

قضايا بحثية
التكليف الثالث

اشراف:
أ. د. هبة كمال القصبي

إعداد الباحث:
شلهوب عبدالله الشلهوب
الرقم الجامعي 253002896



المقدمة

بعد حمد لله وشكره ، والثناء عليه، والصلاة والسلام على رسول الله أفضل الخلق ، وبعد:

استهل حديثي بإعجابي بطريقة جامعتنا ميد أوشن على المنهجية الرائعة في تكاليف الدكتوراه والتي تنمي ملكة التفكير الإبداعي، والحس النقدي لدى الباحث وتجعل لديه بناء معرفي بشكل تدريجي عن طريق التكاليف الأسبوعية ، فشكرا للجميع ، ومع بداية الفصل الاول استكمل مشواري الاكاديمي للوصول إلى درجة الدكتوراه بالإدارة بإذن الله ، ولا استغني عن توجيه وملاحظات اساتذتنا المميزين ،

وعلى بركة أبدأ ثالث تكاليف هذا الفصل مستعيناً بالله ..

العنوان

سمات القيادة الإعلامية الحديثة وأثرها في تعزيز القدرة الابتكارية بالمؤسسات الإخبارية الرقمية

مقدمه البحث

تواجه المؤسسات الإعلامية اليوم تحديات غير مسبقة بسبب التحول الرقمي والمنافسة الشديدة. تكمن أهمية القيادة الإعلامية في قدرتها على توجيه المؤسسة نحو الابتكار، وبناء ثقافة تنظيمية مرنة قادرة على التكيف. لكن السؤال يبقى: ما هي السمات القيادية القادرة على النجاح في بيئة إعلامية سريعة التغير، وما هو الأثر الفعلي لهذه القيادة على الابتكار داخل غرف الأخبار؟

مشكله البحث

تعاني بعض المؤسسات الإعلامية من جمود في الأساليب القيادية التقليدية، مما يؤدي إلى بطء في الاستجابة للتحويلات الرقمية، ومقاومة الابتكار، وفقدان الكفاءات الإعلامية لصالح المنصات الجديدة.

سؤال البحث الرئيس

إلى أي مدى تسهم سمات "القيادة التحويلية" للقائد الإعلامي في تعزيز مستوى "الابتكار الرقمي" داخل المؤسسة الإخبارية؟

أهمية البحث

- تسليط الضوء على الأنماط القيادية الفعالة في العصر الرقمي بدلاً من الأنماط الإدارية التقليدية.
- مساعدة المؤسسات الإعلامية على تطوير برامج لاكتشاف وتأهيل قادة المستقبل القادرين على إدارة التغيير.

أهداف البحث

- تحديد السمات الرئيسية للقائد الإعلامي الفعّال في بيئة رقمية.
- تحليل أثر الأنماط القيادية المختلفة (التحويلية، التبادلية) على مستوى الابتكار في المحتوى وآليات العمل.
- وضع نموذج مقترح لتطوير القيادات الإعلامية في المؤسسات.

الإطار النظري

يرتكز البحث على نظرية القيادة التحويلية التي تؤكد أن القائد الفعّال هو من يلهم فريقه ويحفزهم فكرياً وإبداعياً لتجاوز الأهداف التقليدية، وهو ما تحتاجه المؤسسات الإعلامية للابتكار.

منهجية البحث

- نوع البحث: وصفي تحليلي.
- الأداة: منهج دراسة الحالة مع استخدام أدوات مختلطة (استبيان للموظفين ومقابلات متعمقة مع القيادات).
- العينة: مؤسسات إعلامية رائدة قامت بتحول رقمي ناجح (مثل: The New York Times, The Guardian) ومقارنتها بمؤسسات محلية.
- الفترة الزمنية: من يناير إلى أغسطس ٢٠٢٥.

النتائج المتوقعة

- وجود ارتباط إيجابي قوي بين تبني نمط القيادة التحويلية ومستوى الابتكار في غرفة الأخبار.
- المؤسسات ذات القيادات التي تركز على "إدارة العمليات" أظهرت بطلاً في التكيف مقارنة بتلك التي تركز على "قيادة الأفراد"

التوصيات

إعداد "نموذج كفاءات" للقائد الإعلامي في القرن ٢١.

- تدريب قادة الصف الثاني والمديرين المتوسطين على مهارات القيادة التحويلية وإدارة الابتكار.
- تعزيز ثقافة "التجريب وتقبل الفشل" داخل المؤسسات الإعلامية، وهو ما لا يمكن أن يتم بدون دعم قيادي مباشر.

الخاتمة

القيادة الإعلامية في العصر الرقمي ليست مجرد منصب إداري، بل هي "رؤية" و "قدرة على إلهام التغيير"، والنجاح فيها يقاس بمدى قدرة المؤسسة على البقاء والازدهار والابتكار.

المراجع

- Northouse, P. G. (2023). Leadership: Theory and Practice. (9th ed.). Sage Publications.**
- **Picard, R. G. (2022). The Economics and Financing of Media Companies. Fordham University Press.**



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You