



ISSN: 1994-4217 (Print) 2518-5586(online)

Journal of College of Education

Available online at: <https://eduj.uowasit.edu.iq>

Nazar Rahi khasaf

Wasit Education
DirectorateProf.Dr.Lamiya
Yaseen zghier
Al-Mustansiriya
University College of
EducationEmail:
nalmyahy336@gmail.com**Keywords:**Al-Majashi,
the weightings,
the opinions presented**Article info****Article history:**

Received 21.Jun.2021

Accepted 23.Aug.2021

Published 1.May.2022

**The Relationship of Productive Orientation with Moral Motivation
in the Teachers of Preparatory Schools****A B S T R A C T**

The current search aims at identifying:

- 1- The productive orientation of preparatory school teachers.
- 2- The moral motivation of preparatory school teachers.
- 3- The relationship between the productive orientation and the moral motivation of preparatory school teachers.
- 4- The significance of the differences in the relationship between the productive orientation and the moral motivation according to gender (male / female) and according to the specialization (scientific / humanitarian) among preparatory school teachers.

The current research is limited to preparatory school teachers in Wasit governorate schools, of both genders, and from scientific and humanitarian specializations in the academic year 2019-2020..

The researcher has ascertained the psychometric properties such as the validity, reliability of the three scales in two methods: firstly: by using half split, so the reliability of the orientation scale is (79) and the reliability of the scale of moral motivation is (82) reliability of the Secondly, by using AlphaCronbach formula, the reliability of the productive orientation scale is (88) and the reliability of moral motivation is (90) .The scales are administered on a sample of 400 male and female teachers, 238 males and 162 females, randomly electronically, from both genders and from the scientific and humanitarian specializations. The results are as follows.

- 1- Preparatory school teachers enjoy a productive orientation.
- 2- Preparatory school teachers are morally motivated.
- 3- The relationship between the productive orientation and motivation is a positive and moderate relationship, meaning that the greater the productive orientation is, the greater the moral motivation is, and the less the productive orientation is, the lower the moral motivation is.
- 4- Through the research, it is found that females are superior to males in general and that there are no differences in favor of specialization in the correlational relationship between productive orientation and moral motivation.

In the light of these results, the researcher has developed a set of recommendations and

© 2022 EDUJ, College of Education for Human Science, Wasit University

DOI: <https://doi.org/10.31185/eduj.Vol47.Iss1.2255>

علاقة التوجه المنتج بالدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية⁽¹⁾

أ.د. لمياء ياسين زغير الركابي
الجامعة المستنصرية / كلية التربية

الباحث: نزار راهي خصاف الشحمانى
وزارة التربية / مديرية تربية واسط

الملخص

استهدف البحث الحالي تعرف إلى:

- 1- التوجه المنتج لدى مدرسي المرحلة الإعدادية
- 2- الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.
- 3- العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.
- 4- دلالة الفروق في العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية تبعاً لمتغير الجنس (ذكر/أنثى) وتبعاً لمتغير التخصص (علمي/ إنساني) لدى مدرسي المرحلة الإعدادية، وتحدد البحث الحالي بمدرسي المرحلة الإعدادية في مدارس محافظة واسط ومن كلا الجنسين (ذكور - إناث) والتخصصات (العلمية - الإنسانية) للعام الدراسي 2019-2020. وبعد التحقق من الخصائص السايكومترية من الصدق والثبات للمقاييس تم تطبيقها على عينة 400 مدرس ومدرسة بواقع 238 للذكور و162 للإناث بصورة عشوائية إلكترونية ومن كلا الجنسين والفرعين العلمي والإنساني .

وتوصل البحث إلى النتائج الآتية.

- 1- ان مدرسي المرحلة الإعدادية يتمتعون بتوجه منتج.
- 2- ان مدرسي المرحلة الإعدادية يتمتعون بدافعية أخلاقية.
- 3- العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية علاقة موجبة ومتوسطة بمعنى ان كلما زاد التوجه المنتج تزداد الدافعية الأخلاقية وكلما قل التوجه قلت الدافعية الأخلاقية
- 4- من خلال البحث تبين تفوق الإناث على الذكور عموماً وعدم وجود فروق ترجع لصالح التخصص في العلاقة الارتباطية بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية.

وتوصل الباحث إلى بعض التوصيات والمقترحات في ضوء أهداف ونتائج البحث

الكلمات المفتاحية: التوجه المنتج، الدافعية الأخلاقية

⁽¹⁾ عنوان البحث مستل من أطروحة الدكتوراه الموسومة ((علاقة التوجه المنتج بالدافعية الأخلاقية والتعاطف لدى مدرسي المرحلة الإعدادية في محافظة واسط))

الفصل الأول /التعريف بالبحث

The Research Of Problem: مشكلة البحث

يعد المدرس إحدى الركائز المهمة في عملية التعلم والتعليم وفي العمل التربوي خصوصا له تأثير بالغ في التوجهات الهادفة والتي لها أثر كبير في نجاح المهام الموكلة إليه، منها ما يتعلق بالطالبة وما يتعلق بعلاقته مع زملائه ومنها ما يتعلق بالجانب البيئي الخاص في المدرسة فيحتاج دائما إلى إن يكون متمسكا باعتبارات تساعده في أداء تلك المهام، ومن هذه الاعتبارات التوجه المنتج الذي يعني اتصال الفرد بنفسه وبالأخرين حيث يساعد هذا الاتصال في تحقيق الأهداف المحددة والمخطط لها ولهذا يحتاج المدرس إلى الاتصال والتواصل مع الآخرين لكي يؤدي مسؤولياته بنجاح من خلال تفاعله واتصاله مع البيئة المحيطة التي هو جزء منها، ونتيجة لهذا الاتصال والتفاعل لتهيئة متطلبات العيش والأداء للمهام التي تدفعه للعيش والانتماء إلى الجماعة وهذا ما أشارت إليه دراسة الموسوي (2002) بان الإنسان أو الفرد كائن اجتماعي لا يستطيع العيش مكتفيا ذاتيا في حياته وكل ما يدور فيها يدل على أنها حياة اجتماعية (الموسوي : 2002 ،ص1).ويمكن تحقيق ذلك من خلال التوجه المنتج الذي يشير إلى تفاعل الفرد مع المجتمع والتعاون معه إذ إن الفرد الذي لا يتعاون ولا يتفاعل مع المجتمع يؤدي به الحال إلى ضعف العمل وقلة الخبرة والإنتاج (فروم ،1972، ص25).

فالمدرس والتربوي هنا بحاجة إلى اعتبار آخر هو الدافعية الأخلاقية أو الدافع الأخلاقي الذي يعني التفاعل بين المعرفة والانفعال وتفضيل المصلحة العامة على المصلحة الذاتية وهذا بالطبع يشير إلى إن المتوجه ايجابيا يقوم بهذا التفضيل. وتعد الدافعية الأخلاقية في هذه الدراسة هي تجاوز للجانب التنموي في دراسة الأخلاق والتركيز على الجانب الدينامي الذي يركز على الجوانب الدافعية للسلوك الأخلاقي واستراتيجيات تنفيذ الأحكام الأخلاقية والإدراك الأخلاقي والتركيز على هذه المحركات التي تحفز القيام بالفعل الأخلاقي ، وفي ظل هذه الظروف الحياتية الضاغطة التي يعيشها الفرد تظهر بعض الأحكام النفسية الشخصية لذلك يجب الاهتمام بالدافعية الأخلاقية ، لأنها تعتبر أهم متغيرات علم النفس الأخلاق كونها آلية تحفيزية للسلوك الأخلاقي في المجتمع وتحفز أفرادها للقيام بالفعل الأخلاقي، (Kaplan.Crockett&Tivan :2014b,p:201).

لذلك نجد أن المجتمعات في الوقت الحاضر تعاني من الأزمات في جميع الأصعدة والنواحي ومن هذه الأزمات الأكثر تأثيرا على المجتمع هي الأزمة الأخلاقية ويعود سبب هذه الأزمة إلى العملية التربوية لم تكن بالمستوى المطلوب من تنظيم ومتابعة وتقييم فالفائمين على العملية التربوية هم أمام مسؤولية كبيرة للاهتمام بالتربية الأخلاقية , إذ تعطي دافعيتهم معنى لإنسانيتهم و لا معنى للأخلاق دون تلك الدوافع وبسبب التحديات والمشكلات وانفتاح المجتمع على الثورة التكنولوجية يجب الموازنة بين الاهتمامات الشخصية واهتمامات ومصالح الآخرين ولا يمكن أن يتحقق ذلك إلا بوجود الدافعية الأخلاقية ,فالدافعية عماد الشخصية كلها وتدفع الفرد إلى إتباع القواعد ومجارة قيم المجتمع لذا يجب ان تنبع هذه السلوكيات من دافع قوي ينتج منه التصرف وأتباع سلوك صحيح .

لذا فان مشكلة البحث تكمن في التساؤل عن طبيعة العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية في محافظة واسط ؟ وهل تختلف هذه العلاقة باختلاف الجنس (ذكر/أنثى) والتخصص (علمي/ إنساني).

"أهمية البحث: Significance Of The Research"

يعد التوجه المنتج من الموضوعات التي حظيت باهتمام العديد من الدراسات في تحقيق الهدف من النشاط الذي يقوم به الفرد معتمداً على تلك الطاقات والمواهب والإمكانيات في الاتصال بالعالم ومدى تفاعله مع الآخرين ومنها دراسة صالح (2014) ودراسة الكورجي (2019) (Milliken, 2004, p. 248).

ويمكن للشخص إن يكون منتجا من خلال اتصاله بالعالم من حوله كتوجيه الفرد نحو نفسه والآخرين والتركيز على الأشياء واستيعابها فالفرد يتمتع بالقدرة التي تؤهله القيام بتحويل المواد المتاحة إلى أشياء جديدة ومبتكرة موطفاً ما يمتلكه من طاقات وإمكانيات ومواهب في عقله وخياله، فإن حياة الفرد تحتاج إلى إطلاق القدرات الكامنة وترجمتها إلى واقع حقيقي يشعر به الإنسان نفسه بأن ما يتمتع به هو من فعله وعمله (فروم: 1991، 115-122).

أهمية توجه الفرد المنتج تكون في عمل الفرد على تكوين علاقات ايجابية مع الآخرين من أبناء المجتمع ومستعداً لتذليل كل الصعوبات التي تواجه تلك العلاقات، وإن تمتع الفرد بالحكمة التي تمكنه من كيفية التعامل مع الوسط الذي يعيش به والاستمتاع بالحياة الناتج من معرفة الفرد بقدراته وإمكانياته وتطلعاته وتوظيفها في ذلك المجال والمسؤولية تجاه نفسه والآخرين (الكورجي: 2019، ص5).

تعد الدافعية الأخلاقية أهم معطى للقيم الخلقية بالمقارنة مع القيم المناقسة فالقرارات الخلقية تتطلب غالباً اختيار بين قيم متنافسة حيث تتعلق بالقيام بما هو أخلاقي بغض النظر عما تمليه القيم الأخرى، فيمكن إن يكون هناك ردود أفعال مختلفة ترجع لنوع الاختيار القيمي الذي يتعرض له الفرد فقيمة مثل التقبل الاجتماعي ربما تؤثر فيما يقرره الفرد من فعل خلال الموقف كذلك تؤدي دافعية الفرد هنا دوراً مهماً فهي التي تحدد إذا كانت القيم الخلقية تعطى أسبقية عن القيم الأخرى مثل الحساسية للمشكلات السياسية والتفوق المهني والشرعية وتحقيق الذات وحماية المنظمة التي تنتمي إليها الشخص ويشمل تقييمها للخطوات المتنوعة للحدث وعلاقتها بالقيم الخلقية وتأثيرها على الفعل. وفي بعض الأحيان الاختيار للبدل الخلقية يتضمن تضحية بالمصلحة الشخصية (Rest, Bebeau, Narvsez 1999, p:18-26).

وبما أن عملية التدريس هي عملية اتصال وتواصل اجتماعي بين أعضاء الهيئة التدريسية، والطالب فإن المدرس أصبح له دور أساسي في قيادة العملية التعليمية، باعتباره قائداً وموجهاً للتفكير المنتج والركن الأساس لبناء الأخلاق ومركزها الدافعية الأخلاقية التي تعمل على تقدم المجتمع ونموه، ويعد ميدان التدريس ميداناً أساسياً في تزويد الطالب بمجموعة من المعلومات العلمية والأخلاقية، والتي تمر عبر عملية تربوية يقودها المدرس، وتأخذ شكل التوجيه للدخول في علاقات تفاعلية لمساعدته الطالب في تحقيق ذاته، وبناء أجيالاً يعتمد عليها الوطن لبناء مستقبل الذي يجعل من التعاطف بناءً لإكتساب أنماط سلوكية تساعدهم على التعاون والتكيف الاجتماعي ومواجهة اغلب الظروف مصدره هي أهداف التي يجب أن نعتنى بها التربية لبناء شخصية المدرسين وانعكاساته على المجتمع مستقبلاً، وتبرز أهمية البحث الحالي إذ إن المدرسين الذين لديهم توجه منتج ودافع أخلاقي.

"الأهمية النظرية: The Theoretical Importance"

1- التوجه المنتج من المفاهيم المهمة التي تؤثر بالقائمون بالعملية التدريسية من أجل رفع المستوى التربوي بشكل عام والمستوى التعليمي بشكل خاص لدى المتعلمين.

2- الدافعية الأخلاقية كعنصر فعال بالسلوك الأكثر أخلاقية وهو إحدى محركات السلوك الأخلاقي ومحفزاته والتي حفزت اهتمام الباحثين في برامج تعليم السلوك الأخلاقي بدلاً من التركيز على المعارف والمبادئ فقط بل التركيز على القوى التي تظهر المعرفة على شكل سلوك كالدافعية الأخلاقية.

"الأهمية التطبيقية: The Application Importance"

- 1- حاجة المدارس إلى خدمات تطبيقية من وزارة التربية، ومعهد الأعداد والتأهيل التربوي لتطوير البناء النفسي للمدرسين لأنهم سيكونون قادرين على تقديم أفضل الخدمات الاجتماعية، لأبناء مجتمعهم وتسهم هذه الخدمات في محاولة التغلب على المعوقات التي تواجه المدرسين إثناء أداء العمل التدريسي، وما يتبعه من تأثير سلبي على توجههم وإنتاجيتهم العلمية نحو ذلك العمل.
- 2- التوجه المنتج من المفاهيم المهمة التي تضيف للمدرس خبرات إنسانية تمكنه من استخدامها في العملية التربوية مثل الحب والتفكير والعمل المنتج.
- 3- تسليط الضوء على الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية والذين يشكلون فئة مهمة من فئات المجتمع الذي يقع عليهم العبء الأكبر في العملية التربوية وبناء المستقبل في أساسها الصحيح.

"أهداف البحث: Aims Of The Research"

يستهدف البحث الحالي تعرف على:

- 1- التوجه المنتج لدى مدرسي المرحلة الإعدادية
- 2- الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية
- 3- العلاقة الارتباطية بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية
- 4- الفرق في العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية وفقاً لمتغيري الجنس (ذكر، أنثى) والتخصص (علمي، إنساني).

"حدود البحث: Limits Of The Research"

- 1- الحدود الموضوعية: دراسة علاقة التوجه المنتج بالدافعية الأخلاقية والتعاطف لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.
- 2- الحدود البشرية: عينة من مدرسي المرحلة الإعدادية للدراسة الصباحية (الذكور والإناث).
- 3- الحدود الزمانية: تم تطبيق البحث: العام الدراسي 2020/2019
- 4- الحدود المكانية: (جمهورية العراق/ محافظة واسط) المديرية العامة للتربية في محافظة واسط وأقسامها في الأفضية التابعة لها من المدارس الحكومية للدراسة الإعدادية بنين وبنات.

"تحديد المصطلحات: Determiation Of The Terms"

أولاً: "التوجه المنتج: Productive Orientation" وعرفه كل من:

- 1- "فروم (Froom 1947): هو اتجاه الصلة بالعالم وبذات الفرد، الذي يشمل مجالات الخبرة الإنسانية: التفكير والحب والعمل (كفاي، 2010: 340)".
- "التعريف النظري": بما إن الباحث قد اعتمد وجهة نظر فروم (1947) فإن التعريف النظري للتوجه المنتج هو نفس تعريف فروم المشار إليه في أعلاه لكونه أكثر دقة وشمولاً.
- "التعريف الإجرائي": "عينة ممثلة لنطاق سلوكي لمفهوم التوجه المنتج ويقاس بالدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من خلال إجابته لفقرات مقياس التوجه المنتج المستخدم في البحث الحالي".

ثانياً: "الدافعية الأخلاقية: Moral Motivation"

1- "جانوف وكارنير (Janoff&Carner,2016): هي القوى التي تجعل الفرد يسلك سلوكاً معيناً بطريقة أخلاقية حتى لو تعارض هذا السلوك مع مصالحه الشخصية مقاوماً للإغراءات والعوائق التي تقف أمامه من خلال امتلاكه لفضائل والقدرة على التضحية للآخرين بالاعتماد على النفس والاجتهاد (Janoff&Carner, 2016, p: 18)".

"التعريف النظري": بما إن الباحث اعتمد على دراسة ومقياس جانوف (2016) فالتعريف النظري هو تعريف جانوف للدافعية الأخلاقية نفسه.

"التعريف الإجرائي": عينة ممثلة لنطاق سلوكي لمفهوم الدافعية الأخلاقية ويقاس بالدرجة الكلية التي يحصل عليها المستجيب من خلال إجابته لفقرات مقياس الدافعية المستخدم في البحث الحالي".

رابعاً: "مدرسو المرحلة الإعدادية: The Teachers Of Preparatory school"

هم أشخاص متخصصون وحاصلون على الشهادة الجامعية الأولية أو الشهادة العليا من إحدى الجامعات وكلياتها ذات التخصصات العلمية والإنسانية وهم مدربون ومعيّنون لتقديم الخدمات التعليمية والتدريسية والتربوية والاجتماعية (وزارة التربية، 1977، نظام المدارس الثانوية)

"الفصل الثاني

الإطار النظري ودراسات سابقة"

"أولاً: التوجه المنتج":

"يعد التوجه المنتج أحد الطباع الاجتماعية، إذ يشير فروم إلى إن الطبع الاجتماعي يمثل شكل لتوجيه الفرد، ويعد هو الأساس في توافق الفرد مع مجتمعه (فروم، 1989: 92-93)". إذ يعمل على التوجيه الصحيح للفرد نحو الدوافع والسلوك والقيم والأهداف التي ترى الثقافة بأنها ملائمة لأفراد المجتمع (دافيدوف، 1983: 132).

التوجهات عند أريك فروم

ويمكن تعريف الطبع الاجتماعي يعد المجموع الكلي لصفات الشخص وسماته خاصة صفاته الخلقية والاجتماعية، واتجاهاته الدينية. ويستخدم المصطلح بشكل متبادل مع مصطلح الشخصية (جابر، كفاي، 1989: 575). وقسم فروم الطبع الاجتماعي إلى خمسة توجهات تمثل التوجهات الأربع الأولى بأنها غير منتجة أما التقسيم الخامس هو الذي يمثل التوجه المنتج وهذه التوجهات تعبر عن نفسها من خلال الطريقة التي يتصل بها الأفراد مع الأشياء ومع الناس ومع أنفسهم (كفاي، 2010: 331) وهي:

التوجه الاستقبالي:

رأى فروم إن أصحاب هذا التوجه يعتقدون إن مصدر الخير كله من الخارج، وتكون استجابتهم كرد فعل سلبي ويميلون إلى إن يكونون محبوبين من قبل الآخرين حتى أنهم يصلون إلى درجة الخوف إن يخسروا الآخرين (فروم، 2007: 387)".

التوجه الاستغلالي:

يتشابه هذا التوجه الاستغلالي مع التوجه الاستقبالي ، إذ إن كلاً من التوجهين يشعر أصحابهما أنهم يحصلون على الخير من الخارج، ومصدره خارجي (انجلر، 1991: 158).

التوجه الادخاري:

إن هذا التوجه يختلف عن التوجه الاستقبالي والاستغلالي من حيث المبدأ، فأصحابه يرون إن الحصول على الأشياء ليس من الخارج، بل هم يعتمدون على الادخار والتوفير، إذ يعتبرون أصحاب هذا التوجه إن الادخار مصدر أمنهم، (انجلر، 1991: 159).

التوجه التسويقي:

يرى فروم إن أصحاب هذا التوجه ليس لديهم شخصية ثابتة إنما تكون تلك الشخصيات وتتشكل وفق ما يمليه الواقع الذي يعيشونه من حيث الحاجة أو الرغبة فكيف ما تكون يكونون، أي لديهم القدرة والقابلية على التغيير، وفق ما يطلبه السوق والآخرين ويملكون أصحاب هذا التوجه شعاراً يعتقدون انه يمثلهم يطلقون فيه عبارة (كيفما هي رغبتك أكون إنا) (فروم، 2007، 100).

التوجه المنتج:

وهو التقسيم الخامس من تقسيمات فروم الذي كان يرى فيه الحالة المثالية للإنسانية التي تغطي جوانب تجربتها ككل والذي يفترض قدرتها على تحقيق إمكانياتنا (Schultz, 1976: P.97). فتلك الدلالات تبدو واضحة على الأفراد الذين تكون لديهم القدرة على فهم الناس المحيطين بهم فهماً عقلياً وعاطفياً، وهم من أطلق عليهم تسمية الأفراد المنتجين، الذين يتمكنون من القيام بنشاطاتهم وفق التفكير والحب والعمل (كفاي، 2010: 340).

للتوجه المنتج مظاهر يستدل عليه من خلالها وهي:

- 1- "الإنتاجية: يكون الفرد فعالاً ومنتجاً في الكثير من مجالات الحياة.
- 2- الإبداعية: يكون فيها كالفنان تختلف رؤيته عن رؤية الآخرين، ويأتي بكل ما هو جديد.
- 3- التواصل: يكون الفرد حريص على إقامة العلاقات مع الناس، واستمرارها، والسعي إلى مشاركتهم مشاعر الفرح والحزن.
- 4- استخدام المعايير تعد من الصفات المهمة للتوجه المنتج المميزة له، التي تمكن في استخدام الفرد للمعايير الإنسانية، والأخلاقيات، وتكون ذات قيمة فعلية، بالنسبة له (انجلر، 1991: 160).

تفسير التوجه المنتج حسب نظرية فروم

ينظر العالم الألماني أريك فروم (From) إلى الأشخاص أصحاب التوجه المنتج الذين لديهم الاستيعاب والإدراك الجيد لقدراته على العطاء وفي نفس الوقت لديهم استغلال جيد لمواقف الآخرين الذين يدخلون معهم في إطار من التفاعلات المتبادلة يعتبرون المعايير الإنسانية بمثابة القيم الحقيقية لوجودهم في الحياة الالتزام (From m, 1956, p:26). إذ يرى فروم أن الشخص يمثل الوجود الإنساني المتطور تماماً ويكون لديه اتجاه أساسي لأن يرتبط بكل ميادين الخبرة الإنسانية ويتضمن هذا الاستجابات الحسية والعقلية والانفعالية نحو الآخرين ونحو الشخص لذاته نحو الأشياء ويتضمن أيضاً استعمال الفرد لقدراته وقابلياته بأقصى حد وأشار فروم بأننا نستطيع استعمال قوتنا وقدراتنا فقط حينما نكون متحررين ومستقلين عن سيطرة الآخرين، فتحت هذه الظروف نكون قادرين على استعمال عقلنا وخيالنا في تنمية أنفسنا (From, 1955, p:77).

خصائص الشخص ذي التوجه المنتج:

- 1- **النضج الانفعالي:** يجب أن يكون نمو الشخص نمواً متكاملاً في جميع جوانبه شخصيته المتباينة، ويندرج تحت هذا النمو العقلي والجسمي ولوجداني والانفعالي.
- 2- **الثقة بالنفس:** العديد إذاً يحملون بأشياء قيمة لكنهم لا يتقنون في أنفسهم، إذ أنهم يعتقدون أم ما سوف ينجزونه تافه لا يستحق الإنجاز، لذا هم يتقاعسون عن تحويل الأحلام إلى واقع ولا يستفادون من أحلامهم.
- 3- **قوة الإرادة:** أن الإصرار والتصميم من أهم الأمور في مجال تنمية الإرادة القوية والعزم على انتهاج برنامج معين ثم التخطيط له مسبقاً، هو من دلائل قوة الإرادة للشخص المنتج (Fromm, 1956, p:82).

- 4- **النظام والتخطيط الجيد:** الشخص ذا التوجه المنتج لابد أن تتوافق خطواتها العلمية مع شكل من أشكال التنظيم الجيد ،مع تحديد الأهداف أو الهدف وان التردد أو التشتت بين هدفين يؤدي إلى فشل كليهما وبالتالي فشل الإنسان ذاته ،تحديد الهدف من أهم الأمور التي يبدأ بها الفرد صاحب التوجه المنتج.
- 5- **القدرة على التكيف:** أن أساس قدرة الشخص المنتج أو المتوجه إنتاجيا على التكيف تقوم على أساس أن الشخص قادر على توجيه حياته توجيهها ناجحا ،بحيث يحقق أهدافه المختلفة ،وكذلك يجب على الشخص المنتج ان يتميز بالمرونة والمرونة أي بمعنى يستجيب للمؤثرات الجديدة باستجابات ملائمة(باروشفسكي،1996، ص208).

مبررات استخدام نظرية فروم

- 1- إن المنظر اريك فروم تطرق إلى مفهوم التوجه المنتج بصورة مباشرة وواسعة، أكثر من باقي المنظرين مثل (اريكسون وأدلر).
- 2- وأعطى فروم هذا المفهوم مجال واسع في نظريته، مما فسح المجال أمام الباحث الكورجي (2019) في اختيار بعض فقرات المقياس وبدوري قمت بتبني مقياسه وفق نظرية فروم.
- 3- تعد نظرية فروم من النظريات، الأقرب والأشمل والأكثر صلاحية في تفسير هذا المتغير .
- 4- وينسجم مع عمل العينة المدرسين والمدرسات في المرحلة الإعدادية إذ أنه يؤكد على العلاقات مع الآخرين، والتوجه نحوهم والمصالح المهنية وغيرها".

ثانيا: الدافعية الأخلاقية

إن صنع القرار الأخلاقي يشمل غالبا صراع بين المصلحة الذاتية، ويشير بعض الباحثين إلى إن المصلحة الذاتية يمكن إن تؤدي إلى استجابة وجدانية تلقائية، ولكن إذا كان هناك صراع فمن المحتمل إن تفوز المصلحة الذاتية، لأن أصولها أولية ومرتبطة بالبقاء، لذلك فإن المصلحة الذاتية لها تأثير على المعالجة المؤدية إلى صراعات المصالح والسلوكيات الغير أخلاقية، كما يشير إلى القصور في الدوافع يكون واضحا عندما تحل القيم الشخصية مثل تحقيق الذات أو حماية الذات محل الاهتمام بفعل ما هو صواب، والدافعية الأخلاقية كما يركز كل من على فكرة تعزيز المصالح الذاتية مقابل تعزيز مصالح الآخرين ويتمثل الجانب التحفيزي للسلوك الأخلاقي في الدافعية الأخلاقية النابعة من ذات الفرد التي تنظر للجماعة باعتبارها مكمل لذاتية الفرد لذلك فمشاعر الخجل من أكثر الانفعالات التي تحفز الدافع الأخلاقي كما إن صورة الذات أمام الآخرين يدفع الفرد للقيام بالفعل الأخلاقي (زكي، 2016، ص14-16).

صفات الشخص ذو الدافعية الأخلاقية

- 1- يتحدى المواقف الضاغطة دون مخالفة الأعراف والتقاليد والثقافة المجتمعية لامتلاكه صفة المرونة والإيثار .
- 2- يتحمل المواقف الضاغطة والإحداث الحياتية في سبيل تحقيق سعادة الآخرين بتفضيل المصلحة الخاصة علة العامة
- 3- يكون الفرد حاملا للفضائل الأخلاقية التي تسهل العمل والكم والسلوك الأخلاقي بدوافع أخلاقية بشكل متواصل
- 4- يبتعد عن حالات الكسب والحصول على المغام بطرق ملتوية وغشاشة ويجهد نفسه لكسبها بجهد ومثابرة وبدافع أخلاقي عالي وغير ذلك يعتبر تدني للدافع الأخلاقي وغير مقبول اجتماعياً.
- 5- يمتلك قوة داخلية تساعده على تحمل العديد من الإحداث اليومية الصعبة والضاغطة وفي سبيل التكيف الإيجابي لتحقيق أهدافه وأفكاره ومواقفه بشرط أن لا تتعارض مع قيم وثقافة وتقاليد مجتمعه.

نموذج ريسـت لتفسـر الدافعية الأخلاقية (Rest):

أدت الدراسات التي أجراها كولبرج والتي شجعت الكولبرجيين الجدد أن أفكارهم التي تبين إن الكثير من المراحل الأخلاقية تظهر لدى مشاركين أنفسهم في الدراسات وهذا ما يؤكد أهمية السياقات وما يجري داخل الفرد نفسه بمعنى إن مراحل النمو الأخلاقي هي ليست تراكيب واضحة وثابتة بقدر ما هي عمليات داخلية تتفاعل مع السياقات (Kaplan&Tivnan, 2014, p:421).

وحسب ما أشار إليه ريسـت فإن هناك أربعة مكونات أو عمليات تساهم في إنتاج السلوك الأخلاقي هي (الدافعية الأخلاقية والحساسية الأخلاقية والتفكير الأخلاقي والحكم الأخلاقي مع اختلاف هذه المسميات بين الباحثين) ويؤكد ريسـت إن هذه العمليات الأربعة أو المكونات هي المسؤولة عن إنتاج السلوك الأخلاقي وإن لكل جزء من هذه العمليات مسار نمو خاص به وهذا لا يعني عدم وجود نوع من التفاعل والتداخل المستمر فيما بين هذه العمليات فعندما نواجه موقف معين لن نستطيع إي احد منا على الإطلاق إن يفصل بين أحاسيسه وبين ما يفكر به والنتائج المترتبة على ذلك السلوك ولكي يحدث إي سلوك لابد إن تعمل هذه العمليات الأربعة بالتفاعل والتداخل مع بعضها البعض (Narvae&Rest, 1995, p:385).

أشار ريسـت على وجود شقين مهمين للجانب الأخلاقي :

أولاً: الأخلاقيات الصغرى: وتتمثل بكل ما يتعلق بمواقف وعلاقات بلوجه التي تصادف الناس في حياتهم العملية واليومية ومن الأمثلة عليها المجاملة وتقديم العون والمساعدة للأشخاص الذين نتعامل معهم يومياً والعلاقات الحميمة وأساليب التعامل والحوار واللياقة والاحترام في التعامل.

ثانياً: الأخلاقيات الكبرى: وتتمثل هذه الأخلاقيات بما يتعلق بالسلوكيات المتصلة بالجانب الرسمي للمجتمع وعلى النحو الذي تحدده القوانين أو القواعد والأدوار ونظرية كولبرج حسب آراء ريسـت والكولبرجيين الجدد تتماشى وتتسجم مع هذا الإطار لذلك فإن الأفراد أو الأشخاص يبنون إحساسهم وإدراكهم للموقف الأخلاقي من خلال ثلاث مخططات وهي

1- **مخطط الاهتمامات والمصالح الشخصية:** ويتعلق هذا المخطط بالنتائج المترتبة على الفرد أو الآخرين الذين يشتركون معه بالموقف ويكثر عند الأشخاص في سن الثانية عشر من العمر.

2- **مخطط مبادئ الاحتفاظ:** وتعني بالاحتفاظ هنا المحافظة على المعايير الاجتماعية السائدة وقد يكثر استخدامه عند المراهقين في المشكلات التي تواجههم.

3- **مخطط ما بعد التقليد:** وهنا تقوم الالتزامات الأخلاقية على مثل عليا مشتركة قابلة للنقاش والحوار.

إن تأثير هذه المخططات يتوزع في المواقف المختلفة فلا نستطيع القول إن أحد الأفراد يحمل مخطط من نوع معين يتأثر به سلوكه بل إن الأفراد خليط من هذه المخططات لذا انه من الصعب على الشخص ما إن يقوم بعزل أثر مخطط ما عن بقية المخططات كما نجد انه لمن الصعب ربط سلوك ما بمخطط معين دون غيره لكن من الأنسب القول إن لها تأثيرات متوزعة متنقلة (Rest, Narvaez, Bebeau & Thoma, 1999, p:291).

وأكد ريسـت انه لا توجد معرفة بدون انفعالات ولا توجد انفعالات تقتصر إلى جوانب معرفية وفي النهاية لا يوجد سلوك منفصل عن الانفعال أو المعرفة التي تدفع به والمكونات التي نتحدث عنها لا تحدث بترتيب ثابت بل أنها تحدث بصورة تفاعلية معقدة قد يصعب تحديد ترتيب لها (Lincoln & Holmes, 2011, p:55).

يُعد ريسـت أول من حدد القرار الأخلاقي والمصير الأخلاقي والسلوك الأخلاقي بأربعة عناصر هن (الحساسية الأخلاقية والحكم الأخلاقي والدافعية الأخلاقية والتنفيذ الأخلاقي) بحيث تتداخل كم من المعرفة والانفعال في كل مكون من هذه العناصر (Rest et al, 1999, p:18-26).

"الفصل الثالث

منهجية البحث وإجراءاته"

يتضمن هذا الفصل عرضاً لإجراءات الدراسة من حيث تحديد المجتمع واختيار العينة والأدوات المستعملة للتحقق من أهداف الدراسة فضلاً عن الوسائل الإحصائية

"أولاً: منهج البحث: The Research Method"

تم اعتماد المنهج الوصفي الارتباطي والذي يعني وصف الظاهرة الراهنة وتركيبها وعملياتها والظروف السائدة ويشمل المنهج الوصفي جمع المعلومات والبيانات التي تخص الظاهرة وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها، وهو عبارة عن أسلوب دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للظاهرة أو المشكلة المراد بحثها من خلال منهجية بطريقة موضوعية وصادقة بما يحقق أهداف البحث (الجبوري، 2012: 178-179).

"ثانياً: مجتمع البحث: The Research Population"

ويتحدد مجتمع هذه الدراسة بالمدرسين والمدرسات العاملين في المدارس الإعدادية الحكومية الصباحية في محافظة واسط* والبالغ عددهم (1729) مدرس ومدرسة وبواقع (941) من الذكور وبواقع (788) من الإناث، موزعين على (6) أفضية كما في جدول (1)

"ثالثاً: عينة البحث: The Research Sample"

وهي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة يختارها الباحث ليجري عليها دراسته (داود وعبد الرحمن، 1990، 67). وتقسم عينات البحث إلى:

"عينة التحليل الإحصائي: The Statistical Analysis Sample"

لغرض التحقق من الخصائص السيكومترية لأدوات البحث، اختار الباحث عينة طبقية عشوائية قوامها (400) مدرس ومدرسة، موزعين بواقع (238) مدرسا و(162) مدرسة من مدرسي المدارس الإعدادية في محافظة واسط، ويعد هذا الحجم لعينة التحليل الإحصائي لل فقرات مناسباً في ضوء رأي نانلي (Nunnlay 1979:179)، وتم اختيار عينة التحليل الإحصائي من خلال تطبيق المقياسين على شكل رابط إلكتروني يتضمن فقرات كل مقياس و يحصي لنا اسم المدرسة الإعدادية والقضاء الذي تنتمي له بالإضافة إلى العوامل الديمغرافية الأخرى كالجنس والتخصص ليتسنى لنا معرفة أسماء المدارس التي أجاب مدرسوها على المقياس فقد بلغ عدد المدارس 23 مدرسة إعدادية للبنين و22 مدرسة إعدادية للبنات بفرعيها العلمي والأدبي حيث بلغ عدد المحييين من المدرسين (238) بواقع (80) من الفرع العلمي و(158) من الفرع الإنساني في حين بلغ عدد المستجيبات من المدرسات (162) بواقع (72) من الفرع العلمي و(90) من الفرع الإنساني وقد بدأ التطبيق الإلكتروني للتحليل الإحصائي بتاريخ 2020/7/1 ولغاية 2020 /9/11 .

"ثالثاً: أدوات البحث: The Research Tools"

لغرض تحقيق أهداف البحث، تم استخدام مقياسين، أحدهما معد سابقاً وهو (مقياس التوجه المنتج حسب نظرية ارك فرووم) المعد من قبل الكورجي(2019) أمّا المقياس الثاني هو مقياس الدافعية الأخلاقية المعد من قبل جانوف وكارنز (Janoff & Carnes 2016) والذي قام الباحث بتعريبه وترجمته إلى العربية وفق طرائق الترجمة العلمية والأدبية وتم استخراج صدق الترجمة لمقياس (الدافعية الأخلاقية).

طريقة ترجمة مقياس الدافعية الأخلاقية

ترجم مقياس الدافعية الأخلاقية من اللغة الإنكليزية إلى اللغة العربية من قبل (الأستاذ المدرس احمد جندي والأستاذ المساعد الدكتور عباس حنون مهنا والمترجم القانوني الأستاذ عمر علي حماد) وتم الحصول على الترجمة ومن ثم توحيدها بترجمة واحدة*. وتم عرض الترجمة العربية الموحدة على اثنين من الخبراء بالترجمة لم يسبق لهم الاطلاع على النسخة الأصلية لأعادتها إلى الإنكليزية كل من (الأستاذ المساعد الدكتورة ماجدة صبري والمدرس المساعد سيف حسام)** . وأصبح لدى الباحث نسختان لكل من مقياس الدافعية الأخلاقية نسخة إنكليزية أصلية ونسخة مترجمة من العربية إلى الإنكليزية. وعرضت النسختان من كل مقياس على خبيرين في الترجمة للتأكد من صدق الترجمة وهم كل من (الأستاذ المساعد الدكتور مازن الحلو والأستاذ المساعد الدكتورة فداء المولى) وقد كانت نسبة التوافق تتراوح بين 85% إلى 89% وحصل اتفاق تام على صدق الترجمة*** .

"مقياس التوجه المنتج:

"أولاً: تحديد مفهوم التوجه المنتج"

بعد اطلاع الباحث على عدد من الأدبيات والدراسات السابقة ومراجعة بعض المقاييس ذات العلاقة بموضوع البحث تم اعتماد مقياس التوجه المنتج الكورجي (2019) المعتمد على نظرية أريك فرووم والذي عرف التوجه المنتج بأنه (اتجاه صله الفرد بالعالم وبذاته من خلال مجالات الخبرة الإنسانية وهي التفكير والحب والعمل) ولكون المقياس شامل لكل مجالات التوجه وكون هذه النظرية قد ألفت جوانب مكونات المتغير وفق رؤية علمية رصينة شكلت مقومات المتغير .

ثانياً: تحديد مجالات التوجه المنتج:

بعد أن تم تحديد التعريف النظري للتوجه المنتج تم تحديد ثلاثة مكونات أساسية يشتمل عليها مفهوم التوجه المنتج وبحسب ما أشار إليه (فرروم) وكما يأتي:

- 1- التفكير المنتج: هو قدرة الفرد على معرفة أفكار وأفعال الآخرين ومن ثم الحصول على فهم لجوهرها.
- 2- الحب المنتج: هو قدرة الفرد على فهم الآخرين عاطفياً والاعتناء بهم وبسعادتهم والاستجابة لحاجاتهم وق الرعاية والاحترام والمسؤولية.
- 3- العمل المنتج: هو قدرة الفرد على تصور الأشياء التي لا وجود لها بعد والذي يعمل على تنمية الإبداع والتخطيط المثمر.

"الخصائص السايكومترية لمقياسي التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية:"

"أولاً: مؤشرات صدق المقياس: Scale Validity Index "

أ- "الصدق الظاهري: Face Validity"

* أ. أحمد جندي/ كلية التربية الجامعة المستنصرية.

* أ. م. د عباس حنون مهنا الاسدي/ كلية الآداب/ جامعة بغداد.

* د. عمر علي حماد/ مترجم قانوني/ جمعية المترجمين العراقيين

** أ. م. د ماجدة صبري / كلية التربية الجامعة المستنصرية

** م. م سيف حسام كريم / مديرية تربية ميسان

*** أ. م. د مازن الحلو في كلية الآداب / جامعة واسط

*** أ. م. د فداء المولى في كلية الآداب / جامعة واسط

يشير ايبيل (Ebel) إلى أن أفضل وسيلة للتأكد من صلاحية الفقرات هي قيام عدد من الخبراء والمختصين بتقدير صلاحيتها لقياس الصفة التي وضعت من أجلها (Ebel, 1972 P:555). واستناداً إلى ذلك عرض المقياسين (مقياس التوجه المنتج ومقياس الدافعية الأخلاقية) بصورتهم الأولى على مجموعة من المحكمين في التربية وعلم النفس ملحق (3) بعد أن بين الهدف من الدراسة والسياق المتبع في الديباجة الخاصة بالمقياس هي إبداء ملاحظاتهم وآرائهم في الحكم على صلاحية الفقرة وصلاحية البدائل وبعد جمع الآراء وتحليلها تم استبقاء الفقرات التي حازت على نسبة اتفاق (80%) فأكثر بوصفها نسبة موافقة على الفقرات وهذه النسبة تعد دليلاً على قبول الفقرة نسبة للدراسات السابقة التي أشارت .

ب- "صدق البناء: Construct Validity"

ويعد الاتساق الداخلي أو التجانس الداخلي من المؤشرات الإحصائية التي يمكن أن تكشف عن صدق البناء الذي يتمثل في قوة الارتباطات بين الفقرات لقياس السمة (Anastasia, 1979: 265). وتم التحقق من صدق البناء للمقياسين من خلال المؤشرات الآتية:

- 1- قياس تمييز الفقرات من خلال المجموعتين المتطرفتين (القوة التمييزية).
- 2- علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس (صدق الفقرة).
- 3- علاقة درجة الفقرة بدرجة المجال الذي تنتمي إليه.
- 4- علاقة درجة كل مجال مع الدرجة الكلية للمقياس (مصفوفة الارتباطات)
- 5- علاقة المجالات فيما بينها حسب (مصفوفة الارتباطات)

ثانياً: "الثبات المقياس: Scale Reliability"

هو الاتساق في نتائج الاختبار واستقرارها وأن معامل الثبات هو تقدير لمعامل الارتباط وكلما ارتفع هذا المعامل زاد اتساق الاختبار في قياس ما صمم له أن يقيس (ملحم، 2007: 252). فقد استخرج الباحث ثبات المقياسين (التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية بطريقتين هما: طريقة التجزئة النصفية وطريقة ألفا كرونباخ

"طريقة التجزئة النصفية: Split-Half"

ولتحقيق هذا الغرض استعمل الباحث مئة استمارة وقد قسم فقرات المقياس البالغة (30) إلى مجموعتين زوجية وفردية، إذ تم حساب درجات كل قسم على حدة ومن ثم استخرج معامل الارتباط (بيرسون) بين النصفين فبلغ (0,65) وبعد تصحيحه بمعادلة سبيرمان براون التصحيحية أصبحت قيمته (0,79) أي (79) تقريبا لمقياس التوجه ومعامل ارتباط بيرسون لمقياس الدافعية الأخلاقية بلغ (0,69) وبعد تصحيحه (0,82) أي (82) وهو بذلك يعد ثباتاً جيداً.

"طريقة ألفا كرونباخ: Alpha Cronbach"

ولقد استخرج هذا النوع من الثبات على عينة التحليل الإحصائي البالغة (400) فرداً إذ بلغت قيمة معامل الثبات المحسوب بهذه الطريقة (0,87) أي (88) للتوجه المنتج وبلغت قيمة معامل الثبات (0,90) أي (90) تقريبا وهو ثباتاً عالياً، إذ أكد كرونباخ (Cronbach) أن المقياس الذي معامل ثباته عال هو مقياس دقيق (Cronbach, 1964 : 298) ويمكن الركون آلية مقارنة ذلك مع الدراسات السابقة التي استخدمت هذه الطريقة في حساب.

"وصف مقياس التوجه المنتج بصيغته النهائية:"

تكون المقياس بصيغته النهائية من (30) فقرة الملحق رقم () يقابلها مدرج خماسي خمسة بدائل (تنطبق عليه دائماً، تنطبق عليه غالباً، تنطبق عليه أحياناً، تنطبق عليه نادراً، لا تنطبق عليه أبداً)، ودرجات التصحيح (1,2,3,4,5) وبذلك تتراوح

الدرجة الكلية للمقياس بين (30-150) درجة وبمتوسط فرضي (90) ودرجة ثبات (79) بالتجزئة النصفية و(88) بطريقة معامل ألفا كرونباخ كما موضح في جدول (10).

"المؤشرات الإحصائية او الوصفية لمقياسي التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية:"

تم حساب المؤشرات الإحصائية لمقياسي التوجه المنتج و الدافعية الأخلاقية لغرض الاطمئنان على صحة إجراءات ترجمة وتكييف المقياسين، وعند فحص هذه المؤشرات الإحصائية ثبت أنها تتطابق مع مؤشرات المقاييس العلمية التي استخدمت في قياس معظم المتغيرات النفسية إذ تقترب درجات التوزيع من درجات التوزيع الطبيعي أو الاعتدالي مما يسمح بتعميم نتائج تطبيق هذا المقياس إذا ما تم استخدامه فيما بعد ببحوث ودراسات مستقبلية ، ويمكن أن نتأكد من اعتدالية التوزيع لأفراد العينة من خلال استخدام اختبار سيمرنوف واستخراج قيمة P الاحتمالية ومنحنى التوزيع الطبيعي ودرجات الوسط والوسيط والمنوال.

ثانياً: مقياس الدافعية الأخلاقية (Moral Motivation)

تحديد مجالات الدافعية الأخلاقية

أولاً: ضبط النفس: تعني التحكم الشخصي في مواجهة السلوكيات الغير مرغوب فيها من اجل حماية الفرد والمجتمع لمواجهة الإغراءات التهديدية.

ثانياً: الاجتهاد أو الاعتماد على النفس من اجل النجاح: وهو التوجه القائم على تزويد الذات بالنشاط من اجل تقدم الفرد ويستلزم الاجتهاد واستغلال الذات والعمل الجاد لتقليل النكاسل الاجتماعي وتحسين أوضاع المجتمع وزيادة موارده وتقليل العبء عليه

ثالثاً: عدم الإيذاء: وهو دافع أخلاقي تحريمي يتضمن كبح السلوكيات الغير مرغوب بها وكذلك الامتناع عن الإضرار بالآخرين جسدياً ونفسياً.

رابعاً: المساعدة والإنصاف: وهو دافع أخلاقي وصفي وجوبي يتضمن إعطاء الآخرين مستحقاتهم ويوفر الرفاه لهم وخير مثال لذلك الإيثار المتبادل

خامساً: النظام الاجتماعي: ويعني الالتزام أو التمسك بمجموعة من الأعراف الاجتماعية والإنسانية لمواجهة التهديدات الجسدية والنفسية من اجل حماية المجتمع بصورة عامة للحفاظ على ديمومة النظام الاجتماعي وتماسكه.

سادساً: العدالة الاجتماعية: وتتطوي على التنشيط والتركيز على النتائج الإيجابية للجهود المبذولة لضمان الدعم الاقتصادي والمادي لأفراد المجتمع ورعاية الآخرين الذين هم أسوء حالاً لتحقيق الرفاه الاجتماعي وتعزيز الروابط الاجتماعية.

"مقياس الدافعية الأخلاقية"

من خلال البحث في الدراسات السابقة والأدبيات المتعلقة بالدافعية الأخلاقية والمقاييس التي أعدت بهذا المجال منها دراسة كابلان (2014) ودراسة جانوف(2008) ودراسة تشامبرز (2011) ودراسة جانوف وكارنز (2016) Janoff&C تم اختيار مقياس للدافعية الأخلاقية وهو مقياس جانوف (2016) والذي يتكون من 6 مجالات (ضبط النفس، الاجتهاد أو الاعتماد على النفس، عدم الإيذاء، المساعدة، العدل أو الإنصاف، النظام الاجتماعي، العدالة الاجتماعية) حيث بلغت فقرات المقياس (30) فقرة مقسمة بواقع (5) فقرات لكل مجال من مجالاته الستة كما في الملحق (8)

وقد تبنى الباحث هذا المقياس للأسباب الآتية

1- يعد المقياس الملائم لعينة البحث

2- غياب أداة لقياس الدافعية الأخلاقية التي تنطبق في تطبيقها على عينة البحث.

3- المقياس تتوفر فيه الخصائص السايكومترية من الصدق والثبات.

"وصف مقياس الدافعية الأخلاقية بصيغته النهائية:"

تكون المقياس بصيغته النهائية من (30) فقرة الملحق رقم (10) يقابلها مدرج خماسي خمسة بدائل (تنطبق عليه دائماً، تنطبق عليه غالباً، تنطبق عليه أحياناً، تنطبق عليه نادراً، لا تنطبق عليه أبداً)، ودرجات التصحيح (1,2,3,4,5) وبذلك تتراوح الدرجة الكلية للمقياس بين (30-150) درجة وبمتوسط فرضي (90) ودرجة ثبات (0.82) بالتجزئة النصفية و(0.90) بطريقة معامل ألفا كرونباخ.

الفصل الرابع

"عرض النتائج وتفسيرها ومناقشتها"

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصل إليها البحث على وفق أهدافه وتفسير تلك النتائج وفق مايلي:

أولاً: "عرض النتائج"

"الهدف الأول": التعرف على التوجه المنتج لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.

لتحقيق هذا الهدف تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات التوجه المنتج لدى أفراد عينة البحث البالغة (400) مدرس ومدرسة من مدرسي المدارس الإعدادية في محافظة واسط وقد بلغ المتوسط الحسابي للعينة (124,122) درجة والانحراف المعياري (12,223) درجة فيحين بلغ المتوسط الفرضي (90) درجة وبمقارنة المتوسط الحسابي بالمتوسط الفرضي باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة كانت القيمة التائية المحسوبة (56,648) أظهرت النتائج أن هناك فرقا إحصائيا دالا عند (0,05) وبدرجة حرية (399) ولصالح عينة البحث والجدول (31) يبين ذلك.

جدول (1)

"الاختبار التائي لعينة واحدة للتعرف على التوجه المنتج"

العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية	القيمة الجدولية	مستوى الدلالة
400	124,622	12,223	90	399	56,648	1,96	0,05

القيمة التائية (1,96) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (399).

"الهدف الثاني": التعرف على الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية

لتحقيق هذا الهدف تم استخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لدرجات الدافعية الأخلاقية لدى أفراد عينة البحث البالغة (400) مدرس ومدرسة من مدرسي المدارس الإعدادية في محافظة واسط وقد بلغ المتوسط الحسابي للعينة (134,080) درجة والانحراف المعياري (12,045) درجة في حين بلغ المتوسط الفرضي (90) درجة وبمقارنة المتوسط الحسابي بالمتوسط الفرضي باستعمال الاختبار التائي لعينة واحدة كانت القيمة التائية المحسوبة (73,189) فظهر هناك فرقا إحصائيا دالا عند (0,05) وبدرجة حرية (399) والجدول (32) يبين ذلك.

جدول (2) "الاختبار التائي لعينة واحدة للتعرف على الدافعية الأخلاقية"

العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية	القيمة الجدولية	مستوى الدلالة
400	134,080	12,045	90	399	73,189	1,96	0,05

القيمة التائية (1,96) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (399).

"الهدف الثالث": العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية

لتحقيق هذا الهدف تم اختبار الفرضية (لا توجد علاقة دالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية) وللكشف عن العلاقة الارتباطية بين المتغير التابع التوجه المنتج والمتغير المستقل الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية تم استخدام معامل ارتباط بيرسون، وقد تبين أن قيمة معامل الارتباط بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية كانت (0.557) وهي أكبر من القيمة الجدولية البالغة (0.098) عند مستوى دلالة (0.05) بدرجة حرية (398) وهذا يدل على وجود علاقة دالة إحصائية .

"الهدف الرابع": الفرق في العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.

لتحقيق هذا الهدف تم اختبار الفرضية (لا يوجد فرق في العلاقة دال إحصائية عند مستوى (0.05) بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية تبعا لمتغير الجنس (ذكور - إناث) والتخصص (علمي - إنساني):

"وفقاً لمتغير الجنس (ذكر - أنثى): "

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة بين المتغير التابع التوجه المنتج والمتغير المستقل الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية وفقا لمتغيري الجنس (ذكر - أنثى) إذ تم استخراج قيم فيشر المعيارية لمعامل الارتباط، وباستعمال الاختبار الزائبي بلغت القيمة الزائبية المحسوبة بين المتغير التابع التوجه المنتج والمتغير المستقل الدافعية الأخلاقية وفقا لمتغير الجنس (3,45) وهي أكبر من القيمة الزائبية الجدولية البالغة (1.96) وبدرجة حرية (398) بمعنى ان الفرق دال إحصائيا لصالح الإناث لان قيمة فيشر ومعامل الارتباط لهن أعلى من قيمة الذكور .

"وفقاً لمتغير التخصص (علمي - إنساني):"

وكذلك تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لاستخراج العلاقة بين المتغير التابع التوجه المنتج والمتغير المستقل الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية وفقا لمتغيري التخصص (علمي، إنساني) إذ تم استخراج قيم فيشر المعيارية لمعامل الارتباط وباستعمال الاختبار الزائبي حيث بلغت القيمة الزائبية المحسوبة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية وفقا للتخصص (0,23) وهي أصغر من القيمة الزائبية الجدولية البالغة (1.96) ودرجة حرية (398) بمعنى لا يوجد فرق دال إحصائيا يرجع للفرع أو التخصص العلمي أو الإنساني والجدول (35) يبين ذلك .

جدول(3)

الاختبار الزائبي لأستخراج الفروق في علاقة التوجه والدافعية

مستوى الدلالة	القيمة الزائبية		قيمة فشر	قيمة معامل الارتباط	العدد	النوع	المتغيرات
	الجدولية	المحسوبة					
دالة لصالح الإناث	1.96	3,45	0,310	0,290	238	الذكور	علاقة التوجه المنتج
			0,655	0,574	162	الإناث	بالدافعية الأخلاقية
غير دالة	0,23	0,23	0,655	0,575	152	العلمي	علاقة التوجه المنتج
			0,678	0,589	248	الإنساني	بالدافعية الأخلاقية

ثانياً: "تفسير النتائج ومناقشتها"

تفسير ومناقشته النتيجة الهدف الأول التعرف على "التوجه المنتج" لدى مدرسي المرحلة الإعدادية:

أظهرت النتائج أن مدرسي المرحلة الإعدادية يتمتعون بدرجة عالية من التوجه المنتج، وهذا يرجع لعملية التنشئة الاجتماعية والتواصل الاجتماعي الذي رسخ في شخصهم الصلة بذواتهم وبالآخرين، ولديهم مستوى عال على وفق أداء المهام الموكلة إليهم بكل حيوية وهمه ونشاط لتحقيق النتائج الإيجابي، والتمكن من تحقيق متطلبات البيئة المدرسية والاجتماعية، وتتفق هذه النتيجة مع وجهة نظر فروم الذي يرى أن الأفراد ذو التوجه المنتج هم الذي قادرون على فهم واستيعاب من حولهم فهما عقليا وعاطفيا، وهؤلاء يطلق عليهم الأفراد ذو التوجه المنتج والذين يقومون بنشاطات وفق مجالات

الخبرة الإنسانية (التفكير والحب ولعمل) ، وكما يشير فروم أن الأفراد ذا التوجه المنتج (المنتجون) هم أولئك الذين ينظرون نظرة واقعية وموضوعية ولديهم دوافع أخلاقية وقادرين على تفهم وجهة نظر الآخرين والتواصل معهم. كما أن الفرد المتوجه إنتاجيا هو من يحمل المعايير الإنسانية والأخلاقية وقدرته على استخدامها في التعامل بها في عملية التدريس أو أي عمل آخر مناط به، وكما ركز فروم على أن الشخص المتوجه إنتاجيا (الشخصية المنتجة يسمى) هو الشخص الناضج الذي يمتلك الخبرة ويبدل مجهود ويتواصل مع الآخرين من أجل تطوير قابليته والاستعداد لحب الآخرين ومشاركتهم وعدم الانعزال عنهم وتجاوز المشكلات التي تواجه حياتهم وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (صالح 2014) ودراسة (الكورجي 2019).

تفسير ومناقشة نتيجة الهدف الثاني التعرف على الدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية

أظهرت النتائج أن العينة تتمتع بمستوى من الدافعية الأخلاقية لكون العينة شريحة مدرسين تتمتع بمستوى علمي وثقافي واجتماعي يساعدها بذلك على أن تكون لديها دافعية أخلاقية، وهي إحدى السمات التي تميز أفراد العينة للقيام بمهامها التربوية وقدرتهم على تنظيم ذواتهم عند التعرض إلى موقف يتطلب سلوكا معينا لائق ومنتظم تمام طلبتهم ومجتمعهم ، وهم اشد حرصا على استقرار مبادئ ونظم العدل الاجتماعي، ويمكن أن يأتي ذلك عن طريق تمييز هؤلاء المدرسين في الكثير من مهارات ضبط النفس والاجتهاد واعتماد مبدأ المساعدة والعدل الاجتماعي التي يحملها هؤلاء المدرسين الذين يتمتعون بالدافعية الأخلاقية مع طلبتهم ،وبناء على ما أشار إليه كولبرج في الخصائص الأخلاقية والنفسية للذين يحرصون على الظهور بشكل لائق أمام طلبتهم وقد اتفقت الدراسة الحالية مع دراسات عمر (2017) و Malina (2015) واختلقت مع دراسة Brooks (2013).

تفسير ومناقشة نتيجة الهدف الثالث التعرف على العلاقة الارتباطية بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية.

ويمكن تفسير ذلك ان المدرسين لديهم دافع والتزام أخلاقي لمساعدة الآخرين وبالأخص الطلبة وتقديم الخدمة التربوية والإنسانية لهم والتضحية بالمصلحة الذاتية لأجلهم لذلك تجدهم مستعدون لخدمة أبنائهم باي وقت وحين والتي هي من صفاتهم الشموع التي تحرق نفسها لتتبرر دروب الآخرين والعيش من اجلهم وهذا هو الدافع الأخلاقي لتقديم المصلحة الذاتية على المصلحة العامة ، وهو يمثل الالتزام الأخلاقي الذي اعتبره العلماء جزا مهما من الأخلاقيات في نموذجهم مثل الانفعالات الداخلية الإيجابية تحت مسمى الدافعية الأخلاقية وان إدراك الفرد للتصرف ووفقا لواجبه الأخلاقي للذي تفرضه عليه التقاليد والقيم المجتمعية وإحساسه بما هو صحيح أخلاقيا وحينما يكون الفرد على معرفة عالية وصلة وثيقة بذاته ومحيطه الخارجي يصبح واعيا لا فكاره وانفعالاته وسلوكياته ويزداد وعيا بقدرته تلك السلوكيات في التأثير بالآخرين ويكون متصلا بذاته كما تمليه عليه جماعته من أتباع القيم الأخلاقية والعرف والتقاليد، وبالتالي يضع القيم الأخلاقية بمرتبة عليا ويتعد عن الأحكام النفعية الذاتية ويكون متوافقا مع قيم الجماعة، وهذا يفسر رأي ريبست أن الشخص الذي يمتلك دافعا أخلاقيا فإنه يضع اعتبارا للقيم والمبادئ والفعاليات الاجتماعية بتقاليدها وثوابتها في تعامله مع الآخرين ويؤسس لظهور سلوكيات جيدة ومقبولة لدى أفراد المجتمع ومنها التوجه المنتج إذ أكد ريبست أن الالتزام الأخلاقي يؤدي إلى بناء منظومة أخلاقية على أسس متوازنة مبنية على قيم العدل والأنصاف والتسامح والإيثار التي تكمن ضمن التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية.

تفسير ومناقشة نتيجة الهدف الرابع التعرف على دلالة الفرق في العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية لدى مدرسي المرحلة الإعدادية وفقا للجنس والتخصص

وفقا لمتغير الجنس (ذكر/ أنثى):

ويمكن تفسير هذه النتيجة أن تحلي الإناث بالدافعية الأخلاقية يعود وكما هو معروف في مجتمعنا أن التنشئة الاجتماعية لها الدور الأكبر في خلق الدور المجتمعي في الحفاظ على القيم والعادات والسلوكيات التي تعود إلى كل مجتمع، وكذلك الاهتمام الأكبر في حفظ وممارسة هذه السلوكيات المجتمعية التي تحفظ الأدب والأخلاق الحميدة عند الإناث والتي يحرص المجتمع على التمسك بها وخاصة التي تتعلق بالعادات والتقاليد السائدة والسلوكيات المقبولة في المجتمع العراقي، وقد يصل الأمر لأستخدام شيئاً من العقاب عند أتباع الإناث سلوكاً غير مرغوب فيه أو مخالف للعادات وقيم المجتمع، إذ تصبح الأنثى شديدة الحرص على الحصانة الأخلاقية و أن تكون فتاة صالحة وصاحبة خلق بعيدة عن أي سلوك منافي أو مخالف للقيم والسلوكيات الأخلاقية السائدة في المجتمع، فضلاً عن أن الإناث أكثر توجه نحو السلوكيات الأخلاقية للحفاظ على علاقات جيدة مع الآخرين فان هذا الأمر يؤدي إلى ارتفاع دافعيتهن نحو السلوك الأخلاقي والابتعاد عن السلوكيات الغير أخلاقية التي لها تأثيرات معنوية ومادية وانعكاسات انفعالية تساعد في تفسير الكثير من العمليات النفسية والاجتماعية والأخلاقية التي تصدر عن الإناث.

وفقاً لمتغير التخصص (علمي/إنساني):

وتفسير هذه النتيجة تعود إلى أن الدافعية الأخلاقية ترتبط بالخبرات الاجتماعية والثقافية والحياة العامة والانفعالات التي لا ترتبط في كثير من الأحيان بتخصص الفرد وان المدرسين والمدرسات هم تحت مظلة التعليمية الواحدة التي تضفي العلم للجميع دون تمييز بين التخصصات فدرسوا ويدرسون تحت نفس مظلة التعليم ونفس البيئة الثقافية والمجتمعية في محافظة واسط والمساواة في الحقوق والواجبات الوظيفية و التعليمات الوزارية التي أصبحت واقع ملموس في العراق ، ويتشكلون من الناحية الأخلاقية بشكل لا يسمح بوجود فروق جوهرية بينهم ،وحيثما يكون أفراد العينة مؤثرين في الآخرين ومندفعين أخلاقياً تكون لديهم القدرة على قيادة المجتمعة المعززة بالثقة بالنفس وتقديم الحجج ومواجهة الحالات الطارئة وهذا من أولويات عمل أفراد العينة، ويعد المدرسين القادرين على إقامة علاقات اجتماعية ناجحة مع طلبتهم وأسرههم ومؤثراً في سلوكهم الأخلاقي مراعيًا لشعورهم ومتفهم مشاعرهم ومتعاطف معهم، فمشاركة الآخرين وإقامة علاقات إنسانية واجتماعية قائمة على النصح والإرشاد والتوجيه والإقناع والقدرة على حل الصراعات هو جوهر الدافعية الأخلاقية وبالتالي أن السلوك الأخلاقي هو سلوك اجتماعي يتأثر به الفرد والمجتمع والجماعة وتتبع الدافعية الأخلاقية من مدى انسجام الفرد مع ذاته وصلاته وتواجده.

"خلاصة النتائج : The Collusions"

في ضوء نتائج التي توصل إليها البحث الحالي يمكن استخلاص الأتي:

- 1- أن أفراد عينة البحث الحالي المدرسين والمدرسات في المرحلة الإعدادية لديهم توجه منتج ودافعية أخلاقية ، وهذا يمكنهم من تحقيق الإنتاج الإيجابي وتحقيق من متطلبات البيئة المدرسية لنجاح العملية التعليمية والتربوية.
- 2- توجد علاقة ارتباطية موجبة وطردية ذات دلالة إحصائية بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية.
- 3- يوجد فرق دال إحصائياً في العلاقة بين التوجه المنتج والدافعية الأخلاقية وفقاً لمتغير الجنس ولصالح الإناث ، ولا يوجد فرق دال إحصائياً وفقاً لمتغير التخصص.

"التوصيات: The Advises"

- 1- حث وزارة التربية والمؤسسات التربوية إلى تنشيط الفعاليات والمؤتمرات والندوات التي تؤكد على القيم الإيجابية المرتبطة بالتعاون ،ولقائمة العلاقات الوجدانية والاجتماعية بين الكوادر والطلبة في مؤسسات وزارة التربية.

- 2- ضرورة إشراك المدرسين في دورات لتنمية التوجه المنتج عن طريق زيادة اهتمامهم في تأدية الأدوار التربوية.
- 3- أسهام المدرسين للقيام بفهم متغيرات الدراسة عن طريق زيادة اهتمامهم بها في تأدية دور الانموذج المساعد إلى الآخرين في المواقف المناسبة لذلك، لكي يكونوا مثالا لتقليدهم من قبل الطلبة.
- 4- قيام المؤسسات التربوية بتضمين نماذج المهارات الاجتماعية والدافعية المتوجهة نحو السلوك الايجابي في المناهج الدراسية والتربوية لزيادة إقبال الطلبة نحوها.
- 5- إفادة المختصين في القياس من المقاييس التي أعدت لأغراض البحث الحالي في دراساتهم وبحوثهم في المستقبل.

"المقترحات: The Suggestions"

- 1- إجراء دراسة مماثلة لمتغيرات البحث على عينات أخرى وشرائح اجتماعية أخرى كان تكون أساتذة الجامعات وموظفيها.
- 2- دراسة التوجه المنتج مع متغيرات أخرى كأن تكون الوعي الذاتي والسعادة النفسية وسمات الشخصية.
- 3- دراسة الدافعية الأخلاقية مع متغيرات الثقة الاجتماعية والحكمة والمشاركة المدنية لدى طلبة الجامعات.
- 4- إجراء دراسة بين الدافعية الأخلاقية وأساليب التفكير.
- 5- إجراء دراسة تجريبية لتنمية متغيرات الدراسة لدى طلبة المرحلة المتوسطة.

أولاً: المصادر العربية

1. اريك فروم (1991) الحكايات والأساطير والأحلام ترجمة صلاح حاتم دار الحوار للنشر والتوزيع اللاذقية . سوريا .
2. انجلر، باربرا (1991) مدخل إلى نظريات الشخصية، ترجمة فهد عبد الله بن دليم، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع القاهرة مصر .
3. جابر، عبد الحميد جابر وكفافي، علاء الدين (1989) :معجم علم النفس والطب النفسي ، القاهرة ، دار النهضة العربية.
4. الجبوري، حسين محمد جواد (2012) منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

5. داود، عزيز حنا وآخرون (1990) **مناهج البحث التربوي**، دار الحكمة للنشر، جامعة بغداد وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.
6. دافيدوف ،اندال، (1983) **مدخل علم النفس** ترجمة سيد الطواب وآخرين ، مدار المريح للنشر والتوزيع الرياض السعودية .
7. زكي /هناء محمد (2016) العلاقة بين الدافعية الأخلاقية والحكمة لدى طلبة الجامعة بحث منشور في **مجلة القاهرة** . مصر.
8. فروم، أريك (1989) **الإنسان بين الجوهر والمظهر** ترجمة سعد زهران، الكويت.
9. فروم، أريك (2007) **الإنسان من أجل ذاته بحث في سيكولوجية الأخلاق**، ترجمة محمود منقذ الهاشمي، دمشق سوريا.
10. فرووم ، أريك ، (1972) **الخوف من الحرية** ترجمة مجاهد عبد المنعم مجاهد ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر بيروت ،لبنان.
11. كفاي، علاء الدين وآخرون (2010) **نظريات الشخصية (ارتقاء/ نمو/ تنوع)**، دار الفكر ناشرون وموزعون عمان الأردن.
12. الكورجي، حسين مسلم (2019) **التوجه المنتج وعلاقته بمستوى الطاقة والتنظيم الذاتي لدى المرشدين التربويين، أطروحة دكتوراه غير منشور كلية التربية ابن رشد جامعة بغداد العراق.**
13. م.ح. ياروسفسنكي، بيتروفيسكي (1996) **معجم علم النفس المعاصر** ترجمة حمدي عبد الجواد وعبد السلام رضوان، دار العالم الجديد للنشر والتوزيع
14. ملحم، سامي محمد (2007) **مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس** ط5 دار المسيرة للنشر عمان الأردن.
15. الموسوي، عباس نوح(2002) **السلوك الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالذات والأمن النفسي لدى طلبة جامعة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية ، جامعة الموصل.**

ثانيا: المصادر الأجنبية

1. Anastasi,ann(1979)**psychological testing,fourth,editionmacmill all publishing,co,I,nc,New York.**
2. Cronbach, L, J. & GleserG. c, (1964) : "**Essentials of psychological testing** , 3rd ed., & New York.
3. From and yow (1956)**The hert of man**,New York.harber.
4. Fromm,E,(1955)**man for him selfianInquiry in to tde psychology of ethics,n,y,ine hart.**
5. **Janoff- Bulman, R. & Carnes, N.(2016).Social Justice And Social Order Binding Moralities Across The Political Specturn. JournalPlose One,11(3),1-18**
6. Kaplan,U.&Tivnan,T.(2014a).**multiplicity of emotions in moral judgment and motivation .Ethics & Behavior.24(6),421-443.**
7. Lincolin, S. & Holmes, K(2011).Ethical Decision Making A process Influenced by moral Intensity. **Journal of Health care ,science and Humanities ,1(1),55-69.**
8. Luco, A. (2013) Humean moral motivation .in B. Musschenga & A. Harshamp (Eds). What Makes us moral ?on the capacities and conditions for being moral ,(pp.131-150) **library of Ethics and applied philosophy,31.**
9. Milliken, M, (2004),**Understanding Human Behavior**,7th Ed ,Delmar Learning ,The United States Of America.
10. Rest ,J.& Narvaez ,D.(1995).**The Four Components Of Acting Morally** .In ,W. Kurtines& J. Gewirtz (Eds) ,**Moral Behavior And Moral Development : An Introduction**,(P.385-400),New York : Allyn & Bacon.
11. Rest , J. Narvaez, D.:Bebeau,M.J. &Thoma , S.J.(1999)**Past Conventional Moral Thinking A New Kohlbergian Approach** , New Jersey: Lawrence Erlbaum.
12. Stanley, C. J. & Hopskins, k. D, (1972).**Educational and psychological measurement and evaluation** N.J. prentice-Hall

Curriculum Study. Ethics And Education,8(3),1-15.