تطور الصورة الذهنية للبطل وعلاقته بالدافعية نحو النجاح لدى المراهقين والشباب

The Evolution of the Mental Image of a Hero and its Relationship with Motivation for Success among Adolescents and Young Adults

م. د نهلة علي التميمي

Asst. Prof.Dr. Nahla Ali Al-Tamimi

هيئة البحث العلمي / مركز البحوث النفسية

Scientific Research Commission . Psychological Research Center

nahlaalialtamimi@gmail.com

تاريخ استلام البحث	تاريخ القبول
٢٠٢٥/٩/٢٢	٢٠٢٥/١٠/٧

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى المراهقين والشباب، والتعرف على تأثير الصورة الذهنية للبطل في تعزيز الدافعية تحو النجاح. اعتمد البحث المنهج الوصفي للدراسات الارتباطية المستعرضة، وشملت عينته (٢٠٠) من المراهقين والشباب موزعين حسب الجنس. تم بناء مقياسين لقياس الصورة الذهنية للبطل وكانت عدد فقراته (٨) فقرات ومستوى الدافعية نحو النجاح عدد فقراته (٨) فقرات، وتم استخراج ثبات وصدق المقياسين بالوسائل الإحصائية المعتمدة في البحث، وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح، حيث ارتبطت الصورة الذهنية الإيجابية للبطل بارتفاع مستويات الدافعية، في حين أظهرت الصورة الأقل إيجابية مستويات متوسطة أو منخفضة من الدافعية. كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق كبيرة بين الجنسين، مما يدل على أن تأثير النماذج الإيجابية على الدافعية نحو النجاح متقارب لدى الذكور والإناث. خلص البحث إلى أن الصورة الذهنية للبطل تمثل عاملاً محفزاً قوياً نحو تحقيق النجاح لدى المراهقين والشباب، مما يبرز أهمية تعزيز النماذج الإيجابية في السياقات التعليمية والاجتماعية.

الكلمات المفتاحية: تطور، الصورة الذهنية للبطل، الدافعية نحو النجاح.

Abstract:

This research examines the relationship between the mental image of a hero and motivation for success among adolescents and young adults, as well as the influence of this mental image on enhancing motivation. The study utilized a descriptive, cross-sectional correlational design, with a sample of 200 adolescents and young adults, distributed by gender. Two scales were developed: one to measure the mental image of a hero (8 items) and another to assess the level of motivation for success (8 items).

The reliability and validity of both scales were verified using established statistical methods. Results revealed a positive, statistically significant correlation between the mental image of a hero and motivation for success. A more positive hero image was associated with higher motivation levels, whereas a less positive image was linked to moderate or low motivation. Furthermore, the findings indicated no significant differences between males and females, suggesting that the influence of positive role models on motivation for success is comparable across genders. The study concludes that

the mental image of a hero serves as a powerful motivational factor for achieving success among adolescents and young adults, underscoring the importance of promoting positive role models in educational and social contexts.

Keywords: Development, Mental Image of a Hero, Motivation for Success

مشكلة البحث:

ترى الباحثة أنّ مرحلة المراهقة والشباب تمثل مرحلة حاسمة في تكوين الاتجاهات والقيم وأنماط الطموح، وهي الفترة التي يبدأ فيها الفرد بتحديد معاييره الخاصة للنجاح والقدوة. ومع التحولات المتسارعة في البيئة الثقافية والإعلامية، لم تعد صورة البطل في ذهن الشباب نتاجاً للتنشئة التقليدية داخل الأسرة أو المدرسة، بل أصبحت تتأثر بعمق بما تبثه المنصات الرقمية ووسائل الإعلام من نماذج متناقضة للبطولة.

فقد لاحظت الباحثة أن هناك فجوة متزايدة بين نماذج البطولة التي تقوم على الجهد والمثابرة وخدمة الآخرين، وتلك التي تُروّج للنجاح السريع والمظاهر البراقة دون مضمون حقيقي.

من هنا تتبلور مشكلة البحث في محاولة فهم العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل كما تتشكل لدى المراهقين والشباب، وبين مستوى دافعيتهم نحو النجاح، للكشف عن طبيعة الأثر الذي تتركه نماذج البطولة المختلفة – الواقعية منها أو الإعلامية – في بناء دافعية إيجابية قائمة على الجهد والإنجاز، أو دافعية هشة قائمة على المظهر والتقليد.

من هنا، تتحدد مشكلة البحث الحالي في محاولة الكشف عن طبيعة التطور في كل من الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى المراهقين الشباب، واستكشاف العلاقة بينهما، فضلاً عن دراسة أثر متغيري العمر والجنس في مسار تطورهما. ويتسع نطاق هذه المشكلة البحثية نظراً لشحة الدراسات العربية – والعراقية على وجه الخصوص – التي تناولت هذه المتغيرات بشكل متكامل ومن منظور تطوري. لذا، يسعى البحث الحالي للإجابة عن التساؤلات الآتية: ما طبيعة التطور في كل من الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى المراهقين الشباب؟ هل يتخذ هذا التطور طابعاً خطياً مستمراً أم يتغير وفق مراحل عمرية معينة؟ ما العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى المراهقين لدى الشباب؟ وهل تختلف هذه العلاقة تبعاً لمتغيري العمر والجنس؟

أهمية البحث:

إن هذا البحث يسعى إلى بناء تصور علمي متكامل حول كيفية تشكل الصورة الذهنية للبطل وتطورها في ضوء التغيرات الاجتماعية والثقافية الراهنة، والكشف عن دورها في تحفيز الدافعية نحو النجاح لدى فئة تمثل عماد المستقبل. ومن خلال هذا التناول، يمكن توفير نتائج يمكن توظيفها تربويًا ونفسيًا وإعلاميًا لتوجيه الشباب نحو نماذج بطولية إيجابية تسهم في دعم الدافعية نحو النجاح.

تكتسب هذه الدراسة أهمية بالغة إذ تعمل على تسليط الضوء على البنية النفسية والثقافية المتمثّلة في الصورة الذهنية للبطل، التي تفضي إلى تشكيل الهوية الذاتية وبناء الطموح وتوجيه الدوافع نحو الإنجاز لدى فئة حرجة هي المراهقون والشباب. فعبر عملية معرفية وثقافية تجمع بين الموروثات المكتسبة والفطرية، يبني الأفراد تمثيلات ذهنية

للأبطال تعكس مخططات عقلية عامة، وتظهر في صورٍ مرنة تلعب دوراً محورياً في الإلهام وتنظيم القيم وتوجيه السلوك .(Franco& Zimbardo, 2011: 157) وفي هذه المرحلة العمرية الحرجة، يُعد التماهي مع صفات بطولية كالإنجاز، الإيثار، والقوة، النجاح من أبرز عوامل بناء هوية ذاتية مستقرة تدعم الثقة بالنفس والقدرة على السعي نحو الأهداف بوضوح .(Allison & Goethals, 2016: 214) ترتبط كذلك تنشيط صورة البطل—سواء أكان واقعيًا أم رمزيًا—بزيادة الدافعية نحو االنجاح وتبني السلوكيات الإيجابية والتفوق الدراسي، إذ يعمل هذا التنشيط على تحفيز المثابرة وتصاعد الطموح (Van & et al,2018: 45). ومع تسارع التحول في نماذج البطولة من رموز علمية ومصلحين إلى مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، تتبدّل طبيعة دافع الإنجاز والنجاح، مما قد يُضعف من قيمة الهدف الحقيقي والالتزام المستدام بالتفوق

(Marsh & et al.,2003: 13) . يزداد هذا التأثير عمقًا في البيئات الثقافية المختلفة، حيث تختلف الاستجابات النفسية لمفهوم البطولة باختلاف الثقافة، مما يبرز ضرورة فهم السياق المحلي في العالم العربي لتفكيك كيفية تمثّل الأبطال ودورهم للدافعية (Zimbardo & Franco, 2011: 39) (PsyPos,2023:2) . وعليه تكمن أهمية هذا البحث في الجمع بين مفهوم «الصورة الذهنية للبطل» و«الدافعية نحو النجاح».

الأهمية التطبيقية:

١/ تفيد نتائج البحث في تصميم برامج توجيه نفسي وتربوي تعتمد على النماذج البطولية الملهمة في تعزيز مفاهيم النجاح والانجاز والمثابرة لدى المراهقين والشباب.

٢/ تفيد النتائج صناع القرار في ميادين التعليم والتنشئة والاعلام لمواءمة المحتوى التربوي والإعلامي مع القيم التي تحفز النجاح والتفوق.

٣/ ان فهم طبيعة الابطال الذين يتأثر بهم المراهقين والشباب يساعد في دعم العملية التربوية والنفسية ليمكن المعلمين والمرشدين من استخدام نماذج واقعية او رمزية فعالة لتعزيز دافعية الطلاب نحو النجاح.

٤/ ان توجيه اهتمام المراهقين والشباب الى ابطال يحملون قيم وطنية او إنسانية او علمية او تاريخية يساعد على بناء واعداد برامج بناء الشخصية والمواطنة التي تسهم في إعادة تشكيل طموحاتهم وتوجيهاتهم بشكل إيجابي. مما يعزز التفاعل العاطفي والمعرفي للشباب مع نموذج النجاح مجال ما تزال قليلة بالرغم من وضوح العلاقية النظرية بينهما.

٥/ ممكن الإفادة من أدوات البحث في اجراء بحوث ودراسات أخرى.

أهداف البحث:

يستهدف البحث الحالي الى التعرف على :

١- الصورة الذهنية للبطل لدى المراهقين الشباب تبعاً لمتغيري

أ- العمر (١٥،١٧،١٩،٢٢) سنة ب – الجنس (ذكور، اناث).

٢- دلالة الفروق في الصورة الذهنية للبطل تبعاً لمتغيري:

أ- العمر (١٥،١٧،١٩،٢٢) سنة ب- الجنس (ذكور، إناث).

٣- الدافعية نحو النجاح لدى المراهقين والشباب تبعاً لمتغيري

أ- العمر (١٥،١٧،١٩،٢٢) سنة ب - الجنس (ذكور، اناث).

٤- دلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح تبعاً لمتغيري:

أ- العمر (١٥،١٧،١٩،٢٢) سنة ب- الجنس (ذكور، إناث).

٥-العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل الدافعية نحو النجاح لدى المراهقين والشباب تبعا لمتغيري

أ- العمر (١٥،١٧،١٩،٢٢) سنة ب- الجنس (ذكور، إناث).

حدود البحث: التزم البحث بالمحددات الآتية:

<u>الحدود المكانية</u>:

المراهقين في اعمار (١٥، ١٧) سنة الموجودين في المدارس الإعدادية والثانوية في مدينة بغداد / الكرخ الثالثة، والشباب في اعمار (١٩،٢٢) الموجودين في جامعة بغداد، ممن يحملون الجنسية العراقية، ومن أبوين عراقيين، ويعيشون في العراق، للسنة الدراسية ٢٠٢٤- ٢٠٢٥

تحديد المصطلحات: أولا: التطور(Development)

التعريف لغة: عرفه كل من:

معجم البستان:(1930)

الطور: التارة، تقولن: أتيته طوراً بعد طور أي تارةٍ بعد تارةٍ، الناس أطوار أي أصناف على حالات شتى، خلقكم أطواراً أي أصنافاً (البستاني ،١٩٣٠ ،ج٢ : ١٤٧٨)

قاموس:(1959) Good

تغير في البنية أو الوظيفة أو التنظيم محرزاً تقدماً في الحجم والتمايز والتعقيد والتكامل والمقدرة(Good,1959: 167)

ثانيا : البطل Hero

المعجم الوسيط (١٩٨١):

البطل هو: الشخص الشجاع أو القوي الذي يحقق إنجازات عظيمة أو يقوم بأعمال بطولية (المعجم الوسيط، ١٩٨١: ٢٤٧).

باندورا (١٩٧٧) :

الصورة الذهنية للبطل: تمثل ناتجًا معرفيًا وانفعاليًا متكوّنًا من خلال عملية التعلّم بالملاحظة (Observational Learning)، حيث يقوم الفرد، وخاصة في مرحلة المراهقة، بمراقبة سلوك الأشخاص الذين يُنظر إليهم بوصفهم أبطالًا أو قدوات، ومن ثم يستوعب صفاتهم، ويعيد تنظيمها داخليًا لتكوّن نموذجًا مثاليًا للنجاح والتميز(Bandura, 1977 :22)

سميث وجونز (٢٠٠٢)

الصورة الذهنية للبطل هي: لتصور الكلي الذي يتكون لدى الفرد عن شخصية البطل، بما يشمل سماته الشخصية (كالشجاعة والقوة والقدوة)، ودوره الاجتماعي والقيادي (في التأثير والإلهام والتوجيه)، والمصادر التي تُستمد منها هذه الصورة (كالأسرة، المدرسة، وسائل الإعلام، التجارب الشخصية)، إضافةً إلى العلاقة النفسية مع البطل (إعجاب، تمثل، أو نفور)، وبذلك فهي تمثل بناءً معرفيًا وانفعاليًا متأثرًا بالقيم والمعايير الاجتماعية والثقافية.. (Smith&Jones,2002:45).

التعريف النظري للبحث الحالي: "التمثّل العقلي والانفعالي الذي يُكوّنه المراهق أو الشاب تجاه شخصية نموذجية يُنظر إليها كبطل، استنادًا إلى عمليات الملاحظة والتقليد والتعزيز الاجتماعي، والذي يوجّه سلوك الفرد ودافعيته نحو النجاح تبعًا لمدى توافق هذه الصورة مع قيمه وتطلعاته."

وتعرفه إجرائيا: بأنه الدرجة التي يحصل عليها المراهقين والشباب من استجابته على الاستبانة المعدة لهذا الغرض في البحث الحالي.

ثالثا: الدافعية نحو النجاح Motivation for Success

ابن منظور (١٩٩٢): الدافعية (الحافز) هي "ما يثير النفس على العمل والجد والاجتهاد" (ابن منظور، ١٩٩٢: ٥٢٠).

: التعريف النظري المتبنى1961) ماكليلاند (

الدافعية نحو النجاح بأنها: القوة الداخلية التي تحفّز الفرد على الإنجاز والتفوق، وتظهر من خلال الإصرار والمثابرة في مواجهة الصعوبات والتحديات، وتوجيه الذات نحو الإنجاز عبر التخطيط والسعي المنظم للأهداف، والطموح وتحديد الأهداف بما يعكس رغبة الفرد في تحقيق إنجازات كبيرة ومؤثرة، إضافةً إلى تحمل المسؤولية عن النتائج والسعي للتطور المستمر. وهي بذلك تمثل استعدادًا نفسيًا مستمرًا لتحقيق التفوق في ضوء حاجات الفرد وقيمه". (McClelland, 1961: 389).

تعريف شونك و بينتريتش و ميس(٢٠٠٨)

الدافعية نحو النجاح بأنها : تشير إلى الجهد المستمر والموجَّه نحو تحقيق أهداف صعبة والوصول إلى معايير من التميّز، وهي ناتجة عن رغبة داخلية في الكفاءة والإتقان وتحقيق الإشباع الذاتي (Schunk, Pintrich, & Meece, 2008: 4)

التعريف النظري للبحث الحالي: تمثل منظومة من الميول والانفعالات الإيجابية التي تحفّز المراهق والشاب على بذل الجهد لتحقيق التفوق والتميّز، وتتجسد في سعيه للوصول إلى معايير عالية من الأداء، وتجنّبه للفشل، وإصراره على مواجهة الصعوبات بفعالية لتحقيق الشعور بالإنجاز والرضا الذاتي.

وتعرفه إجرائيا: بأنه الدرجة التي يحصل عليها المراهقين والشباب من استجابته على الاستبانة المعدة لهذا الغرض في البحث الحالي.

الإطار النظري:

تعرف الصورة الذهنية للبطل بأنها مجموعة التصورات العقلية والرمزية التي يحملها الفرد عن الشخصيات البطولية وما تمثّله من قيم وسمات. وتشير النظريات النفسية إلى أن هذه الصور تنشأ من مخططات عقلية.

تتشكل في العقل البشري عبر التفاعل مع الثقافة، والتنشئة الاجتماعية (Campbell,1949: 28). ويؤكد الإطار النظري أن الصورة الذهنية للبطل ليست ثابتة، بل تتطور ديناميكيًا مع الخبرة الشخصية والمجتمعية، لتصبح أداة معرفية وعاطفية توجه التفكير والسلوك نحو معايير البطولة والإنجاز، ويبرز في الأدبيات النفسية والاجتماعية أن الصورة الذهنية للبطل لها أبعاد متعددة وهي:

البُعد المعرفي: يتعلق بالسمات والقيم والسلوكيات المتوقعة من البطل

البُعد العاطفي: يشمل الاستجابة الانفعالية مثل الإعجاب والانتماء

البُعد القيمي: يعكس القيم التي ينقلها البطل مثل الشجاعة والإيثار

البُعد الوظيفي: يربط بين الصورة الذهنية والسلوك، ويحفز اتخاذ قرارات أو سلوكيات ملهمة

(Allison & Goethals,. ٢٠١٦ :٣٧)

تتيح هذه الابعاد للفرد تطوير تمثيلات داخلية تُستخدم كمعايير لإرشاد السلوك وتحفيز النمو الشخصي، كما يتيح تفسير تأثير النماذج البطولية على تكوين الهوية الذاتية، خصوصًا لدى المراهقين والشباب.

وتوضح الدراسات أن الصورة الذهنية للبطل تلعب دورًا محفزًا في زيادة الدافعية نحو النجاح. فحين يصوّر الفرد البطل كشخصية تتميز بالقوة، الكفاءة، والشجاعة، فإن ذلك يرفع من توقعاته بالنجاح ويعزز من قيمة الإنجاز في ذهنه (Wigfield & Eccles, ,2002 :85).

بالإضافة إلى ذلك، يساهم التماهي مع البطل كقدوة في تعزيز الكفاءة الذاتية للفرد، مما يزيد من مثابرته نحو تحقيق الأهداف والتفوق.(Bandura, 1997: 195) .

يرتكز الإطار النظري للعلاقة بين المفهومين على التفاعل التكميلي بين النماذج البطولية والدافعية الداخلية. فالصورة الذهنية للبطل تعمل كمعيار أو نموذج يحتذى به، وبذلك، يشكل هذا الإطار تفسيرًا نفسيًا اجتماعيًا لكيفية تحفيز الصور الذهنية للأبطال للمراهقين والشباب على تطوير دافعية مستمرة نحو النجاح، ويتيح فهمًا لكيفية تكوين استراتيجيات سلوكية تحقق الإنجاز الشخصي والأكاديمي(Ryan & Deci ,2000: 75) .

النظريات المفسرة للصورة الذهنية للبطل

الأنماط الأولية نظرية يونغ

تنطلق هذه النظرية من فكرة أن الأبطال يمثلون أنماطًا أولية متأصلة في اللاوعي الجمعي، بحيث تشكل هذه الأنماط مخططات عقلية عامة تساعد الأفراد على فهم العالم وتنظيم خبراتهم. الصورة الذهنية للبطل هي تمثيل واعٍ لهذه الأنماط، وتعمل كأداة معرفية وعاطفية توجه التفكير والسلوك نحو قيم البطولة والإبداع (Jung, ١٩٨١:١١٢)

(Bandura, 1977) نظرية التعلم الاجتماعي

تؤكد هذه النظرية أن الأفراد يكتسبون أنماط السلوك والقيم من خلال عملية الملاحظة والتقليد للنماذج الاجتماعية. ويعد البطل أحد هذه النماذج التي تؤثر في تشكيل اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، سواء عبر الإعجاب أو النفور. فالمراهقون والشباب يتأثرون بالأبطال من خلال عملية "التعلم بالملاحظة"، مما ينعكس على تكوين صورتهم الذهنية حول البطولة **(Bandura, 1977 :22)**.

(Tajfel & Turner, 1986) نظرية الهوية الاجتماعية

ترى هذه النظرية أن هوية الفرد تُبنى جزئيًا من خلال انتمائه لجماعات مرجعية ورموز هذه الجماعات. والبطل هنا يمثل رمزًا يعزز الانتماء ويقوي الصورة الذاتية للفرد. فالأبطال قد يُستخدمون كمصادر للفخر والاعتزاز، أو قد يعكسون صراعًا نفسيًا إذا لم يتوافقوا مع قيم الفرد أو جماعته (Tajfel & Turner, 1986; 24).

(Eagly, 1987) نظرية الدور الاجتماعي

توضح هذه النظرية أن الأدوار الاجتماعية تُكتسب من خلال التوقعات والمعايير المجتمعية. والبطل، بوصفه شخصية قيادية أو ذات تأثير اجتماعي، يجسد هذه الأدوار ويمثل نموذجًا يحتذى به. وعليه فإن إدراك الأفراد لصورة البطل يرتبط بمدى استجابتهم لتوقعات الدور الاجتماعي والثقافي السائد (Eagly, 1987:13).

نظرية موسكوفيتش التمثيل الاجتماعي

تفسّر هذه النظرية أن الصورة الذهنية للبطل تتشكل أيضًا عبر تمثيلات اجتماعية مشتركة، تتبادل بين أفراد المجتمع والثقافة. بذلك، تُظهر الصورة البطولية ليس فقط جانبًا نفسيًا فرديًا، بل هي أيضًا ظاهرة اجتماعية تعكس القيم والمعايير الثقافية المتفق عليها (Moscovici ,1984 ; 30).

نظرية آليسون وغوثالز النماذج القدوة

تؤكد هذه النظرية أن الأفراد يكوّنون صورًا ذهنية للأبطال من خلال التماهي مع القدوة. حيث يقوم الشخص بمحاكاة صفات وسلوكيات البطل، مستمدًا منها الدافع والمعايير السلوكية، ما يربط الصورة الذهنية للبطولة بسلوكيات الفرد واتجاهاته في الحياة اليومية (Allison & Goethals ,2016; 37)

النظرية المتبناة:

Social Learning Theory (Bandura, 1977) نظرية التعلم الاجتماعي

:السبب في التبني

هذه النظرية ترى أن الأفراد يتعلمون السلوكيات والقيم من خلال الملاحظة والتقليد للنماذج. والبطل هو .نموذج حي أو رمزي يُشكل إدراك الفرد لما هو مرغوب من قيم واتجاهات

تفسر النظرية كيف تتكون صورة البطل في ذهن الأطفال والمراهقين من خلال وسائل الإعلام، أو البيئة .الاجتماعية، أو النماذج الحية في الواقع

عند استخدام هذا المقياس، يمكن القول إن البنود تقيس كيف يعكس الفرد التعلم بالملاحظة عبر إدراكه لسمات البطل وصفاته.

النظريات المفسرة للدافعية نحو النجاح

اما الدافعية نحو النجاح تشير الدراسات انها تمثل حالة الاستعداد النفسي للفرد للقيام بسلوكيات تهدف إلى تحقيق الإنجازات. ويستند الإطار النظري لهذا المفهوم إلى عدة نظريات وهي كالآتي:

(McClelland) نظرية الحاجة إلى الإنجاز

تعد هذه النظرية من أكثر النظريات ارتباطًا بدافعية الأفراد نحو النجاح. إذ ترى أن الأفراد يختلفون في درجة الحاجة إلى الإنجاز، حيث يسعى ذوو الحاجة المرتفعة إلى وضع أهداف صعبة ولكن قابلة للتحقيق، ويستمتعون بالتحديات ويتحملون المسؤولية. وتفسر هذه النظرية أبعاد المقياس مثل الإصرار والمثابرة، والطموح .(McClelland, 1961: 45) وتحديد الأهداف

نظرية التوقع والقيمة (Expectancy-Value Theory) – Wigfield & Eccles

ترى هذه النظرية أن دافعية الفرد نحو الإنجاز تتحدد من خلال توقعه للنجاح ومدى قيمة هذا النجاح بالنسبة له. أي أن الفرد يكون أكثر دافعية إذا اعتقد أن جهده سيؤدي إلى نتائج إيجابية، وأن هذه النتائج مهمة وذات قيمة (Wigfield & Eccles ,2002: 80)بالنسبة له

نظرية التوقع (Expectancy Theory) – Vroom

توضح هذه النظرية أن دافعية الفرد تتأثر بتوقعه للعلاقة بين الجهد والنتيجة، ومدى قيمة النتيجة نفسها. إذا شعر الفرد بأن جهده سيؤدي إلى نتيجة مرغوبة، وأن هذه النتيجة تحظى بأهمية شخصية، يزداد دافعه للعمل والمثابرة .(Vroom ,1964: 47)

نظرية الحاجاتMaslow

تفترض هذه النظرية أن دافعية الفرد تتدرج من تلبية الحاجات الأساسية (الجسمية، الأمان) وصولاً إلى حاجات تحقيق الذات. وعند بلوغ المستويات العليا، تصبح الدافعية نحو الإنجاز نابعة من الرغبة الداخلية لتحقيق الكفاءة (Maslow ,1943; 375) والتفوق الشخصي.

نظرية تحديد الأهداف(Locke & Latham, 1990)

تؤكد هذه النظرية أن الأهداف المحددة والواضحة والمرتبطة بمدة زمنية تؤدي إلى رفع مستوى الدافعية والأداء. وتشير إلى أن الأفراد الذين يضعون أهدافًا طموحة وواقعية يكونون أكثر التزامًا في تحقيقها، مما ينسجم مع بعد "الطموح وتحديد الأهداف". (Locke & Latham, 1990: 35)

نظرية الكفاءة الذاتية Bandura – (Self-Efficacy)

تشير إلى أن الاعتقاد بقدرة الفرد على النجاح يعزز من دافعيته لمواجهة التحديات والسعي نحو الإنجاز. كلما زادت كفاءة الفرد الذاتية، زادت مثابرته واندفاعه نحو الأهداف (Bandura ,1997: 191)

وبهذا يصبح الإطار النظري مترابطًا: فالصورة الذهنية للبطل تمثل موجهًا نفسيًا واجتماعيًا، بينما الدافعية نحو النجاح تمثل آلية سلوكية داخلية، والعلاقة بينهما تفسّر كيف يمكن للنماذج البطولية أن تحفّز الأفراد على السعي نحو الإنجاز والتميز.

النظرية المتبناة:

نظرية الحاجة إلى الإنجاز Need for Achievement Theory (McClelland, 1961)

السبب في التبني:

ترى هذه النظرية أن الأفراد يختلفون في مستوى الحاجة إلى الإنجاز، حيث يسعى ذوو الحاجة العالية إلى اختيار مهام متوسطة الصعوبة، والمثابرة لتحقيق النجاح، وتحمل المسؤولية عن نتائج أعمالهم.

تفسر النظرية أبعاد المقياس (الإصرار، المثابرة، الطموح، تحديد الأهداف، تحمل المسؤولية) على أنها مظاهر للحاجة المرتفعة إلى النجاح.

لذلك فإن تبني هذه النظرية يجعل المقياس مرتبطًا بإطار نظري واضح يفسر فروق الأفراد في مستويات الدافعية.

الدراسات السابقة" دراسات تناولت العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل وعلاقتها بالدافعية نحو النجاح:

Wigfield & Eccles (2002)

"التوقعات والقيم والسلوكيات الأكاديمية"

تهدف الدراسة الى تحليل العلاقة بين توقع النجاح وقيمة الإنجاز في تحديد مستوى الدافعية الأكاديمية.

وبيّنت أن دافعية الطلاب تزداد عندما يشعرون بأن إنجازاتهم ذات قيمة عالية ولها أثر ملموس في مستقبلهم.

مما يدعم فرضية أن إدراك الشباب لقيمة النجاح يرتبط بقوة صورتهم الذهنية عن الأبطال.

Allison & Goethals (2016)

"أبعاد ووظائف الصورة الذهنية للأبطال"

تهدف دراسة أبعاد ووظائف الصورة الذهنية للأبطال في التأثير على الطموح والدوافع الشخصية.

وأوضحت الدراسة أن الأبطال الإيجابيين يشكلون مصدر إلهام قوي يعزز المثابرة والسلوكيات الإنجازية.

مما يدعم فكرة تأثير نماذج البطولة على دافعية الشباب نحو النجاح.

PsyPost (2023)

"الاختلافات الثقافية في إدراك الأبطال: دراسة نفسية حديثة"

تهدف الى دراسة الاختلافات الثقافية في إدراك الأبطال وأثرها على سلوكيات الإنجاز.

وأوضحت النتائج أن طبيعة النماذج البطولية تؤثر في تبني قيم العمل والنجاح، وتختلف من مجتمع إلى آخر **مما** يبرز أهمية السياق العراقي في تفسير العلاقة بين المتغيرين.

مناقشة النظريات:

تُظهر النظريات النفسية والاجتماعية أن صورة البطل والدافعية نحو النجاح مفهومان مترابطان في تشكيل السلوك الإنساني. فقد أكّد يونغ (١٩٨١) من خلال نظرية الأنماط الأولية أن صورة البطل متجذرة في اللاوعي الجمعي وتشكل نموذجًا مرجعيًا يساعد الأفراد على فهم العالم وتنظيم خبراتهم. وفي السياق الاجتماعي، يرى موسكوفيتش (١٩٨٤) في نظرية التمثيل الاجتماعي أن صورة البطل نتاج بناء اجتماعي يتأثر بالقيم والثقافة والإعلام، بينما دور التماهي مع الأبطال كنماذج ملهمة تدفع الأفراد إلى تبني سلوكيات إنجازية تبرز نظرية النماذج القدوة. أن الأبطال يمثلون رموزًا (Tajfel & Turner, 1986) ومن منظور أوسع، توضح نظرية الهوية الاجتماعية أثر توقعات المجتمع (Eagly, 1987) تعزز الانتماء وتقوي الهوية الفردية، بينما تُبرز نظرية الدور الاجتماعي في نظريته حول التعلم الاجتماعي فيرى أن Bandura (1977) في تشكيل صورة البطل كقائد أو قدوة. أما الأبطال يسهمون في تعليم الأفراد القيم والسلوكيات عبر الملاحظة والتقليد.

تفسيرًا جوهريًا (McClelland, 1961) وفيما يخص الدافعية نحو النجاح، تقدم نظرية الحاجة إلى الإنجاز للفروق الفردية، إذ ترى أن الأفراد ذوي الحاجة العالية للإنجاز أكثر مثابرة ومسؤولية. ويعزز ذلك ما طرحته نظرية التوقع – القيمة (Wigfield & Eccles, 2002) بأن دافعية الفرد ترتفع كلما كان يتوقع النجاح ويمنح أهمية العلاقة بين الجهد والنتيجة، في (Vroom, 1964) الهدف قيمة عالية. وبالمثل، أوضحت نظرية فْروم حين ركزت نظرية ماسلو (١٩٤٣) على أن بلوغ حاجات تحقيق الذات يدفع الفرد للسعي إلى الإنجاز. كما أشار إلى أن الكفاءة الذاتية ترفع من مثابرة الأفراد وتحملهم للمسؤولية، وهو ما يتكامل مع ما (Bandura (1997 التي اعتبرت أن وضوح الأهداف وطموحها يزيد (Locke & Latham, 1990) أكدته نظرية تحديد الأهداف من الدافعية والالتزام.

إلى أن دافعية (2002) Wigfield & Eccles كما تدعّم الدراسات السابقة هذه الأطر النظرية، فقد توصل Allison & Goethals الطلاب نحو الإنجاز ترتبط بقوة بين توقع النجاح وإدراك قيمة الإنجاز. وأكدت دراسة أن الأبطال الإيجابيين يمثلون مصدر إلهام يعزز الطموح والسلوكيات الإنجازية لدى الشباب وأخيرًا، (2016) أن إدراك الأبطال يختلف تبعًا للثقافة، مما ينعكس على أنماط الدافعية وقيم (2023) PsyPostأوضح تقرير الإنجاز لدى الشباب.

<u>منهجية البحث وإجراءاته:</u>

يتضمن الفصل الحالي تحديد منهج البحث والإجراءات التي أتبعت لتحديد مجتمع البحث وعينته, ووصف خصائصها, وبناء أداة لقياس تطور مفهوم المواطنة, والمعالجة الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات.

أولاً: منهجية البحث:

يتطلب تحقيق أهداف البحث وصفاً كمياً لمفهوم المواطنة لدى الأطفال في الأعمار (١٥، ١٧، ١٩، ٢٢) سنة لغرض تعرف إدراك الأطفال لهذا المفهوم والتغيرات التي تطرأ عليهم مع التقدم بالعمر, ويتطلب هذا إتباع المنهج الوصفي ، الذي يستهدف جمع المعلومات الدقيقة عن الظاهرة المراد دراستها (منسي, ١٩٩٨: ٣٨). وهو لا يتوقف على تقرير حقائقه الحاضرة كما هي, بل يتناولها بالتحليل والتفسير لغرض استخراج الاستنتاجات المفيدة لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله أو استحداث معرفة جديدة (حمدان ,١٩٨٩: ٦٦). ويتطلب البحث الحالي إتباع منهج الدراسات التطورية من بين أنواع دراسات المنهج الوصفي للدراسات الارتباطية المستعرضة الذي يهتم بالتغيرات التي تحدث كوظيفة للزمن (جابر,١٩٨٩: ١٣٤). ولتحقيق أهداف البحث اتبعت الباحثة دراسات النمو من بين الدراسات التطورية التي تتناول طبيعة التغيرات التي تحدث عند الإنسان ومعدلاتها, ويتحدد منهج البحث بالدراسات المستعرضة من بين طريقتين لدراسات النمو (الطولية والمستعرضة) إذ يقوم الباحث فيها بسلسلة من الملاحظات المخططة والمنظمة لتطبيق مجموعة من المقاييس على أطفال مختلفين في المستوى العمري ثم تحسب متوسطات المتغيرات لكل مجموعة, وترصد هذه المتوسطات لكي تصور الأنماط العامة للنمو لكل متغير لدى الأطفال في الأعمار المحددة (فان دالين, ١٩٨٦: ٣٥١).

ثانياً: إجراءات البحث:-

1/ اختيار عينة البحث

أ/ عينة المدارس الإعدادية والكليات

اختارت الباحثة بالطريقة الطبقية العشوائية مدرستين اعدادية ومدرستين ثانوية، اثنين ذكور واثنين اناث من مديرية الثالثة . لتمثل الفئات العمرية (١٥، ١٧) سنة.

واختيرت أربع كليات من جامعة بغداد وهي (الاعلام، التربية بنات، الخوارزمي ، العلوم الاداب) للفئات العمرية (١٩، ٢٢).

ب/ اختيار عينة المراهقين والشباب:

تكونت عينة البحث من (٢٠٠) مراهقا وشابا بواقع (٥٠) فرداً لكل فئة عمرية من أعمار (١٥،١٧، ١٩، ٢٢) سنة , موزعين مناصفة بين الذكور والإناث (٢٥ ذكور، ٢٥ إناث). وذلك بإتباع الإجراءات الآتية :

أ- استبعد الأطفال الذين تجاوزوا العمر المحدد بسبب الرسوب أو التأخر في التسجيل. واختير أفراد الفئات العمرية (١٥, ١٧) سنة من أطفال ذوي جنسية عراقية وأبوين عراقيين.

اختير عشوائياً من كل من الأعمار (١٥, ١٧) سنة في المدارس الإعدادية والثانوية (٥٠) فرداً (مراهقاً ومراهقة) مناصفة بين الجنسين من الصفوف (الرابع والسادس الإعدادي). وبهذا يكون العدد الكلي لعينة المراهقين (١٠٠) فرداً .

ب- اختير عشوائياً من كل من الأعمار (١٩، ٢٢) سنة في كليات جامعة بغددا (٥٠) فرداً (شابا وشابه) مناصفة بين الجنسين من الصفوف (الثاني والرابع وطلبة الماجستير). وبهذا يكون العدد الكلي لعينة الشباب (١٠٠) فرداً .

وبهذا يكون العدد الكلي لعينة البحث الحالي (٢٠٠) فرداً موزعين بالتساوي على أعمار (١٥, ١٧، ١٩، ٢٢).

أداتا البحث

لم تجد الباحثة أداة مناسبة لقياس تطور الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ومراسلات البريد الالكتروني (بحسب علم الباحثة), لذا صممت الباحثة أداة لقياس تطور الصورة الذهنية للبطل للبحث واداة لقياس الدافعية نحو النجاح من أعمار (١٥-٢٢) سنة, وذلك بإتباع الإجراءات الآتية:

١/ تم الاعتماد على مجموعة من التعاريف المتنوعة عند بناء مقياسي الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح، وذلك لتحقيق شمولية المفهوم ودقته من الناحية النظرية والتطبيقية. ففيما يخص **مقياس الصورة الذهنية للبطل،** تم تبني تعريف باندورا(١٩٧٧) ونظريته في التعلم الاجتماعي في بناء المقياس الأمر الذي أتاح إطارًا علميًا لتحديد أبعاد المقياس.

أما فيما يخص **مقياس الدافعية نحو النجاح،** فقد تم تبني تعريف McClelland (1961)ا ونظريته والذي يُعد من أبرز المنظرين في مجال الدافعية نحو النجاح، حيث عرّفها بأنها الرغبة في تحقيق التفوق والإنجاز والسعي وراء أهداف صعبة تتطلب مهارة وجهدًا متواصلًا، وهو ما وفر للمقياس إطارًا علميًا عالميًا معتمدًا.

وعليه، فإن تبني هذه التعاريف جاء لاعتبارات منهجية وعلمية وثقافية.، مما منح المقياسين قوة في الصدق المفاهيمي وقدرة على قياس الأبعاد المستهدفة بدقة.

٢/ اعتمدت الباحثة تعريف باندورا(١٩٧٧) للصورة الذهنية للبطل وتعريف ميكللاند (١٩٦١) بحسب الابعاد المعتمدة ومكوناتها.

٣/ صممت الباحثة أسئلة اعتماداً على التعاريف ومكوناتها.

<u>وصف الأداتين:</u>

تتكون الأداة من اسئلة تتضمن وصفاً لصورة البطل الذهنية والدافعية نحو النجاح ولكل مكون من مكونات المتغيرين. وبذلك تألفت كل اداة من أربعة مكونات. وهنا لابد من الإشارة إلى أن الأجزاء الأربعة مترابطة وتعكس المكونات التي اعتمدت للمقياسين, وارتباط الأسئلة بالمكونات وقياسها للأهداف المنشودة وعلى النحو الآتي:

١/ تضمن مقياس الصورة الذهنية للبطل اربع مكونات وهي: **سمات الشخصية** (فقرتين)، **ودوره الاجتماعي والقيادي** (فقرتين)، **والمصادر التي تُستمد منها هذه الصورة** (فقرتين)، **العلاقة النفسية مع البطل** (فقرتين)، وبذلك يصبح مجموع فقرات المقياس (٨) فقرات.

٢/ تضمن مقياس الدافعية نحو النجاح هـ **الإصرار والمثابرة** (فقرتين)، **توجيه الذات نحو الإنجاز** (فقرتين) و**الطموح وتحديد الأهداف (فقرتين)، تحمل المسؤولية (فقرتين)**، وبذلك يصبح مجموع فقرات المقياس (٨) فقرات

٣/ تم صياغة الأسئلة للمقياسين بطريقة الاختيار المتعدد لكل فقرة (٤) خيارات.

طريقة البحث:

أتبعت الباحثة الطريقة العيادية (الإكلينيكية Clinical Method) التي اعتمدها بياجية في دراسته على الأطفال والتي يتم مقابلة الفرد بموجبها واختباره عن طريق الأسئلة لتعرف أفكاره ومعتقداته (piaget,1943: 72).

الصدق الظاهري للأداتين:

إن الصدق الظاهري يتم التوصل إليه من خلال حكم مختص على درجة قياس الاختبار للسمة المقاسة. وبما إن هذا الحكم يتصف بدرجة من الذاتية, لذلك يعطى الاختبار لأكثر من محكم, ويمكن تقييم درجة الصدق الظاهري للاختبار من خلال التوافق بين تقديرات المحكمين. وإن كل ما يقوم به المختص لتقدير الصدق الظاهري هو التبصر في مضمون كل سؤال من أسئلة الاختبار والحكم على مدى علاقته بمحتوى معين, وقد يستخدم في حكمه هذا سلم تقدير من درجتين أو أكثر (عودة , ١٩٩٨: ٣٧٠-٣٧١).

ويعكس الصدق الظاهري مدى انسجام فقرات الاختبار مع موضوع الاختبار ومفاهيمه وفقا لتعريف باني أو مطور الاختبار(النبهان, ٢٠٠٤: ٢٧٥).

وقد عرضت الاداتين بصيغتها الأولية (باللغة العربية الفصحى واللهجة الدارجة) على خبراء في مجال العلوم التربوية والنفسية والبالغ عددهم (١٠) محكمين، لكي يقيموا مدى وضوح أسئلة المقياسين للكشف عن المتغيرين عبر الأعمار التي يتناولها البحث, ومدى صلاحية الأسئلة وملاءمتها لعينة البحث وتمثيلها لمكونات المتغيرين. وقد اتفق الخبراء على صلاحية الأداة. واعتمدت الباحثة على النسبة المئوية حكماً لقبول فقرات المقياس أو تعديلها, وقد حصل المقياس على نسبة اتفاق تراوحت مابين (٨٠٪-١٠٠٪),.

وضوح المقياسين وأسئلتهما:

لمزيد من التأكد من صلاحية الأداتين وفهم المراهقين والشباب لأسئلة الأداة ووضوحها وحساب الزمن الذي تستغرقه الإجابة ,أجرت الباحثة تطبيقاً استطلاعياً لأداة البحث على (٤٠) فرداً من مدرستين اعدادية إحداهما للذكور والأخرى للإناث, وثانويتين إحداهما للذكور والأخرى للإناث، واربع كليات, بواقع (٥) أفراد من كل مجموعة عمرية بالطريقة الطبقية العشوائية موزعين بالتساوي على الجنس .

وقد أظهرت نتائج التطبيق وضوح أسئلة الاداة وفهمها لدى أفراد العينة, فضلاً عن إن الباحثة سجلت زمن استجابة المراهقين والشباب في كافة الفئات العمرية للعينة الاستطلاعية, إذ تراوح الوقت المستغرق للمراهقين من (٥ –١٠) دقيقة .

ثبات الأداتين:

يقصد بالثبات إن الفرد يحافظ على الموقع نفسه تقريباً بالنسبة لمجموعته عند تكرار قياسه, ويبقى على حاله تقريباً بالقدر الذي يتمثل فيه بقيمة صغيرة للخطأ المعياري في القياس أو بمعامل ثبات مرتفع (ابو جادو ,٢٠٠٠: ٤٤٢), إذ انه يشير إلى الاتساق في الدرجات التي يحصل عليها الأشخاص أنفسهم في أوقات مختلفة (Anastasi,1988:109).وقد حسبت الباحثة ثبات الاستجابة وثبات التصحيح على النحو الآتي:

١ – ثبات الاستجابة:

عمدت الباحثة إلى التحقق من ثبات الاستجابة عن طريق إعادة الاختبار (t–test), فقد طبقت الأداة على عينة مكونة من (٤٨) فرداً بواقع (٦) ذكور و(٦) إناث من كل فئة عمرية بشكل منفرد, ثم أعيد تطبيق الاختبار عليهم بعد ثلاثة أسابيع. وباستخدام معامل ارتباط بيرسون بين درجات التطبيق الأول والثاني, بلغ معامل الثبات (٠,٨٤) وهو معامل ثبات جيد (عوده,١٩٩٣: ٢٧٩). وبهذا فان الاختبار يعد ثابتاً ويمكن الاعتماد على النتائج المستحصلة عن طريق الأداة.

٢ – ثبات التصحيح:

يعد التصحيح مصدراً من مصادر الأخطاء المؤثرة في دقة القياس. وينطبق هذا على جميع الطرق المختلفة في التقويم التي تخضع إلى حد ما للذاتية مثل مقاييس التقدير وأدوات الملاحظة بشكل عام. ويتم ذلك بحساب الارتباط بين العلامات المقدرة في التصحيح للمرة الثانية من المصحح نفسه أو مصحح آخر (عوده,١٩٩٨ :٣٦١ – ٣٦٢). وقد استخدم هذا النوع من الثبات عند تصحيح إجابات المراهقين والشباب النوعية في الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح ومكوناتهما, ذلك أن الدرجة تقدر على أساس الفكرة الظاهرة أو الضمنية وبذلك تصبح هذه الدرجة عرضة للاختلاف.

ولذلك تم حساب الثبات على النحو الأتي:

أ – ثبات المصحح مع نفسه

بعد إن صححت الباحثة إستجابات المراهقين والشباب أعادت تصحيحها بفاصل زمني مقداره ثلاثة أسابيع. واستخدم معامل ثبات التصحيح (معادلة هولستي) للإجابات النوعية بين التقديرين (٠,٩٤) ويعد هذا المعامل عالياً جداً (عودة والخليلي,١٩٨٨: ١٤٦).

ب – ثبات المصحح نفسه مع مصحح اخر

بلغ معامل ثبات التصحيح مع مصحح آخر (بمعادلة هولستي) للإجابات النوعية بين التقديرين (٠,٩٠) ويعد هذا المعامل عالياً جداً (عود والخليلي,١٩٩٨: ١٤٦).

بعد أن انتهت الباحثة من إجراءات إعداد الأداتين وتأكدت من صدقهما وثباتهما أخذت الأداتين شكلها النهائي إذ تكونت من (٤) ابعاد و(٨) أسئلة لكل أداة .

التطبيق النهائي:

بعد إكمال إجراءات إعداد الأداتين طبقت الباحثة أداتي البحث على المراهقين والشباب في المدارس الإعدادية والثانوية والكليات المختارة في عينة البحث, وكان الاختبار بتوزيع المقياسين عليهم ثم تخبرهم بأن لديها مجموعة من الاسئلة سوف تقرئها لهم وتطلب منه إن يسمعها جيداً ويجيب عن الأسئلة بكل حرية وبدون قيد, وهكذا إلى أن ينتهي عدد المراهقين والشباب المطلوب مقابلتهم.

وقد استغرق التطبيق النهائي شهرين من (١٥/٣/ ٢٠٢٥ لغاية ١٥/٥/٢٠٢٥).

حساب الدرجة:

إجراءات التحليل النوعي:

صنفت إجابات المراهقين والشباب تصنيفاً نوعيا بحسب إجاباتهم, إذ صنففت إجابات مقياس الصورة الذهنية للبطل بعدة أنماط وهي (صورة واقعية، صورة خيالية، صورة مشوشة، صورة إيجابية).

اما مقياس الدافعية للنجاح فكان تصنيفها الى (دافعية مرتفعة، دافعية متوسطة، دافعية منخفضة، دافعية منخفضة جدا)

عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها:

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها البحث الحالي على وفق أهدافه وتفسير تلك النتائج تبعاً للخلفية النظرية الذي أعتمدتها الباحثة والدراسات السابقة وعلى النحو الآتي:

الهدف الأول: التعرف على الصورة الذهنية للبطل لدى المراهقين والشباب تبعاً لمتغيري

أ- تبعاً لمتغير العمر:

أظهرت النتائج أن الفئات العمرية الأصغر (١٥ و١٧ سنة) تميل إلى النظر إلى الأبطال بصورة إيجابية ومثالية بنسبة عالية تجاوزت (٥١٪)، مع وجود نسبة ملحوظة للصورة الواقعية.(34–36%)

عند عمر (١٩ سنة) حدث تحول مهم، حيث توازنت الصورة الواقعية والإيجابية (٤٥٪ لكل منهما)، وهو ما يشير إلى بداية انتقال المراهقين من المثالية إلى الواقعية.

أما في عمر (٢٢ سنة) فقد أصبحت الصورة الواقعية هي المهيمنة (٥٤٪)، في حين انخفضت الصورة الإيجابية إلى (٣٩٪)، وهو ما يعكس نضج الوعي وتراكم الخبرات الحياتية.

بالتالي فإن العمر يلعب دورًا تطوريًا في إعادة تشكيل صورة البطل من مثالية حالمة إلى رؤية أكثر واقعية واتزانًا، كما موضح في الجدول (١)

الجدول (١)

النسب المئوية لصورة الذهنية للبطل تبعا للعمر للعينة ككل

العمر	صورة ذهنية للبطل سلبية		صورة ذهنية للبطل مشوشة		صورة ذهنية للبطل واقعية		صورة ذهنية للبطل ايجابية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
15	25	٦٪	35	٩٪	137	٣٤٪	203	٥١٪
17	19	٥٪	31	٨٪	145	٣٦٪	205	٥١٪
19	22	٦٪	22	٦٪	178	٤٥٪	178	٤٥٪
22	16	٤٪	16	٤٪	214	٥٤٪	154	٣٩٪

ب- تبعاً لمتغير الجنس:

لم تظهر فروق جوهرية في اتجاهات الذكور والإناث نحو صورة البطل؛ فكلاهما ينظر إلى الأبطال بصورة إيجابية في الأعمار الصغيرة، ثم يتحولان تدريجيًا إلى الواقعية مع التقدم في العمر.

إلا أن بعض الدراسات السابقة تشير إلى أن الإناث قد يملن أكثر إلى الأبعاد الأخلاقية والوجدانية للأبطال، في حين أن الذكور يركزون على السمات القيادية والبطولية العملية، مما قد يفسر بعض الفروق الطفيفة داخل الأبعاد الفرعية وليس في الدرجة الكلية كما موضح في الجدول (٢).

الجدول (٢)

النسب المئوية لصورة الذهنية للبطل تبعا للجنس للعينة ككل

الجنس	صورة ذهنية للبطل سلبية		صورة ذهنية للبطل مشوشة		صورة ذهنية للبطل واقعية		صورة ذهنية للبطل ايجابية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ذكر	40	٥٪	44	٦٪	331	٤١٪	385	٤٨٪
انثى	44	٦٪	60	٨٪	343	٤٣٪	353	٤٤٪

الهدف الثاني : دلالة الفروق في الصورة الذهنية للبطل تبعا لمتغيري العمر والجنس

أ- تبعا لمتغير العمر

أظهرت نتائج تحليل مربع كاي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات العمرية في مستويات الصورة الذهنية للبطل($\chi^2 = 42.095$) ، ($df = 9$)، ($p < 0.05$)

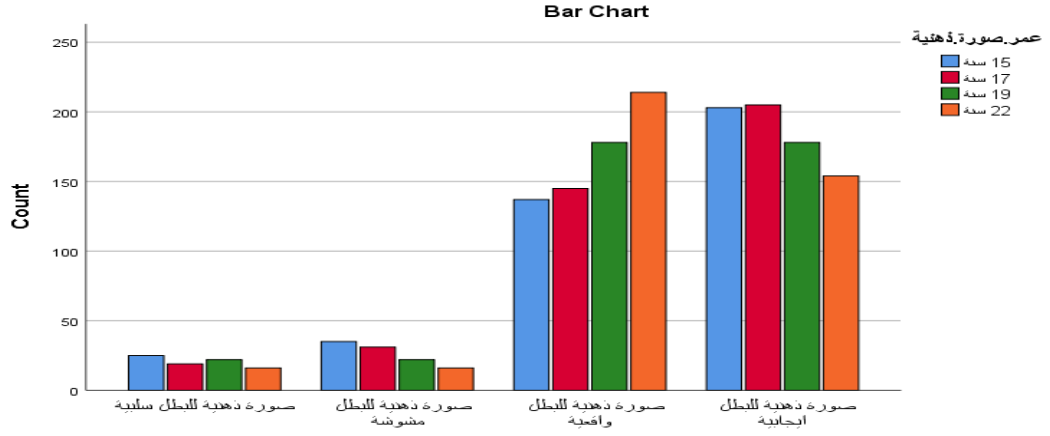
الأطفال الأصغر سنًا (١٥، ١٧ سنة) يميلون إلى تبني صور سلبية أو مشوشة للبطل، مع تقدم العمر (١٩، ٢٢ سنة)، تميل الصورة الذهنية للبطل إلى أن تصبح واقعية وإيجابية. هذا يشير إلى أن نمو الوعي الاجتماعي والعاطفي مع تقدم العمر يعزز القدرة على تكوين صورة أكثر نضجًا وإيجابية للبطل، ويقل الاعتماد على الصور السلبية أو المشوشة كما موضح في الجدول (٣) والشكل البياني (١).

الجدول(٣)

النسب المئوية لدلالة الفروق للصورة الذهنية للبطل بحسب العمر للعينة ككل

المستوى	العمر				المجموع	قيمة مربع كاي
	١٥ سنة	١٧ سنة	١٩ سنة	٢٢ سنة		
صورة ذهنية للبطل سلبية	25	19	22	16	82	42.095
صورة ذهنية للبطل مشوشة	35	31	22	16	104	
صورة ذهنية للبطل واقعية	137	145	178	214	674	
صورة ذهنية للبطل ايجابية	203	205	178	154	740	
المجموع	400	400	400	400	1600	

*القيمة الجدولية لمربع كاي (١٦.٩٢) بمستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٩).



الشكل البياني (١)

دلالة الفروق للصورة الذهنية للبطل بحسب العمر للعينة ككل

ب-تبعا لمتغير الجنس

أظهرت نتائج تحليل مربع كاي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستويات الصورة الذهنية للبطل ($\chi^2 = 4.253$)، ($df = 3$)، ($p > 0.05$)

توزيع مستويات الصورة الذهنية للبطل متقارب جدًا بين الجنسين، حيث يميل كل من الذكور والإناث إلى الصور الواقعية والإيجابية أكثر من الصور السلبية أو المشوشة.

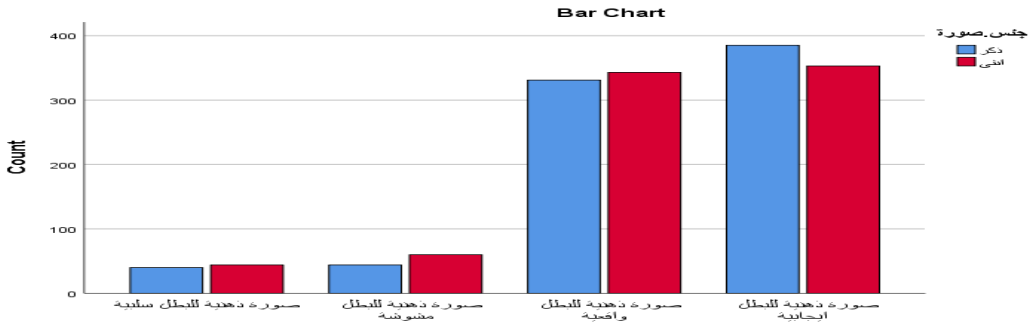
الجنس لا يعد عاملاً مؤثرًا على تكوين الصورة الذهنية للبطل، إذ يبقى العمر هو المحدد الأبرز للفروق بين الأفراد كما موضح في الجدول(٤) والشكل البياني (٢).

الجدول (٤)

النسب المئوية لدلالة الفروق للصورة الذهنية للبطل بحسب الجنس للعينة ككل

المستوى	الجنس		المجموع	قيمة مربع كاي
	ذكر	انثى		
صورة ذهنية للبطل سلبية	40	44	84	
صورة ذهنية للبطل مشوشة	44	60	104	
صورة ذهنية للبطل واقعية	331	343	674	
صورة ذهنية للبطل إيجابية	385	353	738	
المجموع	800	800	1600	4.253

*القيمة الجدولية لمربع كاي (٧.٨٢) بمستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٣).



الشكل(٢)

دلالة الفروق للصورة الذهنية للبطل بحسب الجنس للعينة ككل

الهدف الثالث: تعرف الدافعية نحو النجاح لدى المراهقين والشباب تبعاً لمتغيري:

أ- تبعا لمتغير العمر:

أظهرت النتائج أن مستويات الدافعية نحو النجاح تختلف باختلاف العمر؛ فقد كانت نسب **الدافعية المنخفضة جداً والمنخفضة** مرتفعة عند عمر (١٥) سنة (٢١٪)، لكنها انخفضت تدريجياً لتصل إلى (٨٪) فقط عند عمر (٢٢) سنة. في المقابل، اتسمت **الدافعية المتوسطة** بالثبات النسبي (٣٣–٣٤٪) عبر جميع الأعمار، مما يشير إلى وجود فئة مستقرة لا تتأثر كثيراً بالنمو العمري. أما **الدافعية العالية** فقد شهدت اتجاهاً تصاعدياً واضحاً من (٤٨٪) عند عمر (١٥) سنة إلى (٥٨٪) عند عمر (٢٢) سنة، وهو ما يعكس أن التقدم في العمر يرتبط بزيادة الطموح والوعي بأهمية النجاح في تحقيق الهوية والمكانة الاجتماعية. وبناءً عليه، يمكن الاستنتاج أن العمر يمثل عاملاً أساسياً في رفع مستويات الدافعية نحو النجاح، حيث تتناقص مستويات الدافعية المنخفضة وتزداد مستويات الدافعية العالية بشكل متدرج مع التقدم العمر، كما موضح في الجدول(٥).

الجدول (٥)

النسب المئوية للدافعية نحو النجاح بحسب العمر للعينة ككل

العمر	دافعية منخفضة جدا		دافعية منخفضة		دافعية متوسطة		دافعية عالية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
15	34	٩٪	46	١٢٪	130	٣٣٪	190	٤٨٪
17	32	٨٪	33	٨٪	134	٣٤٪	201	٥٠٪
19	22	٦٪	28	٧٪	136	٣٤٪	214	٥٤٪
22	17	٤٪	17	٤٪	135	٣٤٪	231	٥٨٪

ب- تبعا لمتغير الجنس

تشير النتائج إلى أن نسب الدافعية المنخفضة جداً والمنخفضة متقاربة بين الذكور (١٥٪) والإناث (١١٪)، مما يعكس تشابهاً في ضعف الدافعية لدى الجنسين. أما الدافعية المتوسطة فقد جاءت متساوية تقريباً (٢٨٪ للذكور

و٢٨٪ للإناث). في المقابل، ارتفعت نسبة الدافعية العالية قليلاً عند الإناث (٦٢٪) مقارنة بالذكور (٥٨٪)، وهو ما يدل على وجود ميل طفيف لصالح الإناث في تبني مستويات أعلى من الطموح والسعي للإنجاز.

غير أن الفروق لم تكن ذات دلالة إحصائية، ما يعني أن الجنس لا يمثل عاملاً مؤثراً جوهرياً في تحديد مستوى الدافعية نحو النجاح، وأن كلا الجنسين يتشابهان في أنماط اندفاعهم نحو تحقيق الأهداف، مع فارق بسيط يميل لصالح الإناث كما موضح في الجدول (٦).

الجدول (٦)

النسب المئوية للدافعية نحو النجاح بحسب الجنس للعينة ككل

الجنس	دافعية منخفضة جدا		دافعية منخفضة		دافعية متوسطة		دافعية عالية	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
ذكر	44	٦٪	71	٩٪	224	٢٨٪	461	٥٨٪
انثى	39	٥٪	47	٦٪	221	٢٨٪	493	٦٢٪

الهدف الرابع : دلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح تبعا لمتغيري

أ- العمر:

أظهرت نتائج اختبار مربع كاي أن الفروق بين الفئات العمرية كانت دالة إحصائياً (χ^2 = 26.119) وهي أكبر من القيمة الجدولية ١٦.٩٢ عند مستوى دلالة ٠.٠٥)، ما يؤكد أن العمر يمثل عاملاً مؤثراً في مستويات الدافعية نحو النجاح. فقد تبين أن نسب الدافعية المنخفضة جداً والمنخفضة تتناقص مع التقدم في العمر، بينما تتصاعد نسب الدافعية العالية بشكل تدريجي من (٤٨٪) عند ١٥ سنة إلى (٥٨٪) عند ٢٢ سنة، في حين بقيت الدافعية المتوسطة شبه ثابتة عبر الأعمار المختلفة.

ويعكس هذا الاتجاه أن النمو العمري يساهم في تعزيز الطموح والوعي بأهمية النجاح، حيث ينتقل الشباب من مستويات أدنى من الدافعية في المراحل المبكرة إلى مستويات أعلى وأكثر استقراراً في المراحل المتقدمة كما موضح في الجدول(٧) والشكل البياني (٣).

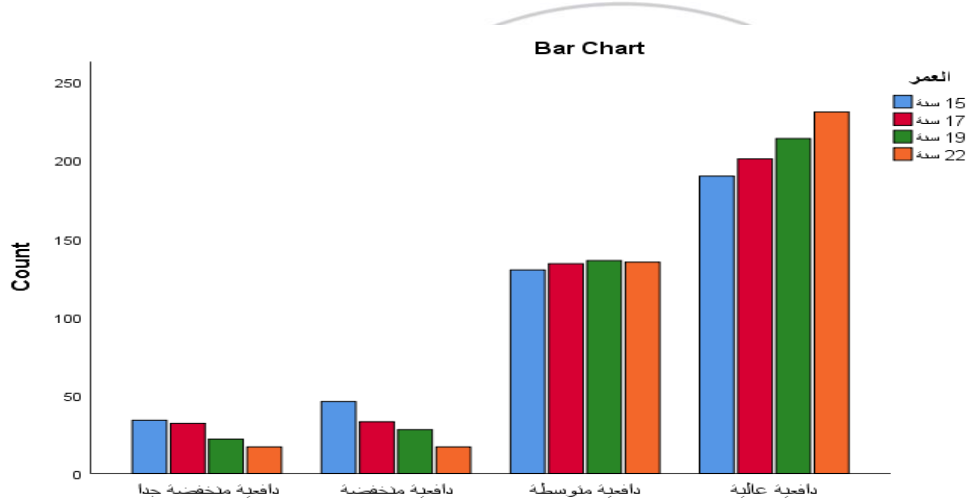
الحدول (٧)

النسب المئوية لدلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح بحسب العمر للعينة ككل

المستوى	العمر				المجموع	قيمة مربع كاي
	١٥ سنة	١٧ سنة	١٩ سنة	٢٢ سنة		
دافعية منخفضة جداً	34	32	22	17	105	

دافعية منخفضة	46	33	28	17	124	٢٦,١١٩
دافعية متوسطة	130	134	136	135	535	
دافعية عالية	190	201	214	231	836	
المجموع	400	400	400	400	1600	

*القيمة الجدولية لمربع كاي (١٦,٩٢) بمستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٩).



الشكل (٣)

دلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح بحسب الجنس للعينة ككل

ت- تبعا لمتغير الجنس

تشير نتائج اختبار مربع كاي إلى أن الفروق بين الذكور والإناث في مستويات الدافعية نحو النجاح لم تكن دالة إحصائياً ($\chi^2 = 6.276$) ، وهي أقل من القيمة الجدولية ٧.٨٢ عند مستوى دلالة ٠.٠٥ .(وهذا يعني أن الجنس لا يعد عاملاً حاسماً في تفسير الفروق في الدافعية.

ورغم ذلك، تُظهر البيانات وجود ميل طفيف لصالح الإناث في مستوى الدافعية العالية (٦٢٪ مقابل ٥٨٪ للذكور)، إلا أن هذا الفارق لا يصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية. وعليه يمكن القول إن الذكور والإناث يتشابهان إلى حد كبير في دافعيتهم نحو النجاح، وأن الفروق الملحوظة ترجع لعوامل فردية أو بيئية أكثر من كونها فروقاً قائمة على النوع الاجتماعي كما موضح في الجدول (٨) والشكل(٤).

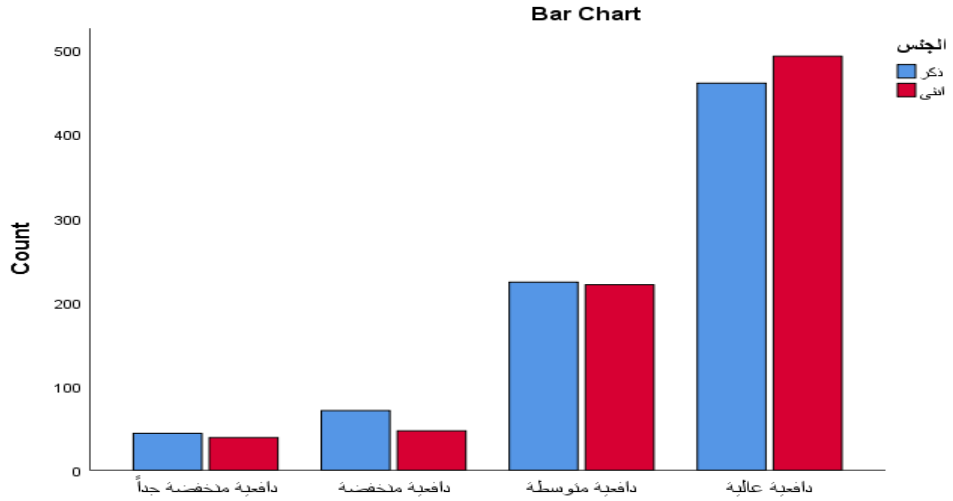
الجدول (٨)

النسب المئوية لدلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح بحسب الجنس للعينة ككل

المستوى	الجنس	المجموع	قيمة مربع كاي

	ذكر	انثى		
دافعية منخفضة جداً	44	39	83	٦,٢٧٦
دافعية منخفضة	71	47	118	
دافعية متوسطة	224	221	445	
دافعية عالية	461	493	954	
المجموع	800	800	1600	

*القيمة الجدولية لمربع كاي (٧,٨٢) بمستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (٣).



الشكل (٤)

دلالة الفروق في الدافعية نحو النجاح بحسب الجنس للعينة ككل

الهدف الخامس : تعرف العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح تبعا لمتغيري:

أ- العمر:

معامل ارتباط كرامر (Cramér's V) هو مقياس إحصائي يستخدم لتقدير قوة العلاقة بين متغيرين اسميين أو فئويين، وهو مستمد من اختبار مربع كاي.(Chi-square)

قيمه تتراوح بين 0 و١، حيث:

- 0 → لا توجد علاقة.
- 1 →علاقة قوية جدًا أو شبه تامة.

وفقًا لـ Rea & Parker (1992)، يمكن تفسير قوة العلاقة على النحو التالي:

٠٠ – ٠.١٠ ← علاقة ضعيفة جدًا (قابلة للإهمال).

٠.١٠ – ٠.٢٠ ← علاقة ضعيفة.

٠.٢٠ – ٠.٤٠ ← علاقة متوسطة.

٠.٤٠ – ٠.٦٠ ← علاقة قوية

اظهرت النتائج وفق معامل ارتباط كرامر كالآتي:

العمر ١٥ سنة(Cramér = 0.352)

- العلاقة **متوسطة إلى قوية**، مما يشير إلى أن صورة البطل تؤثر في دافعية النجاح لدى المراهقين الأصغر سنًا لكنها ليست التأثير الأقوى بعد.
- يعكس هذا المرحلة الأولى من الوعي الاجتماعي والشخصي.

العمر ١٧ سنة(Cramér = 0.437)

- العلاقة **قوية**، ما يدل على أن الشباب في أواخر المراهقة يبدأون بتأثر أكبر بمثال البطل، حيث تتبلور القيم والمثل العليا لديهم.

العمر ١٩ سنة(Cramér = 0.484)

- العلاقة **قوية** وتزداد تدريجيًا، ويعكس ذلك نمو الاستقلالية والتفكير النقدي لدى الشباب الذين باتوا أكثر وعيًا بأهمية القدوة في توجيه دافعيتهم نحو النجاح.

العمر ٢٢ سنة(Cramér = 0.511)

- العلاقة **قوية** وأعلى قيمة مقارنة بالأعمار السابقة، ما يشير إلى أن البالغين الشباب يعتمدون على الصور الذهنية للبطل كمرجعية أساسية لتعزيز أهدافهم ودوافعهم للنجاح.

نستخلص من ذلك أن **الاتجاه العام**، كلما تقدم العمر، ازدادت قوة العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى الذكور، ما يعكس **تطورًا نفسيًا واجتماعيًا**.

وأن **الدلالة الإحصائية** :جميع القيم **دالة إحصائيًا**، مما يؤكد أن العلاقة قائمة وليست عشوائية.

ولذلك فأن **أهمية استخدام كرامر**، مناسب لتحليل العلاقة بين المتغيرات الفئوية مثل الفئات العمرية ومستويات الدافعية والصورة الذهنية للبطل كما موضح في الجدول(٩).

الجدول (٩)

معامل ارتباط كرامر للعلاقة بين المتغيرين بحسب العمر

العمر	معامل ارتباط كرامر **Cramér**	الدلالة
١٥	٠.٣٥٢	دالة
١٧	٠.٤٣٧	دالة
١٩	٠.٤٨٤	دالة

٢٢	٠.٥١١	دالة

ب-الجنس:

تشير نتائج اختبار مربع كاي ومعامل التوافق إلى وجود علاقة قوية ودالة إحصائيًا لمتغير الجنس. فقد بلغت قيمة مربع كاي للذكور ٣٤٥.٨٨٥، وللإناث ٣٢٩.٣٦٢، بينما بلغ معامل التوافق ٠.٥٤٩ للذكور و٠.٥٤٠ للإناث، ما يعكس قوة ارتباط مرتفعة بين المتغيرات لدى كل من الجنسين. كما تدل الدلالة الإحصائية على أن هذه العلاقة ليست عشوائية، بل تمثل تأثيرًا حقيقيًا للجنس على المتغير قيد البحث. ومن خلال المقارنة بين الجنسين، يمكن ملاحظة تقارب قيم معامل التوافق، ما يشير إلى تشابه قوة العلاقة وتأثيرها على كل من الذكور والإناث على حد سواء كما موضح في الجدول (١٠).

الجدول (١٠)

قيمة مربع كاي للعلاقة بين المتغيرين بحسب الجنس

الجنس	قيمة مربع كاي	معامل التوافق	الدلالة
ذكر	٣٤٥,٨٨٥	٠,٥٤٩	دالة
انثى	٣٢٩,٣٦٢	٠,٥٤٠	دالة

مناقشة النتائج:

١. تطور الصورة الذهنية للبطل:

- دعم نتائج البحث فكرة يونغ حول الأنماط الأولية، حيث تتحول الصور المثالية عند الصغار إلى صور واقعية مع تقدم العمر.(Jung, 1981)
- يتوافق هذا مع نتائج Allison & Goethals (2016) التي تشير إلى أن النمو المعرفي والاجتماعي يعزز تكوين صورة أكثر نضجًا للبطل.

٢. تطور الدافعية نحو النجاح:

- النتائج تدعم نظرية الحاجة إلى الإنجاز (McClelland, 1961) التي تربط النضج والتجارب الفردية بارتفاع دافعية الإنجاز.
- كما تتفق مع نظرية التوقع والقيمة (Wigfield & Eccles, 2002) التي توضح أن إدراك قيمة الإنجاز يعزز الدافعية.

٣. العلاقة بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح:

- العلاقة الإيجابية بين المتغيرين توضح كيف يمكن للقدوة البطولية أن ترفع مستوى الطموح والالتزام الشخصي لدى الشباب.
- هذا يتفق مع نظرية التعلم الاجتماعي (Bandura, 1977) التي ترى أن التماهي مع النماذج الإيجابية ينعكس على السلوك التحفيزي.

الاستنتاجات:

١. الصورة الذهنية للبطل تتطور من مثالية نحو واقعية مع تقدم العمر.
٢. الدافعية نحو النجاح تتعزز تدريجيًا مع النضج والمعرفة الاجتماعية.
٣. هناك علاقة إيجابية قوية بين الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح، وتزداد قوة هذه العلاقة مع التقدم في العمر.
٤. لا توجد فروق جوهرية بين الذكور والإناث في المستوى الكلي للصورة الذهنية للبطل أو الدافعية، مع بعض الاختلافات في الأبعاد الفرعية.

التوصيات:

١/ وزارة التربية ووزارات التعليم العالي:

توجيه المناهج والأنشطة التربوية في المدارس والكليات نحو تعزيز النماذج البطولية الإيجابية الواقعية، عبر دمج قصص وسير شخصيات ملهمة في المناهج الدراسية، وتنظيم فعاليات مدرسية وجامعية تسهم في بناء القدوة الإيجابية لدى الطلبة.

٢/مؤسسات التنمية البشرية ومراكز الإرشاد التربوي:

تصميم وتنفيذ ورش عمل تدريبية وتطويرية تستهدف فئتي المراهقين والشباب لتعزيز الدافعية نحو النجاح من خلال التماهي مع شخصيات بطولية حقيقية، وتشجيع الممارسات التي تغرس قيم الجهد والمثابرة والإنجاز الواقعي.

٣/ وسائل الإعلام ومنتجو المحتوى الرقمي:

العمل على تقديم محتوى إعلامي متوازن يبرز النماذج البطولية الواقعية في مختلف المجالات (العلم، الفن، الخدمة المجتمعية، الإبداع...) إلى جانب النماذج المثالية، بما يقلل من التضارب في معايير النجاح ويسهم في بناء وعي مجتمعي ناضج حول معنى البطولة والإنجاز.

٤/ الباحثون والمؤسسات الأكاديمية:

تشجيع الدراسات المستقبلية على استكشاف أثر الوسائط الرقمية الحديثة ومنصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الصورة الذهنية للبطل والدافعية نحو النجاح لدى فئات عمرية مختلفة، مع تطوير أدوات قياس جديدة تراعي التطورات الثقافية والتكنولوجية.

المقترحات:

دراسات مستقبلية على فئات عمرية أوسع:

متابعة تأثير الصورة الذهنية للبطل على الدافعية نحو النجاح بعد سن ٢٢ سنة، لتقييم استمرارية هذا التأثير في مرحلة الشباب المبكر.

١. **تحليل تأثير البيئة الرقمية:**

دراسة العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وأنماط الصورة الذهنية للبطل والدافعية، مع التمييز بين التأثير الإيجابي والسلبي.

٢. **دراسات مقارنة بين الثقافات:**

مقارنة أثر الصورة الذهنية للبطل على دافعية النجاح بين الشباب في دول عربية مختلفة، لمعرفة تأثير الثقافة المحلية على تكوين الدافعية.

المصادر:

- ابن منظور. (١٩٩٢). لسان العرب. القاهرة: دار المعرفة. صفحة
- حمدان, محمد زياد.(١٩٨٩). البحث العلمي كنظام. سوريا: دار التربية الحديثة
- عودة, احمد سليمان والخليلي, خليل يوسف.(١٩٩٨). الاحصاء للباحث في التربية والعلوم الانسانية. عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع.
- عودة, احمد سليمان والخليلي, خليل يوسف.(١٩٩٨). القياس والتقويم في العملية التدريسية. عمان: دار الامل.
- المعجم الوسيط. (١٩٨١). دار المعارف
- النبهان , موسى.(٢٠٠٤). اساسيات القياس في العلوم السلوكية. ط(٢), عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

- Allison, S. T., & Goethals, G. R. (2016). “Dimensions and Functions of Heroic Imagery.” Journal of Social Psychology, 156(1).
- Allison, S. T., & Goethals, G. R. (2016). *Heroes: What they do and why we need them*. Oxford University Press.
- Anastasi, A.(1988). Psychological testing. Sixth edition, New York McMillan publishing.
- Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. New York, NY: W. H. Freeman.
- Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. New York, NY: W. H. Freeman.

- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Campbell, J. (1949). The Hero with a Thousand Faces. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Eagly, A. H. (1987). Sex differences in social behavior: A social-role interpretation. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Franco, Z., Blau, K., & Zimbardo, P. (2011). Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*, 15(2).
- Jung, C. G. (1981). The Archetypes and the Collective Unconscious. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (1990). A theory of goal setting & task performance. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Marsh, H. W., et al. (2003). Peer and celebrity role models and aspirations: Positive and negative effects. *Adolescence*, 38(149).
- Maslow, A. H. (1943). "A Theory of Human Motivation." Psychological Review, 50(4).
- McClelland, D. C. (1961). The Achieving Society. Princeton: Van Nostrand.
- Moscovici, S. (1984). The Phenomenon of Social Representations. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.), Social Representations Cambridge: Cambridge University Press.
- PsyPost (2023). Cultural differences in hero perceptions: New psychology study. psypost.org
- Rea, L. M., & Parker, R. A. (1992). Designing and conducting survey research: A comprehensive guide. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Smith, J., & Jones, L. (2002). Mental representations of heroes. New York: Academic Press..
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.), Psychology of intergroup relations (pp. 7–24). Chicago: Nelson-Hall.
- Van Tongeren, D. R., et al. (2018). Heroic helping: The effects of priming superhero images on prosociality. *Frontiers in Psychology*, 9.
- Vroom, V. H. (1964). Work and Motivation. New York, NY: Wiley.
- Wigfield, A., & Eccles, J. (2002). "Expectancies, Values, and Academic Behaviors." In J. T. Spence (Ed.), Achievement and Achievement Motives New York, NY: W. H. Freeman.
- Zimbardo, P., & Franco, Z. (2011). Cultural differences in the conceptualization of heroism. Cross-Cultural Psychology Review, 8(1).