

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

- القاهرة- مدينة نصر- جامعة الأزهر- كلية الإعلام- ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

- الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء السادس - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

٣٥٨٧

■ دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة  
جائحة كورونا- دراسة ميدانية أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك

٣٦٨٣

■ دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض  
الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي - دراسة في إطار نظرية  
الانفعال المعرفي أ.م.د. أبو بكر حبيب الصالحي

٣٧٤٥

■ تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية:  
دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين  
أ.م.د. أميرة محمد محمد سيد أحمد

٣٧٨٧

■ اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي  
وعلاقته بالأمن الفكري لهم أ.م.د. سكرة علي حسن البريدي

٣٨٢٧

■ المعارض الإعلامية وعلاقتها بالقدرة التنافسية والسجاي العقلية  
المنتجة لدى الطلاب أ.م.د. إيمان عزالدين محمد دوابه

٣٨٩١

■ الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن  
القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة)  
أ.م.د. عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق

٣٩٧٩

■ معالجة اليوتيوبرز (Youtubers) لتطورات أزمة التدخل التركي في  
ليبيا «دراسة تحليلية» د. إيمان محمود محمد أحمد

- المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني  
في تناول أداء السلطة التشريعية  
٤٠٣٥ د. حسين خليفة - محمد شكري أحمد
- 
- التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الاخباري في  
المواقع الصحفية «دراسة شبه تجريبية»  
٤٠٩١ د. منال محمد أبوالمجد - د. عبدالله عبدالرحيم محمد
- 
- اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات  
الفنائية لقضية ارتفاع الأسعار د. ولاء إبراهيم حسان  
٤١٣٧
- 
- استشراف مستقبل الإعلام المرئي الموجه للطفل عبر القنوات  
الفنائية المصرية في ضوء كتيب المعايير الإعلامية « كود المحتوى  
الإعلامي الموجه للطفل» د. يمنى محمد عاطف عبد النعيم  
٤١٩٥
- 
- الإعلام المصري ودوره في تشكيل معارف طلاب الجامعات نحو قضايا  
مكافحة الإرهاب وتأثيرها على الأمن القومي  
٤٢٥١ د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي
- 
- Digital threats for the Egyptian journalists and their  
awareness of the techniques used to attain their safety:  
A qualitative study  
٤٢٩٩ Assist. Prof. Dr. Nermeen Nabil Alazrak

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



## المعارض الإعلامية وعلاقتها بالقدرة التنافسية والسجيا العقلية المنتجة لدى الطلاب

- **Media exhibitions and their relationship to the competitiveness and mental attributes produced for students**

● أ.م.د / إيمان عزالدين محمد دوابه

أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي - كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

eman\_ezz@mans.edu.eg

## ملخص الدراسة

المشاركة في المعارض الإعلامية، وتركيز الطلاب في محاولة بذل مزيد من الجهد لتحسين وتجويد الإنتاج يُمكن أن يُنمي لديهم القدرة التنافسية التي تُشعل الحماس وتدفع العقل إلى المُتَابرة والمُحاولة وإخراج ما بجعبته، وذلك ينعكس على قدراتهم ومهاراتهم ويُسهّم في تحويلهم إلى عقول مُنتجة، ويُشكل لديهم سجيا عقلية مُنتجة تُمكنهم من الإنجاز والإنتاج المُتقدم، وذلك ما هدف البحث الحالي التحقق منه من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس: ما علاقة المشاركة في المعارض الإعلامية بالقدرة التنافسية والسجيا العقلية المنتجة لدى الطلاب؟ واعتمد البحث الحالي على منهج المسح، وتم تطبيق البحث على عينة عشوائية بسيطة من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، بلغ قوامها (400) مفردة، وتمثلت أدوات البحث في صحيفة الاستقصاء (من إعداد الباحثة)، حيث احتوت الصحيفة على ثلاثة أجزاء: تمثل الجزء الأول في تناول جمع البيانات الأساسية والعلمية عن الطلاب، وبعض الأسئلة التي ابنتت الإجابة عليها لتحقيق الهدف من البحث، وتناول الجزء الثاني قياس القدرة التنافسية، والجزء الثالث تناول قياس السجيا العقلية المنتجة، وتوصل البحث إلى عدة نتائج منها أن 73.8% من أفراد العينة شاركوا في المعارض الإعلامية التي نظّمها القسم الخاص بهم، ونسبة 26.3% من العينة لم يشاركوا بإنتاجهم في المعارض الإعلامية، ووجود علاقة طردية قوية بين مُشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والمؤشرات التنافسية لديهم، حيث كانت قيم ( $t < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية ومستوى السجيا العقلية لديهم، حيث كانت قيم ( $t > 0.3$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01. الكلمات الدالة/ المعارض الإعلامية- القدرة التنافسية- السجيا العقلية المنتجة.

## Abstract

Participation in media exhibitions, and focus Students in trying to exert more effort to improve and improve the production can develop the competitive ability that ignites enthusiasm and pushes the mind to persevere and try and bring out what is in its possession, and this reflects on their capabilities and skills and contributes to transforming them into productive minds and they form productive mental attributes that enable them to achieve and advance production, This is what the aim of the current research is to verify by answering the following main question: - What is the relationship of participation in media exhibitions with the competitiveness and mental attributes produced by students ?, The current research relied on the survey method, and the research was applied to a simple random sample of educational media students in the College Specific Education Mansoura University, and reached a strength of (400) singles, and research tools were represented in the survey newspaper A (prepared by the researcher), where the newspaper contained three parts represented in the first part: - dealt with collecting basic and scientific data on students, some of the questions that the answer sought to achieve the goal of the current research, and the second part dealt with measuring competitiveness, and the third part covered measuring The mental attributes produced, and the research reached several results, including that 73.8% of respondents participated in media exhibitions organized by their department, and 26.3% of the sample did not participate in their production in media exhibitions, and there was a strong direct relationship between students participating in media exhibitions and competitive indicators. They have, where the values of ( $t < 0.7$ ) were a function at the significance level of 0.01, and the presence of an intermediate direct relationship between competitiveness and the level of mental attributes they had, where the values of ( $0.3 < t < 0.7$ ) were a function at the significance level 0.01.

**Keywords:** Media exhibitions- The competitiveness- Mental attributes produced



من التوجهات الحديثة الرامية إلى الإعلاء والارتقاء بالتعليم والتعلم التوجه إلى الاهتمام بمعالجة التفكير وتطوير مستوياته العليا وشحن عقل المتعلم واستثارة نشاطه؛ فلم يعد الدور الذي تقوم به المؤسسات التعليمية يقتصر على التدريس ونقل وتلقين المعلومات فحسب؛ وإنما تتغير وتتعدد الأدوار وفقاً للتغيرات الحديثة التي يمر بها المجتمع، التي تفرض أدواراً جديدة لتلك المؤسسات، ومن هنا يجب على الجامعة الخروج عن النطاق التقليدي للعملية التعليمية والتحول إلى توجيه طلابها وحثهم على تطبيق المعرفة والمشاركة في الميادين التطبيقية التي تعمل على إعمال العقل وإنارة الذهن، وذلك بدوره يُشحن الهمم والطاقات ويفتح الطريق أمام التنافس الشريف والرغبة في التقدم والتميز وليس الرغبة في النجاح فقط.

وتُعد المعارض الإعلامية أرضاً خصبة لعرض وإنتاج ثمار الأفكار، كما أنها مجالاً تطبيقياً هاماً من مجالات التعليم الإعلامي الذي سيستمر مع طالب الإعلام طوال مسيرته الدراسية والمهنية، وإن عملية التهيئة التي يقوم بها الطالب للمشاركة بإنتاجه الإعلامي في المعارض الإعلامية تتطلب منه مزيداً من الجهد والإصرار لإعداد إنتاج إعلامي مُتميز ينال تقدير الحضور، وبالتالي فإن مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية لها دور هام في بث روح التنافس الشريف، إضافة إلى دورها في إثارة الذهن وتشغيل الفكر، الذي يؤدي إلى رفع الكفاءة الذهنية، التي تعمل بدورها على تشكيل بعض السجايا العقلية المنتجة التي تُسهم في تجويد وتحسين الإنتاج الإعلامي للطلاب، فالسجايا العقلية المنتجة ليست مجرد امتلاك للمعلومات فقط؛ بل امتلاك للقدرات والمهارات والسلوكيات العقلية والذهنية التي تُمكن الطلاب من التعلم والتعامل مع البيئة التعليمية وبناء أفعال وأفكار إنتاجية تصل بهم إلى الاستمرارية في التعلم.

وتتمية السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب تُعد من الاتجاهات الحديثة المرتبطة بالتعليم والتعلم التي تُسهم في تفجير الطاقات الكامنة لدى المتعلم؛ كما أنها من أهم الأسلحة التعليمية الفكرية التي تصل بين النواحي الوجدانية للتفكير والنواحي المعرفية

والمهارية، واستثارة السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب تحتاج إلى إرادة المتعلم ومهاراته العقلية والتكامل بين المعرفة وتطبيقاتها في البيئة التعليمية وتوظيفها في مواقف عملية تعمل على بناء العقل وتفعيل التفكير، وذلك يتوافر في بيئة المعارض الإعلامية التعليمية التي تُوفّر مزجاً بين المعلومة وتطبيقها، حيث يستغل الطالب المعرفة التي تلقاها ويحاول تطبيقها في شكل إنتاج إعلامي مُتميز ينال الشاء، وذلك يعمل على تنمية القدرة التنافسية والسجايا العقلية المنتجة لديه.

وانطلاقاً من مبدأ بث روح المنافسة الشريفة المنتجة والاهتمام بالقدرات العقلية للطلاب وصقل مهاراتهم ومواهبهم وتهيئتهم للاندماج في سوق العمل، وتجسيدياً لحرص الجامعة على رعاية المُنتجين من الطلاب، اتجه البحث الحالي إلى دراسة أهمية مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية ومدى علاقتها بالقدرة التنافسية والسجايا العقلية المنتجة، وتتسجم وترابط متغيرات البحث الحالي بشكل مُرضٍ؛ حيث أن أجواء المعارض الإعلامية المُشغلة والمتأججة بطموحات الطلاب نحو التميز والانفراد تُوفّر البيئة الحماسية التنافسية التي تُحفز نمو السجايا العقلية المنتجة وتُزهر ثمارها؛ مما يعود بالفائدة على البيئة التعليمية وتجويد الإنتاج الطلابي.

#### الإطار المنهجي للبحث:

#### المشكلة البحثية:

العقل البشري محور لتطوير العملية التعليمية وركيزة اهتمام المعنيين بتطوير التعليم والتعلم، والمعارض الإعلامية كأحد أشكال التعليم الإعلامي هي حقلٌ غنيٌ بصناعة وإنتاج الأفكار الخصبة التي يُترجمها الطالب في صورة إنتاج إعلامي إذاعي أو تلفزيوني أو صحفي أو أنشطة إعلام تربوي، بجانب العديد من الفوائد التي تعود على الطلاب جزاء المشاركة بإنتاجهم في المعارض الإعلامية، كما أن استعداد الطلاب للمشاركة في المعارض الإعلامية يرفع لديهم درجة التأهب الفكري وتشغيل العقل ويُزيد من مستوى الكفاءة الذهنية والمُثابرة اللازمة؛ لإنجاز إنتاج إعلامي مُتميز على قدر من الجودة يرقى للعرض والدخول إلى ساحة التنافس الطلابي التي تتوافر بشدة في أجواء المعارض الطلابية؛ نتيجة حماس ورغبة كل طالب في التميز وأن يكون إنتاجه هو الأجود والأفضل بين إنتاج الآخرين من زملائه، وعليه فإن المشاركة في المعارض الإعلامية، وتركيز الطلاب في مُحاولة بذل المزيد من الجهد لتحسين وتجويد الإنتاج يُمكن أن يُنمي لديهم القدرة التنافسية التي تُشعل الحماس وتدفع العقل إلى المُثابرة والمُحاولة وإخراج ما بجعبته،

وذلك ينعكس على قدراتهم ومهاراتهم ويسهم في تحويلهم إلى عقول مُنتجة ويُشكل لديهم سجايا عقلية مُنتجة تُمكنهم من الإنجاز والإنتاج المُتقدم.

وذلك ما حاول البحث الحالي التحقق منه من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس التالي: ما علاقة المشاركة في المعارض الإعلامية بالقدرة التنافسية المُتمثلة في (المؤشرات التنافسية - أداء الفعل التنافسي)، والسجايا العقلية المُنتجة المُتمثلة في (التنظيم الذاتي - استمرارية التعلم - المُتَابرة - التفكير غير التقليدي - تطبيق المعرفة والخبرات السابقة - الرغبة في التميز والإنتاج - التواصل الفعال - طرح ومواجهة المشكلات) لدى الطلاب؟

أهمية البحث:

يُمكن توضيح بعض نقاط الأهمية في الآتي:

الأهمية النظرية:

- يُواكب البحث الحالي الاتجاهات العالمية الحديثة في المجال التربوي والتعليمي الداعية إلى التركيز على السجايا العقلية المُنتجة والحث على إعمال العقل وتشغيل التفكير.
- قلة الدراسات التي تناولت السجايا العقلية المُنتجة؛ فلم تجد الباحثة في حدود علمها أي دراسة إعلامية تعرضت إلى دراسة السجايا العقلية المُنتجة أو تطبيقها في البيئة الإعلامية.
- بيان أهمية مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية كأحد مجالات التعليم الإعلامي؛ لدورها في رفع كفاءتهم الذهنية والارتقاء بمهاراتهم وتحسين معدلات التفوق ومساندة المُقرر الدراسي.
- أهمية دراسة القدرة التنافسية حيث اكتشافها وتمييزها من أهم اتجاهات التعلم الحديث القائم على المشاركة والمُمارسة والتطبيق.
- ضرورة تفعيل الروح التنافسية لدى الطلاب في ظل مبادئ وقواعد إيجابية هادفة تخدم العملية التعليمية والطلاب في التعليم، وأيضاً في سوق العمل.
- أهمية السجايا العقلية المُنتجة، فهي المُحرك الرئيس لقدرات الطلاب المعرفية؛ إلا أنه يُلاحظ ندرة الاهتمام بها في الموقف التعليمي، وافتقار تناولها في بحوث الإعلام والإعلام التربوي.
- ضرورة استخراج وصقل السجايا العقلية المُنتجة لدى الطلاب، فهي أولى خطوات إعمال العقل وإثارة الفكر الإنتاجي الذي يُمثل عماد البيئة التعليمية الحديثة.

### الأهمية التطبيقية:

- تحديد مدى توافر السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب، وكذلك محاولة ترميتها من خلال الممارسات العملية والإجراءات التطبيقية.
- تحديد المؤشرات التنافسية الإيجابية التي ينبغي توافرها لدى الطلاب وتربيتها بشكل يدعم التفوق والانفراد والتميز.
- تصميم مقاييس السجايا العقلية المنتجة والقدرة التنافسية؛ بما يُمكن إتاحتها للباحثين في دراساتهم المستقبلية.
- قد يُفيد البحث الحالي المعنيين بالتدريس الإعلامي في الإشارة إلى ضرورة إعداد التطبيقات العملية والمحتويات المعرفية للمناهج بشكل يتوافق مع أساسيات العمل الدماغي وإعمال العقل.
- من الممكن أن يفتح البحث الحالي أمام الباحثين في الإعلام آفاقاً جديدة لأبحاث تُحاول ترسيخ مبادئ التعلّم القائم على السجايا العقلية المنتجة وغرس القدرة التنافسية الإيجابية.

### أهداف البحث:

هدفَ البحث الحالي إلى تحقيق الآتي:-

- التعرف على الفاعلية والقيمة الإعلامية والتعليمية للمعارض الإعلامية باعتبارها أحد أشكال التعليم الإعلامي المُستمر مع الطالب طوال المسيرة الدراسية والمهنية.
- رصد مدى توافر السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب كمدخل لتنظيم فرص ومواقف التفكير.
- التعرف على مؤشرات القدرة التنافسية وبناء ثقافة أداء الفعل التنافسي لدى الطلاب.
- بيان مردود مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية على القدرة التنافسية لديهم.
- بيان مردود مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية على السجايا العقلية المنتجة لديهم.
- الكشف عن الرابط بين القدرة التنافسية للطلاب والسجايا العقلية المنتجة لديهم.

### تساؤلات البحث:

ينبثق من التساؤل الرئيس للبحث التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما مدى مُشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية؟
- ما علاقة المعارض الإعلامية بالقدرة التنافسية لدى الطلاب؟
- ما علاقة المعارض الإعلامية بالسجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب؟
- ما علاقة القدرة التنافسية لدى الطلاب بالسجايا العقلية المنتجة لديهم؟
- ما مدى توافر السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب؟

- ما أهم مؤشرات القدرة التنافسية لدى الطلاب؟
  - ما الاستفادة التي تعود على الطلاب جزاء مشاركتهم في المعارض الإعلامية؟
  - ما الصعوبات التي تواجه الطلاب عند المشاركة في المعارض الإعلامية؟
  - ما أهم مقترحات الطلاب حول تطوير المعارض الإعلامية المستقبلية؟
- فروض البحث:**

تحددت الفروض البحثية التي هدف البحث الحالي إلى اختبار مدى صحتها في الآتي:  
**الفرض الأول:**

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والقدرة التنافسية لديهم.

**الفرض الثاني:**

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والسجاي العقلية المنتجة لديهم.

**الفرض الثالث:**

وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين القدرة التنافسية لدى الطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية والسجاي العقلية المنتجة لديهم.

**الفرض الرابع:**

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القدرة التنافسية لدى الطلاب باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم للمشاركة به في المعرض.

**الفرض الخامس:**

وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم للمشاركة به في المعرض.

**منهج ومجتمع البحث:**

اعتمد البحث الحالي على منهج المسح في تحليل ودراسة البحوث والدراسات السابقة وإعداد الإطار المعرفي، وتصميم الأدوات البحثية لدراسة علاقة المشاركة في المعارض الإعلامية بالقدرة التنافسية والسجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب، وقد تم اختيار مجتمع البحث من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

**أدوات البحث:**

تم مراجعة الدراسات والأدبيات التي توفرت للباحثة حول موضوع البحث الحالي، والاستفادة منها، خاصة القريبة منه، وعليه صممت الباحثة أداة البحث متمثلة في:

### صحيفة الاستقصاء (من إعداد الباحثة):

#### أهداف صحيفة الاستقصاء:

أعدت الباحثة صحيفة استقصاء حول مشاركة طلاب الإعلام التربوي في المعارض الإعلامية، وهدفت الصحيفة إلى التعرف على مدى وفائدة مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية داخل القسم العلمي الذي ينتمي إليه أو خارجه.

#### تحديد تعليمات صحيفة الاستقصاء:

روعي الآتي عند وضع الصحيفة:

- أن تكون الأسئلة قصيرة وسهلة الفهم.

- دقة ووضوح صياغة الأسئلة.

- الأسئلة تُساعد الطلاب على معرفة الهدف من الصحيفة.

- أن يقيس كل سؤال هدفًا واحدًا ومحددًا.

- تنوع الأسئلة لتجنب الملل الذي يُؤثر على الإجابة.

- تجنب الأسئلة الملتفة الشائكة التي تُربك الطلاب.

#### محتوى صحيفة الاستقصاء:

احتوت الصحيفة على ثلاثة أجزاء تمثلت في الآتي:

- **الجزء الأول:** تناول جمع البيانات الأساسية والعلمية عن الطلاب، وبعض الأسئلة التي ابتغت الإجابة عليها تحقيقًا لهدف البحث الحالي، ودارت الأسئلة حول مدى مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية، وأهم الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى الطلاب للمشاركة به في المعارض الإعلامية، والفائدة التي تعود على الطلاب جرّاء مشاركتهم في المعارض الإعلامية، وإلقاء الضوء على أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية، وأهم الصعوبات التي واجهتهم عند المشاركة، إضافة إلى التعرف على أهم مقترحات الطلاب لتطوير المعارض الإعلامية المستقبلية.

- **الجزء الثاني:** تناول قياس القدرة التنافسية من خلال سؤال بداخل الصحيفة يحوي مقياس القدرة التنافسية (من إعداد الباحثة)، حيث هدف المقياس إلى قياس مدى امتلاك طلاب الإعلام التربوي القدرة التنافسية ومدى اكتسابهم لبعض المؤشرات والأفعال التنافسية جرّاء مشاركتهم في المعارض الإعلامية.

\* تحديد تعليمات مقياس القدرة التنافسية:

روعي الآتي عند وضع المقياس:

- أن تكون العبارات قصيرة وسهلة الفهم.

- دقة ووضوح صياغة العبارات.
- العبارات تُساعد الطلاب على معرفة الهدف من المقياس.
- أن تحمل كل عبارة معنى واحداً، ولا تحمل أكثر من معنى.
- تجنب العبارات الشائكة التي تُربك الطالب وتُبعده عن الهدف الأساسي للمقياس.
- \* محتوى مقياس القدرة التنافسية:

أعدت الباحثة سؤالاً في صحيفة الاستقصاء كمقياس احتوى على بعض العبارات المتعلقة بتحقيق القدرة التنافسية من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية، وتكون المقياس من (28) عبارة لقياس القدرة التنافسية لطلاب الإعلام التربوي، وتمت الاستجابة عليها بالاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي (موافق- موافق إلى حد ما- غير موافق)، وتراوحت قيمة درجات كل عبارة من (1 : 3)، ووُضع المقياس على محورين: المحور الأول: المؤشرات التنافسية (تكون من 14 عبارة). المحور الثاني: أداء الفعل التنافسي (تكون من 14 عبارة).

- الجزء الثالث:- تناول قياس السجايا العقلية المنتجة من خلال سؤال بالصحيفة يحوي مقياس السجايا العقلية المنتجة (من إعداد الباحثة)، حيث بعد مراجعة الدراسات السابقة والأدبيات الفكرية التي اهتمت بالسجايا العقلية المنتجة تبين أنه لقياس السجايا العقلية المنتجة يُمكن استخدام العديد من الأساليب والأدوات منها مقياس خاص بالسجايا العقلية المنتجة، أو استخدام بطاقة الملاحظة للقيام بالقياس المباشر من قبل المعلم، أو استخدام اختبارات المواقف المرتبطة بمواقف حياتية أو تعليمية؛ ولتحقيق أهداف البحث الحالي أعدت الباحثة مقياس السجايا العقلية المنتجة كسؤال في صحيفة الاستقصاء، حيث هدف إلى قياس مدى اكتساب طلاب الإعلام التربوي لبعض السجايا العقلية المنتجة من خلال استعدادهم وإنجازهم ومُشاركتهم في المعارض الإعلامية.

\* تحديد تعليمات مقياس السجايا العقلية المنتجة:

- روعي الآتي عند وضع المقياس:-
- أن تكون العبارات قصيرة وسهلة الفهم.
- دقة ووضوح صياغة العبارات.
- العبارات تُساعد الطلاب على معرفة الهدف من المقياس.
- أن تحمل كل عبارة معنى واحداً، ولا تحمل أكثر من معنى.
- تجنب العبارات الشائكة التي تُربك الطالب وتُبعده عن الهدف الأساسي للمقياس.
- \* محتوى مقياس السجايا العقلية المنتجة:

أعدت الباحثة المقياس حيث احتوى على بعض العبارات المتعلقة بتسمية السجايا العقلية المنتجة من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية، وتضمن المقياس بعض السجايا العقلية

المنتجة التي تُناسب موضوع البحث وطبيعة العينة، وتكون المقياس من (51) عبارة، وتمت الاستجابة عليها بالاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي (موافق- موافق إلى حد ما- غير موافق)، وتراوحت قيمة درجات كل عبارة من (1 : 3)، ووزعت العبارات على ثمانية أبعاد تمثلت في المحاور الآتية:

- المحور الأول: التنظيم الذاتي (تكون من 6 عبارات).
  - المحور الثاني: استمرارية التعلم (تكون من 7 عبارات).
  - المحور الثالث: المثابرة (تكون من 7 عبارات).
  - المحور الرابع: التفكير غير التقليدي (تكون من 6 عبارات).
  - المحور الخامس: تطبيق المعرفة والخبرات السابقة (تكون من 6 عبارات).
  - المحور السادس: الرغبة في التميز والإنتاج (تكون من 6 عبارات).
  - المحور السابع: التواصل الفعال (تكون من 6 عبارات).
  - المحور الثامن: طرح ومواجهة المشكلات (تكون من 7 عبارات).
- عينة البحث:

تم تطبيق البحث على عينة عشوائية بسيطة من طلاب الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة، وبلغ قوام العينة (400) مفردة من الطلاب، ويُوضح الجدول رقم (1) خصائص عينة البحث:

جدول (1)

## وصف عينة البحث

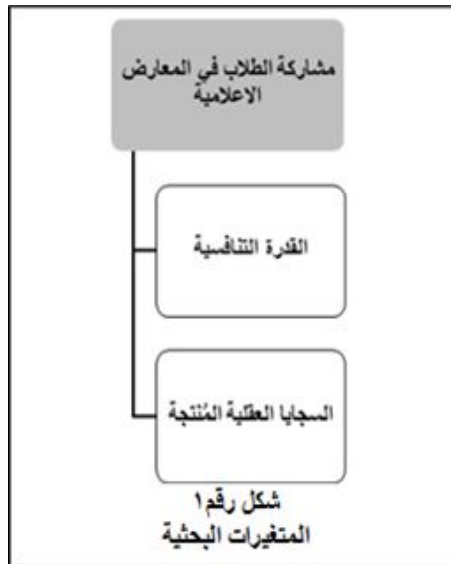
إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
30%	120	ذكور	النوع
70%	280	إناث	
100	400	جملة	
50.8%	203	ريف	محل الإقامة
49.2%	197	حضر	
100	400	جملة	
19.7%	79	الأولى	الفرقة الدراسية
25.3%	101	الثانية	
27%	108	الثالثة	
28%	112	الرابعة	
100	400	جملة	



يُوضح الجدول السابق أن حجم عينة البحث العشوائية (400) مفردة، وبعد التطبيق وفرز الاستمارات تبين أن 30% من العينة من الذكور مقابل 70% من الإناث\*، و50.8% من الريف مقابل 49.2% من الحضر، وبالنسبة للفرق الدراسية فإن 19.7%\*\* من العينة طلاب بالفرقة الأولى، و25.3% بالفرقة الثانية، و27% بالفرقة الثالثة، و28% بالفرقة الرابعة.

#### حدود البحث:

حدود البحث الموضوعية: تمثلت في المعارض الإعلامية وعلاقتها بالقدرة التنافسية التي تحددت في (المؤشرات التنافسية وأداء الفعل التنافسي)، وبالسجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب التي تحددت في (التنظيم الذاتي - استمرارية التعلم - المثابرة - التفكير غير التقليدي - تطبيق المعرفة والخبرات السابقة - الرغبة في التميز والإنتاج - التواصل الفعال - طرح ومواجهة المشكلات)، ويمكن توضيح المتغيرات البحثية والترابط بينهم في الشكل رقم (1).



\* يُلاحظ ارتفاع نسبة الإناث من النسبة الكلية للعينة، وذلك لأن عدد الإناث بالنسبة لطلاب الكلية عامة أعلى من عدد الذكور.

\*\* يُلاحظ انخفاض نسبة طلاب الفرقة الأولى مقارنة بباقي طلاب الفرق الدراسية الأخرى، وذلك بسبب عزوف العديد من طلاب الفرقة الأولى عن ملء صحيفة الاستقصاء، كما أن بعضهم قام بتسليمها دون إجابة؛ مما اضطر الباحثة إلى استبعادها وإعادة توزيعها مرة أخرى، وقد يرجع ذلك إلى حداثةهم في الحياة الجامعية وعدم اعتيادهم على ملء صحف استقصاء من قبل.

حدود البحث الزمنية: تمثلت في المدة الزمنية لتطبيق الأدوات البحثية، وكانت في الفترة من 5/6 إلى 2019/5/19م، ووقع اختيار الباحثة على تلك الفترة الزمنية تحديداً لأنها قرابة انتهاء العام الدراسي وتلي الانتهاء من فعاليات المعارض الإعلامية الطلابية سواء كانت سنوية خاصة بقسم الإعلام التربوي أو بأقسام الإعلام بالكلية الأخرى، أو خاصة بالمقررات الدراسية، أو خاصة بالتدريب الميداني.

حدود البحث البشرية: تمثلت في عينة من طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

حدود البحث المكانية: بالنسبة للحدود المكانية، فقد تم تطبيق البحث في كلية التربية النوعية جامعة المنصورة.

مفاهيم البحث:

#### المعارض الإعلامية Media exhibitions :

المعرض هو تجمع لإنتاج معين، داخل سقف وحدود صالة عرض مُحددة يتم اختيارها من قبل المُتخصصين ويكون لها ضوابط وقواعد ثابتة، ويُحدد له فتره زمنية مُعينة<sup>1</sup>.

وتُوضح الباحثة مفهوم المعارض الإعلامية في البحث الحالي بأنها مكان مُناسب يضم الإنتاج الإعلامي المُتميز للطلاب (الإنتاج الإذاعي، والإنتاج التلفزيوني، والإنتاج الصحفي، وإنتاج الإعلام التربوي)، ويدور الإنتاج حول أفكار هادفة داخل الجامعة وخارجها يتم عرضه بطريقة جذابة مُشوقة، ويُشارك بالحضور جمهور مُختلف الفئات من المؤسسات التعليمية والإعلامية والهيئات المتعلقة بسوق العمل؛ مما يجعله ميداناً للتنافس الشريف بين الطلاب وقوة دافعة وتحفيزية للتميز وإعمال العقل والسعي نحو الأفضل، والمعارض الإعلامية محل البحث الحالي هي المعارض الإعلامية الطلابية التي قد تكون سنوية في نهاية العام الدراسي، أو فصلية في نهاية الفصل الدراسي، أو خاصة بالإنتاج الإعلامي لأي مقرر من المقررات التعليمية.

#### القدرة التنافسية competitiveness :

القدرة التنافسية هي القدرة على استخدام الإمكانيات من معارف ومهارات، والسعي نحو الابتكار والتجديد والتميز للوصول إلى النتائج المرجوة وتحقيق التقدم<sup>2</sup>.

كما أنها قدرة الفرد على رسم الصورة التي يرغب أن يكون عليها في المستقبل، وتحديد الأهداف التي تُساهم في تحقيق تلك الصورة، والوسائل المنوطة بتحقيق هذه الأهداف<sup>3</sup>.

وتُوضح الباحثة مفهوم القدرة التنافسية بأنها قدرة الطلاب على الإنتاجية وأداء الفعل التنافسي، والتمكن من الصمود، ووضع الخطط، ومُحاولة تطوير الذات وتحسين الأداء، والعمل المُستمر لتجويد المخرجات وتقديم إنتاج عالي الجودة؛ الأمر الذي يُكسبهم قدرات ومزايا تنافسية للحصول على موقع متميز، وتُقاس القدرة التنافسية في البحث الحالي بأنها الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب على مقياس القدرة التنافسية.

### السجايا العقلية المُنتجة mental attributes produced :

السجايا العقلية المُنتجة هي عادات وطرائق تفكير الطلاب حول كيفية التعلم<sup>4</sup>، والقدرات والمهارات التي تُمكنهم من بناء السلوكيات العقلية وتوظيفها أثناء التعلم<sup>5</sup>، فالسجايا العقلية ليست مجرد امتلاك المعلومات بحسب؛ بل هي معرفة كيفية العمل عليها ويُطلق عليها البعض العادات العقلية<sup>6</sup>.

كما أنها جوانب التفكير التي تُمكن الأفراد من السيطرة على أنماط السلوكيات الفكرية الذكية التي تقودهم إلى أفعال إنتاجية والتفاعل مع البيئة التعليمية التعلُّمية والحياة العملية بنجاح<sup>7</sup>.

وأيضًا إنها الأنماط الذهنية التي ينبغي استخدامها عند إنتاج المعرفة أو مواجهة مشكلة ما<sup>8</sup>، وتنفيذ هذه العمليات الذهنية بصورة فعّالة وقدرة الفرد على تقييم فاعليتها<sup>9</sup>.

وتُوضح الباحثة مفهوم السجايا العقلية المُنتجة بأنها قدرة الطالب الذهنية على إنتاج الأفكار وتنظيمها لتتحول إلى سلوك يستفيد منه، وهي العمليات والسلوكيات والممارسات المعرفية والعقلية التي يستخدمها الطالب في المواقف التعليمية وتدفعه لمعالجة الخبرات وجني المعلومات وحل المشكلات التعليمية التي تواجهه للوصول إلى إنتاج مُتقدم ونتيجة مُرضية، وتُقاس في البحث الحالي بأنها الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب على مقياس السجايا العقلية المُنتجة، وتحددت السجايا العقلية المُنتجة المناسبة لموضوع البحث الحالي في (التنظيم الذاتي -استمرارية التعلم - المُثابرة - التفكير غير التقليدي - تطبيق المعرفة والخبرات السابقة - الرغبة في التميز والإنتاج - التواصل الفعال - طرح ومواجهة المشكلات).

### الدراسات السابقة:

بعد اطلاع الباحثة على الإطار المعرفي المُتعلق بموضوع البحث الحالي والأدبيات البحثية الخاصة بالمتغيرات؛ استطاعت تحديد محاور الدراسات السابقة في العرض الموجز التالي:

## المحور الأول: الدراسات المتعلقة بالمعارض الإعلامية:

- دراسة (Al Khedair, Sarah, 2019)<sup>10</sup> عن المعرض الإعلامي والتأثير الاجتماعي على الجمهور، حيث هدفت الدراسة إلى بحث تصور مقترح حول تصميم وإنشاء معرض إعلامي يحوي نماذج وإنتاج ومجسمات إعلامية تدور حول مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها الاجتماعي على حياة الجمهور، واقترحت الدراسة إقامة المعرض في واشنطن العاصمة، واعتمدت الدراسة على استقطاب الزوار في رحلة تجريبية عبر ثلاث بيئات تعليمية نشطة مختلفة، حيث يميل الأفراد إلى التعلم في مواقف أكثر عملية، وانتهت النتائج إلى فاعلية تجربة الحواس المتعددة في رفع مستوى مشاركة الجمهور واستمتاعهم بزيارة المعرض واستفادتهم من المعلومات والرحلات العلمية المقدمة خلاله.
- دراسة (Sa Xiaoa Yulong, Biana Chenglei Yang, 2018)<sup>11</sup> عن المعارض الإعلامية باستخدام العرض متعدد المحطات، حيث اتجهت تلك الدراسة إلى تبني فكرة المعرض الإعلامي الافتراضي ومحاولة تدعيم العرض وتحسينه من خلال الاعتماد على مزايا الوسائط المتعددة لتجنب عيوب الطرق الرتيبة والأساليب غير المثمرة في العرض، وبيّنت النتائج أن المعارض الرقمية ومتعددة المنصات لاقت جذبًا أكبر من قبل الزوار، كما انتهت النتائج إلى تقديم نموذج لعرض مثالي حيث يتكون النظام من ثلاث وحدات: الوحدة متعددة العرض، ووحدة التفاعل، ووحدة إدارة البيانات، وثلاث وحدات فرعية نموذجية، علاوة على ذلك، يمكن تمديد النظام بسهولة إلى شاشتي AR وVR النموذجية.
- دراسة (Huh, C.-L, 2018)<sup>12</sup> عن التسويق للمعارض الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث هدفت الدراسة إلى تناول كيفية التسويق للمعارض الإعلامية عبر المواقع الإلكترونية، والتعرف على آراء ووجهات نظر زوار المعارض حول الإنتاج المعروض، ومعرفة تعليقاتهم ومقترحاتهم حوله، وتوصلت النتائج إلى التأثير الإيجابي للعلامة التجارية على آراء الجمهور، كما قدمت النتائج تصورات مقترحة حول خطط للتسويق الإلكتروني للمعرض الإعلامي وعرض أهم الأهداف التي سيحققها القائمون على المعرض جزًا تطبيق الأفكار والاتجاهات الحديثة.
- دراسة (Wu, L., Li, X, 2017)<sup>13</sup> عن تصميم المعارض الإعلامية في ظل تطور الفن الإعلامي، حيث هدفت الدراسة إلى تناول المعارض الإعلامية من زاوية التصميم ومعرفة تأثير تصميم المعرض على حركة الجمهور الزائر للمعرض ومدى

تفاعله واندماجه داخل أركان المعرض، ورصد ملامح تطور الفن الإعلامي، وانتهت النتائج إلى وجود علاقة بين جودة تصميم المعرض وتطور استراتيجيات الفن الإعلامي، وأن الفن الإعلامي الرقمي حظي بحضور وإقبال واسع لدى الجمهور، كما توصلت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل زائري المعرض ذي التصميم الفني عالي المستوى وزائري المعارض التقليدية البعيدة عن تفعيل وتوظيف الفن الإعلامي.

- دراسة (Tonella, D, 2017)<sup>14</sup> عن فاعلية الوسائط السمعية البصرية في المعارض الإعلامية، حيث هدفت الدراسة إلى تناول كيفية توظيف وتفعيل المواد السمعية البصرية في المعارض الإعلامية، والتعرف على كيفية تحويلها إلى عامل مُشارك مُساعد في تنسيق وعرض الإنتاج، وانتهت النتائج إلى بيان دور استخدام الوسائط السمعية البصرية في المعارض الإعلامية، كما توصلت النتائج إلى انخفاض نسبة المُشاركة بسبب غياب الوعي بأهمية الوسائط السمعية البصرية، خاصة في مجال المعارض الإعلامية أو المعارض في مجالات المعرفة الأخرى، وأن 25% من القائمين على المعارض هم من اتجهوا إلى استخدام الوسائط السمعية البصرية.
- دراسة (Myzelev, A, 2016)<sup>15</sup> عن الحرفية والأصالة في معارض الإعلام والوسائط، حيث هدفت الدراسة إلى مناقشة فكرة الأصالة في العمل وتأثيرها على جودة الإنتاج ونجاح المعرض، واهتمت الدراسة بالتطبيق على الوسائط الرقمية، واتجهت إلى تناول دور المعارض الإعلامية في مجال الحرف اليدوية وتوظيف معارض الإعلام الرقمي في خدمة المجالات المتعددة دون الاقتصار على الإعلام فقط، وانتهت النتائج إلى فاعلية الحفاظ على الأصالة في تكوين الرأي العام الإيجابي تجاه الإنتاج المعروض، كما توصلت إلى بيان أهمية المعارض الرقمية ووصولها إلى الهدف مباشرة باستخدام التقنيات المتعددة بعكس نظام المعارض التقليدية.
- دراسة (Dunstan, Jack, 2015)<sup>16</sup> عن القضايا المعاصرة في المعارض الإعلامية، حيث هدف البحث إلى دراسة فاعلية استراتيجيات وسائل الإعلام في الاهتمام بالقضايا المعاصرة وإدماج تلك القضايا في دائرة اهتمام المعارض الإعلامية، علاوة على دراسة تأثير منح الزوار فرصة مفيدة للمساهمة في مناقشة الأعمال المعروضة على مدى نجاح العمل، وبيان أهمية تحقيق المُشاركة الجماهيرية في إبداء قيمة الإنتاج المعروض، وانتهت النتائج إلى أن الأعمال التي تدور حول القضايا المعاصرة

المجتمعية تلقى إقبالاً جماهيرياً واسعاً وتحظى بقبول ورضا زوار المعارض والمتاحف الإعلامية.

- دراسة (Pei-YuLin, Wei-FanHsieh, 2015)<sup>17</sup> عن المعرض الإعلامي عبر الأجهزة المحمولة، حيث هدف البحث إلى تناول منهجية جديدة في عرض المنتج الإعلامي باستخدام تطبيقات الهواتف المحمولة، واعتمد البحث على ترويج النشاط الإعلامي الحرّيف والمجسمات الهادفة البناءة عبر صور وعلامات مائية، وتوصلت النتائج إلى ابتكار أساليب وآليات جديدة تخدم العمل الإعلامي وتُحافظ على دقة المحتوى وإمكانية فهمه واستيعابه، وتُساعد في توظيفه لخدمة الجمهور المستهدف.

#### المحور الثاني: الدراسات المتعلقة بالقدرة التنافسية:

- دراسة (Rybkin, Alexey D.; Grebennikova, Veronika M, 2019)<sup>18</sup> عن دور الإبداع في تنمية القدرة التنافسية لدى المعلمين، حيث هدفت الدراسة إلى بحث تأثير القدرة الإبداعية على مستوى التنافسية لدى المعلم وتأثير التنافسية بدورها على تنمية الصفات الإبداعية، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (102) مُعلمين، وتمثلت أدوات الدراسة في مقياسي للقدرة التنافسية والصفات الإبداعية، وبيّنت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى القدرة التنافسية للمعلمين ومستوى القدرة الإبداعية لديهم، كما أوضحت النتائج أن القدرة التنافسية هي المؤثر الأول على الصفات الشخصية للمُتعلم حيث تخلق لديه الدافع للتطور وتحسين صفاته العقلية حتى يصل إلى الإبداع.

- دراسة (Moke, Kingston, K.F.; Chang, Calvin, K.W, 2018)<sup>19</sup> عن علاقة القدرة التنافسية بالكفاءة الذاتية لدى طلاب الجامعة، حيث هدفت الدراسة إلى بحث تأثير التنافس بين الطلاب على الكفاءة والمهارة في التعليم والتعلم وتلقي المعلومات ومستوى التحصيل الدراسي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (136) من طلاب الجامعة في ماليزيا، واعتمدت الدراسة على تطبيق مقياس تطوير القدرة التنافسية ومقياس الكفاءة الذاتية، واتجهت النتائج إلى إظهار قوة العلاقة بين القدرة التنافسية والكفاءة في التحصيل والتلقي، كما بيّنت وجود فروق بين طلاب العينة في معدل الكفاءة الذاتية وفقاً للفروق في مستوى القدرة التنافسية بينهم.

- دراسة (Ivan Cantador, Jose M. Conde, 2018)<sup>20</sup> عن تأثير القدرة التنافسية على التعليم، حيث هدفت الدراسة إلى تناول الأثر الذي تُحدثه القدرة

التنافسية على الطلاب، واتجهت الدراسة إلى التطبيق في مجال التعلم الإلكتروني كدراسة حالة، واهتمت الدراسة ببحث الآثار السلبية والإيجابية الناتجة عن إجبار الطلاب على التنافس أثناء عملية التعلم الخاصة بهم، ودور المنافسة في تحفيز الطلاب وتحسين أدائهم الأكاديمي، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها (77) طالب، حيث توصلت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاون الطلابي وتحقيق المنافسة بينهم، كما أثبتت النتائج أن الأكثر فائدة للعملية التعليمية التركيز على أهداف التعلم وتوجيه التنافس لخدمة تلك الأهداف.

- دراسة ( Berkova, Katerina; Boruvkova, Jana; Lizalova, Lenka, ) (2018)<sup>21</sup> عن الدافعية للتعلم كأداة للقدرة التنافسية، حيث هدف البحث إلى رصد العلاقة بين الدافعية للتعلم لدى الطلاب وتنمية القدرة التنافسية لديهم، واستكشاف العوامل التي تؤثر على دافعية الطلاب، وتمثلت أدوات الدراسة في مقياسي القدرة التنافسية والدافعية للتعلم، وتم التطبيق على عينة من طلاب الجامعة قوامها (211) طالب، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود اختلافات بين الطلاب في الدافعية للتعلم وفقاً للفروق الفردية لديهم، ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التنافسي للطلاب ومستوى الدافعية للتعلم.
- دراسة (ضياء الدين زاهر وفايزة رضا ندا، 2018م)<sup>22</sup> عن دور القيادات الأكاديمية الجامعية في الارتقاء بالقدرة التنافسية للجامعات، حيث هدف البحث إلى رصد ملامح الدور المنوط بالمسؤولين عن العمل الجامعي في تحقيق القدرة التنافسية داخل الجامعة وتطبيقها على كل المستويات المادية والبشرية، واعتمدت الدراسة على التحليل الكيفي والكمي لمؤشرات وآليات القدرة التنافسية في عدد من الجامعات المصرية الخاصة، وقدمت النتائج رؤية نقدية حول دور القيادة في تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسة الجامعية.
- دراسة (شيرين محمد وسيم، 2017م)<sup>23</sup> عن تعزيز القدرة التنافسية لكليات التربية، حيث هدفت الدراسة إلى وضع تصور لتطوير القدرة التنافسية لكليات التربية في ضوء مدخل إدارة رأس المال الفكري، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي وتطبيق صحيفة الاستقصاء على عينة من أعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم قوامها (187) مفردة، وتوصلت النتائج إلى أن درجة توافر مقومات رأس المال الفكري بكليات التربية كانت بدرجة متوسطة وبوزن نسبي 2.14، أما المعوقات جاءت بوزن نسبي 2.32.

- دراسة (Darja kobal grum, 2016)<sup>24</sup> عن القدرة التنافسية والتحفيز التعليمي لدى طلاب الجامعة، حيث هدف البحث إلى استكشاف العلاقة بين الدافعية والتحفيز التعليمي والتنافس بين الطلاب، وتمثلت الأدوات البحثية في اختبار مواقف سلوكية، ومقياس رضا عن احتياجات الطلاب العامة، واستبيان حول القدرة التنافسية، وتم التطبيق على عينة قوامها (406) من طلاب الجامعة، وأظهرت النتائج وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين الدافعية للتعلم والقدرة التنافسية، كما بينت النتائج أن اختلاف التنافسية لدى الطلاب يرجع إلى التخصص ونوعية المجال الدراسي الخاص بكل طالب.
- دراسة ( Neelaveni, C. Manimaran, 2015 )<sup>25</sup> عن فاعلية المؤسسات التعليمية وقدرتها التنافسية، حيث هدفت الدراسة إلى وضع تصور حول تفعيل دور المؤسسة التعليمية في خدمة قدرات ومهارات الطلاب التنافسية، وأهمية دعم المؤسسة بكل الإمكانيات التي تُوفّر للطلاب العمل الفعّال، واتجهت الدراسة إلى التطبيق على الجامعات الهندية كنموذج للمؤسسات التعليمية، وانتهت النتائج إلى بيان وجود العلاقة بين تفعيل القدرة التنافسية وتحقيق الجودة التعليمية للمؤسسة وللناتج الطلابي.

#### المحور الثالث: الدراسات المتعلقة بالسجاي العقلية المنتجة:

- دراسة (Calik, Muammer; Karatas, Faik Ozgur, 2019)<sup>26</sup> عن دور العلوم والتغيرات التكنولوجية والاجتماعية في تحسين السجاي العقلية، حيث هدفت الدراسة إلى بحث دور العلوم والتكنولوجيا في تكوين الاتجاهات نحو المواقف الاجتماعية وتطوير العادات والسجاي العقلية للطلاب، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي حيث أجريت على عينة قوامها (135) من الطلاب المعلمين، وتمثلت أدوات الدراسة في مقياس السجاي العقلية ومقياس القضايا الاجتماعية، وتوصلت النتائج إلى وجود قصور لدى أفراد العينة في العادات والسجاي العقلية لكنه تحسن بعد البرنامج التجريبي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مستوى السجاي العقلية والاتجاهات نحو المواقف الاجتماعية قبل وبعد البرنامج التجريبي.
- دراسة (Alhamlan, Suad, etal, 2018)<sup>27</sup> عن استخدام السجاي العقلية المنتجة لتطوير التفكير الطلابي، حيث هدفت الدراسة إلى محاولة توظيف السجاي أو العادات العقلية في الصف الدراسي بهدف تطوير تفكير الطلاب، واستكشاف



مدى مساهمة السجاي العقلية في تطوير التفكير الناقد لدى الطلاب، واعتمدت الدراسة على تطبيق أداة الاستبيان على عينة قوامها (140) من الطلاب، واتجهت النتائج إلى إثبات فاعلية توظيف السجاي العقلية داخل الصف الدراسي وأهمية تميمتها على تطوير التفكير النقدي للطلاب بشكل هادف وإيجابي.

- دراسة (Zeynep Bahar Ersen Iii, Rıdvan Ezentas, 2018)<sup>28</sup> عن تقييم بيئة التدريس لتحسين السجاي العقلية لطلاب الهندسة، حيث هدف البحث إلى تحليل البيئة التدريسية والتعرف على مدى تأثيرها على معدل السجاي العقلية للطلاب، واعتمد البحث على المنهج شبه التجريبي، وتكونت عينة الدراسة من (62) طالب من الدارسين في مجال الهندسة بواقع (31) لطلاب العينة التجريبية و(31) لطلاب العينة الضابطة، وتمثلت أدوات الدراسة في اختبار للعادات العقلية، وأظهرت النتائج فاعلية بيئة التدريس في تحسين السجاي العقلية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب المجموعة الضابطة والتجريبية في تحسين السجاي العقلية لصالح المجموعة التجريبية.

- دراسة (صلاح محمد محمود، 2018)<sup>29</sup> عن علاقة عادات العقل المنتجة بفاعلية الذات لدى المرشد النفسي المدرسي، حيث هدف البحث إلى استكشاف مدى تأثير العادات أو السجاي العقلية المنتجة على إثبات الذات وتميزها بالثقة والعزم على الاستمرارية في العمل، وتكونت عينة الدراسة من (152) مفردة من المرشدين النفسيين، وتكونت الأدوات من مقياس عادات العقل المنتجة للمرشد النفسي، ومقياس فاعلية الذات الإرشادية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وأسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين عادات العقل المنتجة وفاعلية الذات لدى عينة الدراسة، كما أوضحت النتائج أيضًا أنه يُمكن التنبؤ بفاعلية الذات لدى الفرد من خلال معدل عاداته العقلية المنتجة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة في مستوى العادات العقلية وفقًا لمتغير الخبرة.

- دراسة (A. Aubteen Darabi and David W. Nelson, 2017)<sup>30</sup> عن بناء السجاي العقلية والمهارات الأكاديمية لطلاب الدراسات العليا، حيث هدفت الدراسة إلى بحث سبل تطوير وتحسين المهارات الأكاديمية التعليمية للطلاب واستكشاف أثر ذلك على تنمية السجاي العقلية لديهم، ورصد الظروف التعليمية التي تؤهل المتعلم إلى التفكير السليم، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي لعينة من الطلاب قوامها (40) طالبًا، وانتهت النتائج إلى أن التعلم التعاوني والمشاركات الطلابية تُعد

من أهم الظروف التعليمية التي تعمل على تهيئة عقل الطالب للإبداع والتفكير وخلق سجاي التفكير لديه.

- دراسة (Zihnin Cebirsel, Deniz Eroglu, 2017)<sup>31</sup> عن ممارسة السجاي العقلية في الفصول الدراسية، حيث اهتمت الدراسة ببحث السجاي أو العادات العقلية المنتجة وكيفية تدريب الطلاب على ممارستها داخل الفصل الدراسي وتحويل طرق التفكير الخاصة بهم من التفكير الروتيني إلى التفكير العقلاني المتطور، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي لمجموعتين تجريبيتين، وتمثلت الأدوات البحثية في اختبار مواقف داخل الصف الدراسي ومقياس للسجاي العقلية، وانتهت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين التجريبتين في معدل تطوير السجاي العقلية لصالح المجموعة التجريبية التي تم تدريبها على ممارسة السجاي واستخدام التفكير العقلاني داخل الصف الدراسي.
- دراسة (Jamal Abd Al-Fattah Al-Assaf, 2017)<sup>32</sup> عن علاقة السجاي العقلية بالسلوك الإيجابي لدى مُعلمي الدراسات الاجتماعية، حيث هدف البحث إلى دراسة مدى تأثير السجاي العقلية على سلوك المعلمين داخل البيئة التعليمية وتأثير ذلك على الطلاب، وتكونت عينة الدراسة من (60) مُعلمًا من معلمي الدراسات الاجتماعية، وتمثلت الأدوات البحثية في مقياس العادات العقلية ومقياس السلوك الإيجابي (السلوك الشخصي الإيجابي، والسلوك الأكاديمي الإيجابي)، وأشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المعلمين في مستوى السجاي العقلية تعزى لمتغيرات الخبرة والنوع ومستوى التحكم في الاندفاع والتفكير بمرونة والإبداع والإدراك والابتكار، وكذلك كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في عادات تدريس العقل ومقياس السلوك الإيجابي وفقًا لمتغيري الخبرة والنوع.
- دراسة (طارق نور الدين عبدالرحيم، 2018)<sup>33</sup> عن عادات العقل والدافعية العقلية والتخصص الدراسي والجنس كمتغيرات تنبؤية لكفاءة التعلم الإيجابية لدى الطلاب، حيث هدفت الدراسة إلى تناول تأثير العادات والدافعية العقلية على كفاءة التعلم الإيجابية، وطُبقت الدراسة على عينه قوامها (260) مفردة من طلاب التخصصات الأدبية والعلمية، وتمثلت الأدوات في مقياس الدافعية العقلية وكفاءة التعلم والعادات العقلية، وأسفرت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة مرتفعي ومنخفضي العادات العقلية في مستوى الدافعية العقلية، كما أثبتت النتائج عدم وجود تأثير للتخصص الدراسي على كفاءة التعلم الإيجابية.

- دراسة (Calik, Turans coll, 2015)<sup>34</sup> عن السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب المعلمين، حيث هدفت الدراسة إلى التحقق من أهمية السجاي العقلية لدى طلاب المراحل التعليمية المختلفة، واتجهت الدراسة إلى تناول عدة بحوث ودراسات علمية اتجهت إلى دراسة السجاي العقلية والعمل على تحليلها ومقارنة الآراء الواردة فيها، وانتهت النتائج إلى أهمية دور برامج المعلم في مساعدة الطلاب على اكتساب السجاي العقلية، كما توصلت النتائج إلى أن الطلاب المعلمين مستوى تفكيرهم أفضل من طلاب المراحل الإلزامية وأن اكتسابهم للسجاي العقلية يُمكن أن يُؤهلهم إلى المشاركة في صنع القرار.

التعليق على الدراسات السابقة وبيان أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، وجوانب الاستفادة منها:

يُمكن إثارة مجموعة من النقاط حول الدراسات السابقة التي تيسرت للباحثة وتم عرضها في البحث الحالي، وتلك تُعد مُجرد مُحاورَة فكرية لمُشاركة الباحثين والدارسين لا أكثر، بجانب مُحاولَة فتح آفاق علمية جديدة لبحوث علمية مُستقبلية قد تُثري المكتبة البحثية، وتُوضح الباحثة تلك النقاط في الآتي، مع بيان أوجه الاختلاف بينها وبين البحث الحالي:

من حيث المشكلة البحثية:

- بالنسبة للدراسات الأجنبية التي صوبت مُشكلتها البحثية إلى دراسة المعارض الإعلامية، فقد حاولت تبني رؤية جديدة ومنظور حديث من خلال الاستفادة من مزايا الإعلام الرقمي وتوظيفه في خدمة مجال المعارض الإعلامية، وذلك اتجاه تطوري وإنجاز يُحسب لتلك الدراسات، حيث أنه يُعد مُساهمة داعية إلى تحويل اتجاه الدراسات والبحوث العلمية الإعلامية من الاتجاه التقليدي إلى الاتجاه الحديث المعاصر.

- انفردت بعض الدراسات الأجنبية التي تناولت المعارض الإعلامية بحدثة المُشكلة والموضوع البحثي، حيث اتجهت إلى بحث سُبل تجديد الشكل التقليدي للمعرض من الإقتصار على عرض الإنتاج الورقي فقط إلى توظيف الوسائط السمعية البصرية والمنصات المتعددة.

- لُوْحظ أن المُشكلة البحثية التي تناولتها الدراسات السابقة العربية والأجنبية المُهمّة بالسجاي العقلية التي تم عرضها في البحث الحالي تعلقت بتضمين السجاي العقلية في المناهج الدراسية، وذلك ما اختلف فيه البحث الحالي في أن جزءًا من مُشكلته البحثية تعلقت بتضمين السجاي العقلية المنتجة في البيئة الإعلامية.

- تتوعت الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت القدرة التنافسية من حيث المشكلة البحثية، حيث ركّز بعضها على دراسة الإبداع ومدى تأثيره على القدرة التنافسية، واتجه البعض الآخر إلى دراسة الكفاءة الذاتية وتأثيرها على القدرة التنافسية، وكان الاتجاه السائد لدى أغلب الدراسات السابقة دراسة القدرة التنافسية من حيث تأثرها وتأثيرها على العملية التعليمية.

- لاحظت الباحثة من خلال العرض السابق للدراسات والبحوث السابقة أن الدراسات العربية في مجال الإعلام والإعلام التربوي في حدود علمها لم تهتم إلا قليلاً بدراسة شكل هام من أشكال التعليم الإعلامي المتمثل في المعارض الإعلامية، وذلك قد يؤثر على باحثي المستقبل ولا يُثير انتباههم إلى تناول ذلك المجال؛ لذا لا بد من الدعوة إلى تركيز الاهتمام على تلك الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام البحثي الكافي، وذلك ما حاول البحث الحالي الإشارة إليه.

- كما لوحظ افتقاد تناول السجيا العقلية المنتجة في الدراسات الإعلامية، فلم تجد الباحثة في حدود علمها أي من الدراسات الإعلامية التي تطرقت إلى دراستها، وذلك ما تميز به البحث الحالي الذي استهدف دراسة تنمية السجيا العقلية المنتجة لدى طلاب الجامعة وتحديدًا في الإعلام التربوي.

#### من حيث الأهداف:

- لوحظ أن غالبية الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت القدرة التنافسية هدفت إلى معالجة آليات القدرة التنافسية في الجامعات والمؤسسات التعليمية، وذلك اختلف عن البحث الحالي الذي تناول القدرة التنافسية من حيث كيفية تنميتها وخلقها لدى الطلاب.

- اختلف الاتجاه الذي سلكته بعض الدراسات السابقة الأجنبية المهتمة بتناول القدرة التنافسية عن اتجاه الدراسات العربية، حيث أن الدراسات الأجنبية ابتعدت عن دراسة العلاقة بين القدرة التنافسية والمستوى التعليمي للطلاب، وهدفت إلى دراسة العلاقة بين القدرة التنافسية وإثبات الذات وتطويرها.

- بالنسبة للدراسات السابقة التي تناولت المعارض الإعلامية، فقد هدف أغلبها إلى بيان مدى تأثر المعارض الإعلامية بالتكنولوجيا الحديثة وتوظيفها بشكل تقني يعمل على تطوير ودعم العملية التعليمية.

- تتوعت أهداف الدراسات السابقة التي تناولت السجيا العقلية المنتجة، حيث هدف بعضها إلى دراسة العوامل المؤثرة على تطوير وتحسين السجيا العقلية المنتجة لدى

الطلاب، كما هدف البعض الآخر إلى دراسة البيئة التعليمية والتفكير الطلابي وعلاقتها بدعم السجاي العقلية المنتجة.

من حيث العينة البحثية:

- لوحظ أن الغالبية العظمى من الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي تناولت السجاي العقلية المنتجة كانت دراسات تربوية وطُبقت على عينة من طلاب المراحل قبل التعليم الجامعي، أما البحث الحالي اختلف في أنه انتمى إلى البحوث والدراسات الإعلامية، علاوة على أنه تم تطبيقه على عينة من طلاب المرحلة الجامعية.

- الدراسات السابقة التي تناولت المعارض الإعلامية تم تطبيقها على عينات متنوعة من الطلاب، فبعض تلك الدراسات السابقة تم تطبيقها على عينة من طلاب التعليم الجامعي والبعض الآخر تم تطبيقه على عينة من طلاب التعليم قبل الجامعي.

- العينة البحثية في الدراسات السابقة التي اهتمت بتناول القدرة التفاضلية تنوعت ما بين الطلاب والمُعَلِّمين، إضافة إلى اتجاه بعض الدراسات السابقة إلى التطبيق على كافة المستويات البشرية في التعليم الجامعي.

من حيث المنهج المستخدم:-

- لم تختلف كثيرًا الدراسات السابقة التي تناولت المعارض الإعلامية في اختيار المنهج المستخدم حيث اعتمد غالبيتها على منهج المسح.

- بالنسبة للدراسات السابقة العربية التي اهتمت بدراسة السجاي العقلية المنتجة فقد اعتمدت نسبة كبيرة منها على المنهج التجريبي، أما الدراسات الأجنبية فقد اتجه أغلبها إلى الاعتماد على منهج المسح في دراسة السجاي العقلية المنتجة.

- الدراسات السابقة العربية والأجنبية التي اهتمت بدراسة القدرة التفاضلية اعتمدت على المنهج التجريبي والوصفي من حيث تصميم برامج ومواقف تعليمية تُتمى القدرة التفاضلية لدى الطلاب، علاوة على التعرف على آراء الطلاب تجاه العقبات التي تحول دون تقدمهم وتنافسهم للوصول إلى الأفضل.

من حيث النتائج:

- أشارت نتائج بعض الدراسات السابقة التي تناولت السجاي العقلية المنتجة إلى أهمية دعم وتربية السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب، وأثبتت علاقتها بالتمية البشرية ودفع عجلة الإنتاج.

- بينت النتائج أهمية استخدام الوسائط السمعية البصرية في المعارض الإعلامية، كما أوصت بضرورة معالجة غياب الوعي بأهمية الوسائط السمعية البصرية خاصة في مجال المعارض الإعلامية أو المعارض في مجالات المعرفة الأخرى.

- بالنسبة للدراسات السابقة التي تناولت القدرة التنافسية، أجمعت نتائج أغلبها على العلاقة الإيجابية بين تنمية القدرة التنافسية وتطوير وتجويد العمل المؤسسي والجامعي. - بعض الدراسات الأجنبية السابقة التي اهتمت بتنمية القدرة التنافسية لدى الطلاب بينت نتائجها قوة العلاقة بين القدرة التنافسية للطلاب وخلق الدافع التحفيزي لديه للاستمرار في التعلم.

- جوانب استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة:

يُمكن حصر بعض جوانب استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة العربية والأجنبية المتعلقة بالمتغيرات البحثية في النقاط التالية:

- تدعيم الإطار المعرفي بنتائج الدراسات والبحوث المَهتمة بالسجايا العقلية المنتجة والقدرة التنافسية ومُتطلباتهم وكيفية تنميتهم.

- إثراء المشكلة البحثية من خلال اطلاع الباحثة على البحوث والدراسات قريبة الصلة من موضوع البحث الحالي.

- اختيار المنهج المُلائم للبحث، وبناء أدواته، والتعرف على نوع المُعالجة الإحصائية المناسبة لاختبار الفروض واستخراج النتائج.

- تحديد نقاط القوة والضعف في الدراسات والبحوث السابقة العربية والأجنبية التي اطّلت عليها الباحثة؛ لتكون نقطة انطلاق وإفادة للبحث الحالي.

- رصد مدى الاتفاق والاختلاف والتقارب بين نتائج البحوث السابقة ونتائج البحث الحالي، وذلك كمحاولة لإفادة باحثي ودارسي المستقبل.

**إجراءات الصدق والثبات:**

الصدق: بعد الانتهاء من إعداد أداة البحث (صحيفة الاستقصاء) في صورتها الأولية تم عرضها على الأساتذة المتخصصين؛ لاختبار صلاحيتها ورغبة في التأكد من قدرتها على قياس ما تسعى إليه، والاستفادة من آرائهم حول أجزاء الصحيفة ووضوح الأسئلة الخاصة بكل جزء ووضوح عبارات أسئلة المقاييس، وأشارت الآراء إلى بعض التعديلات والملاحظات، وتم تعديل الصحيفة في ضوءها لتستطيع تغطية أبعاد المشكلة البحثية وقياس المتغيرات، ثم تم صياغتها بصورة نهائية قابلة للتطبيق الميداني.

الثبات: للتحقق من ثبات صحيفة الاستقصاء تم الاعتماد على أسلوب إعادة الاختبار Test-retest من خلال تطبيقها على (40) مفردة بما يُمثل (10%) من العينة المُقررة لتطبيق البحث الحالي، ثم تم إعادة التطبيق مره أخرى بعد مرور شهر على نفس العينة الخاصة بالتطبيق الأول، ثم تم تحديد نسبة الثبات التي تمثلت في (94%)، وإلى حد ما تُعد نسبة ملائمة من الثبات.

#### المعالجة الإحصائية للبيانات الخاصة بالبحث:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، ثم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي ومعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية "SPSS" Statistical Package for the Social Science، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل البيانات:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- المتوسط المُرجح.
- معامل ألفا كرونباخ.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كاي<sup>2</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة اختبار LSD لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة بينها.

## الإطار المعرفي للبحث:

## المعارض الإعلامية وأهميتها للطلاب:

تعد الجامعة منبرًا للتعليم والعلم ونشر الثقافة بين طلابها، وإفادة المجتمع من حولها بثمار العلم والتكنولوجيا، وإنها أيضًا ميدان للتفكير والتدريب العقلي من خلال تنمية المهارات وخلق القدرات الإيجابية التي تمكن الطالب من تجويد الإنتاج وتفعيله لخدمة الفرد والمجتمع.

والمعارض الإعلامية فرصة ذهبية للطلاب الذي يهتم بالتفوق والتميز وإيجاد الفرصة في سوق العمل الإعلامي المتسع والمزدهم بالعديد من الفئات والطاقت، حيث يستطيع الطالب استثمار فرصة المعرض والقيام بعرض إنتاجه الإعلامي والاستفادة من تقييم الآخرين، وأيضًا التعرف على ذوي الخبرة في سوق العمل الإعلامي، فقد يكون ذلك مُساعدًا له في المستقبل القريب إن شاء الله.

## فوائد المشاركة في المعارض الإعلامية:

هناك العديد من الفوائد التي تعود على الطالب جرّاء مشاركته في المعارض الإعلامية والقيام بعرض إنتاجه الإعلامي، وتوضح بعض تلك الفوائد في الآتي:

- إبراز الإنتاج الإعلامي للطلاب يُكسبه الثقة بالنفس، ويُزيد من رغبته في الاستقلالية والاعتماد على الذات.
- نشر وتبادل المعرفة بين طلاب الفرق الدراسية المختلفة بعضهم البعض، وذلك بدوره يُنمي مهارات التواصل الفعّال بين الطلاب.
- تبادل الخبرات في مجال العمل الإعلامي الإذاعي والتلفزيوني والصحفي والإعلامي التربوي، من خلال تعرض كل طالب لمختلف أنواع الإنتاج الإعلامي الخاص بالطلاب الآخرين.
- تدريب الطالب على التقييم الذاتي، واستكشافه لجوانب القصور والقوة في إنتاجه الإعلامي، حتى يتسنى له معالجة جوانب القصور ودعم جوانب القوة لتحسين إنتاجه المستقبلي.
- بث روح المنافسة الشريفة بين الطلاب، وحث كل طالب لديه رغبة في التميز على الجد والمثابرة حتى يصل إلى إنتاج أفضل بين زملائه ويحصل على أعلى الدرجات أو المراكز.
- دفع الطالب إلى أعمال العقل واستخدام التفكير للوصول إلى مستوى مقبول أو عالٍ من الجودة بحيث ينال إعجاب المشرفين والطلاب والحضور.



- المعرض الإعلامي يُعد مجالًا تجريبيًا يقف جنبًا إلى جنب بجوار الأجزاء التطبيقية للمقررات، حيث يتدرب الطالب على إعداد شتى أنواع الإنتاج الإعلامي، وذلك يُسهم في تجويد الإنتاج الإعلامي للطلاب.
  - الرضا عن الذات، حيث أن الطالب عندما يُنتهي على إنتاجه الإعلامي من قبل الحضور؛ فإن ذلك يُكوّن لديه درجة مقبولة من الرضا الذاتي.
  - المشاركة في المعرض الإعلامي يُشجع الطالب على الإيجابية واحترام الرأي الآخر وتقبل وتقدير الاختلاف.
  - مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية وانشغالهم الفكري والعقلي في محاولة إنجاز إنتاج إعلامي متميز يرقى للمعرض أمام الحضور يُسهم في تنمية السجيا العقلية المُنتجة لديهم.
  - التثقيف وتنمية الوعي المعرفي للطلاب، حيث أن المعرض مصدر مهم للحصول على المعلومات في جوانب المعرفة المتعددة.
  - المعرض الإعلامي يُساعد أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة على اكتشاف الموهوبين من الطلاب لمُساعدتهم وتنمية مواهبهم وتوجيهها إلى الطُرق الصحيحة الهادفة.
  - يُعد المعرض وسيلة مهمة جدًا لتكوين شخصية الطالب حيث يُشعره بأنه شخص مسؤول وله كيان هادف في المجتمع.
  - المعرض الإعلامي يُعد وسيلة من خلالها يستطيع الطالب التعبير عن القضايا والموضوعات المختلفة بأسلوبه وطريقته الخاصة.
  - يُعد المعرض الإعلامي ميدانًا لتفريغ طاقات الفكر والإبداع والابتكار لدى الطلاب، التي تنعكس على الإنتاج الإعلامي الذي يُشارك به الطالب.
- القدرة التنافسية والمعارض الإعلامية:**
- مُشاركة الطالب في المعارض الإعلامية داخل القسم الذي ينتمي إليه أو خارجه قد تعمل على بث روح التنافس الشريفة بين الطلاب، بل وأيضًا خلق مبادئ القدرة التنافسية للطلاب غير المشاركين، حيث رؤية تميز وتفوق الآخرين من زملائهم يدفع بداخلهم رغبة للتميز مثلهم، وبالتالي يُسهم المعرض في تنمية القدرة التنافسية للطلاب؛ فالقدرة التنافسية هي الرغبة في التقدم والفوز على الآخرين ومنافستهم للوصول إلى المركز الأفضل، كما يُوضح (الشكل رقم 2 التالي<sup>35</sup>) حيث يُقدم تعبيرًا توضيحيًا تخيليًا بسيطًا عن التنافسية للوصول إلى الأفضل.



شكل رقم ٢  
تعبير توضيحي تخيلى عن التنافسية

تعد الجامعة مصدرًا رئيسًا للتنمية، لا بد أن تعتمد في تطويرها على التنافسية الحقيقية التي تتمثل في استثمار العقول والطاقات البشرية<sup>36</sup>، كما تكمن أهمية التنافس الطلابي في محاولة الطالب استثمار كل الإمكانيات الموجودة وتحقيق أقصى استفادة منها للوصول إلى مخرجات تعليمية تتناسب مع معايير الجودة والتميز<sup>37</sup>.

حيث إن بناء المعرفة من خلال الاشتراك في المعارض عملية اجتماعية نشاطية تعاونية تعمل على تشجيع الطلاب وتدريبهم على التفكير والمحاولة والخطأ والتكرار، كما أن استغراق الطالب في العمل لإنجاز إنتاج إعلامي جيد يُشارك به في المعرض يعد عملية تمنحه التركيز والتجريب والبحث والاستقصاء، وكل ذلك بدوره ينمي لديه السجاياء العقلية بجانب القدرة التنافسية.

إضافة إلى أن المشاركة في المعارض الإعلامية تُوفر العديد من الحاجات الاجتماعية التي يحتاجها الطلاب، المتمثلة في تحقيق الشعور بالقيمة الذاتية والنجاح والتقدير والقبول الاجتماعي والاندماج والمغامرة، وقد لا يتمكن الطلاب من إشباع هذه الحاجات في الحياة الواقعية، كما أن الاستعداد للمشاركة في المعرض وعمل الطالب بجد ومواجهة التحديات حتى يصل إلى إنتاج مُتميز يخلق لديه الشعور بالاعتزاز والكفاية النفسية وتحقيق الذات، وفي حالة الفشل أيضًا فإن بعض الطلاب يُكرر المحاولة مرات ومرات حتى يصل إلى هدفه، وذلك كفيلاً أيضًا بخلق القدرة التنافسية لديه.

وتمثلت أهم أبعاد القدرة التنافسية التي استند إليها البحث الحالي وفقًا لموضوعه

وأهدافه في:

- المؤشرات التنافسية: تتعدد مؤشرات القدرة التنافسية وتختلف أيضًا وفقًا للفروق الفردية بين الطلاب، ولكن يُمكن القول أن أهم هذه المؤشرات يتمثل في توافر حاجة الطلاب إلى التميز والرغبة في التفوق والتقدم والتحلي بروح المنافسة، وسعي الطالب نحو الوصول إلى أفضل وأعلى مستوى بين أقرانه من الطلاب.

- أداء الفعل التنافسي: تُوجد العديد من الأفعال التنافسية التي يسلكها الطالب ذو الاستعداد للتنافس وذو الرغبة في التفرد عن الآخرين، ومنها الإصرار على تجويد إنتاجه والتمكن من رفع الكفاءة الإنتاجية لديه ومراقبة أدائه جيداً والوقوف على نقاط القوة والضعف للمحافظة على موقع متميز دائماً.

#### السجايا العقلية المنتجة والمعارض الإعلامية:

السجايا العقلية المنتجة هي عادات توجيه التفكير بطرق مُتباينة لمعالجة المواقف وتحليلها وتوصيف العلاقات، وتدعيم استخدام المهارات العقلية بصورة مُستمرة للحصول على المعرفة وحل المشكلات والاستمرارية في التعليم<sup>38</sup>.

وترجع جذور السجايا العقلية المنتجة إلى كوستا Costa في كتابه الشهير عام 1991م المعروف باسم تنمية العقل Developing the mind الذي أكد على أهمية العمليات العقلية في الموقف التعليمي ودورها في بناء التفكير، وربط بين اكتساب سلوكيات الذكاء والسجايا العقلية للطالب، حيث أنها تمثل السلوكيات الذكية للطالب أثناء حل المشكلات للوصول إلى إنتاج عالي الجودة<sup>39</sup>، والسجايا العقلية المنتجة تقود الطالب إلى إنتاج المعرفة وليس استذكارها أو إعادة إنتاجها بشكل متكرر دون إدراك معناها<sup>40</sup>.

والسجايا العقلية تؤكد على أهمية تكوين إنسان مُفكر لديه التزامات أخلاقية على مستوى ممارسة الفكر، وتظهر السجايا العقلية في صورة سلوك أو موقف أو اتخاذ قرار وليس في صورة تحصيل واستيعاب<sup>41</sup>، كما أن السجايا العقلية الضعيفة تؤدي عادة إلى تعلم ضعيف ويصبح المُتعلم ذو السجايا العقلية الضعيفة مُتعلم غير فعّال غير مُنتج<sup>42</sup>، حيث أن تنمية السجايا العقلية المنتجة لدى الفرد تعمل على تحويل العقل التقليدي غير الفعّال إلى العقل المُنتج صانع الأفكار كما يُوضح (الشكل رقم 3 الآتي<sup>43</sup>) حيث يُقدم تعبير توضيحي تخيلي بسيط عن العقل المضيء بالعمل والمُثمر بالأفكار.



تعددت مفاهيم السجاي العقلية المنتجة، فهي تُعد أحد أبعاد نماذج التعلم التي تهدف إلى توظيف العقل والمعرفة والوجدان لخدمة التعليم<sup>44</sup>، وتتمثل أهمية السجاي العقلية المنتجة في أنها تُحول الطالب من عادي إلى مُفكر، وتُحوّله من نقل المعرفة وحفظها إلى بناء المعرفة وإنتاجها<sup>45</sup>، وتُكسبه السلوكيات التي تُساعده على تطوير أنماط تفكيره وطُرق مُعالجته للمواقف وحل المشكلات والتعامل مع البيانات والتواصل مع الآخرين<sup>46</sup>، كما أن السجاي العقلية المنتجة تمنح الطالب المرونة في التفكير وإنتاج الأفكار والبحث والدقة وتوقع الفشل وأساليب وطُرق مُعالجته<sup>47</sup>، وتعددت السجاي العقلية وفقاً لنوعية ومضمون ووظيفة الموقف التعليمي والبيئة التدريسية.

مُشاركة الطالب في المعارض الإعلامية التي يُنظمها القسم الإعلامي التابع له أو في المعارض الإعلامية خارج القسم قد تدفعه إلى الرغبة الملحة والحاجة الضرورية إلى أعمال العقل واستخدام التفكير؛ حيث أن الطالب كي يشارك بإنتاج إعلامي مُتميز لابد له من العمل بجد ومهارة حتى يصل بإنتاجه إلى مستوى مقبول أو عالي الجودة، وذلك ينمي لديه السجاي العقلية المنتجة التي تُمكنه من إنجاز إنتاج مُتقدم على مستوى عالٍ من التميز.

وتتطلق عملية تنمية السجاي العقلية المنتجة في بيئات التعلم الحرة التي تسمح للطلاب بتخطيط مسار تعلمهم، وتصميم الإنتاج والأنشطة التعليمية وفق قدراتهم واحتياجاتهم، ويعتمد بناء السجاي العقلية لدى الطلاب على تنويع مصادر التعلم والتدريس، وأيضاً تنوع مجالات الإنتاج التي يقوم الطالب بإعدادها وإنجازها. وتمثلت السجاي العقلية المنتجة التي استند إليها البحث الحالي وفقاً لموضوعه وأهدافه في:

- التنظيم الذاتي Self - regulation: قدرة الطلاب على التخطيط للعمل والتحكم بالوقت والاهتمامات<sup>48</sup>، وتحديد الزمن المناسب للمهام المطلوبة منهم بعد ترتيبها وفقاً للأولوية والأهمية.

- استمرارية التعلم Continuity of learning: قدرة الطلاب على توليد المعرفة وتجديدها دائماً والبحث المتواصل للحصول على طرق أفضل لتحسين التعلم والذات، ورغبتهم في التعلم المُستمر وامتلاك العقول المفتوحة.

- المثابرة Persisting: إصرار الطالب على تكرار المُحاولة والتمسك بالمهمة وعدم الاستسلام أمام الصعوبات، وقدرته على تحمل الإخفاق للوصول إلى الهدف الذي وضعه مسبقاً.

- التفكير غير التقليدي Unconventional thinking: القدرة على استخدام طرق غير تقليدية في التفكير لحل المشكلات ومواجهة التحديات، وقدرة الطالب على عرض تفكيره بصور مُتعددة.

- تطبيق المعرفة والخبرات السابقة Apply previous knowledge and experience: استخدام الحواس عند جمع المعلومات والبيانات مع ضرورة توظيفها في بناء المعرفة، والاستفادة من المخزون المعرفي والخبرات السابقة لتكون مصادر دعم، والعمل على محاولة تطبيقها في المهمات الجديدة.

- الرغبة في التميز والإنتاج The desire for excellence and production: قدرة الطالب على العمل من أجل الحرفية والانفراد عن الآخرين، والبعد عن التقليد، والبحث عن الابتكار والإبداع وإتقان الإنتاج حتى يخطف الأنظار ويُتق الأذهان.

- التواصل الفعال effective communication: القدرة على المناقشة مع الآخرين حول أي موضوع وتوصيل الفكرة بوضوح ودقة، وتجنب الإفراط في التعميم والغموض؛ فاللغة الغامضة ما هي إلا انعكاس للتفكير المضطرب<sup>49</sup>.

- طرح ومواجهة المشكلات Ask and face problems: تدريب الطلاب على فن التساؤل وتوليد عدد من البدائل وطرح المشكلات وإعادة بنائها وحلها بطرق متنوعة، وأن يكون لديهم حساسية تجاه المشكلات.

#### نتائج البحث:

يُمكن عرض أهم نتائج البحث الحالي وبيان التفسير وتعليق الباحثة عليها في الجداول الآتية:

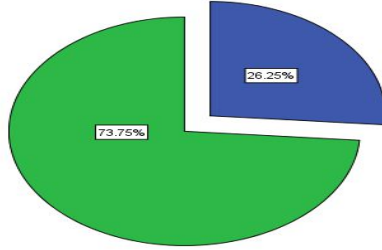
- مدى المشاركة في المعارض الإعلامية التي نظمها القسم الخاص بالطالب.

#### جدول (2)

مدى المشاركة في المعارض الإعلامية التي نظمها القسم الخاص بالطالب

الاستجابة		مدى المشاركة في المعارض الإعلامية التي نظمها القسم الخاص بالطالب
ك	%	
295	73.7	أشارك
105	26.3	لا أشارك
400	100	الجملة

مدى مشاركتك في المعارض الإعلامية التي يُنظّمها القسم الخاص بك



يُوضح الجدول السابق أن نسبة 73.8% من أفراد العينة شاركوا في المعارض الإعلامية التي نظّمها القسم الخاص بهم، ونسبة 26.3% من العينة لم يشاركوا بإنتاجهم في المعارض الإعلامية، وبهذا يتضح وجود اختلافات بين أفراد العينة في مدى المشاركة في المعارض الإعلامية التي نظّمها القسم الخاص بهم.

ولاحظت الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة الطلاب المشاركين بإنتاجهم في المعارض الإعلامية مقابل الطلاب غير المشاركين.

ويُمكن تفسير ذلك بأن غالبية الطلاب أفراد العينة كانوا من الفرق الدراسية الثالثة والرابعة، وهؤلاء لديهم باع في إعداد الإنتاج الإعلامي سواء للتدريب الميداني أو للتطبيقي الخاص بالمقررات مقارنة بطلاب الفرق الأولى والثانية حيث انخفض نسبة التطبيقي وبالتالي قلة الإنتاج الإعلامي لديهم.

وانتقلت النتيجة الحالية مع نتائج دراسة (Al Khedair, Sarah, 2019) التي أثبتت حرص واهتمام نسبة كبيرة من الجمهور على زيارة المعارض الإعلامية والاطلاع على محتوياتها الملموسة والرقمية ومُحاولة الاستفادة منها.

كما اختلفت تلك النتيجة مع دراسة (Sa Xiaoa Yulong, Biana Chenglei) التي بينت نتائجها أن إقبال الطلاب على المعارض الإعلامية الرقمية يفوق إقبالهم على المعارض الإعلامية التقليدية.

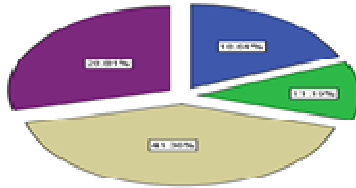
- الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى أفراد العينة للمُشاركة به في المعارض الإعلامية.

### جدول (3)

الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى أفراد العينة للمُشاركة به في المعارض الإعلامية

الاستجابة		الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى أفراد العينة للمُشاركة به في المعارض الإعلامية
%	ك	
18.6	55	الإنتاج التلفزيوني
11.2	33	الإنتاج الإذاعي
41.4	122	الإنتاج الصحفي
28.8	85	الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي
100	295	الجملة

الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى أفراد العينة للمُشاركة به في المعارض



يُوضح الجدول السابق أن الإنتاج الصحفي هو الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى نسبة 41.4% من أفراد العينة للمُشاركة به في المعارض الإعلامية، يليه الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي لدى نسبة 28.8% من العينة، ثم الإنتاج التلفزيوني لدى نسبة 18.6% من العينة، وأخيرًا الإنتاج الإذاعي لدى نسبة 11.2% من العينة، وبالتالي هناك تنوع بين أفراد العينة في الإنتاج الإعلامي المُفضل لديهم للمُشاركة به في المعارض الإعلامية.

ولاحظت الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة الطلاب أفراد العينة الذين فضلوا المُشاركة في المعارض الإعلامية بالإنتاج الصحفي وأنشطة الإعلام التربوي.

وقد يرجع ذلك إلى طبيعة العينة البشرية للبحث، حيث تنتمي عينة البحث إلى طلاب الإعلام التربوي وإنتاجهم الإعلامي الأساسي يتمثل في أنشطة الإعلام التربوي، وتُعد الفنون الصحفية المختلفة نواة إعداد تلك الأنشطة الإعلامية.

واختلفت النتيجة الحالية مع نتائج دراسة (Wu, L., Li, X, 2017) التي أوضحت أن الفن الرقمي الإعلامي من أكثر الفنون الإعلامية التي حظيت باهتمام وحضور واسع لدى الجمهور.

## جدول (4)

الفائدة التي تعود على العينة جراء المشاركة في المعارض الإعلامية

الترتيب	الاستجابة ن=295		الفائدة التي تعود على أفراد العينة من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية
	ك	%	
2	155	52.5	فرصة للتعرف على العناصر الإعلامية التي قد تساعدني عند التخرج
3	132	44.7	الاستفادة من الاستشارات المفتوحة التي تُطلق أثناء المعرض
6	117	39.7	الحصول على تقييم بناء حول إنتاجي الإعلامي
4	127	43.1	التعرف على آراء ذوي الخبرة لتحسين إنتاجي في المعارض التالية
1	162	54.9	التواصل الفعّال مع المشاركين للاستفادة من نصائحهم وخبراتهم
7	111	37.6	تنمية مهاراتي ومواهيبي في إعداد وتنفيذ الإنتاج الإعلامي
6	117	39.7	تحليل نقاط القوة والضعف في الإنتاج الإعلامي الذي أشارك به
5	122	41.4	التعايش مع الجديد في مجال الإنتاج الإعلامي

يُوضح الجدول السابق أن نسبة 54.9% من أفراد العينة من وجهة نظرهم أن الفائدة التي عادت عليهم من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية تمثلت في (التواصل الفعّال مع المشاركين والحضور للاستفادة من نصائحهم وخبراتهم)، ونسبة 52.5% كانت الفائدة في رأيهم (أنها فرصة للتعرف على العناصر الإعلامية المختلفة التي قد تساعد عند التخرج)، ونسبة 44.7% منهم في رأيهم أن الفائدة تمثلت في (الاستفادة من الاستشارات المفتوحة التي تُطلق أثناء المعرض)، ونسبة 43.1% منهم كانت الفائدة لديهم (التعرف على آراء ذوي الخبرة في الإنتاج الإعلامي وتحسينه للمعارض التالية)، ونسبة 41.4% منهم رأوا أن الفائدة تمثلت في (التعايش مع الجديد في مجال الإنتاج الإعلامي)، وأخيراً نسبة 37.6% من أفراد العينة كانت الفائدة في رأيهم متمثلة في (تنمية مهاراتي ومواهيبي في إعداد وتنفيذ الإنتاج الإعلامي)، وبالتالي هناك اختلاف من حيث الفائدة التي تعود على الطلاب أفراد العينة من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية كل وفق رغبته وحاجته.

ولاحظت الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة الطلاب الذين تمثلت فائدة المشاركة في المعارض الإعلامية لديهم في (التواصل الفعّال مع المشاركين والحضور للاستفادة من نصائحهم وخبراتهم) و(أنها فرصة للتعرف على العناصر الإعلامية المختلفة التي قد تساعد عند التخرج).

وقد يدل ذلك على حماس ورغبة هؤلاء الطلاب في تحسين مستوى إنتاجهم ومُحاولتهم الاستفادة من ذوي الخبرة والعلماء المُتميزين في الإعلام حتى يضعوا خطوات صحيحة في رسم مستقبلهم الإعلامي بعد التخرج.



واتفقت النتيجة الحالية مع نتائج دراسة (Al Khedair, Sarah, 2019) حيث أثبتت فاعلية المشاركة في المعارض الإعلامية في إفادة وتزويد الطلاب بالمعلومات والمعرفة.

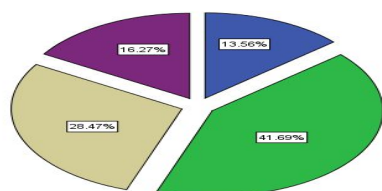
- الإنتاج الإعلامي المهمل الاهتمام به في المعارض الإعلامية من وجهة نظر الطلاب.

### جدول (5)

الإنتاج الإعلامي المهمل الاهتمام به في المعارض الإعلامية من وجهة نظر العينة

الاستجابة		الإنتاج الإعلامي المهمل الاهتمام به في المعارض من وجهة نظر أفراد العينة
ك	%	
40	13.6	الإنتاج التلفزيوني
123	41.7	الإنتاج الإذاعي
84	28.5	الإنتاج الصحفي
48	16.3	الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي
295	100	الجملة

الإنتاج الإعلامي الذي تولى المهمل وتود تكثيف الاهتمام به في المعارض الإعلامية



يوضح الجدول السابق أن نسبة 41.7% من أفراد العينة في رأيهم أن الإنتاج الإعلامي المهمل، الذي يرغبون في تكثيف الاهتمام به في المعارض الإعلامية المستقبلية تمثل في الإنتاج الإذاعي، ونسبة 28.5% منهم في رأيهم أنه الإنتاج الصحفي، ونسبة 16.3% منهم في رأيهم أنه الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي، ونسبة 13.6% كان رأيهم أن الإنتاج المهمل الاهتمام به هو الإنتاج التلفزيوني، ولوحظ هنا التنوع بين آراء العينة حول الإنتاج الإعلامي المهمل ورغبتهم في تكثيف الاهتمام به في المعارض الإعلامية.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن الإنتاج الإعلامي المُهمَل الذي يحتاج إلى تكثيف الاهتمام به في المعارض الإعلامية المُستقبلية من وجهة نظر الطلاب أفراد العينة تمثل في الإنتاج الإذاعي.

وقد يرجع ذلك إلى أنه بالفعل أغلب الإنتاج المعروض في المعارض مرئي أكثر منه سمعي؛ لذا لاحظ الطلاب ندرة الإنتاج الإذاعي في المعارض الطلابية الإعلامية. واختلفت النتيجة الحالية عن نتائج دراسة (Wu, L., Li,X, 2017) التي أوضحت أن الإنتاج الرقمي يُعد من أكثر الفنون الإعلامية التي لم تحظ بالاهتمام من قبل القائمين على المعارض الإعلامية.

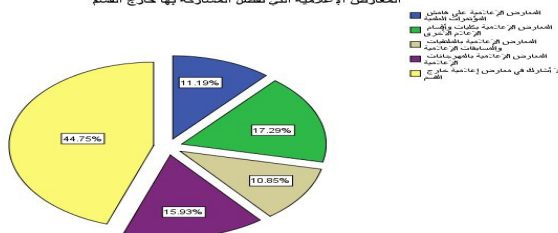
- المعارض الإعلامية التي يُفضل الطلاب المشاركة بها خارج القسم الخاص بهم.

### جدول (6)

المعارض الإعلامية المُفضَل للمشاركة بها خارج القسم لدى أفراد العينة

الاستجابة		المعارض الإعلامية التي يُفضل الطلاب المشاركة بها خارج القسم
%	ك	
11.2	33	المعارض الإعلامية على هامش المؤتمرات العلمية
17.3	51	المعارض الإعلامية بكليات وأقسام الإعلام الأخرى
10.8	32	المعارض الإعلامية بالملتقيات والمسابقات الإعلامية
15.9	47	المعارض الإعلامية بالمهرجانات الإعلامية
44.7	132	لا أفضل المشاركة في معارض إعلامية خارج القسم
100	295	الجملة

المعارض الإصاحية التي تفضل المشاركة بها خارج القسم



يُوضح الجدول السابق أن نسبة 44.7% من أفراد العينة لا يُفضلون المشاركة في المعارض الإعلامية التي تتم خارج القسم الخاص بهم، ونسبة 17.3% منهم يُفضلون

المشاركة في المعارض الإعلامية بكليات وأقسام الإعلام الأخرى، ونسبة 15.9% منهم يُفضلون المشاركة في المعارض الإعلامية بالمهرجانات الإعلامية، وأخيرًا نسبة 10.8% منهم يُفضلوا المشاركة في المعارض الإعلامية بالملتقيات والمسابقات الإعلامية، وبالتالي هناك اختلافات بين أفراد العينة حول المعارض الإعلامية المُفضلة لديهم للمشاركة بها. ولاحظت الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين يُفضلون المشاركة في المعارض الإعلامية خارج القسم الخاص بهم مقابل الطلاب الذين تقتصر المشاركة لديهم على المعارض الإعلامية الخاصة بقسمهم فقط.

ويدل ذلك على وعي نسبة لا بأس بها من الطلاب بأهمية توسيع دائرة الخبرة والحصول على المعرفة وتنمية المهارات، وذلك تتحقق نسبة كبيرة منه من خلال تجربة ومغامرة المشاركة في معارض أخرى غير التي اعتاد عليها الطالب.

واختلقت تلك النتيجة عن نتائج دراسة ( Sa Xiaoa Yulong, Biana Chenglei ) (Yang, 2018) التي أشارت إلى أن المشاركة في المعارض الافتراضية أعلى إفادة لطلاب عن المعارض الواقعية.

- أهم مقترحات الطلاب حول تطوير المعارض الإعلامية المستقبلية.

#### جدول (7)

أهم مقترحات الطلاب أفراد العينة لتطوير المعارض الإعلامية المستقبلية

الترتيب	الاستجابة ن=295		أهم مقترحات الطلاب حول تطوير المعارض الإعلامية المستقبلية
	ك	%	
6	130	44.1	اختيار أفكار إعلامية ملائمة لواقع المحيط
4	138	46.8	الحرص على ملائمة مضمون الإنتاج الإعلامي مع أهداف المعرض
7	121	41	التحديد المسبق لفكرة وأهداف المعرض
10	93	31.5	الاهتمام بالتنظيم العام للمعرض لبيان الإنتاج وأهميته
11	85	28.8	الحرص على تنوع الإنتاج الإعلامي وتفايدي التكرار
5	133	45.1	تطوير الأنشطة والفعاليات المصاحبة أو المرافقة للمعرض
3	144	48.8	التركيز على الدعاية الجيدة للمعرض
1	237	80.3	إتاحة الفرص للخريجين لحضور المعرض لتبادل الخبرات
2	146	49.5	تنشيط مواقع التواصل لعرض الإنتاج الإعلامي
5	133	45.1	تحويل المعرض إلى ميدان لتسويق مواهب ومهارات الطلاب
9	110	37.3	توزيع كتاب تعريفي بالإنتاج الإعلامي للمعرض
8	114	38.6	إعداد كتالوج بالإنتاج الإعلامي للتوثيق التاريخي للقسم والمبدعين من الطلاب

يوضح الجدول السابق أن نسبة 80.3% من أفراد العينة اقترحوا لتطوير المعارض الإعلامية المُستقبلية (إتاحة الفرص للخريجين لحضور المعرض لتبادل الخبرات)، ونسبة 49.5% منهم اقترحوا (تنشيط مواقع التواصل لعرض الإنتاج الإعلامي)، ونسبة 48.8% منهم اقترحوا (التركيز على الدعاية الجيدة للمعرض)، ونسبة 46.8% منهم اقترحوا (الحرص على مُلاءمة مضمون الإنتاج الإعلامي مع أهداف المعرض)، ونسبة 45.1% منهم اقترحوا (تحويل المعرض إلى ميدان لتسويق مواهب ومهارات الطلاب)، ونسبة 44.1% اقترحوا (اختيار أفكار إعلامية ملائمة للواقع المحيط)، ونسبة 41% اقترحوا (التحديد المسبق لفكرة وأهداف المعرض)، أما نسبة 38.6% فاقترحوا (إعداد كتالوج بالإنتاج الإعلامي للتوثيق التاريخي للقسم والمبدعين من الطلاب)، ونسبة 37.3% اقترحوا (توزيع كتاب تعريفى بالإنتاج الإعلامي للمعرض)، ونسبة 31.5% اقترحوا (الاهتمام بالتنظيم العام للمعرض لبيان الإنتاج وأهميته)، وأخيراً نسبة 28.2% اقترحوا (الحرص على تنوع الإنتاج الإعلامي وتفادي التكرار).

ولاحظت الباحثة مما سبق ارتفاع نسبة أفراد العينة الذين اقترحوا أن إتاحة الفرص للخريجين لحضور المعارض لتبادل الخبرات تُعد من أهم الأسس التي تُسهم في تطوير المعارض الإعلامية المُستقبلية، حيث اعتلى هذا المُقترح الترتيب الأول.

ويدل ذلك على أهمية التواصل الفعّال بين الطالب والخريج؛ لما له من دور فاعل في نقل المعرفة وتطوير وتحسين سير العملية التعليمية

واتفقت النتيجة الحالية مع نتائج دراسة (Tonella, D, 2017)، (Myzelev, A, 2016) في إثبات أن تنوع الإنتاج الإعلامي وإتاحة عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي من أهم عوامل نجاح المعارض الإعلامية.

– الصعوبات التي تواجه الطلاب عند المشاركة في المعارض الإعلامية.

جدول (8)

الصعوبات التي تواجه الطلاب أفراد العينة عند المشاركة في المعارض الإعلامية

الترتيب ب	الاستجابة ن=295		الصعوبات التي تواجه الطلاب عند المشاركة في المعارض الإعلامية
	ك	%	
8	109	36.9	عدم توافر محاور محددة للمعرض الإعلامي
4	140	47.5	غياب التنظيم لأركان المعرض مما يُهدر الوقت ويقلل من قيمة العمل
3	163	55.3	عدم توافر مكان مناسب للمعرض مما يُسبب تلف الإنتاج الإعلامي
2	167	56.6	لا تتوفر المساعدة من الزملاء فالأغلب يفكر في المنافسة فقط
5	134	45.4	لا توجد مساحة زمنية كافية لكل طالب كي يعرض ويتحدث عن إنتاجه
6	132	44.7	ضعف متابعة أعضاء هيئة التدريس لمراحل إعداد وتنفيذ الإنتاج الإعلامي
7	117	39.7	إصرار بعض القائمين على التدريس النظري أو التطبيقي على خامات باهظة الثمن بالرغم من وجود بدائل أخرى
10	94	31.9	البعد بين الجانب النظري والتطبيقي مما يُعوقني عن إنجاز إنتاج إعلامي جيد
9	107	36.3	لجوء العديد من الطلاب إلى مكاتب خارجية لإنجاز الإنتاج الإعلامي
1	178	60.3	تزامن موعد المعرض مع اقتراب موعد الامتحانات التطبيقية مما يضعف تركيزي في الاستعداد للإنتاج الإعلامي الذي أود المشاركة به

يُوضح الجدول السابق أن أهم الصعوبات التي واجهت الطلاب عند المشاركة في المعارض الإعلامية كانت (تزامن موعد المعرض مع اقتراب موعد الامتحانات التطبيقية مما يضعف تركيزهم في الاستعداد للإنتاج الإعلامي الذي يودون المشاركة به) لدى نسبة 60.3% من أفراد العينة، و(لا تتوفر المساعدة من الزملاء فالأغلب يفكر في المنافسة فقط) لدى نسبة 56.6% منهم، و(عدم توافر مكان مناسب للمعرض مما يُسبب تلف الإنتاج الإعلامي للطلاب) لدى نسبة 55.3% منهم، و(غياب التنظيم لأركان المعرض مما يُهدر الوقت ويقلل من قيمة العمل) لدى نسبة 47.5% منهم، و(لا توجد مساحة زمنية كافية لكل طالب كي يعرض ويتحدث عن إنتاجه الإعلامي) لدى نسبة 45.4% منهم، و(ضعف متابعة أعضاء هيئة التدريس لمراحل إعداد وتنفيذ الإنتاج الإعلامي) لدى نسبة 44.7% منهم، و(إصرار بعض القائمين على التدريس النظري أو التطبيقي على خامات باهظة الثمن بالرغم من وجود بدائل أخرى) لدى نسبة 39.7% منهم، و(عدم توافر محاور محددة للمعرض الإعلامي) لدى نسبة 36.9% منهم، و(لجوء العديد من الطلاب إلى مكاتب خارجية لإنجاز الإنتاج الإعلامي) لدى نسبة 36.3% منهم، وأخيرًا كان

(البعد بين الجانب النظري والتطبيقي مما يُعوقني عن إنجاز إنتاج إعلامي جيد) لدى نسبة 31.9% من أفراد العينة، وبالتالي اختلف الطلاب حول الصعوبات التي واجهتهم عند المشاركة في المعارض الإعلامية.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن من أهم الصعوبات التي واجت النسبة الأكبر من الطلاب عينة البحث، وتقف حائلًا أمام مشاركتهم في المعارض الإعلامية، كانت تزامن موعد المعرض مع اقتراب موعد الامتحانات التطبيقية مما أضعف تركيزهم في الاستعداد للإنتاج الإعلامي الذي أرادوا المشاركة به.

وذلك يُعد مؤشرًا هامًا لابد أن يُوضع في الاعتبار لدى القائمين على العمل الإعلامي والإعلامي التربوي بأقسام الإعلام والإعلام التربوي، بأن يهتموا بوجود مساحة زمنية فاصلة وكافية بين موعد إقامة المعرض وموعد الامتحانات التطبيقية حتى يتسنى للطلاب الإنجاز في كليهما ولا يُؤثر أحدهما على الآخر بشكل سلبي.

واختلفت النتيجة الحالية مع نتائج دراسة (Tonella, D, 2017) التي أشارت إلى أن أهم الصعوبات أمام المشاركة في المعارض الإعلامية كانت غياب الوعي باستخدام الوسائط السمعية البصرية وكيفية توظيفها في الإنتاج والأنشطة الإعلامية المختلفة.

- أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية.

### جدول (9)

أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية

الترتيب	الاستجابة ن=105		أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية
	ك	%	
4	63	60	إنتاجي الإعلامي ضعيف وسأشعر بالخزي إذا تم عرضه أمام إنتاج زملائي
1	79	75.2	الفترة الزمنية للمعرض غير كافية لتجول الحضور ورؤية الإنتاج الإعلامي
6	60	57.1	لا يُسمح للطلاب باسترداد الإنتاج الإعلامي بل يُخزن حتى يُبلى ويتلف
2	68	64.8	أعتقد بعدم وجود عدالة كافية في تقييم الإنتاج الإعلامي
11	22	21	لا أشعر بالجدية أثناء العرض وكان المعرض مجرد شكل للظهور فقط
5	61	58.1	يزعجني تحول المعرض إلى ساحة لالتقاط الصور لعرضها على مواقع التواصل
8	42	40	افتقار المعرض للجهات الإعلامية الداعمة من سوق العمل الإعلامي
7	45	42.9	لا أحب العمل الإعلامي بل أقوم بالمطلوب بأي شكل خوفاً من الرسوب فقط
9	25	23.8	لا يُتاح للطلاب الفرصة الكافية لشرح وعرض إنتاجه الإعلامي
3	65	61.9	عدم عرض الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالكامل أمام الحضور بل جزء منه فقط
10	24	22.9	لا يوجد اهتمام باستقطاب القطاعات الإعلامية التي تتبنى المبدعين من الطلاب

يتضح من الجدول السابق أن أهم أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية كانت أن (الفترة الزمنية للمعرض غير كافية لتجول الحضور ورؤية الإنتاج الإعلامي) من وجهة نظر 75.2% من أفراد العينة، و(عدم وجود عدالة في تقييم الإنتاج الإعلامي) لدى نسبة 64.8% منهم، و(عدم عرض الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني بالكامل أمام الحضور بل جزء منه فقط) لدى نسبة 61.9% منهم، و(إنتاجي الإعلامي ضعيف وسأشعر بالخزي إذا تم عرضه أمام إنتاج زملائي) لدى نسبة 60% منهم، و(يزعجني تحول المعرض إلى ساحة لالتقاط الصور لعرضها على مواقع التواصل) لدى نسبة 58.1% منهم، و(لا يُسمح للطلاب باسترداد الإنتاج الإعلامي بل يُخزن حتى يُبلى ويتلف) لدى نسبة 57.1% منهم، و(لا أحب العمل الإعلامي بل أقوم بالمطلوب بأي شكل خوفاً من الرسوب فقط) لدى نسبة 42.9% منهم، و(افتقار المعرض للجهات الإعلامية الداعمة من سوق العمل الإعلامي) لدى نسبة 40% منهم، أما (لا يُتاح للطلاب الفرصة الكافية لشرح وعرض إنتاجه الإعلامي) لدى نسبة 23.8% منهم، و(لا يوجد اهتمام باستقطاب القطاعات الإعلامية التي تتبنى المبدعين من الطلاب) لدى نسبة 22.9% منهم، وأخيراً كان (لا أشعر بالجدية أثناء العرض وكأن المعرض مجرد شكل للظهور فقط) لدى نسبة 21% من الطلاب أفراد العينة، وبالتالي تعددت أسباب عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية.

ولاحظت الباحثة مما سبق عزوف بعض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية، وتمثلت أهم أسباب العزوف لدى الغالبية من أفراد العينة في أن الفترة الزمنية للمعرض غير كافية لتجول الحضور ورؤية الإنتاج الإعلامي، علاوة على عدم وجود عدالة كافية في تقييم الإنتاج الإعلامي.

ويُمكن للبحث الحالي تقديم تلك الأسباب كتوصيات مُوجهة إلى القائمين على المعارض الإعلامية لأخذها بعين الاعتبار وتفاديها في المعارض المستقبلية؛ لجذب مشاركة الطلاب وتقديم الخدمات والتسهيلات اللازمة التي تُيسر مشاركتهم المُبدعة المُنتجة المفيدة للطلاب وللمجتمع.

واختلفت النتيجة الحالية مع نتائج دراسات ( Pei-YuLin, Wei-FanHsieh, ) (2015)، (Tonella, D, 2017) التي أشارت إلى أن أغلب أسباب إعراض الطلاب عن المشاركة في المعارض الإعلامية تمثلت في انخفاض الوعي والمعرفة باستخدام الوسائط السمعية البصرية والآليات والتطبيقات الحديثة الخاصة بعرض المنتج الإعلامي.

- مقياس القدرة التنافسية: حيث يحتوي على مجموعة من العبارات المتعلقة بتحقيق القدرة التنافسية من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية.

جدول (10)

يوضح آراء الطلاب حول عبارات مقياس القدرة التنافسية

المتوسط المرجح	غير موافق		إلى حد ما		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
المحور الأول:- المؤشرات التنافسية							
1.99	30.3	121	39.8	159	30	120	المشاركة في المعرض تجعلني أسعى إلى بذل المزيد من الجهد
2.44	10.5	42	34.8	139	54.8	219	يتيح لي الفرصة للظهور كمبدع قادر على مواجهة تحديات العمل
2.02	32.8	131	33	132	34.3	137	الرغبة بالمشاركة تُعزز ثقتي بنفسي لإنتاج الأفضل
2.19	18.5	74	43.5	174	38	152	المشاركة في المعرض تُحرك بداخلي الرغبة في التميز عن الزملاء
2.10	26.8	107	36.5	146	36.8	147	اقتراب موعد المعرض يعطيني شعورًا بالقوة والحماس
2.33	13.5	54	39.8	159	46.8	187	أشعر بالسعادة عند ثناء زوار المعرض على إنتاجي
1.98	26.3	105	49.5	198	24.3	97	يُعد المعرض ميدانًا لثبوت روح التنافس الشريف بين الطلاب
2.16	23.8	95	36.5	146	39.8	159	يتحسن إنتاجي عندما أعمل في جو تنافسي كجو المعرض
2.01	29.5	118	40.3	161	30.3	121	أشعر بالحزن عندما يقل مستوى إنتاجي عن الآخرين
1.88	33.5	134	45.3	181	21.3	85	أفضل الأركان الواضحة في المعرض ليتمكن الحضور من رؤية اسمي وإنتاجي
2.02	29.5	118	39	156	31.5	126	ترتفع طاقتي الإنتاجية عندما أستعد للمشاركة في المعرض
2.09	26.8	107	38	152	35.3	141	أشعر بالقلق والتوتر طوال فترة الاستعداد للمعرض
2.22	23.8	95	30.8	123	45.5	182	أحرص دائمًا على الاستماع والاستفادة من إرشادات أساتذتي
2.38	15.8	63	30.3	121	54	216	أتقرب من المتميزين من الطلاب في تنفيذ الإنتاج للاستفادة منهم
المحور الثاني:- أداء الفعل التنافس							
2.15	26.8	107	31.3	125	42	168	أستفيد من الإمكانيات المتوافرة للوصول إلى إنتاج أجود من زملائي
2.00	30.3	121	39.5	158	30.3	121	أستكشف مواهبي حتى أستغلها في إعداد إنتاج إعلامي متميز
2.20	26.5	106	27	108	46.5	186	أحاول دائمًا الوصول إلى التميز الذي يسمح لي بالمنافسة
2.12	26.8	107	34.8	139	38.5	154	أسعى للفوز على زملائي وأن يكون إنتاجي الإعلامي أفضل منهم



2.13	23.8	95	40	160	36.3	145	أبحث دائماً عن أفكار جديدة استعداداً للمشاركة في المعرض السنوي
2.39	5.3	21	50	200	44.8	179	أصمد وأثابر لتحقيق هدي وأفوز بأفضل إنتاج
2.37	13.3	53	36.3	145	50.5	202	أبذل قصارى جهدي لتمييز إنتاجي عن إنتاج الآخرين
2.09	20.5	82	50.3	201	29.3	117	أنمي مهاراتي لأكون عند حسن ظن أساتذتي وأعد إنتاجاً متميزاً
1.94	29.5	118	47	188	23.5	94	أقرأ جيداً وأجمع المعلومات لأتقن الإنتاج ليرقى للمعرض والمنافسة
2.19	16.3	65	48.5	194	35.3	141	المشاركة في المعرض تتيح التنافس ومواجهة التحديات
2.32	13.3	53	41.3	165	45.5	182	تعلمت التخطيط والتطوير من خلال المشاركة في المعرض
2.44	10.5	42	35.5	142	54	216	تُساعدني المشاركة في المعرض في تعديل بعض سلوكياتي الخاطئة
2.03	23	92	51.3	205	25.8	103	أحاول تطبيق النقد البناء مباشرة لأصنع إنتاجاً إعلامياً أفضل
2.35	16.3	65	32.3	129	51.5	206	أحرص على مراقبة الإنتاج الإعلامي للآخرين ومقارنته مع إنتاجي

يُوضح الجدول السابق أنه بالنسبة للمحور الأول (المؤشرات التنافسية)، فقد جاءت موافقة أفراد العينة على العبارات التالية (يُتيح لي الفرصة للظهور كمبدع قادر على مواجهة تحديات العمل) في الترتيب الأول بمتوسط 2.44، و(أتقرب من المتميزين من الطلاب في تنفيذ الإنتاج الإعلامي للاستفادة منهم) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.38، وجاءت الموافقة إلى حد ما على باقي العبارات.

وبالنسبة للمحور الثاني (أداء الفعل التنافس)، فيُوضح الجدول السابق أن موافقة أفراد العينة جاءت على العبارات التالية (تُساعدني المشاركة في المعرض في تعديل الكثير من سلوكياتي الخاطئة) في الترتيب الأول بمتوسط 2.44، و(أصمد وأثابر لتحقيق هدي وأفوز بأفضل إنتاج) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.39، و(أبذل قصارى جهدي لتمييز إنتاجي عن إنتاج الآخرين) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.37، و(أحرص على مراقبة الإنتاج الإعلامي للآخرين ومقارنته مع إنتاجي) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.35، أما الموافقة إلى حد ما جاءت على باقي العبارات.

ولاحظت الباحثة مما سبق أن استجابات العينة على عبارات المقياس انحصرت بين الموافقة والموافقة إلى حد ما، وقد يُظهر ذلك أن العبارات لاقت قبولاً لدى الطلاب ومسّت الكامن مما يأملونه ويتطلعون إلى تحقيقه من خلال مشاركتهم في المعارض الإعلامية، كما لاحظت الباحثة أيضاً أن أعلى استجابة بالموافقة لأفراد العينة تمثلت في أن المعرض يُتيح للطلاب الفرصة للظهور كمبدع قادر على مواجهة تحديات العمل، وأن المشاركة في المعرض تُسهم في تعديل الكثير من سلوكياته الخاطئة.

ونستدل من ذلك على وجود نسبة لا بأس بها من الطلاب الذين لديهم تطلع نحو الأفضل ويمتلكون المقدرة على الصمود وتغيير السلوكيات، والتنافس لتحسين الإنجاز، وبهذا هم في طريقهم الصحيح نحو التميز وتملك المهارات العقلية، وتلك النتيجة تُحقق الهدف من إجراء البحث الحالي.

واتفقت النتائج الحالية مع نتائج دراسة ( Rybkin, Alexey D.; Grebennikova, Veronika M, 2019 التي أكدت على فاعلية القدرة التنافسية في تنمية الصفات العقلية والفكرية للطلاب.

كما اختلفت تلك النتائج مع دراسات (شيرين محمد وسيم، 2017م) و (Neelaveni, C. Manimaran, 2015) حيث أن نتائج تلك الدراسات أثبتت أهمية دور القدرة التنافسية في الارتقاء بالمستوى العام للجامعات أكثر من الاهتمام بالمستوى العقلي للفرد.

- مقياس السجاي العقلية المنتجة: حيث يحتوي على مجموعة من العبارات المتعلقة بتنمية السجاي العقلية المنتجة من خلال المشاركة في المعارض الإعلامية.

### جدول (11)

يُوضح آراء الطلاب حول عبارات مقياس السجاي العقلية المنتجة

المتوسط المرجح	غير موافق		موافق الى حد ما		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الأول:- التنظيم الذاتي</b>							
2.24	23.8	95	28.3	113	48	192	أتابع وأراقب مراحل تعلمي وأقيمها
2.09	27	108	36.3	145	36.8	147	أحاول تنظيم وقتي لأستفيد منه جيدا
2.24	26.5	106	23.3	93	50.3	201	أخطط وأدير عملي بشكل جيد
2.17	26.8	107	30	120	43.3	173	أستخدم المصادر والوسائل الضرورية لتفادي الصعوبات
2.39	23.8	95	14	56	62.3	249	أفضل الحصول على المعرفة من مصادرها الأصلية
2.20	24.8	99	30.3	121	45	180	أفضل البحث الذاتي عن المعلومات التي أحتاج إليها
<b>المحور الثاني:- استمرارية التعلم</b>							
2.17	26.5	106	30.5	122	43	172	أناجز في أداء وإنجاز الإنتاج الإعلامي المطلوب مني
2.00	30.3	121	39.5	158	30.3	121	أحاول دائما توسيع حدود معرفتي وخبراتي

2.02	29.5	118	39	156	31.5	126	أسعى إلى البحث والتعلم لأتوصل إلى الإنجاز الأجود
2.18	26.8	107	28.3	113	45	180	أغامر بشكل محسوب وبدرجة معقولة بعيدة عن التطرف
2.31	23.8	95	22	88	54.3	217	أتقصى جيداً حول المعلومات من أجل الدقة العلمية
2.49	10.5	42	30.3	121	59.3	237	أسأل وأنقب عن الجديد في المعرفة بشكل دائم
1.99	27.3	109	46	184	26.8	107	أراقب دائماً أداء الآخرين للتعلم والتعرف على الصواب والخطأ
<b>المحور الثالث:- المثابرة</b>							
1.95	35.8	143	34	136	30.3	121	أصمد ولا أستسلم إذا قوبل عملي بالتوبيخ أو التهوين
1.75	41.3	165	42.8	171	16	64	الفضل ليس نهاية بل يُمكن أن يتحول إلى بداية
1.85	38.3	153	39	156	22.8	91	أصمم على أداء المهمة أو النشاط الذي أكلف به ولا أعتذر عنه
1.93	36.3	145	34.5	138	29.3	117	أمتلك الرغبة إلى إتمام عملي إلى النهاية
2.10	32.5	130	24.8	99	42.8	171	لا أياس مهما كانت الصعوبات والعقبات
2.27	21.3	85	30.3	121	48.5	194	إذا واجهتني مشكلة أسعى وراءها وأتم حلها حتى النهاية
1.95	25	100	55.5	222	19.5	78	أمتلك عزيمته قوية وأثق بقدراتي
<b>المحور الرابع:- التفكير غير التقليدي</b>							
2.17	26.5	106	30.5	122	43	172	أفضل المرونة في التفكير وأبعد عن التحجر الفكري
1.96	31	124	42.3	169	26.8	107	أضع معايير للحكم على إنتاجي الإعلامي أثناء الإعداد وبعد الانتهاء منه
2.02	26.8	107	44.8	179	28.5	114	أبتكر أفكاراً جديدة ومشوقة تصلح لإنجاز إنتاج إعلامي مميز
2.00	26.8	107	46.3	185	27	108	أفكر في طرائق غير تقليدية تُمكنني من النظر إلى الأمور من زوايا مختلفة
2.25	21	84	33.5	134	45.5	182	أفكر بتأمل وأميل إلى الاستشارة الذهنية
2.38	15.8	63	30.3	121	54	216	أدرب نفسي على إعمال العقل والفكر والبعد عن التقليد

## تابع جدول (11)

## يُوضح آراء الطلاب حول عبارات مقياس السجاي العقلية المنتجة

المتوسط المرجح	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		العبارات
	%	ك	%	ك	%	ك	
<b>المحور الخامس:- تطبيق المعرفة والخبرات السابقة</b>							
2.29	23.8	95	23.3	93	53	212	أوظف المعلومات الهادفة التي أحصل عليها في خدمة وتجويد إنتاجي الإعلامي
1.98	31	124	39.8	159	29.3	117	أحاول إدراك العلاقات والربط بين المعلومات النظرية والتطبيقية
2.09	29.5	118	32.3	129	38.3	153	أستوعب المعلومات وأسعى إلى تطبيقها مباشرة
2.21	26.8	107	25.5	102	47.8	191	أدون المعلومات المرتبطة بمجالتي حتى أرجع إليها وقت الحاجة
2.22	23.8	95	30.8	123	45.5	182	أنشئ مقارنات وملاحظات حول المعرفة السابقة والحديثة
2.29	15.8	63	39.5	158	44.8	179	أتعلم من الأخطاء السابقة لي ولزملائي لتفادي تكرارها
<b>المحور السادس:- الرغبة في التميز والإنتاج</b>							
1.95	35.5	142	34.3	137	30.3	121	أبحث دائماً عن الجديد في مجالتي حتى أحسن من مستوى إنتاجي
1.83	33.3	133	50.8	203	16	64	أحاول البحث بداخلي عما أستطيع إيجاده حتى أصل لإنتاج أفضل
1.99	26.8	107	46.8	187	26.5	106	أسعد حينما يُثنى على إنتاجي وأعمالي مقارنة بزملائي
2.23	26.8	107	23.3	93	50	200	أسعى دائماً إلى تنمية قدراتي ومهاراتي
2.39	23.8	95	14	56	62.3	249	التفوق بالنسبة لي هدف مستمر أحاول الوصول إليه
2.38	15.8	63	30.3	121	54	216	حين الإعلان عن المعرض أنطلع إلى مستوى عالٍ في الأداء
<b>المحور السابع:- التواصل الفعال</b>							
2.36	23.8	95	16.5	66	59.8	239	أتحكم في انفعالي ولا أتهور
2.11	27.8	111	34	136	38.3	153	أتجاوب وأتناقش مع زملائي بطريقة لائقة ومناسبة
2.19	23.8	95	33	132	43.3	173	أستمع إلى آراء وتعليقات الآخرين بجدية
2.25	26.8	107	21.3	85	52	208	أقبل النقد وأتمتع بثقافة الاختلاف
2.57	13.3	53	17	68	69.8	279	أراقب وأقيم آراء الآخرين
2.40	5.3	21	49.3	197	45.5	182	أرتب أفكارتي بشكل جيد حتى لا يتشتت المتلقي

المحور الثامن:- طرح ومواجهة المشكلات

2.26	23.8	95	26.3	105	50	200	أنفحص المشكلة وأدرسها بتروى وهدوء
2.06	30.3	121	34	136	35.8	143	أستطيع فرض الفروض والتفكير في حلول للمشكلة
2.23	23.8	95	30	120	46.3	185	أبتكر طرائق جديدة لرؤية المشكلة من زوايا مختلفة
2.19	26.8	107	26.8	107	46.5	186	لا أخجل من طرح المشكلات التي تقابني وطلب الاستشارة
2.34	23.8	95	19	76	57.3	229	أتوقع نتائج حل المشكلة قبل الخطو فيها
2.23	21.8	87	33.5	134	44.8	179	أستخدم أغلب حواسي في التفكير في المشكلة التي تواجهني
1.97	27.8	111	47.5	190	24.8	99	أعالج المشكلات بشكل منطقي بعيداً عن العواطف

يتضح من الجدول السابق أن أعلى استجابات لأفراد العينة على عبارات المقياس بالنسبة لمحور التنظيم الذاتي جاءت بالموافقة والموافقة إلى حد ما على العبارات التالية (أفضل الحصول على المعرفة من مصادرها الأصلية) في الترتيب الأول بمتوسط 2.39، و(أتابع وأراقب مراحل تعلمي وأقيمها وأخطط وأدير عملي بشكل جيد) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.24، و(أفضل البحث الذاتي عن المعلومات التي أحتاج إليها) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.20، و(أستخدم المصادر والوسائل الضرورية لتفادي الصعوبات) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.17، و(أحاول تنظيم وقتي لأستفيد منه جيداً) في الترتيب الخامس بمتوسط 2.09.

كما جاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور استمرارية التعلم على العبارات الآتية: (أسأل وأنقب عن الجديد في المعرفة بشكل دائم) في الترتيب الأول بمتوسط 2.49، و(أتقصى جيداً حول المعلومات من أجل الدقة العلمية) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.31، و(أغامر بشكل محسوب وبدرجة معقولة بعيدة عن التطرف) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.18، و(أثابر في أداء وإنجاز الإنتاج الإعلامي المطلوب مني) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.17، و(أسعى إلى البحث والتعلم لأتوصل إلى الإنجاز الأجود) في الترتيب الخامس بمتوسط 2.02.

وجاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور المثابرة على العبارات الآتية: (إذا واجهتني مشكلة أسعى وراءها وأتم حلها حتى النهاية) في الترتيب الأول بمتوسط 2.27، و(لا أياس مهما كانت الصعوبات والعقبات) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.10، و(أصمد ولا أستسلم إذا قوبل عملي بالتوبيخ أو التهوين)، و(أمتلك عزيمة قوية وأثق بقدراتي) في الترتيب الثالث بمتوسط 1.95، و(أمتلك الرغبة في إتمام عملي إلى النهاية) في الترتيب

الرابع بمتوسط 1.93، و(أصمم على أداء المهمة أو النشاط الذي أُكلف به ولا أعتذر عنه) في الترتيب الخامس بمتوسط 1.95.

وكانت أعلى استجابات بالنسبة لمحور التفكير غير التقليدي على العبارات الآتية: (أدرب نفسي على اعمال العقل والفكر والبعد عن التقليد) في الترتيب الأول بمتوسط 2.38، و(أفكر بتأمل وأميل إلى الاستثارة الذهنية) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.25، و(أفضل المرونة في التفكير وأبعد عن التحجر الفكري) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.17، و(أبتكر أفكارًا جديدة ومشوقة تصلح لإنجاز إنتاج إعلامي مميز) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.02، و(أفكر في طرائق غير تقليدية تُمكنني من النظر إلى الأمور من زوايا مختلفة) في الترتيب الخامس بمتوسط 2.00.

أيضًا جاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور تطبيق المعرفة والخبرات السابقة على العبارات: (أوظف المعلومات الهادفة التي أحصل عليها في خدمة وتجويد إنتاجي الإعلامي)، و(أتعلم من الأخطاء السابقة لي ولزملائي لتفادي تكرارها) في الترتيب الأول بمتوسط 2.29، (أنشأ مقارنات وملاحظات حول المعرفة السابقة والحديثة) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.22، و(أدون المعلومات المرتبطة بمجالتي حتى أرجع إليها وقت الحاجة) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.21، و(أستوعب المعلومات وأسعى إلى تطبيقها مباشرة) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.09، و(أحاول إدراك العلاقات والربط بين المعلومات النظرية والتطبيقية) في الترتيب الخامس بمتوسط 1.98.

كما جاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور الرغبة في التميز والإنتاج على العبارات (التفوق بالنسبة لي هدف مستمر أحاول الوصول إليه) في الترتيب الأول بمتوسط 2.39، و(حين الإعلان عن المعرض أتطلع إلى مستوى عالٍ في الأداء) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.38، و(أسعى دائمًا إلى تنمية قدراتي ومهاراتي) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.23، و(أسعد حينما يُثنى على إنتاجي وأعمالي مقارنة بزملائي) في الترتيب الرابع بمتوسط 1.99، و(أبحث دائمًا عن الجديد في مجالتي حتى أحسن من مستوى إنتاجي) في الترتيب الخامس بمتوسط 1.95.

وجاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور التواصل الفعّال على العبارات (أراقب وأقيم آراء الآخرين) في الترتيب الأول بمتوسط 2.57، و(أرتب أفكارتي بشكل جيد حتى لا يتشتت المتلقي) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.40، و(أتحكم في انفعالي ولا أتهور) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.36، و(أقبل النقد وأتمتع بثقافة الاختلاف) في الترتيب

الرابع بمتوسط 2.25، و(أستمع إلى آراء وتعليقات الآخرين بجدية) في الترتيب الخامس بمتوسط 2.19.

وجاءت أعلى استجابات بالنسبة لمحور طرح ومواجهة المشكلات على العبارات (أتوقع نتائج حل المشكلة قبل الخطو فيها) في الترتيب الأول بمتوسط 2.34، و(أتفحص المشكلة وأدرسها بتروى وهدوء) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.26، و(أستخدم أغلب حواسي في التفكير في المشكلة التي تُقابلني)، و(ابتكر طرائق جديده لرؤية المشكلة من زوايا مختلفة) في الترتيب الثالث بمتوسط 2.23، و(لا أخجل من طرح المشكلات التي تقابلني وطلب الاستشارة) في الترتيب الرابع بمتوسط 2.19، و(أستطيع فرض الفروض والتفكير في حلول للمشكلة) في الترتيب الخامس بمتوسط 2.06.

ولاحظت الباحثة مما سبق أنه بشكل إجمالي انحصرت استجابات العينة بين موافق وموافق إلى حد ما، وقد يدل ذلك على استحسان الطلاب لعبارات المقياس وشعورهم أنها تتحدث عما بداخلهم من طموح وإصرار على الاستفادة وتطوير مهاراتهم العقلية، ويُظهر ذلك أن هناك تأثيراً للمُشاركة في المعارض على الطلاب بشكل فعلي، كما لاحظت الباحثة أيضاً أن أعلى نسبة استجابة لطلاب العينة كانت على العبارة (أراقب وأقيم آراء الآخرين).

ونستدل من ذلك أن مُشاركة الطلاب في المعارض تخلق منهم أشخاصاً ناضجين قادرين على المُراقبة والتقييم لأدائهم وأداء غيرهم، وذلك يُعد مؤشراً لتنمية العقل المُنتج، وبالتالي فإن المُشاركة في المعارض الإعلامية لها قدره على تنمية السجايا العقلية المُنتجة لدى الطلاب، وذلك يُسهم في خدمة أهداف البحث الحالي.

واتفقت تلك النتائج الحالية مع نتائج دراسة (Alhamlan, Suad, etal, 2018) التي أشارت إلى أهمية دور السجايا العقلية في تطوير التفكير الطلابي وحث الطلاب على تحسين وتنمية مستواهم العقلي.

## نتائج اختبار فروض البحث:

يُمكن في الجداول التالية عرض نتائج اختبار فروض البحث وتفسيرها والتعليق عليها:

الفرض الأول: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والقدرة التنافسية لديهم.

## جدول (12)

علاقة مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية بالقدرة التنافسية لديهم

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القوة	مستوى الدلالة
مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية	1.7	0.441			
المؤشرات التنافسية	29.8	7.459	**0.930	قوي	0.01
الفاعل التنافسي	30.7	6.920	**0.215	ضعيف	0.01
القدرة التنافسية	60.5	14.092	**0.365	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية قوية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والمؤشرات التنافسية لديهم، حيث كانت قيم ( $r < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية ضعيفة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والفاعل التنافسي لديهم، حيث كانت قيم ( $r > 0.3$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01. ووجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية ومستوى القدرة التنافسية لديهم، حيث كانت قيم ( $r > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01.

وبالتالي لاحظت الباحثة مما سبق أن مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية تُحفز نمو الرغبة التنافسية لديهم، ويخلق الدافع نحو التطور للأفضل والحصول على المواقع الأعلى، وبالتالي تحقق الفرض الأول.

واتفقت تلك النتيجة مع نتائج دراسة (Ivan Cantador, Jose M. Conde, 2018) حيث أوضحت وجود علاقة بين القدرة التنافسية للطلاب ومستوى مشاركته في الأنشطة التعليمية.

كما اختلفت مع نتائج دراسة (Darja kobal grum, 2016) التي أظهرت أنه لا توجد علاقة مباشرة بين مشاركة الطالب في الأنشطة التعليمية المتنوعة وتحفيز العامل



التنافسي لديه، وأن العامل الأساسي في تحفيز التنافسية هو توافر الدافع الذاتي نحو الإنجاز والتعلم.

الفرض الثاني: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والسجايا العقلية المنتجة لديهم.

### جدول (13)

علاقة مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية بالسجايا العقلية المنتجة لديهم

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القوة	مستوى الدلالة
مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية	1.7	0.441			
المحور الأول: التنظيم الذاتي	13.3	3.763	**0.654	متوسط	0.01
المحور الثاني: استمرارية التعلم	15.2	3.534	**0.258	ضعيف	0.01
المحور الثالث: المثابرة	13.8	3.205	**0.698	متوسط	0.01
المحور الرابع: التفكير غير التقليدي	12.8	3.587	**0.894	قوي	0.01
المحور الخامس: تطبيق المعرفة والخبرات السابقة	13.1	3.691	**0.547	متوسط	0.01
المحور السادس: الرغبة في التميز والإنتاج	12.8	3.519	**0.654	متوسط	0.01
المحور السابع: التواصل الفعال	13.9	3.513	**0.632	متوسط	0.01
المحور الثامن: طرح ومواجهة المشكلات	15.3	4.121	**0.125	ضعيف	0.05
مقياس السجايا العقلية المنتجة	110.1	27.964	**0.656	متوسط	0.01

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والتنظيم الذاتي لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 < r < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية ضعيفة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية واستمرارية التعلم لديهم، حيث كانت قيم ( $r > 0.37$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والمثابرة لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 < r < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية قوية بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والتفكير غير التقليدي لديهم، حيث كانت قيم ( $r < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية وتطبيق المعرفة والخبرات السابقة لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 < r < 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة

طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والرغبة في التميز والإنتاج لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية والتواصل الفعال لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية ضعيفة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية و طرح ومواجهة المشكلات لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.05، ووجود علاقة طردية متوسطة بين مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية ومستوى السجايا العقلية المنتجة لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > r > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01.

وبالتالي لاحظت الباحثة مما سبق أن بعض السجايا العقلية المنتجة يُمكن تمييزها لدى الطلاب من خلال أنشطة وتطبيقات تُثير التفكير وتُشعل الفكر وكأنها حرب قائمة بين الفرد وعقله ورغبة في التقدم وتطوير الإنتاج للوصول إلى المركز الأحسن، وذلك تُوفر من خلال مشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية التي استطاعت تنمية بعض السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب، وبالتالي تحقق الفرض الثاني.

وافقت النتيجة الحالية مع دراسة ( Zeynep Bahar Ersen1ii, Rıdvan ) (Ezentas, 2018) التي أكدت نتائجها العلاقة بين البيئة التعليمية وأنشطتها وبين تطوير السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب.

الفرض الثالث: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين القدرة التنافسية لدى الطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية والسجايا العقلية المنتجة لديهم.

#### جدول (14)

علاقة القدرة التنافسية لدى الطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية بالسجايا العقلية المنتجة لديهم

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	القوة	مستوى الدلالة
القدرة التنافسية	60.5	14.092			
المحور الأول: التنظيم الذاتي	13.3	3.763	*0.632	متوسط	0.01
المحور الثاني: استمرارية التعلم	15.2	3.534	*0.665	متوسط	0.01
المحور الثالث: المثابرة	13.8	3.205	*0.254	ضعيف	0.01
المحور الرابع: التفكير غير التقليدي	12.8	3.587	*0.632	متوسط	0.01
المحور الخامس: تطبيق المعرفة والخبرات	13.1	3.691	*0.669	متوسط	0.01

السابقة					
0.01	متوسط	**0.602	3.519	12.8	المحور السادس: الرغبة في التميز والإنتاج
0.01	متوسط	**0.654	3.513	13.9	المحور السابع: التواصل الفعال
0.01	متوسط	**0.365	4.121	15.3	المحور الثامن: طرح ومواجهة المشكلات
0.01	متوسط	**0.652	27.964	110.1	مقياس السجاي العقلية المنتجة

يتضح من الجدول السابق وجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية لدى الطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية والتنظيم الذاتي لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية واستمرارية التعلم لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية ضعيفة بين القدرة التنافسية والمثابرة لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية وتطبيق المعرفة والخبرات السابقة لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية والرغبة في التميز والإنتاج لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية والتواصل الفعال لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية وطرح ومواجهة المشكلات لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01، ووجود علاقة طردية متوسطة بين القدرة التنافسية ومستوى السجاي العقلية لديهم، حيث كانت قيم ( $0.3 > 0.7$ ) دالة عند مستوى دلالة 0.01.

وبالتالي لاحظت الباحثة مما سبق أنه كلما ارتفعت القدرة التنافسية لدى الطلاب كلما ارتفع مستوى السجاي العقلية المنتجة لديهم في بعد أو أكثر من أبعاد السجاي العقلية المنتجة، وبالتالي هناك علاقة ترابطية بين القدرة التنافسية والسجاي العقلية المنتجة وتحققت في البحث الحالي على أرضية المعارض الإعلامية، وعلى هذا تحقق الفرض الثالث جزئياً.

واتفقت النتيجة الحالية مع دراسة ( Ivan Cantador, Jose M. Conde, 2018) التي أثبتت نتائجها العلاقة بين القدرة التنافسية للطلاب وتحسين مستوى الإدراك العقلي والإنجازي للطلاب.

كما اتفقت النتيجة أيضاً مع نتائج دراسة ( A. Aubteen Darabi and David W. Nelson, 2017) حيث أشارت إلى العلاقة بين القدرات العقلية للطلاب وبين رفع مُعدل الإنجاز التنافسي لدى الطالب.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في القدرة التنافسية لدى الطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية باختلاف الإنتاج الإعلامي المُفضل لديهم.

### جدول (15)

الفروق بين الطلاب في مستوى القدرة التنافسية باختلاف الإنتاج الإعلامي المُفضل لديهم

الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المجموعات	
3.497	64.3	55	الإنتاج التلفزيوني	مستوى القدرة التنافسية
3.355	64.2	33	الإنتاج الإذاعي	
4.147	68.8	122	الإنتاج الصحفي	
6.266	72.1	85	الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي	
5.577	68.4	295	جملة	

### جدول (16)

تحليل التباين لدلالة الفروق في مستوى القدرة التنافسية باختلاف الإنتاج الإعلامي المُفضل لدى الطلاب

الدلالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
0.001	41.629	915.403	3	2746.210	بين مجموعات	مستوى القدرة التنافسية
		21.990	291	6398.977	داخل	
			294	9145.186	مجموع	

تُوضح الجداول السابقة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في مستوى القدرة التنافسية باختلاف الإنتاج الإعلامي المُفضل لديهم للمشاركة به في المعارض الإعلامية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى 0.05، وبالتالي تحقق الفرض الرابع.

وبالتالي لاحظت الباحثة مما سبق أن القدرة التنافسية لدى الطلاب تتأثر بالإنتاج الإعلامي المفضل لديهم، حيث أشارت النتائج أن مُختلف أنواع الإنتاج الإعلامي (التلفزيوني، والإذاعي، والصحفي، وأنشطة الإعلام التربوي) بإمكانها أن تُزيد أو تُنقص من معدل القدرة التنافسية لدى بعض الطلاب.

ويدل ذلك على أن العمل المطلوب من الطالب إنجازَه إذا كان مُحببًا لديه فإنه يُعد حافزًا ومُؤثرًا تنافسيًا يُؤثر على مستوى القدرة التنافسية لديه ويدفعه إلى الأمام. **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السجاي العقلية المُنتجة لدى الطلاب المُشاركين في المعارض الإعلامية باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم.

### جدول (17)

الفروق بين الطلاب في السجاي العقلية المُنتجة باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم

الانحراف المعياري	المتوسط	ن	المجموعات	
8.677	125.2	55	الإنتاج التلفزيوني	السجاي العقلية المُنتجة
8.389	118.1	33	الإنتاج الإذاعي	
6.568	124.5	122	الإنتاج الصحفي	
14.634	130.9	85	الإنتاج الخاص بأنشطة الإعلام التربوي	
10.746	125.7	295	جملة	

### جدول (18)

تحليل التباين لدلالة الفروق في السجاي العقلية المُنتجة بين الطلاب باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم

الدلالة	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
0.059 غير دالة	2.702	274.186	3	822.558	بين مجموعات	السجاي العقلية المُنتجة
		101.470	291	29527.748	داخل	
			294	30350.305	مجموع	

تُوضّح الجداول السابقة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة في السجايا العقلية المنتجة باختلاف الإنتاج الإعلامي المفضل لديهم للمشاركة به في المعارض الإعلامية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05، وبالتالي لم يتحقق الفرض الخامس.

وبالتالي لاحظت الباحثة مما سبق أن السجايا العقلية المنتجة لدى الطلاب لا تتأثر بالإنتاج الإعلامي المفضل لديهم، وذلك ما أظهرته النتائج من أن أنواع الإنتاج الإعلامي المتعددة (التلفزيوني، والإذاعي، والصحفي، وأنشطة الإعلام التربوي) لا تسهم في ارتفاع أو انخفاض معدل السجايا العقلية المنتجة لدى بعض الطلاب.

ويدل ذلك على أن نوعية العمل المطلوب من الطالب إنجازه لا يُعد من المؤشرات التنافسية التي تؤثر على مستوى السجايا العقلية المنتجة للطلاب. ملخص لأهم النتائج والتعليق عليها، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، ورصد مدى الاتفاق والاختلاف:

من خلال العرض السابق لنتائج صحيفة الاستقصاء والمقاييس ونتائج اختبار الفروض، يُمكن رصد بعض النقاط التي تُبين أوجه الاتفاق والاختلاف بين نتائج البحث الحالي ونتائج الدراسات والبحوث السابقة كالآتي:

- اتفقت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة (Al Khedair, Sarah, 2019)، حيث أثبتت فاعلية المشاركة في المعارض الإعلامية في تزويد الطالب بالمعلومات والمعرفة واسعة النطاق.

- اختلفت نتائج البحث الحالي عن نتائج دراسة (Sa Xiaoa Yulong, Biana, Chenglei Yang, 2018) التي أشارت إلى أن المشاركة في المعارض الافتراضية أكثر إفادة للطالب عن المشاركة في المعارض الواقعية، لكن نتائج البحث الحالي أثبتت أن المشاركة في المعارض التي يعمل بها الطالب بجد ومثابرة مُستخدماً عقله وبيده وأدواته هي الأكثر تأثيراً على الطالب وتُمدّه بالإفادة الأعمق.

- اتفقت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسات (Tonella, D, 2017)، (Myzelev, A, 2016) في إثبات أن المشاركة في المعارض الإعلامية تُزيد من المثابرة والاجتهاد لدى الطالب وتُحفزه إلى محاولة الوصول إلى مركز أعلى.

- اتفقت نتائج دراسة (Rybkina, Alexey D.; Grebennikova, Veronika M, 2019) مع نتائج البحث الحالي من حيث التأكيد على تأثير القدرة التنافسية للطلاب على تنمية وتطوير صفاته العقلية وإثارة نموه العقلي والفكري.

- اختلفت نتائج دراسة ( Moke, Kingston, K.F.; Chang, Calvin, K.W, 2018) مع نتائج البحث الحالي، حيث أثبتت الدراسة أن القدرة التنافسية لا تتعلق بتحسين المستوى الفكري للفرد، بعكس نتائج البحث الحالي التي أشارت إلى وجود علاقة متوسطة بين القدرة التنافسية للطلاب وتنمية السجاي العقلية لديه.

- أظهرت نتائج دراسة (Ivan Cantador, Jose M. Conde, 2018) العلاقة بين القدرة التنافسية للطلاب ومستوى التعلم، وبذلك اتفقت مع نتائج البحث الحالي التي أظهرت العلاقة بين القدرة التنافسية وتحسين مستوى التعلم والإنجاز للطلاب.

- اختلفت نتائج دراسات (ضياء الدين زاهر وفايزة رضا ندا، 2018م)، (شيرين محمد وسيم، 2017م) و (Neelaveni, C. Manimaran, 2015) وأغلب الدراسات التي اهتمت بتناول القدرة التنافسية عن نتائج البحث الحالي في أن تلك الدراسات أثبتت من خلال نتائجها أن العلاقة قوية بين القدرة التنافسية والارتقاء بالمستوى العام للجامعات، أما البحث الحالي اختلف في أن تركيزه الأساسي كان على العنصر البشري حيث بينت النتائج العلاقة بين القدرة التنافسية والارتقاء بالمستوى العقلي للطلاب.

- اتفقت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة (Alhamlan, Suad, etal, 2018) التي أثبتت أهمية دراسة السجاي العقلية المنتجة وفعاليتها في تطوير التفكير الطلابي ودفعهم إلى الارتقاء بمستواهم العقلي.

- اتفقت نتائج دراسة (Zeynep Bahar Ersen Iii, Rıdvan Ezentas, 2018) مع نتائج البحث الحالي في التأكيد على علاقة البيئة التعليمية بتحسين السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب، مع الفارق، حيث تناولت تلك الدراسة البيئة التعليمية بشكل عام، لكن البحث الحالي تناول عنصرًا آخر تمثل في المعارض الإعلامية.

- اتفقت نتائج البحث الحالي مع نتائج دراسة (A. Aubteen Darabi and David W. Nelson, 2017) في إثبات العلاقة بين تطوير المهارات العقلية للطلاب من خلال تنمية السجاي العقلية المنتجة لديهم ورفع مستوى الإنجاز لدى الطالب.

- اختلفت نتائج دراسات (Zihnın Cebırsel, Deniz Eroglu, 2017). (Jamal Abd Al-(Fattah Al-Assaf, 2017) و (Calik, Turans coll, 2015) عن نتائج البحث الحالي، حيث أثبتت نتائج تلك الدراسات أن المعرفة والتحصيل الدراسي المؤثر الرئيس على تنمية السجاي العقلية المنتجة، أما نتائج البحث الحالي فقد أظهرت أن التطبيق والعمل الميداني هما المؤثر على تنمية السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب.

رؤية مستقبلية حول معارض إعلامية داعمة للسجايا العقلية المنتجة والقدرة التنافسية: المعارض الإعلامية الطلابية باعتبارها شكلاً هاماً من أشكال التعليم الإعلامي لا بد أن تحظى بقدر كبير من الاهتمام، وفي النقاط التالية تتبين بعض ملامح رؤية مستقبلية حول تطوير المعارض الإعلامية الطلابية بشكل يدعم تنمية السجايا العقلية المنتجة والقدرة التنافسية:

- بناء أنشطة وتطبيقات إعلامية لصقل واكتشاف السجايا العقلية المنتجة، يُكلف بها الطلاب للمشاركة بها في المعارض الإعلامية.
- ضرورة أن تكون المشاركة في المعارض الإعلامية الطلابية إلزامية لا اختيارية لدفع الطلاب على العمل والاجتهاد وترقية العقل والتفكير والبحث عن التميز والانفراد.
- وضع خطط لإقامة المعارض الإعلامية بشكل يتبنى خلق الإبداع ودعم أعمال العقل والارتقاء بمستويات التفكير وحل المشكلات.
- إشراك الطلاب في تنظيم المعارض الإعلامية والإشراف عليها بأنفسهم، حتى تتسنى لهم الفرصة لممارسة السلوكيات الذكية ومستويات التفكير العليا.
- مساعدة الطلاب على تجسيد الأفكار الإعلامية بأشكال وأساليب تستهدف تطوير السجايا العقلية المنتجة لديهم.
- ضرورة تقويم مجال المعارض الإعلامية الطلابية في ضوء متطلبات تنمية السجايا العقلية المنتجة والوقوف على جوانب القصور ومعالجتها.
- دعم وتطوير الأداء الإعلامي للطلاب واستثمار وتوظيف السجايا العقلية المنتجة في تجويد وتحسين الإنتاج الإعلامي.
- تغيير أساليب القياس والتقييم الخاصة بالمعارض الإعلامية بحيث يكون أول الأهداف قياس مدى تمكن الطلاب من السجايا العقلية المنتجة وكيفية استخدامها.
- تنظيم جلسات نقاشية مع الطلاب باستخدام المناقشات الاستكشافية لتحديد المحاور الخاصة بالمعرض الإعلامي، وبناء خطة الاستعداد وطرق وأساليب العرض بشكل يُدعم إبراز الإنتاج المتميز للتشجيع على التنافسية بين الطلاب.
- عقد برامج تدريبية خاصة للطلاب قبل موعد إقامة المعارض الإعلامية لتوجيه وإرشاد الطلاب بشأن كل ما يتعلق بالمعارض الإعلامية والإنتاج الإعلامي.
- تبني السجايا العقلية المنتجة وتوظيفها كمدخل في بناء الأنشطة والبرامج الإعلامية والتعليمية.



- إعداد نشرات إعلامية قبل إقامة المعارض الإعلامية بحيث تحوي مُحفزات للطلاب نحو المنافسة، وتوجيهات تُوضح أهمية التنافس الراقى الداعم إلى الإفادة.
- الاهتمام بإزالة العقبات وعلاج المشكلات التي تحول دون إقبال الطلاب على المشاركة في المعارض الإعلامية، وضرورة تطوير الأنشطة حتى تواكب التطورات والتغيرات المتسارعة.
- بناء بيئة المعرض الإعلامي الداعمة لتنمية السجيا العقلية المُنتجة التي تستثير الطلاب وتُشجعهم على العمل والمناقشة والبحث والاستمرارية في التفكير ومداومة طلب التعليم والتعلم.
- وضع شروط لمشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية أهمها القدرة على مزج المعرفة النظرية بالتطبيقية في شكل إنتاج إعلامي هادف.
- إتاحة الفرصة للطلاب للمشاركة في وضع معايير تقييم الإنتاج الإعلامي المُشارك به في المعارض الإعلامية في ظل مبادئ التعلم العقلي والتنافسي الإيجابي.

#### الخاتمة:

إن بناء السجيا العقلية المُنتجة لدى المتعلمين غدا ضرورة حتمية في عصر أصبحت فيه نهضة الأمم مرهونة بمدى ما تمتلكه من العقول المُفكرة القادرة على بناء المجتمع ليسير في ركب التقدم والتنمية، ويقف جنبًا إلى ذلك ضرورة تشجيع التنافس الإيجابي الشريف الذي يُفجر الطاقات الفكرية والمهارية ويُسخرها في طريق التميز والانفراد، ولا بد من تنبيه المؤسسات التعليمية الإعلامية والمؤسسات التربوية بذلك، وإعادة النظر في نُظُمها التعليمية لتضع نُصب أعينها أهمية بناء عقول المتعلمين وتنمية مهاراتهم الفكرية والتنافسية.

وذلك ما سعى إليه البحث الحالي من حيث إلقاء الضوء على ضرورة تنمية القدرة التنافسية والسجيا العقلية المُنتجة لدى الطلاب، وذلك من خلال التطبيق على بيئة إعلامية تمثلت في المعارض الإعلامية التي تُعد بمثابة شكل هام من أشكال التعليم الإعلامي، حيث اهتم البحث بدراسة مدى مُشاركة الطلاب في المعارض الإعلامية وعلاقتها بتنمية القدرة التنافسية والسجيا العقلية المُنتجة لديهم.

وخلص البحث إلى بيان أهمية تنمية السجيا العقلية المُنتجة وكيفية العمل عليها وتوظيفها في البيئة الإعلامية، كما بيّن أن القدرة التنافسية من شأنها أن تقود المتعلم إلى بذل أقصى طاقته وإخراج ما بجعبته حتى يصل إلى إنتاج إعلامي مُتميز؛ مما يُسهم في تجويد وتحسين مخرجات عملية التعليم الإعلامي، وعليه فإنه من الضروري توجيه

البحوث الإعلامية والتربوية إلى الاهتمام بدراسة السجاي العقلية المنتجة والقدرة التنافسية؛ لدورها الفاعل وإلهامها في النهوض بالعملية التعليمية، وأخيرًا يُعد البحث الحالي امتدادًا للاتجاه البحثي الحديث المعني بالعقل والتطبيق، وتم إجراؤه في بيئة إعلامية وذلك ما يُميزه عن الدراسات والبحوث السابقة.

#### التوصيات:

- يستعرض البحث الحالي في النقاط الآتية بعض التوصيات المُستخرجة من موضوع البحث ونتائجه، التي قد تُفيد الباحثين والمعنيين بالتعليم الإعلامي والتعلم والتربية:
- توجيه أنظار القائمين على الإعلام والإعلام التربوي إلى أهمية تضمين السجاي العقلية المنتجة في الأنشطة والتطبيقات الطلابية.
- حث وتشجيع الباحثين والدارسين في مجالات الإعلام والإعلام التربوي على مزيد من البحوث العلمية حول المعارض الإعلامية التي تُعد مسارًا هامًا من مسارات التعليم الإعلامي للطلاب.
- التأكيد على المؤسسات التعليمية بضرورة تنمية السجاي العقلية المنتجة لدى المُتعلم حتى يتعود على مُمارستها في التعامل مع المواقف الحياتية المختلفة المُرتبطة بالبيئة الدراسية أو خارجها.
- مناقشة المسؤولين عن الإعلام والإعلام التربوي بالجامعات إلى إعادة صياغة المناهج والأنشطة وتوجيهها إلى بناء السجاي العقلية وتنوير الفكر وإثارة التفكير.
- التأكيد على المعنيين بالتعليم أن تكون السجاي العقلية المنتجة هدفًا رئيسًا مُخططًا إليه في جميع مراحل التعليم، وأن اهمال تنميتها يُسبب العديد من جوانب القصور في نتائج العملية التعليمية.
- إلقاء الضوء على أهمية الاهتمام بتنمية السجاي العقلية المنتجة؛ لما لها من دور كبير في تعزيز تعلم الطلاب وبقاء أثر التعلم وبناء القدرات الذهنية.
- دعوة مُصممي المناهج التعليمية للمراحل الدراسية المُختلفة للتعليم قبل الجامعي والجامعي إلى تصميمها بطرق تُسهم في قياس السجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب.
- إثارة انتباه القائمين على التعليم من جانب والإعلام من جانب آخر إلى أهمية تنمية السجاي العقلية المنتجة وإدراك انعكاساتها على الموقف التعليمي والإعلامي.
- عقد دورات تدريبية لأعضاء هيئة التدريس والطلاب حول السجاي العقلية المنتجة وكيفية توظيفها في التعليم، وبناء الأدوات المناسبة لقياسها وتقويمها.

- التأكيد على أهمية التقدير المادي والمعنوي للطلاب المشاركين في المعارض الإعلامية والتميزين في مشاركتهم كنوع من التشجيع وإثارة القدرة التنافسية.
- الاهتمام بمعالجة السجاي العقلية المنتجة في البحوث الإعلامية والتربوية والتعليمية، فالهدف ليس مجرد حيازة المعرفة بل بناء إنسان مُفكر لديه التزامات عقلية وسلوكية وفكرية هادفة.
- عقد ورش عمل ودورات تدريبية وتنشيطية وتوعوية مُوجهة إلى المؤسسات التعليمية حول القدرة التنافسية الهادفة، والدعوة إليها والتدريب على مهاراتها وترجمتها إلى هدف تعليمي تربوي يُمكن تحقيقه.
- توجيه الأنظار إلى ضرورة الاهتمام بتنمية القدرة التنافسية الطلابية لدورها في بناء العقول الحماسية القادرة على مواجهة الفكرية.
- نشر ثقافة التعليم والتعلم من أجل تنمية القدرات الذهنية الفكرية والتنافسية بدلاً من ثقافة التعليم والتعلم من أجل الحفظ والتلقين.

#### المراجع:-

- <sup>1</sup> الرغيب، ريهام فهد. (2011). "أثر المعارض الإلكترونية على المستوى الإبداعي ودافعية طلاب مقرر التصميم الداخلي بالمعهد العالي للفنون المسرحية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليج العربي، البحرين.
- <sup>2</sup> Miller, B. (2017). Free to manage, a neo-liberal defense of academic freedom in British higher education, **Journal of higher education policy, management**, V.36, N.2.
- <sup>3</sup> Len, T, Others. (2008). A new strategic model for universities undergoing transformation, **International journal of commerce, management**, USA, V.8.
- <sup>4</sup> Costa, A. (2007). Building amore thought-full learning community with habits of mind, **science, education**, N.14.
- <sup>5</sup> عبيده، ناصر السيد. (2011). أثر استخدام أستوديو التفكير في تدريس الرياضيات لتنمية عادات العقل المنتج ومستويات التفكير التأملي لدى تلاميذ الصف الأول الإعدادي، **مجلة دراسات في المناهج وطرق التدريس**، ع4، ص102.
- <sup>6</sup> إبراهيم، أحمد سيد. (2014). فاعلية برنامج قائم على استراتيجيات التفكير المتشعب لتنمية مهارات الفهم القرائي الإبداعي وبعض عادات العقل المنتج لدى طلاب الصف الأول الثانوي، **المجلة العلمية لكلية التربية**، جامعة أسيوط، ع4، ص30.
- <sup>7</sup> أبو بكر، عبداللطيف عبدالقادر. (2006). أثر استخدام استراتيجيات التعلم التعاوني في تنمية السجاي العقلية والاتجاه نحو مادة السيرة النبوية لدى طالبات شعبة الدراسات الإسلامية بكليات التربية في سلطنة عمان، **مجلة القراءة والمعرفة**، ع53، كلية التربية، جامعة عين شمس.
- <sup>8</sup>Costa, kellick.(2000). **Discovering habits of mind**, Association for supervision, curriculum development, VA: ASCD.

- <sup>9</sup> قطامي، يوسف، عمور، أميمة. (2005). *عادات العقل والتفكير: النظرية والتطبيق*، عمان، دار الفكر.
- <sup>10</sup> Al Khedair, Sarah. (2019). RECONNECT Is an Exhibition Design Proposal about the Effect of Social Media and Strategies to Deal with the Information Revolution Mindfully Through an Interactive Experience, **ProQuest Dissertations Publishing**, The George Washington University.
- <sup>11</sup> Sa Xiaoa Yulong, Biana Chenglei Yang. (2018). Optimal Device Choice and Media Display: A Novel Multimedia Exhibition System Based on Multi-terminal Display Platform, **Procedia Computer Science**, Volume 129.
- <sup>12</sup> Huh, C.-L.(2018). Communication model of commitment and engagement: Illustrations of exhibition social media marketing, **Journal of Convention and Event Tourism, Department of Economics**, SOCE, Fu Jen Catholic University, New Taipei City, Taiwan, Volume 19, Issue 4-5.
- <sup>13</sup> Wu, L., Li, X. (2017). The impact on exhibition design under the development of new media art, **Agro Food Industry Hi-Tech**, College of Fashion and Design, Donghua University, Shanghai, China, Volume 28, Issue 3.
- <sup>14</sup> Tonella, D. (2017). Audiovisual media in exhibitions. Fragments from the current museum practice, **Schweizerisches Archiv fur Volkskunde**, Volume 113, Issue 2.
- <sup>15</sup> Myzelev, A.(2016). Craft of inauthenticity: Notes on originality, media and craft exhibitions, State University of New York, 1 College Circle, Brodie Hall 224, Geneseo, NY 14454, United States, Volume 7, Issue 2.
- <sup>16</sup> Dunstan, Jack.(2015). Sites Contested, Ideas Connected: Networked Media in Exhibitions of Contemporary Significance, A thesis submitted for degree of master of philosophy, **ProQuest Dissertations Publishing**, The Australian National University, Australia.
- <sup>17</sup> Pei-YuLin, Wei-FanHsieh. (2015). Media pattern exhibition mechanism via mobile devices, **Journal of Visual Communication and Image Representation**, Volume 25, Issue 8.
- <sup>18</sup> Rybkin, Alexey D.; Grebennikova, Veronika M(2019). The Role of Creativity in the Process of Competitive Teacher Training Subject to Russian Professional Standard Requirements, **European Journal of Contemporary Education**, V.8, N.2.
- <sup>19</sup> Moke, Kingston, K.F.; Chang, Calvin, K.W. (2018), Mediation Effect of Resilience on the Relationship between Self-Efficacy and Competitiveness among University Students, **International Journal of Evaluation and Research in Education**, Vol.7, No.4.
- <sup>20</sup> Ivan Cantador, José M. Conde, (2018). Effects Of Competition In Education: A Case Study In An E-Learning Environment, **International Journal Of Technical Computing**, Department to de Ingeniería Informatics, Universidad Autónoma de Madrid.

<sup>21</sup> Berkova, Katerina; Boruvkova, Jana; Lizalova, Lenka. (2018). Motivation of Students of Economic and Technical Study Programmes as a Tool of Competitiveness of Universities and Colleges: Empirical Study, **Journal on Efficiency and Responsibility in Education and Science**, V.11, N.4.

<sup>22</sup> ضياء الدين زاهر، فايزة رضا ندا. (2018). دور القيادات الأكاديمية الجامعية في الارتقاء بالقدرة التنافسية للجامعات: دراسة تحليلية نقدية، **مجلة مستقبل التربية العربية**، المركز العربي للتعليم والتنمية، مج25، ع111. <sup>23</sup> وسيم، شيرين محمد. (2017م). "إدارة رأس المال الفكري: مدخل لتعزيز القدرة التنافسية لكليات التربية بجامعة المنصورة"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية جامعة المنصورة.

<sup>24</sup> Darja kobal grum. (2016). Competitiveness and motivation for education among university students, **International Journal on New Trends in Education and Their Implications**, European Faculty of Law, University of Ljubljana, V.6 Issue: 3.

<sup>25</sup> Neelaveni, C. Manimaran, (2015). Statistical study on higher education institutions in India, **international journal of educational administration and policy studies**, V.6, N.9.

<sup>26</sup> Calik, Muammer; Karatas, Faik Ozgur. (2019). Does a "Science, Technology and Social Change" Course Improve Scientific Habits of Mind and Attitudes towards Socioscientific Issues?, Australian, **Journal of Teacher Education**, V.44, N.6.

<sup>27</sup> Alhamlan, Suad, (etal). (2018). A Systematic Review: Using Habits of Mind to Improve Student's Thinking in Class, **Higher Education Studies**, Published by Canadian Center of Science and Education, V.8, N.1.

<sup>28</sup> Zeynep Bahar Erşenlii , Rıdvan Ezentas. (2018). Evaluation Of The Teaching Environment For Improve The Geometric Habits Of Mind Of Tenth Grade Students, **European Journal of Education Studies**, Afyon Kocatepe University, Faculty of Education, Turkey.

<sup>29</sup> محمود، صلاح محمد. (2018). عادات العقل المنتجة وعلاقتها بفاعلية الذات الإرشادية لدى المرشد النفسي المدرسي، **مجلة البحث العلمي في التربية**، ع19، جامعة القصيم.

<sup>30</sup> A. Aubteen Darabi and David W. Nelson. (2017). Catering for Student Diversity: Building Academic Skills in Graduate Attributes Learning and Assessment Opportunities through Collaborative Work, **Journal of Research on Technology in Education**, V.40, N.1.

<sup>31</sup> Zihnin Cebirsel, Deniz Eroğlu. (2017). Integration of Algebraic Habits of Mind into the Classroom Practice, **Elementary Education Online**, V.16, N.2.

<sup>32</sup> Jamal Abd Al-Fattah Al-Assaf. (2017). The Teaching Habits of Mind, Their Relationship To Positive Behavior of Social Studies Teachers in Lower Basic Stage In University District -The Capital (Amman), **Journal of Curriculum and Teaching**, V.6, N.2.

<sup>33</sup> عبدالرحيم، طارق نور الدين. (2018). عادات العقل والدافعية العقلية والتخصص الدراسي والجنس كمتغيرات تنبؤية لكفاءة التعلم الإيجابية لدى طلاب جامعة سوهاج، **مجلة كلية التربية بجامعة سوهاج**، المجلة التربوية، العدد 52 أبريل.

<sup>34</sup> Calik, Turans coll. (2015). Across age study of elementary student teacher' scientific habits of mind concerning socio scientific issues, **international journal of science and mathematics education**, V.12,N.6.

<sup>35</sup> <https://www.google.com.eg/>

<sup>36</sup> العنبي، بدر مبروك. (2014). "تسويق الخدمات الجامعية ودوره في تحقيق القدرة التنافسية في للجامعات السعودية: تصور مقترح لحالة جامعتي أم القرى والملك عبدالعزيز من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية جامعة أم القرى.

<sup>37</sup> القرني، حواء محمد. (2018). تطوير سياسة القبول في الجامعات السعودية لتحقيق القدرة التنافسية في ضوء التجارب العالمية، **مجلة العلوم التربوية والنفسية، كلية العلوم الاجتماعية جامعة الإمام محمد بن سعود،** ع20، مج2.

<sup>38</sup> Cuoco,A, Goldenberg, E.P,Mark.(2010). Contemporary curriculum issues: **Organizing a curriculum around mathematical habits of mind, Mathematics teacher**, V.103, N.9.

<sup>39</sup> Costa, Kallick. (2001). **Developing mind: A resource book for teaching thinking**, Third edition, Alexandria, VA: Association for supervision and curriculum development.

<sup>40</sup> عبيده، ناصر السيد.(2011). استخدام استديو التفكير في تدريس الرياضيات لتنمية عادات العقل المنتج ومستويات التفكير التأملي لدى تلاميذ الصف الأول الابتدائي، **دراسات في المناهج وطرق التدريس، الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، كلية التربية جامعة عين شمس،** ع.173.

<sup>41</sup> أبو بكر، عبداللطيف عبدالقادر.(2006). أثر استخدام استراتيجيات التعلم التعاوني في تنمية السجاي العقلية والاتجاه نحو مادة السيرة النبوية لدى طالبات شعبة الدراسات الإسلامية بكلية التربية في سلطنة عمان، **مرجع سابق.**

<sup>42</sup> سعد، مراد علي عيسى.(2016). فعالية برنامج إثرائي قائم على التعليم المتميز في ضوء استراتيجيات السقالة التعليمية ما وراء المعرفية في تنمية بعض مهارات التعلم المنظم ذاتياً وعادات العقل المنتج لدى الموهوبين من طلاب الصف الثاني الإعدادي، **مجلة التربية الخاصة والتأهيل،** مج3، ع11.

<sup>43</sup> <https://www.google.com.eg/>

<sup>44</sup> Marazon Robert. (1993). How classroom teachers approach the teaching thinking, **Thoary into practice**, N.32, V.3.

<sup>45</sup> Janice Wiersem, Barbara Licklider. (2009). Intentional mental processing: student thinking as a habit of mind, **Journal of Ethnographic, Qualitative Research**, V.3.

<sup>46</sup> القحطاني، عثمان علي. (2014). فاعلية برنامج إثرائي قائم على نموذج أبعاد التعلم لمادة الجبر في تنمية عادات العقل المنتج لدى الطلاب، **المجلة العربية لتطوير التفوق، جامعة تبوك،** مج5، ع8.

<sup>47</sup> Grotzer Tina.(2000). Learning the habits of mind that enable mathematical and scientific behavior, Issues of instructional technique in Math and science learning, **National science teachers Association**, V.3, N.7.

<sup>48</sup> Tatage Yuli.(2011). Level of student's creative thinking in classroom mathematics, **educational research and review**, V.6, N.7.

<sup>49</sup> عفانة، نداء إسماعيل. (2013). "أثر استخدام استراتيجيات التعلم بالدمغ ذي الجانبين في تدريس العلوم لتنمية بعض عادات العقل المنتج لدى طالبات الصف التاسع الأساسي بغزة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.