المنتج فهو تفكير توليدي ابداعي يتمثل بالبراعة في الوصول إلى نتائج من الطراز الأول فهو جزء من العملية الابداعية ومن أبرز سماته الخروج عن المألوف والشعور بالحاجة إلى

التطور (عطية، 2015: 131) وعليه فالتفكير المنتج يعد عملية معرفية ، وعنصرا أساسيا في البناء العقلي المعرفي، الذي يمتلكه الانسان ، ويتميز بالطابع الاجتماعي ويعمله كمنظومة تتبادل التأثير مع عناصر هذا البناء من العمليات المعرفية كالإدراك والتخيل والذاكرة كما يتبادل التأثير مع جوانب الشخصية الأخرى ، كالجانب الوجداني والجانب المهاري (منصور ، ٢٠٠٣ : ٣٢٨).

أهداف البحث :

يهدف البحث الحالي التعرف الى :

- التفكير المنتج لدى طالبات رياض الاطفال.

حدود البحث :

يتحدد البحث الحالي بالحدود الآتية:

- حدود بشرية : طالبات قسم رياض الاطفال .
- حدود زمانية : العام الدراسي 2022-2023.
- حدود مكانية : الجامعة المستنصرية /كلية التربية الاساسية / قسم رياض الاطفال.
- حدود نظرية : التفكير المنتج .

تحديد المصطلحات :

التفكير المنتج

- تعريف رزوقي وآخرون (2019) :

" عملية ذهنية يتفاعل فيها الادراك الحسي مع الخبرة، ويتطلب مجموعة القدرات أو المهارات، ويسعى إلى اكتشاف علاقات جديدة أو طريقة غير مألوفة لتحقيق هدف معين بدوافع داخلية أو خارجية أو كليهما ". (رزوقي وآخرون، 2019: 15)

- تعريف (hurson, 2008) :

"بانه نوع من أنواع التفكير يجمع بين مهارات التفكير الإبداعي والتفكير الناقد ويوظفهما لإنتاج أفكار جديدة"(Hurson, 2008: 45) .

- تعريف عطية (2015) :

" بانه عملية ذهنية ، يتفاعل فيها الادراك الحسي مع الخبرة، ويتطلب مجموعة من القدرات او المهارات، ويسعى الى اكتشاف علاقات جديدة او طرائق غير مألوفة التحقيق هدف معين، بدوافع داخلية او خارجية أو كلاهما" (عطية ، ٢٠١٥ : ١٣١)

- التعريف النظري :

تتفق الباحثتان مع تعريف (Hurson, 2008) لانه يعبر عن اهداف بحثهما.

- التعريف الإجرائي: الدرجة التي تحصل عليها المستجيبة عن طريق إجابته على فقرات مقياس التفكير المنتج المستخدم في البحث الحالي.

- تعريف : طالبات قسم رياض الاطفال

- "هن الطالبات اللاتي اتممن الدراسة الاعدادية او معهد الفنون التطبيقية وتم قبولهن في قسم رياض الاطفال وتمنح لهن شهادة البكالوريوس في رياض الاطفال" (دليل كلية التربية الاساسية، 2018: 5).

الفصل الثاني

اطار نظري ودراسات سابقة

تضمن الفصل الثاني محورين اساسيين يعرض الأول منها اطار نظري عن التفكير المنتج، في حين يعرض الثاني دراسات سابقة عن التفكير المنتج:

المحور الاول اطار نظري

مفهوم التفكير المنتج

يعد التفكير المنتج احد اهم أنماط التفكير والذي ظهر عندما قام العالم روميسزوفسكي (Romiszowski:1981) بالجمع بين نمطين من انماط التفكير وهو التفكير الناقد والابداعي (جابر، 2010: 139)، ومن ثم أشار إليه بالمستويات العليا من التفكير حسب تصنيف بلوم (كالتحليل والتركيب والتقويم) وغيرها من العمليات التي تؤدي إلى فهم أعمق وإلى اتخاذ قرار وإصدار حكم يمكن الدفاع عنه، وقد يتطلب تخطيطاً لما يذكره المتعلم ويفعله من خلال حل المشكلات، وتخيل المواقف، والتأمل في الآراء، أو توليد أفكار جديدة تعبر عن فكرة، فهذا النوع من التفكير لا يقتصر على تحليل الحجج الموجودة والمجادلات؛ بل يهتم أيضاً بتوليد الأفكار (Dwyer,2017:17). وعليه فهو ينمي القدرات العقلية العليا للمتعلمين مما أصبح لازماً على القائمين على العملية التعليمية - التعليمية بأن يهتموا بتعليم التلامذة على مهارات التفكير المنتج بشقيه الإبداعي والناقد (جروان، 2010: 122) ولا ريب أن التفكير المنتج ينمي قدرة الافراد على المناظرة الاستقصائية، مما يحقق لديهم نمواً شاملاً في مهارات التفكير الناقد والابداعي، الأمر الذي يساعدهم في حل المشكلات والقضايا العلمية التي تواجهه بكفاءة عالية (عبد القادر، 2020: 99-100).

أهمية التفكير المنتج

- 1-يعمل التفكير المنتج على مساعدة المتعلمين في الاطلاع على المصادر المختلفة التي تؤدي الى تنويع اهتماماتهم، وزيادة حصيلتهم المعرفية في كل مادة من المواد التعليمية.
- 2- تؤدي عملية توظيف التفكير المنتج في التعليم والاهتمام به إلى فهم أكثر عمقا للمحتوى المعرفي، وينقل عملية اكتساب المعرفة من عملية عقلية حاملة إلى عملية عقلية نشطة ويساعد على استيعاب أفضل للمحتوى وربط عناصره بعضها مع بعض فضلاً عن الخروج بنتائج وأفكار جديدة أكثر دقة.
- 3- تتجلى أهميته في حياة المتعلم من خلال قدرته على الكثير من المشكلات وتجنب الوقوع في الأخطار نتيجة لما يقوم.
- 4-يفسح التفكير المنتج المجال أمام المتعلم لممارسة طرح الأفكار والحلول للمشكلات التي تواجه الفرد وتوسيع آفاقه.
- 5-يحفز التفكير المنتج المتعلمين على التفكير الجدلي الذي لا يكون المتعلم بدونه مكتماً من الناحية العقلية والوجدانية، حيث إن التفكير الجدلي يجعل من المتعلم مستقلاً في تفكيره، ويحرره من التبعية، ويبتعد به عن التمحور الضيق حول الذات، وينطلق في مجالات أكثر اتساعاً، فضلاً عن تحفيز روح البحث والتساؤل لديه، وعدم الركون للحقائق والمعلومات والتسليم بها دون تحرر واستكشاف (القحطاني، 2021: 186).

ماهية التفكير المنتج

يهدف التفكير إلى الوصول إلى نتيجة ذات معنى بصدد المسألة أو المهمة موضوع التفكير، ويمكن الإشارة هنا إلى دور البنية المعرفية لدى الفرد وما يمتلكه من مهارات في تحقيق تلك النتيجة، بمعنى

أن هدف التفكير هو رهن التفاعلات القائمة بين موجودات البنية المعرفية للفرد، وقدرة الفرد على توظيف مهارات التفكير الحالية أو اكتساب مهارات جديدة تعينه في تحقيق الهدف المطلوب، فالتعليم والتدريب تراكميان ويهدفان إلى بناء كفايات جديدة، أو صقل كفايات قائمة، والكفايات تلعب دوراً مهماً في خلخلة التوازن ومن ثم إعادة التوازن إلى البنية المعرفية لتحقيق أغراض التعليم والتدريب (Yamin & Netta, 2000: 743) وعليه فالعمليات الإنتاجية للتفكير المنتج لا تحمل صفة التجميع بل صفة البناء التدريجي، فتكون محض صدفة الحدوث ومن خلالها تحدث حالات الترابطات والتجميع، كما أنها لن تكون عشوائية بطبيعتها، وعلى الرغم من المصاعب والتباينات والتطورات الديناميكية يظهر استمرار عمليات التفكير الإنتاجية في التقدم، وفي خضم التطور، غالباً من تؤدي هذه العمليات إلى توقعات وافتراسات واستنتاجات محسوسة تسمى بالاتجاه المستقيم بالتفكير (رزوقي وآخرون، 2018: 28). بناء على ما سبق ترى الباحثتان أن التفكير المنتج هو عملية تراكمية ديناميكية تحدث داخل دماغ الفرد من طريق تفاعل البنية المعرفية لديه، وهي عملية ذات هدف، ينبغي أن تنتهي بإنتاج أفكار جديدة وتحليل هذه الأفكار وتقويمها من لدن الفرد ذاته، مما يدل على أنه عملية تتصف بالتعقيد والتشعب، إذ لا تقتصر على نوع واحد من التفكير بل هو حصيلة تفاعل أكثر من نوع من أنواع التفكير. وقد صنف العلماء والباحثين مكونات التفكير المنتج إلى عدة تصنيفات منها:

- 1- ذكر روميسزوفسكي (Romiszowski:1981) ان التفكير المنتج يتكون من جمع مهارات التفكير الناقد والابداعي (جابر، 2010: 139).
- 2- في حين ذكر (العراك وحمد الله 2018) أن التفكير المنتج يتكون من مهارات التفكير الإبداعي ومهارات التفكير الناقد ومهارة حل المشكلات.
- 2- كما ذكرت (عفانة 2013) أن التفكير المنتج يتكون من مهارات التنظيم الذاتي، ومهارات التفكير الإبداعي، ومهارات التفكير الناقد.
- 3- كما أشار الكثير من علماء التربية والباحثين والمؤلفين مثل (Romiszowski:1981) (2008، Hurson)، و(رزوقي وآخرون 2018) و (المصري، 2017)، و(فرج الله وأبو سكران، 2018)، و(الشهري 2017)، و(العبدالله والجبوري 2018) إلى أن التفكير المنتج يتكون من التفكير الإبداعي، والتفكير الناقد، وهو المسار الذي اتخذته الباحثتان في أثناء إعداد أداة البحث، حيث إنه التصنيف الأكثر ملاءمة لغالبية تعريفات التفكير المنتج التي اطلعت عليها الباحثة، كما أنه يتماشى مع طبيعة وماهية التفكير المنتج من النواحي النظرية، ومن الصعوبة بمكان التفريق بين التفكيرين الإبداعي والناقد حيث أن التداخل والترابط يظهر جلياً بينهما، فالتفكير الإبداعي هو تفكير استكشافي وتوليدي وغير رسمي وتباعدي وغير تقليدي، والتفكير الناقد هو تفكير تحصيلي واستنتاجي ويختبر الفرضيات ومغلق وتقاربي، ولا يعني ذلك عزلهما عن بعض وذلك لأن التفكير الناقد يعد أحد الطرق التي يستخدمها المبدعون في اختيار الحلول من خلال إصدار الأحكام واتخاذ القرارات وتقديم الحلول (الخوادة، 2017: 28)، كما أن التفكير الإبداعي يولد أفكاراً وحلولاً والتفكير الناقد يضبط هذه الحلول لتصبح أفكاراً منتجة. وعملية التداخل والترابط بين نمطي التفكير الناقد والتفكير الإبداعي، أنتجت تفكيراً جديداً يسمى بالتفكير المنتج (سيد، 2020: 100)، حيث أنه يساعد الفرد على إيجاد نواتج ذهنية عديدة تتمثل في توليد الأفكار، واكتشاف علاقات جديدة، والتوصل إلى طرائق وأساليب غير مألوفة لحل المشكلات المختلفة (أحمد وآخرون، 2011: 54).

النظريات التي تناولت التفكير المنتج

أولاً: نظرية الوقت والحركة (لتايلور) Taylor's theory of time and motion

حددت نظرية تايلور ان التفكير المنتج يتعلق بالابداع والتفكير الابداعي ومساعدة المتعلمين على الاحساس بالمشكلات المحتملة وتنمية التفاعل بينهم وايجاد افضل الحلول للمشكلات لسد احتياجات المتعلمين في مدارسهم ومساعدتهم على التكيف مع العالم المتغير المتجدد، وقد اشارت الى تعليم مهارات التفكير المنتج والقدرات الإبداعية (الطلاقة والمرونة والاصالة والافاضة ، يتضح أن الهدف الرئيس من عملية رهي التفكير المنتج هو توليد الافكار الجديدة كما يعد عنصر النقد للتفكير المنتج حجر الاساس لعملية التفكير والمحاكمة المنطقية أو التقييم.

وعليه فقد اوصى تايلور باتباع التعليم المباشر و التفكير المتشعب الذي يتمثل بالتفكير المنتج والذي يؤدي إلى تحقيق النجاح في القيام بالواجبات والمهام المتنوعة وفيه يتعلم المتعلمين بأن عليهم ان يقوموا بثلاثة أشياء وهي:

- فكر بأفكار عديدة (الطلاقة).
- فكر بأفكار متنوعة (المرونة)
- فكر بأفكار غير اعتيادية (الاصالة) (رزوقي وآخرون، ٢٠١٨ ٨٨).

ثانياً: نظرية الاستبصار (لفرتايمر)

يعد فرتايمر مؤسس النظرية الجشطالتيه، واهتم بالتفكير مما دفعه إلى نشر بحثه الكلاسيكي "التفكير المنتج". وتوصل الى ان التدريب غير المرن يؤدي حسب رأيه إلى التفكير الأعمى غير المنتج ، ويقوم الإثبات بأن بالإمكان تعليم الأطفال على التفكير بواسطة شعورهم الداخلي .(محمود، 2022: 61)، يرى فرتايمر أن التفكير يبدأ من مشكلة ما وان حل اي مشكلة يحتاج الى تفكير مسبق وأن يأخذ الكل بعين الاعتبار، اما الاجزاء فيجب تدقيقها في ضمن إطار الكل. ويرى "فرتايمر" ان التفكير " يتألف من التصور والسمات البنائية الادراكية والمستلزمات البنائية وعن طريق التوافق والتحديد بهذه المستلزمات، سيتطلب تغير الموقف باتجاه التطورات البنائية على النظر " والتعامل بشكل بنائي مع الفجوات والاضطرابات والحالات السطحية والتمتع بالعلاقات البنائية الداخلية المتلائمة وغير المتلائمة منها الموجودة بين الاضطرابات والمواقف والحالة برمتها فضلاً عن اجزاء المتعددة و عمليات التجميع والتجزئة البنائية والتعامل معها ضمن شكلها البنائي ودورها والمعنى الديناميكي لها واحداث التغيرات بها(رزوقي وآخرون، 2018: 88)

المحور الثاني دراسات سابقة

1- دراسة (التميمي والياسري، 2019) / العراق :

" فاعلية برنامج تعليمي قائم على نظرية المرونة المعرفية في تنمية التفكير المنتج لدى طلبة كلية التربية "

هدفت الدراسة التعرف على فاعلية برنامج تعليمي قائم على نظرية المرونة المعرفية في تنمية التفكير المنتج لدى طلبة كلية التربية ، وتم اعتماد المنهج التجريبي لانه يعد أكثر ملائمة لطبيعة الدراسة تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية لمجموعة من طلبة كلية التربية في جامعة سومر وبلغت عينة الدراسة (126) طالباً من طلبة كلية التربية في جامعة سومر، استخدم الباحثان اداة لقياس التفكير المنتج ، واستخدم الباحث مجموعه من الوسائل الاحصائية الملائمة لمتطلبات بحثه، وكانت النتائج

تشير الى وجود فاعلية للبرنامج القائم على نظرية المرونة المعرفية في تنمية التفكير المنتج لدى طلبة كلية التربية.

2- دراسة (الجيلوي و عصفور، 2021) / العراق :

" ما وراء الدافعية وعلاقتها بالتفكير المنتج لدى طلبة كليات الهندسة "

هدفت الدراسة التعرف على ما وراء الدافعية وعلاقتها بالتفكير المنتج لدى طلبة كليات الهندسة ، وتم اعتماد المنهج الوصفي لانه يعد أكثر ملائمة لطبيعة الدراسة تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية لمجموعة من طلبة كلية الهندسة في جامعة بغداد وبلغت عينة الدراسة (400) طالباً من طلبة كلية الهندسة في جامعة بغداد ، استخدم الباحثان اداة لقياس التفكير المنتج ، واستخدم الباحثان مجموعته من الوسائل الاحصائية الملائمة لمتطلبات بحثهما، وكانت النتائج تشير الى وجود علاقة ارتباطية بين ما وراء الدافعية والتفكير المنتج لدى طلبة كلية الهندسة.

3- دراسة (محمد ، 2022) / العراق:

" التفكير المنتج وعلاقته بالذكاء المنطقي الرياضي لدى طالبات الصف الرابع العلمي في مادة الرياضيات "

هدفت الدراسة التعرف على التفكير المنتج وعلاقته بالذكاء المنطقي الرياضي لدى طالبات الصف الرابع العلمي في مادة الرياضيات، وتم اعتماد المنهج الوصفي لانه يعد أكثر ملائمة لطبيعة الدراسة، تم اختيار العينة بالطريقة العشوائية لمجموعة من طالبات الصف الرابع العلمي في محافظة بغداد ، وقد بلغت عينة الدراسة (400) طالبة من طالبات الصف الرابع العلمي في مديرية تربية الرصافة الاولى في محافظة بغداد ، اعدت الباحثة اداتين كانت الاولى لقياس الذكاء المنطقي الرياضي، اما الاداة الثانية فكانت لقياس التفكير المنتج واستخدمت الباحثة مجموعة من الوسائل الاحصائية الملائمة لمتطلبات بحثها، وكانت النتائج تشير الى وجود علاقة ارتباطية بين الذكاء المنطقي الرياضي والتفكير المنتج لدى عينة الدراسة (طالبات الصف الرابع العلمي).

مناقشة الدراسات السابقة:

لقد اطلعت الباحثتان على ما توفر لديها من دراسات سابقة تتعلق بموضوع بحثها الحالي واستفادت منها فيما يتعلق بمفهوم التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال وكما يلي :

الاهداف : تدور الدراسات السابقة في محور التفكير المنتج وعلاقته ببعض المتغيرات اما البحث الحالي فقد استفاد من هذه الدراسات في تناوله هذا المفهوم لدى طالبات قسم رياض الاطفال.

العينة : تباينت الدراسات السابقة في عينتها اذ تتراوح بين (126 – 400) مما افاد الباحثان في تحديد حجم عينة بحثهما الحالي .

الادوات : ان الدراسات السابقة قامت ببناء او تبني اداة بحثها وهذا ما ساعد الباحثان في بناء تبني مقياس لمتغير التفكير المنتج.

النتائج : اختلفت نتائج الدراسات السابقة باختلاف اهدافها وطبيعتها وستقوم الباحثان بمطابقة النتائج التي توصلت اليها الدراسات السابقة مع نتائج بحثها الحالي.

الوسائل الاحصائية: استعملت الدراسات السابقة المعادلات الاحصائية التي تتلائم وطبيعة متغيراتها وتصميمها التجريبي مثل الوسط الحسابي والوسيط والمنوال والانحراف المعياري ومعامل الارتباط بيرسون والفا كرو نباخ و تي تيست وقد استفادت الباحثان من هذه الوسائل الاحصائية.

الفصل الثالث

منهجية البحث واجراءاته

مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث الحالي من طالبات قسم رياض الاطفال/كلية التربية الاساسية للعام الدراسي (2022 / 2023) البالغ عددهن (621) طالبة من طالبات قسم رياض الاطفال يتوزعن على (4) مراحل للدراسة الصباحية، والجدول (1) يوضح ذلك :

جدول (1)

الاعداد الكلية لطالبات قسم رياض الاطفال للدراسة الصباحية للعام الدراسي 2022-2023

المرحلة	عدد الطالبات
الاولى	156
الثانية	90
الثالثة	250
الرابعة	125
المجموع	621

عينة البحث:

تحقيقاً لأهداف البحث في تقصي التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال، قامت الباحثتان باختيار عينة بحثها كما يأتي:

عينة بناء المقاييس (مقياس التفكير المنتج)

عينة التحليل الاحصائي.

اختيرت عينة عشوائية من طالبات قسم رياض الاطفال من كل مراحل قسم رياض الاطفال لمقياس التفكير المنتج البالغ عددهن (200) طالبة وبواقع (50) طالبة لكل مرحلة والجدول رقم (2) يوضح ذلك:

جدول (2)

اعداد الطالبات (عينة التحليل الاحصائي لمقياس التفكير المنتج)

المرحلة	عدد الطالبات لمقياس التفكير المنتج
الاولى	50
الثانية	50
الثالثة	50
الرابعة	50
المجموع	200

عينة التطبيق النهائي:

اختيرت عينة طالبات قسم رياض الاطفال بالطريقة العشوائية حيث تم اختيار (200) طالبة عشوائيا من جميع مراحل قسم رياض الاطفال بواقع (50) طالبة في كل مرحلة والجدول (3) يوضح ذلك :

جدول (3)

اعداد الطالبات (عينة التطبيق النهائي)

المرحلة	عدد الطالبات
الاولى	50
الثانية	50
الثالثة	50
الرابعة	50
المجموع	200

أداة البحث:

لتحقيق أهداف البحث قامت الباحثتان بتبني مقياس التفكير المنتج كما يلي :

التفكير المنتج:

بعد اطلاع الباحثتان على الادبيات التربوية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث الحالي، وجدت الباحثتان ان انسب مقياس لبحثها هو مقياس (ابو عزيز، 2020) كونه يعد من المقاييس الملائمة للبحث الحالي وجرى استخدامه في دراسات عدة تحقق فيها صدق بناء المقياس، لكونه مشتقاً من نظرية (Hurson, 2008) ويعد أداة مناسبة لقياس سمة التفكير المنتج .

وصف مقياس التفكير المنتج:

تكون مقياس التفكير المنتج من (29) فقرة، موزعاً على (7) مجالات بواقع (7) فقرات لمجال مهارة التنبؤ والافتراضات ، و(4) فقرات لمجال مهارة التفسير ، و(5) فقرات لمجال تقويم الحجج والمناقشات ، و(4) فقرات لمجال الاستنتاج ، و(3) فقرات لمجال الطلاقة ، و(4) لمجال المرونة ، و(2) لمجال الاصالة، وأمام كل فقرة (5) بدائل هي: (موافق جداً، موافق، متردد، غير موافق، غير موافق اطلاقاً) وأمام كل بديل وضعت خمسة درجات (5، 4، 3، 2، 1) مرتبة على التوالي، وان أعلى درجة محتملة على المقياس هي (145) وأقل درجة محتملة هي (29) والمتوسط الفرضي هو (87).

صدق الفقرات وصلاحياتها:

الاختبار الصادق هو الاختبار الذي يكون قادراً على قياس السمة أو الظاهرة التي وضع من أجلها (الزوبعي وآخرا، 1981: 39). ويقوم على فكرة مدى مناسبة الاختبار لما يقيسه، وغالبا ما يقرر ذلك مجموعة من المتخصصين (عبد الرحمن ، 1998: 183). وبما أن الحكم قد يتصف بدرجة من الذاتية، لذلك يعطى المقياس لأكثر من محكم ويتفق هذا الاجراء مع ما أشار إليه ايبل (Ebal, 1972)، الا ان أفضل وسيلة هو قيام عدد من المختصين بتقدير مدى تمثيل الفقرات للمقياس. (Ebal, 1972: 78) . وقد تحقق هذا النوع من الصدق عندما قامت الباحثتان بعرض مقياس التفكير المنتج المكون من (29) فقرة على مجموعة من المحكمين، وقد ابدوا رأيهم حول صلاحية الفقرات من حيث صلاحية كل فقرة من فقرات المقياس، ووضوح التعليمات، واجراء التعديلات او الحذف او

الاضافة، وتم اعتماد نسبة (80 %) على الفقرة لتعد مقبولة في المقياس، وفي ضوء آراء المحكمين تم ابقاء جميع فقرات المقياس وهي (29) فقرة من اصل (29) فقرة، وكما موضح في الجدول (4).

الجدول (4)
الفقرات الصالحة التي حصلت على نسبة 80% فأكثر لمقياس التفكير المنتج

أرقام الفقرات	عدد المحكمين	عدد الموافقين	النسبة المئوية
1,2,3,4,5,13,14,15,23,24,27,28	10	10	%100
6,7,8,16,20,21,22,29	10	9	%90
9,10,11,12,17,18,19,25,26	10	8	%80

التطبيق الاستطلاعي للمقياس:

وجد التطبيق الاستطلاعي لغرض التعرف على وضوح تعليمات المقياس ووضوح فقراته وبدائله، فضلاً عن الكشف على الصعوبات التي تواجه المستجيب، فقد قامت الباحثتان بتطبيق المقياس على عينة بلغت (40) طالبة من طالبات قسم رياض الاطفال تم اختيارهم بشكل عشوائي ، وبعد إجراء هذا التطبيق ومراجعة الاستجابات، اتضح إن فقرات المقياس وتعليماته كانت واضحة لدى عينة الدراسة الاستطلاعية، وإن الوقت المستغرق هو 10-14 دقيقة .

تصحيح المقياس:

يقصد بتصحيح المقياس هو الحصول على الدرجة الكلية لكل فرد من أفراد العينة وذلك بجمع الدرجات التي تمثل استجاباته على كل فقرة من فقرات المقياس، وقد تم تحديد خمسة بدائل متدرجة للاستجابة في القياس وهي: موافق جداً (5) درجات ، موافق (4) درجات، متردد (3) درجات، غير موافق درجتان، غير موافق اطلاقاً درجة واحدة .

أعداد تعليمات المقياس

تعد عملية اعداد التعليمات للمقياس بمثابة الدليل الذي يتبعه المستجيب اثناء استجابته لفقرات المقياس لذا تم مراعاة الوضوح في صياغتها وتم التأكيد فيها على ضرورة اختبار المستجيب للبدائل الذي يراه معبراً عن رأيه للبدائل الموجودة الخاصة بالمقياس وايضاً تم التأكيد فيها على ان الاستجابة لم يطلع عليها احد الا الباحثتان ولا مبرر ان تذكر الاسم لأنها سوف تستعمل لأغراض البحث العلمي وكذلك حرصت الباحثتان على عدم الافصاح عن الغرض الحقيقي للمقياس وذلك لتقليل من اثر عامل المرغوبية الذي يدفع الناس الى ان يظهروا انفسهم بصورة أفضل مما هم عليه عندما يسألون أو حين تعرض عليهم الاستبانة.

التحليل الاحصائي لفقرات المقياس:

إن الهدف الأساس من تحليل الفقرات هو الحصول على بيانات يتم بموجبها حساب القوة التمييزية لفقرات المقياس، والقوة التمييزية تعني قدرة الفقرة على التمييز بين الأفراد المميزين في الصفة التي يقيسها المقياس، والأفراد الضعاف في الصفة نفسها، ومن ثم فهي تعمل على الإبقاء على الفقرات الجيدة في المقياس (Ebal, 1972: 392). إذ يعتمد الصدق والثبات على خصائص تلك الفقرات (Magnusson, 1967: 197).

ولغرض إيجاد القوة التمييزية فقد اتخذت الخطوات الآتية:

- طبق المقياس على عينة بلغت (200) طالبة (عينة التحليل الاحصائي).
- رتبت الدرجات التي حصل عليها أفراد العينة تنازلياً من أعلى درجة إلى أدنى درجة .
- تم تعيين الـ (27%) من الاستثمارات الحاصلة على أعلى الدرجات (المجموعة العليا) والـ (27%) من الاستثمارات الحاصلة على أوطأ درجة (المجموعة الدنيا).
- حسب عينة البحث فان عدد أفراد العينة (200) طالبة فقد بلغت نسبة الـ (27%) في كل مجموعة (54) طالبة للمجموعتين العليا والدنيا وبذلك تكون لدينا مجموعتان بأكبر حجم ممكن وأقصى تباين.
- إن اتخاذ مثل هذا الإجراء يعد من أكثر التقسيمات تميزاً لمستويات الضعف والامتنياز وتعتمد على تقسيم الدرجات على طرفين علوي وسفلي، بحيث يتألف القسم العلوي من الدرجات التي تكون نسبة (27%) من الطرف الممتاز ويقابلها النسبة نفسها من الطرف الضعيف. (السيد، 1979: 538).
- تم حساب المتوسط الحسابي والتباين لكل مجموعة على حده، ولكل فقرة من فقرات المقياس واستخدم الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (T-Test) وبدرجة حرية (106) درجة، وبمستوى دلالة (0.05)، فتبين أن جميع فقرات المقياس مميزة لان القيم المحسوبة كانت أعلى من القيم التائية الجدولية (1,98)، والجدول (5) يوضح ذلك.

جدول (5)

القيم التمييزية لفقرات مقياس التفكير المنتج بأسلوب المجموعتين المتطرفتين والقيم الثانية

القيمة الثانية	المجموعة الدنيا		المجموعة العليا		ت
	الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
2.035	1.197	1.778	0.988	3.796	1
2.218	1.523	2.574	0.744	4.241	2
2.007	1.568	2.722	0.730	4.204	3
2.042	1.485	2.593	0.727	4.093	4
2.796	1.618	2.778	0.544	4.333	5
2.495	1.634	2.870	0.582	4.352	6
2.193	1.342	2.426	0.780	4.148	7
2.023	1.298	2.981	0.671	4.352	8
2.201	1.563	3.000	0.621	4.389	9
2.057	1.375	2.130	0.931	4.056	10
2.642	1.032	1.519	0.922	3.963	11
2.299	1.543	2.630	0.692	4.241	12
2.218	1.546	2.407	0.802	4.204	13
2.454	1.511	2.111	0.853	4.222	14
2.087	1.583	2.889	0.737	4.444	15
2.664	1.084	1.463	0.970	4.056	16
2.087	1.621	2.759	0.745	4.333	17
2.590	1.515	2.241	0.721	4.130	18
2.498	1.417	2.259	0.727	4.093	19
2.327	1.511	2.889	0.603	4.315	20
2.970	1.278	1.815	0.831	4.296	21
2.167	1.430	2.741	0.710	4.296	22
2.330	1.438	2.685	0.684	4.296	23
2.251	1.407	2.056	0.850	3.981	24
2.103	1.606	2.444	0.811	4.167	25
2.360	1.257	2.296	0.788	4.167	26
2.952	0.753	1.370	0.902	4.037	27
2.263	1.512	2.537	0.737	4.222	28

علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية:

تم حساب معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية للمقياس (عبد الرحمن، 1998: 154).
وعند اختبار دلالة معاملات الارتباط أظهرت النتائج أن جميع معاملات الارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0,05)، إذ كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية لمعامل الارتباط البالغة (0,178) في درجة حرية (106)، كما في جدول رقم (6).

جدول (6)

علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية لمقياس التفكير المنتج

معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت	معامل الارتباط	ت
0,452	25	0,452	19	0,466	13	0,457	7	0,621	1
0,455	26	0,452	20	0,564	14	0,532	8	0,711	2
0,424	27	0,477	21	0,433	15	0,422	9	0,524	3
0,455	28	0,801	22	0,504	16	0,599	10	0,702	4
		0,452	23	0,596	17	0,425	11	0,425	5
		0,452	24	0,452	18	0,744	12	0,856	6

علاقة درجة المجال بالدرجة الكلية للمقياس

وجدت العلاقة الارتباطية بين درجات طالبات قسم رياض الاطفال لكل مجال من المجالات السبعة الرئيسية ودرجاتهم الكلية على المقياس وباستعمال معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة المجال والدرجة الكلية لمقياس التفكير المنتج وتبين ان القيمة المحسوبة لمعامل الارتباط أكبر من القيمة الجدولية البالغة (0,178) وعند مستوى دلالة (0,05) وبدرجة حرية (198) والجدول (7) يوضح ذلك.

جدول رقم (7)

علاقة درجة المجال بالدرجة الكلية للمقياس

القيمة الجدولية	معامل الارتباط	المجال
0,178	0,78	الاول
0,178	0,68	الثاني
0,178	0,77	الثالث
0,178	0,69	الرابع
0,178	0,62	الخامس
0,178	0,85	السادس
0,178	0,88	السابع

الخصائص السيكمترية لمقياس التفكير المنتج

يعد مفهوم الصدق من أكثر الخصائص الأساسية التي يجب مراعاتها في بناء المقاييس، وقد تحقق الصدق في المقياس الحالي بإيجاد نوعين من الصدق هما:

- **الصدق الظاهري:** لا شك أن أفضل طريقة لاستخراج الصدق الظاهري هي عن طريق عرض فقرات المقياس على مجموعة من المحكمين المختصين بالتربية وعلم النفس والأخذ بأرائهم في مدى تمثيل فقرات المقياس للصفة المراد قياسها (الغريب، 1985: 679)، وقد تحقق هذا النوع من الصدق في مقياس التفكير المنتج من خلال عرضه على المحكمين للحكم على صلاحية فقرات المقياس.

- **صدق البناء:** تحققت الباحثتان من صدق البناء لمقياس التفكير المنتج من خلال حساب معاملات تمييز الفقرات، فضلاً عن إيجاد علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس وعلاقة درجة المجال بالدرجة الكلية للمقياس، وتعد هذه الإجراءات مؤشرات صدق البناء لمقياس التفكير المنتج في البحث الحالي، فالمقياس الذي تنتخب فقراته في ضوء هذه المؤشرات يمتلك صدقاً بنائياً.

● الثبات:

تم التأكد من ثبات المقياس بالطرق التالية :

● طريقة إعادة الاختبار:

قامت الباحثتان باستخراج ثبات المقياس بطريقة إعادة الاختبار على عينة مؤلفة من (40) طالبة اختبروا عشوائياً من طالبات قسم رياض الاطفال، ثم أعيد تطبيق المقياس على نفس العينة بعد مرور (15) يوماً، وباستعمال معامل ارتباط بيرسون أتضح أن معامل الثبات للمقياس قد بلغ (0,82)، وتعد هذه القيمة مؤشراً عالياً يدل على استقرار إجابات الأفراد على المقياس.

● معادلة ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي:

لاستخراج الثبات بهذه الطريقة اعتمدت الباحثتان على جميع استمارات عينة البحث ثم تم استعمال معادلة ألفا كرونباخ، وقد بلغ معامل الثبات لمقياس التفكير المنتج (0,85) هو معامل ثبات عال حسب المحك الذي وضعه ننلي. (Nunnally, 1970: 196)

وصف مقياس التفكير المنتج بصورة نهائية:

تكون مقياس التفكير المنتج من (29) فقرة، موزعاً على (7) مجالات بواقع (7) فقرات لمجال مهارة التنبؤ والافتراضات ، و(4) فقرات لمجال مهارة التفسير ، و(5) فقرات لمجال تقويم الحجج والمناقشات ، و(4) فقرات لمجال الاستنتاج ، و(3) فقرات لمجال الطلاقة ، و(4) لمجال المرونة، و(2) لمجال الاصاله، وأمام كل فقرة (5) بدائل هي: (موافق جداً، موافق، متردد، غير موافق، غير موافق اطلاقاً) وأمام كل بديل وضعت خمسة درجات (5، 4، 3، 2، 1) مرتبة على التوالي، وان أعلى درجة محتملة على المقياس هي (145) وأقل درجة محتملة هي (29) والمتوسط الفرضي هو (87).

التطبيق النهائي للأداة:

طبقت الباحثتان مقياس التفكير المنتج بصيغته النهائية ملحق رقم (1) على أفراد عينة البحث الحالي المؤلفة من (200) طالبة، وحرصت الباحثتان على تطبيق المقياس بنفسها.

بعض المؤشرات الإحصائية لمقياس التفكير المنتج:

قامت الباحثتان بحساب بعض المؤشرات الإحصائية لمقياس المنتج بهدف الاستفادة منها عند تطبيق المقياس وجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8)
المؤشرات الإحصائية لمقياس التفكير المنتج

الخصائص الإحصائية	التفكير المنتج
العينة	200
المتوسط	144.910
الانحراف المعياري	12.5097
الوسيط	146
المنوال	141.00
التباين	156.494
الخطأ المعياري للأتواء	0,101
التفرطح	2,201
الخطأ المعياري للتفرطح	0,884
المدى	121
أقل درجة	55
أعلى درجة	176

الوسائل الإحصائية المستخدمة

1. استعملت الباحثان الحقيبة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss في إجراءات بناء مقياس التفكير المنتج كما يأتي:
2. معامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين درجة الفقرة والدرجة الكلية للمقياس وعلاقة درجة المجال بالدرجة الكلية ولاستخراج الثبات بطريقة إعادة الاختبار لمقياس التفكير المنتج لطالبات قسم رياض الأطفال.
3. الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لاختبار دلالة الفروق بين متوسط درجات المجموعتين العليا والدنيا.
4. معادلة ألفا كرونباخ لاستخراج ثبات مقياس التفكير المنتج بطريقة الاتساق الداخلي.
5. الاختبار التائي لعينة واحدة لاختبار دلالة الفروق بين متوسطي استجابات أفراد العينة والمتوسط النظري لمقياس التفكير المنتج .

الفصل الرابع

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها والتوصيات والمقترحات

يضم هذا الفصل عرضاً شاملاً لنتائج البحث التي تُوصِل إليها على وفق أهداف البحث وفرضياته، والتفسير العلمي لهذه النتائج ومناقشتها، وعدداً من التوصيات، والمقترحات، وتفاصيل ذلك على النحو الآتي:

أولاً : عرض النتائج .

تعرض الباحثان النتائج على وفق تسلسل أهداف البحث وعلى النحو الآتي:

عرض النتائج وتفسيرها :

هدف الدراسة : التعرف على التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال .

أظهرت نتائج البحث الحالي الخاصة بالعينة البالغ عددها (200) طالبة من طالبات قسم رياض الاطفال في كلية التربية الاساسية /الجامعة المستنصرية ، أن المتوسط الحسابي للدرجات على مقياس التفكير المنتج قد بلغ (144,910) درجة بانحراف معياري (12,509) في حين بلغ المتوسط الفرضي (87) درجة، وعند استعمال الاختبار التائي لعينة واحدة، اتضح أن القيمة التائية المحسوبة (2,954) أكبر من القيمة التائية الجدولية (1,960) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجة حرية (199)، حيث تشير هذه النتيجة إلى أن عينة البحث كان لديهم تفكير منتج لان المتوسط الحسابي للعينة أعلى من المتوسط الفرضي للمقياس من خلال المقارنة بين الأوساط الحسابية والمتوسط الفرضي والجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والقيمة التائية لأفراد عينة البحث على مقياس التفكير المنتج

العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	مستوى الدلالة
200	144,910	12,509	87	199	2,954	1,960	0,05

يتبين من الجدول (9) أن مستوى التفكير المنتج لدى طالبات قسم رياض الاطفال أعلى من المتوسط الفرضي للمقياس وتعزو الباحثان ذلك إلى أن التفكير المنتج هو نوع من أنواع التفكير يرغب ان يتقنه الجميع في الاواسط المختلفة وفي الحياة العامة وكذلك الحياة الاكاديمية الجامعية وهذا ينطبق على طالبات قسم رياض الاطفال، إضافة الى أن طالبات قسم رياض الاطفال يعدن شريحة مهمة في المجتمع ولهن رغبة في تطوير تفكيرهن لمواجهة الحياة المستقبلية المهنية بنجاح ، وبذلك فأن التفكير المنتج انعكس تماما على الية تفكيرهن وتتفق نتائج البحث الحالي مع دراسة والتي اشارت الى امتلاك عينة البحث للتفكير المنتج.

التوصيات

في ضوء نتائج البحث توصي الباحثان بما يأتي:

1. زيادة وعي الكوادر التعليمية الخاصة برياض الاطفال بأهمية التفكير المنتج من خلال اقامة دورات تدريبية في مراكز الاعداد والتدريب في مديريات التربية وبتوجيه من وزارة التربية.
2. تأهيل المعلمات تأهيلاً علمياً وتقنياً مستفيدين من البرامج الحديثة المواكبة لمتطلبات العصر.
3. إمكانية استخدام مقياس التفكير المنتج من قبل وزارة التربية ومديريات التربية لتقييم الكوادر التعليمية في الروضات في مدى امتلاكهم للتفكير المنتج.
4. نشر ثقافة التفكير المنتج بين معلمات الروضة لما له من دور في نجاح المعلمات مهنيًا واجتماعيًا.

المقترحات

في ضوء نتائج البحث تقترح الباحثان ما يأتي:

1. إجراء دراسة مماثلة على عينات أخرى مثل مديريات رياض الأطفال في بغداد.
2. دراسة التفكير المنتج لدى معلمات رياض الأطفال وعلاقتها بالكفاءة المهنية.
3. دراسة التفكير المنتج وعلاقتها ببعض المتغيرات مثل (الانهماك في العمل، والالتزام المهني).
4. دراسة التفكير المنتج لمعلمات رياض الأطفال وفق متغير (العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة، عدد الدورات التدريبية).

المصادر:

اولاً : المصادر العربية

- ابراهيم، انوار عمر (2012). انماط الشخصية وعلاقتها بالتفكير المنتج والانتباه الانتقائي لدى طلبة الجامعة، جامعة بغداد، كلية التربية، العراق، رسالة ماجستير غير منشورة.
- سيد، عصام محمد عبد القادر (2019). سلسلة التنمية المهنية للمعلم - مهارات التفكير العليا: الحقيبة التدريبية الثانية عشر، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر.
- هلال، مازن قاسم وآخرون (2019). برنامج تدريبي لدرسي الكيمياء على وفق الاقتصاد المعرفي واثره في التفكير المنتج لطلبتهم، مجلة البحوث التربوية والنفسية، العدد (60)، مجلد (16).
- الحجازي، مدحت عبد الرزاق (2020). المنطق وعلم النفس - رؤية جديدة، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
- السرور، ناديا هائل، وحسين ثائر غازي (2010). الدليل التربوي في تدريب الطلبة على المهارات الحياتية والحلول الابداعية ابداعية (الجزء الثالث) التفكير المنتج في تفكير الافكار، ديونو للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
- عبد القادر، عصام محمد (2020). رؤية بحثية في تنمية التفكير الابداعي، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر.

- حمزة، عبد الناصر مرزة و رشيد، عبد الرحمن مجيد (2019). التفكير المنتج لدى مدربي ولاعبي الدوري الممتاز بكرة اليد وعلاقته بترتيب الفرق، مجلة الرياضة المعاصرة، عدد خاص لوقائع المؤتمر العلمي الدولي الاول، المجلد 18، العدد 1.
- مجاهد، فائزة أحمد الحسيني و عبد الوهاب، محمد عبد الوهاب محمود (2021). التفكير التقويمي مفهومه - مهاراته - استراتيجيات تدريسه (التطبيقات في مجال تدريس التاريخ) ، دار التعليم الجامعي، القاهرة، مصر.
- عطية ، محسن علي (2015). التفكير انواعه ومهاراته واستراتيجيات تعليمه، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن .
- منصور، علي (2003). علم النفس التربوي، منشورات جامعة دمشق، ط8، دمشق ، سورية.
- رزوقي، رعد وآخرون (2019). التفكير وانماطه، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.
- دليل كلية التربية الاساسية/قسم رياض الاطفال (2018).
ثانياً المصادر الاجنبية
- Thinkx Intellectual Capital IP INC . (2012). Productive Thinking , Fundamentals Participant Workbook , Kanad .
- Hurson, T.(2008). Think Better. McGraw Hill, United States. ThinkX Intellectual Capital IP Inc.(2012). Productive Thinking Fundamentals, Participant Workbook.
- Nunnally Jr, J. C. (1970). Introduction to psychological measurement.

الملاحق:

ملحق رقم (1)

مقياس التفكير المنتج بصيغته النهائية

الجامعة المستنصرية

كلية التربية الأساسية

قسم رياض الاطفال

الدراسات العليا/ الماجستير

عزيزتي الطالبة ...

تحية طيبة :

اضع بين يديك مجموعة من الفقرات التي تعكس نوع تفكيرك، ونظرا لما نعهده فيكم من موضوعية وصراحة في التعبير عن ارائك خدمة للبحث العلمي والمجتمع ، لذلك تأمل الباحثان تعاونك معهما في الاجابة عن جميع الفقرات بما يعكس ارائك الحقيقية وذلك من خلال وضع اشارة (✓) تحت احد البدائل لكل فقرة من فقرات المقياس .

علما انه لا توجد اجابة صحيحة واخرى خاطئة بقدر ما تعبر عن ارائك الحقيقية نحوها ولا داعي
لذكر الاسم:

ملاحظة : يرجى ملء البيانات الاتية :

المرحلة الدراسية : الاولى () الثانية () الثالثة () الرابعة () .

طالبة الماجستير
لمى لطيف العزاوي

الاستاذ الدكتور
ايمان عباس علي الخفاف

ت	الفقرات	لا تنطبق علي ابدأ	تنطبق علي نادراً	تنطبق علي احياناً	تنطبق علي غالباً	تنطبق علي دائماً
1	اناقش الافكار المطروحة					
2	اوظف الحواس في الملاحظة والتنبؤ					
3	اساعد علي التحقق من صدق ودقة المعلومات					
4	اقدم مواقف تساعد التلميذ علي التنبؤ بالنتائج					
5	اعزز انتاج أكبر عدد من الافكار والحلول للمواقف					
6	اساعد علي اقتراح افكار لاختبار الفروض					
7	اعطي امثلة لفرضيات مرفوضة وابين سبب رفضها					
8	اتتبع اكتشاف المواقف وافسرها					
9	افسر الحالات المختلفة للمواقف الصعبة					
10	احول الاستنتاج الى مجموعة من الملاحظات المرتبطة به					
11	اعزز الترابط بين المفاهيم واوظفها في التفسير					
12	احكم علي مصداقية المعلومات					
13	اتخذ القرارات بعد دراسة الجوانب المختلفة للمشكلات والمواقف					
14	اقدم المعايير للحكم على الحلول المحتملة للمشكلات					
15	اقدم الحقائق في حل المشكلات					
16	اميز بين الحجج القوية والضعيفة					
17	اتوصل الى استنتاجات جديدة					
18	اقدم المعلومات والافكار من العام الى الخاص					
19	انظم الافكار واصنفها الى مجالات حسب المواقف					

20	اوظف الخبرات السابقة للتوصل الى استنتاجات جديدة.				
21	اعرض مشكلات لها حلولاً متعددة				
22	اوظف الخبرات السابقة للتلاميذ لايجاد حلول ابداعية				
23	أوجه التلاميذ الى استدعاء أكبر عدد من الحلول للمشكلات التي تواجههم.				
24	اتعرض لمشكلات يمكن حلها بأكثر من طريقة				
25	اوجه التلاميذ الى توليد افكار متنوعة وغير متوقعة				
26	اوجه التلاميذ الى التعبير عن الحلول بلغتهم الخاصة				
27	لدي الرغبة في معرفة الحلول الجديدة				
28	اقدم حلولاً لمشكلات غير مألوفة للتلاميذ.				
29	اوجه التلاميذ الى عرض حلولاً تتسم بالجدة والندرة.				

Iman Abbas Ali Al-Khafaf

Al-Mustansiriya University / College of Basic Education

Lama Latif Al-Azzawi

Ministry of Education / Directorate of Education of Diyala Governorate

Abstract

The current research aims to identify the productive thinking of the students of the Kindergarten Department, and the research relied on the descriptive approach. The research sample was (200) students from the Kindergarten Department in the College of Basic Education / Al-Mustansiriya University. Based on previous theories and studies related to the subject of their research, as the measure of productive thinking in its final form included (29) items. The researchers verified the psychometric properties of the tool, and the researchers reached the following results:

- The students of the Kindergarten Department have productive thinking, as the results came with an arithmetic mean higher than the hypothetical mean of the scale.