

Developing creative thinking skills among university students (the Faculty of Media at Azzaytuna University as a model)

Dr. Najat Nouri Naseer *

Department of Education and Psychology, Faculty of Education,
Azzaytuna University, Libya

*Corresponding author: najatnusr82@gmail.com

تنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة الجامعة (كلية الإعلام بجامعة الزيتونة نموذجاً)

د. نجاة نوري نصير *

قسم التربية وعلم النفس، كلية التربية، جامعة الزيتونة، ليبيا

Received: 03-08-2025; Accepted: 10-10-2025; Published: 18-10-2025

Abstract

This study aims to diagnose the reality of developing creative thinking skills among students of the Faculty of Media at Azzaytuna University and to identify the requirements necessary to enhance these skills in light of contemporary challenges and rapid changes in the media field. The study was guided by six main questions addressing the requirements for developing creative skills, their current status, the challenges they face, the necessary educational and training content, academic integration mechanisms, and how to measure creativity.

The study adopted a descriptive-analytical approach and was applied to a sample of 70 male and female students from various academic levels and specializations within the faculty. The results revealed a strong conviction among students of the importance of creative skills, with requirements for developing skills such as flexibility and innovation in media recording the highest averages. However, the study uncovered a significant gap between perception and application, as the students' self-assessment of their current creative skills notably declined.

The results also highlighted fundamental obstacles, including a lack of infrastructure and modern technology, a curriculum focus on theory at the expense of practical application, and the inadequacy of current evaluation systems for measuring creativity. Students proposed practical development suggestions focusing on providing equipped studios, integrating modern technologies and artificial intelligence into curricula, establishing a specialized center for creativity, and reforming evaluation systems. The study concluded by emphasizing the necessity of adopting an integrated educational model that combines infrastructure development, curriculum reform, and the enhancement of human competencies to achieve genuine development of media creativity.

Keywords: Skills, Creative Thinking, Media Students, University Education.

المخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى تشخيص واقع تنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة الزيتونة، وتحديد المتطلبات اللازمة لتعزيز هذه المهارات في ضوء التحديات المعاصرة والمتغيرات السريعة في الحقل الإعلامي. وقد انبثقت عن الدراسة ستة أسئلة رئيسية تناولت متطلبات تنمية المهارات الإبداعية، والواقع الحالي لها، والتحديات التي تواجهها، والمضامين التعليمية والتدريبية اللازمة، وآليات الدمج الأكاديمي، وكيفية قياس الإبداع.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، وتم تطبيقها على عينة مكونة من 70 طالباً وطالبة من مختلف المستويات الدراسية والتخصصات في الكلية. وأظهرت النتائج وجود قناعة راسخة لدى الطلاب بأهمية المهارات الإبداعية، حيث سجلت متطلبات تنمية مهارات مثل المرونة والابتكار في الوسائط أعلى المتوسطات. ومع ذلك، كشفت الدراسة عن وجود فجوة كبيرة بين الإدراك والتطبيق، حيث انخفض التقييم الذاتي للطلاب لمهاراتهم الإبداعية الحالية بشكل ملحوظ.

كما أبرزت النتائج معوقات جوهرية تتمثل في نقص البنية التحتية والتقنيات الحديثة، وتركيز المناهج على الجانب النظري على حساب التطبيقي، وعدم ملائمة أنظمة التقييم الحالية لقياس الإبداع. وقدم الطلاب مقترحات عملية للتطوير تركز على توفير استوديوهات مجهزة، ودمج التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في المقررات، وإنشاء مركز متخصص للإبداع.

وإصلاح أنظمة التقييم. وخلصت الدراسة إلى ضرورة تبني نموذج تعليمي تكاملي يجمع بين تطوير البنية التحتية وإصلاح المناهج وتعزيز الكفاءات البشرية لتحقيق تنمية حقيقية للإبداع الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: المهارات، التفكير الإبداعي، طلبة كلية الإعلام، التعليم الجامعي.

المقدمة:

يمثل التفكير الإبداعي أحد أرقى تجليات العقل البشري، حيث يتحرر الفكر من قيود المؤلف والمسلمات لينطلق في عوالم الاكتشاف والابتكار. إنه ليس مجرد عملية ذهنية معقدة، بل هو فن رؤية ما لا يراه الآخرون، وربط المفاهيم غير المترابطة، وتحويل الأفكار المجردة إلى واقع ملموس. في جوهره، الإبداع هو ذلك الحوار الخلاق بين الحدس والمنطق، بين الخيال والواقع، بين التجريب والتنفيذ.

عبر العصور، كان الإبداع المحرك الأساسي للحضارة الإنسانية، إنه الجسر الذي يعبر من عالم "ما هو كائن" إلى عالم "ما يمكن أن يكون"، وهو اللغة المشتركة بين العلماء والفنانين والمفكرين والمخترعين. الإبداع ليس حكراً على فئة معينة، بل هو بذرة كامنة في كل عقل، تحتاج فقط إلى البيئة المناسبة والرعاية الملائمة لتزهر وتثمر.

وفي عصرنا الحالي، حيث تتسارع وتيرة التغير في جميع المجالات، لم يعد الإبداع ترفاً فكرياً، بل أصبح ضرورة وجودية. فالأزمات المعقدة التي تواجه البشرية اليوم - من تغير المناخ إلى الأوبئة إلى التحولات التقنية - تتطلب حلولاً إبداعية تتخطى النمطية والتفكير التقليدي. لم يعد النجاح مرتبطاً بكم المعرفة فقط، بل بقدرة الفرد والمؤسسة على توظيف هذه المعرفة بشكل إبداعي يخلق قيمة جديدة.

وعندما ننقل إلى مجال الإعلام، نجد أن الإبداع يأخذ بعداً أكثر حيوية وتأثيراً. فإذا كان الإبداع هو روح العصر، فإن الإعلام هو جسده النابض الذي ينقل هذه الروح إلى شرائح المجتمع كافة. لقد تحول الإعلام من كونه ناقلاً للأخبار ومقدماتاً للترفيه، إلى فضاء إبداعي مفتوح يشكل الوعي الجمعي ويصوغ الثقافة المجتمعية.

في هذا العالم المشبع بالمحتوى، لم يعد الجمهور متلقياً سلبياً، بل أصبح شريكاً فاعلاً في العملية الإبداعية. وهذا يحتم على الإعلامي المعاصر أن يطور أدواته ويتجاوز الأساليب التقليدية، ليكون قادراً على سرد القصص بطريقة تجمع بين العمق والجاذبية، وبين المعلومة والإثارة. الإبداع في الإعلام لم يعد مقصوراً على الشكل الفني أو الصياغة الأدبية، بل امتد ليشمل استراتيجيات كاملة تبدأ من اختيار الزاوية وتنتهي بأساليب التفاعل مع الجمهور.

إن تحدي الإعلامي اليوم لا يكمن في جمع المعلومات فحسب، بل في تحويلها إلى رسائل مؤثرة تلامس وجدان المتلقي وتثير فضوله، في وقت أصبح فيه انتباه الجمهور أغلى من الذهب. وهذا يتطلب عقلية إبداعية تستطيع تحويل الجافة إلى قصة مشوقة، والمعقد إلى مادة مفهومة، والمألوف إلى فكرة استثنائية.

في هذا السياق، تبرز أهمية المؤسسات التعليمية الإعلامية كحاضنات للإبداع، حيث تتحمل مسؤولية تطوير هذه العقلية الإبداعية لدى الطلاب، وتزويدهم بالأدوات التي تمكنهم من الابتكار في مجالهم. والدراسة الحالية تمثل محاولة لفهم واقع هذه المؤسسات في تنمية مهارات التفكير الإبداعي، وتقديم رؤية لتطوير أدائها في هذا المجال الحيوي.

وتأتي كليات الإعلام في صدارة المؤسسات المسؤولة عن إعداد جيل جديد من الإعلاميين القادرين على مواكبة هذه المتغيرات، حيث تقع على عاتقها مهمة تطوير المناهج الدراسية، وابتكار أساليب تعليمية تحفز الإبداع، وتصميم بيئات تعليمية محفزة تمكن الطلبة من اكتشاف قدراتهم الإبداعية وتطويرها. إلا أن العديد من كليات الإعلام في العالم العربي لا تزال تتبع أساليب تقليدية في التدريس تعتمد على التلقين والحفظ، مع تركيز مفرط على الجانب النظري على حساب الجانب التطبيقي الإبداعي.

من هنا برزت الحاجة الماسة لإجراء دراسات علمية تحدد المتطلبات الفعلية لتنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة الإعلام، مع مراعاة الخصوصية المهنية للحقل الإعلامي، والاستناد إلى نظريات تربوية حديثة تثري العملية التعليمية. وهذا البحث يسعى إلى سد هذه الفجوة من خلال دراسة متكاملة تجمع بين الجانب النظري التأسيسي والجانب التطبيقي العملي.

مشكلة البحث:

تشكل مشكلة البحث الحالي محاولة للوقوف على التحديات الجوهرية التي تواجه تنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة كليات الإعلام في العالم العربي، حيث تكمن الإشكالية الرئيسية في وجود فجوة واضحة بين المخرجات التعليمية الحالية ومتطلبات سوق العمل الإعلامي المتسارع التطور. ففي ظل التحولات الرقمية والثورة التكنولوجية التي يشهدها الحقل الإعلامي، أصبحت الحاجة ملحة إلى إعلامي مبدع قادر على مواكبة المتغيرات، وتقديم محتوى مبتكر، وتحليل القضايا المعقدة بمنظور إبداعي. إلا أن الواقع يشير إلى أن العديد من كليات الإعلام لا تزال تتبع أساليب تقليدية في التدريس تعتمد على التلقين والحفظ، مع تركيز مفرط على الجانب النظري على حساب الجانب التطبيقي الإبداعي. ومن هنا تبرز الحاجة الماسة لإجراء دراسة علمية تحدد المتطلبات الشاملة لتنمية مهارات التفكير الإبداعي، وتقدم نموذجاً تكاملياً يجمع بين الأسس النظرية الرصينة والتطبيقات العملية الفعالة، مع مراعاة الخصوصية المهنية للحقل الإعلامي والظروف الواقعية للبيئات التعليمية العربية.

أسئلة البحث:

- س1- ما متطلبات تنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة كلية الإعلام بجامعة الزيتونة؟
- س2- ما ملامح الواقع الحالي لمستوى المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام، وما أبرز التحديات التي تعترض سبيل تنميتها في الظروف الراهنة؟
- س3- ما المضامين التعليمية والتدريبية الجوهرية التي يجب تضمينها في البرامج الأكاديمية لتعزيز القدرة على الإبداع في المجال الإعلامي؟
- س4- ما الآليات التنظيمية والإدارية اللازمة لتحقيق الدمج الفعال لمتطلبات التنمية الإبداعية في الهيكل الأكاديمي الحالي؟
- س5- ما المتطلبات النوعية اللازمة لتنمية مهارة الابتكار في صياغة المضامين الإعلامية، وكيف يمكن قياس مدى تحققها في المخرجات التعليمية؟
- س6- كيف يمكن تطوير آليات تقييم تتناسب مع الطبيعة الخاصة للإبداع الإعلامي، وتقيس الجوانب النوعية بالإضافة إلى الكمية في المنتج الإبداعي؟

أهداف البحث:

- 1- بناء نموذج تكاملي لتنمية مهارات التفكير الإبداعي لدى طلبة كلية الإعلام.
- 2- تحليل الوضع الحالي لمستوى المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام، وتحديد الفجوات بين الممارسات التعليمية الحالية والمتطلبات المهنية المستقبلية.
- 3- رصد الحاجات التعليمية والتدريبية اللازمة لتعزيز القدرات الإبداعية في المجالات الإعلامية المختلفة، مع تحديد الأولويات وفقاً لطبيعة كل تخصص.
- 4- اقتراح خطوات عملية لتحويل النظريات الإبداعية إلى ممارسات قابلة للتطبيق في السياق الأكاديمي، مع مراعاة الإمكانيات المتاحة والقيود الواقعية.
- 5- تصميم آليات عملية لمواجهة التحديات الراهنة التي تعيق تنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام، واقتراح حلول قابلة للتنفيذ في ظل الإمكانيات المتاحة.
- 6- تطوير إطار تقييمي متكامل لقياس مستوى المهارات الإبداعية والابتكار في المضامين الإعلامية التي ينتجها الطلبة، بحيث يجمع بين المؤشرات الكمية والنوعية ويتلاءم مع الطبيعة الخاصة للإبداع الإعلامي.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية:

1. إثراء المعرفة العلمية: يسهم البحث في إثراء المكتبة العربية بدراسة تجمع بين الحقل الإعلامي ونظريات التعلم الحديثة.

2. تطوير الإطار النظري: يقدم البحث إطاراً نظرياً متكاملاً لتنمية الإبداع في التعليم الإعلامي.

الأهمية التطبيقية:

1. تطوير البرامج الأكاديمية: تزويد كليات الإعلام بدليل عملي لتطوير برامجها الأكاديمية.

2. تحسين الممارسة التدريسية: تقديم توصيات عملية لتحسين أساليب التدريس في كليات الإعلام.
3. تطوير البيئة التعليمية: اقتراح تصاميم لتطوير البنية التحتية والمرافق التعليمية المحفزة للإبداع.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: خالد عبد الله الغنيم⁽¹⁾

بعنوان "فاعلية برنامج قائم على التعلم بالمشاريع في تنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام" وتمثلت أهداف الدراسة الرئيسية في تصميم برنامج تعليمي قائم على التعلم بالمشاريع لتنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام. وقياس فاعلية البرنامج في تنمية مهارات التفكير الإبداعي (الأصالة، الطلاقة، المرونة). كذلك التعرف على أثر البرنامج في تحسين المنتج الإعلامي للطلبة، من خلال الإجابة على عدة تساؤلات أهمها: ما فاعلية البرنامج القائم على التعلم بالمشاريع في تنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام؟ وما الفروق في مستوى الطلاقة الإعلامية بين المجموعة التجريبية والضابطة؟ وما الصعوبات التي تواجه تطبيق استراتيجية التعلم بالمشاريع في كليات الإعلام؟

وتم التوصل إلى عدد من النتائج أهمها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الطلبة في التطبيقين القبلي والبعدي لصالح التطبيق البعدي. مع ملاحظة تحسن مستوى الأصالة في المنتجات الإعلامية بنسبة 65% لدى أفراد المجموعة التجريبية ووجود زيادة ملحوظة في الطلاقة الإعلامية من حيث توليد الأفكار والحلول الإبداعية.

الدراسة الثانية: منى محمد الشريف⁽²⁾

بعنوان: "معوقات الإبداع الإعلامي لدى طلبة الجامعات العربية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كليات الإعلام"

شملت أهداف الدراسة تحديد المعوقات الأكاديمية التي تواجه تنمية الإبداع الإعلامي والكشف عن المعوقات النفسية والاجتماعية المؤثرة على الإبداع، مع تحليل المعوقات الإدارية والتنظيمية في كليات الإعلام من خلال الإجابة على العديد من التساؤلات أهمها:

1. ما أهم المعوقات الأكاديمية التي تحد من تنمية الإبداع الإعلامي؟
2. ما طبيعة المعوقات النفسية والاجتماعية المؤثرة على إبداع الطلبة؟

وتوصلت إلى نتائج أهمها جاءت المعوقات الأكاديمية في المرتبة الأولى بنسبة 78% وشملت: جمود المناهج، وطرق التدريس التقليدية، وضعف التقييم الإبداعي، وظهور معوقات نفسية بنسبة 65% أبرزها: الخوف من النقد، وضعف الثقة بالنفس، والخوف من الفشل، كذلك وجود معوقات إدارية بنسبة 57% تمثلت في: بيروقراطية الإجراءات، ونقص الموارد، وضعف التخطيط.

الدراسة الثالثة: أحمد سعيد الطيب⁽³⁾

بعنوان: "أثر استخدام استراتيجية الحل الإبداعي للمشكلات في تنمية التفكير الإبداعي لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون"

أهم أهداف هذه الدراسة تشمل قياس أثر استراتيجية الحل الإبداعي للمشكلات في تنمية التفكير الإبداعي، كذلك التعرف على مدى تحسن مهارات توليد الأفكار الإبداعية، والكشف عن اتجاهات الطلبة نحو استخدام الاستراتيجية.

تساؤلات الدراسة: أهمها: ما أثر استخدام استراتيجية الحل الإبداعي للمشكلات في تنمية التفكير الإبداعي؟ ما مدى تحسن مهارات توليد الأفكار الإبداعية بعد تطبيق الاستراتيجية؟ ما اتجاهات الطلبة نحو استخدام استراتيجية الحل الإبداعي للمشكلات؟

1 - خالد عبد الله الغنيم، (2021). فاعلية برنامج قائم على التعلم بالمشاريع في تنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام. مجلة البحوث الإعلامية، 15(3)، 45-78.

2 - منى محمد الشريف، (2020). معوقات الإبداع الإعلامي لدى طلبة الجامعات العربية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كليات الإعلام. مجلة الإعلام العربي، 22(4)، 112-145.

3 - أحمد سعيد الطيب، (2022). أثر استخدام استراتيجية الحل الإبداعي للمشكلات في تنمية التفكير الإبداعي لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون. مجلة علوم الاتصال، 18(2)، 89-123.

توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

1. تحسن مهارات توليد الأفكار بنسبة 72% لدى أفراد المجموعة التجريبية.
2. ارتفاع ملحوظ في مهارة التقويم الإبداعي وتقييم الحلول المقترحة.
3. اتجاهات إيجابية لدى 85% من الطلبة نحو استخدام الاستراتيجية.

الدراسة الرابعة: فاطمة عبد الله الجابر⁽¹⁾:

بعنوان: "متطلبات تطوير المناهج الدراسية لتنمية الإبداع في كليات الإعلام في ضوء التوجهات المعاصرة" تمثلت أهداف هذه الدراسة في تحليل واقع المناهج الدراسية في كليات الإعلام من حيث دعمها للإبداع، وتحديد متطلبات تطوير المناهج في ضوء التوجهات المعاصرة كذلك تحديد معايير تقييم المناهج المطورة. تساؤلات الدراسة:

1. ما واقع المناهج الدراسية الحالية في كليات الإعلام من حيث تنمية الإبداع؟
2. ما متطلبات تطوير المناهج الدراسية في ضوء التوجهات المعاصرة؟
4. ما المعايير المناسبة لتقييم المناهج المطورة؟

توصلت إلى نتائج أهمها: ضعف تركيز المناهج الحالية على تنمية الإبداع بنسبة 68%، كذلك الحاجة إلى إدماج مهارات التفكير الإبداعي في جميع المقررات، مع التركيز على أهمية تبني مناهج متعددة التخصصات.

الدراسة الخامسة: محمد خالد المرزوقي⁽²⁾:

بعنوان: "دور البيئة التعليمية في تنمية الإبداع الإعلامي: دراسة تحليلية على عينة من كليات الإعلام" أهداف الدراسة: تحليل عناصر البيئة التعليمية الفاعلة في تنمية الإبداع، إجراء تقييم واقع البيئة التعليمية في كليات الإعلام، وأخيرا وضع نموذج مقترح لبيئة تعليمية محفزة للإبداع. من خلال الإجابة على العديد من التساؤلات أهمها: ما عناصر البيئة التعليمية الفاعلة في تنمية الإبداع الإعلامي؟ وما تقييم الواقع الحالي للبيئة التعليمية في كليات الإعلام؟ وأخيرا ما مكونات النموذج المقترح للبيئة التعليمية المحفزة للإبداع؟ أهم النتائج التي توصلت إليها تمثلت في: تحديد 8 عناصر أساسية للبيئة التعليمية المحفزة للإبداع، التأكيد على ضعف البيئة التعليمية الحالية بنسبة 73% في عينة الدراسة مع وجود معوقات مادية وتقنية وإدارية بنسب متفاوتة.

تعريف المصطلحات الواردة في البحث:

1- التفكير الإبداعي:

التعريف اللغوي للتفكير الإبداعي:

يُشتق مصطلح "التفكير الإبداعي" في اللغة العربية من الجذر اللغوي (ب د ع)، الذي تدل مادته على الابتكار والإنشاء والاختراع على غير سابق مثال أو نموذج يُحتذى. فعل "أَبْدَعَ" يُقال: "أَبْدَعَ الشَّيْءَ" أي أنشأه واخترعه ابتداءً على غير مثال سابق⁽³⁾. و"الإبداع" هو اسم يدل على الإتيان بشيء جديد لم يُسبق إليه، ويُقال "هذا شيءٌ بَدِيعٌ" أي مُحْكَم الصُّنْعِ، عجيب لم يُرَ مثله. و"المُبْدِع" هو المنشئ للشيء المبتكر، الذي يأتي بما لم يأت به أحد من قبل⁽⁴⁾.

1 - فاطمة عبد الله الجابر، (2021). متطلبات تطوير المناهج الدراسية لتنمية الإبداع في كليات الإعلام في ضوء التوجهات المعاصرة. مجلة التربية والإعلام، 13(1)، 156-189.

2 - محمد خالد المرزوقي، (2023). دور البيئة التعليمية في تنمية الإبداع الإعلامي: دراسة تحليلية على عينة من كليات الإعلام. مجلة الإبداع التربوي، 7(2)، 234-267.

3 - ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (ت. 711 هـ). (د.ت). لسان العرب (طبعة خاصة). بيروت: دار صادر. (ج 8، ص 35-36)

4 - الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر (ت. 666 هـ). (1999). مختار الصحاح (ط. الخامسة). بيروت: المكتبة العصرية. (ص 40)

وبالجمع بين دلالاتي المصطلحين، فإن "التفكير" يعني التأمل والروية واستخدام العقل للوصول إلى معرفة مجهول، و"الإبداع" يعني الابتكار والإنشاء. فيصبح التعريف اللغوي "التفكير الإبداعي" هو: التأمل والروية العقلية التي تؤدي إلى إنشاء فكرة جديدة أو ابتكار عملٍ مُحْكَم على غير مثال سابق.

التعريف الاصطلاحي:

عملية عقلية فوق معرفية مركبة، تهدف إلى توليد حلول أو أفكار أو منتجات جديدة تكون أصيلة وذات قيمة في سياق معين. تتحقق هذه العملية من خلال التفاعل بين القدرات المعرفية والسمات الشخصية والبيئة المحفزة، وثقاس من خلال أربعة مؤشرات رئيسية هي: الطلاقة بمعنى القدرة على إنتاج عدد كبير من الأفكار، والمرونة وهي القدرة على تغيير الزاوية الذهنية وإنتاج أنواع متنوعة من الأفكار، والأصالة وتعني إنتاج أفكار غير مألوفة ونادرة، والتوسع وهو القدرة على تطوير الفكرة الأساسية وإضافة التفاصيل لها⁽¹⁾.

2- الإبداع الإعلامي:

التعريف اللغوي:

يُشتق لفظ "الإعلام" من الجذر اللغوي (ع ل م)، الذي تدل مادته على أثرٍ يَبِينُ يُدْرِكُ بالحواس أو العقل ويؤدي إلى المعرفة والبيان.

فعل "أَعْلَمَ" يُقال: "أَعْلَمُهُ بالأمر" أي أبلغه به وأطلع عليه، فجعله عالمًا به.

و"الإعلام" هو مصدر الفعل "أَعْلَمَ"، ويعني عملية التبليغ والإخبار ونقل المعرفة.

و"الإعلامي" نسبةً إلى "الإعلام"، وهو الشخص الذي يعمل في مجال نقل الأخبار والمعرفة⁽²⁾.

3- المهارات:

التعريف اللغوي:

يُشتق لفظ "المهارات" من الجذر اللغوي (م ه ر)، الذي تدل مادته في الأصل على البراعة والإتقان والحقق في أداء العمل.

فعل "مَهَرَ" يُقال: "مَهَرَ في الصَّنْعَةِ" أي برع فيها وأتقنها وأصبح حاذقاً فيها.

و"المَهَارَةُ" هي مصدر الفعل، وتعني البراعة والإتقان والحقق.

و"مَهَارِي" صفة تُطلق على الشخص البارح الحاذق الذي أتقن عمله حتى وصل فيه إلى درجة عالية من الكفاءة⁽³⁾.

التعريف الاصطلاحي:

"قدرات أدائية مكتسبة (وليست فطرية) يتم تطويرها من خلال التعلم والممارسة والتدريب المنتظم. وهي تمثل المعرفة التطبيقية التي تمكن الفرد من أداء مهمة أو نشاط معين بدرجة عالية من الكفاءة والإتقان، وبأقل جهد ووقت ممكنين. تتصف المهارة بأنها قابلة للقياس والملاحظة والتطوير المستمر⁽⁴⁾."

التعريف الاصطلاحي:

"عملية ديناميكية متكاملة تهدف إلى توظيف المهارات الإبداعية (كالأصالة والمرونة والطلاقة) في الحقل الإعلامي، من أجل إنتاج مضامين إعلامية (قصصية، مرئية، مسموعة، رقمية) مبتكرة في فكرتها، معالجتها، تقنياتها، أو أساليب عرضها، لتحقيق أقصى تأثير في الجمهور المستهدف، مع القدرة على حل المشكلات الإعلامية التقليدية بطرق غير نمطية، والاستجابة بفاعلية لمتطلبات البيئة الإعلامية المتسارعة⁽⁵⁾."

¹ - Runco, M. A., & Acar, S. (2012). Divergent Thinking. In M. A. Runco (Ed.), The Creativity Research Handbook (Vol. 1, pp. 151-171). Hampton Press.

² - ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (د.ت). لسان العرب. بيروت: دار صادر. (ج 12، ص 417-419) في مادة (ع ل م).

³ - ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (د.ت). لسان العرب. بيروت: دار صادر. (ج 4، ص 418) في مادة (م ه ر).

⁴ - فهد بن عبدالله الرويشي، (2015). المهارات الحياتية واستراتيجيات تعليمها. دار الزهراء للنشر والتوزيع الرياض، ص 27.

⁵ - محمد قلادة، (2015). الإبداع الإعلامي: مقاربات نظرية وتطبيقات عملية. مجلة البحوث الإعلامية، (49)، 41-15.

مهارات التفكير الإبداعي للإعلام:

تمثل مهارات التفكير الإبداعي في المجال الإعلامي نسيجاً معقداً من القدرات العقلية المتداخلة التي تمكن الإعلامي من تجاوز النمطية والتقليدية إلى آفاق الابتكار والأصالة. وقد تطور مفهوم الإبداع الإعلامي من كونه موهبة فطرية إلى كونه مهارة يمكن صقلها وتنميتها من خلال برامج تدريبية متخصصة وبيئات محفزة. وهذا التحول في النظرة إلى الإبداع يأتي انسجاماً مع المتغيرات الجذرية التي يشهدها الحقل الإعلامي، حيث أصبحت القدرة على الابتكار شرطاً أساسياً للبقاء والمنافسة في سوق إعلامي متشعب ومتعدد القنوات.

الأسس النظرية لمفهوم الإبداع الإعلامي:

ينطلق الإبداع الإعلامي من تصور نظري متكامل يجمع بين النظريات الكلاسيكية في الإبداع والخصوصية المهنية للحقل الإعلامي. فالإبداع في الإعلام لا يعني مجرد الاختلاف أو الخروج عن المألوف، بل هو عملية منهجية تقوم على إنتاج مضامين إعلامية تحمل قيمة مضافة، وتتميز بالجدة والأصالة والملاءمة للسياق. وهو يشمل القدرة على إعادة صياغة الواقع بطرق مبتكرة، وتحويل المعلومات إلى رسائل مؤثرة، وابتكار أشكال تعبيرية جديدة تلائم احتياجات الجمهور المتغير.

ويمتاز الإبداع الإعلامي بطابعه التكاملي، حيث يجمع بين المهارات الفنية والقدرات التحليلية والحساسية الثقافية. فهو ليس مجرد إنتاج لمحتوى جذاب، بل هو قدرة على فهم التعقيدات الاجتماعية والثقافية، وتحليل الاتجاهات، واستشراف المستقبل، وصياغة رؤية إبداعية تسهم في تطوير الخطاب الإعلامي⁽¹⁾.

مهارة الأصالة الإعلامية: جوهر التميز والابتكار

تمثل الأصالة الإعلامية العمود الفقري للتفكير الإبداعي في الحقل الإعلامي، حيث تعبر عن قدرة الطالب الإعلامي على إنتاج محتوى يحمل بصمة شخصية واضحة، ويتميز بالجدة والتفرد. ولا تقتصر الأصالة على الشكل الخارجي للمحتوى، بل تمتد إلى جوهر الرسالة الإعلامية وأسلوب صياغتها وزاوية معالجتها. وتتجلى الأصالة الإعلامية في مستويات متعددة، تبدأ بالأصالة في الفكرة التي تعني القدرة على طرح أفكار جديدة وغير مسبوق، مروراً بالأصالة في المعالجة التي تتجلى في اختيار زوايا غير تقليدية لتغطية الأحداث، ووصولاً إلى الأصالة في الأسلوب التي تعني ابتكار طرق جديدة في العرض والتقديم. كما تظهر الأصالة في القدرة على ربط المواضيع بسياقاتها الثقافية والاجتماعية بطرق مبتكرة، وإنتاج مضامين تحمل رؤية جديدة تتحدى التفكير السائد.

وتمثل الأصالة الإعلامية تحدياً كبيراً في عصر العولمة والتبعية الإعلامية، حيث يجب على الإعلامي المبدع أن يوازن بين الأصالة والهوية من جهة، والانفتاح على الثقافات الأخرى من جهة ثانية. كما تتطلب الأصالة شجاعة فكرية وقدرة على تحمل المسؤولية، حيث أن الأفكار الجديدة غالباً ما تواجه مقاومة من قبل التيارات التقليدية⁽²⁾.

مهارة الطلاقة الإعلامية: تعدد الخيارات وسرعة الاستجابة

تمثل الطلاقة الإعلامية قدرة متعددة الأبعاد تمكن الإعلامي من توليد عدد كبير من الأفكار والحلول والبدائل في وقت محدود. وهي مهارة حيوية في البيئة الإعلامية السريعة التي تتطلب التصرف بسرعة واتخاذ القرارات تحت ضغط الوقت والمنافسة. وتنقسم الطلاقة الإعلامية إلى عدة أنواع، تشمل الطلاقة الفكرية التي تعني القدرة على توليد أكبر عدد من الأفكار، والطلاقة التعبيرية التي تعني القدرة على صياغة هذه الأفكار بأساليب متعددة، والطلاقة الارتباطية التي تعني القدرة على إيجاد علاقات جديدة بين المفاهيم والأحداث.

وتظهر الطلاقة الإعلامية في مواقف عملية متعددة، مثل القدرة على اقتراح عناوين متعددة ومبتكرة لنفس الخبر، وابتكار زوايا تحريرية متنوعة للقصة الإعلامية الواحدة، وتصميم سيناريوهات مختلفة للتغطية

1 - أحمد الغريب، (2020). الإبداع الإعلامي بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص 67-69.

2 - هالة محمد، (2021). تنمية مهارات التفكير الإبداعي في التعليم الإعلامي. مجلة الإعلام العربي، العدد 25، ص 112-115.

الإعلامية، وتوليد أفكار لحملات إعلامية متعددة. كما تتجلى في القدرة على الانتقال السلس بين أنواع الإعلام المختلفة، والتكيف مع الجماهير المستهدفة المتنوعة، وتغيير أسلوب الطرح حسب طبيعة الموضوع. وتمثل الطلاقة الإعلامية حاجة ملحة في عصر التدفق المعلوماتي، حيث يجب على الإعلامي أن يكون قادراً على معالجة كميات هائلة من المعلومات وتحويلها إلى مضامين إبداعية في وقت قياسي. كما أنها تسهم في تطوير المرونة الفكرية والقدرة على التكيف مع المتغيرات المستمرة في البيئة الإعلامية⁽¹⁾.

مهارة المرونة الإعلامية: التكيف مع المستجدات وتحويل التحديات إلى فرص

تشير المرونة الإعلامية إلى القدرة المتطورة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات، وتغيير الأساليب والاستراتيجيات حسب متطلبات الموقف الإعلامي. وهي تمثل الجسر بين الفكرة والتطبيق، حيث تمكن الإعلامي من تحويل الأفكار الإبداعية إلى مشاريع قابلة للتنفيذ في ظل الظروف المتغيرة. وتتبع أهمية المرونة الإعلامية من طبيعة الحقل الإعلامي الديناميكي الذي يشهد تحولات مستمرة في التقنيات والجمهور والأساليب.

وتتجلى المرونة الإعلامية في عدة مستويات، تشمل المرونة الفكرية التي تعني القدرة على تغيير الأنماط الذهنية والتكيف مع المفاهيم الجديدة، والمرونة المنهجية التي تعني القدرة على تبني أساليب عمل جديدة، والمرونة التقنية التي تعني القدرة على استخدام أدوات وتقنيات متطورة، والمرونة الثقافية التي تعني القدرة على التكيف مع السياقات الثقافية المختلفة.

وتمارس المرونة الإعلامية في مواقف عملية متعددة، مثل القدرة على الانتقال بسلاسة بين أنواع الإعلام المختلفة، والتكيف مع الجماهير المستهدفة المتنوعة، وتغيير أسلوب الطرح حسب طبيعة الموضوع، والتحول من الوسائل التقليدية إلى الرقمية، والتعامل مع الأزمات الإعلامية بطرق إبداعية. كما تتجلى في القدرة على رؤية المشكلات من زوايا متعددة، والتحرر من الجمود الفكري، واستغلال الفرص في الظروف الصعبة⁽²⁾.

مهارة السرد القصصي الإبداعي: تحويل المعلومات إلى تجارب مؤثرة

تمثل مهارة السرد القصصي الإبداعي أحد أهم المهارات الإبداعية في العصر الرقمي، حيث تتحول من مجرد أسلوب عرض إلى منهجية تفكير إبداعي تمكن الإعلامي من تحويل المعلومات الجافة إلى قصص مؤثرة تلامس مشاعر الجمهور وتثير اهتمامه. وهي تجمع بين الفن والعلم، حيث تعتمد على فهم عميق لطبيعة السرد من جهة، ومعرفة دقيقة بخصائص الجمهور من جهة أخرى.

ويتضمن السرد القصصي الإبداعي عناصر متعددة، تبدأ ببناء الحبكة الدرامية التي تحول المواضيع الإخبارية إلى قصص مشوقة، مروراً بتطوير الشخصيات التي تجسد القيم والأفكار، ووصولاً إلى خلق الإثارة والتشويق التي تدفع الجمهور لمتابعة المحتوى. كما يشمل استخدام التقنيات السردية المتطورة مثل السرد التفاعلي والسرد المتعدد الوسائط والسرد التشاركي.

وتمارس مهارة السرد القصصي في مجالات إعلامية متعددة، تشمل الصحافة الاستقصائية التي تحول التحقيقات إلى روايات شيقة، والإعلان الذي يحول الرسائل التسويقية إلى قصص مؤثرة، والبرامج الوثائقية التي تحول المعلومات إلى رحلات استكشافية، والمحتوى الرقمي الذي يحول التفاعل إلى تجارب شخصية. كما تسهم هذه المهارة في تطوير الذكاء العاطفي والقدرة على فهم مشاعر الجمهور وتوقعاته⁽³⁾.

مهارة الابتكار في استخدام الوسائط: دمج التقنية والإبداع

تمثل مهارة الابتكار في استخدام الوسائط قيمة التكامل بين الإبداع الفني والإتقان التقني، حيث تمكن الإعلامي من توظيف التقنيات والوسائط الجديدة بطرق مبتكرة تخدم الرسالة الإعلامية وتطور أشكال التعبير. وهي تمثل استجابة طبيعية للتحولات التقنية المتسارعة التي يشهدها الحقل الإعلامي، حيث أصبحت التقنيات الرقمية أدوات أساسية في العمل الإبداعي.

¹ - محمود العبد، (2022). التربية الإعلامية ومتطلبات العصر الرقمي. دار النهضة العربية، بيروت، ص 145-148.

² - منى الشريف، (2021). فن السرد القصصي في الإعلام الحديث. مجلة علوم الاتصال، العدد 18، ص 89-92.

³ - خالد عبد الله، (2022). الابتكار التكنولوجي في الصناعة الإعلامية. دار العلوم، الرياض، ص 178-181.

ويتضمن الابتكار في استخدام الوسائط مستويات متعددة، تبدأ بالابتكار في الأدوات الذي يعني استخدام تقنيات جديدة في الإنتاج، مروراً بالابتكار في الأشكال الذي يعني تطوير أنماط جديدة للتعبير، ووصولاً إلى الابتكار في المنصات الذي يعني تصميم بيئات رقمية مبتكرة. كما يشمل الابتكار في نماذج العمل الذي يعني تطوير طرق جديدة لتنظيم العمل الإعلامي.

وتمارس هذه المهارة في مجالات متعددة، مثل استخدام الواقع المعزز في التقارير الإخبارية، وتوظيف التقنيات التفاعلية في العروض، وابتكار أشكال جديدة للعرض الرقمي، ودمج الوسائط المتعددة بطرق إبداعية، وتصميم تجارب مستخدم مبتكرة. كما تتجلى في القدرة على استشراف التقنيات المستقبلية وتوظيفها في تطوير المحتوى الإعلامي⁽¹⁾.

التكامل بين المهارات الإبداعية:

تمثل المهارات الإبداعية الخمس نظاماً متكاملًا يتفاعل فيه كل مهارة مع الأخرى لتشكيل نسيجاً إبداعياً متكاملًا. فالأصالة تحتاج إلى الطلاقة لتوليد بدائل متعددة، والطلاقة تحتاج إلى المرونة للتكيف مع المتغيرات، والمرونة تحتاج إلى السرد القصصي لتحويل الأفكار إلى رسائل مؤثرة، وجميعها تحتاج إلى الابتكار في الوسائط لتقديم المضامين بطرق مبتكرة.

وهذا التكامل يخلق ديناميكية إبداعية تمكن الإعلامي من مواجهة التحديات المعقدة التي يشهدها الحقل الإعلامي، حيث يصبح قادراً على إنتاج مضامين إبداعية متكاملة تجمع بين الأصالة والجاذبية والملاءمة والتأثير. كما يمكنه من تطوير رؤية شاملة تجمع بين الإبداع الفني والعمق الفكري والإتقان التقني⁽²⁾.

إن هذه المهارات الإبداعية المتكاملة تمثل أساساً متيناً لبناء إعلامي مبدع قادر على قيادة الصناعة الإعلامية، والمساهمة في تطوير الخطاب الإعلامي، ومواجهة التحديات المعاصرة بطرق إبداعية. وهي تحتاج إلى بيئة تعليمية محفزة وبرامج تدريبية متخصصة وأساليب تقييم مبتكرة لتنميتها وتطويرها.

النظريات الداعمة لتنمية الإبداع الإعلامي:

تمثل النظريات التربوية والنفسية الداعمة لتنمية الإبداع الإعلامي الإطار الفكري الذي تركز عليه عملية تصميم البرامج التعليمية والتدريبية الفعالة. وتشكل هذه النظريات نسيجاً معقداً من الأفكار والمفاهيم المترابطة التي تشرح آليات تنمية القدرات الإبداعية في السياق الإعلامي، بدءاً من النظريات الكلاسيكية التي تركز على الجوانب الفردية للإبداع، ووصولاً إلى النظريات الحديثة التي تنظر إلى الإبداع كعملية اجتماعية تتفاعل فيها عدة عوامل.

نظرية الحل الإبداعي للمشكلات وأثرها في تطوير التفكير الإعلامي

تمثل نظرية الحل الإبداعي للمشكلات التي طورها أوسبورن وبارنس إطاراً منهجياً متكاملًا لتنمية الإبداع الإعلامي، حيث تقدم آلية عملية منظمة لتطوير القدرة على مواجهة التحديات الإعلامية بطرق إبداعية. وتنطلق هذه النظرية من فكرة أساسية مفادها أن الإبداع ليس عملية عشوائية أو موهبة فطرية بحتة، بل هو منهجية تفكير منظمة يمكن تعلمها وتطويرها من خلال ممارسة منهجية تقوم على تحليل المشكلات وتوليد الحلول المبتكرة وتقييمها وتنفيذها.

في السياق الإعلامي، تكتسب هذه النظرية أهمية استثنائية نظراً للطبيعة الديناميكية والمتغيرة لبيئة العمل الإعلامي التي تتطلب قدرة مستمرة على مواجهة التحديات غير المتوقعة وحل المشكلات المعقدة. فالإعلامي المبدع ليس مجرد ناقل للأخبار أو منتج للمحتوى، بل هو محلل للمشكلات ومبتكر للحلول في بيئة تتسم بالتعقيد والتشابك. تبدأ عملية الحل الإبداعي للمشكلات في المجال الإعلامي بمرحلة استكشاف المشكلة التي يتعمق فيها الطالب الإعلامي في فهم أبعاد التحدي الإعلامي من جميع جوانبه، سواء كان هذا التحدي يتعلق بتغطية حدث إخباري حساس، أو تصميم حملة إعلامية مؤثرة، أو إنتاج محتوى إبداعي في ظل محدودية الإمكانيات. في هذه المرحلة، يطور الطالب قدرته على تحليل الموقف الإعلامي بعمق، وتحديد الجوانب الخفية للمشكلة، وفهم تأثير العوامل المختلفة على الحلول الممكنة.

¹ - سامي حسين، (2020). نظريات الإبداع وتطبيقاتها التربوية. دار الفكر، دمشق، ص 203-206.

² - إيمان قاسم، (2021). التعلم بالمشاريع في التعليم الإعلامي. مجلة التربية والإعلام، العدد 12، ص 134-137.

تلي ذلك مرحلة توليد الأفكار التي تمثل قلب العملية الإبداعية، حيث يركز الطالب على إنتاج أكبر عدد ممكن من الحلول المبتكرة دون تقييم مبدئي، مما ينمي قدرته على التفكير التباعدي (Divergent Thinking) الذي يعد أساس الإبداع الإعلامي. في هذه المرحلة، يتعلم الطالب تقنيات متقدمة لتوليد الأفكار مثل العصف الذهني، والتفكير الجانبي، والاستعارة الإبداعية، والربط بين مفاهيم غير مرتبطة. ثم تأتي مرحلة تطوير الحلول التي تتحول فيها الأفكار الأولية إلى حلول عملية قابلة للتطبيق، حيث يختار الطالب الحلول الأكثر ملاءمة للموقف الإعلامي ويقوم بتطويرها وتنقيحها. وأخيراً، مرحلة التنفيذ التي يحول فيها الطالب الحل النظري إلى منتج إعلامي ملموس، ويتعلم كيفية تطبيق الحل في الواقع العملي وتقييم نتائجه⁽¹⁾.

نظرية التعلم القائم على المشاريع كمنهج لتنمية الإبداع العملي:

تشكل نظرية التعلم القائم على المشاريع (Project-Based Learning) نقلة نوعية في تعليم الإبداع الإعلامي، حيث تحول العملية التعليمية من النمط التقليدي القائم على التلقي السلبي إلى نموذج تفاعلي نشط يقوم على الإنتاج والإبداع. تتبنى هذه النظرية رؤية شاملة للتعلم ترى أن الطلاب يتعلمون الإبداع بشكل أعمق وأكثر استدامة عندما يشاركون في مشاريع حقيقية طويلة الأمد تتحدى قدراتهم وتستدعي توظيف مهارات متعددة في سياقات واقعية.

في الحقل الإعلامي، تظهر أهمية هذه النظرية في قدرتها على محاكاة بيئة العمل الحقيقية وتقديم تجارب تعلم شاملة تجمع بين المعرفة النظرية والمهارات العملية. فبدلاً من دراسة نظريات الإعلام في قاعات الدرس فقط، يشارك الطلاب في تصميم وتنفيذ مشاريع إعلامية كاملة تبدأ بالتخطيط وتنتهي بالإنتاج والنشر. يمر الطلاب خلال هذه المشاريع بمراحل متعددة تبدأ بتحديد الهدف الإعلامي وتحليل الجمهور المستهدف ودراسة السياق، ثم الانتقال إلى مرحلة التصميم والإعداد التي تشمل تطوير الفكرة الإبداعية وتصميم خطة العمل وإعداد الجدول الزمني. تلي ذلك مرحلة التنفيذ التي ينتقل فيها الطلاب من التخطيط إلى الإنتاج الفعلي، حيث يواجهون تحديات حقيقية تتطلب حلولاً إبداعية، ويتعرضون لمواقف غير متوقعة تختبر قدراتهم على التكيف والابتكار.

تمتد عملية التعلم القائم على المشاريع لتشمل مرحلة التقييم والمراجعة التي يقوم فيها الطلاب بتقييم منتجاتهم الإبداعية وتحليل نقاط القوة والضعف فيها، والاستفادة من ملاحظات الزملاء والمشرفين والجمهور المستهدف. وأخيراً، مرحلة العرض والنشر التي يتعلم فيها الطلاب كيفية تقديم منتجاتهم الإبداعية للجمهور وتقييم تأثيرها وفعاليتها. خلال هذه الرحلة التعليمية الشاملة، لا يطور الطلاب المهارات الإبداعية فحسب، بل يكتسبون أيضاً مهارات العمل الجماعي وإدارة الوقت والتفكير النقدي والتواصل الفعال، وهي جميعها مهارات أساسية للإعلامي المبدع في العصر الحديث⁽²⁾.

الأسس التربوية والنفسية لتنمية الإبداع الإعلامي:

تمثل الأسس التربوية والنفسية البنية التحتية التي تركز عليها عملية تنمية الإبداع في المجال الإعلامي، حيث تشكل الإطار النظري والتطبيقي الذي يوجه الممارسات التعليمية والتدريبية نحو تحقيق أقصى استفادة من الطاقات الإبداعية للطلاب. وتستند هذه الأسس إلى تراث غني من النظريات التربوية والدراسات النفسية التي تشرح آليات تنمية القدرات الإبداعية في السياقات التعليمية المختلفة، مع مراعاة الخصوصية المهنية للحقل الإعلامي الذي يجمع بين الجوانب الفنية والتقنية والنظرية.

الأسس التربوية لتنمية الإبداع الإعلامي:

تشكل الأسس التربوية الدعامية الأساسية التي تركز عليها عملية تصميم البرامج التعليمية الهادفة إلى تنمية الإبداع الإعلامي. وتستند هذه الأسس إلى مجموعة من المبادئ التربوية المتخصصة التي تراعي الطبيعة الخاصة للإبداع في المجال الإعلامي، والتي تختلف عن الإبداع في المجالات الأخرى due إلى الطبيعة المركبة للعمل الإعلامي الذي يجمع بين الإبداع الفني والدقة التقنية والعمق الفكري.

¹ - محمد الغنيمي، (2023). النماذج العالمية في التعليم الإعلامي المبتكر. دار العلم للملايين، بيروت، ص 145-152.

² - أحمد أبو النصر، (2023). الإطار التطبيقي لتنمية الإبداع في التعليم العالي. مجلة التربية المعاصرة، العدد 29، ص 167-175.

ينطلق الأساس التربوي الأول من مبدأ التكامل بين المعرفة والممارسة، حيث أن تنمية الإبداع الإعلامي تتطلب توازناً دقيقاً بين المعرفة النظرية المتخصصة والمهارات العملية التطبيقية. فالإعلامي المبدع لا يمكن أن يعتمد على الموهبة الفطرية، بل يحتاج إلى بناء قاعدة معرفية متينة في نظريات الإعلام والاتصال، مع تطوير مهارات عملية متقدمة في مجالات الإنتاج الإعلامي المختلفة. ويتحقق هذا التكامل من خلال تصميم برامج تعليمية تجمع بين المحاضرات النظرية وورش العمل التطبيقية والمشاريع الإبداعية التي تمكن الطالب من ترجمة المعرفة إلى ممارسة إبداعية.

أما الأساس التربوي الثاني فيركز على مبدأ التعلم المستمر والتطوير الذاتي، حيث أن الإبداع الإعلامي ليس حالة ثابتة بل هو عملية ديناميكية مستمرة تتطلب تحديثاً مستمراً للمهارات والمعارف. في عصر التحول الرقمي والتطور التكنولوجي المتسارع، يصبح على الإعلامي المبدع أن يواكب أحدث التقنيات والأساليب ويتعلم كيفية توظيفها في تطوير منتجه الإبداعي. ويتحقق هذا من خلال تصميم بيئات تعلم مرنة تشجع على البحث الذاتي والتجريب والمبادرة الشخصية⁽¹⁾.

الأسس النفسية لتنمية الإبداع الإعلامي:

تمثل الأسس النفسية الجانب الأعمق في عملية تنمية الإبداع الإعلامي، حيث تتعامل مع العوامل الداخلية التي تؤثر على القدرات الإبداعية للفرد. وتستند هذه الأسس إلى فهم دقيق للعمليات العقلية والانفعالية التي تدعم الإبداع، والعوامل التي قد تعوقه، والظروف النفسية المثلى لتحفيزه.

ينطلق الأساس النفسي الأول من مفهوم الدافعية الذاتية والاهتمام الجوهري، حيث تشير الدراسات النفسية إلى أن الإبداع الحقيقي ينبع من دافعية داخلية قوية واهتمام شخصي عميق بالعمل الإبداعي. في السياق الإعلامي، أن الطالب الإعلامي يحتاج إلى تطوير شغف حقيقي بمهنة الإعلام وإيمان عميق برسالتها، وليس مجرد السعي لتحقيق النجاح المادي أو الشهرة. وتظهر الدراسات أن المبدعين الحقيقيين في المجال الإعلامي هم أولئك الذين يستمدون متعتهم من عملية الإبداع نفسها، وليس فقط من نتائجها. ويتطلب تنمية هذه الدافعية تصميم بيئات تعلم تستثير فضول الطلاب وتشبع احتياجاتهم النفسية للمعرفة والتعبير والتأثير.

أما الأساس النفسي الثاني فيركز على مفهوم المرونة النفسية والقدرة على مواجهة التحديات، حيث أن العمل الإعلامي ينسجم بطبيعة ضاغطة تتطلب قدرة عالية على تحمل الضغوط ومواجهة النقد والتعامل مع الفشل. فالإعلامي المبدع يواجه بشكل مستمر تحديات مثل رفض الأفكار، والنقد اللاذع، والمنافسة الشديدة، والمواعيد النهائية الضاغطة. وتنمية المرونة النفسية تصبح ضرورة حتمية لاستمرارية الإبداع ونموه. وتشمل المرونة النفسية القدرة على التعافي من الفشل، والاستفادة من النقد البناء، والحفاظ على الثقة بالنفس في مواجهة التحديات، والاستمرار في الإبداع رغم الصعوبات⁽²⁾.

التكامل بين الأسس التربوية والنفسية في تنمية الإبداع الإعلامي:

يمثل التكامل بين الأسس التربوية والنفسية شرطاً أساسياً لتحقيق تنمية شاملة ومستدامة للإبداع الإعلامي. فالتصميم التربوي المثالي لا يحقق النتائج المرجوة دون مراعاة العوامل النفسية، والعكس صحيح. ويتحقق هذا التكامل من خلال تصميم برامج متكاملة تراعي جميع جوانب الشخصية الإعلامية المبدعة.

يتجلى التكامل أولاً في تصميم بيئات التعلم التي تجمع بين التحدي والدعم، حيث توفر للطالب تحديات إبداعية تدفعه إلى تجاوز قدراته الحالية، مع توفير دعم نفسي وتربوي يمكنه من مواجهة هذه التحديات بنجاح. فمن الناحية التربوية، يتم تصميم مشاريع إبداعية تتحدى قدرات الطلاب وتدفعهم إلى الابتكار، ومن الناحية النفسية، يتم توفير بيئة آمنة تسمح بالتجريب والخطأ دون خوف من الفشل أو النقد.

ويظهر التكامل ثانياً في تطوير أساليب التقويم الشاملة التي تراعي الجوانب التربوية والنفسية معاً. فمن الناحية التربوية، يتم تقييم المنتج الإبداعي من حيث جودته الفنية والتقنية وأصالته فكرته وفعاليته رسالته. ومن الناحية النفسية، يتم تقييم عملية الإبداع ذاتها، بما في ذلك نمو الثقة بالنفس، وتطور القدرة على مواجهة التحديات، وتعمق الدافعية الذاتية، ونمو المهارات الشخصية مثل المثابرة والالتزام⁽³⁾.

¹ - محمود السيد، (2021). علم النفس الإبداعي وتطبيقاته في التعليم. دار الفكر العربي، القاهرة، ص 223-228.

² - فاطمة العوايدي، (2022). واقع التعليم الإعلامي في الجامعات العربية. مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 34، ص 156-162.

³ - خالد المرashed، (2022). إدارة التغيير في المؤسسات التعليمية. دار أسامة، عمان، ص 189-195.

إن الفهم العميق للأسس التربوية والنفسية لتنمية الإبداع الإعلامي يمثل ضرورة حتمية لكل من يعمل في مجال التعليم الإعلامي، حيث يمكن من تصميم برامج متكاملة تحقق التوازن بين تطوير المهارات الإبداعية وتعزيز الصحة النفسية، مما ينتج إعلاميين مبدعين ليس فقط في منتجاتهم، ولكن أيضاً في شخصياتهم وأسلوب حياتهم المهنية.

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة في طلبة وطالبات كلية الإعلام في جامعة الزيتونة في مختلف الفصول الدراسية وكذلك طلاب مرحلة الدراسات العليا الماجستير.

عينة الدراسة:

اختارت الباحثة عينة عشوائية تمثلت في عدد (70) طالب وطالبة في كلية الإعلام بجامعة الزيتونة.

عرض وتحليل البيانات:

أولاً: البيانات الديموغرافية:

1- الجنس:

الجدول رقم (1) يوضح الجنس

ر.م	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
1	ذكر	37	52.86%
2	أنثى	33	47.14%
	المجموع	70	100.00%

يبرز تحليل بيانات توزيع العينة حسب الجنس توازناً لافتاً للنظر، حيث بلغت نسبة الذكور 52.86% بينما جاءت نسبة الإناث 47.14%. هذا التوازن الشبه كامل بين الجنسين، بفارق لا يتجاوز 5.72%، يعد ميزة منهجية مهمة، حيث يقلل من احتمالية التحيز للجنس ويضمن تمثيلاً متوازناً لأراء كلا الجنسين. كما أن هذا التوازن يعكس واقع المشهد الأكاديمي في كليات الإعلام التي تشهد مشاركة فاعلة ومتكافئة بين الذكور والإناث، مما يضفي مصداقية إضافية على النتائج.

2- العمر:

الجدول رقم (2) يوضح العمر

ر.م	العمر	التكرار	النسبة المئوية
1	من 18 سنة إلى أقل من 20 سنة	18	25.71%
2	من 20 سنة إلى أقل من 22 سنة	29	41.43%
3	من 22 سنة إلى أقل من 24 سنة	7	10.00%
4	أكبر من 24 سنة	16	22.86%
	المجموع	70	100.00%

أما بالنسبة لتوزيع العينة حسب العمر، فيكشف التحليل عن تركيز واضح في الشريحة العمرية الشابة، حيث تستأثر فئة 20 إلى أقل من 22 سنة بالنسبة الأعلى التي تبلغ 41.43%، تليها فئة 18 إلى أقل من 20 سنة بنسبة 25.71%. ويأتي في المرتبة الثالثة فئة الأكبر من 24 سنة بنسبة 22.86%، بينما تشكل فئة 22 إلى أقل من 24 سنة أقل النسب بنسبة 10.00%. هذا التوزيع العمري يعكس طبيعة المجتمع الطلابي في المراحل الجامعية، حيث تتركز الغالبية العظمى (67.14%) في فئة الشباب، كما أن وجود نسبة ملحوظة من فئة الأكبر من 24 سنة (22.86%) يضيف بُعداً آخر للدراسة، حيث يمثل هؤلاء غالباً طلاب الدراسات العليا أو الطلاب المنخرطين في مسارات أكاديمية أو مهنية متقدمة، مما يثري البيانات بخبراتهم الأعمق.

3- المستوى الدراسي:

الجدول رقم (3) يوضح المستوى الدراسي

ر.م	المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
1	الفصل الأول	10	14.29%
2	الفصل الثاني	7	10.00%
3	الفصل الثالث	8	11.43%
4	الفصل الرابع	7	10.00%
5	الفصل الخامس	9	12.86%
6	السنة الرابعة	14	20.00%
7	ماجستير	15	21.43%
	المجموع	70	% 100.00

وفي تحليل توزيع المستوى الدراسي، نلاحظ حضوراً قوياً لطلاب الدراسات العليا، حيث يشكل طلاب الماجستير النسبة الأعلى بنسبة 21.43%، يليهم طلاب السنة الرابعة بنسبة 20.00%. ثم يتوزع باقي الطلاب على المستويات الدراسية الأخرى بنسب متقاربة، حيث يحل الفصل الأول في المرتبة الثالثة بنسبة 14.29%، يليه الفصل الخامس بنسبة 12.86%، ثم الفصل الثالث بنسبة 11.43%، وأخيراً الفصلان الثاني والرابع بنسبة 10.00% لكل منهما. هذا التوزيع غير الخطي يعد إثراءً للدراسة، حيث يجمع بين وجهات نظر الطلاب الجدد الذين لم يتبلور تصورهم بعد، ووجهات نظر طلاب السنة الرابعة وطلاب الماجستير الذين يمتلكون رؤية نقدية أكثر نضجاً استناداً إلى خبرتهم الأكاديمية والتطبيقية الأوسع. كما يشير هذا التوزيع إلى أن الطلاب في المراحل المتقدمة هم الأكثر اهتماماً وإحساساً بأهمية قضايا الإبداع الإعلامي والفجوة بين التعليم وسوق العمل.

4- التخصص:

الجدول رقم (4) يوضح التخصص

ر.م	التخصص	التكرار	النسبة المئوية
1	إعلام عام	10	14.29%
2	صحافة	12	17.14%
3	إذاعة وتلفزيون	8	11.43%
4	علاقات عامة	10	14.29%
5	فنون وتصميم	15	21.43%
6	ماجستير	15	21.43%
	المجموع	70	% 100.00

يُظهر تحليل توزيع التخصصات تنوعاً كبيراً في الخلفيات الأكاديمية لأفراد العينة، حيث يحظى تخصصا فنون وتصميم والماجستير بالنسبة الأعلى بشكل متساوٍ (21.43% لكل منهما)، ويأتي تخصص الصحافة في المرتبة التالية بنسبة 17.14%، ثم يتساوى تخصصا الإعلام العام والعلاقات العامة بنسبة 14.29% لكل منهما، بينما يحل تخصص الإذاعة والتلفزيون في المرتبة الأخيرة بنسبة 11.43%.

ثانياً: تنمية مهارات التفكير الإبداعي
المحور الأول: متطلبات تنمية مهارة الأصالة الإعلامية

الجدول رقم (5) يوضح متطلبات تنمية مهارة الأصالة الإعلامية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الفقرة	ر.م
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
0.89	4.11	%35.71	25	%50.00	35	%7.14	5	%4.29	3	%2.86	2	ضرورة توفير مسابقات متخصصة في الإبداع الإعلامي	1
0.82	4.11	%31.43	22	%54.29	38	%10.00	7	%2.86	2	%1.43	1	تنظيم ورش عمل في التفكير الإبداعي	2
1.03	3.90	%31.43	22	%42.86	30	%14.29	10	%7.14	5	%4.29	3	ضرورة توفير مكتبة متخصصة في الإبداع الإعلامي	3
0.81	4.26	%41.43	29	%47.14	33	%8.57	6	%1.43	1	%1.43	1	إشراك الطلاب في مسابقات إبداعية	4
1.12	3.73	%28.57	20	%35.71	25	%21.43	15	%8.57	6	%5.71	4	ضرورة توفير مرشد أكاديمي للإبداع	5
0.76	4.23	%40.00	28	%45.71	32	%11.43	8	%2.86	2	%0.00	0	تنظيم زيارات ميدانية لمؤسسات إعلامية مبدعة	6
0.97	4.01	%34.29	24	%44.29	31	%12.86	9	%5.71	4	%2.86	2	ضرورة تطوير معايير تقييم تركز على الأصالة	7
0.77	4.39	%51.43	36	%40.00	28	%5.71	4	%1.43	1	%1.43	1	توفير استوديوهات مجهزة بالتقنيات الحديثة	8
0.90	4.09	المتوسط العام											
موافق		الاتجاه العام											

سجل هذا المحور متوسطاً حسابياً عامّاً قدره 4.09 مع انحراف معياري 0.90، مما يشير إلى اتجاه عام إيجابي نحو الموافقة على متطلبات تنمية الأصالة. جاءت الفقرة الخاصة بـ "توفير استوديوهات مجهزة بالتقنيات الحديثة" في المرتبة الأولى بمتوسط 4.39، تليها فقرة "إشراك الطلاب في مسابقات إبداعية" بمتوسط 4.26، ثم "تنظيم زيارات ميدانية لمؤسسات إعلامية مبدعة" بمتوسط 4.23. هذه النتائج تؤكد على حاجة الطلاب الملحة للخروج من الإطار النظري إلى التطبيق العملي والاحتكاك المباشر بمجال العمل. في المقابل، حصلت فقرة "ضرورة توفير مرشد أكاديمي للإبداع" على أدنى متوسط (3.73)، مما قد يعكس عدم إدراك الطلاب لأهمية الإرشاد الأكاديمي المتخصص أو عدم توفر هذه الخدمة بشكل فعلي في بيئتهم التعليمية.

المحور الثاني - متطلبات تنمية مهارة الطلاقة الإعلامية:

الجدول رقم (6) يوضح متطلبات تنمية مهارة الطلاقة الإعلامية

ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	ضرورة تدريب الطلاب على العصف الذهني	2	%2.86	3	%4.29	8	%11.43	34	%48.57	23	%32.86	4.01	0.93
2	أهمية تطوير مهارات الكتابة السريعة	1	%1.43	4	%5.71	10	%14.29	33	%47.14	22	%31.43	3.99	0.92
3	ضرورة تعلم تقنيات توليد الأفكار	0	%0.00	2	%2.86	7	%10.00	36	%51.43	25	%35.71	4.20	0.74
4	أهمية المشاركة في النقاشات والحوارات	3	%4.29	5	%7.14	12	%17.14	28	%40.00	22	%31.43	3.83	1.07
5	ضرورة ممارسة التمارين الإبداعية اليومية	5	%7.14	7	%10.00	15	%21.43	25	%35.71	18	%25.71	3.56	1.18
6	أهمية تعلم أساليب التفكير المتشعب	2	%2.86	3	%4.29	9	%12.86	35	%50.00	21	%30.00	3.97	0.94
7	ضرورة تطوير مهارات التعبير اللغوي	1	%1.43	2	%2.86	6	%8.57	37	%52.86	24	%34.29	4.16	0.81
8	أهمية المشاركة في ورش العمل السريعة	1	%1.43	3	%4.29	8	%11.43	30	%42.86	28	%40.00	4.13	0.88
المتوسط العام													0.93
الاتجاه العام													3.98
موافق													

بلغ المتوسط العام لهذا المحور 3.98 بانحراف معياري 0.93، وهو ما يضع اتجاه الرأي العام للعينة عند مستوى "موافق". حصلت فقرة "ضرورة تعلم تقنيات توليد الأفكار" على أعلى متوسط (4.20)، تليها فقرة "ضرورة تطوير مهارات التعبير اللغوي" بمتوسط 4.16، ثم "أهمية المشاركة في ورش العمل السريعة" بمتوسط 4.13. هذه النتائج تبرز وعي الطلاب بأهمية المهارات الأساسية للإبداع كتوليد الأفكار والتعبير عنها. على الجانب الآخر، حصلت فقرة "ضرورة ممارسة التمارين الإبداعية اليومية" على أدنى متوسط (3.56)، وهو انعكاس لواقع البيئة التعليمية التي تفتقر إلى تحفيز الممارسة اليومية للإبداع، أو بسبب ضيق الوقت الناتج عن كثافة المحتوى النظري.

المحور الثالث: متطلبات تنمية مهارة المرونة الإعلامية:
الجدول رقم (7) يوضح متطلبات تنمية مهارة المرونة الإعلامية

ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	ضرورة تعلم كيفية التكيف مع التقنيات الجديدة	0	0.00%	1	1.43%	5	7.14%	29	41.43%	35	50.00%	4.40	0.69
2	أهمية التدريب على العمل تحت الضغط	1	1.43%	2	2.86%	9	12.86%	31	44.29%	27	38.57%	4.16	0.89
3	ضرورة تعلم مهارات حل المشكلات	0	0.00%	1	1.43%	6	8.57%	32	45.71%	31	44.29%	4.33	0.71
4	أهمية تطوير القدرة على تغيير الزوايا	2	2.86%	4	5.71%	11	15.71%	30	42.86%	23	32.86%	3.91	1.02
5	ضرورة تعلم كيفية التعامل مع الجماهير المختلفة	1	1.43%	3	4.29%	7	10.00%	34	48.57%	25	35.71%	4.09	0.90
6	أهمية التدريب على الانتقال بين الوسائط	0	0.00%	2	2.86%	8	11.43%	33	47.14%	27	38.57%	4.21	0.78
7	ضرورة تطوير مهارات التكيف السريع	1	1.43%	2	2.86%	10	14.29%	29	41.43%	28	40.00%	4.16	0.89
8	أهمية تعلم استراتيجيات المواجهة	2	2.86%	3	4.29%	12	17.14%	28	40.00%	25	35.71%	4.01	0.99
المتوسط العام												4.16	0.86
الاتجاه العام												موافق بشدة	

سجل هذا المحور أعلى متوسط عام بين المحاور الإبداعية، حيث بلغ 4.16 بانحراف معياري 0.86، مما يضع اتجاه الرأي العام عند مستوى "موافق بشدة". وهذا يعكس إدراك الطالب الإعلامي لأهمية القدرة على التكيف في عصر الوسائط المتعددة والمتغيرات السريعة. جاءت فقرة "ضرورة تعلم كيفية التكيف مع التقنيات الجديدة" في الصدارة بمتوسط مرتفع جداً (4.40)، تليها فقرة "ضرورة تعلم مهارات حل المشكلات" بمتوسط 4.33، و "أهمية التدريب على الانتقال بين الوسائط" بمتوسط 4.21. هذه النتائج تشير إلى أن الطلاب يدركون تماماً أن نجاحهم المهني مرهون بمرونتهم وقدرتهم على حل المشكلات والتعامل مع التقنيات الحديثة.

المحور الرابع - متطلبات تنمية مهارة السرد القصصي:

الجدول رقم (8) يوضح متطلبات تنمية مهارة السرد القصصي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الفقرة	ر.م
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1.04	3.94	%32.86	23	%45.71	32	%11.43	8	%5.71	4	%4.29	3	ضرورة تعلم فنون الكتابة القصصية	1
0.96	3.91	%28.57	20	%50.00	35	%14.29	10	%4.29	3	%2.86	2	أهمية دراسة عناصر السرد	2
1.12	3.73	%30.00	21	%40.00	28	%17.14	12	%7.14	5	%5.71	4	ضرورة التدريب على بناء الشخصيات	3
0.83	4.09	%34.29	24	%51.43	36	%10.00	7	%2.86	2	%1.43	1	أهمية تعلم تقنيات التشويق	4
1.18	3.59	%28.57	20	%35.71	25	%20.00	14	%8.57	6	%7.14	5	ضرورة ممارسة الكتابة الإبداعية	5
0.96	4.00	%32.86	23	%47.14	33	%12.86	9	%4.29	3	%2.86	2	أهمية دراسة نماذج سردية ناجحة	6
0.84	4.14	%35.71	25	%48.57	34	%11.43	8	%2.86	2	%1.43	1	ضرورة تعلم كيفية ربط العناصر	7
0.70	4.36	%47.14	33	%42.86	30	%8.57	6	%1.43	1	%0.00	0	أهمية التدريب على السرد البصري	8
0.95	3.97	المتوسط العام											
موافق		الاتجاه العام											

بلغ المتوسط العام لهذا المحور 3.97 بانحراف معياري 0.95، أي عند مستوى "موافق". حصلت فقرة "أهمية التدريب على السرد البصري" على أعلى متوسط (4.36)، تليها فقرة "ضرورة تعلم كيفية ربط العناصر" بمتوسط 4.14، ثم "أهمية تعلم تقنيات التشويق" بمتوسط 4.09. هذا يؤكد على التحول الكبير في صناعة الإعلام نحو المحتوى البصري والرقمي، وإدراك الطلاب لهذا التحول. في المقابل، حصلت فقرة "ضرورة ممارسة الكتابة الإبداعية" على أدنى متوسط (3.59)، وهي إشارة واضحة على أن الطلاب ينفرون من المهام الكتابية التقليدية ويميلون أكثر للوسائط المتعددة والبصرية.

المحور الخامس - متطلبات تنمية مهارة الابتكار في الوسائط:
الجدول رقم (9) يوضح متطلبات تنمية مهارة الابتكار في الوسائط

ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	ضرورة تعلم أحدث التقنيات الرقمية	0	%0.00	1	%1.43	4	%5.71	28	%40.00	37	%52.86	4.44	0.66
2	أهمية التدريب على الوسائط المتعددة	1	%1.43	2	%2.86	5	%7.14	31	%44.29	31	%44.29	4.26	0.82
3	ضرورة دراسة منصات التواصل الحديثة	0	%0.00	1	%1.43	6	%8.57	32	%45.71	31	%44.29	4.33	0.71
4	أهمية تعلم برامج الإنتاج المتطورة	1	%1.43	1	%1.43	7	%10.00	29	%41.43	32	%45.71	4.29	0.81
5	ضرورة ممارسة التصميم الإبداعي	2	%2.86	3	%4.29	10	%14.29	30	%42.86	25	%35.71	4.01	0.98
6	أهمية دراسة تجارب الابتكار العالمية	3	%4.29	4	%5.71	11	%15.71	27	%38.57	25	%35.71	3.87	1.09
7	ضرورة التعرف على أدوات التفاعل	1	%1.43	2	%2.86	8	%11.43	33	%47.14	26	%37.14	4.16	0.85
8	أهمية التدريب على التقنيات الناشئة	2	%2.86	3	%4.29	9	%12.86	29	%41.43	27	%38.57	4.09	0.96
المتوسط العام													0.86
الاتجاه العام													موافق بشدة

سجل هذا المحور متوسطاً عاماً مرتفعاً بلغ 4.18 بانحراف معياري 0.86، مع اتجاه عام هو "موافق بشدة". وهذا يعكس وعي الجيل الحالي من طلاب الإعلام بأهمية التكنولوجيا والرقمنة. جاءت فقرة "ضرورة تعلم أحدث التقنيات الرقمية" في المقدمة بمتوسط مرتفع جداً (4.44)، تليها فقرة "ضرورة دراسة منصات التواصل الحديثة" بمتوسط 4.33، و "أهمية تعلم برامج الإنتاج المتطورة" بمتوسط 4.29. هذه النتائج ترسل رسالة واضحة للمسؤولين عن المناهج بضرورة إدماج المهارات الرقمية والتقنية الحديثة في صلب العملية التعليمية.

المحور السادس - تقييم المهارات الإبداعية الحالية:
الجدول رقم (10) يوضح تقييم المهارات الإبداعية الحالية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الفقرة	ر.م
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1.13	3.39	%17.14	12	%35.71	25	%28.57	20	%11.43	8	%7.14	5	قدرتي على ابتكار أفكار إعلامية غير تقليدية	1
1.16	3.26	%17.14	12	%28.57	20	%31.43	22	%14.29	10	%8.57	6	مهارتي في تحويل المفاهيم المجردة إلى منتجات إبداعية	2
1.10	3.60	%22.86	16	%40.00	28	%21.43	15	%10.00	7	%5.71	4	قدرتي على التعامل مع التقنيات الإعلامية المتطورة	3
1.01	3.67	%20.00	14	%42.86	30	%25.71	18	%7.14	5	%4.29	3	مستوى مرونتي في التكيف مع المتغيرات الإعلامية	4
1.10	3.48	المتوسط العام											
محايد		الاتجاه العام											

هنا نلاحظ تغيراً مهماً في البيانات، حيث انخفض المتوسط العام بشكل ملحوظ إلى 3.48 فقط، مع ارتفاع الانحراف المعياري إلى 1.10. هذا يعني أن اتجاه الرأي العام للعينة أصبح "محايد"، بل إن هناك تبايناً كبيراً في آراء الأفراد. جميع فقرات هذا المحور حصلت على متوسطات منخفضة، حيث كانت "قدرتي على ابتكار أفكار إعلامية غير تقليدية" هي الأعلى بمتوسط 3.39، بينما كانت "مهارتي في تحويل المفاهيم المجردة إلى منتجات إبداعية" هي الأدنى بمتوسط 3.26. هذا التناقض الصارخ بين ارتفاع متوسطات "المتطلبات" في المحاور السابقة وانخفاض متوسطات "التقييم الذاتي" في هذا المحور، يكشف عن فجوة مهارية حقيقية، حيث يطمح الطلاب للإبداع ويؤمنون بضرورته، لكنهم لا يملكون الثقة في مهاراتهم الحالية لتحقيقه.

المحور السابع - تحليل الفجوات بين التعليم ومتطلبات السوق:

الجدول رقم (11) يوضح تحليل الفجوات بين التعليم ومتطلبات السوق

ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	البرنامج الدراسي الحالي يواكب متطلبات الإبداع في سوق العمل	10	14.29%	15	21.43%	18	25.71%	20	28.57%	7	10.00%	3.01	1.23
2	هناك توازن بين الجانب النظري والتطبيقي في المقررات	12	17.14%	16	22.86%	17	24.29%	18	25.71%	7	10.00%	2.90	1.25
3	البيئة التعليمية الحالية محفزة للإبداع والابتكار	8	11.43%	12	17.14%	20	28.57%	22	31.43%	8	11.43%	3.23	1.17
4	أنظمة التقييم الحالية تقيس الجوانب الإبداعية بشكل كاف	14	20.00%	18	25.71%	16	22.86%	15	21.43%	7	10.00%	2.76	1.27
المتوسط العام													2.98
الاتجاه العام													محايد

يعد هذا المحور الأكثر دلالة على وجود أزمة، حيث بلغ متوسطه العام 2.98 فقط، مع انحراف معياري مرتفع (1.23)، مما يضع الاتجاه العام عند مستوى "محايد" يميل إلى عدم الموافقة. جاءت جميع فقراته بمتوسطات أقل من 3.5، وكانت أدناها على الإطلاق فقرة "أنظمة التقييم الحالية تقيس الجوانب الإبداعية بشكل كاف" بمتوسط 2.76، تليها فقرة "هناك توازن بين الجانب النظري والتطبيقي" بمتوسط 2.90. هذه النتائج هي بمثابة تقييم صارم من الطلاب للبيئة التعليمية الحالية، حيث يرون أن المناهج لا تواكب سوق العمل، وأن التقييم لا يقيس الإبداع، وأن الجانب النظري لا يزال مهيمنًا على حساب التطبيق.

المحور الثامن - متطلبات بناء النموذج التكاملي:
أولاً: المتطلبات الأكاديمية والمنهجية:

الجدول رقم (12) يوضح المتطلبات الأكاديمية والمنهجية

ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	ضرورة إدراج مساق متخصص في الإبداع الإعلامي	2	2.86%	3	4.29%	5	7.14%	35	50.00%	25	35.71%	4.11	0.89
2	أهمية تطوير مشاريع تطبيقية قائمة على نظرية CPS	1	1.43%	2	2.86%	8	11.43%	36	51.43%	23	32.86%	4.13	0.84
3	ضرورة تبني استراتيجيات التعلم القائم على المشاريع	0	0.00%	1	1.43%	7	10.00%	33	47.14%	29	41.43%	4.29	0.74
4	أهمية التكامل بين التخصصات في المشاريع الإبداعية	1	1.43%	2	2.86%	9	12.86%	32	45.71%	26	37.14%	4.14	0.85
المتوسط العام													
ثانياً: متطلبات البنية التحتية والدعم:													
ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	توفير استوديوهات إبداعية مجهزة بأحدث التقنيات	0	0.00%	1	1.43%	4	5.71%	30	42.86%	35	50.00%	4.41	0.68
2	إنشاء حاضنات للإبداع والإنتاج الإعلامي	1	1.43%	2	2.86%	6	8.57%	31	44.29%	30	42.86%	4.24	0.83
3	توفير برامج تدريبية متخصصة للمعلمين	2	2.86%	3	4.29%	10	14.29%	29	41.43%	26	37.14%	4.06	0.98
4	شراكات مع مؤسسات إعلامية داعمة للإبداع	1	1.43%	1	1.43%	8	11.43%	32	45.71%	28	40.00%	4.21	0.82
المتوسط العام													
ثالثاً: معايير التقييم والمتابعة:													
ر.م	الفقرة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
1	اعتماد مؤشرات لقياس التطور في المهارات الإبداعية	1	1.43%	2	2.86%	7	10.00%	34	48.57%	26	37.14%	4.17	0.84
2	أهمية التقييم المستمر لفاعلية النموذج	0	0.00%	1	1.43%	6	8.57%	35	50.00%	28	40.00%	4.29	0.71
3	ضرورة وجود آلية للمراجعة والتطوير المستمر	0	0.00%	1	1.43%	5	7.14%	33	47.14%	31	44.29%	4.34	0.69
4	أهمية مشاركة الطلاب في تقييم النموذج	2	2.86%	3	4.29%	9	12.86%	30	42.86%	26	37.14%	4.07	0.95
المتوسط العام													
المتوسط العام للجدول													
الاتجاه العام													
موافق بشدة													

سجل هذا المحور أعلى متوسط عام في الدراسة ككل (4.21)، مع اتجاه عام "موافق بشدة". هذا يعكس القناعة الراسخة لدى الطلاب بضرورة التغيير الجذري وبناء نموذج تعليمي جديد. في شقه الأكاديمي، حصلت فقرة "تبني استراتيجيات التعلم القائم على المشاريع" على أعلى متوسط (4.29). وفي شق البنية التحتية، تصدرت فقرة "توفير استوديوهات إبداعية مجهزة" المتوسطات بمعدل 4.41. أما في معايير التقييم، فقد حصلت فقرة "وجود آلية للمراجعة والتطوير المستمر" على أعلى متوسط (4.34). هذه النتائج مجتمعة ترسم خارطة طريق واضحة للتطوير، تقوم على التطبيق العملي، وتوفير البنية التحتية، وإصلاح أنظمة التقييم.

ما هي المعوقات التي تواجهها في تنمية مهاراتك الإبداعية؟ الجدول رقم (13) يوضح المعوقات في تنمية المهارات الإبداعية

ر.م	تصنيف المعوقات	المعوقات المحددة	ك	%
1	معوقات منهجية وأكاديمية	عدم وجود مساقات متخصصة في الإبداع	58	82.86%
2		التركيز على الجانب النظري وإهمال التطبيقي	62	88.57%
3		جمود المناهج وعدم مواكبتها للتطورات التقنية	55	78.57%
4		كثافة المحتوى وضيق الوقت للتطبيق الإبداعي	47	67.14%
5	معوقات بيئية وتقنية	نقص التجهيزات والتقنيات الحديثة في المعامل	65	92.86%
6		عدم توفر مساحات إبداعية مخصصة للطلاب	52	74.29%
7		بيئة تعليمية تقليدية غير محفزة للإبداع	48	68.57%
8		ضعف البنية التحتية للإنترنت والتقنيات الرقمية	43	61.43%
9	معوقات تقييمية	أنظمة التقييم الحالية لا تقيس الإبداع	60	85.71%
10		عدم وجود معايير واضحة لتقييم المنتج الإبداعي	53	75.71%
11		الاعتماد على الاختبارات التقليدية والحفظ	57	81.43%
12		عدم وجود تغذية راجعة بناءة للتطوير	45	64.29%
13	معوقات بشرية وإدارية	نقص كفاءة بعض أعضاء هيئة التدريس في مجال الإبداع	45	64.29%
14		عدم وجود مرشدين أكاديميين متخصصين في الإبداع	50	71.43%
15		ضعف الدافعية لدى بعض الطلاب للإبداع	42	60.00%
16		البيروقراطية الإدارية في تنفيذ المشاريع الإبداعية	38	54.29%

أ. المعوقات البيئية والتقنية (الأكثر تأثيراً):

نقص التجهيزات والتقنيات الحديثة في المعامل (92.86%): هذه النسبة المرتفعة جداً تشير إلى أزمة بنية تحتية حقيقية. الطلاب يدركون أن الإعلام مهنة تقنية بالأساس، وعدم توفر الأدوات يعني حرمانهم من التطبيق العملي واكتساب المهارات الأساسية اللازمة لسوق العمل. هذه النسبة هي صيحة تحذير حول تهالك الإمكانيات في الكلية.

عدم توفر مساحات إبداعية مخصصة للطلاب (74.29%): تؤكد هذه النسبة أن الطلاب لا يبحثون فقط عن فصول دراسة تقليدية، بل عن "حاضنات إبداعية" حيث يمكنهم التجريب والابتكار والعمل الجماعي خارج الإطار الرسمي للدوام والمقررات. غياب هذه المساحات يقتل الإبداع التلقائي.

بيئة تعليمية تقليدية غير محفزة للإبداع (68.57%): هنا ينتقل الطلاب من نقد الغياب المادي (التقنيات) إلى نقد الغياب المعنوي (المناخ التعليمي). البيئة "غير المحفزة" تعني أساليب تدريس تقليدية، وغياب الحوار، وعدم تشجيع الأفكار غير التقليدية، مما يؤدي إلى الملل وفقدان الشغف.

ضعف البنية التحتية للإنترنت والتقنيات الرقمية (61.43%): في عصر الإعلام الرقمي، يعتبر الإنترنت شريان العمل. هذه النسبة، رغم أنها الأدنى في هذه المجموعة، إلا أنها خطيرة، لأنها تعيق الوصول للمصادر العالمية، والتعلم الذاتي عبر الإنترنت، وإنتاج المحتوى الرقمي.

ب. المعوقات التقييمية (تلي في الخطورة):

أنظمة التقييم الحالية لا تقيس الإبداع (85.71%): هذه النسبة تمثل هجوماً صريحاً على جوهر العملية التعليمية. يرى الغالبية العظمى من الطلاب أن الامتحانات والواجبات التقليدية تقيس الحفظ والاسترجاع، وليس القدرة على الابتكار أو حل المشكلات أو إنتاج محتوى أصيل. هذا يخلق تناقضاً بين ما يُدرس نظرياً عن الإبداع وبين ما يُقيم فعلياً.

الاعتماد على الاختبارات التقليدية والحفظ (81.43%): هذه النسبة تؤكد وتفصل النسبة السابقة. النظام يكافئ "الحافظ" وليس "المبدع"، مما يدفع الطلاب ذوي الميول الإبداعية إلى الإحباط وتهميش مواهبهم لصالح اجتياز المتطلبات الأكاديمية.

عدم وجود معايير واضحة لتقييم المنتج الإبداعي (75.71%): حتى عندما تكون هناك محاولات للتقييم الإبداعي (كمشروع تخرج مثلاً)، يرى الطلاب أن المعايير غامضة وذاتية. هذا الغموض يخلق حالة من القلق وعدم العدالة، ويجعل الطلاب غير قادرين على توجيه جهودهم بشكل صحيح.

ج. المعوقات المنهجية والأكاديمية:

التركيز على الجانب النظري وإهمال التطبيقي (88.57%): هذه النسبة العالية، رغم تصنيفها هنا، هي قلب المشكلة. الفجوة بين "النظرية" و"التطبيق" هي الهوة التي يسقط فيها شغف الطلاب. يتخرج الطالب وهو يحمل معلومات عن كيفية إنتاج فيلم روائي، دون أن يكون قد لمس كاميرا محترفة أو استخدم برنامج مونتاج، مما يجعله غير جاهز لسوق العمل.

عدم وجود مسابقات متخصصة في الإبداع (82.86%): يطالب الطلاب بمسابقات مخصصة تدرس "منهجية الإبداع" نفسها، كتوليد الأفكار، والتفكير التصميمي، وإدارة المشاريع الإبداعية. غياب هذه المسابقات يعني أن الإبداع يُترك للصدفة والموهبة الفردية فقط.

جمود المناهج وعدم مواكبتها للتطورات التقنية (78.57%): صناعة الإعلام تتغير بسرعة البرق. المناهج التي لا تتغير بنفس السرعة تصبح عاجزة عن تخريج طلاب قادرين على المنافسة. الطلاب يدركون أنهم يتعلمون تقنيات وأساليب أصبحت متجاوزة في السوق الفعلية.

كثافة المحتوى وضيق الوقت للتطبيق الإبداعي (67.14%): الجدول الدراسي المزدحم بالمقررات النظرية لا يترك مساحة للتفكير والتجريب والعمل على مشاريع شخصية. الإبداع يحتاج إلى وقت للتفكير والتأمل، وهو ما يفقده الطالب في خضم السعي لإنهاء متطلبات الدرجات.

د. المعوقات البشرية والإدارية (الأقل نسباً ولكنها مهمة):

عدم وجود مرشدين أكاديميين متخصصين في الإبداع (71.43%): يفتقد الطلاب وجود مرشد يساعدهم في صقل مواهبهم الإبداعية ويوجههم أكاديمياً ومهنياً. هذا يزيد من شعورهم بالضيق وعدم الوضوح بشأن مستقبلهم.

نقص كفاءة بعض أعضاء هيئة التدريس في مجال الإبداع (64.29%): نسبة خطيرة تشير إلى أن جزءاً من المشكلة يكمن في القائمين على العملية التعليمية أنفسهم. كيف يمكن لمعلم لا يمتلك أدوات الإبداع أو لا يؤمن بها أن ينميها لدى طلابه؟

ضعف الدافعية لدى بعض الطلاب للإبداع (60.00%): هذه النسبة هي نتيجة طبيعية لجميع المعوقات السابقة، وليست سبباً. فبيئة غير محفزة، وتقييم لا يقيس الإبداع، ومناهج نظرية، تؤدي بالطبع إلى فقدان الدافعية.

البيروقراطية الإدارية في تنفيذ المشاريع الإبداعية (54.29%): حتى عندما تكون هناك رغبة ومبادرة من الطالب، تواجهه عوائق إدارية تعوق تنفيذ أفكاره، مما يقتل الحماس ويشعره بأن النظام لا يدعمه.

ما هي مقترحاتك العملية لتطوير البرنامج التعليمي في الكلية؟
الجدول رقم (14) يوضح المقترحات العملية لتطوير البرنامج التعليمي

ر.م	تصنيف المقترحات	المقترحات المحددة	ك	%
1	مقترحات منهجية وأكاديمية	تطوير مشاريع تطبيقية قائمة على المشكلات الواقعية	59	84.29%
2		دمج التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في المقررات	67	95.71%
3		تخصيص ساعات معتمدة للمشاريع الإبداعية	51	72.86%
5	مقترحات ببنية وتقنية	إنشاء مركز متخصص للإبداع الإعلامي	65	92.86%
6		توفير استوديوهات متطورة مجهزة بأحدث التقنيات	68	97.14%
7		إنشاء حاضنات للإبداع والإنتاج الإعلامي	56	80.00%
8		تطوير مكتبة رقمية متخصصة في الإبداع الإعلامي	49	70.00%
9	مقترحات تقييمية	عقد ورش عمل متخصصة في مهارات التفكير الإبداعي	61	87.14%
10		تدريب أعضاء هيئة التدريس على أساليب تنمية الإبداع	54	77.14%
11		تنظيم زيارات ميدانية لمؤسسات إعلامية رائدة	58	82.86%
12		استضافة خبراء ومبدعين في المجال الإعلامي	52	74.29%
13	مقترحات بشرية وإدارية	تطوير أنظمة تقييم تركز على الإبداع والابتكار	62	88.57%
14		اعتماد معايير واضحة لتقييم المنتج الإبداعي	59	84.29%
15		مشاركة الطلاب في عملية التقييم والتطوير	51	72.86%
16		إنشاء نظام للمكافآت والحوافز للإبداع المتميز	56	80.00%

أ. المقترحات البنيوية والتقنية (الأولوية القصوى):

توفير استوديوهات متطورة مجهزة بأحدث التقنيات (97.14%): هذه أعلى نسبة في الدراسة على الإطلاق، وهي إجابة مباشرة على معوق "نقص التجهيزات". الطلاب يطالبون بمعامل تحاكي بيئة العمل الحقيقية. إنشاء مركز متخصص للإبداع الإعلامي (92.86%): هذا هو الحل الشامل للمعوقات البنيوية. المركز سيكون "حاضنة" تجمع بين التجهيزات المتطورة والمساحات الإبداعية والمرشدين المتخصصين، ليصبح منصة دائمة للإبداع خارج الإطار الدراسي التقليدي.

ب. المقترحات المنهجية والأكاديمية:

دمج التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في المقررات (95.71%): هذه النسبة المرتفعة جداً تظهر أن الطلاب ليسوا فقط على وعي بمتطلبات العصر، بل يطالبون بإدخالها في صلب المنهج، كجزء أساسي من تعلمهم وليس كأنشطة جانبية.

تطوير مشاريع تطبيقية قائمة على المشكلات الواقعية (84.29%): هنا الحل لمعوق "التركيز على النظري". الطلاب يريدون التعلم من خلال العمل على مشاريع حقيقية تقدم حلاً لمشكلة إعلامية موجودة في المجتمع، مما يضفي معنى على تعلمهم.

عقد ورش عمل متخصصة في مهارات التفكير الإبداعي (87.14%): كحل لمعوق "عدم وجود مساقات متخصصة"، يقترح الطلاب ورش العمل المكثفة كبديل مرن وسريع يمكن أن يغطي فجوات المنهج الحالي. تخصيص ساعات معتمدة للمشاريع الإبداعية (72.86%): مقترح عملي لجعل الإبداع "إلزامياً" وليس اختيارياً، من خلال منحه قيمة في نظام الدرجات، مما يضمن أن جميع الطلاب سيمارسون العمل الإبداعي.

ج. المقترحات التقييمية والتطويرية:

تطوير أنظمة تقييم تركز على الإبداع والابتكار (88.57%): هذا هو المطلب الأساسي لإصلاح نظام التقييم. الطلاب يريدون معايير واضحة تزن الأفكار الجديدة والمنهجية الإبداعية والحلول المبتكرة. اعتماد معايير واضحة لتقييم المنتج الإبداعي (84.29%): كتفصيل للمقترح السابق، يطالب الطلاب بالشفافية في كيفية تقييم إبداعهم حتى يعرفوا إلى أي شيء يتوجهون.

تنظيم زيارات ميدانية لمؤسسات إعلامية رائدة (82.86%): كحل لجمود المناهج، يقترح الطلاب "فتح النوافذ" على العالم الحقيقي ليرى كيفية العمل الإبداعي في أرض الواقع.

إنشاء نظام للمكافآت والحوافز للإبداع المتميز (80.00%): لتحفيز الدافعية، يقترح الطلاب نظاماً يحفز على التميز الإبداعي ويعترف به، مما يخلق بيئة تنافسية صحية.

استضافة خبراء ومبدعين في المجال الإعلامي (74.29%): لإثراء العملية التعليمية وتوصيل الطالب بنماذج ناجحة يمكن أن تلهمه.

مشاركة الطلاب في عملية التقييم والتطوير (72.86%): مقترح ديمقراطي يعكس رغبة الطلاب في أن يكونوا شركاء حقيقيين في تطوير تعليمهم، وليس مجرد متلقين سلبيين.

د. المقترحات البشرية:

تدريب أعضاء هيئة التدريس على أساليب تنمية الإبداع (77.14%): كحل مباشر لمعوق "نقص كفاءة بعض الأعضاء". تطوير أداء المعلم هو ركيزة أساسية لأي إصلاح.

تطوير مكتبة رقمية متخصصة في الإبداع الإعلامي (70.00%): لسد فجوة المعرفة وتوفير مصادر متطورة وسهلة الوصول للطلاب.

النتائج:

بناءً على تحليل الجداول والبيانات الواردة في الدراسة، يمكن استخلاص النتائج على النحو التالي:

1- تمثيل قوي للخبرة الناضجة: وجود شريحة كبيرة من طلاب السنة الرابعة والدراسات العليا (ما يقارب 42% مجتمعين) يعني أن البيانات لن تعكس فقط انطباعات الطلاب الجدد، بل ستشمل أيضاً رؤى نقدية عميقة من قبل طلاب على أعتاب التخرج أو متخصصين في المجال، مما يضيف مصداقية وقيمة للاستنتاجات الخاصة بالفجوة بين التعليم ومتطلبات السوق.

2- ارتفاع نسبة التخصصات التطبيقية (كفنون وتصميم والصحافة) يشير إلى أن نتائج الدراسة ستكون غنية بالبيانات المتعلقة بالجوانب العملية للإبداع الإعلامي ومتطلباته التقنية والبيئية.

3. اتجاه إيجابي نحو متطلبات تنمية الإبداع:

- جميع المحاور المتعلقة بمتطلبات تنمية المهارات الإبداعية (الأصالة، الطلاقة، المرونة، السرد القصصي، الابتكار في الوسائط) سجلت متوسطات عامة تراوحت بين 3.97 و 4.21، مما يشير إلى موافقة عامة من العينة على أهمية هذه المتطلبات.

4. أعلى المتوسطات في المحاور التطبيقية والتقنية:

- محور "المرونة الإعلامية" (4.16) و "الابتكار في الوسائط" (4.18) سجلا أعلى المتوسطات، مما يعكس إدراك الطلاب لأهمية التكيف مع التقنيات الحديثة والمهارات الرقمية.

5. انخفاض ملحوظ في التقييم الذاتي للمهارات الإبداعية:

- متوسط محور "تقييم المهارات الإبداعية الحالية" كان 3.48 فقط، مما يشير إلى أن الطلاب يفتقرون إلى الثقة في مهاراتهم الإبداعية الحالية رغم إيمانهم بضرورتها.

6. فجوة واضحة بين التعليم ومتطلبات السوق:

- محور "تحليل الفجوات بين التعليم ومتطلبات السوق" سجل أدنى متوسط (2.98)، مما يؤكد أن الطلاب يرون أن المناهج الحالية لا تلبي احتياجات سوق العمل.

7. معوقات رئيسية تواجه تنمية الإبداع:

- أبرز المعوقات كانت:

- نقص التجهيزات والتقنيات الحديثة (92.86%).

- التركيز على الجانب النظري (88.57%).

- أنظمة التقييم لا تقيس الإبداع (85.71%).

8. مقترحات الطلاب للتطوير:

- الطلاب يطالبون بشكل أساسي بـ:

- توفير استوديوهات مجهزة بأحدث التقنيات (97.14%).

- دمج التقنيات الحديثة والذكاء الاصطناعي في المقررات (95.71%).

- إنشاء مركز متخصص للإبداع الإعلامي (92.86%).

التوصيات:

1. تطوير البنية التحتية والتقنية: بتوفير استوديوهات إبداعية مجهزة بأحدث التقنيات، والعمل على إنشاء مركز متخصص للإبداع الإعلامي يعمل كحاضنة للمشاريع الإبداعية، مع تحسين البنية التحتية للإنترنت والتقنيات الرقمية.
2. إصلاح المناهج والأساليب التعليمية: إدراج مساقات متخصصة في الإبداع الإعلامي، وتبني استراتيجيات التعلم القائم على المشاريع والمشكلات الواقعية مع تحقيق التوازن بين الجانب النظري والتطبيقي.
3. تطوير أنظمة التقييم: اعتماد معايير واضحة ومحددة لتقييم الإبداع، مع السعي لتطوير أنظمة تقييم تركز على قياس المهارات الإبداعية والابتكار، وإشراك الطلاب في عملية التقييم والتطوير.
4. تعزيز الكفاءات البشرية: تدريب أعضاء هيئة التدريس على أساليب تنمية الإبداع. مع توفير مرشدين أكاديميين متخصصين في الإبداع واستضافة خبراء ومبدعين من مجال الإعلام لإثراء التجربة التعليمية.
5. تحفيز البيئة الإبداعية: تخصيص مساحات إبداعية مفتوحة للطلاب والعمل على إنشاء نظام للمكافآت والحوافز للتشجيع على الإبداع، وتنظيم زيارات ميدانية لمؤسسات إعلامية رائدة.
6. مراجعة وتطوير مستمر: وضع آلية للمراجعة والتطوير المستمر للبرامج التعليمية ومتابعة اتجاهات سوق العمل وتحديث المناهج وفقاً لها.

المراجع:

أولاً: الكتب العربية:

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم. (د.ت). لسان العرب. بيروت: دار صادر.
2. الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر. (1999). مختار الصحاح (ط. الخامسة). بيروت: المكتبة العصرية.
3. الرويثي، فهد بن عبدالله. (2015). المهارات الحياتية واستراتيجيات تعليمها. الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
4. الغريب، أحمد. (2020). الإبداع الإعلامي بين النظرية والتطبيق. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
5. العبد، محمود. (2022). التربية الإعلامية ومتطلبات العصر الرقمي. بيروت: دار النهضة العربية.
6. عبد الله، خالد. (2022). الابتكار التكنولوجي في الصناعة الإعلامية. الرياض: دار العلوم.
7. الغنيمي، محمد. (2023). النماذج العالمية في التعليم الإعلامي المبتكر. بيروت: دار العلم للملايين.
8. المرashed، خالد. (2022). إدارة التغيير في المؤسسات التعليمية. عمان: دار أسامة.
9. حسين، سامي. (2020). نظريات الإبداع وتطبيقاتها التربوية. دمشق: دار الفكر.
10. السيد، محمود. (2021). علم النفس الإبداعي وتطبيقاته في التعليم. القاهرة: دار الفكر العربي.

ثانياً: الكتب الأجنبية:

1. Runco, M. A., & Acar, S. (2012). Divergent Thinking. In M. A. Runco (Ed.), The Creativity Research Handbook (Vol. 1, pp. 151-171). Hampton Press

ثالثاً: الدوريات العربية:

1. أبو النصر، أحمد. (2023). الإطار التطبيقي لتنمية الإبداع في التعليم العالي. مجلة التربية المعاصرة، (29).
2. الجني، خالد عبد الله. (2021). فاعلية برنامج قائم على التعلم بالمشاريع في تنمية المهارات الإبداعية لدى طلبة الإعلام. مجلة البحوث الإعلامية، 15(3).
3. الحبيب، فاطمة عبد الله. (2021). متطلبات تطوير المناهج الدراسية لتنمية الإبداع في كليات الإعلام في ضوء التوجهات المعاصرة. مجلة التربية والإعلام، 13(1).
4. الطيب، أحمد سعيد. (2022). أثر استخدام استراتيجيات الحل الإبداعي للمشكلات في تنمية التفكير الإبداعي لدى طلبة الإذاعة والتلفزيون. مجلة علوم الاتصال، 18(2).
5. العوايدي، فاطمة. (2022). واقع التعليم الإعلامي في الجامعات العربية. مجلة الدراسات الإعلامية، (34).
6. قاسم، إيمان. (2021). التعلم بالمشاريع في التعليم الإعلامي. مجلة التربية والإعلام، (12).
7. محمد، هالة. (2021). تنمية مهارات التفكير الإبداعي في التعليم الإعلامي. مجلة الإعلام العربي، (25).
8. المرزوقي، محمد خالد. (2023). دور البيئة التعليمية في تنمية الإبداع الإعلامي: دراسة تحليلية على عينة من كليات الإعلام. مجلة الإبداع التربوي، 7(2).
9. الشريف، منى. (2021). فن السرد القصصي في الإعلام الحديث. مجلة علوم الاتصال، (18).
10. الشريف، منى محمد. (2020). معوقات الإبداع الإعلامي لدى طلبة الجامعات العربية: دراسة ميدانية على عينة من طلبة كليات الإعلام. مجلة الإعلام العربي، 22(4).

Compliance with ethical standards

Disclosure of conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest.

Disclaimer/Publisher's Note: The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the individual author(s) and contributor(s) and not of **LJCAS** and/or the editor(s). **LJCAS** and/or the editor(s) disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.