

المحاضرة الرابعة عشرة: إنشاء مدارس خاصة وروضات أطفال- إنشاء مؤسسات تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها-
المعالجة المعلوماتية: (التّدقيق اللّغوي في المؤسسات والهيكل الكبري)و(مراجعة المذكرات والأطروحات الجامعية)و
مراجعة المؤلّفات والكتب المعدّة للنّشر).

يشهد قطاع التعليم في السنوات الأخيرة تحولات متسارعة فرضتها التغيرات الاقتصادية والاجتماعية، مما جعل التفكير في إنشاء مدارس خاصة ومؤسسات تعليمية خيارا استراتيجيا يساهم في تنويع العرض التربوي وتحسين جودة الخدمات التعليمية، ولم يعد التعليم مجرد خدمة عمومية تقليدية ، بل أصبح مجالا يستدعي روح المبادرة والتخطيط المحكم ، سواء من حيث توفير البنية التحتية المناسبة أو ضمان استقرار الموارد البشرية، بما في ذلك مسألة الرواتب والتحفيزات التي تؤثر بشكل مباشر على أداء الإطار التربوي والإداري.

كما أن تأسيس مؤسسة تعليمية ناجحة لا يقتصر على الجانب الإداري المالي فقط، بل يتطلب عناية خاصة بالجوانب البيداغوجية ، مثل إعداد ومراجعة المذكرات التربوية ، وضبط البرامج وتحديث أساليب التقويم ، بما يضمن تحقيق الأهداف التعليمية المنشودة، فالمؤسسة الناجحة هي التي توازن بين التسيير الجيد والرؤية التربوية الواضحة.

وكما تقوم على عنصر مهم وهو الإبداع باعتباره عنصرا أساسيا في تحسين جودة الأداء التربوي والإداري، ولا يكتمل نجاحها إلا بالاعتماد على الإبداع في التخطيط والتسيير والتقويم.

1-تعريف الإبداع

يُعرّف الإبداع لغويّاً الإتيان بشيء لا نظير له فيه جودة وإتقان، حيث يكون هذا الشيء جديداً لم يسبق له مثيل. ويعرّف الإبداع اصطلاحاً:

بأنّه عملية تقوم على تحويل الأفكار الجديدة والخيالية إلى حقيقة واقعة، وينتج عنها إحضار شيء جديد غير موجود مسبقاً إلى الوجود. ويتحقّق ذلك عن طريق الآتي:

1-تجاوز الطرق التقليديّة في التفكير.

2- تطوير أفكار أو أساليب أو أشياء جديدة، ومبتكرة، وغير عادية.

3- الاستفادة من المعرفة، والبصيرة، والمعلومات، والإلهام، التي تكوّنت وتطوّرت من التجارب المختلفة وفي الحياة.

2- تعريف الابتكار

يحمل الابتكار معاني متعددة، ويختلف مفهومه باختلاف وجهات النظر وحسب السياق الذي يُستخدم فيه.

ولهذا سيتم عرض أهم المفاهيم والتعاريف التي قدّمها كبار المتخصصين في مجال الابتكار:

اشتُقَّت كلمة ابتكار Innovation من الكلمة اللاتينية Innovare التي تعني "التجديد" (renouveler)، وهي بدورها تتكون من الفعل novare المشتق من الأصل novus الذي يعني "جديد"، مع إضافة In التي تشير إلى التحرك نحو الداخل. وعليه نستنتج أن الابتكار لغويًا يدل على الحركية، أي أنه عبارة عن سيورة (processus).¹

حتى القرن الثاني عشر كانت كلمة ابتكار تشير إلى كل ما هو حديث الظهور (jeune)، وفي القرن السادس عشر اتجه مفهوم الابتكار نحو كل ما هو فردي وغير منتظر. وفي الفترة نفسها أصبح معنى الابتكار يشير إلى الاختراع وخلق الجديد، وهو المعنى المتداول في الوقت الراهن.

وقد استُعمل مصطلح الابتكار بالمعنى الحديث لأول مرة من طرف الاقتصادي Schumpeter Josef سنة 1940، إذ قال:

"يتحقق الابتكار عند أول استخدام تجاري للمنتج أو العملية التي لم يُسبق استخدامها من قبل."

وبنظرة أوسع للابتكار، يمكن القول إنه إيجاد فكر جديد، سواء كان فنيًا أو إداريًا أو اجتماعيًا أو اقتصاديًا، يتعلّق بتطوير ما هو قائم فعلاً وتحويل الفكرة إلى مشروع تنفيذي مربح اقتصاديًا. كما يُعد الابتكار الأسلوب الأكثر إرضاءً في الجمع بين الموارد بهدف منح المستعمل تحسّينًا للموجود.

3- مجالات الإبداع والابتكار

يتوزع الإبداع والابتكار على عدة مجالات رئيسية تتداخل فيما بينها، وتُعد أساسًا لتطوير المنظمات والمجتمعات:²

أولاً: الإبداع والابتكار التكنولوجي، ويشمل تطوير منتجات أو خدمات أو تقنيات حديثة تعتمد على الابتكار العلمي والهندسي، مثل البرمجيات، الذكاء الاصطناعي، والآلات الذكية.

¹. Groff Arnaud :100 questions, manager l'innovation pour comprendre et agir, Afnor: Paris, France.2009, p13.

² حريم حسين، إدارة المنظمات - منظور كلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2009، ص 310-311.

ثانيًا: الإبداع والابتكار الإداري، ويتمثل في ابتكار طرق جديدة للتسيير واتخاذ القرار وتنظيم العمل، مثل إعادة هندسة العمليات وتبسيط الإجراءات.

ثالثًا: الإبداع والابتكار التنظيمي، والذي يركز على إنشاء هياكل تنظيمية حديثة تزيد من الفعالية وتشجع روح المبادرة داخل المؤسسة.

رابعًا: الإبداع والابتكار التسويقي، من خلال ابتكار أساليب جديدة للترويج، التسعير، تحليل المستهلك، أو تقديم المنتجات بطريقة مبتكرة.

خامسًا: الإبداع والابتكار الاجتماعي، ويشمل إيجاد حلول جديدة للمشكلات الاجتماعية والتنمية، مثل تحسين جودة الحياة أو تقديم خدمات اجتماعية بطرق مختلفة.

وتُعد هذه المجالات ركائز أساسية لرفع تنافسية المؤسسات وتحسين قدرتها على مواكبة التغيرات البيئية والاقتصادية.

4- خصائص الإبداع والابتكار

1. الطلاقة:

هي قدرة الشخص على إنتاج كمية كبيرة من الأفكار تفوق المتوسط العام في غضون فترة زمنية محددة، ويُقال إن الطلاقة هي "بنك القدرة الإبداعية".¹

2. المرونة:

تعني أن تكون الأفكار متنوعة في جوهرها، وألا يتصلّب الفرد حول نوع واحد من الحلول أو يقف عند طريقة واحدة لإيجادها، بل يغيّر باستمرار في المعنى أو التفسير أو الاستعمال أو فهم المهمة أو استراتيجية العمل، أو يغيّر اتجاه التفكير بما قد يؤدي إلى تفسير جديد للهدف. أي أن المرونة تتعلق بالكيف وليس الكم. وتنقسم المرونة إلى قسمين:²

المرونة التكيفية: قدرة الشخص على تغيير الوجهة الذهنية لمواجهة مواقف جديدة ومشكلات متغيرة.

المرونة التلقائية: القدرة على سرعة إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار المختلفة (تنوع واختلاف الأفكار التي يأتي بها الفرد تتضمن جانب النوع).

¹خير الله جمال، مرجع سبق ذكره، ص 29.

²محمد جاسم العبيدي، آلاء محمد جاسم، وعريب الشيباني، الإدارة الحديثة وسيكولوجية التنظيم والإبداع، ط1، ديبونو للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2010، ص 47-48.

3. الحساسية للمشكلات:

تشير إلى قدرة الشخص على رؤية موقف معيّن ينطوي على عدة مشكلات تحتاج إلى حل، وهو ما يتطلبه العمل الإبداعي.¹

4. الأصالة:

هي قدرة الفرد على توليد أفكار جديدة أو مدهشة أو نادرة لم يسبق إليها أحد، أي إنتاج ما هو غير مألوف. وتتميّز الأفكار الأصيلة بـ:

الجِدّة: فكرة غير مسبقة.

الطرافة: فكرة طريفة أو مثيرة للدهشة أو الابتسامة.

الندرة: فكرة يندر التفكير فيها أو لا تخطر على بال كثيرين.

تجاوز الواقع: فكرة تتسم بالخيال النشط وجمع عناصر متباعدة.

5- الفرق بين الإبداع والابتكار

تجمع الدراسات بين اتجاهين رئيسيين في تفسير العلاقة بين الإبداع والابتكار.

فالإتجاه الأول يرى أنّ المصطلحين مترادفان تمامًا، حيث يعتبر رّواده—مثل الصيرفي والقريوتي وبدوي—أن الإبداع والابتكار والخلق تعني جميعها الإتيان بشيء جديد وغير مألوف، وأن استخدامهما بالتبادل لا يسبب أي إشكال. ويُعزى هذا الترادف المنتشر إلى تشابك مفهومي الإبداع والابتكار، وتعدّد الباحثين، وصعوبة الترجمة بين اللغتين العربية والإنجليزية، إذ تُترجم Innovation أحيانًا إلى إبداع، و Creativity إلى ابتكار، مما زاد من اتساع الخلط بينهما في عدد من المؤلفات.²

أما الاتجاه الثاني فيؤكد وجود تمييز واضح بين المفهومين، مع الإقرار بأن العلاقة بينهما تكاملية. فالإبداع يمثل المرحلة الفكرية أو العقلية التي تُنتج أفكارًا جديدة وأصيلة، بينما الابتكار هو التطبيق العملي لهذه الأفكار وتحويلها إلى منتجات أو أساليب أو إنجازات قابلة للتنفيذ داخل المنظمة. وقد بيّن باحثون مثل (Amabile 1988) و (Rosenberg 1978) و (Cook 2000) أن الإبداع يشمل توليد الأفكار غير المألوفة، في حين يتجسد الابتكار في تنفيذ تلك الأفكار وتحويلها إلى قيمة اقتصادية أو تنظيمية.

¹ محمد جاسم العبيدي، آلاء محمد جاسم، وعريب الشيباني، المرجع نفسه، ص 48.

² خصاونة عاكف لطفي، دارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، 2011، ص 37.

وعليه، فالإبداع هو مدخلات العملية الإبداعية (الأفكار والموارد والأفراد)، بينما الابتكار يمثل مخرجاتها مثل التطوير، النمو، والعائد من الاستثمار.¹

6-المقولة وروح الإبداع والابتكار

تُعدّ روح الإبداع والابتكار من المرتكزات الأساسية التي تقوم عليها المقولة الحديثة، إذ لا تقتصر المقولة على إنشاء مشروع اقتصادي فحسب، بل تتجاوز ذلك إلى تقديم أفكار جديدة أو تطوير أساليب عمل مبتكرة تواكب التحولات الاقتصادية والتكنولوجية. فالمقاول الناجح هو الذي يمتلك القدرة على التفكير الإبداعي، واستغلال الفرص المتاحة، وتحويل الأفكار الجديدة إلى مشاريع قابلة للتنفيذ تحقق قيمة مضافة للمجتمع والاقتصاد.

وترتبط المقولة ارتباطاً وثيقاً بالابتكار، حيث يُعدّ هذا الأخير عاملاً حاسماً في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، سواء من خلال تحسين المنتجات والخدمات، أو اعتماد تقنيات إنتاج حديثة، أو ابتكار نماذج تنظيمية وتسويقية جديدة. ويسهم الابتكار في تمكين المؤسسات المقاولاتية من التكيف مع التغيرات المستمرة في بيئة الأعمال، وضمان استمراريته ونموها. كما تلعب المقولة دوراً مهماً في تحفيز الإبداع الفردي والجماعي، إذ توفر بيئة مناسبة لتجسيد الأفكار الخلاقة وتحويلها إلى واقع عملي. وتساعد هذه البيئة على تنمية مهارات التفكير النقدي، وحل المشكلات، واتخاذ القرار، خاصة لدى فئة الشباب، مما يعزز ثقافة المبادرة والعمل الحر.

وعلى المستوى الاقتصادي، يُسهم التفاعل بين المقولة والإبداع والابتكار في تحقيق التنمية المستدامة، من خلال رفع الإنتاجية، وتحسين جودة المنتجات، وخلق فرص عمل جديدة. كما يدعم هذا التفاعل نقل وتوطين التكنولوجيا، ويعزز قدرة الاقتصاد الوطني على المنافسة في الأسواق المحلية والدولية.

¹ السكارنة بلال خلف، الإبداع الإداري، دار المسيرة: عمان، الأردن، 2011، ص18-19