التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط في مادة الاجتماعيات

م.م زياد طارق علي الزبيدي
Basichist_gm_22@uodiyala.edu.iq
وزارة التربية/ المديرية العامة لتربية ديالى

الملخص

يهدف البحث الحالي الى لمعرفة مستوى التفكير المنتج لدى طلبة الصف الاول المتوسط في مادة الاجتماعيات، وقد استعمل الباحث المنهج الوصفي التحليلي على عينة مكونة من (١٢٠) طالباً وطالبة، اما اداة البحث فقد تبنى الباحث اختبار التفكير المنتج المعد من قبل (مراد) أذ يتكون من محورين المحور الأول التفكير الناقد والمحور الثاني اختبار التفكير الإبداعي، وقد جرى من التحقق من صدق الاداة وثباتها واستعمل الباحث برنامج (spss) كأداة احصائية للتوصل الى النتائج التي تشير أن الطلبة يمتلكون مستوى جيدًا من التفكير المنتج، مما يعكس فاعلية البيئة التعليمية في تنمية القدرات العقلية العليا لديهم، ولاسيما مهارات التحليل والتوليد والإبداع وعلى هذه النتائج اوصى الباحث بتبني استراتيجيات تدريس حديثة قائمة على تنمية التفكير، مثل التعلم النشط وحل المشكلات، لما لها من دور في تعزيز التفكير المنتج لدى الطلبة، أذ اقترح الباحث اجراء دراسة لمعرفة العلاقة الارتباطية بين التفكير المنتج والتحصيل الدراسي لدى طلبة المرحلة المتوسطة.

الكلمات المفتاحية: التفكير المنتج.

Productive thinking among first-year middle school students in social studies

Assistant Lecturer: Ziad Tariq Ali Al-Zubaidi

Ministry of Education\ General Directorate of Education in Diyala

Abstract:

The current research aims to determine the level of productive thinking among first-year middle school students in the subject of social studies. The researcher used the descriptive analytical method on a sample consisting of (120) male and female students As for the research tool, the researcher adopted the productive thinking test prepared by (Murad), which consists of two axes: the first axis is critical thinking and the second axis is the creative thinking test The validity and reliability of the instrument were verified, and the researcher used the SPSS program as a statistical tool to arrive at results indicating that the students possess a good level of productive thinking This reflects the effectiveness of the educational environment in developing their higher mental abilities, especially skills of analysis, generation and creativity. Based on these results, the researcher recommended adopting modern teaching strategies based on developing thinking Such as active learning and problem-solving, due to their role in promoting productive thinking among students. The researcher suggested conducting a study to determine the correlation between productive thinking and academic achievement among middle school students.

Keywords: Productive thinking.

مشكلة البحث

تعد المرحلة المتوسطة من أهم المراحل العمرية والتعليمية التي يمر بها الطالب، أذ تتشكل فيها قدراته المعرفية والنفسية والاجتماعية، مما يتطلب تزويده بمهارات فكرية عليا تمكنه من التفاعل مع محيطه بفاعلية واستقلالية، وفي هذا السياق تبرز مادة الاجتماعيات كحقل معرفي خصب يُعنى بدمج مفاهيم الجغرافيا والتاريخ والمدنيات، بهدف بناء وعي مجتمعي عميق لدى الطلبة وتدريبهم على فهم الظواهر وتحليلها، وعلى الرغم من هذه الأهمية البالغة للمادة وطبيعتها التكوينية، تُشير العديد من المؤشرات التربوية والواقع الميداني إلى وجود فجوة حقيقية تتمثل في تدنٍ نسبي ملحوظ في مستوى التفكير المنتج لدى طلبة هذه المرحلة، ويُعزى هذا التدني بالدرجة الأساس إلى هيمنة الأساليب التدريسية التقليدية التي تتخذ من الحفظ والتكرار والتلقين منهجاً سائداً في الغرف الصفية، بدلاً من التركيز على عمليات التفاعل والاستنتاج والتحليل

المنطقي(قطامي،٢٠٠٤ :٢٥١)، لعل هذا النمط التقليدي في التعليم يُقيد فرص التفاعل العقلي الحقيقي، ويحول المتعلم إلى متلقٍ سلبي يُطالب باستذكار الحقائق الجاهزة، دون أن يُمنح المساحة الكافية والمناخ النفسي الداعم لبناء المعنى، أو توليد حلول متعددة ومبتكرة للمواقف التعليمية والحياتية التي يواجهها ونتيجةٍ لذلك، يبرز قصور واضح في قدرة الطلبة على ربط المعرفة النظرية المكتسبة بالواقع المجتمعي والبيئي المحيط بهم، فضلاً عن ضعف جلي في مؤشرات الأصالة والمرونة الفكرية، أذ يميل الكثيرون إلى تقديم إجابات نمطية ومكررة، ويعجزون عن الخروج عن الأطر المألوفة عند معالجة القضايا المعاصرة أو تفسير الأحداث التاريخية، كما أن المناهج الدراسية في صيغتها الحالية والتركيز المفرط على أدوات التقويم التي تقيس الحفظ والاسترجاع وحدهما تزيد من تعقيد المشكلة وتجذرها، إذ تعزل الطالب عن ممارسة التفكير الإبداعي والتحليلي، وتُهمش دوره في إنتاج أفكار جديدة وغير تقليدية (المجبر،٢٠٠٠ :٣٧)، وبناءً على ما تقدم من معطيات تؤكد غياب البيئة المحفزة والمحتوى المرن الذي يدعم التفكير الحر ويتقبل الحلول البديلة، تتبلور مشكلة البحث الحالي في الحاجة الماسة إلى تشخيص هذا الواقع التربوي بدقة علمية وموضوعية، ومحاولة سبر أغواره من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس الآتي: **ما مستوى التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط في مادة الاجتماعيات؟**

أهمية البحث

تنبثق أهمية هذا البحث من طبيعة التحولات التربوية والمعرفية المتسارعة التي يشهدها القرن الحادي والعشرون، والتي تفرض على المؤسسات التعليمية إعادة النظر في غاياتها وأهدافها، أذ لم يعد التفكير المنتج مجرد مهارة فرعية أو ترفاً فكرياً، بل أصبح يمثل جوهر العملية التربوية ومطلباً أساسياً لإعداد أجيال قادرة على التكيف مع المتغيرات. وتتجلى الأهمية الأكاديمية والتربوية لهذه الدراسة في سعيها الحثيث للكشف عن المستويات الحقيقية للتفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط، مما يوفر قاعدة بيانات علمية رصينة ومؤشرات واقعية تسهم في مساعدة الباحثين والمخططين والمربين على تقويم وتطوير البرامج التعليمية والمناهج الدراسية، بما يعزز هذه المهارة وينسجم مع الاحتياجات العقلية للمتعلمين.

وإلى جانب ذلك، يكتسب البحث أهميته النوعية من تناوله لمادة الاجتماعيات التي تعد، بطبيعتها التكوينية وتنوع محاورها التاريخية والجغرافية والمدنية، بيئة خصبة وحقلاً حيوياً لتوظيف استراتيجيات التفكير المنتج، شريطة أن تُستثمر مضامينها بطريقة علمية تتجاوز التلقين نحو الفهم العميق والتطبيق العملي، مما يحول التعلم إلى عملية فاعلة وذات معنى للمتعلم، كما يبرز البعد التربوي للبحث في محاولته الجادة لفهم طبيعة العلاقة الوثيقة بين طرائق تدريس مادة

الاجتماعيات ومدى إسهامها في تطوير قدرات التفكير مقدماً بذلك رؤية تحليلية تمهد الطريق لاقتراح استراتيجيات وأنشطة تعليمية داعمة ومحفزة للذهن.

وعلى الصعيد المجتمعي والتكوين الشخصي تتجاوز أهمية هذا البحث جدران الغرفة الصفية لتمس البناء المتكامل لشخصية الطالب في مرحلة نمائية حساسة، أذ تؤكد الأدبيات التربوية أن تنمية التفكير المنتج لا تنعكس إيجاباً على التحصيل الدراسي فحسب بل تمتد لتشمل السلوك الاجتماعي، مما يجعل المتعلم أكثر وعياً بمحيطه، وأقدر على التعامل بمرونة مع المشكلات المعقدة وأكثر فاعلية في التواصل مع الآخرين، ومن هنا فإن هذا البحث يسهم بشكل مباشر وملموس في تلبية تطلعات المجتمع نحو إعداد جيل واعٍ ومبدع يمتلك الاستقلالية لإنتاج أفكار تتسم بالأصالة والمنفعة ويكون قادراً على اتخاذ قرارات عقلانية ومستنيرة تمكنه من المشاركة الفاعلة في تحليل وحل مشكلات مجتمعه بروح المبادرة والمسؤولية (سعيد ، ٢٠٢٢ : ٧٣).

أهداف البحث

يهدف البحث إلى ما يأتي:

١. قياس مستوى التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط في مادة الاجتماعيات.

٢. التعرف على الفروق في التفكير المنتج بين الطلبة تبعًا لمتغير الجنس.

حدود البحث

اقتصر البحث على:

- طلبة الصف الأول المتوسط في المدارس الحكومية.
- محافظة ديالى كعينة جغرافية.
- مادة الاجتماعيات فقط دون بقية المواد.

تعريف المصطلحات الإجرائية

- **التفكير المنتج**

- عرفه عطية (٢٠١٥): عملية ذهنية تتفاعل فيها الادراك الحسي مع الخبرة، ويتطلب مجموعة من القدرات او المهارات ويسعى الى اكتشاف علاقات جديدة او طرائق غير مألوفة لتحقيق هدف معين بدوافع داخلية او خارجية (عطية، ٢٠١٠ : ١٣).

عرفه (تايلور) : موهبة تتعلق بالتفكير الابداعي وتوليد الافكار معتمدة على عنصر النقد كهدف اساسي في عمليات التفكير والتقويم، ومساعدة الطلبة على الاحساس بالمشكلات المحتملة وتنمية التفاعل بينهم وايجاد افضل الحلول لتلك المشكلات التي تواجههم في مدارسهم ومساعدتهم في التكيف مع العالم المتغير والخارجي (الكريطي،٢٠١٩: ٤٤).

- **التعريف النظري للباحث** :تبنى الباحث تعريف تايلور في تفسير التفكير المنتج كونه اقرب الى عمل الباحث ويتماشى مع متطلبات سير البحث.

- **التعريف الاجرائي** :قدرة الطالب على توليد حلول متعددة ومبتكرة للمواقف التعليمية، وتقديم أفكار جديدة غير تقليدية في تحليل الأحداث أو تفسير الظواهر.
- **طلبة الصف الأول المتوسط** :هم الطلبة الذين التحقوا بالمرحلة الأولى من التعليم المتوسط في العام الدراسي ٢٠٢٥-٢٠٢٦.
- **مادة الاجتماعيات** :مادة دراسية تدمج بين مفاهيم الجغرافيا، والتاريخ، والمدنيات، وتُدرّس ضمن المنهج العراقي الرسمي.

الإطار النظري للبحث

يشكل الإطار النظري للبحث حجر الأساس الذي تنبني عليه فقراته التحليلية، إذ يتيح استعراض المفاهيم والمحددات النظرية التي ترتبط بموضوع التفكير المنتج، وكذلك طبيعة مادة الاجتماعيات ودورها في تنمية هذا النوع من التفكير لدى طلبة الصف الأول المتوسط، ويُعد الإطار النظري بمثابة الخلفية العلمية التي تُسهم في فهم وتحليل النتائج لاحقًا.

أولًا: مفهوم التفكير المنتج

يشير مصطلح "التفكير المنتج" إلى العمليات الذهنية التي تؤدي إلى الوصول لأفكار أو حلول جديدة في مواقف تعليمية أو حياتية، وهو ليس مجرد استدعاء للمعلومات السابقة، بل عملية معرفية نشطة تقوم على الإبداع والتجديد(السيد، ٢٠١٢ :٦٧)، ويمتاز التفكير المنتج بعدة خصائص منها: الأصالة، الطلاقة، المرونة، والقدرة على التحليل والتركيب.

ويؤكد الباحثون في مجال علم النفس المعرفي أن التفكير المنتج يُعد من أهم مظاهر الذكاء العملي، كونه يُسهم في تحسين الأداء الأكاديمي، ويُعزز من قدرة الطالب على التكيف مع التغيرات السريعة التي يشهدها العالم المعاصر(عبدالله، ٢٠١٨: ١١٢)، كما أن التفكير المنتج يتطلب بيئة صفية نشطة، تعتمد أساليب تدريس تفاعلية، ومحتوى تعليمي مشوّق يربط بين المعرفة النظرية وتطبيقاتها الواقعية.

ثانيًا: أنواع التفكير المنتج

تتنوع أنماط التفكير المنتج بحسب السياق التعليمي، ومن أبرز هذه الأنماط ما يأتي: (مراد، ٢٠٢٣: ٣٤)

١. **التفكير الإبداعي** :يتضمن قدرة الطالب على إنتاج أفكار غير مألوفة، أو تقديم حلول مبتكرة لمشكلات تعليمية أو حياتية.

٢. **التفكير التحليلي** :يُركز على فحص المعطيات وتحليلها، وتحديد العلاقات السببية والمنطقية بينها.

٣. **التفكير النقدي** :يعتمد على تقييم الحجج والأفكار، والكشف عن التحيزات أو المغالطات في النصوص أو المواقف.

٤. **التفكير المنظومي** :ينظر إلى الظواهر كأجزاء مترابطة ضمن منظومة شاملة، ويُسهم في فهم القضايا المعقدة.

ثالثًا: أهمية التفكير المنتج في التعليم

أصبحت المؤسسات التعليمية الحديثة تعترف بأن التفكير المنتج ليس مهارة فرعية، بل هو جوهر العملية التربوية. إذ يتيح للطلبة التعامل بمرونة مع المحتوى الدراسي، ويُسهم في تحويل التعلم إلى عملية فاعلة ذات معنى. وتشير العديد من الدراسات إلى أن الطلبة الذين يمتلكون مهارات تفكير منتج يكونون أكثر قدرة على: (مراد، ٢٠٢٣: ٣٤)

- حل المشكلات المعقدة داخل الصف وخارجه.
- التواصل الفعّال مع الآخرين.
- المشاركة في اتخاذ القرار.
- إنتاج أفكار تتسم بالأصالة والمنفعة.

الفرق بين التفكير التقليدي والتفكير المنتج في البيئة الصفية

يُمثل فهم الفروق بين التفكير التقليدي والتفكير المنتج خطوة أساسية نحو تعزيز البيئة التعليمية النشطة. فالتفكير التقليدي، الذي يعتمد على التكرار والحفظ، يُعد نمطًا سائدًا في كثير من الأنظمة التعليمية، وخاصة في تدريس المواد الاجتماعية. بينما التفكير المنتج يعتمد على الفهم العميق، وربط المعرفة بالواقع، وتوليد حلول مبتكرة للمشكلات. ومن خلال هذا التباين، يمكن إعادة النظر في أساليب التدريس الحالية، ومدى ملاءمتها لتنمية قدرات الطلبة الذهنية(عبد الرحمن، ٢٠١٩: ٥٠).

يتمثل التفكير التقليدي في الاستجابة لمثيرات محددة بأسلوب محفوظ، أذ يتم نقل المعرفة من المعلم إلى الطالب دون وجود مشاركة حقيقية في بناء المعنى. في المقابل، يشجع التفكير المنتج على التفاعل مع المحتوى وطرح الأسئلة والتأمل في الحلول الممكنة، فبينما يُطالب الطالب التقليدي باستذكار الحقائق، يُطلب من الطالب المنتج تفسيرها وتطبيقها في مواقف جديدة(العاني، ٢٠٢١ :٩٧).

لعل هذا الفارق لا ينعكس فقط على مستوى الأداء الأكاديمي بل يؤثر أيضًا على الثقة بالنفس والدافعية نحو التعلم. فالطلبة الذين يُتاح لهم التفكير بحرية، والبحث عن حلول غير نمطية، يتصفون بقدرة أعلى على مواجهة المشكلات، واتخاذ قرارات منطقية مبنية على تحليل دقيق للمعطيات.

استراتيجيات تعليمية لتنمية التفكير المنتج

من أجل تنمية التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط، لا بد من تبني استراتيجيات تعليمية حديثة تتجاوز الأسلوب التلقيني. ومن أبرز هذه الاستراتيجيات:

التعلم القائم على المشكلات :تُعرض مشكلة واقعية على الطلبة، ويُطلب منهم اقتراح حلول متعددة لها، مع تحليل كل حل وتقييمه. يساعد هذا النوع من التعلم في ربط المعرفة بالواقع، وتنمية التفكير التحليلي[3].

١. **الخرائط الذهنية** :تتيح تنظيم المعلومات بصريًا، مما يُسهل فهم العلاقات بين المفاهيم، ويُعزز من قدرة الطالب على الإبداع وربط الأفكار.

٢. **العصف الذهني** :يشجع على توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار حول قضية معينة دون تقييم فوري، ما يُحفّز التفكير المفتوح والطلاقة الفكرية.

٣. **التمثيل والمحاكاة** :كاستخدام المسرح الصفي أو تمثيل الأحداث التاريخية، وهو ما يعزز الفهم العميق، ويُساعد الطالب على التفاعل مع الموقف تعليميًا ووجدانيًا.

٤. **الأسئلة المفتوحة** :تُعد من أهم أدوات تحفيز التفكير، لأنها تفتح المجال أمام الطلبة للتأمل والتحليل وتقديم وجهات نظر متعددة (محمد، ٢٠٢٢ : ٨٨).

جدول (٣): مقارنة بين خصائص التفكير التقليدي والمنتج

العنصر	التفكير التقليدي	التفكير المنتج
طريقة التعليم	التلقين	التفاعل والاكتشاف
دور الطالب	متلقٍ سلبي	متعلم نشط
نوع الأسئلة	مغلقة، تتطلب إجابة واحدة	مفتوحة، تحتمل أكثر من إجابة

مظاهر التفكير المنتج لدى طلبة المرحلة المتوسطة

تتجلى مظاهر التفكير المنتج في سلوكيات وصفية يمكن ملاحظتها داخل الصف الدراسي وخلال أداء الطلبة في الأنشطة التعليمية وتتعدد هذه المظاهر تبعًا للبيئة الصفية ونمط التدريس، ومدى استعداد الطالب العقلي والنفسي للتفاعل مع المواقف التعليمية، ويُعد رصد هذه المظاهر ضرورة لفهم مستوى التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط وتحسين البيئة التعليمية بما يتناسب مع احتياجاتهم (الجبوري ، ٢٠٢٠ : ٤١) من بين أبرز هذه المظاهر ما يأتي:

١. **القدرة على طرح الأسئلة المركبة** :يُبدي الطالب الذي يمتلك مهارات التفكير المنتج رغبة واضحة في فهم أعمق للمحتوى، ويتجلى ذلك من خلال طرح أسئلة تتجاوز المعلومة المباشرة، وتُظهر فهمًا للعلاقات بين المفاهيم.

٢. **التوصل إلى حلول غير نمطية** :عند عرض مشكلة تعليمية تتعلق بقضية اجتماعية أو تاريخية، فإن الطالب المنتج لا يكتفي بإجابات مكررة، بل يحاول تقديم مقترحات بديلة تعكس وجهة نظره وتحليله الخاص.

٣. **الربط بين المعرفة النظرية والحياة الواقعية** :يظهر الطالب المنتج قدرة على ربط ما يتعلمه في مادة الاجتماعيات بالواقع المجتمعي أو البيئي المحيط به، مثل ربط التغيرات السكانية بمشكلات النزوح الداخلي، أو تحليل أثر الاحتلالات التاريخية على حاضر الدولة.

٤. **القدرة على استخدام مصادر متعددة للمعلومة** :بدلاً من الاعتماد الحصري على الكتاب المدرسي، يسعى الطالب إلى الرجوع لمصادر أخرى مثل الإنترنت، أو نشرات الأخبار، أو تجارب الآخرين، ما يدل على وعيه المعلوماتي واستقلاليته في التعلم[2].

٥. **المرونة الفكرية في التعامل مع وجهات النظر المختلفة** :لا يتعصب الطالب لرأيه، بل يُظهر استعدادًا لتقبل آراء الآخرين ومناقشتها بمنطق، مما يعكس تفكيرًا ناقدًا ومتزنًا.

٦. **القدرة على تلخيص الأفكار وتنظيمها** :يُمكن للطالب المنتج أن يعيد عرض معلومة طويلة بطريقة مختصرة ومنظمة، أو تصميم خريطة ذهنية للمفاهيم المتداخلة، مما يُشير إلى وضوح في المعالجة العقلية للمعلومات (أحمد ، ٢٠١٨ : ٥٦).

جدول (٤)مظاهر التفكير المنتج مقارنة بالمظاهر السلبية في الصف

السلوك المقابل السلبي	المظهر الإيجابي
طرح أسئلة حفظية	طرح أسئلة تحليلية
الاكتفاء بحل واحد مكرر	تقديم حلول متعددة لمشكلة
الفصل بين المعرفة النظرية والتطبيق	ربط المفاهيم بالواقع
الاعتماد فقط على الكتاب المدرسي	استخدام مصادر متنوعة
رفض الآراء المخالفة دون حوار	احترام الرأي الآخر
إعادة المعلومة بنصها دون تنظيم	تلخيص وتنظيم المعلومات بخرائط ذهنية

الجانب النفسي والتربوي في تنمية التفكير المنتج

لا يمكن فصل التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط عن الإطار النفسي والتربوي الذي يعيش فيه الطالب، سواء داخل المدرسة أو في محيطه الأسري والاجتماعي. إذ أن التفكير لا يُولد في فراغ، بل هو نتيجة لتفاعل معقد بين القدرات العقلية والدافعية الداخلية، والمحفزات البيئية، وأساليب التنشئة والتعلم. وبالتالي، فإن تعزيز التفكير المنتج يتطلب إدراكًا دقيقًا للعوامل النفسية المؤثرة، والعمل على تهيئة مناخ صحي يدعم انطلاق الطالب ذهنيًا ونفسيًا (عبدالقادر ، ٢٠٢٠ : ٩١).

أولًا: الدافعية للتعلم وعلاقتها بالتفكير المنتج

تُعد الدافعية عنصرًا حاسمًا في تنمية التفكير، أذ تُشكل المحرك الأساسي لسلوك الطالب نحو الإنجاز والاكتشاف. الطالب الذي يمتلك دافعية داخلية للتعلم يميل إلى طرح الأسئلة، وتجريب

الأفكار، والتفكير بعمق في المفاهيم المطروحة. بينما الطالب الذي يتعلم بدافع خارجي – مثل الحصول على درجات فقط – غالبًا ما يكتفي بالحد الأدنى من الفهم، ويبتعد عن بذل مجهود ذهني إضافي.

وتُشير البحوث التربوية إلى وجود علاقة طردية بين مستوى الدافعية ونوعية التفكير؛ فكلما زادت الرغبة في التعلم، زادت قدرة الطالب على استخدام استراتيجيات تفكير عليا مثل التحليل والتقييم والتوليد(الزهيري ، ٢٠١٧ : ١٢٨).

ثانيًا: المناخ النفسي الداعم داخل الصف

المناخ النفسي في غرفة الصف يأخذ دورًا جوهريًا في تحرير طاقات التفكير المنتج لدى الطلبة. فعندما يشعر الطالب بالأمان النفسي، وأن رأيه لن يُقابل بالسخرية أو الرفض، فإنه يكون أكثر استعدادًا للمشاركة، وطرح أفكار جديدة. ويشمل المناخ الداعم ما يأتي:

الاحترام المتبادل بين المعلم والطلبة.

- **تشجيع المحاولة وعدم الخوف من الخطأ.**
- **تنويع أساليب التدريس لجذب الانتباه.**
- **إتاحة المجال للتعبير الحر عن الآراء.**

مثل هذا المناخ يُسهم في بناء شخصية مستقلة، تُفكر بجرأة، وتتعلم من التجريب، وتُراجع مواقفها، وهي جميعها صفات ترتبط ارتباطًا وثيقًا بالتفكير المنتج.

ثالثًا: دور الأسرة في تنمية التفكير المنتج

تمتد العوامل المؤثرة في التفكير المنتج إلى البيئة الأسرية، أذ تُعد الأسرة أول مؤسسة تربوية يعيشها الطفل، وتشكل أنماط تفكيره الأولى. وتظهر الأبحاث أن الأطفال الذين نشأوا في أسر تُشجع الحوار، وتُعطي الفرصة للتعبير عن الرأي، وتُحفز الاكتشاف، يكونون أكثر ميلًا للتفكير الإبداعي والمستقل.

على النقيض من ذلك، فإن الأسر التي تعتمد التسلط والضغط، أو تُهمش رأي الطفل، تُسهم في إنتاج أنماط من التفكير السلبي أو المعتمد ولذا فإن التنسيق بين المدرسة والأسرة أمر ضروري لتهيئة بيئة داعمة للتفكير المنتج (العاني ، ٢٠٢١: ٦٠).

مقترحات لتطوير مادة الاجتماعيات بما يخدم التفكير المنتج

تُعتبر مادة الاجتماعيات، بطبيعتها التكوينية، من أكثر المواد القابلة لتوظيف التفكير المنتج داخل الصف الدراسي، نظرًا لتنوع محاورها التي تشمل التاريخ، الجغرافيا، والأنظمة السياسية والاجتماعية. إلا أن المحتوى التقليدي في كثير من الأحيان يُقيد فرص التفاعل العقلي لدى الطلبة، ما يدفع نحو إعادة النظر في طريقة عرض المادة، والمضامين التي تحتويها، بما ينسجم مع متطلبات القرن الحادي والعشرين.

إن التطوير المطلوب لا يعني حذف المحتوى أو تقليص المعلومات، بل إعادة تنظيمها وتقديمها في قالب يُحفّز العقل على الفهم العميق والتطبيق العملي، ومن خلال تحليل المناهج الدراسية وملاحظة بيئات التعليم يمكن تقديم مجموعة من المقترحات التي من شأنها تحويل مادة الاجتماعيات إلى بيئة فاعلة لإنتاج الأفكار والتدريب على مهارات التفكير المتقدمة(عبد الزيز، ٢٠٢٠ :٧٦).

أولًا: تضمين أنشطة التفكير في الكتاب المدرسي

يتطلب تعزيز التفكير المنتج دمج أنشطة تفكيرية مباشرة داخل الكتاب المدرسي، مثل:

أسئلة نهاية الدرس المفتوحة :بدلاً من الاقتصار على أسئلة التذكر، يمكن إدراج أسئلة تحليلية مثل: "ما أثر هذه الحادثة التاريخية على واقعنا اليوم؟"، أو "كيف يمكن مواجهة ظاهرة التصحر باستخدام الموارد المتاحة؟."

- **مهام استقصائية** :مثل تكليف الطالب بالبحث عن ظاهرة جغرافية، أو إعداد تقرير مصور حول معلم حضاري، مما يُنمّي مهارات البحث والاستنتاج.
- **مشاريع تعاونية** :يمكن أن يعمل الطلبة في مجموعات على قضايا مثل: "كيفية تطوير المشاركة المجتمعية في الحي"، وهو ما يربط المدنيات بالواقع ويُحفّز التفكير النقدي (العساف، ٢٠٢١ :١٠١).

ثانيًا: استخدام مصادر متعددة للمحتوى

لا ينبغي أن يُختزل تدريس الاجتماعيات في الكتاب المدرسي فقط، بل يجب أن يمتد إلى مصادر خارجية مثل: الوثائق التاريخية والخرائط الأصلية.

- الأخبار والتقارير الصحفية حول القضايا المعاصرة.
- مقاطع الفيديو التعليمية والخرائط التفاعلية.
- استضافة خبراء أو تنظيم زيارات ميدانية للمتاحف والمواقع الأثرية.

هذه المصادر تُسهم في تنشيط الحواس المختلفة لدى الطالب، وتجعله يتفاعل مع المعلومات، ويُعيد تشكيلها في ضوء فهمه الشخصي، وهو جوهر التفكير المنتج(كاظم، ٢٠١٩ :٥٩).

ثالثًا: إعادة ترتيب موضوعات المنهج وفق تسلسل تفكيري

من المهم أن يتم تقديم موضوعات الاجتماعيات بترتيب يُراعي النمو العقلي للطالب، وينتقل من البسيط إلى المعقد، ومن الجزئي إلى الكلي. فعلى سبيل المثال، لا ينبغي تدريس موضوع "النظام البرلماني" قبل تمهيد مفاهيمي حول "السلطة" و"الحقوق" و"المواطنة"، لأن فهم الموضوعات السياسية يتطلب خلفية مدنية مثل هذا التدرج المنطقي يُساعد الطالب على بناء مفاهيم مترابطة وتكوين نظرة شاملة للمحتوى (كاظم، ٢٠١٩، ص٥٩).

الجانب الميداني في البحث: إجراءات التطبيق

لضمان مصداقية النتائج المتعلقة بمستوى التفكير المنتج لدى طلبة الصف الأول المتوسط في مادة الاجتماعيات، اعتمد هذا البحث على منهج وصفي تحليلي مدعم ببيانات ميدانية، وتم تصميم أدوات بحثية تقيس هذا النوع من التفكير، وطبقت على عينة مختارة من الطلبة في المدارس الحكومية ضمن محافظة ديالى. وقد تضمنت هذه الصفحة عرضًا لإجراءات التطبيق والخطوات التي اتُّبعت في تنفيذ البحث، إضافةً إلى توضيح أداة القياس وآلية تحليل النتائج(حميد، ٢٠١٩ :١٠١).

منهج البحث وإجراءاته

اولاً: منهج البحث

تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لهذا النوع من الدراسات، أذ يسمح بفحص الظاهرة (التفكير المنتج) كما هي موجودة في الواقع، اذ ان هذا المنهج لا يقف عند حدود وصف الظاهرة وانما يذهب الى ابعد من ذلك فيحلل ويفسّر ويقارن ويقيّم الظاهرة ، فضلا عن ان الابحاث الوصفية لا تقتصر على التنبؤ بالمستقبل بل انها تنفذ من الحاضر الى الماضي لكي تزداد تبصرا بالحاضر (رحيم ، ٢٠٠٨ : ٩٧) .

ثانيًا: مجتمع البحث

جميع الأفراد أو الاشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث. (عباس واخرون، ٢٠٠٩: ٢١٧) ويتكون مجتمع البحث الحالي من طلبة الصف الأول المتوسط البالغ عددهم (٤١٢) طالباً وطالبة ومن كلا الجنسين (ذكوراً، واناثاً).

ثالثاً : عينة البحث : اختيرت عينة البحث من (١٢٠) طالبًا وطالبة من طلبة الصف الأول المتوسط، ومن كلا الجنسين (ذكوراً، واناثاً)، موزعين على أربع مدارس حكومية في مركز محافظة ديالى، بواقع (٦٢) طالباً بنسبة(٥١.٧%) و(٥٨) طالبة بنسبة(٤٨.٣%) تم اختيارها عشوائيًا لضمان تنوع الخلفيات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية للطلبة. وتم مراعاة التوازن بين الذكور والإناث بنسبة متقاربة:

جدول (٥)

الجنس	العدد	النسبة
الذكور	62	51.7%
الإناث	58	48.3%
المجموع	**120**	**100%**

ثالثًا: أداة البحث: وتعني الوسيلة التي تجمع بها المعلومات اللازمة لإجابة اسئلة البحث او اختبار فروضه (العساف، ٢٠٠٦ : ١٠٠) . وبعد اطلاع الباحث على الادبيات والدراسات

السابقة تبنى الباحث اختبار التفكير المنتج المعد من قبل (مراد) وذلك لتوافقه مع المرحلة الدراسية وتمتعه بخصائص سايكومترية عالية .

وصف الاختبار : يتكون اختبار التفكير المنتج من محورين :

- **المحور الأول التفكير الناقد:** حددت مهارات المحور الأول (التفكير الناقد) بخمس مهارات وهي :

١- الافتراضات او المسلمات:

هي العملية العقلية التي تتعرف من خلالها الطالبة الافتراضات التي تتضمنها المواقف التي تقدم اليها.

٢- التفسير:

هي العملية العقلية التي تحكم الطالبة على الاستنتاجات المقترحة ما اذا كانت مرتبة منطقيا على المعلومات المقدمة لها ام لا ؟ على فرض أنّ هذه المعلومات صحيحة .

٣- تقويم الحجج

هي العملية العقلية التي تميز بها الطالبة بين الحجج القوية والحجج الضعيفة بناء على اهميتها وصلتها بالأسئلة الموجهة اليها .

٤- الاستنباط :

هي العملية العقلية التي تتوصل بها الطالبة إلى نتيجة ما بناءً على وجود مقدمتين منطقيتين.

٥- الاستنتاج:

هي العملية العقلية التي تتوصل بها الطالبة إلى استنتاجات معينة بدرجات متفاوتة من الدقة بناء على حقائق وبيانات مقدمة اليه.

وتم صياغة ثلاث مواقف لكل مهارة من مهارات المحور الأول (التفكير الناقد) وبلغ العدد الكلي لمواقف مهارات المحور الأول (١٥) موقفاً ولكل موقف (٣) فقرات.

- **المحور الثاني اختبار التفكير الإبداعي:** يتكون المحور الثاني (التفكير الإبداعي) من ثلاثة مهارات وهي كالاتي :-

أ- **الطلاقة:** وهي تمثل القدرة على توليد اكبر عدد ممكن من الافكار والاستجابات والاستعمالات لمثير معين والحلول لمشكلة ما بسهولة وسرعة.

ب- **المرونة:** وهي المهارة التي تتضمن القدرة على تغير مسار التفكير وتوليد افكار متنوعة ومتعددة لا تنحصر عادة في اتجاه واحد بل تخرج عن الافكار.

ج- **الاصالة:** وهي المهارة التي تتمثل بالجدة والتفرد في انتاج الافكار الجديدة المتفردة وغير المألوفة وغير الشائعة.

وجرى صياغة فقرتين لكل مهارة من مهارات المحور الثاني (التفكير الإبداعي) وبلغ العدد الكلي لفقرات المحور الثاني (٦) فقرات.

ثالثاً: اعداد تعليمات اختبار التفكير المنتج :

بناءً على ما تقدم فقد صاغت الباحثة تعليمات الاختبار وعلى النحو الآتي :

أ- **تعليمات الاجابة :**

تكون التعليمات سهلة ومفهومة ,وعدم ترك أية فقرة بلا إجابة وضرورة اختيار المستجيب لبديل الإجابة الذي يعتقد انه مناسباً فضلاً عن إن إجاباته لن يطلع عليها أحد سوى الباحث .

ب-تصحيح اختبار التفكير المنتج:

بعد صياغة مواقف وفقرات اختبار التفكير المنتج وتحديد بدائل الإجابة وبما ان إجابات الفقرات تختلف بحسب محوري اختبار التفكير المنتج لذا فقد جرى تصحيح الاختبار حسب الاتي :

- المحور الأول (التفكير الناقد) : بعد أنْ صاغ الباحث فقرات المحور الأول بشكل مواقف وعددها (١٥) موقفاً ويتضمن كل موقف (٣) فقرات وبلغ العدد الكلي لفقرات المحور الأول (٤٥) فقرة ،وصنف الباحث الإجابات لفقرات الاختبار إلى اجابات صحيحة واعطت الدرجة (١) واجابات خاطئة واعطت الدرجة (٠) لكل فقرة وفق مفتاح تصحيح كما مبين في ملحق (١٩).

-حساب الدرجة الكلية لمحور الثاني (التفكير الإبداعي) :

يتكون محور التفكير الإبداعي من ثلاثة مهارات هي (الطلاقة – المرونة – الأصالة) :

أ- **حساب درجة طلاقة التفكير** : وهي تمثل القدرة على توليد اكبر عدد ممكن من الافكار والاستجابات والاستعمالات لمثير معين والحلول لمشكلة ما بسهولة وسرعة. ويتم منح درجة واحدة لكل استجابة غير مكررة ، وغير خرافية ، أو غير معقولة يكتبها الطالب الذي يطبق عليه الاختبار ، وتتكون طلاقة التفكير من فقرتين .

ب- **حساب درجة مرونة التفكير** : وهي المهارة التي تتضمن القدرة على تغير مسار التفكير وتوليد افكار متنوعة ومتعددة لا تنحصر عادة في اتجاه واحد بل تخرج عن الأفكار ويتم منح درجة واحدة للأفكار جميعها التي تنتمي إلى ميدان حياتي واحد (صناعة ، زراعة ، تجارة ، سياسة ، ... الخ) مهما يكن عددها ، وتتكون مهارة مرونة التفكير من فقرتين .

ج - **حساب درجة أصالة التفكير** : وهي المهارة التي تتمثل بالجدة والتفرد في انتاج الافكار الجديدة المتفردة وغير المالوفة وغير الشائعة، ويتم حساب درجة اصالة التفكير كالاتي :

- تمنح ٣ درجات لكل فكرة تكررت مرة واحدة .
- تمنح درجتان لكل فكرة تتكرر مرتين.
- تمنح درجة واحدة فقط لكل فكرة تتكرر ثلاث مرات.
- أما الأفكار التي تتكرر ٤ مرات فأكثر فتمنح صفراً .

وعلى أساس الخطوات السابقة تحسب درجات الأصالة لكل طالب على النحو الآتي:

درجة الأصالة لكل طالب = { ٣× عدد الأفكار الأصيلة المكررة مرة واحدة } + { ٢ × عدد الأفكار الأصيلة المكررة مرتين } + { ١× عدد الأفكار الأصيلة المكررة ثلاث مرات } .

حساب درجة الإبداع الكلية : تحسب الدرجة الكلية لكل طالبة بجمع درجات الطلاقة والمرونة والأصالة (عبد نور ، ٢٠١٤ : ٢).

وبناءً على ما تقدم فقد تضمن اختبار التفكير المنتج (٥١) فقرة اختبارية ضمن محورين و(٨) مهارات رئيسية والجدول () يبين ذلك:

الجدول (٦) مكونات اختبار التفكير المنتج

المكونات	المهارات	عدد المواقف	عدد الفقرات
محور التفكير الناقد	الافتراضات	٣	٩
	التفسير	٣	٩
	تقويم الحجج	٣	٩
	الاستنباط	٣	٩
	الاستنتاج	٣	٩
محور التفكير الابداعي	الطلاقة	٢	٢
	المرونة	٢	٢
	الاصالة	٢	٢
المجموع		٢١	٥١

صلاحية الفقرات:

لغرض التعرّف على مدى صلاحية محاور وفقرات اختبار التفكير المنتج تمَّ عرضها بصيغتها الأولية على مجموعة من المحكمين في مجال العلوم التربوية والنفسية بلغ عددهم (١٢) لمعرفة رأيهم عن مدى صلاحية المحاور والمهارات والفقرات وسلامة صياغتها وملائمتها للمجال الذي وضعت فيه وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم وآراءهم في المجالات والفقرات واعتمدت قيمة (كاي^{٢}) للإبقاء على الفقرة أو حذفها أو تعديلها، وعند موازنة قيم (كاي^{٢}) المحسوبة بالقيمة الجدولية البالغة (٣،٨٤) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١)، وبعد الاخذ بآراء الخبراء اعتمدت محاور وفقرات اختبار التفكير المنتج وعددها (٥١) فقرة ضمن محورين رئيسيين .

التجربة الاستطلاعية :

جرى تطبيق الدراسة الاستطلاعية لمعرفة مدى وضوح فقرات الاختبار ، والصعوبات التي يمكن أن تواجه العينة ، ولمعرفة الزمن الاجابة على الاختبار ، لذا قام الباحث بتطبيق اختبار التفكير المنتج على عينة عشوائية قوامها (٣٦) طالبا وقد تراوح متوسط الاجابة عن الاختبار ما بين (٣٧-٤٤) دقيقة وبمعدل (٤٢.٣٤) دقيقة .

الخصائص السيكومترية للاختبار :

يكاد يجمع المختصون في القياس النفسي على أن خاصيتي الصدق والثبات من أهم الخصائص التي ينبغي أن تتوافر في المقياس او الاختبار (عبد الرحمن، ١٩٩٨: ١٦٠) لذا فقد قام الباحث بالإجراءات الاتية للتحقق من الخصائص السايكومترية لاختبار التفكير المنتج :

١ صدق الاختبار:

يعد الصدق احد الوسائل المهمة في الحكم على صلاحية الفقرات وهو أكثر الصفات التي يجب ان يتصف به الاختبار او المقياس، ويعد ايضا من الإجراءات الضرورية لمعظم البحوث (علام: ٢٠٠٠: ٢٣٠) وقد تحقق الباحث من صدق اختبار التفكير المنتج من خلال الاتي :

أ-الصدق الظاهري :

يشير ايبل "Ebel 1972 " إلى ان افضل طريقة للتحقق من الصدق الظاهري للمقياس هي عرضه على مجموعة من الخبراء والمختصين وذلك بهدف تقويم صلاحية الفقرات لقياس ما اعد لقياسه (Ebel,1972:55) وقد تحقق هذا النوع من الصدق بواسطة عرض اختبار التفكير المنتج على مجموعة من الخبراء في العلوم التربوية والنفسية كما مبين في جدول (٥) .

٢ . ثبات الاختبار:

استعمل الباحث طريقة التجزئة النصفية والتي تضمن أن يجري الاختبار مرة واحدة وفي ظروف واحدة لضمان عدم تأثير الخبرة السابقة في طريقة استخراج الثبات بطريقة إعادة الاختبار كما أنها أسرع وأبسطها في حساب الثبات ويقسم الاختبار الواحد على قسمين ويطبق الاختبار كله في مره واحدة ثم يتم تصحيحه فيحصل افراد العينة على درجتين ، درجة عن النصف الأول(الفردي) ودرجة للنصف الثاني (الزوجي) (النعيمي وعناب ، ٢٠١١ : ١٤٥) ولاستخراج معامل ثبات الاختبار اعتمد الباحثة إجابات (١٠٠) طالبا ، اذ جرى حساب معامل الثبات بين النصفين باستعمال معامل ارتباط بيرسون (person) بلغ قيمته (٠.٧٥٨) وبعد تصحيحه باستعمال معامل ارتباط سبيرمان – براون (Spearman – Brown Formals) أصبح (٠,٨٦١) وهو معامل ثبات جيد بالنسبة للاختبارات غير المقننة (المنيزل والعتوم, ٢٠١٠ : ١٣٧) .

اختبار التفكير المنتج بصيغته النهائية:

تكون اختبار التفكير المنتج بصيغته النهائية من (٥١) فقرة موزعة ضمن (٢١) موقف منها (١٥) موقف ضمن محور التفكير الناقد و(٦) مواقف ضمن محور التفكير الإبداعي .

عرض النتائج وتفسيرها

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها الباحث وفقاً لأهداف البحث، ومناقشة تلك النتائج في ضوء الأدبيات والدراسات السابقة التي جرى عرضها.

الهدف الاول: التعرف على التفكير المنتج لدى عينة البحث.

تحقيقاً لهذا الهدف فقد جرى استخراج المتوسط الحسابي لدرجات عينة البحث البالغ عددهم (١٢٠) طالباً وطالبة لاختبار التفكير المنتج ، إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي (٣٠.٧٥٦) درجة وبانحراف معياري (6.425) ، وعند اختبار معنوية الفرق بين المتوسط الحسابي لدرجات العينة والمتوسط الفرضي للاختبار البالغ قيمته (٢٦.٥) درجة وباستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة, فقد وجد بأن القيمة التائية المحسوبة تساوي (7.256) وعند موازنتها بالقيمة التائية الجدولية البالغة (١,٩٨) عند مستوى دلالة (٠,٠٥) ودرجة حرية (١١٩) تبين ان القيمة التائية المحسوبة اكبر من القيمة التائية الجدولية, أي أن هناك فرقاً ذا دلالة معنوية بين المتوسط الحسابي للعينة والمتوسط الفرضي للاختبار لصالح المتوسط الحسابي والجدول() يوضح ذلك.

الجدول (٧) نتائج اختبار (T-test) لاختبار دلالة الفرق بين المتوسط الحسابي والمتوسط الفرضي للتعرف على التفكير المنتج لدى عينة البحث

العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
١٢٠	٣٠.٧٥٦	٦.٤٢٥	٢٦.٥	١١٩	7.256	١,٩٨	دالة احصائياً

وتعزى هذه النتيجة الى : ان التفكير المنتج يرتبط بطبيعة المرحلة العمرية، إذ يبدأ طلبة المرحلة المتوسطة بالانتقال إلى مراحل أكثر تقدمًا في النمو العقلي، مما يمكّنهم من ممارسة عمليات عقلية عليا مثل التحليل والتركيب والتفسير، وهي أساس التفكير المنتج الذي يجمع بين الإبداع والنقد فضلا عن اسهام التعلم المدرسي المنظم في تنمية هذا النوع من التفكير، من خلال تعرض الطلبة لمواقف تعليمية تتطلب حل المشكلات، وتوليد الأفكار، وربط المعلومات، مما يدفعهم إلى استخدام استراتيجيات تفكير متنوعة بدلًا من الاكتفاء بالحفظ.

ويسهم التفاعل الصفي والمناقشات الجماعية في تنمية التفكير المنتج، حيث يتبادل الطلبة الآراء، ويقارنون بين الأفكار، ويطوّرون حلولًا جديدة، مما يعزز قدرتهم على التفكير النقدي والإبداعي في آن واحد.

الهدف الثاني: ايجاد دلالة الفروق الاحصائية في التفكير المنتج لدى عينة البحث تبعاً لمتغير الجنس(ذكور-اناث):

أ-تبعاً لمتغير الجنس (ذكور -اناث) : يتضح من جدول () انه لا يوجد فرق دال إحصائيا عند مستوى (٠,٠٥) في اختبار التفكير المنتج وفق متغير الجنس(ذكور, اناث) لدى عينة البحث ، إذ بلغ متوسط درجات الذكور (٢٩.٦٨٥) ، بانحراف معياري قدره (٥.٢٨٨)، وبلغ متوسط درجات الاناث (٣٠.٩٢٥) بانحراف معياري قدره (٦.٠٧٥)، وكانت القيمة التائية

المحسوبة (١.١٩٥) وهي اصغر من القيمة التائية الجدولية (١.٩٨) عند مستوى دلالة (٠٥,٠) ودرجة حرية (١١٨).

جدول(٨) نتائج اختبار دلالة الفروق بين متوسطي درجات عينة البحث للتفكير المنتج حسب متغير الجنس (ذكور – اناث)

الجنس	حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	القيمة التائية		مستوى الدلالة ٠,٠٥
					المحسوبة	الجدولية	
ذكور	٦٢	٢٩.٦٨٥	٥.٢٨٨	١١٨	١.١٩٥	١.٩٧	غير دالة احصائيا
اناث	٥٨	٣٠.٩٢٥	٦.٠٧٥				

وتعزى هذه النتيجة الى: ان كل من الذكور والإناث يخضع لنفس المناهج الدراسية والخبرات التعليمية داخل البيئة المدرسية، مما يؤدي إلى تنمية متقاربة في القدرات العقلية المرتبطة بالتفكير المنتج، مثل التحليل والتفسير وتوليد الأفكار قضلا عن ان التفكير المنتج لا يرتبط بجنس المتعلم بقدر ارتباطه بعمليات معرفية عامة، كالقدرة على حل المشكلات والتفكير المرن، وهي قدرات مشتركة يمكن تنميتها لدى جميع الطلبة بغض النظر عن الجنس.

أولًا: الاستنتاجات

١.تشير نتائج البحث إلى أن الطلبة يمتلكون مستوى جيدًا من التفكير المنتج، مما يعكس فاعلية البيئة التعليمية في تنمية القدرات العقلية العليا لديهم، ولاسيما مهارات التحليل والتوليد والإبداع.

٢.أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في التفكير المنتج، مما يدل على تكافؤ الفرص التعليمية، وتشابه الخبرات التربوية المقدمة لكلا الجنسين.

٣.بيّنت النتائج أن التفكير المنتج لا يرتبط بعامل الجنس بقدر ارتباطه بطبيعة المواقف التعليمية وطرائق التدريس المستخدمة داخل الصف.

ثانيًا: التوصيات

١- يُوصى الباحث بتبني استراتيجيات تدريس حديثة قائمة على تنمية التفكير، مثل التعلم النشط وحل المشكلات، لما لها من دور في تعزيز التفكير المنتج لدى الطلبة.

٢- ضرورة تدريب المدرسين على توظيف طرائق تدريس تُنمّي مهارات التفكير العليا، وتبتعد عن الأساليب التقليدية القائمة على الحفظ والتلقين.

٣- التأكيد على تصميم أنشطة تعليمية متنوعة تراعي الفروق الفردية، وتتيح للطلبة فرصًا للتفكير والتحليل والإبداع.

٤- تعزيز البيئة الصفية التفاعلية التي تشجع الطلبة على التعبير عن آرائهم ومناقشة الأفكار بحرية، مما يسهم في تنمية التفكير المنتج.

ثالثا : المقترحات

١- اجراء دراسة لمعرفة العلاقة الارتباطية بين التفكير المنتج والتحصيل الدراسي لدى طلبة المرحلة المتوسطة .

٢- اجراء دراسات تجريبية تعتمد على استراتيجيات التعلم النشط لتنمية التفكير المنتج لدى طلبة المرحلة المتوسطة بمادة الاجتماعيات.

قائمة المصادر

١.ابتسام عبد الرضا(٢٠٢٠):المعلم الفاعل في ضوء مهارات التفكير العليا، دار الأمل، البصرة، العراق.

٢.بثينة الناصري (٢٠٢١) : استخدام الخرائط التفاعلية في تعزيز التفكير التحليلي، مجلة التعليم الحديث، المجلد ١٠، العدد ٣.

٣.حسام الدين عبد العال(٢٠٢٠) : الوسائل التعليمية الرقمية وتطوير مهارات التفكير، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،مصر.

٤.دعاء سامي(٢٠٢٢) : تصور مقترح لتعليم الجغرافيا عبر التعلم التفاعلي، مجلة دراسات تربوية، العدد ٣٤.

٥.رحيم يونس العزاوي ، مقدمة في منهج البحث العلمي ،٢٠٠٨ ، ط١ ، دار دجلة ، المملكة الاردنية الهاشمية.

٦.رشا خضير(٢٠٢١) : تصميم وحدات تعليمية قائمة على التفكير المنتج، دار الفكر التربوي، بغداد،العراق .

٧.رياض الكريطي (٢٠١٩): تعليم التفكير المنتج، النظرية والتطبيق ط١، مؤسسة دار الصادق الثقافية، بابل، العراق .

٨.زيد الناصري(٢٠١٩) : أثر التعلم التعاوني في تنمية أبعاد التفكير المنتج، جامعة الكوفة،.

٩.زينب عبد الستار(٢٠٢٠) : تحليل كتب الاجتماعيات في ضوء مهارات التفكير، مجلة المناهج العربية، المجلد ١٥، العدد ٢.

١٠.عباس، محمد خليل وآخرون (٢٠٠٩): مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس،ط٢، دار المسيرة، عمان، الاردن .

١١. العساف، صالح بن حمد (٢٠٠٦) : المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية ، مكتبة العبيكان، الرياض – المملكة العربية السعودية .

١٢.علي الطائي(٢٠٢١) : أثر استراتيجية الاكتشاف في تنمية التفكير المنتج، مجلة التربية الحديثة، المجلد ١٤، العدد ١.

١٣. علي القيسي(٢٠١٥) : طرائق تدريس الاجتماعيات: رؤية حديثة، دار المسيرة، عمان،الاردن.

١٤. عمار جبار(٢٠٢٢) : عوامل تعيق تفعيل التفكير المنتج في التعليم المتوسط، مجلة التربية والتجديد، العدد ١٢.

١٥. فاطمة الناصري(٢٠٢١) : تجديد مناهج الاجتماعيات في العراق، مجلة إصلاح المناهج، العدد ٩.

١٦. فؤاد أبو حطب(٢٠٠١) : أسس علم النفس التربوي، دار المعارف، القاهرة،مصر.

١٧. كمال حسين(٢٠٢٢): دور المناهج الدراسية في تنمية التفكير المنتج، مجلة التربية الحديثة، المجلد ١٠، العدد ٣.

١٨. لطيفة رشيد(٢٠٢١): تحليل مضمون كتب الاجتماعيات في المرحلة المتوسطة في ضوء مهارات التفكير المنتج، مجلة المناهج المعاصرة.

١٩. محسن علي عطية (٢٠١٠): البحث العلمي في التربية مناهجه ادواته ،المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن .

٢٠. محمد المجبر (٢٠٠٠): مستوى مهارات التفكير العلمي لدى طلبة الصف الثامن وعلاقتها باستطلاعهم وميولهم العلمي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة.

٢١. محمود عادل(٢٠٢٠) : تخطيط التدريس لتنمية مهارات التفكير، مكتبة الرشد، الرياض،السعودية.

٢٢. محمود عبد الرازق(٢٠٢٠) : التفكير المنتج في ظل التحولات التربوية المعاصرة، دار العلم، القاهرة،مصر.

٢٣. منى الجبوري(٢٠١٩) : التحديات المهنية للمعلمين في العراق، دار الأمان، بغداد،العراق.

٢٤. مهند خالد(٢٠١٩)، دليل المعلم في استخدام الوسائل التكنولوجية داخل الصف، دار الثقافة، بغداد،العراق.

٢٥. نهى خليل(٢٠٢٠) : البيئة الصفية وعلاقتها بالتفكير المنتج، مجلة التربية النفسية، المجلد ٩، العدد ٣.

٢٦. نهى قاسم(٢٠٢١) : دور المعلم في الحد من التفكير النمطي، دار الشروق، عمان،الاردن.

٢٧. هناء كريم (٢٠٢٢) : البيئة الصفية ومخرجات التفكير الإبداعي، دار إشراقات تربوية، بغداد،العراق.

٢٨. يوسف داود (٢٠٢١) : الممارسات الصفية وعلاقتها بمهارات التفكير المنتج، مجلة التعليم الحديثة، المجلد ١١، العدد ٤.

٢٩.يوسف قطامي، (٢٠٠٤) : تعليم التفكير للمرحلة الاساسية، الطبعة الثانية، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان– الاردن.