

علاقة التكوين النفسي والمهني بالانداء الإبداعي للقائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي: دراسة في إطار نظريتي رأس المال النفسي وانتشار المستحدثات

د / هيثم جوده مؤيد(*)

مقدمة:

عنيت الدراسات الإعلامية التي تناولت الظاهرة الإبداعية بدراسة المجالات المختلفة لتلك الظاهرة، فركز بعضها على الناتج الإبداعي أو المحاكاة بالحاسب الآلي للإنتاج الإبداعي، في الوقت الذي حاولت دراسات أخرى التعرف على المناخ المحيط بعملية الإبداع، كما حاولت بعض الدراسات التعرف على تأثير العملية الإبداعية ودراسة شخصية المبدع، وإن كان التركيز قد أنصب بدرجة أكبر على مجالي الناتج الإبداعي والمناخ المحيط بعملية الإبداع أكثر من التركيز على شخصية المبدع.

وقد جاء هذا التنوع توافقاً مع تعدد المداخل النظرية التي أسهمت في فهم تنظيم البيئة المعقدة لتلك الظاهرة الإبداعية، إذ تشير الأدبيات إلى عشرات النظريات في الإبداع، إلا أنها تفاوتت في تفسير تلك الظاهرة الإبداعية نتيجة لاختلاف المنطلقات الفكرية لروادها، وكذلك نتيجة لتركيز كل واحد منهم على جانب واحد أو أكثر وإغفال الجوانب الأخرى، فجاءت تلك النظريات متعددة ومتشعبة.

من هذه المجالات ما ركز على العمليات الذهنية واعتبرها هي جوهر العمل الإبداعي التي تقود الفرد إلى النواتج الإبداعية، وتؤكد أن الإبداعية يمكن تعليمها كأية مهارة، إذ يمكن تتميتها عن طريق التعلم والتدريب. وركزت نظريات أخرى على الإبداع من المنظور النسقي وطبيعة الموقف والبيئة التي يتواجد فيها الفرد، ورأت أن العملية الإبداعية يتم تفصيلها داخل سياق بيئي وليس في الفراغ، وتؤكد أن المنتجات الإبداعية هي نتاج لتطافر الأفراد والتفاعل بين الشبكات الاجتماعية المختلفة وعدد من مجالات العمل أو البحث داخل بنية نسقية، بينما ركزت نظريات أخرى على الجانب النفسي لفهم طبيعة الاستبصار، أي المجال الذي تأتي منه الأفكار الإبداعية، وحرص أصحاب هذا التوجه على الربط بين الإبداع والعمليات النفسية ومتغيرات الشخصية، ووفق لهذا المجال ينظر إلى الإبداع كسمة عقلية يمكن تقديرها كمياً بالأدوات القياسية المناسبة، وهذا الاتجاه الذي تبناه جيلفورد Guilford، وتورانس Torrance¹.

* تم ترقيته بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية - جامعة الزقازيق.

وقد حظي الجانب النفسي باهتمام ملحوظ من قبل بعض العلماء والباحثين في مجال الدراسات الإبداعية، ساعين إلى اكتشاف العلاقة بين السمات النفسية والخصائص السلوكية للأفراد والأداء الإبداعي لديهم، وذلك للوقوف على العوامل التي تزيد أو تنقص من الأداء الإبداعي داخل أي سياق تنظيمي أو مهني^٢.

وضمن هذا الإطار تأتي نظرية رأس المال النفسي باعتبارها إحدى روافد علم النفس الإيجابي الذي ينظر إلى بعض الأفراد باعتبارهم مجموعة من الموهوبين يمتلكون من الصفات الإيجابية في جوهرها، وأن هذه الصفات تسمح لهم بالنمو باستمرار والتطور مما يؤثر على أدائهم الإبداعي، ولكي يظهر هذا الأداء الإبداعي لا بد من توافر بعض الصفات الإيجابية لديهم تتمثل في الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، والتفاؤل، والإيجابية، والإصرار على الإنجاز، والانخراط في العمل والشجاعة والتسامح وغيرها من الأبعاد المتعددة وهي الأبعاد المكونة لرأس المال النفسي، ووفقاً لذلك كلما ارتفعت تلك الصفات لدى الأفراد انعكست بدورها على المنتجات النهائية لإعمالهم^٣.

وفي إطار هذا البحث أيضاً تأتي نظرية انتشار المستحدثات التي ترى أن تبني أي ابتكار يمر بعدة مراحل تبدأ بالمعرفة ثم الاقتناع والقرار والتطبيق وأخيراً التأكيد^٤. وتوافقاً مع ذلك يمر الأداء الإبداعي بأربعة مراحل تبدأ بمرحلة توليد الفكرة الإبداعية الابتكارية وهي المرحلة التي تقابل المعرفة، يليها مرحلة الاحتضان أو تكوين الاتجاه نحو الابتكار وهي التي تقابل الاقتناع، ثم مرحلة الإلهام أو الإشراف والتي تقابل القرار، وأخيراً مرحلة اتخاذ القرار إما التبنى أو الرفض للفكرة الإبداعية وهي التي تقابل التطبيق وتأكيد الفكرة^٥.

والممتنع للتطورات التي حدثت في الآونة الأخيرة لبيئة العمل الصحفي، يجد أنها تغيرت بشكل كبير عما كان عليها سابقاً؛ نتيجة لثورة تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات التي فرضت ظروفاً جديدة مغايرة لما اعتادت عليه المؤسسات الصحفية، وأوجدت حالة تنافسية شديدة غير مسبقة، كما أفرزت العديد من الآلات والعقول الإلكترونية التي تقوم بالعديد من الأعمال الروتينية والتقليدية، وتترك للإنسان الأعمال والأنشطة الإبداعية.

وقد أفضت تلك التحولات التي حدثت في البيئة الإعلامية الجديدة إلى إحداث تغيير في الأدوار المهنية والوظيفية للقائمين بالاتصال داخل بيئة العمل الصحفي، بدءاً من مرحلة جمع الأخبار وتغطيتها، مروراً بعملية المعالجة والإنتاج، ثم البث والتوزيع

والتخزين والأرشفة، مما أثر في ظروف العمل وأدى إلى إعادة هيكلة الإنتاج وقصر مساحة التغطية في الزمان والمكان، وكذلك في مساحة بيئة العمل^٦.

هذه التغيرات التي حدثت في البيئة الإعلامية بشكل عام، يجب أن يماثلها تغير في مستوى الأداء والممارسة المهنية سواء في شكل الوسيلة أو على نمط الأداء لتتلاءم مع طبيعة مستخدمي المحتوى الإعلامي في بيئة المواقع الإلكترونية، وهذا يتطلب أن يكون لدى القائمين بالاتصال مجموعة من المهارات الأدائية الإبداعية، منها ما يتعلق بالسلوك العام في بيئة العمل والتمثل في القدرة على إنجاز العديد من المهام تحت ضغط الوقت، والقدرة على التفاوض مع الجماعات الافتراضية والعمل بطريقة لا مركزية، ومنها ما يرتبط بالقدرة الابتكارية في إنتاج المحتوى واختيار أفكار وموضوعات تثير اهتمام الجمهور والتعرف على ردود أفعالهم تجاه الموضوعات الهامة، وكذلك توظيف التطبيقات التفاعلية المسموعة والمرئية، ومن هذه المهارات الأدائية الإبداعية أيضا ما يرتبط بالقدرة على استخدام آليات وتقنيات إنتاج المحتوى الإلكتروني سواء في الوسائل المطبوعة أو في بيئة الإعلام الرقمي^٧.

ومع إدراك الصحف للتحويلات التي أحدثتها المستحدثات التكنولوجية، بدأت تميل إلى عدم حاجتها في غرف الأخبار إلى مجرد محررين تقليديين، يجمعون الأخبار والمعلومات فحسب، بل تحتاج إلى عناصر بشرية بمهارات متعددة ومتنوعة لكي تتمكن من التمييز بين الجوانب التحريرية والفنية في عملية صنع الأخبار، ويكونون على اطلاع دائم بالمستجدات في الساحة الإعلامية والتقنية، ومعرفة آخر التحديثات في وسائل التواصل الاجتماعي، وقادرين في الوقت ذاته على معالجة الأخبار والمعلومات، وتجهيزها في قوالب مختلفة غير القالب النصي المعهود؛ تمهيدا لنشرها في الوسائل الإعلامية الجديدة^٨.

وقد دفعت تلك التحويلات التي حدثت في البيئة الإعلامية العديد من الباحثين للبحث في العلاقة بين الأداء المهني والمتغيرات المرتبطة ببيئة العمل الصحفي، وضمن هذا الإطار أكدت الأدبيات أن المضمون الصحفي يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية للقائم بالاتصال، وعلى الجانب تتأثر الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في المؤسسة، والتأهيل العلمي والمهني، ثم اتجاهات العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي والضغط من داخل التنظيم نفسه وخارجه،

وهذا ما يعني أن الناتج الإبداعي لا يتأثر فقط بالعوامل النفسية للقائمين بالاتصال، ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية داخل بيئة العمل الإعلامي^٩.

وبفعل التغيرات السريعة التي حدثت في البيئة الصحفية الجديدة، وضمن هذا التفكير أصبحت الموارد النفسية الإيجابية رأس مال، والمعلومات سلعة، والإبداع والابتكار سمة النجاح والتطور، وهذا ما أدى بدوره إلى وجود حاجة ملحة لدى المؤسسات الصحفية إلى الاهتمام بالشخصية المبدعة، وإيجاد بيئة مناسبة لرعاية وتحفيز الإبداع، لتتمكن من تحقيق أهدافها التي تتلاءم مع طبيعة العصر الذي نعيشه الآن.

وقد حتم هذا الوضع على القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية أن يستجيبوا لتلك التغيرات والتحويلات التكنولوجية بحيث يتبنوا طرقاً إبداعية ابتكارية مرتبطة بمجال إنتاج المحتوى الرقمي تتوافق مع التغيرات التي حدثت في البيئة الإعلامية الجديدة، ولكن يتبقى السؤال ما درجة تبنيتهم للمستحدثات التكنولوجية؟ وهل هناك عوامل قد تؤثر على الممارسة الصحفية؟ وضمن هذا الإطار تأتي الدراسة الحالية لاستكشاف التأثير النفسية الإيجابية والمهنية على الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية.

■ مشكلة الدراسة:

الإبداع ليس مجرد إنتاج فريد للعقل البشري، ولكنه محصلة للتفاعل الديناميكي بين كل من الفرد المبدع بما يؤثر عليه من متغيرات نفسية والمجال الذي يعمل فيه هذا الفرد، بالإضافة إلى مجموعة الأحكام التي تقيس جودة الأعمال التي يتم تنفيذها. لذا فمن المهم عند دراسة الإبداع داخل بيئة العمل المهني وبصفة خاصة البيئة الصحفية أن ندرك طبيعة العلاقة التي تربط بين المتغيرات النفسية والثقافة التنظيمية داخل بيئة العمل والإبداع الفردي والابتكار التنظيمي، ذلك أن السياسات التنظيمية قد تجعل من المبتكرين أقل احتمالاً في أن يعبروا عن إمكاناتهم الإبداعية حينما يفقدوا الدعم لتنفيذ بعض أفكارهم الإبداعية من قبل إدارة المؤسسات الصحفية لهم.

وإذا كانت السياسات التنظيمية لها تأثير على الأداء الإبداعي فإن النواحي النفسية لدى القائمين بالاتصال لا تقل أهمية عن السياسات التنظيمية داخل بيئة العمل، فقد تؤثر النواحي النفسية بالإيجاب أو السلب على أداءهم الإبداعي، ووفق لذلك فإن بعض الأبعاد النفسية الإيجابية المتمثلة في (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، والتفاؤل) وهي الأبعاد المكونة لرأس المال النفسي، قد يكون لها تأثير على الأداء الإبداعي الابتكاري المتمثل في القيام بالعديد من الأنشطة الهادفة الموجهة نحو توليد أفكار جديدة

تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، والتحقق من ملاءمة وواقعية هذه الأفكار، وحشد الدعم والتأييد لها ومن ثم تطبيقها على أرض الواقع.

وهذا يتطلب أن يتوافر لدى القائمين بالاتصال ثقة في قدراتهم الذاتية (الكفاءة الذاتية) لاتخاذ الجهد اللازم لتحقيق النجاح في إنتاج بعض المواد الإعلامية بحيث تتسم بشكل ابتكاري إبداعي، وكذلك يتوافر لديهم بعض الصفات الإيجابية (التفاؤل) حول مستقبل العمل الصحفي واستشرافهم بأن الصحافة الرقمية ستنتج في مواجهة الضغوط التي تتعرض لها، وعند الضرورة إعادة توجيه المسارات إلى الأهداف (الأمل) من أجل النجاح في إنتاج مواد إعلامية إبداعية ابتكارية.

وتأسيساً على ما سبق يمكن القول إن الإبداع في بيئة المؤسسات الصحفية الإلكترونية هو حصيلة توافر السمات النفسية الإيجابية المشجعة على الإبداع، والبيئة الخارجية التي لا تعيق الإبداع ولا تقف له بالمرصاد.

وهذا ما ستحاول الدراسة الحالية استكشافه من خلال دراسة العلاقة بين كل من رأس المال النفسي بأبعاده الأربعة المتمثلة في الكفاءة الذاتية، والأمل، والمرونة، والتفاؤل، وكذلك الأبعاد المهنية المتمثلة في التدريب والخبرة الوظيفية، وعلاقات وضغوط العمل والرضا الوظيفي، والأداء الإبداعي بمراحله الثلاث المتمثلة في مرحلة توليد الفكرة الإبداعية الابتكارية، ومرحلة الاحتضان وتكوين الاتجاه نحو الفكرة الإبداعية الابتكارية، ثم مرحلة الإلهام أو الإشراق التي تقابل القرار، وأخيراً مرحلة اتخاذ القرار (التبني/ الرفض) للفكرة الإبداعية.

■ أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من الاعتبارات التالية:

١. أنها تنطلق في صياغة إطارها النظري والمنهجي من فروض نظرية رأس المال النفسي التي حظيت باهتمام كبير من قبل دوائر البحث الغربية، والتي باتت تشكل منذ أن طرحها مارتن سليجمان Martin Seligman عام ٢٠٠٢ إطاراً تفسيرياً متكاملأ يأخذ بعين الاعتبار عدداً كبيراً من المتغيرات النفسية. وبالرغم من ثراء الأطروحات المركزية التي دفعت بها النظرية، إضافة إلى المناقشات الواسعة التي أثارها في المحيط الغربي، إلا أنها لم تلق بعد الاهتمام الكافي على صعيد الدراسات العربية بشكل عام، والإعلامية منها بشكل خاص، وهو ما يضيف أهمية خاصة لهذه الدراسة.

٢. كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من الأهمية التي اكتسبتها نظرية انتشار المستحدثات لروجرز إيفرت روجرز Everett Rogers والتي اختبرت العوامل المؤثرة في انتشار وتبني أي مبتكر إبداعي ورأت أن عملية التبني تمر عبر عدة مراحل، لذا تحاول الدراسة الحالية الربط بين البعد النفسي ومرحل العملية الإبداعية وهذا الجانب لم يحظ بالقدر الكافي من قبل الدراسات الإعلامية.

٣. قلة الدراسات الإعلامية التي تناولت تأثير العوامل النفسية على الأداء الإبداعي وبصفة خاصة في مجال الدراسات الصحفية، فالمتتبع لدراسات الإبداع يجد أن الباحثين في مجال الدراسات الإعلامية درسوا الجوانب المتعلقة بالمنتج والبيئة أما المتغيرات النفسية فلم تحظ بالقدر الكافي من الاهتمام.

٤. كما تأتي أهمية الدراسة من منطلق ما أشارت إليه العديد من الأدبيات من أهمية دراسة الجانب النفسي بأبعاده الإيجابية وعلاقته بالأفكار الإبداعية على اعتبار أن الجانب النفسي يوفر أرضية خصبة لإطلاق العنان للمواهب والأفكار الإبداعية.

٥. كما تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضاً من كونها تتوافق مع التحولات التي حدثت في بيئة الإعلام الجديد والتي فرضت أدوات وإمكانات لم تكن موجودة سابقاً، مما يحتم على القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية الاستجابة لتلك التحولات والعمل على إنتاج مواد إعلامية إبداعية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، وليس مواد تقليدية كما كان سابقاً، وتتلاءم أيضاً مع طبيعة جيل جديد من مستخدمي المواقع الإلكترونية أصبح يتعامل مع البيئة الجديدة.

■ أهداف الدراسة:

تتطلق الدراسة من هدفٍ رئيس يتمثل في استكشاف تأثير المكونات النفسية الإيجابية المكونة لرأس المال النفسي بأبعاده (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، التفاؤل) والمكونات المهنية بأبعاده المتمثلة في (التدريب، علاقات العمل وضغوطه، الرضا الوظيفي) على الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (توليد الفكرة، الاحتضان وتكوين الاتجاه نحو الفكرة، والقرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي؛ ويتفرّع من هذا الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:

١. التعرف على مستويات الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية.

٢. بيان نوع وطبيعة العلاقة التي تربط بين كل من أبعاد رأس المال النفسي الإيجابي وأي من أبعاد الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية.
٣. الكشف على تأثير علاقة العمل وضغوطه وعوامل التدريب في الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية.
٤. اختبار تأثير بعض الخصائص الفردية المتمثلة في النوع والعمر والخبرة في العلاقة بين الأبعاد الفرعية لرأس المال النفسي وأبعاد الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الصحفية.

■ مصطلحات الدراسة:

■ التكوين النفسي الإيجابي:

يُعرّف على أنه العوامل النفسية الإيجابية المتمثلة في شعور القائمين بالاتصال بكفاءتهم الذاتية ومرونتهم في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في بيئة العمل، والتي تدفعهم للقيام بالعديد من الأنشطة الهادفة لتوليد أفكار إبداعية ابتكارية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة وتفاؤلهم بأن تلك الأفكار مناسبة للبيئة الإعلامية الرقمية.

■ التكوين المهني:

يُقصد به العوامل المهنية المؤثرة في أداء القائمين بالاتصال والمتمثلة في عامل الدراسة المتخصصة، والتدريب والدورات الداخلية والخارجية والخبرة وبيئة العمل (علاقة العمل- ضغوط العمل- الرقابة)، بالإضافة إلى عامل الرضا الوظيفي.

■ الأداء الإبداعي الابتكاري:

يُعرّف على أنه الأنشطة والأعمال الهادفة الموجهة نحو توليد أفكار جديدة، والتحقق من ملاءمة وواقعية هذه الأفكار، وحشد الدعم والتأييد لها، وتطبيقها على أرض الواقع^١.

ويقصد به في الدراسة الحالية السلوك الإبداعي المتعلق بالقائمين بالاتصال في المؤسسات الإخبارية المصرية ممن لديهم مهارات إبداعية في إنتاج المحتوى الإعلامي، والتي تنشأ من محصلة اجتهادهم المستمر والبحث عن أفكار وأساليب جديدة لاستخدامها وتطبيقها في البيئة الإعلامية الرقمية.

■ الدراسات السابقة:

أتاحت مراجعة التراث النظري ذات الصلة بالإبداع ونظرية رأس المال النفسي الاطلاع على العديد من الدراسات السابقة التي عيّنت باختبار فرضيات النظرية في مجالات مختلفة؛ وقد كشفت تلك المراجعة على تنوع الدراسات التي تناولت الإبداع بشكل عام في بيئات مختلفة ومجالات متعددة، وذلك سعياً من القائمين بها إلى الوقوف على طبيعته وواقعه ومقوماته لدى الأفراد والمؤسسات في تلك البيئات والمجالات. فبعض الدراسات ركزت على كيفية تحقيق الإبداع في الإخراج الصحفي، ودراسات أخرى ركزت على دراسة القدرات الإبداعية وتأثير العوامل النفسية على المصممين بغض النظر عن طبيعة المنتج، والبعض الآخر درس الإبداع والبيئة الإبداعية في المؤسسات ومتغيراتها بصرف النظر عن طبيعة النشاط الذي تمارسه المؤسسات.

وبصفة عامة يمكن تناول الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة في محورين، الأول الدراسات التي تناولت المتغيرات المهنية النفسية وعلاقتها بالإبداع داخل المؤسسة بغض النظر عن طبيعة نشاطها، والثاني الدراسات التي تناولت تأثير البيئة والمستحدثات التكنولوجية على الممارسات الصحفية والأداء الإبداعي، مع قيام الباحث بالدمج بين الدراسات العربية والأجنبية وترتيبها زمنياً من الأقدم إلى الأحدث لبيان التطور في تناول الموضوع وجوانبه المختلفة على النحو التالي:

أولاً: الدراسات التي تناولت المتغيرات المهنية النفسية وعلاقتها بالإبداع داخل المؤسسة بغض النظر عن طبيعة نشاطها.

يعد دانيال روبنسون، ومارك رنكو & Runco Mark A. Daniel L. Rubenson

من أوائل الباحثين الذين درسوا الإبداع من منظور نفسي، وقد اقترحا نموذجاً نفسياً اقتصادياً للعملية الإبداعية، وينظر هذا النموذج للإبداع على أنه منتج ناشئ عن قراءات اقتصادية للأفراد وطبيعة الانساق التي يعمل بها، كما يربط هذا النموذج بين الدوافع الخارجية والداخلية، فيؤكد على وجود عوامل داخلية تدفع الأفراد إلى العمل الإبداعي وكذلك وجود عوامل خارجية تتمثل في المكافآت والجزاءات يمكن لها أن تفعل موجّهات نوعية لتشجيع ومكافأة السلوك الإبداعي. ولاختبار ذلك طبقت الدراسة على عينة من العاملين في المحطات التلفزيونية الأمريكية للتعرف على طبيعة ومستقبل العمل الإبداعي في ظل تصاعد المنافسة من موفري خدمات الفيديو المنزلي.

أظهرت النتائج وجود معايير ومفاهيم تتعلق بالجماعة الإبداعية، تمثلت في ضرورة مراعاة الفروق الفردية فيما يتعلق بالعمل الإبداعي، وضرورة التجانس بين

أفراد الجماعة الإبداعية وقياس هذا التجانس، ومراعاة فروق الخبرة. وكذلك توصلت إلى مجموعة من المعايير التي تتعلق بالفرد المبدع وتتمثل في الخبرة، المرونة في التفكير، القدرة على التفاعل مع الآخرين، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن البيئات الإبداعية في العمل الإعلامي لا تزال تخضع لرؤية برامجية تفرضها الحاجة للخروج من الأزمات أو لتفعيل المنافسة، أكثر من كونها أداءً عاماً للوسيلة الإعلامية^{١١}.

ولتحقق فيما إذا كان رأس المال النفسي الإيجابي يلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين القيادة والإبداع لدى الموظفين أجري فيشال غوبتا، شايندرا سينغ Vishal Guptaa & Shailendra Singh 2014 دراسة على عينة مكونة من ٤٩٦ موظفاً، وأثبتت الدراسة الدور المهم الذي يلعبه رأس المال النفسي في التأثير الإيجابي على الأداء الإبداعي لدى الأفراد، فالأفراد الذين لديهم موارد نفسية عالية ينخرطون في سلوكيات إبداعية أكبر من الموظفين الذين لديهم موارد نفسية منخفضة^{١٢}.

كما جاءت دراسة اجنيشكا فايشتوك، ودرأويش توريك Agnieszka Wojtczuk & Dariusz Turek 2014 لاختبار العلاقة بين الموارد النفسية الإيجابية والبشرية والسلوك الإبداعي داخل بيئة العمل الإعلامي والتعرف على تأثير المرونة الفردية للموظفين وخصائصهم الإيجابية المتمثلة في التفاؤل، الأمل والكفاءة الذاتية، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي بالتطبيق على عينة قوامها ٢٣٦ مفردة من العاملين في المؤسسات الإعلامية في بولندا.

وقد أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة طردية دالة احصائياً بين أبعاد رأس المال النفسي المتمثلة في التفاؤل والأمل والكفاءة الذاتية والسلوك الإبداعي، وجاء متغير المرونة كأحد المتغيرات التي لها تأثير قوي في السلوك الإبداعي، حيث أظهرت النتائج أن العملية الإبداعية تتطلب مرونة نفسية في التعامل مع التعقيدات وخلق بدائل متعددة، وأكدت أن قيام الموظف بسلوك ابتكاري يتوقف على إحساسه أولاً بكفاءته الذاتية ومقدار توقعه النجاح في أداء المهمة الإبداعية الابتكارية^{١٣}.

واستهدفت دراسة باباك وزملانه Babak.,et.al 2015 التعرف على العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسي وتبني المستحدثات التكنولوجية داخل السياق التنظيمي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها ١٠٠ شخص من العاملين في البنوك الزراعية في طهران، وقد توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين أبعاد رأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية، والأمل، والتفاؤل) باستثناء المرونة في تعزيز الابتكار التكنولوجي داخل بيئة العمل لدى الموظفين^{١٤}.

وهدفت دراسة تشو، يان و لف Qiu, Yan & Lv 2015 إلى التعرف على تأثير رأس المال النفسي وتقاسم المعرفة على الأداء الابتكاري لدى الموظفين التقنيين، ولاختبار ذلك طبقت الدراسة على عينة قوامها ٣٤٧ مفردة، وقد أكدت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين رأس المال النفسي والأداء الابتكاري، كما أكدت أن امتلاك المعرفة وتوفير المعلومات وحرية استخدامها من العوامل التي تؤثر في تعزيز الأداء الابتكاري لدى الأفراد، وتشير النتائج أيضاً أن تقاسم المعرفة يتوسط في العلاقة بين رأس المال النفسي والأداء الابتكاري، إذ إن دعم الإدارة لتعدد الأفكار سيكون لها تأثير في مجمل الأداء الابتكاري، لذا تؤكد على ضرورة التركيز على التحول باتجاه موجودات المعرفة بدلاً من زيادة الموجودات المادية^{١٥}.

وللبحث في تأثير الأبعاد النفسية على الأداء الإبداعي المتمثل في توليد الفكرة، وترويج الفكرة، وتطبيق الفكرة، جاءت دراسة عباس، محمد Abbas, Muhammad 2015 للتعرف على العلاقة بين أبعاد رأس المال النفسي المتمثل في (الكفاءة الذاتية، والأمل، والتفاؤل، والمرونة) والأداء الإبداعي والإجهاذ الوظيفي لدى العاملين، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٣٧ موظفاً من العاملين في مختلف المنظمات في باكستان. وأظهرت النتائج وجود علاقة طردية خطية بين أبعاد رأس المال النفسي والأداء الإبداعي بمراحله الثلاث توليد الفكرة وترويج الفكرة، وتطبيق الفكرة، كما أكدت النتائج وجود علاقة طردية عكسية بين أبعاد رأس المال النفسي والإجهاذ الوظيفي فكلما ارتفعت الأبعاد قل الأداء الوظيفي والعكس، تبين من نتائج الدراسة عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية العمر والنوع في العلاقة بين رأس المال النفسي والأداء الإبداعي^{١٦}.

وبالمثل جاءت دراسة إحسان جلاب، يوسف آل طعين ٢٠١٥ للتعرف على علاقة الارتباط والأثر بين رأس المال النفسي بأبعاده الأربعة (الكفاءة الذاتية، الأمل، التفاؤل والمرونة) والأداء الإبداعي ممثلاً بأبعاده الثلاثة (توليد الفكرة، ترويج الفكرة، تطبيق الفكرة)، طبقت الدراسة على عينة قوامها ٤٢٣ مفردة من أعضاء هيئة التدريس في جامعتي القادسية بالمتنى، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال النفسي الإيجابي مجتمعة وبشكل منفرد في كل بُعد من أبعاد الأداء الإبداعي وعلاقة الأثر بنسب مختلفة، وكذلك اتضح بأن أفراد العينة لديهم رغبة بأن يكون هنالك اهتمام من قبل إدارات

الكليات في مكافأة الأفراد المبدعين وتذليل العقبات لتبادل الآراء والأفكار والمعلومات التي تمكنهم من تطوير أنفسهم^{١٧}.

ثانياً الدراسات التي تناولت تأثير البيئة والمستحدثات التكنولوجية على الممارسات الصحفية والأداء الإبداعي:

تعد دراسة **أشرف صالح ١٩٩١** من الدراسات الرائدة التي تناولت بالبحث المتعمق والشامل ظاهرة الإبداع في الإخراج الصحفي، حيث ناقش الكيفية التي تتم بها عملية الإبداع على النحو الذي يمارسها المخرجون الصحفيون المصريون في مجموعة الجرائد اليومية والأسبوعية. ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث منهج المسح بشقيه النظري الشامل ومسح أساليب الممارسة، والمنهج التفسيري التأملي، ومنهج الاستبطان الذاتي، والمنهج التجريبي، والمنهج المقارن ودراسة الحالة، بالإضافة إلى أدوات الملاحظة والاستبيان وتحليل الماكيت.

وأظهرت نتائج الدراسة أن النشاط الإبداعي يبدأ عادة بمحاكاة بعض النماذج، فبعض المخرجين يحاكون أحياناً أساليب إخراجية تروقه في صحف أخرى، كما أن للشخص المبدع قدرات إبداعية عالية وأخرى منخفضة تختلف من شخص لآخر، وتظهر القدرات الإبداعية للمخرجين في أوضح صورها في الصحف الأسبوعية.

كما أكدت النتائج أن مبدأ الفروق الفردية بين المخرجين المصريين ينتفي تماماً حالة إتباع الأساليب العادية الشائعة والتقليدية في الإخراج، كما يمثل ضيق الوقت المتاح أمام المخرج الصحفي قيداً على التخيل الإبداعي لديه، وبالتالي يقلل إلى حد بعيد الفروق الفردية بين المخرجين، لأن التقيد بمواعيد المطبعة وتقليل فسحة الوقت تبعاً لذلك نجعل أساليبهم متشابهة أو متقاربة.

وأجملت الدراسة عوائق النشاط الإبداعي في الإخراج الصحفي في الظروف التي تحيط بالمخرج أثناء عمله بالإخراج ومنها تخلف الإمكانيات الفنية، وشدة التوتر والقلق، وعدم تعاون الزملاء، والإرهاق، وغياب التقدير المادي أو المعنوي^{١٨}.

وللتعرف على تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية الإبداعية في إطار مدخل انتشار المستحدثات جاءت دراسة **السيد بخيت ١٩٩٩** لاختبار تأثير استخدام وتبني الصحفيين لتكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية الإبداعية في الصحافة الإماراتية ودراسة طبيعة التغيرات في الممارسات الصحفية، وذلك بالتطبيق على القائمين بالاتصال في ثلاث صحف إماراتية.

وقد أوضحت النتائج أنه على الرغم من المزايا العديدة التي توفرها الوسائل الحديثة للصحافة المتمثلة في زيادة عدد صفحات الصحف وتجويد الإخراج وشكل الصحيفة وزيادة قدرتها على المنافسة في الجوانب الشكلية والإخراجية، إلا أن هناك تراجعاً لعنصر الإبداع الفردي في العمل الصحفي، بفعل تزايد الاعتماد على التقنية كوسيلة لتنفيذ الكثير من المهام، وتؤكد النتائج أن تلك الوسائل قللت من مساحة الإبداع والاجتهادات الشخصية للصحفيين^٩.

وللتعرف على تأثير الأساليب والتقنيات التعليمية في تدعيم الإبداع الإخراجي لدى طلاب الصحافة جاءت دراسة **رينيتا كولمان، وجان كولبيرت Renita Coleman & Jan Colbert 2001**، التي انطلقت من فرضية أن مهارات التفكير الإبداعي قابلة للزيادة من خلال التعلم، وفي إطار ذلك استخدمت الدراسة المنهج التجريبي بالتطبيق على مجموعتين تجريبيتين من طلاب جامعة ميسوري.

أكدت النتائج أن التدريس من خلال المناقشات وطرح الأسئلة بين الأستاذة وطلابهم تنمي المهارات الإبداعية لديهم، لأن تلك المناقشات تنمي لديهم المهارات المعرفية خاصة عندما يشعر الطلاب أن تقييم أعمالهم لا يحسب ضمن نتائجهم وتقديراتهم السنوية، بخلاف التدريس من خلال التلقين الذي يدفع الطلاب للشعور بالخوف من الفشل أو الحصول على درجات متدنية يُبعده عن تقديم أفكار جديدة أو مخالفة ويفضل ما هو متوقع ومألوف، كما أكدت النتائج أهمية تدريب الطلاب على أجواء مشابهة لواقع العمل الإخراجي في المؤسسات الصحفية^{١٠}.

ولاختبار تأثير الجوانب التنظيمية على الأداء الإبداعي للعاملين في غرف الأخبار الصحفية والتلفزيونية أجرى **هوليفيلد، كوسيكى، بيكر Hollifield, Kosicki & Becker 2001** دراسة مقارنة بين تأثير الثقافة التنظيمية والثقافة المهنية على الأداء الإبداعي داخل بيئة العمل، وقد اختبرت الدراسة تأثير العوامل التنظيمية المتعلقة بحصول العامل على مؤهلات ودورات، وقدراته اللغوية والاتصالية، والسرعة، وقابليته للعمل تحت ظروف مختلفة، ومقابل الثقافة المهنية التي تعتمد في الأساس على القدرات الإبداعية والمهارات والمواهب وغير ذلك من القدرات التي تمكن صاحبها من إنتاج مادة متميزة.

وقد أوضحت نتائج الدراسة أن العاملين بالتلفزيون أكثر تقديراً للبعد المهني من العاملين في الصحافة، وأن الصحافة تهتم غالباً بسلامة القدرات اللغوية بوصفها أولوية أولى للعاملين فيها، وأن مفهوم البيئة الإبداعية لا يزال بحاجة إلى تطوير، وأن الصحافة

والتلفزيون لا يزالان يعملان ضمن المعايير ذاتها التي كانت متبعة في عمليات الاختيار والتوظيف في الثمانينيات، وهو ما يؤكد تقلص مستوى المهنية في مقابل البُعد التنظيمي، وقد أكد الباحثون أن استمرار هذه الحالة بالمستويات ذاتها قد يؤثر بالسلب مستقبلاً على مستوى الرسالة الإعلامية وجودتها^{٢١}.

ولبحث إمكانية تعزيز الإبداع في المؤسسات الإعلامية السعودية جاءت دراسة **عمار بكار 2003 Ammar Bakkar** التي انطلقت من فرضية أن اتساق المنظور السعودي مع معطيات الإبداع العالمية يشير إلى حالة من الوعي والإدراك السليم لأهمية الإبداع ويهيئ الفرصة نحو دعم وتعزيز الإبداع في المؤسسات الإعلامية السعودية، بينما اختلف المنظور السعودي على نحو واسع عن المنظور العالمي للإبداع يعني الحاجة إلى تأسيس وترسيخ مفاهيم الإبداع في المؤسسات الإبداعية سعياً وراء ترسيخ ممارساته، ولتحقيق أهداف الدراسة صمم الباحث مقياس مكون من تسعة أبعاد هي التحدي، والحرية، والثقة، ووقت الفكرة، والمرح/ الفكاهة، دعم الأفكار والمناقشة، والمخاطرة، وطبقت الدراسة على ٢٠٩ مفردة من المديرين والموظفين في سبع مؤسسات إعلامية سعودية.

وقد أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث داخل المؤسسات الإعلامية السعودية من حيث تصورهم لمدى شيوع مناخ تنظيمي ذي صفات إبداعية، أي أن النوع كان عاملاً مؤثراً في إدراك المناخ الإبداعي بين الموظفين والمديرين، خاصة فيما يتعلق ببعض الأبعاد التي يقيسها مقياس دلائل الموقف، وعلى رأس هذه الأبعاد التحدي والثقة والحرية في سوق العمل، بينما كانت مدركاتهم فيما عدا ذلك متشابهة ومتساوية بين الجنسين. كما أظهرت النتائج أن مدركات الموظفين جاءت بدرجة أقل من المديرين في أبعاد التحدي والمخاطرة ودعم الأفكار والحرية، والمرح/ الفكاهة وأعلى في مستويات المخاطرة، بينما كانت مدركات المديرين أقل في مستوى النقاش. وخلصت الدراسة إلى أن هناك ثلاثة عوامل تؤثر في المناخ الإبداعي داخل المؤسسات الإعلامية هي النظام الإداري الخاص بالمنظمة، وطبيعة العمل اليومية، وطبيعة الحياة التنظيمية^{٢٢}.

ولدراسة تأثير العلاقة بين السمات الشخصية، ومساحة بيئة العمل، والعلاقة مع الإدارة على الأداء الإبداعي للمصممين ومديري المحتوى بالمواقع الإلكترونية جاءت دراسة **رينيتا كولمان، جان كولبيرت 2004 Renita Coleman & Jan Colbert** للبحث في تأثير المتغيرات الشخصية المرتبطة تبني طرح الأفكار الجريئة، وأحلام

اليقظة، والأمل، وكذلك تأثير مساحة غرف الأخبار على المصممين وعلى مدير المحتوى، بالإضافة إلى استكشاف تأثير الإدارة على تبني الأفكار الإبداعية غير التقليدية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٣٨٢ مفردة.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين السمات الشخصية والأداء الإبداعي لدى عينة الدراسة، فالأفراد الذين لديهم سمات إيجابية تتمثل في شعورهم بالأمل والثقة في قدراتهم، ولديهم قدرة على طرح الأفكار الجريئة كانوا أكثر ابداعاً من أولئك الأشخاص الذين قلت لديهم تلك السمات، كما أكدت النتائج تأثير مساحة بيئة العمل على الأداء الإبداعي، فقد مال المصممون إلى الغرف صغيرة الحجم باعتبارها تحفز الأداء الإبداعي لديهم مقارنة بالغرف كبيرة الحجم التي تحتوي على عدد كبير من المصممين، في حين ثبت فاعلية الغرف كبيرة الحجم التي تحتوي على عدد كبير من الأفراد على الأداء الإبداعي لدى مديري المحتوى لسرعة التواصل والتعاون بين المحررين والمراسلين. وفيما يتعلق بالعلاقة مع الإدارة أشارت النتائج أنه إذا كان لدى المديرين اتجاه إيجابي نحو تبني الأفكار الإبداعية غير التقليدية أثر ذلك بالإيجاب على الأداء الإبداعي لدى المصممين ومديري المحتوى بالمواقع الإلكترونية، كما بينت النتائج أن تأثير السمات الشخصية على الإناث يفوق تأثيره على الذكور في حين لم يثبت وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية على باقي العوامل المتمثلة في مساحة بيئة العمل، العلاقة مع الإدارة^{٢٣}.

وفي إطار نظرية انتشار المستحدثات جاءت دراسة **جين سنجر Jane Singer** 2004 للتعرف على تأثير الاندماج والتحول في غرف الأخبار داخل المؤسسات الإعلامية على الأداء والسلوك الإبداعي التنظيمي، حيث درست الباحثة العوامل التي تدفع الأفراد إلى تبني استخدام المنصات الإعلامية داخل غرف الأخبار في أربعة مؤسسات إعلامية، وأجرت الباحثة مقابلات مع عينة مكونة من ١٢٠ صحفياً، شملت مديري غرف الأخبار، والمحررين، والمراسلين وكتاب الأعمدة والمصورين ومنتجي المحتوى عبر الإنترنت، كما طبقت الباحثة استبيان على عينة من الصحفيين قوامهم ٦٧ مفردة.

أكدت النتائج وجود انعكاسات إيجابية وانعكاسات سلبية لعملية الدمج على المستوى الإبداعي، وأظهرت أن من العوامل التي تدفع الأفراد إلى تبني الدمج بغرف الأخبار قناعاتهم بالإيجابيات المترتبة على المستوى المهني من خلال الالتزام بالدقة والقدرة على الكتابة الإبداعية، أما على المستوى الشخصي فقد أكد الصحفيون أن

العمل في أكثر من وسيلة عامل داعم للمهنة ويمثل إضافة للسيرة الذاتية، ومن مظاهر الانعكاسات السلبية تخوف الصحفيين من تبني استخدام التقنيات التكنولوجية في العمل الصحفي لعدم التدريب عليها، كما أكدت النتائج أن التباينات الثقافية بين المحررين قد تمنعهم عن الانخراط في إدارة المحتوى بشكل ابتكاري وابداعي^{٢٤}.

ولدراسة انعكاس التحول في الصحف المصرية من أسلوب الإنتاج التقليدي إلى استخدام الحاسب الآلي في الإنتاج على العملية الإبداعية لدى القائم بالاتصال في مجال الإخراج الصحفي جاءت دراسة سلوى أبو العلا ٢٠٠٤ للكشف عن تأثير استخدام الحاسب الآلي على القدرات الإبداعية (الحساسية والطلاقة والأصالة والمرونة)، ولاختبار ذلك استخدمت الدراسة منهجي المسح الإعلامي والمنهج المقارن وذلك بالتطبيق على المخرجين العاملين في ١٧ صحيفة قومية وحزبية وخاصة، تم اختيارهم بطريقة الحصر الشامل.

وقد أكدت النتائج أن فكرة انطلاق القدرات الإبداعية في ظل الحاسب الآلي يمكن تفسيرها من خلال نقطتين، أولهما أنه كلما زادت كفاءة المخرج وارتفعت قدراته الإبداعية، كان أقل قدرة من غيره على استيعاب الحاسب الآلي وفهم إمكانياته حتى يصل بالعمل إلى النحو الذي يرضى عنه، فالحاسب لا يمنع المخرج من ممارسة الإبداع، وثانيهما أن الحاسب الآلي هو عبارة عن آلة مطبوعة، ومجرد وسيلة للتنفيذ لا يتعامل مع الإبداع وإنما المخرج هو الذي يبدع ويستخدم الحاسب لتسهيل مهمته فقط. ومن أبرز مظاهر العلاقة بين الحاسب الآلي والإبداع لدى المخرجين أن حساسية المخرج للمشكلات أثناء التنفيذ ترتفع كلما زادت خبرته في الإخراج، كما أعطى الحاسب الآلي للمخرج قدرة على التوصل لأفكار جديدة خاصة عند استخدام الصور، كذلك مكنه من التغيير والتعديل في الفكرة الإخراجية عدة مرات وهو ما يعني أن الحاسب الآلي أسهم في زيادة عنصر الأصالة لدى المخرجين، كما أعطى المخرج أيضاً مرونة في التعامل مع المواقف الطارئة، وكذلك ساعده على إنتاج أكبر قدر من الصفحات أي طلاقة وسرعة في الإنتاج الصحفي.

كما أظهرت النتائج أن الحاسب الآلي وسيلة تكنولوجية جديدة للمخرج لإخراج عمله بإمكانات مستحدثة ودقيقة، تعطي حلاً لإبداعية متنوعة، مما يؤهل هذا الجهاز ويعطيه مكانة قوية قياساً بوسائل الإنتاج التقليدية، فالحاسب الآلي هنا ليس وسيلة مثل أي وسيلة أخرى، غير أن المخرج الصحفي المتمكن سيبقى هو المبدع، وستبقى الوسيلة لديه مهما تطورت مجرد وسيلة ما دام هو ملم بإمكاناتها^{٢٥}.

وللتعرف على الكيفية التي يمارسها المخرج الصحفي بالمجلات المصرية عمله بوصفه عملاً إبداعياً وذلك في الإطار الشامل لنظرية السياق الإبداعي، جاءت دراسة **إيمان محمد ٢٠٠٧** لدراسة تأثير العوامل النفسية والصحفية والتكنولوجية على السياق الإبداعي في الإخراج الصحفي، وقد أكدت النتائج أن الاستعداد والخبرة والثقافة عوامل مؤثره في الجانب الإبداعي لدى المخرجين الصحفيين، وأن رضا المخرج الصحفي عن ممارسة عمله جاءت نتيجة تحقيق هذا العمل لمجموعة من أهداف ودوافع المخرج الصحفي وكان من أبرز هذه الدوافع التي أشبعت دافع تحقيق الذات. كما أظهرت النتائج أن المخرجين يهتمون بالثقافة كأحد العوامل المؤثرة في تنمية السلوك الإبداعي ويحرصون أيضاً على حصولهم على دورات تدريبية تمكنهم من استخدام البرامج الفنية للكمبيوتر في مجال التصميم الفني والإخراج الصحفي^{٢٦}.

وفي إطار نظرية انتشار المستحدثات جاءت دراسة **جينيفر أدامز Jennifer Adams 2008** للتعرف على مراحل الابتكار في بناء المحتوى داخل الصحف الإلكترونية الأسبوعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي إطار ذلك طبقت الدراسة على عينة قوامها ١١٩ صحفياً من العاملين في مختلف الصحف الإلكترونية الأسبوعية الأمريكية، وقد أشارت النتائج إلى أن معظم الصحف الأسبوعية لم تتبع أي استراتيجية في إدارة الابتكار عند وضع موقعها على شبكة الإنترنت، كما بينت النتائج أن هذه الصحف تتبنى التقنية الناشئة وتديرها بطريقة عشوائية نسبياً، وأن معظم رؤساء الصحف أقرروا بأنهم لم يطوروا خطة العمل لمنتج جديد ولم يضعوا أهدافاً محددة يمكن قياسها؛ للمساعدة في تقييم الصحيفة التي تبث عن طريق الإنترنت، كما أظهرت النتائج أن ما يقرب من ثلاثة أرباع الصحف لا تجمع المعلومات عن الجمهور ولا تتبنى دراسة السوق المستهدف قبل أن تبث هذه الصحف على الإنترنت، وأقر أغلبهم أنهم لم يجدوا أي معارضة من موظفيهم عند اختيار التقنية الجديدة لإنتاج الصحف على الإنترنت^{٢٧}.

واستهدفت دراسة **حسام الهامي ٢٠٠٩** التعرف على الكيفية التي يتم بها التعبير عن الخروج على المؤلف وتجاوز ما هو سائد ومعتاد في مجال الكتابة الصحفية بأشكالها المختلفة، ونجاح الرسالة الاتصالية الصحفية في تحقيق الإبداع، وذلك من خلال دراسة المكون الإبداعي في عملية إنتاج النص الصحفي بمختلف أبعاده أي دراسة العملية الإبداعية والشخص المبدع وبيئة الإبداع وطبيعة المنتج الصحفي الإبداعي، وطبق الباحث الدراسة على عينة من الصحفيين المبدعين بلغت

٦٦ صحفياً، باستخدام الاستبانة وإجراء عدد من المقابلات المتعمقة وصلت إلى ٤١ مقابلة مع هؤلاء الصحفيين.

أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل المهنية الميسرة والمعوقة للإبداع في الكتابة الصحفية تتوزع في الأساس ما بين عوامل فردية وعوامل اجتماعية وعوامل تنظيمية مؤسسية وأخيراً عوامل تتصل بالمحتوى، وأكدت أن المبدعين في الكتابة الصحفية يرون أن أكثر ما ييسر إبداعهم أمور ترتبط بأشخاصهم وذواتهم هي (العوامل الفردية)، في حين يرون بالمقابل أن أكثر ما يعوق إبداعهم هي الجوانب المرتبطة بالسياق الإداري والمؤسسي الذين يعملون في إطاره (العوامل التنظيمية المؤسسية)، كما خلصت النتائج في مجملها إلى نقض فكرة الحدس أو الإلهام في الكتابة الصحفية، حيث يستبدل هذه الأفكار غير العلمية بفكرة أقرب للتحقيق العلمي، وهي فكرة: (الإطار المكتسب)، كما خلصت إلى أن الإبداع في إنتاج النص الصحفي هو نوع من الإبداع المنظم الإرادي^{٢٨}.

كما استهدف دراسة نرمين فوزي ٢٠٠٩ التعرف على السياق الإبداعي في إخراج الصحف الجامعية المصرية ودراسة أوجه التشابه والاختلاف في الأسس العامة للتصميم الفني في الصحف عينة الدراسة، والتعرف على الممارسات التدريجية المطبقة في أقسام الصحافة والإعلام في الجامعات محل الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وكذلك المنهج المقارن وأدوات تحليل الشكل الكيفي والملاحظة وكذلك صحيفة الاستقصاء الخاصة برؤساء الأقسام والمخرجين داخل أقسام الصحافة والإعلام في الجامعات باستخدام أسلوب العينة المتاحة من أعداد صحف الدراسة حتى عام ٢٠٠٨ وتم تحليل الصفحة الأولى و صفحة الوسط الدوبل و الصفحة الأخيرة.

توصلت الدراسة إلى أن الصحف الصادرة من أقسام الصحافة استطاعت نقل قدرات التفكير الإبداعي والإخراجي للطلاب، ويظهر ذلك في الأفكار الجديدة والصفحات المتميزة والمناقشات حول الماكينات، كما أشارت إلى وجود عوامل إيجابية ساعدت الطلاب على الإبداع تمثلت في توافر الصور بجودة عالية، والعناوين الجذابة ووجود مساحة ونطاق واسع للإبداع. أما أبرز العوامل التي تعيق الإبداع فكانت عدم وضوح السياسة الإخراجية، ونقص الإمكانيات وسوء الأجهزة وضغط الوقت والرسميات والموضوعات الطويلة، وعدم احتراف الطلاب بدرجة كافية، كما أشارت النتائج أن كليات وأقسام الصحافة الحكومية والخاصة تتبع أساليب متنوعة لتدريس

مقررات الإخراج ونقل خبرات التصميم إلى الطلاب متمثلة في الدورات التدريبية والتدريبات العملية في إطار مقررات التخصص، والتدريب في المؤسسات الصحفية^{٢٩}.

وسعت دراسة عيد رحيل ٢٠١٢ لرصد وتحليل حالة الإبداع في الصحف الخاصة من خلال الكشف عن كيفية تأثير النشاط الإبداعي للفرد وبالتالي الناتج الإبداعي وعلاقة ذلك بالسياقات المختلفة التي يعمل داخلها، بدءاً من سياقه الشخصي ومروراً بالسياق المهني داخل المؤسسة، ووصولاً إلى السياق المجتمعي، سواء المجتمع الصحفي، أو المجتمع العام، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها ٣٦ من المخرجين الصحفيين العاملين في خمس صحف مصرية تم اختيارهم بطريقة الحصر الشامل.

توصلت الدراسة إلى أن درجة الإبداع تتحدد بدرجة كبيره بناءً على السياق الإبداعي الذي يعمل فيه المخرج، وهذا السياق يتشكل وفق ثقافة المؤسسة الصحفية تجاه دور الإخراج في حياة الصحيفة وهذه الثقافة تتشكل وفق ثلاثة عوامل هي إمكانيات المؤسسة، وشخصية رئيس التحرير، وشخصية المشرف الفني. وفيما يتعلق بتأثير النشاط الإبداعي بالسياق الشخصي للقائم بالاتصال أكدت النتائج أهمية ودور الأسرة في النشاط الإبداعي في المجال الصحفي، كما أظهرت أهمية وجود دوافع للإبداع لدى المخرجين ما بين دوافع أصلية مثل الاستمتاع بالنشاط الإبداعي كغرض وغاية، ودوافع عرضية مثل النتائج المتوقعة جراء هذا النشاط. وفيما يتعلق بتأثير النشاط الإبداعي بالسياق المهني للمؤسسة الصحفية أكدت النتائج تأثير النشاط الإبداعي بسمات فريق العمل، ومن أبرز الأسباب المتعلقة بفريق العمل التوافق الإنساني والمهني بين رئيس التحرير والمشرف الفني، والقدرات التحريرية للمشرف الفني وخبرته بالصحافة اليومية.

كما أشارت النتائج إلى أن أبرز الجوانب السلبية التي يمكن أن تؤثر سلباً على الإبداع المتوقع داخل المؤسسات الصحفية عينة الدراسة تمثلت في ضبابية الاختصاصات مع إدارة التحرير، وعدم وجود هيكلية إدارية لأقسام الإخراج، وتدني الأجور، والتدخل الدائم في عمل المخرج والتعديل المستمر في شكل الصفحات، وذاتية التقييم وغيابه في أوقات كثيرة^{٣٠}.

وللتعرف على مكونات البيئة الإبداعية الإعلامية الداعمة أو المعوقة للإبداع داخل المجتمع السعودي جاءت دراسة عبدالله الرفاعي ٢٠١٣ للتعرف على تأثير العمل والرضا عن بيئة العمل ومحفزات ومعوقات الإبداع الإعلامي على عملية

الإبداع الإعلامي، وقياس الدافعية للإبداع لدى الإعلاميين من خلال التعرف على مستوى تحقيق الذات لديهم والنمو في العمل والعائد المادي والإطراء والثناء الشخصي، بالإضافة إلى قياس السمات التي تكون الشخصية الإبداعية لدى الإعلاميين.

أثبتت النتائج أن بيئة العمل لها تأثير كبير على عملية الإبداع الإعلامي، حيث جاءت الممارسة الإدارية في مقدمة العوامل الأكثر إعاقة للإبداع لدى الإعلاميين تلاها النمط القيادي السائد، واحتلت الإدارة رتبة متقدمة في سلم ترتيب العوامل المحفزة على الإبداع؛ في حين جاءت العوامل الخارجية المرتبطة بالمناخ الاجتماعي والسياسي والديني في مؤخرة العوامل المعيقة للإبداع الإعلامي السعودي، وأظهرت النتائج أن دافع الإنجاز الشخصي يأتي في مقدمة دوافع الإبداع لدى الإعلامي السعودي، كما أن الفئات غير القيادية هي الأكثر تقديراً لأهمية دور الإدارة في التحفيز على الإبداع، وكشفت النتائج أن الصحفيين السعوديين يتصفون بدافعية عالية نحو الإبداع^{٣١}.

سعت دراسة **سالي شحاته ٢٠١٥** لمعرفة العوامل التي تساعد في زيادة زيادة وتنمية الإبداع في مجال التصميم الصحفي الإلكتروني، وتحديد العوامل السلبية التي تعوق الممارسة الإبداعية ومراحل العملية الإبداعية كما يمارسها المصمم، والتعرف على ماهية القدرات العقلية والذهنية اللازم توافرها في المصمم الصحفي المبدع، بالإضافة إلى تحديد خصائص وسمات الإبداع ومدى تحقيقها فيما يقدمه من نواتج بالصحافة الإلكترونية العربية. وقد استخدمت الدراسة أسلوب العينة الكلية أو الحصر الشامل لجميع المصممين بصحف الأهرام، اليوم السابع المصرية، الرياض والشرق الأوسط السعودية، الآن الكويتية.

وخلصت الدراسة إلى أن الاستعداد، والتعلم، والخبرة، والثقافة، عوامل تنمي الإبداع وتطوره، وأن مراحل العملية الإبداعية في التصميم الصحفي الإلكتروني تبدأ بالتخطيط مروراً بالاختمار ثم الإلهام، يليه التطوير، كما أوضحت الدراسة أن قدرات السياق الإبداعي تمثلت في الحساسية، والأصالة، والطلاقة، والمرونة^{٣٢}.

وفي إطار نظرية انتشار المستحدثات جاءت دراسة **إكدل وزملائه Ekdale., et. al 2015** لاختبار الأبعاد المتعلقة بخصائص المستحدثات المتمثلة في الميزة النسبية، والملائمة ودرجة التعقيد والتجريب، وانطلقت الدراسة من فرضية أن التحولات التي حدثت في البيئة الإعلامية الجديدة على مستوى استخدام التكنولوجيا

داخل بيئة العمل، وعلى مستوى علاقة الصحفيين بالجمهور وعلى مستوى الثقافة المهنية والتنظيمية قد تؤثر في الأداء الابتكاري داخل المؤسسات الإخبارية، واعتمدت الدراسة على إجراء مقابلة بؤرية مع عينة قوامها ٢٠ مفردة من القيادات والصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية.

وأكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية موجبة بين قبول وتبني استخدام التقنيات التكنولوجية في إدارة غرف الأخبار وعلاقة الجمهور والأداء الابتكاري، فيما وجد علاقة ارتباطية سلبية بين تلك الأبعاد والممارسة المهنية، فقد أكدت النتائج عدم قبول الصحفيين للتقنيات التكنولوجية لأنهم يرون صعوبة تطبيق تلك التقنيات على القيم الإخبارية داخل بيئة العمل الصحفي خاصة قيمة التحقق من صدق المعلومات قبل نشرها، ويرون أن تلك التقنيات تؤثر على استقلالية الصحفي وتضر بالمنتج الإخباري من الناحية المهنية، وهو ما يؤثر بالتبعية بالسلب على الأداء الإبداعي^{٣٣}.

ولوصف عملية الابتكار داخل صناعة الاتصالات التسويقية في مصر من وجه نظر الخبراء والجمهور، جاءت دراسة أحمد خطاب ٢٠١٦ لاختبار تأثير عدد من العوامل في فاعلية الأفكار الإبداعية، المتمثلة في إدراك الوضوح، وإدراك الاتساق، وإدراك واقعية الفكرة، ونمط التركيز، وإدراك أصالة الفكرة، وإدراك المعاني المتضمنة، بالإضافة إلى اختبار العوامل المتعلقة بعلاقة الجمهور بالفكرة وتتمثل في الإعجاب بالفكرة، ودرجة الاهتمام، ومناقشة الفكرة مع آخرين، والاتجاه إزاء الفكرة.

وقد أظهرت النتائج أن مستوى فاعلية الفكرة الإبداعية للاتصالات التسويقية تختلف باختلاف السمات والخصائص المدركة لتلك الفكرة، كما أثبتت النتائج وجود تأثير لبعض العوامل تتمثل في الإعجاب بالفكرة، والحرص على مناقشة الفكرة مع آخرين، والاتجاه إزاء الفكرة على مستوى فاعلية الفكرة الإبداعية، في حين لم تثبت النتائج وجود علاقة بين إدراك وضوح الفكرة، وإدراك اتساقها واقعيته وإدراك المعاني المتضمنة فيها ومستوى الانغماس في أنشطة مرتبطة بالعلاقة التجارية على فاعلية الأفكار الإبداعية^{٣٤}.

■ التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استقراء الدراسات السابقة التي تم استعراضها أمكن الخروج بالملاحظات التالية:

- مثلت الدراسات الغربية إطاراً مرجعياً أكثر تنوعاً وثراءً على المستويين النظري والمنهجي لهذه الدراسة نظراً لتنوع أطرها المنهجية وتعدد طبيعة الموضوعات التي

تم دراستها، حيث عنيت تلك الدراسات ببعدين الأول يتناول نظرية رأس المال النفسي والثاني يتناول الأداء الإبداعي الابتكاري وعلاقته بنظرية انتشار المستحدثات.

- ركزت الدراسات العربية في دراسة الإبداع على العوامل المتعلقة بالمنتج وبيئة العمل في حين لم يحظ البُعد النفسي إلا باهتمام محدود.
- أشارت نتائج بعض الدراسات إلى أهمية العوامل المهنية والتدريبية في حياة المصممين وهو ما أكدته نتائج دراسة رينيتا كولمان، جان كولبيرت Renita Coleman & Jan Colbert 2001، ودراسة نرمين فوزي ٢٠٠٩.
- كما أكدت غالبية الدراسات السابقة العلاقة الارتباطية الموجبة بين المتغيرات النفسية والأداء الإبداعي.
- غلب على الدراسات السابقة استخدام الأسلوب الميداني في دراسة الأداء الإبداعي الابتكاري، وغلب الاعتماد على الرصد الكمي باستخدام أداة الاستبانة وهو ما اعتمدت عليه الدراسة الحالية.
- وبوجه عام استفادت الدراسة الحالية من الجوانب المنهجية التي سلكتها غالبية الدراسات السابقة، وذلك في بلورة مشكلة الدراسة وتحديد أهدافها وفروضها، وكذلك تحديد الأدوات المستخدمة لقياس المتغيرات والتوظيف الأمثل للمقاييس التي توضح المتغيرات النفسية الإيجابية والأداء الإبداعي الابتكاري، بالإضافة إلى تحديد المنهج المناسب لإجراء الدراسة الحالية وهو المنهج المسحي، باعتباره أنسب المناهج البحثية لموضوع وأهداف الدراسة.
- كما أسهم الاطلاع على الدراسات السابقة في تحديد المتغيرات المستقلة والتابعة وقياسها على نحو دقيق وتحديد الفرضيات العلمية القابلة للقياس، وتفسير النتائج في ضوء ما توصلت له نتائج تلك الدراسات.

■ المرجعية النظرية للدراسة:

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظريتي رأس المال النفسي وانتشار المستحدثات.

■ نظرية رأس المال النفسي:

للإبداع مظهران أساسيان هما المظهر السيكولوجي والمظهر الاجتماعي، يعود المظهر السيكولوجي إلى الشخصية المبدعة من حيث خصائصها وخلفياتها وقدراتها وكيفية قياسها، أما الاجتماعي فيعود إلى الجماعة أو المحيط الاجتماعي الذي يقع فيه

الإبداع، وتحدد قيمة العمل أو الناتج الإبداعي في ضوء تقدير الجماعة له وقبوله على أنه عمل إبداعي^{٣٥}.

وقد استأثر الجانب الاجتماعي بمعظم الدراسات في المجال الإعلامي حيث سعى أصحابها إلى اختبار تأثير العوامل المحيطة في بيئة العمل بالإضافة إلى دراسة تأثير الضغوط الوظيفية والمهنية، ولم يحظ الجانب السيكولوجي باهتمام كبير، بالرغم من أهمية هذا الجانب في حياة المبدعين.

إذ تؤكد بعض الأدبيات أن الظاهرة الإبداعية ترتبط بطبيعة المتغيرات النفسية وأن العملية الإبداعية وهذا الناتج الإبداعي جزء لا يتجزأ من الشخصية المبدعة ذات السمات المزاجية والدافعية المعنوية، والتي تنشأ في سياق نفسي واجتماعي له معالم محددة، ومن شأن هذه الأمور أن تيسر أو تعيق العملية الإبداعية والإنتاج الإبداعي معاً^{٣٦}

وتشير المراجعة المستفيضة لما كتب حول مكونات الإبداع والظاهرة الإبداعية وعلاقتها بالمتغيرات النفسية، إلى أن معظم الدراسات والكتابات ركزت على بُعدين، البُعد الأول النظريات التي تقدم نموذج الصراع ومن أبرزها نظرية تحليل النفسي لسليجموند فرويد Sigmund Freud التي ترى أن الأفراد يتصارعون دائماً من أجل التعبير عن دوافعهم، وأن النمو الطبيعي يتحقق من خلال الصراعات والتغلب على العقبات أو الإحباطات التي تبرز خلال محاولات الفرد إشباع حاجاته، وعليه فإن الصراع ضروري للإبداع الذي يتحقق عندما يتسامى الفرد على دوافعه الأولية ويحول طاقتها عن هدفها البدائي إلى هدف أسمى من الناحية الأخلاقية أو الاجتماعية^{٣٧}.

البُعد الثاني النظريات التي ركزت على الجوانب النفسية الإيجابية بعيداً على الصراع وهذا التوجه الذي تبناه عالم النفس السيكولوجي مارتن سليجمان Martin Seligman مع بداية القرن الحادي والعشرين، والذي اقترح بوجوب التركيز على الجوانب النفسية الإيجابية للأفراد بدلاً من التركيز على المشاكل^{٣٨}.

فقد نادى إلى ضرورة دراسة كيفية تعظيم الاستثمار في المواد البشرية، وتحقيق رفاهية الفرد والعمل على الاستثمار الأمثل لقدراته، من خلال تدعيم بعض الجوانب النفسية الإيجابية لدى الأفراد للتخفيف من وطأة المعاناة التي قد تواجههم داخل بيئة العمل، وهو ما يؤكد على أهمية الدور الذي يلعبه رأس المال النفسي في التقليل من مستوى التوتر والضغوط لدى الفرد^{٣٩}.

وقد تعددت وجهات النظر حول مفهوم رأس المال النفسي الإيجابي بوصفه العامل النفسي الجوهرى للإيجابية بشكل عام وحالة تحقيق معايير السلوك التنظيمى الإيجابى بشكل خاص والذي يذهب إلى مار وراء رأس المال البشرى والاجتماعى والاقتصادى لتحقيق الميزة التنافسية من خلال استثمار فى العوائد البشرية^{٤١}.

إذ يتميز رأس المال النفسى عن رأس المال الاقتصادى التقليدى ورأس المال البشرى ورأس المال الاجتماعى فى عدة أبعاد؛ فرأس المال الاقتصادى يركز على بُعد (ما لديك) بما فى ذلك الموارد والأصول المالية الملموسة والإبداع المتمثل فى القدرة على أداء العمل لإنتاج قيمة اقتصادية، أما رأس المال البشرى فيركز على بُعد (ماذا تعرف) بما فى ذلك المعارف والأفكار والخبرات والتعليم، ويركز رأس المال الاجتماعى على بُعد (من تعرفه) بما فى ذلك العلاقات الاجتماعية ورصيد الثقة المتبادل بين الأفراد، فى حين يركز رأس المال النفسى على بُعد (من أنت) وماذا أصبحت بما فى ذلك الموارد النفسية المتمثلة فى الكفاءة الذاتية، والتفاؤل، والأمل، والمرونة، إذ تعزز تلك الموارد من إنتاجية الفرد فى المجال الوظيفى والمهني^{٤٢}.

ووفقاً لذلك يعرف رأس المال النفسى على أنه مجموعة الموارد النفسية الإيجابية التى يمتلكها الفرد والتي تدفعه لبذل مزيد من الجهود لتحقيق أعمال ذات طابع تحدى تتسم بالصعوبة النسبية. تظهر تلك الحالة نتيجة لتوافر بعض الصفات الإيجابية لدى الفرد تتمثل فى الثقة فى قدرته الذاتية، والتفاؤل نحو النجاح فى المستقبل، والأمل والمثابرة نحو تحقيق الأهداف المرجوة، والمرونة والقدرة على تغيير الاستراتيجيات والتكيف مع أى صعوبات أو تغييرات فى بيئة العمل^{٤٣}.

■ أبعاد رأس المال النفسى:

اختلف الباحثون والدارسون فى تحديد أبعاد رأس المال النفسى الإيجابى سواء ما يتعلق بعددها أو تسميتها ويمكن إرجاع ذلك إلى حيوية هذه الأبعاد، إلا أن هناك شبه اتفاق بين غالبية الأدبيات حول أربعة مفاهيم تعد مكونات رئيسية لرأس المال النفسى الإيجابى، وهى على النحو التالى:

■ الكفاءة الذاتية Self-efficacy:

تعرف على أنها قناعات الفرد وتوقعاته الذاتية ودرجة مثابرته فى التغلب على المشكلات والعقبات التى تواجهه، من خلال توجيه سلوكه لتحقيق نتائج مرغوب فيها، عن طريق التخطيط المناسب^{٤٣}، كما تعرف بأنها إيمان الشخص وثقته بقدراته ومهاراته ونقل

تلك القدرات بطريقة دافعية ومحفزة لتحقيق الأهداف المنشودة بغض النظر عن طبيعة الأجزاء المحيطة به^{٤٤}.

ويعد بُعد الكفاءة الذاتية أحد الأبعاد التي ثبتت فاعليتها في التأثير على الأداء الإبداعي لدى الأفراد حيث تؤكد الأدبيات التي تناولت نظرية رأس المال النفسي أن الأفراد ذوي الكفاءة الذاتية العالية يظهرون سلوكيات أكثر إبداعاً في تبني الأفكار المستحدثة الإبداعية^{٤٥}.

وترتبط الفاعلية الذاتية لدى القائمين بالاتصال بممارستهم المتعلقة بإنتاج المحتوى الرقمي المبتكر وتنبؤهم بطبيعة المخرجات ومعتقداتهم حول ملاءمة بعض المواد الإعلامية لطبيعة مستخدمي الصحف الإلكترونية.

ووفق لهذا الإطار يؤكد باندورا على أن معتقدات الفرد عن كفاءته الذاتية تظهر من خلال الإدراك المعرفي للقدرات الشخصية والخبرات المتعددة سواء المباشرة أو غير المباشرة، فالنظام الذاتي يعتبر العامل النفسي الأهم الذي يضبط السلوك الإنساني ويوجهه، لأن الفرد يستطيع من خلال نظامه الذاتي ممارسة التحكم في أفكاره ومشاعره وأفعاله ومعتقداته، كما تعكس هذه المعتقدات قدرة الفرد على التحكم في معطيات البيئة ونظامه الذاتي من خلال درجة الثقة بالنفس والأفعال والوسائل التكيفية التي يقوم بها للتغلب على المشكلات^{٤٦}.

ويضيف باندورا أن الكفاءة الذاتية تعد عاملاً وسيطاً في تعديل السلوك ومؤشراً على التوقعات حول قدرة الفرد على التغلب على مهام مختلفة وأدائها بصورة ناجحة والتخطيط لها بصورة واقعية متمثلة في الإدراك لحجم القدرات الذاتية التي تمكنه من تنفيذ سلوك معين بصورة مقبولة، ومدى التحمل عند تنفيذ هذا السلوك، كما أنها تؤثر بشكل مباشر في أنماط التفكير والسلوك، بحيث يمكن أن تكون إيجابية أو سلبية^{٤٧}.

فالفاعلية الذاتية تزداد لدى الفرد إذا حقق إنجازاً شخصياً، وإذا رأى الآخرين المماثلين له يحققون نجاحاً في مهمة معينة، في حين يمكن أن تنقص إذا رأى أن الآخرين يخفقون في هذه المهمة، كما يمكن للفرد الاقتناع بأنه قادر على التصدي لحالات صعبة، لكن هذه القناعات يمكن أن تختل إذا ما فشل فعلاً في مثل هذه الحالات، كما يمكن للاستثارة العاطفية أن تؤثر على شعور الفرد بفاعلية الذات، كحالات الاستياء، أو الاكتئاب، أو القلق بشكل مفرط حول بعض جوانب النشاط^{٤٨}.

■ الأمل Hope:

يعرف الأمل على أنه حالة دافعية موجبة تقوم على أساس تبادلي بين بُعدين هما المقدرة والسبل، تستمد تلك الحالة من الشعور بالنجاح، تدفع المقدرة الفرد نحو بذل مزيد من القدرات المعرفية والطاقة لتحقيق الأهداف، وتعمل السبل على تحقيق الأهداف عن طريق التخطيط لها^{٤٩}.

وتشير الأدبيات إلى أن الأمل وسيلة ناجحة للتوافق مع ما يحصل في بيئة الفرد، إذ تؤكد على ارتباط الأمل وكل من اعتقاد الفرد بقدراته وبجدارته الشخصية، وإدراكه لكفاءته، حيث يدفع ذلك الشعور إلى أن يبذل الفرد مزيداً من الطرق الإبداعية نحو تحقيق الأهداف المرجوة، كما تشير الأدبيات إلى وجود علاقة عكسية بين الأمل والمشاعر السلبية والقلق والاكتئاب^{٥٠}.

ونظراً لأن بعض الخطط قد لا تنجح فإن الشخص الذي يكون لديه درجة مرتفعة من الأمل يعمل على إنتاج عدد كبير من الطرق من أجل التغلب على العقبات التي من المحتمل أن تقف أمام أي طريق لتحقيق تلك الأهداف، والمقدرة تعني قدرة الفرد على البدء ومواصلة الحركة في الطرق نحو تحقيق الهدف ويأتي من خلال حشد الأفكار ومدى قدرة الفرد على البدء والاستمرار في الحركة على طول السبل نحو تحقيق الغايات المنشودة^{٥١}.

■ التفاؤل Optimism:

يشير مفهوم التفاؤل إلى نظرة الفرد الإيجابية نحو الأحداث الحالية والمستقبلية، ويعكس هذا المفهوم توقعات الفرد الإيجابية للأحداث وتنبؤه بقدرته على مواجهة المشكلات التي قد تطرأ أمامه أثناء تنفيذ بعض الأفكار الإبداعية^{٥٢}.

ووفقاً لنظرية رأس المال النفسي تؤكد الأدبيات أن الأمل والتفاؤل يحفزان الفرد نحو تحقيق الأهداف، إذ يرتبط الأمل بالهدف المرجو تحقيقه وهو ما يشير إلى عملية توليد الأفكار الإبداعية، بينما يرتبط التفاؤل بالأداء الفعلي أثناء تنفيذ المهام لتحقيق الأهداف وهو ما يشير إلى مرحلة تنفيذ الأفكار الإبداعية^{٥٣}.

■ المرونة Resilience:

تعد المرونة المكون الرابع لنظرية رأس المال النفسي ويقصد بها قدرة الفرد على التأقلم والتكيف بشكل إيجابي مع أي تغيرات أو صعوبات قد تواجهه أثناء تنفيذ الأفكار الإبداعية المبتكرة^{٥٤}.

وتتحدد مظاهر المرونة في نمطين هما المرونة التلقائية وهي قدرة الفرد على إنتاج أكبر قدر من الاستجابات تجاه المشكلة أو الظاهرة التي يقوم بدراستها وتناولها، والمرونة التكيفية وهي قدرة الفرد على تغيير الحالة الذهنية بالإضافة إلى قدرته في استخدام المهارات والموارد المعرفي والعاطفية والاجتماعية للتغلب على المشاكل ونقاط الضعف وأوجه القصور^{٥٥}.

■ نظرية انتشار المستحدثات Diffusion of Innovations Theory:

يرجع الفضل إلى إيفرت روجرز Everett Rogers في التوصل إلى نظرية متكاملة عن نشر وتبني المستحدثات، وتركز على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات عبر قنوات مختلفة بين أفراد المجتمع. ويرى روجرز أن الابتكار قد يكون فكرة، أو ممارسة، أو أي شيء ينظر إليه الأفراد على أنه جديد نسبياً كاستخدام أساليب جديدة في أي عمل مهني^{٥٦}.

وقد عرف روجرز Rogers الانتشار على أنه العملية التي يتم من خلالها نقل المبتكر الإبداعي عبر قنوات معينة وخلال فترة من الزمن بين أعضاء النظام الاجتماعي^{٥٧}، بينما عرف التبني على أنه حالة من الاستعداد لتصرف سلوكي محتمل، وهي بذلك لا تُعدُّ سلوكاً، وإنما استعداداً ذهنياً لدى الفرد لتبني الأفكار المستحدثة الإبداعية حيث تقوم عملية التبني عبر عدة مراحل؛ المرحلة الأولى المعرفة بوجود ابتكار ما إلى المرحلة الثانية وهي تكوين اتجاه نحو الابتكار إلى المرحلة الثالثة وهي اتخاذ القرار إما بالتبني أو الرفض لهذا الابتكار⁵⁸.

وبوجه عام تعرف عملية انتشار وتبني الأفكار الجديدة والمستحدثات على أنها العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت علمه بالفكرة أو الابتكار حتى ينتهي به الأمر إلى أن يتبناها^{٥٩}.

وقد حدد روجرز Rogers بعض العوامل التي تساعد على سرعة تبني أو رفض الأفكار الإبداعية وهي على النحو التالي:

■ **الميزة النسبية Relative advantage:** وتشير إلى الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن استخدامه للتكنولوجيا الجديدة المبتكرة أفضل من البديل الحالي، وترتبط عدة عوامل بالميزة النسبية تتمثل في: (عوامل اقتصادية، وعوامل الواجهة الاجتماعية، والارتياح) وتؤثر الميزة النسبية بالإيجاب في معدل تبني الابتكار^{٦٠}، وتؤكد النظرية أن كل الأفكار الجديدة والمستحدثات ليست متكافئة من حيث أوجه ذبوعها وانتشارها، وذلك لأنها ليست متشابهة تماماً في الخصائص والصفات التي تجعل

بعضها أكثر رواجاً^{٦١}، ووفقاً لذلك فالمبتكرات التفاعلية أو تلك التي تقدم الاتصال الثنائي يمكن أن تسرع عملية التبني لأنها تصل إلى كتلة كبيرة من المستخدمين بسرعة أكبر^{٦٢}.

- **التوافق Compatibility** : وهي قناعات الفرد بأن المبتكر متوافق مع قيمه واحتياجاته الراهنة وخبراته السابقة، ويرتبط التوافق إيجابياً مع معدل انتشار وتبني المستحدثات؛ فكلما اتفقت تلك المستحدثات مع قيم الفرد واحتياجاته وخبراته زاد معدل قبوله لها، والعكس صحيح^{٦٣}.
- **درجة التعقيد Complexity**: وتشير إلى درجة إدراك الفرد لمدى صعوبة وفهم استخدام المستحدثات الإبداعية، بحيث يؤثر ذلك في قبوله لاستخدامها مستقبلاً؛ فصعوبة الاستخدام والحاجة إلى وجود خلفية معرفية ومهارية تولد قلقاً لدى الفرد يؤثر بالسلب في قبوله للأفكار الإبداعية المبتكرة، ومن ثم قد تحول الصعوبة والتعقيد دون إقبال الفرد على تبنيها واستخدامها^{٦٤}.
- **القابلية للتجريب Tradability**: وتعني مدى قدرة الفرد على تجربة المنتج المبتكر الإبداعي على نطاق محدود قبل أن يتخذ القرار النهائي بشأنه، وكلما كان الفرد قادراً على تجربة المنتج الإبداعي زادت فرصة تبنيه له حيث أنه يمكن أن يتعرف على المزايا النسبية للمستحدث من خلال هذه العملية^{٦٥}.
- **وضوح النتيجة Observability**: وهي الدرجة التي يمكن بها رصد وملاحظة المزايا والسمات المميزة للفكرة الإبداعية بواسطة الآخرين في النظام الاجتماعي، فكلما عرض الفرد مزايا الفكرة الإبداعية المبتكرة للآخرين؛ زاد من معدل تبنيهم لتلك الفكرة مما يعزز من سرعة انتشارها بين أفراد الجماعة المختلفة التي يعمل معهم والمستفيدين من تلك الفكرة الإبداعية^{٦٦}.
- تؤكد الأدبيات التي تناولت النظرية أن عملية تبني أحد الأفكار الإبداعية تمر بمجموعة من المراحل والخطوات وهي على النحو التالي^{٦٧}:
- **مرحلة الوعي/ الشعور بالفكرة Awareness Stage**: فيها يتعرف الفرد على المبتكر لأول مرة، حيث يسمع عنه أو يكتشفه من خلال الوسائل الاتصالية المختلفة، ويتفق العلماء على أن أهمية هذه المرحلة تتركز في كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة من المراحل التالية في عملية التبني.

- **مرحلة الاهتمام Interest Stage:** في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع المبتكر، حيث يبدأ في تجميع أكبر قدر من المعلومات التفصيلية عنه بهدف تحديد درجة الفائدة التي يمكن الحصول عليها، وبناء عليه يصبح الفرد أكثر ارتباطاً من الناحية النفسية بالفكرة أو الابتكار عنه في المرحلة السابقة، ولذلك فإن سلوكه يصبح هادفاً بشكل قاطع.
- **مرحلة اتخاذ القرار والتقييم Decision & Evaluation Stage:** فيها يتخذ الفرد القرار في الاستمرار في البحث وراء مزيد من المعلومات عن الفكرة الإبداعية أو الإقلاع عنها، وكذلك يبدأ في تقييم ما تجمع لديه من المعلومات عن الفكرة الإبداعية أو المبتكر المراد توظيفه في ضوء اتجاهه نحو استخدامه، وتوقعاته المستقبلية عن طبيعة الاستخدام والعوائد المترتبة عن ذلك، لينتهي إلى قرار تجريب الفكرة أو المبتكر أو تركه.
- **مرحلة التجريب Trial Stage:** وفيها يبدأ الفرد في تجريب المستحدث وتطبيقه في نطاق ضيق، لتحديد مدى الفائدة التي تعود عليه من التبني أو رفضه.
- **مرحلة التبني Adoption Stage:** وفيها يكون الفرد قد اقتنع بالمستحدث بعد أن تم له التعرف على الفوائد التي ستعود عليه من جراء التبني، وتنسم تلك المرحلة بالثبات النسبي، حيث انتهى الفرد إلى القرار بتبني الفكرة الإبداعية أو المبتكر بعد أن اقتنع بجودها وفوائدها.
- **الفرضية الإمبريقية للدراسة:**

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وتطوير فروضها على نظريتي رأس المال النفسي وانتشار المستحدثات، حيث تنطلق من نظرية رأس المال النفسي بفرضيتها الرئيسية التي تقوم على أن الأفراد يعملون بمستويات عمل إدراكي وشعوري أكثر إبداعياً عندما يقدمون مستويات أعلى من المشاعر الإيجابية، وفي ضوء ذلك يتأثر الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال ببعض المكونات النفسية لديهم، كما تتخذ الدراسة من نظرية انتشار المستحدثات بفرضيتها الرئيسية إطاراً مكملاً حيث تفسر طبيعة تبني المبتكر الإبداعي وطبيعة الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال، حيث تؤكد أن عملية تبني المبتكر الإبداعي تمر بعدة مراحل تبدأ بالمعرفة مروراً بالاقتناع والقرار وتنتهي بالتطبيق والتأكيد.

■ المرجعية المعرفية للدراسة:

■ مفهوم الإبداع:

اختلف الباحثون حول المصطلحات التي يستخدمونها في دراسات الإبداع، فبعضهم استخدم كلمة الإبداع واعتبروه مجالات مرتبطة بالفن والأدب والجمال، والبعض الآخر استخدم كلمة الابتكار واعتبره مرتبطاً بالمنتج وتبني المنتجات الجديدة ويروى أصحاب هذا الاتجاه أن الابتكارات تبدأ بفكرة إبداعية^{٦٨}.

إذ تؤكد الأدبيات وجود فرق بين الإبداع والابتكار ذلك أن الإبداع هو إنتاج أفكار جديدة وملاءمة وهو أساس وجود الابتكارات، وفي حال غياب عنصر الملاءمة يصبح المنتج جمالياً فقط، أما الابتكار فيقصد به التنفيذ الناجح للفكرة الإبداعية، وتبعاً لوجهة النظر هذه فإن الفكرة الإبداعية لا تعنى النجاح إلا بعد تطبيقها^{٦٩}.

ووفقاً لذلك يؤكد **باندورا Bandura** أن الإبداع دائماً ما يأتي أولاً وهو أمر شخصي بدرجة عالية، بينما الابتكار والتجديد قد يتبع ذلك إذا كان الشخص مثابراً ومصراً على الإنجاز، فالإبداع وفق لوجهة نظره صورة من أعلى صور التعبير الإنساني، أما التجديد والابتكار فيتضمن إعادة بناء المعرفة ودمجها بطرق جديدة من التفكير وعمل الأشياء، وهو يتطلب قدراً كبيراً من التسهيلات المعرفية لإلغاء طرق التفكير المعروفة التي قد تعرقل استكشاف الأفكار الجديدة والبحث عن معرفة جديدة، والتجديد والابتكار يتطلب فوق ذلك كله إحساساً راسخاً بقدرة المثابرة على المحاولات الإبداعية^{٧٠}.

وقد أدى تعدد وجهات النظر التي درست الإبداع إلى تنوع في المفاهيم، فهناك من يعرف الإبداع كاستعداد أو قدرة على إنتاج شيء ما جديد، وذي قيمة وهناك من لا يرى في الإبداع استعداداً أو قدرة بل عملية يتحقق النتائج من خلالها، ورأي ثالث يرى في الإبداع حل جديد لمشكلة ما، أما معظم الباحثين فيرون أن الإبداع هو تحقيق إنتاج جديد، وذي قيمة من أجل المجتمع^{٧١}.

وقد أظهرت المراجعات العديدة للأدب التربوي حول تعريف الإبداع، وجود عشرات التعريفات المختلفة، تتمحور حول أربعة أبعاد: الأول تعريفات محورها المناخ الذي يقع فيه الإبداع، ويتبناها علماء الاجتماع وعلماء الإنسان، والبعد الثاني تعريفات محورها الإنسان المبدع بخصائصه الشخصية والتطورية والمعرفية، ويتبناها علماء نفس الشخصية، أما البعد الثالث تعريفات محورها العملية الإبداعية ومرآتها وارتباطها بحل المشكلات وأنماط التفكير ومعالجة المعلومات، ويتبناها

علماء النفس المعرفيون، وأخيراً البُعد الرابع تعريفات محورها النواتج الإبداعية والحكم عليها على أساس الأصالة والملاءمة وهذه التعريفات هي الأكثر شيوعاً لأنها تعكس الجانب المادي والملموس لعملية الإبداع وهذا هو جوهر مفهوم الإبداع الكلاسيكي.^{٧٢}

وفي الدراسة الحالية سيتم تعريف الإبداع وفق للبُعد النفسي بالتركيز على شخصية الفرد، ويعد **Torrance** من أوائل الباحثين الذين كرسوا حياتهم البحثية لدراسة الإبداع وفق البُعد النفسي حيث عرفه بأنه عملية شبيهة بالبحث العلمي، تتضمن الإحساس بالمشاكل، والوعي بمواطن الضعف والثغرات في المعلومات، وصياغة أفكار أو فرضيات جديدة واختبارها وتعديلها للوصول إلى النتائج.^{٧٣}

كما عرفه **Guilford** بأنه مجموعة من السمات الاستعدادية المرتبطة بالتفكير التشعبي تشتمل على الطلاقة والمرونة في التفكير والأصالة في المنتج والحساسية للمشكلات، وإعادة تعريف المشكلة وإيضاحها بالتفصيلات أو الإسهاب، ويرى أن الإبداع لا يرتبط بالذكاء لأن العوامل العقلية المسؤولة عن التفكير الإبداعي الابتكاري تقع ضمن العوامل التي ضمنها التفكير التباعدي.^{٧٤}

وعرفته **Amabile** بأنه عملية إنتاج أفكار أو تبني أفكار جديدة غير مألوفاً وتطبيقها، تتأثر تلك العملية بأربعة عناصر ثلاثة منها داخل الفرد تتمثل في الخبرات والدوافع والمهارات الفردية، وعامل رابع يتعلق بالبيئة الاجتماعية المحيطة بالفرد.^{٧٥}

وقد طرح **Kleyse & Street** مفهومين للإبداع ربط فيه بين الأداء الإبداعي والسلوك الابتكاري وعرفه بأنه الأنشطة والأعمال الهادفة الموجهة نحو توليد أفكار جديدة، والتحقق من ملاءمة وواقعية هذه الأفكار، وحشد الدعم والتأييد لها، وتطبيقها على أرض الواقع.^{٧٦}

وفي هذا الإطار عرّفه **Sternberg & Lubart** ولوبارت بأنه قدرة الفرد على توليد أو توضيح أو تطبيق أفكار وتقنيات ووجهات نظر مبتكرة لها قيمة في سوق العمل.^{٧٧}

تفصي مراجعة التعريفات السابقة التي تناولت الإبداع وفقاً للبُعد النفسي وجود مجموعة من العناصر اشتركت فيها غالبية التعريفات وهي على النحو التالي:

- ربطت التعريفات بين القدرات النفسية والنواتج الإبداعي وميزت بأن النواتج الإبداعية يجب أن يتميز بالجدة والفاعلية فلا يكفي أن يكون المنتج جديداً وأصيلاً

بل يجب أن يكون ذات قيمة وفاعلية في بيئة العمل، ويسد الحاجة التي أبدع من أجلها.

- أشارت التعريفات أن الأداء الإبداعي يمكن أن يزدهر إذا توافرت عناصر داعمة في البيئة وخصائص شخصية من مستوى مرتفع كالدافعية والاتجاهات الإيجابية والاهتمامات الشخصية.
- أكدت وجهات النظر أن الذكاء ليس متطلباً مسبقاً للسلوك الإبداعي الابتكاري، فالذكاء يقوم على التفكير التقاربي مقابل الإبداع الذي يقوم على التفكير التباعدي التشعبي.

■ مراحل العملية الإبداعية:

ينظر الكثيرون إلى الإبداع والابتكار في المجال الإعلامي على أنه عملية لها عدة مراحل متباينة ومتراكمة، كل مرحلة تالية تعتمد على مرحلة سابقة، وتتولد أثناءها الفكرة الجديدة، وقد طرح في إطار ذلك عدة نماذج من أشهرها النموذج الذي قدمه العالم الإنجليزي جراهام والاس التي تضمن أربع مراحل أساسية^{٧٨}:-

- **مرحلة الإعداد أو التحضير Preparation:** يتم في هذه المرحلة تحديد المشكلة وثقوص من جميع جوانبها، وتجمع المعلومات والحقائق حولها ويُربط بينها بصور مختلفة، وتعتمد هذه المرحلة على التفكير المنظم بهدف حل المشكلة موضوع البحث، كما تبرز عمليات مثل التركيب العقلي والتحويل العقلي والاستدعاء في التكوينات قبل الابتكارية، والتي تستخدم أو تفسر عندئذ في مرحلة الاستكشاف من خلال اختبار خصائصها البارزة. وتؤكد الأدبيات أن الأفراد الذين يخصصون جزءاً أكبر من الوقت لتحليل المشكلة وفهم عناصرهم أكثر إبداعاً من أولئك الذين يتسرعون في حل المشكلة.
- **مرحلة الاحتضان الكمون أو الاختمار Incubation:** وهي مرحلة تربية لا ينتبه فيها المبدع إلى المشكلة انتبهاً جديداً غير أنها ليست فترة جمود بل فترة كمون، وفي تلك المرحلة يتم وضع المشكلات خارج العقل الواعي، وتركها داخل اللاوعي، كما يلجأ الفرد في هذه المرحلة إلى أساليب لتحويل انتباهه الواعي عن المشكلة، حيث يتخلص من كل الشوائب والأفكار التي لا صلة لها بالمشكلة.
- **مرحلة الإشراق أو الإلهام Illumination:** وتسمى هذه المرحلة بشرارة الإبداع أو اللحظة الإبداعية وفيها تتولد الفكرة أو الحل حيث تظهر الأفكار

بطريقة مفاجأة وغير متوقعة أي تحدث ومضة فورية بُعد عدد من المحاولات المكتملة، وذكر بعض الأدبيات أن الإبداع والابتكار دائماً ما ينطلق من شيء سابق عليه، ولذلك حتى يستطيع الفرد إنتاج منتج إبداعي ابتكاري يجب أن يبدأ من نقطة في الماضي، وهذا ما يتم عند تحويل أي منتج إلى شيء جديد فلا بد أن يركز على المعرفة، وهنا تبرز دور المعرفة في انطلاق شرارة الإبداع والابتكار.

● **مرحلة التحقق أو إعادة النظر Verification:** وتستهدف مراجعة الفكرة المبدعة حيث يقوم الفرد بإعادة النظر في الفكرة للتأكد من مدى اكتمالها وفائدتها أو أنها تتطلب شيئاً من التهذيب والصفق، وهي تماثل مرحلة الإعداد في أنها شعورية تحكمها القواعد المنطقية في الأفكار.

وتؤكد بعض الأدبيات أن هذه المراحل قد تكون مجرد حالات states فقط وليس مراحل stages إذ تؤكد أن للعملية الإبداعية مرحلتين قابلتين للملاحظة والقياس هما: مرحلة الاستعداد والتحضير، ومرحلة التنفيذ والتوصيل^{٧٩}.

ووفقاً لذلك يقترح مصطفى حنورة بناء نظرياً يفسر العملية الإبداعية وهو نموذج الأساس النفسي الفعال لعملية الإبداع، ويفترض هذا النموذج أن عملية الإبداع تمضي من خلال أساس نفسي فعال ذي مستويات وأبعاد وفق لما يلي^{٨٠}.

- البُعد المعرفي: بما يشير إليه من قدرات عقلية وعمليات ذهنية.
- البُعد الوجداني: ويضم الدوافع والعواطف والقيم والميول والخصائص الشخصية.
- البُعد الثقافي الاجتماعي: ويضم أسس تنشئة الفرد وما اكتسبه من المجتمع من عادات وقيم وأعراف وثقافة عامة وما يعتنقه من مثل وما يحركه من أحداث.
- البُعد الجمالي الإيقاعي التعبيري: ويضم خصائص التفضيل والتقويم والتشكل كما يتضمن الخصائص الإيقاعية في السلوك كالسرعة والحدة والشدة.

إلى جانب الأبعاد النفسية الإيجابية السابق ذكرها والقدرات العقلية الأساسية التي لا بد من توافرها في الإنسان مثل التعرف والإدراك والفهم والتذكر وغيرها، وتتعدد المهارات أو القدرات التي ينبغي أن تتوافر في الشخص المبدع، وبقدر ما يملك من هذه المهارات يكون ثراؤه الابتكاري وقدرته على الإنتاج، وتتمثل أهم المهارات الحساسة للمشكلات، والطلاقة والمرونة والأصالة^{٨١}.

وقد وضع الباحثون عدة مقاييس واختبارات لقياس الإبداع لدى الشخص المبدع وتتخذ هذه المقاييس أحد اتجاهين في الغالب^{٨٢}:

الاتجاه الأول؛ قياس مستوى إبداع الفرد Creativity level وهو ما يتحدد من خلال مجموعة من المعايير من قبيل الطلاقة والمرونة والأصالة، فيتم ترتيب الأفراد على مدرج scale، والأفراد الذين يحصلون على درجات أعلى يصنفون على أنهم مرتفعو الإبداع، أما من يحصلون على درجات منخفضة فهم الأقل إبداعاً.

الاتجاه الثاني: دراسة أسلوب الإبداع Creativity style، على اعتبار أن كل فرد يكون لديه في الغالب أسلوب إبداعي معين يفضل، ويحدد هذا الاتجاه الثاني أسلوبين رئيسيين للإبداع هما التكيفي والابتكاري، والشخص التكيفي هو الشخص الذي حين يواجه مشكلة يتجه إلى القواعد التقليدية والممارسات والرؤى والتصورات الخاصة بالجماعة التي ينتمي إليها، ويتبنى هذا الشخص الحلول التقليدية المتعارف عليها لدى الجماعة، أما الشخص الابتكاري فهو ذلك الشخص الذي حين يواجه مشكلة ما فإنه يعيد بناء المشكلة ويحاول حلها بأسلوب جديد، متحرراً من أي رؤى أو تصورات أو افتراضات سابقة أو مستهلكة. وينتج هؤلاء الأفراد استجابات غير متوقعة وأحياناً غير مقبولة من جانب الجماعة.

■ تساؤلات الدراسة:

تطرح الدراسة التساؤلات التالية:

١. ما مدركات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس العوامل النفسية الإيجابية على أدائهم الإبداعي.
٢. ما مدركات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس عوامل التكوين المهني على أدائهم الإبداعي.
٣. ما عوامل تبني القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية للأفكار الإبداعية الابتكارية.
٤. ما استجابات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية حول أبعاد الأداء الإبداعي تجاه إنتاج وتصميم المواد الصحفية.

■ فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس الأداء الإبداعي

بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية - الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) تبعاً لمتغيرات النوع والعمر والخبرة الوظيفية. **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متوسط درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية - الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) وأبعاد رأس المال النفسي الإيجابي (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين أبعاد التكوين المهني (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي) والأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية - الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة.

الفرض الرابع: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين أبعاد التكوين المهني والأداء الإبداعي بالمتغيرات النفسية الإيجابية المتمثلة في (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل). **الفرض الخامس:** تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين أبعاد التكوين النفسي الإيجابي والأداء الإبداعي بالمتغيرات المهنية المتمثلة في (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي).

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد تبني المستحدثات الإبداعية ومراحل الأداء الإبداعي

■ الإطار المنهجي للدراسة

نوع ومنهج الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية العلاقاتية التي تسمح بوصف الظاهرة المدروسة وتحليلها ودراسة العلاقة بين المتغيرات المكونة للظاهرة، وقد وظفت الدراسة المنهج المسحي بشقه الكمي لجمع البيانات من العينة المختارة عن طريق أداة الاستبيان، بهدف الوصول إلى استدلالات علمية توضح العلاقات الارتباطية والفارقة بين متغيرات الدراسة.

عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (١٢٦) مفردة، تم اختيارهم بطريقة عينات كرة الثلج snowball sample والتي مكنت الباحث من الوصول إلى عينات

مباشرة من القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية (محرر إلكتروني/ مصمم إلكتروني / مسؤول منصة النشر الرقمي/ مدير موقع) (*) في معظم المؤسسات الصحفية الإلكترونية المصرية وبعض المواقع الإلكترونية العربية، وتم اختيار أفراد العينة من المجتمع المستهدف على أساس مطابقتها وملاءمتها لأهداف الدراسة، ممن لديهم تدرج في الخبرات الوظيفية في مجال تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية الإخبارية.

وقد استعان الباحث ببعض الصحفيين والزملاء (***) لتطبيق مقاييس الدراسة عن طريق إرسالها إلكترونياً عبر البريد الإلكتروني، وعبر مجموعات تطبيق الواتس آب WhatsApp، وأيضا من خلال نشر الاستبيان على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك Facebook وعبر الصفحات الشخصية لبعض الأشخاص، والحسابات على موقع تويتر twitter .

* الأدوار والمهام لكل فرد

- **محرر إلكتروني:** الصحفي الذي يقوم بكتابة المحتوى الرقمي وله صلاحية في الدخول على الموقع الإلكتروني للصحفية.
- **مصمم إلكتروني:** يطلق على الأشخاص الذين يقومون بتحويل المحتوى الصحفي إلى شكل رقمي سواء كان تفاعلي أو انفوجرافيك أو تصميم مقاطع الفيديو.
- **مسئول منصة النشر الرقمي:** وهو المسئول عن منصة النشر في الموقع أو على تطبيق الموبايل أو على مواقع التواصل الاجتماعي ويطلق عليه في بعض المؤسسات مدير تحرير أو رئيس تحرير تنفيذي وكذلك رئيس قسم بالنسبة للإعلام الاجتماعي
- **مدير الموقع:** وهو المسئول عن الربط والتشبيك داخل غرف الأخبار، كما يطلق عليه مدير الأخبار وهو المسئول عن إنتاج المادة الصحفية الخام التي يتم تكييفها بأشكال مختلفة لتناسب مع منصات النشر المختلفة.

** د. محرز غالي، د. ممنوح عبدالله، د. محمود رمضان، د. محمود عبدالحليم، د. خالد نكي، د. محمود حمدي، د. وليد الهادي، د. سمير محمود، د. قنحي إبراهيم، الصحفي ايمن عبد المجيد، الصحفي محمد سويد، الصحفي على التركي، المخرج الصحفي محروس سليم، الصحفي متولي سليم، المخرج الصحفي عيد رحيل، الصحفي محمد عبدالرحمن، الصحفي محمد سعيد.

جدول (١) توصيف عينة الدراسة وفقاً للنوع والسن والخبرة والتدرج الوظيفي

خصائص العينة		التكرار	النسبة
النوع	ذكور	٩٠	٧١,٤
	إناث	٣٦	٢٨,٦
السن	من ٢٣ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة	٦٠	٤٧,٧
	من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	٥٨	٤٦
	أكبر من ٥٠ سنة	٨	٦,٣
الخبرة الوظيفية	من سنة إلى أقل من ٥ سنوات	١٨	١٤,٢
	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	٨٢	٦٥
	أكبر من ١٥ سنة	٢٦	٢٠,٨
المسمى الوظيفي	محرر إلكتروني	٦٢	٤٩,٢
	مصمم إلكتروني	٣٩	٣١
	مسئول منصة النشر الرقمي	٩	٧,١
	مدير الموقع	١٠	٧,٩
	أخرى	٦	٤,٨
الإجمالي		١٢٦	

أدوات الدراسة: نظراً لأن الدراسة الحالية من الدراسات الميدانية فقد اعتمدت على بناء ثلاثة مقاييس يدون فيها المبحوثون القائمون بالاتصال بالاستجابات المرتبطة بمتغيرات الدراسة والتي تم توظيفها في أسئلة لجمع البيانات المطلوبة، وتمثلت المقاييس التي استخدمت فيما يلي:

- ١- مقياس التكوين النفسي: مكون من أربعة أبعاد (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة، والتفائل)، ويختار أفراد العينة إحدى الاستجابات التالية (موافق، محايد، غير موافق).
- ٢- مقياس التكوين المهني: مكون من خمسة أبعاد (التدريب - الخبرة الوظيفية - علاقات العمل- ضغوط العمل - الرضا الوظيفي)، ويختار أفراد العينة إحدى الاستجابات التالية (ينطبق علي تماماً- ينطبق علي إلى حد ما- لا ينطبق علي).
- ٣- مقياس الأداء الإبداعي: مكون من ثلاثة أبعاد وهي المعرفة (توليد الفكرة الإبداعية) - الاقتناع (مرحلة الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية)، القرار وتأكيد

الفكرة الإبداعية (مرحلة اتخاذ القرار)، ويختار أفراد العينة إحدى الاستجابات التالية (موافق، محايد، غير موافق).

٤- مقياس تبني الأفكار الإبداعية: مكون من خمسة أبعاد هي (الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد، القابلية للتجريب، وضوح النتيجة)، ويختار أفراد العينة إحدى الاستجابات التالية (موافق، محايد، غير موافق).

خطوات إعداد مقاييس وإجراءات الصدق والثبات:

اطلع الباحث على العديد من الأدبيات والدراسات والبحوث العربية والأجنبية بهدف الإفادة منها في بناء مقاييس الدراسة الحالية، وتحديد الأبعاد والعبارات المرتبطة بكل بُعد مثل الدراسات التالية:

- دراسات كل من: Renita Coleman & Jan Colbert 2004^{٨٣}، Luthans, et. al 2007^{٨٤}، Vishal Gupta & Shailendra Singh 2014^{٨٥}، Sweetman., et. al 2014^{٨٦}، إحسان جلاب، يوسف آل طعين ٢٠١٥^{٨٧}، Babak, et. al 2015^{٨٨}، Qiu, Yan & Lv 2015^{٨٩}، والتي وضعت مقياس تتناول الأبعاد النفسية الإيجابية لرأس المال النفسي الإيجابي.
- دراسات كل من: Hollifield Kosicki & Becker 2001^{٩٠}، الهامي، حسام ٢٠٠٩^{٩١}، عمران، أميمة ٢٠٠٩^{٩٢}، قنديل، أسماء. ٢٠١٥^{٩٣} والتي وضعت مقاييس تتناول الأبعاد المهنية.
- دراسات كل من: Venkatesh, Morris & Davis 2003^{٩٤}، Hebron 2008^{٩٥}، جوده، هيثم ٢٠١٧^{٩٦} والتي وضعت مقاييس للتعرف على العوامل المؤثرة في تبني الأفكار الإبداعية.
- دراسات كل من: إحسان جلاب، يوسف الطعين ٢٠١٥^{٩٧}، Hollifield Kosicki & Becker 2001^{٩٨}، Qiu, Yan & Lv 2015^{٩٩}، Sweetman., et al 2014^{١٠٠}، والتي وضعت مقاييس تتناول الأداء الإبداعي.

وفي إطار ذلك تم اشتقاق وترجمة العبارات الأكثر تكراراً في الدراسات الأجنبية، كما تم إعادة صياغة بعض العبارات سواء بالحذف والإضافة والتعديل للعبارات الأكثر تكراراً في الدراسات العربية بما يتلاءم مع متغيرات الدراسة الحالية، وهذا ما يعد مؤشراً أولياً على صدق المحتوى للمقياس الحالي، وفيما يلي أبعاد وعبارات كل مقياس.

جدول (٢) مقياس الدراسة والأبعاد المتعلقة بكل مقياس

أولاً: مقياس رأس المال النفسي	
البُعد الأول الكفاءة الذاتية	
١	أشعر بالثقة في حل المشاكل التي تواجهني في عملي خاصة تلك المتعلقة بعملية إنتاج وتصميم المحتوى الرقمي
٢	أشعر بالثقة في قدراتي عندما يوكل لي مهمة تتعلق بعملية تصميم وإنتاج المحتوى الصحفي الرقمي التفاعلي
٣	أشعر بالثقة عند التواصل مع الزملاء والحديث معهم عن مشاكل العمل
٤	استطيع إدارة المحتوى الصحفي عبر المنصات الرقمية المختلفة للتواصل مع الجمهور
البُعد الثاني الأمل	
٥	بإمكاني التفكير بعدة طرق بديلة للخروج من أي مأزق إذا ما وجدت نفسي في موقف تفاعلي معقد
٦	لدي شعور داخلي بأنني سأصبح أفضل مهارة وقدرة في مجال عملي خلال الفترة المقبلة
٧	لدي رغبة كبيرة في تحقيق إنجازات تجعلني أمثل إضافة حقيقية في مجال عملي
٨	في الوقت الحاضر أستطعت تحقيق أهدافي المهنية التي وضعتها لنفسي
البُعد الثالث المرونة	
٩	أتعامل مع الصعوبات التي تواجهني عند إنتاج أي مواد إعلامية بطريقة أو أخرى
١٠	عادة ما أتصدى للأعباء الكبيرة في عملي لأنني تعودت على مواجهة الصعاب وضغوط العمل
١١	أستطيع أن أتعامل مع كل زملاء العمل أيا كانت أنماط شخصياتهم
١٢	لدي قدرة على التعامل مع الرؤساء وتطبيق تصوراتهم مهما كنت أختلف معها
١٣	أستطيع تجاوز الأوقات الصعبة لأنني مررت بمواقف أصعب منها
البُعد الرابع التفاؤل	
١٤	عادة ما أتوقع الأفضل عندما تحيط بي ظروف عدم التأكيد
١٥	إذا كان هنالك فشل في عملي فإني أواجهه بحكمة
١٦	عادة ما أنظر إلى الجانب المشرف للأشياء في عملي
١٧	طبيعة عملي تدفعني لعدم الشعور باليأس مهما كانت الظروف الصعبة
ثانياً: مقياس التكوين المهني	
البُعد الأول التدريب	
١٨	التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي بجهد خاص مني
١٩	التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي عبر مؤسستي
٢٠	أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي في استخدام أنظمة تحريرية حديثة تلائم البيئة الإعلامية الجديدة
٢١	أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي على استخدام طرق حديثة في إنتاج وتصميم المواد الإعلامية.

٢٢	أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي على إدارة المحتوى الرقمي وكيفية التواصل مع الجمهور.
البُعد الثاني علاقات العمل	
٢٣	يسود مناخ من التواصل والعلاقات الإنسانية في إطار بيئة العمل بالمؤسسة الصحفية التي أنتمي إليها
٢٤	يشجعني رؤسائي على طرح أفكار غير تقليدية لتطوير المواد الإعلامية
٢٥	يؤمن رؤسائي بأهمية التطوير وعدم الإبقاء على الوضع الراهن
٢٦	يؤمن رؤسائي بأهمية التكنولوجيا في اختصار الوقت والجهد
٢٧	تحرص إدارة الصحيفة على توفير العديد من الخدمات للجمهور للتفاعل معهم عبر الوسائط الإعلامية المختلفة
٢٨	ألقى الدعم والتشجيع من قبل رؤسائي للحصول على دورات تدريبية لتطوير قدراتي المهنية
٢٩	تتبع الإدارة الصحفية نظاماً مرناً في أسلوب وتنظيم العمل
البُعد الثالث ضغوط العمل	
٣٠	عدم تعاون الزملاء وتوتر العلاقة بينهم في بعض الأحيان مما يؤثر على أدائي في العمل
٣١	عدم وجود موارد مالية تسهم في دعم إنتاج مواد إعلامية بأشكال غير تقليدية
٣٢	عدم وجود أجهزة وقاعات مجهزة تستخدم في أعمال إنتاج المواد الإعلامية
٣٣	ضيق الوقت المرتبط بنشر الموضوعات الإعلامية الخاصة بالمؤسسة
٣٤	أضطر للعمل في أكثر من مكان لأن راتبي من عملي الأساسي لا يكفي
٣٥	لا تهتم الإدارة بتطبيق سياسات الحوافز المادية والمعنوية مكافأة للمتميزين في العمل
٣٦	أشعر بالراحة النفسية والاجتماعية نتيجة للعمل الذي أمارسه
٣٧	توفر لي المؤسسة التي أعمل بها درجة كبيرة من الأمان والاستقرار الوظيفي والاجتماعي
البُعد الرابع الرضا الوظيفي	
٣٨	أشعر بالرضا الشديد عن طبيعة عملي داخل مؤسستي الصحفية
٣٩	أشعر بـعدالة الإدارة في توزيع أعباء العمل ومهامه على الجميع
٤٠	هناك دائماً شيء جديد في عملي استمتع بأدائه
٤١	هناك معايير واضحة ونزيهة للتقدم والصعود الوظيفي
٤٢	تحدد المكافآت والعلاوات الدورية على أسس ومعايير موضوعية وليست شخصية
٤٣	أميل إلى العمل في الغرف صغيرة الحجم التي تحتوي على عدد قليل من العاملين مقارنة بالغرف الكبيرة
٤٤	الكثير من المشاكل التي أواجهها في عملي تبدو ممتعة بالنسبة لي
ثالثاً: مقياس تبني الأفكار الإبداعية المبتكرة	
البُعد الأول الميزة النسبية	
٤٥	أتوقع أن استمتع باستخدام تقنيات النشر الإلكتروني لإنتاج وتصميم المواد الصحفية
٤٦	أتوقع أن يستفيد الجمهور على المحتوى التفاعلي مقارنة بالأشكال التقليدية.
٤٧	أتوقع أن يحرص الجمهور على التشارك في إنتاج محتوى يصلح نشره في الموقع الإلكتروني
٤٨	أتوقع أن تسهم التقنيات التكنولوجية في تنمية مهاراتي في تقييم المعلومات والتحقق من صحتها

البُعد الثاني التوافق	
٤٩	لدى من الخبرات ما يؤهلني لاستخدام التقنيات الحديثة لتصميم مواد صحفية تفاعلية غير تقليدية .
٥٠	وفرت لي التقنيات التكنولوجية إمكانية تخزين واسترجاع المعلومات الصحفية
البُعد الثالث التعقيد	
٥١	استطيع التعامل مع المستحدثات التكنولوجية بكل سهولة ويسر دون أي تعقيد
٥٢	تتيح تقنيات النشر الإلكتروني إمكانيات وبدائل يسيرة وسهلة ومتعددة تمكني من تصميم مواد صحفية تفاعلية تلائم الموقع الإلكتروني للصحفية
البُعد الرابع القابلية للتجريب	
٥٣	من السهل التعلم والتدريب على استخدام تقنيات النشر الرقمي
٥٤	حال تصميمي المواد الإعلامية بشكل غير تقليدي استشير زملائي لمعرفة المميزات والعيوب
البُعد الخامس وضوح النتيجة	
٥٥	إذا وجدت دعم من قبل رؤسائي لأفكاري الإبداعية استمر في إنتاج أكبر قدر من المواد الإعلامية بواسطة التقنيات الرقمية بدلا من الطرق التقليدي
٥٦	إذا وجدت انتقادات من زملائي ورؤسائي عن المواد الصحفية المصممة بشكل غير تقليدي، لا احرص على نشرها على الموقع
رابعاً: مقياس الأداء الإبداعي	
البُعد الأول المعرفة (مرحلة توليد الفكرة الإبداعية)	
٥٧	لدى القدرة على توليد أفكار جديدة في مجال إنتاج المواد الصحفية التفاعلية
٥٨	أميل إلى دعم الأفكار الإبداعية التي تقوم على التقنيات الرقمية
٥٩	أسعى جاهداً لإيجاد أفضل الطرق لتصميم المواد الصحفية بواسطة تقنيات التكنولوجيا بشكل مختلف عن الطرق التقليدية النمطية المنتشرة عبر معظم المواقع الإخبارية.
٦٠	أسعى إلى التدريب على إنتاج مواد إعلامية بواسطة تقنيات النشر الإلكتروني
٦١	أسعى لإنتاج محتوى إبداعي لمنافسة صحافة المواطن التي تقوم على نقل الأخبار من موقع الحدث
٦٢	لدى معرفة بوجود تطبيقات وبرامج متاحة على شبكة الإنترنت تستطيع توظيفها لإنتاج المواد الصحفية
البُعد الثاني الاقتناع (مرحلة الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية)	
٦٣	أرى ضرورة تحول المحتوى الإخباري ليصمم بشكل تفاعلي يتلاءم مع طبيعة الأجهزة التي يستخدمها الجمهور كالمحمول والأجهزة اللوحية.
٦٤	أميل إلى تحويل الأفكار الصحفية إلى أشكال رقمية إبداعية غير تقليدية لتنتشر على الموقع الإلكتروني للصحفية.
٦٥	أميل إلى إنتاج وتصميم محتوى يتلاءم مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن المنشور على موقع الصحفية الإلكترونية
٦٦	أميل إلى أن تتوسع مؤسستي في المنصات الرقمية لتعرض عليها المحتوى الإعلامي

٦٧	أميل إلى توظيف تقنيات الواقع المعزز في العمل الإعلامي
٦٨	أشجع إنشاء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحيفة على موقعها الإلكتروني
٦٩	أميل إلى توظيف الصور الأنفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الإلكتروني
البُعد الثالث القرار وتأکید الفكرة الإبداعية (مرحلة اتخاذ القرار)	
٧٠	ابتكر أساليب جديدة لتصميم وإخراج المحتوى بشكل تفاعلي يتلاءم مع البيئة التفاعلية الجديدة
٧١	لدي القدرة على إنتاج مواد إعلامية تقوم على استديو المحتوى الإبداعي على موقع اليوتيوب
٧٢	لدي القدرة على استخدام برامج المونتاج لإنتاج مقاطع فيديو تفاعلية
٧٣	لدي القدرة على توظيف الصور الأنفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الإلكتروني
٧٤	أؤيد ربط الصورة الصحفية بتقنيات الواقع المعزز
٧٥	أؤيد ضرورة ابتكار أدوات جديدة غير تقليدية للتواصل مع الجمهور
٧٦	أدعم وأسعى لإنشاء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحيفة على موقعها الإلكتروني

١- اختبار الصدق

للتحقق من صدق المقاييس المستخدمة بالدراسة وللوقوف على طبيعة العوامل المفسرة للظاهرة مر اختبار الصدق بالمرحلتين التاليتين:

الأولى حساب صدق المحكمين*: عرضت خلالها المقاييس على تسعة محكمين متخصصين في مجال الإعلام، وطلب منهم قراءة التعريفات الإجرائية لكل بُعد والحكم على عباراته من حيث وضوح الترجمة ومدى ملائمة الصياغة والتعرف على مقترحاتهم في إضافة بعض الصياغات الأخرى المناسبة، وقياس درجة ارتباط العبارات بكل بُعد وذلك بإعطاء درجة من (١ إلى ٥) بهدف حساب نسبة اتفاق آراء المحكمين في المقاييس، وفي ضوء المقترحات التي أوصى بها المحكمون أجرى الباحث التعديلات المطلوبة على العبارات، ويوضح الجدول التالي نسب اتفاق السادة المحكمين.

جدول (٣) نسب اتفاق آراء المحكمين في مقاييس الدراسة

المحكمين	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس	السادس	السابع	الثامن	التاسع	المتوسط
نسب اتفاق آراء المحكمين على مقاييس الدراسة	٩٩	٩٥	٩٦	٧٤	٩٦	٩٥	٩٦	٩٤	٧٤	٩٦

توضح بيانات الجدول السابق نسبة اتفاق كل محكم في مقاييس الدراسة المستخدمة، ومنه يتضح أن متوسط نسبة اتفاق السادة المحكمين على المقاييس بلغت (٩٦).

الثانية حساب صدق الاتساق الداخلي: بُعد التأكد من صدق المحكمين، تم حساب صدق الاتساق الداخلي وذلك بتطبيق المقاييس على عينة مقننة قوامها ٤٠ مفردة من بعض القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية، حيث تم حساب معامل الارتباط بيرسون (Pearson) بين درجة المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للمقاييس، وحساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البُعد الفرعي للمقياس، وكذلك حساب معامل ارتباط جميع الأبعاد مع الدرجة الكلية، وكانت جميعها دالة إحصائياً على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول (٤) معاملات الارتباط للعبارات المقياس وأبعاده والدرجة الكلية للمقاييس

معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة
٠,٣٣١	٦١	٠,٤٧٩	٤٦	٠,٥٨٣	٣١	٠,٣٤٧	١٦	٠,٧٥٠	١
٠,٤٧٩	٦٢	٠,٥٤١	٤٧	٠,٤٤١	٣٢	٠,٤٢٦	١٧	٠,٦٠٦	٢
٠,٤٦٥	٦٣	٠,٤٨١	٤٨	٠,٣٣٣	٣٣	٠,٣٨١	١٨	٠,٣٥٠	٣
٠,٣٥٠	٦٤	٠,٥٠٠	٤٩	٠,٣٩٢	٣٤	٠,٣٣٤	١٩	٠,٤١٤	٤
٠,٣٤٠	٦٥	٠,٥٢٨	٥٠	٠,٣٦٥	٣٥	٠,٣٤٤	٢٠	٠,٣٣٣	٥
٠,٤٣٣	٦٦	٠,٥٨٨	٥١	٠,٣٤٩	٣٦	٠,٦٣٦	٢١	٠,٣٦٩	٦
٠,٣٣٥	٦٧	٠,٤٥٥	٥٢	٠,٤٢٦	٣٧	٠,٣٣٧	٢٢	٠,٤٥١	٧
٠,٣٦٥	٦٨	٠,٥٤٥	٥٣	٠,٣٦٦	٣٨	٠,٣٨١	٢٣	٠,٣٩٩	٨
٠,٥٥٠	٦٩	٠,٣٨٣	٥٤	٠,٣٤٢	٣٩	٠,٤٦٨	٢٤	٠,٤٨٤	٩
٠,٣٥٩	٧٠	٠,٤١٢	٥٥	٠,٥٤١	٤٠	٠,٤١٤	٢٥	٠,٤٨٨	١٠
٠,٥٥٩	٧١	٠,٥٢٩	٥٦	٠,٣٧٤	٤١	٠,٤٢٢	٢٦	٠,٢٤٧	١١
٠,٣٧٩	٧٢	٠,٣٤٤	٥٧	٠,٤٤٦	٤٢	٠,٥٨٠	٢٧	٠,٢٠٩	١٢
٠,٥٩٠	٧٣	٠,٤٣٣	٥٨	٠,٣٨٠	٤٣	٠,٦٧٦	٢٨	٠,٣٣٨	١٣
٠,٤١٢	٧٤	٠,٤٠٩	٥٩	٠,٣٥٥	٤٤	٠,٥٢٧	٢٩	٠,٣٨٧	١٤
٠,٣٣٧	٧٥	٠,٣٦٦	٦٠	٠,٤٣٤	٤٥	٠,٥٩٧	٣٠	٠,٣٢٦	١٥
								٠,٣٩٣	٧٦

يتضح من الجدول السابق أن جميع أبعاد المقاييس مرتبطة ارتباطاً ذا دلالة إحصائية مع الدرجة الكلية للمقياس وتراوحت معاملات الارتباط بين (٠,٣٢٦، ٠,٧٥٠) وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى ٠,٠١ مما يؤكد صدق المقاييس المستخدمة، وفيما يلي إجراءات التأكد من ثبات المقاييس.

٢ - ثبات المقاييس:

تم حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية لجتمان، ومعامل سبيرمان وبراون، وفق نفس الإجراءات التي طبقت على عينة التقنين التي قوامها ٤٣ مفردة، حيث تم حساب معامل الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة البعد الفرعي للمقياس، وكذلك حساب معامل ارتباط جميع الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس، على النحو المبين في الجدول التالي:

جدول (٥) معامل ثبات مقاييس الدراسة

المقاييس	عدد العبارات	معامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان	التجزئة النصفية بعد التصحيح بمعادلة سبيرمان- براون
التكوين النفسي	١٧	٣١٠,٧	٠,٨٩٨
التكوين المهني	٢٧	٠,٨١٤	٠,٨٩٩
تبني الأفكار الإبداعية	١٢	٠,٧٩١	٠,٧٨٥
الأداء الإبداعي	٢٠	٠,٦٨٩	٠,٦٩١
معامل ارتباط الأبعاد مع بعضها		٠,٧٥٨	٠,٧٩٩
الثبات الكلي	٧٦	٠,٧٧٨	٠,٨٠١

يتضح من الجدول السابق:

أن أبعاد المقاييس حققت معاملات ثبات على درجة معقولة ومقبولة علمياً، حيث تراوحت معاملات ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل التجزئة النصفية لجتمان بين ٠,٦٨٩ - ٠,٨١٤، بينما تراوح معامل ثبات الأبعاد وفقاً لمعامل ارتباط سبيرمان - براون بين ٠,٦٩١-٠,٨٩٨.

وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع بعضها فقد كانت ٠,٧٥٨ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، بينما كانت وفقاً لمعامل سبيرمان - براون ٠,٧٩٩، وهي معاملات ثبات عالية وتدلل على ثبات الأبعاد.

وفيما يتعلق بمعاملات ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية فقد بلغت ٠,٧٧٨ وفقاً لمعامل ارتباط التجزئة النصفية لجتمان، وبلغت ٠,٨٠١ وفقاً لمعامل سبيرمان - براون وهي معاملات ثبات عالية تؤكد صلاحية المقاييس للاستخدام.

نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

يعرض الباحث النتائج وفق محورين: الأول نتائج تساؤلات الدراسة، والمحور الثاني نتائج فروض الدراسة:

أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:

لما كانت الدراسة الحالية تستهدف التعرف على تأثير المكونات النفسية الإيجابية المكونة لرأس المال النفسي بأبعاده المتمثلة في (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، التفاؤل) والمكونات المهنية بأبعاده المتمثلة في (التدريب، علاقات العمل وضغوطه، الرضا الوظيفي) على الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (توليد الفكرة، الاحتضان وتكوين الاتجاه نحو الفكرة، والقرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي، فقد طبقت الدراسة على عينة قوامها (١٢٦) مفردة من القائمين بالاتصال في مختلف المواقع الإلكترونية الإخبارية المصرية للتعرف على هدف الدراسة، ويعرض الباحث النتائج على النحو التالي:

أولاً: نتائج تساؤلات الدراسة:

١. مدركات القانمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس العوامل النفسية الإيجابية على أدائهم الإبداعي.

جدول (٦) يوضح مدركات القانمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس العوامل

النفسية الإيجابية على أدائهم الإبداعي ن = ١٢٦

المتوسط العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	الاستجابة			المعيار	
				موافق	محايد	غير موافق		
١٠.٦٠	٨٦.٦	٠.٦٣	٢.٦٠	٨٦	٣٠	١٠	ك	استمر بالثقة في حل المشاكل التي تواجهني في عملي
				٦٨.٣٠	٢٣.٨٠	٧.٩٠	%	خلسة تلك المتعلقة بعملية إنتاج وتصميم المحتوى الرقمي
	٩٠.٣	٠.٥٨	٢.٧١	٩٨	٢٠	٨	ك	استمر بالثقة في قدراتي عندما يوكل لي مهمة تتعلق بعملية تصميم وإنتاج المحتوى الصحفي الرقمي
				٧٧.٨٠	١٥.٩٠	٦.٣٠	%	التقاضي
٨٩	٠.٦٤	٢.٦٧	٩٦	١٨	١٢	ك	استمر بالثقة عند التواصل مع الزملاء والحديث معهم عن مشاكل العمل	
			٧٦.٢٠	١٤.٣٠	٩.٥٠	%		
٨٧.٣	٠.٥٨	٢.٦٢	٨٤	٣٦	٦	ك	استطيع إدارة المحتوى الصحفي عبر المنصات	
			٦٦.٧٠	٢٨.٦٠	٤.٨٠	%	الرقمية المختلفة للتواصل مع الجمهور	
١٠.٧١	٩١.٦	٠.٥٠	٢.٧٥	٩٨	٢٤	٤	ك	بإمكانني التفكير ببدء طرق جديدة للخروج من أي مأزق إذا ما وجدت نفسي في موقف تقاضي مخد
				٧٧.٨٠	١٩.٠٠	٣.٢٠	%	
	٩٠.٣	٠.٥٨	٢.٧١	٩٨	٢٠	٨	ك	لدي شعور داخلي بأنني سأصبح أفضل مهارة وقدرة في مجال عملي خلال الفترة المقبلة
				٧٧.٨٠	١٥.٩٠	٦.٣٠	%	
٩٨	٠.٣٠	٢.٩٤	١٢٠	٤	٢	ك	لدي رغبة كبيرة في تحقيق إنجازات تجعلني أمثل	
			٩٥.٢٠	٣.٢٠	١.٦٠	%	إضافة حقيقية في مجال عملي	
٧٧.٣	٠.٧٦	٢.٣٢	٦٢	٤٢	٢٢	ك	في الوقت للحاضر استطعت تحقيق أهدافي المهنية التي وضعتها لنفسني	
			٤٩.٢٠	٣٣.٣٠	١٧.٥٠	%		
١٣.٢٩	٨٩	٠.٥٩	٢.٦٧	٩٢	٢٦	٨	ك	أتعامل مع الصعوبات التي تواجهني عند إنتاج أي
				٧٣.٠٠	٢٠.٦٠	٦.٣٠	%	مود إعلامية بطريقة أو أخرى
	٩٠.٣	٠.٥٢	٢.٧١	٩٤	٢٨	٤	ك	عادة ما أتصدى للأعباء الكبيرة في عملي لأنني
				٧٤.٦٠	٢٢.٢٠	٣.٢٠	%	تعودت على مواجهة الصعاب وضغوط العمل
٨٤.٦	٠.٦٧	٢.٥٤	٨٠	٣٤	١٢	ك	أستطيع أن أتعامل مع كل زملاء العمل أياً	
			٦٣.٥٠	٢٧.٠٠	٩.٥٠	%	كانت أنماط شخصياتهم	
٨٥.٦	٠.٦٤	٢.٥٧	٨٢	٣٤	١٠	ك	لدي قدرة على التعامل مع الرؤساء وتطبيق	
			٦٥.١٠	٢٧.٠٠	٧.٩٠	%	تصوراتهم مهما كنت اختلف معها	
٩٣	٠.٥١	٢.٧٩	١٠٦	١٤	٦	ك	أستطيع تجاوز الأوقات الصعبة لأني مررت	
			٨٤.١٠	١١.١٠	٤.٨٠	%	بمواقف أصعب منها	
١٠.٣٧	٨٢.٦	٠.٧١	٢.٤٨	٧٦	٣٤	١٦	ك	عادة ما أتوقع الأفضل عندما تحيط بي ظروف
				٦٠.٣٠	٢٧.٠٠	١٢.٧٠	%	صعبة في بيئة العمل
	٩٠	٠.٦١	٢.٧٠	٩٨	١٨	١٠	ك	إذا كان هناك فشل في عملي فأني أوجهه بحكمة
				٧٧.٨٠	١٤.٣٠	٧.٩٠	%	
٨٧.٦	٠.٦٠	٢.٦٣	٨٨	٣٠	٨	ك	عادة ما أُنظر إلى الجانب المشرق للأشياء في عملي	
			٦٩.٨٠	٢٣.٨٠	٦.٣٠	%		
٨٥.٣	٠.٦٩	٢.٥٦	٨٤	٢٨	١٤	ك	طبيعة عملي تكفي لحدم الشعور بالرأس مهما	
			٦٦.٧٠	٢٢.٢٠	١١.١٠	%	كانت الظروف الصعبة	

يتضح من الجدول السابق:

- تصدر بُعد المرونة الترتيب الأول كأحد الأبعاد النفسية الإيجابية الأكثر إدراكاً من قبل القائمين بالاتصال على أدائهم الإبداعي، يليه بُعد الأمل، ثم بُعد الكفاءة الذاتية، وأخيراً بُعد التفاؤل، وفيما يلي عرض النتائج التفصيلية للجدول على النحو التالي:
- جاء في الترتيب الأول بُعد المرونة بمتوسط حسابي ١٣,٢٩ وجاءت عبارة "أستطيع تجاوز الأوقات الصعبة لأنني مررت بمواقف أصعب منها" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٧٩، يليها عبارة "عادة ما أتصدى للأعباء الكبيرة في عملي لأنني تعودت على مواجهة الصعاب وضغوط العمل" بمتوسط ٢,٧١، ثم عبارة "أتعامل مع الصعوبات التي تواجهني عند إنتاج أي مواد إعلامية بطريقة أو أخرى" بمتوسط ٢,٦٧، ثم عبارة "لدي قدرة على التعامل مع الرؤساء وتطبيق تصوراتهم مهما كنت أختلف معها" بمتوسط ٢,٥٧ وأخيراً "عبارة أستطيع أن أتعامل مع كل زملاء العمل أيا كانت أنماط شخصياتهم" بمتوسط ٢,٥٤.
- جاء في الترتيب الثاني بُعد الأمل بمتوسط حسابي ١٠,٧١ وضمن هذا البُعد جاءت عبارة "الذي رغبة كبيرة في تحقيق إنجازات تجعلني أمثل إضافة حقيقية في مجال عملي" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٩٤، يليها في الترتيب الثاني "عبارة بإمكانني التفكير بعدة طرق بديلة للخروج من أي مأزق إذا ما وجدت نفسي في موقف تفاعلي معقد" بمتوسط ٢,٧٥، وفي الترتيب الثالث جاءت "عبارة لدي شعور داخلي بأنني سأصبح أفضل مهارة وقدرة في مجال عملي خلال الفترة المقبلة" بمتوسط ٢,٧١، وأخيراً عبارة "في الوقت الحاضر استطعت تحقيق أهدافي المهنية التي وضعتها" بمتوسط ٢,٣٢.
- ويأتي بُعد الكفاءة الذاتية في المرتبة الثالثة ضمن الأبعاد النفسية الأكثر إدراكاً من قبل القائمين بالاتصال بمتوسط حسابي ١٠,٦٠، وضمن هذا البُعد جاءت عبارة "أشعر بالثقة في قدراتي عندما يوكل لي مهمة تتعلق بعملية تصميم وإنتاج المحتوى الصحفي الرقمي التفاعلي" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٧١، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أشعر بالثقة عند التواصل مع الزملاء والحديث معهم عن مشاكل العمل" بمتوسط ٢,٦٧، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "أستطيع إدارة المحتوى الصحفي عبر المنصات الرقمية المختلفة للتواصل مع

الجمهور" بمتوسط ٢,٦٢، وأخيراً عبارة "أشعر بالثقة في حل المشاكل التي تواجهني في عملي خاصة تلك المتعلقة بعملية إنتاج وتصميم المحتوى الرقمي" بمتوسط ٢,٦٠.

● وجاء في المرتبة الرابعة بُعد التفاؤل بمتوسط حسابي ١٠,٣٧، وضمن هذا البُعد جاءت عبارة "إذا كان هنالك فشل في عملي فإني أواجهه بحكمة" في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٧٠، يليها في الترتيب الثاني عبارة "عادة ما أنظر إلى الجانب المشرف للأشياء في عملي" بمتوسط ٢,٦٣، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "طبيعة عملي تدفعني لعدم الشعور باليأس مهما كانت الظروف الصعبة" بمتوسط ٢,٥٦، وأخيراً عبارة "عادة ما أتوقع الأفضل عندما تحيط بي ظروف صعبة في بيئة العمل" بمتوسط ٢,٤٨.

تتفق هذه النتيجة: مع نتائج دراسة أجنيشكا فايشتوك، و دراويش توريك Agnieszka Wojtczuk & Dariusz Turek 2014^{١١} التي أكدت على فاعلية أبعاد رأس المال النفسي المتمثلة في التفاؤل والأمل والكفاءة الذاتية في السلوك الإبداعي، وجاء متغير المرونة كأحد المتغيرات التي لها تأثير قوي في السلوك الإبداعي، وبالمثل تتفق مع ما أكدت عليه نتائج دراسة فيشال غوبتا، شايلندرا سينغ Vishal Gupta & Shailendra Singh 2014^{١٢} التي أثبتت الدور المهم الذي يلعبه رأس المال النفسي في التأثير الإيجابي على الأداء الإبداعي للأفراد.

ومن خلال استقراء نتائج الجدول السابق أمكن الخروج بعدد من التفسيرات: جاء بُعد المرونة كأكثر الأبعاد ارتفاعاً من وجهة نظر القائمين بالاتصال وهذا يدل على قدرة القائمين بالاتصال على تحمل المواقف الصعبة التي يمكن أن تكون ناتجة عن طبيعة العمل، والتأقلم على الصعوبات التي قد تواجهه عند تنفيذ الأفكار الإبداعية. وضمن هذا الإطار جاء بُعد التفاؤل كأقل الأبعاد ارتفاعاً من أبعاد رأس المال النفسي، وهو ما يؤكد أن القائمين بالاتصال لديهم قدرة في التعامل مع المشاكل الصعبة وأن لديهم دوافع داخلية للنظر للجوانب المشرقة في طبيعة أعمالهم الإبداعية.

٢. مدركات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس عوامل التكوين المهني على أدانهم الإبداعي.

جدول (٧) يوضح مدركات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية لانعكاس عوامل التكوين المهني على أدانهم الإبداعي = ١٢٦

المتوسط العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	تطبيق			الاستجابة	ابعاد مقياس العوامل المهنية
				تطبيق على تماما	تطبيق على إلى حد ما	لا تطبيق على		
١٠.٨٩	٧١.٣	٠.٧٨	٢.١٤	٤٨	٤٨	٣٠	ك	التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي بجهد خاص مني
				٣٨.١٠	٣٨.١٠	٢٣.٨٠	%	
	٦٥.٦	٠.٨٩	١.٩٧	٤٨	٢٦	٥٢	ك	التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي عبر مؤسستي
				٣٨.١٠	٢٠.٦٠	٤١.٣٠	%	
	٧٧.٣	٠.٧٣	٢.٣٢	٦٠	٤٦	٢٠	ك	أسهمت للبرامج التدريبية التي حصلت عليها في صف مهارتي في استخدام أنظمة تحرير حديثة تلائم البيئة الإعلامية الجديدة
				٤٧.٦٠	٣٦.٥٠	١٥.٩٠	%	
	٧٤	٠.٧٧	٢.٢٢	٥٤	٤٦	٢٦	ك	أسهمت للبرامج التدريبية التي حصلت عليها في صف مهارتي على استخدام طرق حديثة في إنتاج وتصميم المواد الإعلامية.
				٤٢.٩٠	٣٦.٥٠	٢٠.٦٠	%	
	٧٤.٦	٠.٧٧	٢.٢٤	٥٦	٤٤	٢٦	ك	أسهمت للبرامج التدريبية التي حصلت عليها في صف مهارتي على إدارة المحتوى الرقمي وكيفية التواصل مع الجمهور.
				٤٤.٤٠	٣٤.٩٠	٢٠.٦٠	%	
١٦.٢١	٨٢	٠.٧١	٢.٤٦	٧٤	٣٦	١٦	ك	يسود مناخ من التواصل والعلاقات الإنسانية في إطار بيئة العمل بالمؤسسة الصحفية التي أنتمى إليها
				٥٨.٧٠	٢٨.٦٠	١٢.٧٠	%	
	٧٨.٣	٠.٧٠	٢.٣٥	٦٠	٥٠	١٦	ك	يشجعي رؤسائي على طرح أفكار غير تقليدية لتطوير المواد الإعلامية
				٤٧.٦٠	٣٩.٧٠	١٢.٧٠	%	
	٧٩.٣	٠.٧٠	٢.٣٨	٦٤	٤٦	١٦	ك	يؤمن رؤسائي بأهمية التطوير وعدم الإبقاء على الوضع الراهن
				٥٠.٨٠	٣٦.٥٠	١٢.٧٠	%	
	٨٢	٠.٦٩	٢.٤٦	٧٢	٤٠	١٤	ك	يؤمن رؤسائي بأهمية التكنولوجيا في اختصار الوقت والجهد
				٥٧.١٠	٣٦.٧٠	١١.١٠	%	
	٧٥	٠.٧٤	٢.٣٥	٥٤	٥٠	٢٢	ك	تحرص إدارة الصحيفة على توفير العديد من الخدمات للجمهور للتفاعل معهم عبر الوسائط الإعلامية المختلفة
				٤٢.٩٠	٣٩.٧٠	١٧.٥٠	%	
٧١.٣	٠.٧٦	٢.١٤	٤٦	٥٢	٢٨	ك	التي الدعم والتشجيع من قبل رؤسائي للحصول على دورات تدريبية لتطوير قدراتي المهنية	
			٣٦.٥٠	٤١.٣٠	٢٢.٢٠	%		
٧٢	٠.٧٨	٢.١٦	٥٠	٤٦	٣٠	ك	تتبع الإدارة الصحفية نظاماً مرناً في أسلوب وتنظيم العمل	
			٣٩.٧٠	٣٦.٥٠	٢٣.٨٠	%		

للعمل في أكثر من مكان لأن راتبي من عملي الأساسي لا يكفي " بمتوسط ٢,٤٨، يليها في الترتيب الثاني عبارة "لا تهتم الإدارة بتطبيق سياسات الحوافز المادية والمعنوية مكافأة للمتميزين في العمل" وعبارة "عدم وجود مواد مالية تساهم في دعم إنتاج مواد إعلامية بأشكال غير تقليدية" بمتوسط ٢,٤٦ لكل منهما، وأخيراً جاءت عبارة "توفر لي المؤسسة التي أعمل بها درجة كبيرة من الأمان والاستقرار الوظيفي والاجتماعي" بمتوسط ١,٩٠.

● وجاء في الترتيب الثاني بُعد تأثير العلاقات الوظيفية في بيئة العمل بمتوسط حسابي ١٦,٢١ وضمن هذا العامل جاءت عبارتان في الترتيب الأول هما "يسود مناخ من التواصل والعلاقات الإنسانية في إطار بيئة العمل بالمؤسسة الصحفية التي أنتمي إليها"، وعبارة "يؤمن رؤسائي بأهمية التكنولوجيا في اختصار الوقت والجهد" بمتوسط ٢,٤٦ لكل منهما، يليهما في الترتيب الثاني عبارة "يؤمن رؤسائي بأهمية التطوير وعدم الإبقاء على الوضع الراهن" بمتوسط ٢,٣٨، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "يشجعني رؤسائي على طرح أفكار غير تقليدية لتطوير المواد الإعلامية" بمتوسط ٢,٣٥، وأخيراً عبارة "ألقى الدعم والتشجيع من قبل رؤسائي للحصول على دورات تدريبية لتطوير قدراتي المهنية" بمتوسط ٢,١٤.

● ويأتي بُعد تأثير الرضا عن طبيعة العمل في المرتبة الثالثة ضمن العوامل المهنية بمتوسط حسابي ١٤,١٤، وضمن هذا العامل جاء في الترتيب الأول عبارة "هناك دائماً شيء جديد في عملي أستمع بأدائه" بمتوسط ٢,٣٠، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أشعر بالرضا الشديد عن طبيعة عملي داخل مؤسستي الصحفية" بمتوسط ٢,٢٥، وفي الترتيب الثالث جاءت عبارة "أميل إلى العمل في الغرف صغيرة الحجم التي تحتوي على عدد قليل من العاملين مقارنة بالغرف الكبيرة" بمتوسط ٢,١٣، وأخيراً عبارة "هناك معايير واضحة ونزيهة للتقدم والصعود الوظيفي" بمتوسط ١,٧٠.

● وجاء في المرتبة الرابعة بُعد تأثير الدورات التدريبية على طبيعة العمل تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي بمتوسط حسابي ١٠,٨٩، وضمن هذا العامل جاء في الترتيب الأول عبارة "أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي في استخدام أنظمة تحريرية حديثة تلائم البيئة الإعلامية الجديدة" بمتوسط ٢,٣٢، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي في إدارة المحتوى الرقمي وكيفية التواصل مع الجمهور" بمتوسط ٢,٢٤، وفي الترتيب

الثالث جاءت عبارة "أسهمت البرامج التدريبية التي حصلت عليها في صقل مهاراتي في استخدام طرق حديثة في إنتاج وتصميم المواد الإعلامية" بمتوسط ٢,٢٢، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي بجهد خاص مني" بمتوسط ٢,١٤ وأخيراً عبارة "التحقت بدورات تدريبية مهنية في مجال النشر الرقمي عبر مؤسستي" بمتوسط ١,٩٧.

تتفق هذه النتيجة: مع نتائج دراسة رينيتا كولمان، جان كولبيرت Renita Coleman & Jan Colbert 2004^{١٠٣} التي أكدت أن المصممين مالوا إلى الغرف صغيرة الحجم باعتبارها تحفز الأداء الإبداعي لديهم مقارنة بالغرف كبيرة الحجم التي تحتوي على عدد كبير من المصممين، في حين ثبت فاعلية الغرف كبيرة الحجم التي تحتوي على عدد كبير من الأفراد على الأداء الإبداعي لدى مديري المحتوى لسرعة التواصل والتعاون بين المحررين والمراسلين.

كما تتفق مع ما توصلت له دراسة عيد رحيل^{١٠٤} التي أكدت على تأثير النشاط الإبداعي بسمات فريق العمل ومن أبرز الأسباب المتعلقة بفريق العمل التوافق الإنساني والمهني بين رئيس التحرير والمشرف الفني، والقدرات التحريرية للمشرف الفني وخبرته بالصحافة اليومية.

وكذلك تتفق مع نتائج دراسة عبدالله الرفاعي^{١٠٥} التي أثبتت أن بيئة العمل لها تأثير كبير على عملية الإبداع الإعلامي، حيث جاءت الممارسة الإدارية في مقدمة العوامل الأكثر إعاقة للإبداع لدى الإعلاميين تلاها النمط القيادي السائد، واحتلت الإدارة رتبة متقدمة في سلم ترتيب العوامل المحفزة على الإبداع؛ في حين جاءت العوامل الخارجية المرتبطة بالمناخ الاجتماعي والسياسي والديني في مؤخرة العوامل المعيقة للإبداع الإعلامي.

٣. عوامل تبني القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية للأفكار الإبداعية الابتكارية.

جدول (٨) يوضح عوامل تبني القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية للأفكار الإبداعية الابتكارية ن = ١٢٦

المتوسط العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	الاستجابة المقاس			الميزة النسبية
				موافق	محايد	غير موافق	
١٠.٧٦	٨٨.٣	٠.٦٠	٢.٦٥	٩٠	٢٨	٨	ك
				٧١.٤٠	٢٢.٢٠	٦.٣٠	%
	٩٠.٣	٠.٥٢	٢.٧١	٩٤	٢٨	٤	ك
				٧٤.٦٠	٢٢.٢٠	٣.٢٠	%
٨٧.٦	٠.٦٠	٢.٦٣	٨٨	٣٠	٨	ك	
			٦٩.٨٠	٢٣.٨٠	٦.٣٠	%	
٩٢	٠.٥٣	٢.٧٦	١٠٢	١٨	٦	ك	
			٨١.٠٠	١٤.٣٠	٤.٨٠	%	
٥.٢٧	٨٣.٦	٠.٦٤	٢.٥١	٧٤	٤٢	١٠	ك
				٥٨.٧٠	٣٣.٣٠	٧.٩٠	%
	٩٢	٠.٥٣	٢.٧٦	١٠٢	١٨	٦	ك
				٨١.٠٠	١٤.٣٠	٤.٨٠	%
٥.٣٠	٨٨.٣	٠.٥٧	٢.٦٥	٨٨	٣٢	٦	ك
				٦٩.٨٠	٢٥.٤٠	٤.٨٠	%
	٨٨.٣	٠.٥٧	٢.٦٥	٨٨	٣٢	٦	ك
				٦٩.٨٠	٢٥.٤٠	٤.٨٠	%
٥.٢٩	٩٠.٣	٠.٥٥	٢.٧١	٩٦	٢٤	٦	ك
				٧٦.٢٠	١٩.٠٠	٤.٨٠	%
	٨٥.٦	٠.٦١	٢.٥٧	٨٠	٣٨	٨	ك
				٦٣.٥٠	٣٠.٢٠	٦.٣٠	%
٥.١٩	٩٠.٣	٠.٦٠	٢.٧١	١٠٠	١٦	١٠	ك
				٧٩.٤٠	١٢.٧٠	٧.٩٠	%
	٨٢.٦	٠.٦٢	٢.٤٨	٦٨	٥٠	٨	ك
				٥٤.٠٠	٣٩.٧٠	٦.٣٠	%

يتضح من الجدول السابق:

- تصدر بُعد الميزة النسبية الترتيب الأول كأحد الأبعاد المؤثرة في تبني القائمين بالاتصال للأفكار الإبداعية، يليه بُعد التعقيد، ثم بُعد القابلية للتجريب، ثم بُعد التوافق،

وأخيراً بُعد وضوح النتيجة وفيما يلي عرض النتائج التفصيلية للجدول على النحو التالي:

- تصدر بُعد الميزة النسبية الترتيب الأول بمتوسط حسابي ١٠,٧٦ وضمن هذا البُعد جاء في الترتيب الأول عبارة "أتوقع أن تسهم التقنيات التكنولوجية في تنمية مهاراتي في تقييم المعلومات والتحقق من صحتها" بمتوسط ٢,٧٦، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أتوقع أن يستفيد الجمهور من المحتوى التفاعلي مقارنة بالأشكال التقليدية" بمتوسط ٢,٧١، وفي الترتيب الثالث عبارة "أتوقع أن استمتع باستخدام تقنيات النشر الإلكتروني لإنتاج وتصميم المواد الصحفية" بمتوسط ٢,٦٥، وأخيراً عبارة "أتوقع أن يحرص الجمهور على التشارك في إنتاج محتوى يصلح نشره في الموقع الإلكتروني" بمتوسط ٢,٦٣.
- جاء في الترتيب الثاني بُعد التعقيد بمتوسط حسابي ٥,٣٠ وضمن هذا البُعد جاءت عبارتان في نفس الترتيب هما عبارة "أستطيع التعامل مع المستحدثات التكنولوجية بكل سهولة ويسر دون أي تعقيد" وعبارة "تتيح تقنيات النشر الإلكتروني إمكانيات وبدائل يسيرة وسهلة ومتعددة تمكنني من تصميم مواد صحفية تفاعلية تلائم الموقع الإلكتروني للصحفية" بمتوسط ٢,٦٥ لكل منهما.
- ويأتي بُعد القابلية للتجريب في المرتبة الثالثة ضمن أبعاد تبني الأفكار الإبداعية بمتوسط حسابي ٥,٢٩، وضمن هذا البُعد جاء في الترتيب الأول عبارة "من السهل التعلم والتدريب على استخدام تقنيات النشر الرقمي" بمتوسط ٢,٧١، يليها في الترتيب الثاني عبارة "حال تصميمي المواد الإعلامية بشكل غير تقليدي استشير زملائي لمعرفة المميزات والعيوب" بمتوسط ٢,٥٧.
- وجاء في المرتبة الرابعة بُعد التوافق بمتوسط حسابي ٥,٢٧، وضمن هذا البُعد جاء في الترتيب الأول عبارة "وفرت لي التقنيات التكنولوجية إمكانية تخزين واسترجاع المعلومات الصحفية" بمتوسط ٢,٧٦، يليها في الترتيب الثاني عبارة "لدى من الخبرات ما يؤهلني لاستخدام التقنيات الحديثة لتصميم مواد صحفية تفاعلية غير تقليدية" بمتوسط ٢,٥١.
- وأخيراً جاء في المرتبة الخامسة بُعد وضوح النتيجة بمتوسط حسابي ٥,١٩، وضمن هذا البُعد جاء في الترتيب الأول عبارة "إذا وجدت دعماً من قبل رؤسائي لأفكاري الإبداعية استمر في إنتاج أكبر قدر من المواد الإعلامية بواسطة التقنيات الرقمية بدلاً من الطرق التقليدية" بمتوسط ٢,٧١، يليها في الترتيب الثاني عبارة "إذا وجدت

انتقادات من زملائي ورؤسائي عن المواد الصحفية المصممة بشكل غير تقليدي، لا احرص على نشرها على الموقع" بمتوسط ٢,٤٨.

تتفق هذه النتيجة: مع نتائج دراسة جين سنجر 2004 Jane Singer^{١٠٦}، ودراسة إكدل وزملائه Ekdale., et Al., 2015^{١٠٧} التي أكدت على فاعلية عوامل تبني الأفكار الإبداعية على طبيعة الأداء الإبداعي للقائمين بالاتصال وأن هذه العوامل تميل إلى الاتجاه الإيجابي في طبيعة الأداء الإبداعي.

٤. استجابات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية حول أبعاد الأداء الإبداعي تجاه إنتاج وتصميم المواد الصحفية

(أ) الاستجابات حول مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية

جدول (٩) يوضح استجابات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية حول مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية ن= ١٢٦

المتوسط العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق	محايد	غير موافق	الاستجابة	
							المعرفة (مرحلة توليد الفكرة الإبداعية)	ك
١٦.٢٥	٩٠.٣	٠.٥٨	٢.٧١	٨	٢٠	٩٨	ك	لدى القدرة على توليد أفكار جديدة في مجال إنتاج المواد الصحفية التفاعلية
				٦.٣٠	١٥.٩٠	٧٧.٨٠	%	
	٩٥.٣	٠.٤٣	٢.٨٦	٤	١٠	١١٢	ك	اميل الى دعم الأفكار الإبداعية التي تقوم على التقنيات الرقمية
				٣.٢٠	٧.٩٠	٨٨.٩٠	%	
	٩١	٠.٥٧	٢.٧٣	٨	١٨	١٠٠	ك	اسعى جاهداً لإيجاد أفضل الطرق لتصميم المواد الصحفية بواسطة تقنيات التكنولوجيا بشكل مختلف عن الطرق التقليدية النمطية المنتشرة عبر معظم المواقع الإخبارية.
				٦.٣٠	١٤.٣٠	٧٩.٤٠	%	
	٨٨.٣	٠.٥٧	٢.٦٥	٦	٣٢	٨٨	ك	اسعى الى التدريب على إنتاج مواد إعلامية بواسطة تقنيات النشر الإلكتروني
				٤.٨٠	٢٥.٤٠	٦٩.٨٠	%	
	٨٩.٣	٠.٦٢	٢.٦٨	١٠	٢٠	٩٦	ك	اسعى لإنتاج محتوى ابداعي لمنافسة صحافة المواطن والتي تقوم على نقل الاخبار من موقع الحدث
				٧.٩٠	١٥.٩٠	٧٦.٢٠	%	
	٨٧.٣	٠.٦٠	٢.٦٢	٨	٣٢	٨٦	ك	لدى معرفة بوجود تطبيقات وبرامج متاحة على شبكة الانترنت أستطيع توظيفها لإنتاج المواد الصحفية
				٦.٣٠	٢٥.٤٠	٦٨.٣٠	%	

يوضح بيانات الجدول السابق:

استجابات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة تجاه مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية، حيث جاء ترتيب العبارات كالتالي:

الترتيب الأول عبارة "أميل إلى دعم الأفكار الإبداعية التي تقوم على التقنيات الرقمية" بمتوسط ٢,٨٦، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أسعى جاهداً لإيجاد أفضل الطرق لتصميم المواد الصحفية بواسطة تقنيات التكنولوجيا بشكل مختلف عن الطرق التقليدية النمطية المنتشرة عبر معظم المواقع الإخبارية" بمتوسط ٢,٧٣، وفي الترتيب الثالث عبارة "الدى القدرة على توليد أفكار جديدة في مجال إنتاج المواد الصحفية التفاعلية" بمتوسط ٢,٧١، وفي الترتيب الرابع عبارة "أسعى لإنتاج محتوى إبداعي لمنافسة صحافة المواطن التي تقوم على نقل الأخبار من موقع الحدث" بمتوسط ٢,٦٨، وفي الترتيب الخامس عبارة "أسعى إلى التدريب على إنتاج مواد إعلامية بواسطة تقنيات النشر الإلكتروني بمتوسط ٢,٦٥، وأخيراً عبارة "الدى معرفة بوجود تطبيقات وبرامج متاحة على شبكة الإنترنت أستطيع توظيفها لإنتاج المواد الصحفية" بمتوسط ٢,٦٢.

(ب) الاستجابات حول مرحلة الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية

جدول (١٠) يوضح استجابات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية حول مرحلة

الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية ن = ١٢٦

المتوسط العام	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	المتوسط	موافق	محايد	غير موافق	الاستجابة	
							الافتتاح	(مرحلة الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية)
١٩.١٠	٠.٥٠	٩٣.٦	٢.٨١	٦	١٢	١٠.٨	ك	أرى ضرورة تحول المحتوى الاخباري ليصمم بشكل تفاعلي يتلاءم مع طبيعة الأجهزة التي يستخدمها الجمهور كالمحمول والأجهزة اللوحية.
				٤.٨٠	٩.٥٠	٨٥.٧٠	%	
	٠.٥٨	٩٠.٣	٢.٧١	٨	٢٠	٩.٨	ك	اميل الى تحويل الأفكار الصحفية الى اشكال رقمية ابداعية غير تقليدية لتنتشر على الموقع الالكتروني للصحفية.
				٦.٣٠	١٥.٩٠	٧٧.٨٠	%	
	٠.٥٨	٩.٣	٢.٧١	٨	٢٠	٩.٨	ك	اميل الى انتاج وتصميم محتوى يتلاءم مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي يخلق عن المنشور على موقع الصحيفة الالكترونية
				٦.٣٠	١٥.٩٠	٧٧.٨٠	%	
	٠.٦٠	٩١	٢.٧٣	١٠	١٤	١٠.٢	ك	أميل إلى أن تتوسع مؤسستي في المنصات الرقمية لتعرض عليه المحتوى الاعلامي
				٧.٩٠	١١.١٠	٨١.٠٠	%	
٠.٦٢	٨٨.٣	٢.٦٥	١٠	٢٤	٩.٢	ك	أميل إلى توظيف تقنيات الواقع المعزز في العمل الإعلامي	
			٧.٩٠	١٩.٠٠	٧٣.٠٠	%		
٠.٦٦	٨٧.٣	٢.٦٢	١٢	٢٤	٩.٠	ك	اشجع انشاء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحفية على موقعها الالكتروني	
			٩.٥٠	١٩.٠٠	٧١.٤٠	%		
٠.٤٣	٩٥.٣	٢.٨٦	٤	١٠	١١.٢	ك	اميل إلى توظيف الصور الانفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الالكتروني	
			٣.٢٠	٧.٩٠	٨٨.٩٠	%		

يوضح بيانات الجدول السابق:

استجابات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة تجاه مرحلة الاحتضان وتكوين الفكرة الإبداعية، حيث جاء ترتيب العبارات كالتالي: الترتيب الأول عبارة "أميل إلى توظيف الصور الأنفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الإلكتروني" بمتوسط ٢,٨٦، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أرى ضرورة تحول المحتوى الإخباري ليصمم بشكل تفاعلي يتلاءم مع طبيعة الأجهزة التي يستخدمها الجمهور كالمحمول والأجهزة اللوحية" بمتوسط ٢,٨١، وفي الترتيب الثالث عبارة "أميل إلى أن تتوسع مؤسستي في المنصات الرقمية لتعرض عليها المحتوى الإعلامي" بمتوسط ٢,٧٣، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارتان هما "أميل إلى تحويل الأفكار الصحفية إلى أشكال رقمية إبداعية غير تقليدية لتنتشر على الموقع الإلكتروني للصحفية"، وعبارة "أميل إلى إنتاج وتصميم محتوى يتلاءم مع طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي يختلف عن المنشور على موقع الصحيفة الإلكترونية" بمتوسط ٢,٧١ لكل منهما، وفي الترتيب الخامس عبارة "أميل إلى توظيف تقنيات الواقع المعزز في العمل الإعلامي" بمتوسط ٢,٦٥، وأخيرا عبارة "أشجع إنشاء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحيفة على موقعها الإلكتروني بمتوسط ٢,٦٢.

(ج) الاستجابات حول مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية

جدول (١١) يوضح استجابات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية حول مرحلة

القرار وتأکید الفكرة الإبداعية ن= ١٢٦

المتوسط العام	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق	محايد	غير موافق	الاستجابة	
							القرار وتأکید الفكرة الإبداعية (مرحلة اتخاذ القرار)	
١٧.٦٢	٨٦.٣	٠.٦١	٢.٥٦	٨	٣٦	٨٢	ك	ابتكر أساليب جديدة لتصميم وإخراج المحتوى بشكل تفاعلي يتلاءم مع البيئة التفاعلية الجديدة
				٦٣.٠	٢٨.٦٠	٦٥.١٠	%	
	٨٠.٣	٠.٦٨	٢.٤١	١٤	٤٦	٦٦	ك	لدى القدرة على إنتاج مواد إعلامية تقوم على استنبو المحتوى الإبداعي على موقع اليوتيوب
				١١.١٠	٣٦.٥٠	٥٢.٤٠	%	
	٧٦.٦	٠.٧٧	٢.٣٠	٢٤	٤٠	٦٢	ك	لدى القدرة على استخدام برمج المونتاج لإنتاج مقاطع فيديو تفاعلية
				١٩.٠٠	٣١.٧٠	٤٩.٢٠	%	
	٧٩.٣	٠.٦٦	٢.٣٨	١٢	٥٤	٦٠	ك	لدى القدرة على توظيف الصور الأنفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الإلكتروني
				٩.٥٠	٤٢.٩٠	٤٧.٦٠	%	
٨٧.٣	٠.٦٦	٢.٦٢	١٢	٢٤	٩٠	ك	أويد ربط الصورة الصحفية بتقنيات الواقع المعزز	
			٩.٥٠	١٩.٠٠	٧١.٤٠	%		
٩٢	٠.٥٣	٢.٧٦	٦	١٨	١٠٢	ك	أويد ضرورة ابتكار أدوات جديدة غير تقليدية للتواصل مع الجمهور	
			٤.٨٠	١٤.٣٠	٨١.٠٠	%		
٩٥.٣	٠.٦٤	٢.٥٦	١٠	٣٦	٨٠	ك	ادعم واسعى لإشياء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحيفة على موقعها الإلكتروني	
			٧.٩٠	٢٨.٦٠	٦٣.٥٠	%		

يوضح بيانات الجدول السابق:

استجابات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة تجاه مرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية، حيث جاء ترتيب العبارات كالتالي: الترتيب الأول عبارة "أويد ضرورة ابتكار أدوات جديدة غير تقليدية للتواصل مع الجمهور" بمتوسط ٢,٧٦، يليها في الترتيب الثاني عبارة "أويد ربط الصورة الصحفية بتقنيات الواقع المعزز" بمتوسط ٢,٦٢. وفي الترتيب الثالث عبارة "أبتكر أساليب جديدة لتصميم وإخراج المحتوى بشكل تفاعلي يتلاءم مع البيئة التفاعلية الجديدة" بمتوسط ٢,٥٩، وفي الترتيب الرابع جاءت عبارة "أدعم وأسعى لإنشاء قناة إذاعية وتلفزيونية للصحيفة على موقعها الإلكتروني" بمتوسط ٢,٥٦، وفي الترتيب الخامس عبارة "الذي القدرة على إنتاج مواد إعلامية تقوم على استديو المحتوى الإبداعي على موقع اليوتيوب" بمتوسط ٢,٤١

وفي الترتيب السادس عبارة "الذي القدرة على توظيف الصور الأنفوجرافية بأشكالها المختلفة الثابتة والتفاعلية والمرئية في الموقع الإلكتروني" بمتوسط ٢,٣٨، وأخيرا عبارة "الذي القدرة على استخدام برامج المونتاج لإنتاج مقاطع فيديو تفاعلية" بمتوسط ٢,٣٠.

ثانياً نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية - الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) تبعاً لمتغيرات النوع والعمر والخبرة الوظيفية وللتحقق من صحة هذا الفرض توصلت النتائج إلى ما يلي:

أ. الفروق في الاستجابات تجاه مراحل الأداء الإبداعي الثلاث تبعاً لمتغير النوع.

جدول (١٢) يوضح الفروق في أبعاد الأداء الإبداعي تبعاً لمتغير النوع = ١٢٦

الدلالة	قيمة (ت)	ع	م	العدد	العينة	المتغيرات	البعد
غير دالة	١,٨٠٥	٢,٨٧٨٨٧	١٦,٠٥٧٧	٩٠	الذكور	توليد الفكرة الإبداعية	الأداء الإبداعي
		٠,٩٥٧٩٩	١٧,١٨١٨	٣٦	الإناث		
٠,٠٥	٢,٠٩٣	٣,٦١٧٨٥	١٨,٨٠٧٧	٩٠	الذكور	الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية	
		١,٤٧١٢٢	٢٠,٤٥٤٥	٣٦	الإناث		
غير دالة	٠,٣٤٨	٣,٠٣٦٠١	١٧,٥٧٦٩	٩٠	الذكور	القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية	
		٢,٥٣٨٠٢	١٧,٨١٨٢	٣٦	الإناث		

يتضح من الجدول السابق:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة "ت" (1,805)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة "ت" (2,093)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير النوع حيث بلغت قيمة "ت" (0,348)، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05.

ب. الفروق في الاستجابات تجاه مراحل الأداء الإبداعي الثلاث تبعاً لمتغيرات العمر والخبرة الوظيفية ونوع المؤسسة الصحفية:

جدول (١٣) يوضح الفروق في أبعاد الأداء الإبداعي تبعاً لمتغيرات العمر والخبرة الوظيفية. ن=١٢٦

البُعد	المتغيرات	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية	العمر	بين المجموعات	٥٥,٤٢٨	٢	٢٧,٧١٤	٤,٠٥٦	٠,٠٢٠ دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
		داخل المجموعات	٨٤٠,٤٤٥	١٢٣	٦,٨٣٣		
		المجموع	٨٩٥,٨٧٣	١٢٥			
	الخبرة الوظيفية	بين المجموعات	٤٣,٦٥٥	٢	٢١,٨٢٨	٣,١٥٠	٠,٠٤٦ دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
		داخل المجموعات	٨٥٢,٢١٨	١٢٣	٦,٩٢٩		
		المجموع	٨٩٥,٨٧٣	١٢٥			
الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية	العمر	بين المجموعات	١٣,٤١٢	٢	٦,٧٠٦	٠,٥٧٧	٠,٥٦٣ غير دالة
		داخل المجموعات	١٤٢٩,٤٤٥	١٢٣	١١,٦٢٢		
		المجموع	١٤٤٢,٨٥٧	١٢٥			
	الخبرة الوظيفية	بين المجموعات	٧٠,٣٦٩	٢	٣٥,١٨٥	٣,١٥٣	٠,٠٤٦ دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
		داخل المجموعات	١٣٧٢,٤٨٨	١٢٣	١١,١٥٨		
		المجموع	١٤٤٢,٨٥٧	١٢٥			
القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية	العمر	بين المجموعات	٦٥,٦٧٨	٢	٣٢,٨٣٩	٣,٩٦٠	٠,٠٢٢ دالة إحصائياً عند ٠,٠٥
		داخل المجموعات	١٠٢٠,٠٣٧	١٢٣	٨,٢٩٣		
		المجموع	١٠٨٥,٧١٤	١٢٥			
	الخبرة الوظيفية	بين المجموعات	٣٤,٧٠٣	٢	١٧,٣٥٢	٢,٠٣١	٠,١٣٦ غير دالة
		داخل المجموعات	١٠٥١,٠١١	١٢٣	٨,٥٤٥		
		المجموع	١٠٨٥,٧١٤	١٢٥			

يتضح من الجدول السابق:

- مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية:

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر، حيث كانت قيمة ف (٤,٠٥٦)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية، حيث كانت قيمة ف (٣,١٥٠)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

- مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية:

● عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر، حيث كانت قيمة ف (٠,٥٧٧)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية، حيث كانت قيمة ف (٣,١٥٣)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

- مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية:

● وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر، حيث كانت قيمة ف (٣,٩٦٠)، وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

● عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية، حيث كانت قيمة ف (٢,٠٣١)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين وفقاً للعمر والخبرة الوظيفية، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (١٤) نتائج تحليل L.S.D لمعرفة مصدر الفروق بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مراحل الأداء الإبداعي تبعاً لمتغير العمر والخبرة الوظيفية

المتغيرات	مصدر التباين	التباين بين المجموعات	الفرق بين المتوسطين	الانحراف المعياري	الدلالة
المعرفة وتوليد الفكرة	العمر	من ٢٣ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة	أكبر من ٥٠ سنة	*٢,٥٥٠٠٠	٠,٠٥
		من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	أكبر من ٥٠ سنة	*٢,٨٠١٧٢	٠,٠١
	الخبرة الوظيفية	من ٥ سنوات إلى أقل من ٥ سنوات	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	١,٣٤٩٥٩-	٠,٠٥
الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية	الخبرة الوظيفية	من ٥ سنوات إلى أقل من ٥ سنوات	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	- *٢,١٧٨٨٦	٠,٠٥
		من ٥ سنوات إلى أقل من ٥ سنوات	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة	- *١,٢١١٤٩	٠,٠٥
القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية	العمر	من ٢٣ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة	من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	- *١,٢١١٤٩	٠,٠٥
		من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	من ٣٥ سنة إلى أقل من ٥٠ سنة	*٢,٣٤٤٨٣	٠,٠٥

يتضح من الجدول السابق: اختلاف المتوسطات الحسابية لدرجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مراحل الأداء الإبداعي تبعاً لمتغير العمر والخبرة الوظيفية، وتم إجراء اختبار L.S.D لمعرفة مدى دلالة هذه الفروق ولصالح أي من المجموعات المختلفة.

- مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية:

- بالنسبة لمتغير العمر: هناك اختلاف بين متوسطات درجات لدرجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية في المرحلة العمرية أكبر من ٥٠ سنة.

- بالنسبة لمتغير الخبرة الوظيفية: هناك اختلاف بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة.

– مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية:

- بالنسبة لمتغير الخبرة الوظيفية: هناك اختلاف بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية من ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة.

– مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية:

- بالنسبة لمتغير العمر: هناك اختلاف بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة تجاه مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية في المرحلة العمرية الأكبر من ٥٠ سنة.

وبمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض الأول تحقق جزئياً: حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر لصالح المرحلة العمرية الأكبر من ٥٠ سنة وكذلك تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية من ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة، كما تبين وجود فروق في متوسطات الدرجات في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة، كذلك تبين وجود فروق في متوسطات الدرجات في مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر لصالح المرحلة العمرية الأكبر من ٥٠ سنة.

في حين لم يتبين وجود فروق في متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تعزى لمتغير الخبرة الوظيفية، كما لم يتبين وجود فروق في الاستجابات في مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية تعزى لمتغير العمر.

وتتفق نتيجة الفرض الأول: مع نتائج دراسة دانيال روبنسون، ومارك رنكو Daniel L. Rubenson & Mark A. Runco 1992 التي أكدت على ضرورة

التجانس بين أفراد الجماعة الإبداعية وقياس هذا التجانس، ومراعاة فروق الخبرة، وضرورة أن يتوافر لدى الفرد المبدع خبرة ومرونة في التفكير، وأن يكون لديه القدرة والكفاءة الذاتية على التفاعل مع الآخرين، كما أكدت أن البيئات الإبداعية في العمل الإعلامي لا تزال تخضع لرؤية برجماتية تفرضها الحاجة للخروج من الأزمات أو لتفعيل المنافسة، أكثر من كونها أداءً عاماً للوسيلة الإعلامية^{١٠٨}.

وكذلك تتفق مع نتائج دراسة عمار بكار Ammar Bakkar 2003 التي أظهرت وجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث داخل المؤسسات الإعلامية السعودية من حيث تصورهم لمدى شيوع مناخ تنظيمي ذي صفات إبداعية، أي أن النوع كان عاملاً مؤثراً في إدراك المناخ الإبداعي بين الموظفين والمديرين، خاصة فيما يتعلق ببعض الأبعاد التي يقيسها مقياس دلائل الموقف.

وتختلف نتيجة الفرض الأول: مع ما توصلت له نتائج دراسة عباس، محمد Abbas, Muhammad 2015 التي بينت عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية العمر والنوع في العلاقة بين رأس المال النفسي والأداء الإبداعي^{١٠٩}.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين متوسط درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي الإيجابي (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل) ومتوسطات درجاتهم على مقياس الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية).

جدول (١٥) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين متوسط درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس رأس المال النفسي الإيجابي وبين مراحل الأداء الإبداعي ن= ١٢٦

أبعاد الأداء الإبداعي		المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية		تكوين الفكرة الإبداعية		تأكيد الفكرة الإبداعية	
		معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
أبعاد رأس المال النفسي		٠,٧٢٩	٠,٠٠١	٠,٧٨٨	٠,٠٠١	٠,٦١٥	٠,٠٠١
الكفاءة الذاتية		٠,٥٥٧	٠,٠٠١	٠,٥٦٨	٠,٠٠١	٠,٧٣٩	٠,٠٠١
الأمل		٠,٤٤٩	٠,٠٠١	٠,٦٠٧	٠,٠٠١	٠,٦١٤	٠,٠٠١
المرونة		٠,٦٧٠	٠,٠٠١	٠,٤٥٧	٠,٠٠١	٠,٥٦٢	٠,٠٠١
التفاؤل		٠,٧٥٠	٠,٠٠١	٠,٦٦١	٠,٠٠١	٠,٧٠٢	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق:

- تؤثر الأبعاد النفسية لرأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، التفاؤل) بدرجات متفاوتة في الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث، فقد تبين أن الأبعاد النفسية تؤثر بدرجة قوية في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$ ، كما تؤثر الأبعاد النفسية بدرجة قوية في مرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية حيث كانت حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$ ، في حين تبين أن الأبعاد النفسية تؤثر بدرجة متوسطة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

أما عن العلاقة الفرعية بين أبعاد رأس المال النفسي ومرحلة الأداء الإبداعي فقد جاءت كالتالي:

- مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية:

- وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية) ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (التفاؤل) ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الأمل) ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (المرونة) ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

- مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية:

- وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية) ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (المرونة) ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الأمل) ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (التفاؤل) ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

- مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية:

• وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الأمل) ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية) ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (المرونة) ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين البُعد الفرعي لرأس المال النفسي (التفاؤل) ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.

وبمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض الثاني تحقق كلياً: وذلك فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين أبعاد رأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل) ومراحل الأداء الإبداعي الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية- القرار وتأکید الفكرة الإبداعية).

وتتفق نتيجة الفرض الثاني: مع ما خلصت إليه نتائج دراسة رينيتا كولمان، جان كولبيرت 2004 Renita Coleman & Jan Colbert^{١١٠} التي أظهرت وجود علاقة إيجابية بين السمات الشخصية والأداء الإبداعي لدى عينة الدراسة، فالأفراد الذين لديهم سمات إيجابية تتمثل في شعورهم بالأمل والثقة في قدراتهم، ولديهم قدرة على طرح الأفكار الجريئة كانوا أكثر إبداعاً من أولئك الأشخاص الذين قلت لديهم تلك السمات.

كما تتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة فيشال غوبتا، شايلندرا سينغ Vishal Guptaa & Shailendra Singh 2014^{١١١} التي أثبتت الدور المهم الذي يلعبه رأس المال النفسي في التأثير الإيجابي على الأداء الإبداعي لدى الأفراد.

كما تتفق مع ما توصلت له نتائج دراسة أجنيشكا فايشتوك، ودرأويش توريك Agnieszka Wojtczuk & Dariusz Turek 2014^{١١٢} التي بينت وجود علاقة طردية دالة إحصائياً بين أبعاد رأس المال النفسي المتمثلة في التفاؤل والأمل والكفاءة الذاتية وبين السلوك الإبداعي، وجاء متغير المرونة كأحد المتغيرات التي لها تأثير قوي في السلوك الإبداعي.

كما تتفق مع نتائج دراسة باباك وزملائه Babak et al., 2015^{١١٣} التي أكدت وجود علاقة ارتباطية قوية بين أبعاد رأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية، والأمل، والتفاؤل) باستثناء المرونة في تعزيز من الابتكار التكنولوجي داخل بيئة العمل لدى الموظفين.

وكذلك تتفق مع نتائج دراسة إحسان جلاب، ويوسف آل طعين ٢٠١٥^{١١٤} التي بينت وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال النفسي الإيجابي مجتمعة وبشكل منفرد في كل بُعد من أبعاد الأداء الإبداعي وعلاقة أثر بنسب مختلفة

ويمكن تفسير ذلك: بأنه كلما كان لدى القائمين بالاتصال شعور بكفاءتهم الذاتية ولديهم مرونة في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في بيئة العمل، وأمل وتفاؤل كان هذا دافعاً لهم للقيام بالعديد من الأنشطة الهادفة لتوليد أفكار إبداعية ابتكارية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه الموارد النفسية الإيجابية لدى القائمين بالاتصال على الأداء الإبداعي لديهم، فالقائمين بالاتصال الذين لديهم موارد نفسية إيجابية عالية ينخرطون في سلوكيات إبداعية أكبر من القائمين بالاتصال الذين لديهم موارد نفسية منخفضة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية موجبة بين أبعاد التكوين المهني (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي) والأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية - اتخاذ القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة.

جدول (١٦) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين متوسط درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة على مقياس التكوين المهني وبين مراحل الأداء الإبداعي ن= ١٢٦

أبعاد الأداء الإبداعي		المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية		تكوين الفكرة الإبداعية		تأكيد الفكرة الإبداعية	
أبعاد التكوين المهني		معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
التدريب		٠,٣٧٦	٠,٠١	٠,١٦٥	غير دالة	٠,٣٠٥	٠,٠٠١
علاقات العمل		٠,٦١١	٠,٠٠١	٠,٣٥٦	٠,٠٠١	٠,٣٩٠	٠,٠٠١
ضغوط العمل		٠,٥٠١	٠,٠٠١	٠,١٩٦	٠,٠٥	٠,٢٩٣	٠,٠٠١
الرضا الوظيفي		٠,٧٠٠	٠,٠٠١	٠,٢٤٨	٠,٠٠١	٠,٢٧٠	٠,٠١
أبعاد الأداء المهني		٠,٧٤٤	٠,٠٠١	٠,٣٤٣	٠,٠٠١	٠,٤٢٠	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق:

- تؤثر أبعاد التكوين المهني (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي) بدرجات متفاوتة في الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث، فقد تبين أن الأبعاد المهنية تؤثر بدرجة قوية في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، وتؤثر الأبعاد المهنية بدرجة متوسطة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية ومرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية حيث كانت حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، في حين تبين أن الأبعاد المهنية تؤثر بدرجة ضعيفة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١

أما عن العلاقة الفرعية بين الأبعاد المهنية ومرحل الأداء الإبداعي فقد جاءت كالتالي:

- مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية:

- وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين بُعد الرضا الوظيفي ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.
- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بُعد علاقات العمل ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

- وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بُعد ضغوط العمل ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد التدريب ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - **مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية:**
 - عدم وجود علاقة ارتباطية بين بُعد التدريب ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت قيمة (r) غير دالة عند مستوى $0,05$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد علاقات العمل ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد الرضا الوظيفي ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين ضغوط العمل ومرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - **مرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية:**
 - وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين بُعد علاقات العمل ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,05$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد التدريب ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد ضغوط العمل ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
 - وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين بُعد الرضا الوظيفي ومرحلة القرار وتأکید الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r > 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$.
- وبمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض الثالث تحقق كليا:** وذلك فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائيا بين أبعاد التكوين المهني (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي)، ومراحل الأداء الإبداعي الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية- القرار وتأکید الفكرة الإبداعية).

وتتفق نتيجة الفرض الثالث: مع ما خلصت إليه نتائج دراسة أشرف صالح ١٩٩١^{١١٥} التي أكدت وجود عوامل مهنية تعوق النشاط الإبداعي للمخرجين الصحفيين أثناء عملهم منها الإمكانيات الفنية، وشدة التوتر والقلق، وعدم تعاون الزملاء، والإرهاق، وغياب التقدير المادي أو المعنوي.

كما تتفق مع ما توصلت له نتائج دراسة هوليفيلد، كوسيكي، بيكر، Hollifield, Kosicki & Becker 2001^{١١٦} التي أكدت أن العوامل التنظيمية المتعلقة بحصول الفرد على مؤهلات ودورات، وقدراته اللغوية والاتصالية، والسرعة، وقابليته للعمل تحت ظروف مختلفة تؤثر في طبيعة الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال.

وبالمثل تتفق مع ما توصلت إليه نتائج دراسة رينيتا كولمان، جان كولبيرت Renita Coleman & Jan Colbert 2004^{١١٧} التي أظهرت أن مساحة بيئة العمل تؤثر على طبيعة الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال.

الفرض الرابع: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين أبعاد التكوين المهني والأداء الإبداعي بالمتغيرات النفسية الإيجابية المتمثلة في (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل).

لاختبار هذا الفرض تم إجراء المعاملات التالية

أ. حساب معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل أبعاد التكوين المهني، والمتغير التابع أبعاد الأداء الإبداعي بُعد وعزل المتغيرات الوسيطة للمتغيرات النفسية كل على حدة.

ب. قياس العلاقة بين المتغيرين مع إضافة المتغير الوسيط، وذلك باستخدام معامل الارتباط المتعدد Multi correlation.

جدول (١٧) يوضح العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة في ظل (تأثير/ عدم تأثير)

المتغيرات الوسيطة ن= ١٢٦

العلاقة بين عوامل التكوين المهني ومعدل تحقق الأداء الإبداعي			المتغيرات الوسيطة
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون للارتباط الجزئي في ظل تأثير المتغيرات الوسيطة	قيمة معامل بيرسون للارتباط الجزئي بعد عزل تأثير المتغيرات الوسيطة	
٠,٠٠٠	٠,٤٨٤	٠,٣٤١	الكفاءة الذاتية
٠,٠١٨	٠,٤٧٩	٠,٢٧٤	الأمل
٠,٠٠٠	٠,٤١٦	٠,٣٢٩	المرونة
٠,٠٠٠	٠,٤٢١	٠,٣٣٧	التفاؤل

يتضح من الجدول السابق:

غيرت المتغيرات الوسيطة الأربع (كل على حدة) بدرجات متفاوتة من شدة واتجاه العلاقة بين عوامل التكوين المهني (المتغير المستقل) ومعدل الأداء الإبداعي (المتغير التابع)، حيث تشير نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي إلى أن شدة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع قد ازدادت بفعل تأثير المتغيرات الوسيطة (وإن بمعدلات منخفضة) وذلك على النحو التالي.

• كلما زاد معدل الكفاءة الذاتية لدى القائمين بالاتصال زاد معدل الأداء الإبداعي لديهم بفعل وجود عوامل التكوين المهني، فعند عزل متغير الكفاءة الذاتية أصبح $r=0,341$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة زادت شدتها حيث أصبحت $r=0,484$.

• يزيد مستوى الشعور بالأمل لدى القائمين بالاتصال من معدل أدائهم الإبداعي بفعل وجود عوامل التكوين المهني، فعند عزل متغير الأمل أصبح $r=0,274$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة زادت شدتها حيث أصبحت $r=0,479$.

• كلما ازدادت درجة الشعور بالمرونة في بيئة العمل لدى القائمين بالاتصال ارتفع معدل أدائهم الإبداعي بفعل وجود عوامل التكوين المهني، فعند عزل متغير المرونة أصبح $r=0,329$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة زادت شدتها حيث أصبحت $r=0,416$.

• كلما زاد معدل الشعور بالتفاؤل لدى القائمين بالاتصال ارتفع معدل أدائهم الإبداعي بفعل وجود عوامل التكوين المهني، فعند عزل متغير الأمل أصبح $r=0,337$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة زادت شدتها حيث أصبحت $r=0,421$.

وبمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض الرابع تحقق كلياً: حيث تبين أن هناك عوامل نفسية عديدة ينبغي مراعاتها عند دراسة العلاقة بين عوامل التكوين المهني والأداء الإبداعي، تمثلت تلك العوامل في الكفاءة الذاتية والأمل والمرونة والشعور بالتفاؤل.

ويمكن تفسير ذلك: بأن العوامل النفسية الإيجابية المتمثلة في (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل) ذات تأثير مترفع في الأداء الإبداعي من العوامل المهنية

المتمثلة في (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي)، فالقائمين بالاتصال ذوي الكفاءة الذاتية العالية يظهرون سلوكيات أكثر إبداعاً في تبني الأفكار المستحدثة الإبداعية مقارنة بغيرهم، كما أن الشعور بالأمل والتفاؤل يدفعهم لبذل مزيد من الطرق الإبداعية نحو تحقيق الأهداف المرجوة، أي كلما كان لدى القائمين بالاتصال شعور بكفاءتهم الذاتية ولديهم مرونة في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في بيئة العمل، وأمل وتفاؤل كان هذا دافعاً لديهم للقيام بالعديد من الأنشطة الهادفة لتوليد أفكار إبداعية ابتكارية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، مقارنة بعوامل التدريب وضغوط العمل والرقابة الوظيفية.

الفرض الخامس: تتأثر شدة العلاقة الارتباطية بين أبعاد التكوين النفسي الإيجابي والأداء الإبداعي بالمتغيرات المهنية المتمثلة في (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي).

أ. حساب معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي لقياس شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين المتغير المستقل الأبعاد النفسية الإيجابية، والمتغير التابع أبعاد الأداء الإبداعي بعد عزل المتغيرات الوسيطة المتغيرات المهنية كل على حدة.

ب. قياس العلاقة بين المتغيرين مع إضافة المتغير الوسيط، وذلك باستخدام معامل الارتباط المتعدد Multi correlation.

جدول (١٨) يوضح العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة في ظل (تأثير/ عدم تأثير)

المتغيرات الوسيطة ن = ١٢٦

العلاقة بين عوامل التكوين النفسي وبين معدل تحقق الأداء الإبداعي			المتغيرات الوسيطة
مستوى المعنوية	قيمة معامل بيرسون للارتباط الجزئي في ظل تأثير المتغيرات الوسيطة	قيمة معامل بيرسون للارتباط الجزئي بعد عزل تأثير المتغيرات الوسيطة	
٠,٠٠٠	٠,٧١١	٠,٧٣٢	التدريب
٠,٠٠٠	٠,٧٣٢	٠,٦٤٦	علاقات العمل
٠,٠٠٠	٠,٧٢٥	٠,٧٣٢	ضغوط العمل
٠,٠٠٠	٠,٦٧١	٠,٧٣٢	الرضا الوظيفي

يتضح من الجدول السابق:

لم تغير المتغيرات الوسيطة الثلاث المتمثلة في التدريب، وضغوط العمل، الرضا الوظيفي في شدة واتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي (المتغير المستقل) ومعدل الأداء الإبداعي (المتغير التابع) حيث تشير نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي إلى عدم تغير شدة أو اتجاه العلاقة بين المتغير المستقل والتابع بعد عزل تأثير المتغيرات الثلاث، في حين أوضحت النتائج أن متغير علاقات العمل هو الذي أثر في شدة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع بفعل تأثير هذا المتغير (وإن بمعدلات منخفضة) وسيتم عرض النتائج على النحو التالي:

- لا يؤثر متغير التدريب (كمتغير وسيط) على شدة أو اتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي الإيجابي وبين معدل الأداء الإبداعي، وفق ما تشير إليه نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي أن قيمة $r = 0,732$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة قلت شدتها حيث أصبحت $r = 0,711$.
- لا يؤثر ضغوط العمل (كمتغير وسيط) على شدة أو اتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي الإيجابي وبين معدل الأداء الإبداعي، وفق ما تشير إليه نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي أن قيمة $r = 0,732$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة قلت شدتها حيث أصبحت $r = 0,725$.
- لا يؤثر متغير الرضا الوظيفي (كمتغير وسيط) على شدة أو اتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي الإيجابي وبين معدل الأداء الإبداعي، وفق ما تشير إليه نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي أن قيمة $r = 0,732$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة قلت شدتها حيث أصبحت $r = 0,671$.
- أكدت النتائج أن متغير علاقات العمل (كمتغير وسيط) يؤثر في شدة واتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي، ومعدل الأداء الإبداعي حيث تشير نتائج معامل "بيرسون" للارتباط الجزئي إلى أن شدة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع قد ازدادت بفعل تأثير المتغير الوسيط (وإن بمعدلات منخفضة)، فعند عزل متغير الأمل أصبح $r = 0,646$ ، وعند إدخال المتغير مرة أخرى إلى العلاقة زادت شدتها حيث أصبحت $r = 0,732$.

بمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض الخامس تحقق جزئياً: حيث تبين أن وجود عامل مستقل واحد هو علاقة العمل يؤثر في اتجاه وشدة العلاقة بين المتغيرات

النفسية والأداء الإبداعي، في حين لم يثبت وجود تأثير لبعض المتغيرات الوسيطة في العلاقة بين العوامل النفسية والأداء الإبداعي.

ويمكن تفسير ذلك: أن العوامل النفسية المتكونة لدى القائمين لا تتأثر بمتغيرات التدريب وضغوط العمل والرضا الوظيفي، أي أن العوامل النفسية تأثيرها أقوى من تأثير العوامل المهنية على الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد تبني المستحدثات الإبداعية ومراحل الأداء الإبداعي

جدول (١٩) معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط بين أبعاد تبني المستحدثات الإبداعية وبين مراحل

الأداء الإبداعي ن=١٢٦

مراحل الأداء الإبداعي		المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية		تكوين الفكرة الإبداعية		تأكيد الفكرة الإبداعية	
المتغيرات المؤثرة في تبني المستحدثات الإبداعية		معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة	معامل الارتباط	الدلالة
الميزة النسبية		٠,٧٠١	٠,٠٠١	٠,٦٤٨	٠,٠٠١	٠,٤٧٧	٠,٠٠١
التوافق		٠,٧٢٤	٠,٠٠١	٠,٥٠٧	٠,٠٠١	٠,٤٤٩	٠,٠٠١
درجة التعقيد		٠,٧٢٧	٠,٠٠١	٠,٨٧٣	٠,٠٠١	٠,٣٦٨	٠,٠٠١
القابلية للتجريب		٠,٦٧٨	٠,٠٠١	٠,٧٦١	٠,٠٠١	٠,٧١٤	٠,٠٠١
وضوح النتيجة		٠,٦٨٩	٠,٠٠١	٠,٤٠٢	٠,٠٠١	٠,٧٢٦	٠,٠٠١
الدرجة الكلية		٠,٧٠١	٠,٠٠١	٠,٦٤٨	٠,٠٠١	٠,٤٧٧	٠,٠٠١

يتضح من الجدول السابق:

- تؤثر المتغيرات المرتبطة بتبني الأفكار الإبداعية المتمثلة في (الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد، القابلية للتجريب، وضوح النتيجة) في طبيعة الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث وإن اختلفت مستويات الارتباط بين قوي ومتوسط، فقد تبين أن هذه المتغيرات تؤثر بدرجة قوية في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى $0,001$ ، وتؤثر تلك المتغيرات بدرجة متوسطة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية ومرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية حيث كانت حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى $0,001$ ، كذلك تؤثر بدرجة متوسطة في

مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١

أما عن العلاقة الفرعية بين أبعاد التنبؤ ومرحل الأداء الإبداعي فقد جاءت كالتالي:

- مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية:

• وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين الأبعاد التالية: الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد وبين مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين الأبعاد التالية: القابلية للتجريب، وضوح النتيجة وبين مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

- مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية:

• وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين الأبعاد التالية: درجة التعقيد، والقابلية للتجريب، وبين مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين الأبعاد التالية: الميزة النسبية، التوافق، وضوح النتيجة وبين مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

- مرحلة القرار وتأكيده الفكرة الإبداعية:

• وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين الأبعاد التالية: القابلية للتجريب، وضوح النتيجة، وبين مرحلة القرار وتأكيده الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,7$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

• وجود علاقة ارتباطية طردية متوسطة بين الأبعاد التالية: الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد وبين مرحلة القرار وتأكيده الفكرة الإبداعية، حيث كانت ($r < 0,4$) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

وبمراجعة النتائج السابقة يتضح أن الفرض السادس تحقق كلياً: وذلك فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين المتغيرات المؤثرة في تبني الأفكار الإبداعية المتمثلة في (الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد، القابلية للتجريب، وضوح

النتيجة)، ومراحل الأداء الإبداعي الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية- القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية).

ومن خلال نتائج الفرض السابق تبين وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين بُعدي الميزة النسبية والتوافق ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية، وكذلك وجود علاقة قوية بين بُعدي درجة التعقيد والقابلية للتجريب ومرحلة تكوين الفكرة الإبداعية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين بُعدي القابلية والتجريب ومرحلة تأكيد الفكرة الإبداعية

تتفق نتيجة الفرض السادس: مع نتائج دراسة جين سنجر Jane Singer 2004¹¹⁸، ودراسة إكدل وزملائه Ekdale et al., 2015¹¹⁹ التي أكدت وجود علاقة ارتباطية موجبة بين قبول وتبني استخدام التقنيات التكنولوجية في إدارة غرف الأخبار وفي علاقة الجمهور والأداء الابتكاري، فيما وجد علاقة ارتباطية سلبية بين تلك الأبعاد والممارسة المهنية

ويمكن تفسير ذلك: أن عملية التبني لا تُعدُّ سلوكاً، وإنما استعداداً ذهنياً لدى الفرد لتبني الأفكار المستحدثة الإبداعية، وفقاً لذلك تقوم عملية تبني الأفكار الإبداعية الصحفية لدى القائمين بالاتصال عبر عدة مراحل، ترتبط بكل مرحلة مجموعة من المتغيرات، فكلما كان لدى القائمين بالاتصال قناعات بأن الأفكار الإبداعية سوف تحقق لهم مميزات اقتصادية واجتماعية وتحقق عامل الارتياح، ويرون أن تلك الأفكار الإبداعية متوافقة مع قناعاتهم واحتياجاتهم الراهنة كان هذا دافعاً قوياً لديهم لتبني تلك الأفكار الإبداعية، وقد أكدت نتائج الجدول قوة العلاقة الارتباطية بين بُعدي الميزة النسبية والتوافق ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية.

وكلما شعروا أن المنتج الموجود الذي يرون فيه فكرة إبداعية غير تقليدية جيدة ومناسبة وقابلة للتجريب ولا يجدون في استخدامها أي تعقيد أو صعوبة في توظيفها واستخدامها كان هذا دافعاً قوياً لبناء قناعات لديهم وتأكيد الفكرة الإبداعية لديهم، وقد أكدت نتائج الجدول قوة العلاقة الارتباطية بين بُعدي التعقيد والقابلية للتجريب ومرحلة تكوين الفكرة الإبداعية.

وكلما استطاعوا رصد وملاحظة المزايا والسمات المميزة للأفكار الإبداعية الصحفية بواسطة الآخرين في النظام الاجتماعي الذي يعملون في ظلّه داخل بيئة العمل الصحفي، زاد ذلك معدل تبنيهم لتلك الأفكار مما يعزز سرعة انتشارها داخل

بيئة العمل، وهو ما يدفعهم إلى تأكيد تلك الأفكار الإبداعية، وقد أكدت نتائج الجدول قوة العلاقة الارتباطية بين بُعدي القابلية للتجريب ووضوح النتيجة.

خلاصة الدراسة:

انطلقت الدراسة من هدفٍ رئيسٍ يتمثل في استكشاف تأثير المكونات النفسية الإيجابية المكونة لرأس المال النفسي بأبعاده (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، التفاؤل) والمكونات المهنية بأبعادها المتمثلة في (التدريب، علاقات العمل وضغوطه، الرضا الوظيفي) على الأداء الإبداعي بمراحله الثلاث (توليد الفكرة، الاحتضان وتكوين الاتجاه نحو الفكرة، والقرار وتأكيد الفكرة الإبداعية) لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي

وقد أجرى الباحثُ في إطار ذلك دراسة ميدانية طبقها على عينة عشوائية قوامها (١٢٦) مفردة، تم اختيارهم بطريقة عينات كرة الثلج snowball sample التي مكنت الباحث من الوصول إلى عينات مباشرة من القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية (محرر إلكتروني/ مصمم إلكتروني / مسؤول منصة النشر الرقمي/ مدير موقع) في معظم المؤسسات الصحفية الإلكترونية المصرية وبعض المواقع الإلكترونية العربية، وتم اختيار أفراد العينة من المجتمع المستهدف على أساس مطابقتها وملاءمتها لأهداف الدراسة، ممن لديهم تدرج في الخبرات الوظيفية في مجال تصميم وإدارة المواقع الإلكترونية الإخبارية.

وكشفت الدراسة عن عدد من النتائج من أهمها ما يلي:

- تصدر بُعد المرونة الترتيب الأول كأحد الأبعاد النفسية الإيجابية الأكثر إدراكاً من قبل القائمين بالاتصال على أدائهم الإبداعي، يليه بُعد الأمل، ثم بُعد الكفاءة الذاتية، وأخيراً بُعد التفاؤل.
- تصدر بُعد تأثير الضغوط والمعوقات في بيئة العمل الترتيب الأول كأحد الأبعاد المهنية الأكثر إدراكاً من قبل القائمين بالاتصال على أدائهم الإبداعي، يليه بُعد تأثير العلاقات الوظيفية في بيئة العمل، ثم بُعد تأثير الرضا عن طبيعة العمل، وأخيراً بُعد تأثير الدورات التدريبية على طبيعة عملهم تجاه إنتاج وتصميم المحتوى الصحفي.
- أكدت النتائج أن العوامل النفسية أكثر تأثيراً في الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الإخبارية مقارنة بالعوامل المهنية.

- قُبلَ الفرض الأول جزئياً حيث تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر لصالح المرحلة العمرية أكبر من ٥٠ سنة وكذلك تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة.
- وفقاً لنتائج الفرض الأول تبين وجود فروق في متوسطات الدرجات في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير الخبرة الوظيفية ممن لديهم سنوات خبرة تتراوح بين ٥ سنوات وأقل من ١٥ سنة.
- كذلك وفقاً لنتائج الفرض الأول تبين وجود فروق في متوسطات الدرجات في مرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية تبعاً لمتغير العمر لصالح المرحلة العمرية أكبر من ٥٠ سنة.
- أيضاً في ضوء نتائج الفرض الأول لم يتبين وجود فروق في متوسطات درجات القائمين بالاتصال بالمواقع الإلكترونية الصحفية عينة الدراسة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية تعزى لمتغير العمر.
- كما بينت نتائج الفرض الأول عدم وجود فروق في الاستجابات في مرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية تعزى لمتغير الخبرة الوظيفية.
- قُبلَ الفرض الثاني كلياً حيث تبين وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين الأبعاد النفسية لرأس المال النفسي (الكفاءة الذاتية، الأمل، المرونة، التفاؤل)، ومراحل الأداء الإبداعي، وتبين أن التأثير بدرجات متفاوتة، حيث أكدت النتائج أن الأبعاد النفسية الإيجابية تؤثر بدرجة قوية في مرحلتي المعرفة وتوليد الفكرة، ومرحلة القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية، في حين تؤثر بدرجة متوسطة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية.
- قُبلَ الفرض الثالث كلياً حيث تبين وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين أبعاد التكوين المهني (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي) ومراحل الأداء الإبداعي وتبين أن التأثير بدرجات متفاوتة، فقد تبين أن الأبعاد المهنية تؤثر بدرجة قوية في مرحلة المعرفة وتوليد الفكرة، وتؤثر بدرجة متوسطة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية مرحلة القرار

وتأكيد الفكرة الإبداعية، في حين تبين أن الأبعاد المهنية تؤثر بدرجة ضعيفة في مرحلة الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية.

● قبلَ الفرض الرابع كلياً حيث تبين أن هناك عوامل نفسية عديدة ينبغي مراعاتها عند دراسة العلاقة بين عوامل التكوين المهني والأداء الإبداعي، تمثلت تلك العوامل في الكفاءة الذاتية والأمل والمرونة والشعور بالتفاؤل.

● قبلَ الفرض الخامس جزئياً حيث أظهرت النتائج أن المتغيرات الوسيطة الثلاث والمتمثلة في التدريب، وضغوط العمل، الرضا الوظيفي في شدة واتجاه العلاقة بين عوامل التكوين النفسي (المتغير المستقل) ومعدل الأداء الإبداعي (المتغير التابع)، في حين أوضحت النتائج أن متغير علاقات العمل هو الذي أثر في شدة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع بفعل تأثير هذا المتغير (وإن بمعدلات منخفضة).

● قبلَ الفرض السادس كلياً حيث تبين وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين المتغيرات المؤثرة في تبني الأفكار الإبداعية المتمثلة في (الميزة النسبية، التوافق، درجة التعقيد، القابلية للتجريب، وضوح النتيجة)، ومراحل الأداء الإبداعي الثلاث (المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية- الاقتناع وتكوين الفكرة الإبداعية- القرار وتأكيد الفكرة الإبداعية).

● من خلال نتائج الفرض السادس تبين وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين بُعدي الميزة النسبية والتوافق ومرحلة المعرفة وتوليد الفكرة الإبداعية، وكذلك وجود علاقة قوية بين بُعدي درجة التعقيد والقابلية للتجريب ومرحلة تكوين الفكرة الإبداعية، كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية قوية بين بُعدي القابلية والتجريب ومرحلة تأكيد الفكرة الإبداعية.

إذا ففي إطار الفروض التي قامت الدراسة الحالية باختبارها يمكن أن نستقرئ بعض التفسيرات التي أظهرتها النتائج من أبرزها:

● كلما كان لدى القائمين بالاتصال شعور بكفاءتهم الذاتية ولديهم مرونة في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في بيئة العمل، وأمل وتفاؤل كان هذا دافعاً لهم للقيام بالعديد من الأنشطة الهادفة لتوليد أفكار إبداعية ابتكارية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، وهو ما يؤكد الدور الذي تلعبه الموارد النفسية الإيجابية لدى القائمين بالاتصال على الأداء الإبداعي لديهم فالقائمين بالاتصال

الذين لديهم موارد نفسية إيجابية عالية ينخرطون في سلوكيات إبداعية أكبر من القائمين بالاتصال الذين لديهم موارد نفسية منخفضة.

- جاء بُعد المرونة كأكثر الأبعاد ارتفاعاً من وجهة نظر القائمين بالاتصال وهذا يدل على قدرة القائمين بالاتصال على تحمل المواقف الصعبة التي ممكن أن تكون ناتجة عن طبيعة العمل، والتأقلم على الصعوبات التي قد تواجههم عند تنفيذ الأفكار الإبداعية، وضمن هذا الإطار جاء بُعد التفاؤل كأقل الأبعاد ارتفاعاً من أبعاد رأس المال النفسي، وهو ما يؤكد أن القائمين بالاتصال لديهم قدرة في التعامل مع المشاكل الصعبة وأن لديهم دوافع داخلية للنظر للجوانب المشرقة في طبيعة أعمالهم الإبداعية.

- تؤثر العوامل النفسية الإيجابية المتمثلة في (الكفاءة الذاتية- الأمل- المرونة- التفاؤل) بدرجة أكبر في الأداء الإبداعي من العوامل المهنية المتمثلة في (التدريب- علاقات العمل- ضغوط العمل- الرضا الوظيفي)، فالقائمون بالاتصال ذوي الكفاءة الذاتية العالية يظهرون سلوكيات أكثر إبداعاً في تبني الأفكار المستحدثة الإبداعية مقارنة بغيرهم، كما أن الشعور بالأمل والتفاؤل يدفعهم لبذل مزيد من الطرق الإبداعية نحو تحقيق الأهداف المرجوة، أي كلما كان لدى القائمين بالاتصال شعور بكفاءتهم الذاتية ولديهم مرونة في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في بيئة العمل، وأمل وتفاؤل كان هذا دافعاً لهم للقيام بالعديد من الأنشطة الهادفة لتوليد أفكار إبداعية ابتكارية تتلاءم مع طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، مقارنة بعوامل التدريب وضغوط العمل والرقابة الوظيفية.

- أكدت النتائج أن الأداء الإبداعي يتأثر بالعوامل المهنية وإن كان حجم التأثير أقل من العوامل النفسية، وهذا يعني أن طبيعة العلاقات السائدة في بيئة العمل وكذلك حجم غرف الأخبار وأيضاً الرواتب والمعايير العادلة في الترقى والمكافآت كلها عوامل تؤثر في الأداء الإبداعي لدى القائمين بالاتصال.

- لم يؤثر متغير التدريب على الأداء الإبداعي للقائمين بالاتصال وهذا يؤكد أن الإبداع ملكة فطرية موجودة لدى الأفراد لا تتأثر بعوامل التدريب بل تعزز منها، وما يؤثر في الأداء الإبداعي كلها عوامل ترتبط بالجوانب النفسية وطبيعة العلاقات السائدة في بيئة العمل.

- بينت النتائج أن عملية تبني الأفكار المستحدثة الإبداعية لا تُعدُّ سلوكاً، وإنما استعداداً ذهنياً لدى القائمين بالاتصال، وفقاً لذلك تقوم عملية تبني الأفكار الإبداعية الصحفية لدى القائمين بالاتصال عبر عدة مراحل، ترتبط بكل مرحلة مجموعة المتغيرات، فكلما كان لدى القائمين بالاتصال قناعات بأن الأفكار الإبداعية سوف تحقق لهم مميزات اقتصادية واجتماعية وتحقق عامل الارتياح، ويرون أن تلك الأفكار الإبداعية متوافقة مع قناعاتهم واحتياجاتهم الراهنة كان هذا دافعاً قوياً لديهم لتبني تلك الأفكار الإبداعية.
- كما بينت النتائج أنه كلما شعر القائمون بالاتصال بأن الأفكار الإبداعية غير التقليدية جيدة ومناسبة وقابلة للتجريب ولا يجدون في استخدامها أي تعقيد أو صعوبة في توظيفها واستخدامها كان هذا دافعاً قوياً لبناء قناعاتهم وتأكيد الفكرة الإبداعية لديهم.
- كما بينت النتائج أنه كلما استطاع القائمون بالاتصال رصد وملاحظة المزايا والسمات المميزة للأفكار الإبداعية الصحفية بواسطة الآخرين في النظام الاجتماعي الذي يعملون في ظلّه داخل بيئة العمل الصحفي، زاد ذلك من معدل تبنيهم لتلك الأفكار مما يعزز من سرعة انتشارها داخل بيئة العمل وهو ما يدفعهم إلى تأكيد تلك الأفكار الإبداعية.

توصيات الدراسة وما تثيره من أفكار لبحوث مستقبلية:

- توصي الدراسة بضرورة اهتمام المؤسسات الإخبارية بالموارد النفسية للقائمين بالاتصال لأن ذلك يشجع ويعزز بشكل كبير جدا خلق بيئة عمل تهتم بالجوانب الإبداعية.
- ضرورة الاهتمام بالعنصر النفسي للعاملين لأنه الميزة التنافسية للمؤسسات الإخبارية التي تنافس وتستثمر بها.
- تناولت الدراسة الراهنة اختبار تأثير رأس المال النفسي وانتشار المستحدثات على الأداء الإبداعي للقائمين بالاتصال، في حين يمكن أن تتصدى دراسات أخرى للبحث في فاعلية تلك الموارد النفسية على السلوك التنظيمي داخل المؤسسات الإخبارية، وكذلك اختبار تأثير المستحدثات التكنولوجية على تنظيم بيئة العمل الصحفي داخل بيئة العمل التلفزيوني والإذاعي.

هوامش الدراسة:

- 1 وليامز، ويندي ويانج، ولانات. (٢٠٠٩). الإبداع في المؤسسات. في شتاين برج (محرر)، الأسس النفسية للابتكار، ترجمة المركز الثقافي للتعبير والترجمة، ٧٢٥، -٨٦٥.
- 2 Morsy, Y. M. S. M. (2014). Innovation, creativity, and positive psychological capital: Examining the relationships in adolescents, employees and entrepreneurs, (**Doctoral dissertation**, Lynn University), 2 retrieved 2/1/2017 from <https://d-nb.info/1070214140/34>
- 3 Agarwal, P., & Farndale, E. (2017). High performance work systems and creativity implementation: the role of psychological capital and psychological safety. **Human Resource Management Journal**, 27(3), 441. retrieved 3/1/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1748-8583.12148/full>
- 4 Rogers, E. M. (2010). **Diffusion of innovations**. 5th ed, New York: Free Press,14.
- 5 Sternberg, R. J. (Ed.). (1994). **Thinking and problem solving**,1st ed, USA: Academic Press, 316.
- 6 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). Influencing creativity in newsrooms: Work space matters to newspaper & web designers. **Visual Communication Quarterly**, 11(3-4), 19. retrieved 22/4/2017 from <https://www.tandfonline-com.sdl.idm.oclc.org/doi/abs/10.1080/15551390409388290>
- 7 Magee, C. M. (2006). The roles of journalists in online newsrooms. **Unpublished manuscript**. Medill School of Journalism, Northwestern University, retrieved 9/1/2017 from 1-10. <http://blogimg.ohmynews.com/attach/752/1260732429.pdf>
- 8 قنديل، أسماء حمدي. (٢٠١٥). المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل عرف الأخبار بالصحف المصرية، دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٣.
- 9 عمران، أميمة محمد. (٢٠٠٩). الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية دراسة ميدانية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٤.

-
- 10 Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. **Journal of Intellectual Capital**, 2(3), 285. retrieved 2/1/2017 from <http://www.emeraldinsight.com.sdl.idm.oclc.org/doi/pdfplus/10.1108/EUM000000005660>
- 11 Rubenson, D. L., & Runco, M. A. (1992). The psychoeconomic approach to creativity. **New Ideas in Psychology**, 10(2), 131-147. retrieved 14/1/2017 from <https://www-sciencedirect-com.sdl.idm.oclc.org/science/article/pii/0732118X9290021Q>
- 12 Gupta, V., & Singh, S. (2014). Psychological capital as a mediator of the relationship between leadership and creative performance behaviors: Empirical evidence from the Indian R&D sector. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(10), 1373-1394. retrieved 15/3/2017 from <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09585192.2013.870311>
- 13 Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). Innovative behaviour in the workplace: The role of HR flexibility, individual flexibility and psychological capital: the case of Poland. **European Journal of Innovation Management**, 18(3), 397-419. retrieved 24/3/2017 from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EJIM-03-2014-0027>
- 14 Babak, Z., Mobaraki, M. H., & Saeediyoun, M. (2015). The effect of psychological capital on innovation in information technology. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 5(1), 1-12. retrieved 15/3/2017 from <https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-015-0024-9>
- 15 Qiu, X., Yan, X., & Lv, Y. (2015). The Effect of psychological capital and knowledge sharing on innovation performance for professional technical employees. **Journal of Service Science and Management**, 8(04), 545-551. retrieved 24/3/2017 from http://file.scirp.org/pdf/JSSM_2015081015214537.pdf
- 16 Abbas, M., & Raja, U. (2015). Impact of psychological capital on innovative performance and job stress, **Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration**, 32(2), 128-138. retrieved 15/3/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cjas.1314/full>

-
- 17 آل طعين، يوسف موسى و جلاب، احسان دهش. (٢٠١٥). تأثير رأس المال النفسي الإيجابي في الأداء الإبداعي: دراسة تحليلية لأراء عينة من التدريسيين في جامعتي القادسية والمثنى، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، ١٧(٣)، ١٣.
- 18 صالح، أشرف. (١٩٩١). الإبداع في الإخراج الصحفي: دراسة تحليلية ميدانية، القاهرة: حقوق الطبع والنشر محفوظة للمؤلف.
- 19 بخيت، السيد. (١٩٩٩). تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسات الصحفية في الصحافة العربية، المؤتمر العلمي الخامس تكنولوجيا الاتصال: الواقع والمستقبل، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- 20 Coleman, R., & Colbert, J. (2001). Grounding the teaching of design in creativity. **Journalism & Mass Communication Educator**, 56(2), 4-24. retrieved 17/1/2017 from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/107769580105600202>
- 21 Hollifield, C. A., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (2001). Organizational vs. professional culture in the newsroom: Television news directors' and newspaper editors' hiring decisions. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 45(1), 92-117. retrieved 25/3/2016 from https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15506878jobem4501_7
- 22 Bakkar, A. A. (2003). Creativity-enhancement in media organizations: A study of the perception of journalists and media managers in Saudi Arabia (**Doctoral dissertation**, University of Oklahoma). .retrieved 21/1/2017 from <https://shareok.org/handle/11244/656>
- 23 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). **Op, Cit**, 18-24.
- 24 Singer, J. B. (2004). Strange bedfellows? The diffusion of convergence in four news organizations. **Journalism studies**, 5(1), 3-18. retrieved 25/3/2017 from <http://openaccess.city.ac.uk/3465/6/2004BedfellowsJStudiesSinger.pdf>
- 25 الشريف، سلوى ابوالعلا. (٢٠٠٤). دور الحاسب الآلي في الإبداع الإخراجي في الصحف المصرية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- 26 سيد، أيمن محمد. (٢٠٠٧). العملية الإبداعية في إخراج المجلات المصرية: دراسة تحليلية وميدانية، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- 27 Adams, J. W. (2008). Innovation management and US weekly newspaper web sites: An examination of newspaper managers and emerging technology. **The International Journal on Media Management**, 10(2),

-
- 64-73. retrieved 24/3/2017 from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14241270802000454>
- 28 الهامي، حسام محمد. (٢٠٠٩). أثر العوامل المهنية والاجتماعية في الإنتاج الإبداعي للنص الصحفي، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 29 محمد، نرمين فوزي. (٢٠٠٩). السياق الإبداعي في إخراج الصحف الجامعية المصرية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، جامعة عين شمس.
- 30 رحيل، عيد سعد. (٢٠١٢). دور المخرج الصحفي في تدعيم الجوانب الإبداعية في إخراج الصحف الخاصة، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- 31 الرفاعي، عبدالله. (٢٠١٣). تكوين وتنمية القدرات الإبداعية في المؤسسات الإعلامية، مجلة التدريب والتقنية، المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، ع.١٧١، أبريل، ٢٧-٥٩.
- 32 شحاتة، سالي أسامة. (٢٠١٥). العملية الإبداعية في تصميم الصفحة الرئيسية بالصحافة الإلكترونية العربية، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة المنيا.
- 33 Ekdale, B., Singer, J. B., Tully, M., & Harmsen, S. (2015). Making change: Diffusion of technological, relational, and cultural innovation in the newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 938-958. retrieved 25/3/2017 from <http://journals.sagepub.com.sdl.idm.oclc.org/doi/10.1177/1077699015596337>
- 34 خطاب، احمد. (٢٠١٦). ابتكار الأفكار الإبداعية في الاتصالات التسويقية المتكاملة والعوامل المؤثرة على فاعليتها، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ٥٨(١)، أكتوبر - ديسمبر.
- 35 جروان، فحي (٢٠٠٢). الإبداع، ط١، عمان: دار الفكر، ٥٧.
- 36 الصافي، عبدالله طه. (١٩٩٨). الفروق في سمات الشخصية المهنية للإبداع المرتبطة بالتفاعل بين الجنس والتخصص لدى عينة من طلاب الجامعة السعوديين. *مجلة جامعة الملك سعود* ٢(١٠)، ٢٩٩.
- 37 المرجع نفسه، ٣٣.
- 38 Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 28(1), March, 5. retrieved 3/3/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cjas.175/full>
- 39 الكرداوي، مصطفى محمد. (٢٠١٣). أثر الانظمار الوظيفي في العلاقة بين رأس المال النفسي ومستوى الشعور بالاحتقان التنظيمي لدى العاملين بالقطاع الحكومي في محافظة الدقهلية، دورية الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، ٥٣(٣)، مايو، ٥-٦.
- 40 آل طعين، يوسف موسى وجلاب، احسان دهش. (٢٠١٥). مرجع سابق، ٢٩.

-
- 41 Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J., & Avey, J. B. (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate—employee performance relationship. **Journal of organizational behavior**, 29(2),9 retrieved 10/4/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com.sdl.idm.oclc.org/doi/10.1002/job.507/epdf>
- 42 Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. **Personnel psychology**, 60(3), 542 retrieved 16/3/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com.sdl.idm.oclc.org/doi/10.1111/j.1744-6570.2007.00083.x/epdf>
- 43 Rego, A., Sousa, F., Marques, C., & e Cunha, M. P. (2012). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. **Journal of Business Research**, 65(3), 431. retrieved 15/3/2017 <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S014829631100347X>
- 44 Babak, Z., Mobaraki, M. H., & Saediyoum, M. (2015). The effect of psychological capital on innovation in information technology. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, 5(1), 4. retrieved 15/3/2017 from <https://journal-jger.springeropen.com/articles/10.1186/s40497-015-0024-9>
- 45 Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). **Op, Cit.**548.
- 46 Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. **Journal of management**, 36(2), 435. retrieved 17/3/2017 from <http://journals.sagepub.com.sdl.idm.oclc.org/doi/pdf/10.1177/0149206308329961>
- 47 يعقوب، نافذ نايف. (٢٠١٢). الكفاءة الذاتية المدركة وعلاقتها بدافعية الإنجاز والتحصيل الأكاديمي لدى طلاب كليات جامعة الملك خالد في بيئته (المملكة العربية السعودية)، **مجلة العلوم التربوية والنفسية**، ١٣(٣)، ٧٥.
- 48 الزعبي، احمد محمد. (٢٠١٤). فاعلية الذات الإبداعية لدى الطلبة الموهوبين ومعلميهم في الأردن، **المجلة الأردنية في العلوم التربوية**، كلية الأميرة عالية، جامعة البلقاء التطبيقية، ١٠(٤)، ٤٧٥.
- 49 Avey, J. B., Reichard, R. J., Luthans, F., & Mhatre, K. H. (2011). Meta-analysis of the impact of positive psychological capital on

-
- employee attitudes, behaviors, and performance. **Human resource development quarterly**, 22(2), 130. retrieved 17/3/2017 from <http://onlinelibrary.wiley.com.sdl.idm.oclc.org/doi/10.1002/hrdq.20070/e.pdf>
- 50 Taştan, S. B. (2016). Psychological Capital: A Positive Psychological Resource and Its Relationship with Creative Performance Behavior. **Anadolu University Journal of Social Sciences**, 16(1), 103.
- 51 القاسم، موزي محمد. (٢٠١١). الذكاء الوجداني وعلاقته بكل من السعادة الأمل لدى عينة من طالبات جامعة أم القرى، رسالة ماجستير، جامعة أم القرى، ٧٠-٧١.
- 52 Çavuş, M. F., & Gökçen, A. (2015). Psychological capital: Definition, components and effects. **British Journal of Education, Society and Behavioral Science**, 5(3), 246 retrieved 16/2/2017 from http://www.sdiarticle1.org/journal/BJESBS_21/prh/2014/11/05/Revised-manuscript_version4_12574.pdf
- 53 Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). Innovative behaviour in the workplace: The role of HR flexibility, individual flexibility and psychological capital: the case of Poland. **European Journal of Innovation Management**, 18(3),406 retrieved 8/2/2017 from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/EJIM-03-2014-0027>
- 54 Çavuş, M. F., & Gökçen, A. (2015). **Op, Cit.**246.
- 55 Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). **Op, Cit**, 438.
- 56 Ma, L., Sian Lee, C., & Hoe-Lian Goh, D. (2014). Understanding news sharing in social media: An explanation from the diffusion of innovations theory. **Online Information Review**, 38(5), 599-600. retrieved 20/3/2017 from <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/OIR-10-2013-0239>
- 57 Rogers, E. M. (2010). **Diffusion of innovations**. 5th ed, New York: Free Press, 5.
- 58 Hebron, I. (2008). Technology acceptance factors affecting adoption of wireless data technology, (**Doctoral dissertation**, Lynn University), 10, 12.
- 59 مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين. (٢٠١٠). الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط٩، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٥٨.

60 Rogers, E. M. (2010). **Diffusion of innovations**. 5th ed, New York: Free Press,14.

61 مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين. (٢٠١٠). مرجع سابق، ٢٥٦.

62 نصر، حسني محمد. (٢٠١٥). نظريات الإعلام، ط١، (الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، ٣٢٨.

63 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*,453-354 retrieved 1/2/2016 from [http://www.venkatesh.com/wp-content/uploads/2015/11/2003\(3\)_MISQ_Venkatesh_et al.pdf](http://www.venkatesh.com/wp-content/uploads/2015/11/2003(3)_MISQ_Venkatesh_et al.pdf)

64 Rogers, E. M. (2010). **Op, Cit**, 14.

65 المزاهرة، منال هلال. (٢٠١٢). نظريات الاتصال، ط١، عمان: دار المسيرة، ٣١٢.

66 Cheng, H. H. (2017). The antecedents of creative article diffusion on blogs: Integrating innovation diffusion theory and social network theory. **Online Information Review**, 41(1), 72. retrieved 27/3/2017 from <https://www-emeraldinsightcom.sdl.idm.oclc.org/doi/full/10.1108/OIR-07-2015-0221>

67 تم الرجوع في تلك الجزئية الى المراجع التالية:

- Rogers, E. M. (2010). **Op, Cit**, 14.

- مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين. (٢٠١٠). مرجع سابق، ٢٥٨-٢٥٩.

- المزاهرة، منال هلال. (٢٠١٢). مرجع سابق، ٣٠٩.

68 Ferrari, A., Cachia, R., & Punie, Y. (2009). Innovation and creativity in education and training in the EU member states: Fostering creative learning and supporting innovative teaching. **JRC Technical Note**,6. retrieved 23/2/2017 from ftp://ftp.jrc.es/pub/EURdoc/JRC52374_TN.pdf

69 Amabile, T. M. (1996). **Creativity in context: Update to the social psychology of creativity**, Colorado, Westview Press Inc.

70 رنكو، مارك. (٢٠١١). الإبداع نظرياته وموضوعاته: البحث والتطور والممارسة، ط١،

ترجمة شفيق علاونة، الرياض: مكتبة العبيكان، ٣٦١.

71 روشكا، ألكسندرو. (١٩٩٠). الإبداع العام والخاص، ترجمة غسان أبو فخر، القاهرة: عالم المعرفة، ١٦.

72 جروان، فتحي. (٢٠٠٢). مرجع سابق، ٢٢.

73 Hebert, T. P., Cramond, B., Spiers Neumeister, K. L., Millar, G., & Silvian, A. F. (2002). E. Paul Torrance: His Life, Accomplishments, and

Legacy, **National Research Center on the Gifted and Talented**,vii,6,7. retrieved 23/2/2017 from <https://nrcgt.uconn.edu/wp-content/uploads/sites/953/2015/04/rm02152.pdf>

- 74 Weisberg, R. W. (2015). On the usefulness of “value” in the definition of creativity. **Creativity Research Journal**, 27(2), 112. retrieved 3/1/2017 from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10400419.2015.1030320>
- 75 Amabile, T. (2012). Componential theory of creativity **Harvard Business School Working Paper.12-096**, Apri,3.
- 76 Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior. **Journal of intellectual Capital**, 2(3), 285. retrieved 2/1/2017 from <http://www.emeraldinsight.com.sdl.idm.oclc.org/doi/pdfplus/10.1108/EUM0000000005660>
- 77 Ferrari, A., Cachia, R., & Punie, Y. (2009). Innovation and creativity in education and training in the EU member states: Fostering creative learning and supporting innovative teaching. **JRC Technical Note**,5. retrieved 23/2/2017 from ftp://ftp.jrc.es/pub/EURdoc/JRC52374_TN.pdf

78 تم الرجوع في تلك الجزئية الى المراجع التالية:

- Sadler-Smith, E. (2015). Wallas’ four-stage model of the creative process: More than meets the eye?. **Creativity Research Journal**, 27(4), 345-346.
- بهنسي، السيد. (٢٠٠٧). ابتكار الأفكار الإعلانية، القاهرة، عالم الكتب، ٤٤-٤٥.
- عبدالحميد، شاكراً. (١٩٩٢). الأسس النفسية للإبداع الأدبي في القصة القصيرة خاصة، ط١، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٤٤-٤٥.
- 79 الهامي، حسام محمد. (٢٠١٣). الإبداع في الكتابة الصحفية، ط١، عمان: دار أسامة، ٣٢.
- 80 المرجع نفسه، ٣٣.
- 81 بهنسي، السيد. (٢٠٠٧). مرجع سابق، ٢٧-٢٨.
- 82 الهامي، حسام محمد (٢٠٠٩). مرجع سابق، ٥٣.
- 83 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). **Op, Cit**,18-24.
- 84 Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). **Op, Cit**.554.
- 85 Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). **Op, Cit**.558
- 86 Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). **Op, Cit**.8.

- 87 آل طعين، يوسف موسى وجلاب، احسان دهش. (٢٠١٥). مرجع سابق، ٢٨.
- 88 Babak, Z., Mobaraki, M. H., & Saedyoun, M. (2015). **Op, Cit.**18.
- 89 Qiu, X., Yan, X., & Lv, Y. (2015). **Op, Cit.**548
- 90 Hollifield, C. A., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (2001). **Op, Cit.**101-103
- 91 الهامي، حسام. (٢٠٠٩). مرجع سابق، ٣٦٦-٣٦٧.
- 92 عمران، أميمة. (٢٠٠٩). مرجع سابق، ٣٤.
- 93 قنديل، أسماء حمدي. (٢٠١٥). مرجع سابق.
- 94 Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). **Op, Cit.**460.
- 95 Hebron, I. (2008). Technology acceptance factors affecting adoption of wireless data technology, (**Doctoral dissertation**, Lynn University),171-177.
- 96 مؤيد، هيثم جوده. (٢٠١٧). تبني أخصائيي الإعلام التربوي لتكنولوجيا النشر الإلكتروني لإنتاج وتصميم المواد الإعلامية المطبوعة: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، **المجلة المصرية لبحوث الصحافة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، يوليو - سبتمبر.**
- 97 آل طعين، يوسف موسى وجلاب، احسان دهش. (٢٠١٥). مرجع سابق، ٢٩.
- 98 Hollifield, C. A., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (2001). **Op, Cit.**101-103
- 99 Chan, T. S. N. (2007). The Relationship between Creative Performance and Personality, Context and Culture in the Hong Kong Police Force. retrieved 23/2/2017 from <http://dspace.cityu.edu.hk/handle/2031/5107>
- 100 Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). **Op, Cit.**8.

*** تم عرض المقاييس على السادة: (الترتيب وفقا للدرجة العلمية وهجائياً)**

١. أسعيد الغريب النجار: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٢. أ.د شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة ووكيل كلية الإعلام لشؤون خدمة المجتمع وتنمية البيئة جامعة القاهرة
٣. أ.د طه عبدالعاطي نجم. أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة الإسكندرية وجامعة نايف للعلوم الأمنية
٤. أ.د عبدالله الرفاعي: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية
٥. د. محرز حسين غالي: أستاذ الصحافة المشارك بجامعة الملك سعود وكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٦. د. محمود حمدي عبد القوي: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام وجامعة المنيا.
٧. د. محمود رمضان احمد: أستاذ الصحافة المشارك بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام وجامعة بني سويف

٨. د. سماح الشهاوي. مدرس بقسم الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
٩. د. ممدوح عبدالله مكاروي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام وجامعة بني سويف

- 101 Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). **Op, Cit**,409-410.
102 Gupta, V., & Singh, S. (2014). **Op, Cit**,1388.
103 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). **Op, Cit**,21-22.
104 رحييل، عيد سعد. (٢٠١٢). مرجع سابق، ٣٣١.
105 الرفاعي، عبدالله. (٢٠١٣). مرجع سابق، ٤٨.
106 Singer, J. B. (2004). **Op, Cit**, 10-11.
107 Ekdale, B., Singer, J. B., Tully, M., & Harmsen, S. (2015). **Op, Cit**, 954-955.
108 Rubenson, D. L., & Runco, M. A. (1992). **Op, Cit**, 146.
109 Abbas, M., & Raja, U. (2015). **Op, Cit**,133.
110 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). **Op, Cit**, 21-22.
111 Gupta, V., & Singh, S. (2014). **Op, Cit**,1388
112 Wojtczuk-Turek, A., & Turek, D. (2015). **Op, Cit**, 409-410.
113 Babak, Z., Mobaraki, M. H., & Saedyoun, M. (2015). **Op, Cit**, 9-10.
114 آل طعين، يوسف موسى وجلاب، احسان دهش. (٢٠١٥). مرجع سابق، ١٨-٢١.
115 صالح، أشرف. (١٩٩١). مرجع سابق.
116 Hollifield, C. A., Kosicki, G. M., & Becker, L. B. (2001). **Op, Cit**, 109-110.
117 Coleman, R., & Colbert, J. (2004). **Op, Cit**, 21-22
118 Singer, J. B. (2004). **Op, Cit**,7.
119 Ekdale, B., Singer, J. B., Tully, M., & Harmsen, S. (2015). **Op, Cit**, 954-955.