

# المحور الخامس: طرق اكتشاف الأفكار الجديدة

علوم التسيير / ماستر 1

جامعة المسيلة

ديقش سمية

# قائمة المحتويات

5	I-المحور الخامس: طرق إكتشاف الأفكار الجديدة
5.....	آ. أهداف.....
6.....	ب. نموذج العملية الابداعية حسب ( Wallace, 1926 ).....
6.....	پ. التفكير الابداعي.....
7.....	1. الأنماط الستة للتفكير حسب (Edward de Bono).....
7.....	ت. إدارة الأفكار.....
8.....	ث. المبادئ الأربعة لإبداع الفريق.....

# المحور الخامس: طرق إكتشاف الأفكار الجديدة

5	أهداف
6	نموذج العملية الابداعية حسب ( Wallace, 1926 )
6	التفكير الابداعي
7	إدارة الأفكار
8	المبادئ الأربعة لإبداع الفريق.

يتطلب توليد الأفكار الجديدة فهم المراحل الأساسية لحدوث عملية الابداع، وأنماط التفكير المساعدة، إضافة إلى النماذج الأساسية لإدارة الأفكار، والمبادئ الأربعة لإبداع الفريق.

## آ. أهداف

- في نهاية المحور الخامس سيتمكن الطلبة من النقاط التالية:
- 1) التعرف على النموذج الأساسي للعملية الابداعية حسب "wallace";
  - 2) فهم أنماط التفكير الستة حسب "Edward de Bono";
  - 3) تحليل المبادئ الأربعة لإبداع الفريق.

## ب. نموذج العملية الابداعية حسب (Wallace, 1926)

وعلى العموم فإن العملية الابداعية (The Creative Process) تمر بمجموعة من المراحل قسمها عالم النفس الأمريكي (Wallace, 1926) إلى خمسة مراحل وهي

1. مرحلة الإلهام: والتي تبدأ بظهور مشكلة ما، ويبدأ الاهتمام بها لحلها أو الشعور بحاجة لحلها.
2. مرحلة الإعداد والتحضير: وتتمثل في جمع المعلومات حول الموضوع أو المشكلة التي يدور حولها اهتمام المبدع، وتوفير المصادر التي لها علاقة بالمشكلة أو الموضوع بطريقة تمكن الفرد أن يجد نمطا جديدا في حلها بعيدا عن الأسلوب المألوف.
3. مرحلة الاحتضان: وفيها تتفاعل الأفكار في المجال الفكري (العقل) للفرد وتتداخل خلالها العوامل الشعورية واللاشعورية في شخصية الفرد بما ينتج حالة المخاض الفكري وتقفز بعدها الإبداعات، ويقوم هو باختيار أروعها لتشغيلها في صنع قرار إبداعي.
4. مرحلة الإشراف: وتتجسد الفكرة الجوهرية أو العمل النموذج بشكل مفاجئ في هذه المرحلة، وتبدو الفكرة أو الحل كأنها تُظمت أو رُتبت دون تخطيط في المجال الفكري للفرد بما يسمح له بالوصول إلى ما يمثل الحل النموذجي.
5. مرحلة التحقيق: وتشمل عملية التبصر بالعقل الظاهر، بالاستعانة بأدوات البحث المتاحة، في الفكرة التي نتجت من خلال مرحلة الإشراف، وذلك للتحقق من صحتها ولتحديد طرق تطبيقها، وتحديد مضاعفات عملية التطبيق، مع وضع المتطلبات اللازمة لذلك.

## ب. التفكير الابداعي

### تعريف



هو نشاط عقلي مركب وهادف توجهه رغبة قوية في البحث عن حلول أو التوصل إلى نتائج أصيلة لم تكن معروفة سابقا. التفكير الإبداعي الذي يعرف أيضا بالتفكير المتشعب المتباعد أو التفكير الجانبي فتوجد أكثر من إجابة واحدة محتملة للمشكلة حيث يحفز العقل للتمدد والاتساع في البحث عن أفكار متعددة للحل، فهو تفكير شمولي يتسع لأكثر من حل أو فكرة للمشكلة الواحدة.

### 1. الأنماط الستة للتفكير حسب (Edward de Bono)

قبعات التفكير الست: تعزى هذه الطريقة إلى "Edward de Bono" الذي يعد من الرواد في علم تعليم التفكير والتفكير الإبداعي، وتقوم هذه الطريقة بتوجيه الشخص إلى أن يفكر بطريقة معينة ثم يطلب منه التحول إلى طريقة أخرى، أي أن الشخص يمكن أن يلبس آيا من القبعات الست الملونة التي تمثل كل قبة منها لونا من ألوان التفكير. ويمكن تقديم ملخصا عن هذه القبعات الستة في التفكير:

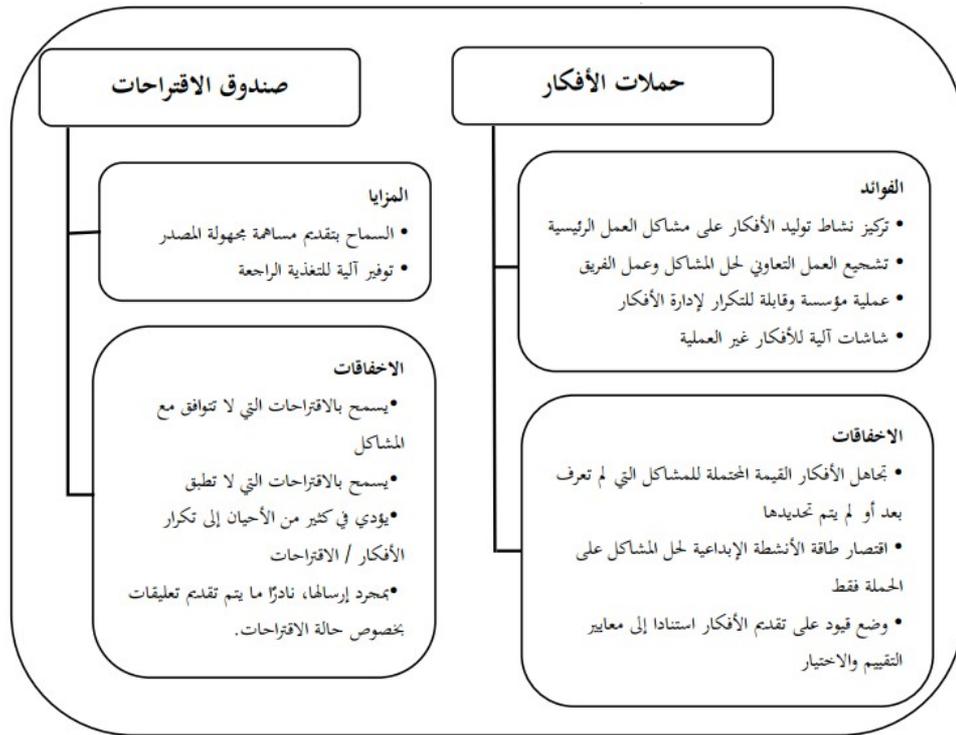
1. القبة البيضاء: تشير إلى النمط المحايد، والمقصود به هنا عملية جمع معلومات حول موضوع التفكير، مكان إقامة المشروع أو الفكرة، الأسعار والكميات والتكاليف، معلومات حول البيئة المحيطة، والظروف المحيطة، معلومات حول مشروعات مشابهة إن وجدت. والملاحظ أن هذه المعلومات محايدة لا إيجابية ولا سلبية ولذلك تمثل باللون الأبيض
2. القبة الصفراء: تشير إلى التفكير الإيجابي وهي مأخوذة من لون الشمس رمز النماء ومصدر الطاقة، عند ارتداء هذه القبة نفكر في الجوانب الإيجابية للفكرة، مثلا كيف تزيد هذه الفكرة من دخلنا، أو كيف تحسن من ظروف العمل والحياة.
3. القبة السوداء: تشير إلى التفكير التشاؤمي وعند ارتدائها، يتم التفكير في الجوانب السلبية للمشروع، الخسائر التي يمكن تكبدها والصعوبات الممكنة مواجهتها.
4. القبة الحمراء: وتشير إلى التفكير العاطفي، وعند ارتدائها يتم التفكير في المشروع بشكل عاطفي صرف دون النظر إلى العوامل المنطقية والايجابيات والسلبيات، ماهي العواطف التي تدفعك لخوض غمار هذا المشروع، ماهي المتع التي ستجنى نتيجة لذلك، هل تشعر بمشاعر فخر أو اعتزاز أو غيرها عند دخولك أو تبنيك لمثل هذا الأمر
5. القبة الخضراء: ترمز إلى التفكير الإبداعي وهي مأخوذة من لون الأشجار وما فيها من معاني الإبداع

والتجديد، عند ارتداء القبعة الخضراء يتم البحث عن أفكار جديدة لم يسبق أن تم التطرق لها، فمثلا نفكر في أصل الموضوع، المشروع، لماذا لا نبحث عن مشروع يمثل فكرة جديدة ورائدة. ويمكن أن نفكر في السلبيات كيف يمكن أن نتجاوزها بشكل إبداعي ونحولها إلى إيجابيات، ويمكن أيضا أن نفكر في مزيد من الإيجابيات التي يمكن أن يضيفها المشروع، ثم نفكر بشكل إبداعي عن دور العواطف والمشاعر في انجاح هذا المشروع. وهكذا تفتح آفاق جديدة للتفكير يمكن أن توصلنا إلى أفكار جديدة.

6. القبعة الزرقاء: ترمز إلى التفكير الشمولي وبأني دورها للتحقق من استعمال جميع أنماط التفكير الداخلة في تعريف التقنية، فقبل انهاء عملية التفكير يطرح السؤال هل استخدمنا جميع الأنماط؟ هل هناك نمط يحتاج إلى المزيد من البحث والتفكير؟ وبناء على إجابة السؤال يتم إيقاف عملية التفكير أو استكمالها.

## ت. إدارة الأفكار

هناك نموذجان رئيسيان لإدارة الأفكار، الأول هو مخطط الاقتراح المفتوح (a)، والثاني حملة الأفكار المستهدفة (b)، وتجمع العديد من المؤسسات اليوم كلا النوعين من أجل إدارة الأفكار بفعالية، فصندوق الاقتراحات هو تقليديا صندوق مادي مع فتحة في الأعلى لتقديم الأفكار والتعليقات والمخاوف مجهولة الهوية، ومنذ عام 1994 فصاعدا بدأ استبدال صناديق الاقتراحات المادية بالبريد الإلكتروني أو بطرق تقديم إلكترونية أخرى، بينما حملات الأفكار هي أحداث تركز على توليد الأفكار والحلول المتعلقة بمشكلة أو حاجة عمل معينة، يبدأ بتحديد "المشكلة المطلوب حلها"، يتم تبليغ حملة الأفكار وتسويقها وتشجيعها لزيادة مشاركة فرق التطوير وبعد ذلك يتم التقاط هذه الأفكار وتقييمها وتسجيلها واختيارها. الشكل أسفله يوضح مزاي وعيوب كل نموذج:



فرنسية

## ث. المبادئ الأربعة لإبداع الفريق.

هناك أربعة مبادئ أساسية يقوم عليها إبداع الفريق وهي:

1. مبدأ القدرة الإبداعية: وينص على أن قدرة المجموعة على الإبداع هي دالة موارد أعضاء المجموعة بالاقتراح مع متطلبات مهمة المجموعة. وفقاً لـ (Amabile)، هناك نوعان من الموارد

مهمان للإنجاز الإبداعي: أولاً مهارات المجال وتشمل المعرفة الواقعية والمهارات التقنية والمواهب الخاصة في مجال معين، وثانياً مهارات الابداع وتشمل الأسلوب الإدراكي ومعرفة الاستدلال الإبداعي وأسلوب العمل. حيث ترى أنه لكي يكون الشخص مبدعاً، يجب أن يتمتع بمهارات المجال (لا يمكن للمرء أن يكون مبدعاً في الرياضيات دون معرفة ذلك المجال) ومهارات الإبداع (يحتاج المرء إلى مهارات إبداعية للتوصل إلى شيء جديد في مجال معين). بمجرد أن يتمتع أعضاء المجموعة بالمستوى المناسب من هذه المهارات، فإن المجموعة لديها إمكانات عالية للإبداع -على الأقل في المجال الذي لديهم مهارات المجال المطلوبة فيه. أما إذا كان أعضاء المجموعة يفتقرون إلى هذه المهارات، فإن المجموعة ككل لن تكون مبدعة بغض النظر عن مدى فعالية المجموعة.

**2. مبدأ المشاركة الفعالة:** لكي تكون المجموعات مبدعة وتستفيد من إمكانات أعضائها، من الضروري أن ينقل أعضاء المجموعة أفكارهم وتفضيلاتهم وحلولهم ومعرفتهم، هذا يعني أن أعضاء المجموعة يجب أن يساهموا بالمعلومات في مساحة معالجة المجموعة، يمكن أن تكون مساحة معالجة المجموعة عبارة عن مناقشة جماعية (وجهاً لوجه)، ولكن يمكن أيضاً أن تكون مناقشة افتراضية على الإنترنت أو تبادل للتعليقات المكتوبة. حيث ينص مبدأ المشاركة الفعالة على أن الإمكانات الإبداعية للمجموعات لن تتحقق بدون تبادل كافي للمعلومات والأفكار. هذا يتطلب من أعضاء المجموعة أن يكونوا متحمسين وقادرين على مشاركة أفكارهم.

**3. مبدأ إمكانية الوصول:** وحتى لو شارك أعضاء المجموعة معلوماتهم بفعالية، فإن المعلومات تحتاج إلى معالجة من قِبَل الأعضاء الآخرين قبل أن يكون لها أي تأثير على الإبداع الجماعي، ويمكن أن يكون لهذه المعلومات آثار مختلفة إذا ما تم الحصول عليها، فمثلاً قد تثير الفكرة التي يقترحها أحد أعضاء المجموعة أفكاراً لدى أعضاء آخرين، ويمكن الجمع بين المعلومات التي يقترحها مختلف الأعضاء لحل مشكلة ما. ينص مبدأ إمكانية الوصول على أن المعلومات التي يشاركها الآخرون، شريطة أن يتم الاهتمام بها، تجعل المعلومات ذات الصلة يكون الوصول إليها في الذاكرة أكثر سهولة. ما هو مهم بالنسبة لهذا المبدأ هو التمييز بين المعرفة والأفكار المتاحة والتي يمكن الوصول إليها. قد تكون المعرفة متاحة من حيث المبدأ للشخص، مما يعني أنه يتم تخزينها في الذاكرة طويلة المدى، ولكن لا يمكن الوصول إلى كل المعرفة بشكل متساوٍ. تعتمد إمكانية الوصول إلى المعرفة على السياق الذي نحاول أن نتذكره فيه. وفي المجموعة، تعتبر أقوال الآخرين جزءاً من السياق: ما يقوله الآخرون يجعل الوصول إلى المعرفة ذات الصلة أكثر سهولة.

**4. مبدأ التقارب الفعال:** ينطوي الإبداع الجماعي على عمليات متباينة ومتقاربة. إن توليد الأفكار عملية متباينة فمن الملائم توليد العديد من الأفكار وعدم التوقف قبل أن يتم توليد عدداً من الحلول العالية الجودة، ومع ذلك ينبغي في نهاية المطاف أن يأتي وقت يتم التوقف فيه عن توليد الأفكار والبدء في اختيار أكثر الحلول الواعدة، وهذه عملية متقاربة، والتي يجب التوصل فيها إلى اتفاق بشأن الأفكار التي ينبغي مواصلة السعي إلى تحقيقها. وتتوقف جودة وإبداع استجابة المجموعة النهائية على جودة عملية الاختيار هذه، حيث ينص مبدأ التقارب الفعال على أن المجموعات ستكون مبدعة فقط عندما تتقارب في النهاية على أفضل أفكارها.

\* \*

\*

يُعتبر اكتشاف الأفكار الجديدة وإبداع المجموعة المحور الأساسي لتعزيز الابتكار داخل المؤسسات. من خلال تطبيق تقنيات متنوعة مثل العصف الذهني، التفكير التصميمي، إضافة إلى القبعات الست، يمكن للفرق تطوير أفكار جديدة تعزز من تنافسية المؤسسة وتستجيب بفعالية للتحديات المتزايدة في السوق. إن تشجيع بيئة عمل تعاونية حيث يتم دعم التفكير الإبداعي يسهم في إطلاق العنان للإمكانات الكاملة للأفراد والجماعات. وبذلك، يمكن للمنظمات ليس فقط الحفاظ على قدرتها التنافسية، بل أيضاً تحقيق نمو مستدام وابتكارات تؤدي إلى تغيير إيجابي.