

علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري

دراسة استطلاعية في عينة من دوائر الدولة الخدمية التابعة لدائرة صحة

محافظة النجف الأشرف

المدرس المساعد

أرشد عبد الأمير جاسم الشمري

هيئة التعليم التقني - المعهد التقني / الكوفة

تمهيد:

تعتبر عملية التخطيط لاحتياجات المنظمة من الأيدي العاملة من عدد وكفاءة من وظائف إدارة الموارد البشرية التي تبقى قاصرة ما لم تشمل على عملية تحسين طرائق الإدارة الفاعلة والقدرة على التأثير الناجح والأخذ بزمام الأمور إلى المراتب الأعلى والأفضل واحتضان العناصر الكفوءة التي تتمتع من دون غيرها بصفات تؤهلهم للإبداع في العمل.

لذا فالإبداع هو من أكثر المواضيع التي لاقت ولا زالت تلاقى إهمالا حتى الوقت الحاضر في منظماتنا، على الرغم من الدور الفاعل الذي يلعبه الإبداع في إظهار التفوق في الأداء لكافة القوى العاملة في المنظمة، والمدراء والقادة بشكل خاص. وفي الآونة الأخيرة برز دور الإبداع كنتيجة فاعلة من نتاجات الذكاء الشعوري في الإدارة رسمياً في السنوات العشر الأخيرة كونه يجسد جوانب عديدة تتعلق بالنواحي الالاعقلانية والمدركة المتمثلة بالشعور والمهارات الشخصية والاجتماعية.

ركز هذا البحث على موضع الإبداع ضمن الذكاء الشعوري، فيما تم استبعاد مفهوم الذكاء والإدراك من الجانب النظري، وقد تم إدراجه في الفرضية الأولى من فرضيات البحث كون دخل كمتغير مرادف (X7b) لمتغير الذكاء الشعوري (X7a) وتم التعرف على آراء عينة الدراسة حولهما من خلال الخيارات المدرجة لكل منهما.

شمل البحث أربعة فقرات رئيسية: تضمنت الفقرة الأولى منهجية البحث، فيما عرضت الثانية الإطار النظري الذي شمل كل من الإبداع والذكاء الشعوري، في حين

تألفت الفقرة الثالثة الإطار التطبيقي للبحث، وأخيراً جاءت الفقرة الرابعة بالاستنتاجات واهم التوصيات.

أولاً: منهجية البحث.

١- مشكلة البحث.

ما زالت منظمات الأعمال ومنظمات القطاع العام في العراق تفتقر إلى الاهتمام بالعملية الإبداعية، سواء كان من وجهة نظر المدراء أو قادة تلك المنظمات الذين يعتبرون الإنفاق على الجوانب الإبداعية أمراً يشوبه الإسراف غير المبرر، وهذا ما نراه مخالفاً لما تقوم به اغلب المنظمات الناجحة عالمياً، إذ أنها تأخذ على عاتقها أهمية ودور الإبداع وتخصيص إدارات خاصة به، وإنفاق مبالغ طائلة لدعم برامج الإبداع، وتعتبره استثماراً ناجحاً ومبرمجاً للوقت الحالي والمستقبلي، وان الإبداع بحاجة إلى ثقافة تسود أفراد المنظمة حيث يشكل جانباً مهماً في كيف إن يكون؟ وان كل شيء تقدمه لا يمكن إن يكون مكتملاً ما لم يقترن بقوة شعور إلى جانبه - فالمشكلة تكمن هنا في غياب اعتماد النواحي النفسية والاجتماعية في المجالات الإدارية عموماً والإبداع خصوصاً، إذ يفوت هذا الغياب على المنظمات ومديريها الفرصة في جني ثمار معطيات الذكاء الشعوري، إضافة إلى مجمل الأفراد في الفرق ما بين الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي، وتفوق الذكاء الشعوري على الذكاء الإدراكي، وهذا مما أدى إلى ارتباط الإبداع بالذكاء الشعوري واعتباره جزءاً مهماً معه.

٢- أهمية البحث:

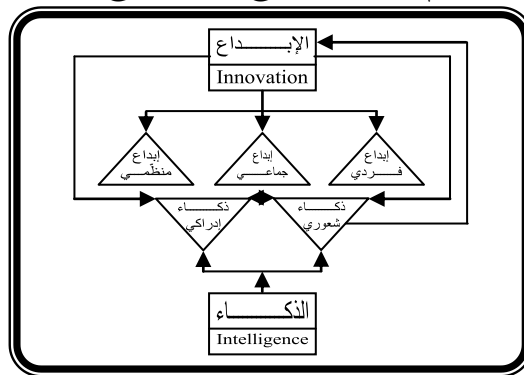
تظهر أهمية البحث لتناوله موضوع الربط بين الإبداع وتعلم الذكاء الشعوري، ولأهمية الإبداع لكل من المنظمة والفرد العامل فيها على حد سواء، وكذلك ارتباط الإبداع بالذكاء الشعوري كون الإبداع هو احد نتاجات الذكاء الشعوري المهمة، إذ يرتبط الذكاء الشعوري بالجوانب النفسية والاجتماعية والمهارات غير المدركة للأفراد التي أصبحت ضرورة لنجاحهم وبالتالي نجاح المنظمات التي يعملون بها.

٣- أهداف البحث.

إن العامل الإبداعي الذي يمارسه المدراء والقادة بشكل خاص وببقية القوى العاملة في المنظمة بشكل عام كان هدفاً يحاول الباحث الوصول إليه والذي أفردت له بعض الأدبيات الإدارية شيئاً من التسهيل، إضافة إلى محاولة ربط الإبداع بتعلم الذكاء الشعوري ومحاولة تنمية وتطوير معلومات ومهارات وقدرات القوى العاملة في المنظمة مما يقود بالمنظمة إلى المكانة الأفضل وتعزيز دورها التنافسي في البقاء والاستقرار والنمو، والتكيف مع البيئة، كذلك محاولة إظهار الإبداع وتأثيراته على الأفراد بشكل خاص والمنظمات بشكل عام، وبيان أهمية دور الذكاء الشعوري وتأثيره على الأفراد، والتركيز عليه دوناً عن الذكاء الإدراكي وإيضاح الإبداع وعلاقته بالذكاء الشعوري، وكيف يمكن تنشيط هذا الإبداع في تفعيل الذكاء الشعوري لدى الأفراد في المنظمة.

٤- النموذج الافتراضي للدراسة:

تعد الدراسة الحالية على بناء افتراضي يتمثل بإمكانية تعزيز الإبداع الفردي في حالة اعتماد الذكاء الشعوري في الميدان المبحوث من أقسام ومدراء شعب من دوائر صحة محافظة النجف الأشرف، وقد تم اعتماد النموذج الذي يوضح بالشكل (١)



الشكل (١)
النموذج من عمل الباحث

مخطط الدراسة.

٥- فرضيات البحث.

انسجاماً مع منهج البحث استندت فرضيات البحث على أساس العلاقة المنطقية بين

متغيراتها والتي مفادها العلاقة الآتية:

- أ- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي.
ب- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الشعوري وعلاقة الإبداع والذكاء الشعوري.
ج- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الإدراكي وعلاقة الإبداع والذكاء الشعوري.

٦- حدود البحث.

- أ- الحدود المكانية: تضمنت عدداً من دوائر صحة محافظة النجف الأشرف.
ب- الحدود الزمانية: شملت فترة توزيع الاستمارة وجمعها من الأفراد عينة البحث في شهر كانون الثاني ٢٠١١.

٧- أدوات البحث.

تم الاعتماد على أداتين لجمع البيانات وتحليلها للوصول إلى النتائج النهائية للبحث وعلى النحو الآتي:

أ) المصادر العلمية المختلفة:

تم الاطلاع على مجموعة من الأدبيات العربية والأجنبية من كتب ودوريات ورسائل جامعية وبحوث ومنها على شبكة الانترنت جميعها كانت ذات صلة بطبيعة البحث وكما مدونة في قائمة المصادر.

ب) الاستبانة:

تعد الاستبانة المصدر المهم للبيانات الوصفية التي تم الحصول عليها من أفراد عينة البحث، إذ تم إتباع الخطوات الآتية في إعداد الاستبانة وتوزيعها وتجميعها:

❖ تصميم الاستمارة

بغية الحصول على البيانات الخاصة بكل من (المعلومات العامة عن الأفراد عينة

البحث) وخيارات متغير الذكاء الشعوري، وخياري متغير الذكاء الإدراكي، وأسئلة متغيرات الإبداع من خلال مراحل تعلم الذكاء الشعوري فقد تطلب إعداد^(١) استبانة واحدة تتكون من مقدمة وثلاثة محاور، إذ اشتملت المقدمة على توضيح الغاية من هذه الاستبانة، وحث عينة البحث على الإجابة بموضوعية حسب ما يروونه مطبق فعلاً في منظماتهم على أرض الواقع وليس على أساس ما يروونه صائباً مع التأكيد على طابع السرية والأمانة العلمية لإجاباتهم، أما الجزء الأول فقد شمل على (٦) فقرات ضمن الأسئلة من (٦-١)، خصصت للبيانات (العمر، والتحصيل العلمي، والخدمة الوظيفية للمنظمة الحالية، وحجم المنظمة التي تعمل فيها حسب عدد الموظفين، وعدد الدورات التي تدرت فيها خلال خدمتك الوظيفة)، في حين تضمن المحور الثاني فقرة واحدة متمثلة بخيارات تدل على تعريفات (X7a1 لغاية X7aq، وX7b1 لغاية Xb2) لكل من الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي، فيما احتوى المحور الثالث على (١١) فقرة انحصرت بالأسئلة الخاصة بالإبداع خلال مراحل تعلم الذكاء الشعوري.

❖ صدق الاستبانة:

جرى ترتيب درجات الإجابة عن عبارات المقاييس تصاعدياً، ثم تقسيمها على المجموعتين بالتساوي واخذ (٢٥٪) من أعلى الدرجات، واخذ (٢٥٪) من أدناه، ثم قياس الفرق بين المجموعتين، وذلك باحتساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري للمجموعتين (الدرجات العليا والدنيا)، ومن ثم جرى اختبار (Mann -Whitney)، إذ أظهرت P -VALUA (٠,٠٢٨) وهي اقل من مستوى المعنوية (٥٪). مما يدل على صدق المحتوى.

❖ ثبات الاستبانة:

جرى اختبار الثبات من خلال طريقة التجزئة والتقسيم النصفية (SPLIT -HALF) التي تعتمد أسلوب إيجاد معامل الارتباط بين درجات الأسئلة الفردية والزوجية في الاستبانة، ثم تعديل معامل الارتباط بمعادلة سبيرمان (SPEARMAN- BROWN)، وعند احتساب معامل الثبات لهذه الاستبانة (٨٧، ٦٧ ٪) مما دل ذلك على ثبات الاستبانة.

٨- مجتمع وعينة البحث.

يتضمن مجتمع البحث دوائر صحة محافظة النجف الأشرف الواقعة ضمن الرقعة الجغرافية لمحافظة النجف الأشرف التي تشمل (مستشفى الصدر التعليمي، مستشفى الحكيم العام، مستشفى الزهراء عليها السلام للولادة والأطفال، المركز الصحي في حي الأنصار، المركز الصحي في المناذرة، مستشفى الفرات الأوسط) إما عينة البحث فقد شملت معاون مدير عام ومدراء أقسام كل من دوائر (مستشفى الصدر التعليمي، مستشفى الحكيم العام، مستشفى الزهراء عليها السلام للولادة والأطفال)

ثانياً: الإطار النظري:

١- الإبداع:

تناول موضوع الإبداع باعتباره من الامور الحيوية جانباً مهماً ورئيسياً من المحاور الفرعية والتي لها صلة بموضوع البحث والتي تم التركيز عليها بشيء من التفصيل لجزء منها والايجاز للجزء الآخر لما يرى الباحث من تسلسلا منطقياً لتلك الفقرات بتناولها من جانب وحفاظاً على التسلسل المنطقي لها من جانب آخر حين كانت:-

(أ) مفهوم الإبداع. (ب) أهمية الإبداع. (ج) شروط الإبداع. (د) عوامل الإبداع. (هـ) تصنيف الإبداع. (و) أبعاد الإبداع. (ز) معوقات الإبداع. (ح) قياس الإبداع وآليات التعزيز، وسيأتي تناول هذه الفقرات تباعاً:

أ. مفهوم الإبداع

من البديهي أن مصطلح الإبداع في اللغة العربية يعد من احد الشوارد كونه لم يذكر في الشعر والنثر إلا في مواقع محدودة وكذلك لم يتم ذكره بالمفهوم المتعارف عليه حالياً إلا في صدر الإسلام (فضل الله، ١٩٩٦: ٧٩)، وتعني لفظة الإبداع في المعجم الوسيط بدعه بدعاً وأنشأه على غير مثال سابق، وبدع صار غاية في صفته خيراً أم شراً، وفلان بدع في الأمر أي كان أول من فعله فهو مبتدع (انيس وآخرون، ٤٥)، وفي لسان العرب لابن منظور فإن لفظة الإبداع جاءت من بدع الشراء او ابتداعه وتعني انشاءه وابداه اولاً والبدعة هي كلمة محدثة هي بدعتان، بدعة هدى، بدعة ضلالة، ابتدعت الشيء يعني اخترعته (خياط، ١٧٤-١٧٥)

والبديع، المحدث، العجيب هو من اسماء الله الحسنى لإبداعه الاشياء واحداثه اياها، وهو البديع الأول (بديع السموات والارض) ((سورة البقرة اية ١١٧ وسورة الانعام اية ١٥١)) أي خالقها ومنشأها فهو سبحانه الخالق المخترع.

كما وردت لفظة الابتداء في سورة الحديد في قوله سبحانه وتعالى ﴿وَمَهَابَاتٍ أَبْتَدَعُوهَا﴾ (سورة الحديد، اية ٢٧) وتعني أحدثوها من عند أنفسهم وألزموا أنفسهم بها.

وقد شهد صدر الاسلام منابع للفكر المعرفي النير، واخذ مفهوم الإبداع تتضح معالمه إلى عصرنا هذا الذي يتصف بعصر اقتصاديات المعرفة والتطورات التكنولوجية والثروة المعلوماتية الهائلة لدى الفرد الملكة العقلية ليصبح مبدعاً خلاقاً لمواكبة هذه التطورات وبالشكل الذي يحقق تفوق المنظمة وخاصة تفوق الإبداع الفردي والذي هو محور اهتمام بحثنا هذا.

وتعني كلمة (الإبداع) في معجم العلوم الاجتماعية فكرة او سلوك او شيء جديد يختلف عن الأشياء الموجودة (العزوي، ٢٠٠٠: ٣٧) اما في معاجم اللغة الانكليزية، فمصطلح الإبداع بمعناه الاوسع جاءت الكلمة اللاتينية (INNOVATE) التي تعني صنع او عمل شيء جديد (Tidd, 1993: 549) ويشير قاموس (exford) إلى ان الإبداع مصطلح يشير إلى تقديم أفكار وأساليب او طرائق جديدة (swanell, 1993: 549)، اما في قاموس الاعمال فإننا نجد في الإبداع عملاً قائماً على تقديم فكرة او اسلوب، خدمة جديدة (Collin, 1995: 148) وأشارت الجمعية الأوربية للإبداع إليه ك(ناتج ناجح واستثمار للحدثة في الاقتصاد والمجتمع) (<http://www.Docserver-ingentacomect-com>) وقد تناولت الاديات والدراسات مفهوم الإبداع، وقد ظهر عدد من الباحثين في هذا المجال ليعرفوا الإبداع كل حسب وجهة نظره المستوحاة من دراساته واتجاهاته أمثال(القيوتي، ١٩٨٩: ١٨٩)، (Drucker, 1985: 103) (Daft, 1994: 245) (Goetsh & Dawis, 1997: 284) (Roffins, 1999: 404)، (Marinus: 2000: 25) حيث نستخلص منها ما يلي:

أولاً: الإبداع: هو خلق الأفكار الجديدة البعيدة عن السياق التقليدي في التفكير واستحداث كافة الطرائق والاساليب التي من شأنها تحويل هذه الأفكار إلى واقع مطبق وذو قيمة نافعة للمجتمع متحملين في ذلك كل أشكال المغامرة

المحتملة بعمليات التغيير والدعم لتحقيق الاهداف التنظيمية.

ثانياً: يشمل الإبداع طرائق للإدارة الفاعلة والقدرة على التأثير الناجح والاحذ بزمام الامور إلى المراتب الاعلى والأفضل من خلال التركيز على سمات الشخص المبدع وطلاقته الفكرية واستجابته للمواقف البيئية المحيطة لحل المشاكل والازمات التي تحدث، وكذلك التركيز على البيئة المبدعة المتمثلة بالناخ الذي يتضمن ظروف ومواقف تيسر الإبداع او تحول دون إطلاق طاقات المستخدمين الإبداعية.

إن المؤسسات الناجحة ولأجل ضمان بقائها واستمرارها بشكل قوي ومؤثر في بيئتها يجب ان لاتقف عند حد الكفاءة بمعنى ان تقتنع بالقيام بأعمالها بطريقة صحيحة او تؤدي وظيفتها الملقاة على عاتقها بأمانه واخلاص بل تتعدى ذلك بطموحها نحو الأبعد وبأمالها إلى الأسمى والأسمى حتى تكون متألفة أفكارا واداء وأهدافا، وبعبارة أخرى حتى تكون المنظمة خلاقة ومبدعة لابد من توافر سماتي الابتكار والإبداع والتجدد في تقديم الخدمات والاداء بسبب التسارع والتصاعد المستمر في الزمان من جانب ومن جانب آخر مواكبة الركب المتسارع مع منظمات الاعمال الأخرى نحو الفشل او التقدم للإمام.

الفرق بين الإبداع والابتكار:

هناك من ميز بين مصطلحي الإبداع (Innovation) والابتكار (Creative) إذ اشار (Moorhead & Griffin, 1995: 251) إلى الإبداع (بأنه عملية تطوير وجهات النظر الاصلية والمتخيلة للمواقف)، اما الابتكار فهو (عملية ايجاد وضع اشياء جديدة ل طرحها في الاسواق باعتبارها منتوجات او عمليات او خدمات) ولـ (Schermerhorn, et. al, 1996:265-268) وزملائه وجهة نظر بالإبداع يتجه كونه (عملية توليد أفكار جديدة ووضعها موضع التطبيق)، أما الابتكار (فهو يتعلق بتطوير الأفكار الجديدة وهو كعمل الاكتشاف).

أما (القيروتي، ٢٠٠٥: ١١) بين ان الإبداع (يشمل على خطوة اضافية وهي تطبيق

الأفكار الخلاقة بما يؤدي إلى تقديم متوجات جديدة ويضيف قيمة ملحوظة للمنظمة، أما تحقيق مزيد من الأرباح أو تقليل التكاليف كما يعد عنصر المخاطرة عنصراً أساسياً لازماً لتحقيق الإبداع)، اما الابتكار (فيقتصر على طرح الأفكار الخلاقة والتي تمثل رؤية جديدة للأشياء او لطرائق العمل).

نستنتج مما سبق بأن هناك رأيان فيما يخص عمليتي الابتكار والإبداع هما:

الرأي الاول: يركز على كون الابتكار (عملية توليد أفكار جديدة بالاعتماد على الملكة العقلية للإنسان وخبرته وتجاربه السابقة).

أما الإبداع فهو التطبيق الفعلي للأفكار الجديدة.

فيما يتركز الرأي الثاني على كون الابتكار هو (إيجاد أشياء جديدة يتم طرحها في الأسواق متمثلة بالمتوجات والخدمات الجديدة)، أما الإبداع (فهو عملية تطوير لوجهات النظر القائمة او إيجاد فكرة جديدة لم يسبق لها مثيل)

إن مؤيدي الرأي الاول يرون في الإبداع تطبيقاً للابتكار، بينما مؤيدي الرأي الثاني يجدون الإبداع أفكاراً جديدة او طرقاً جديدة لم تكن موجودة مسبقاً.

ويرى الباحث بأن الإبداع هو عملية توليد أفكار، طرائق عمل، أساليب وإجراءات جديدة ووضعها موضع التطبيق ليضيف قيمة إلى المنظمة والزبون معاً.

وما يهمننا من البحث هو تسليط الضوء على الإبداع الذي يتم التوصل اليه من قبل الفرد من خلال توافر بعض الشروط النفسية والاجتماعية المتداخلة كمستوى الذكاء والشخصية.

ب. أهمية الإبداع:

ان الفرد اذا ما ابداع في ادائه لعمله فانه سيحصل في النهاية على مجموعه من الفوائد بالإمكان ادراجها بالآتي (الدهان:٢٦،١٩٨٩)

١. الشعور بالاطمئنان الوجداني. ٢. احترام الذات. ٣. احترام الآخرين المهيمن للفرد. ٤. توقع الآخرين المهيمن لأداء افضل من الفرد. ٥. تمتع الفرد بهامش اكبر من

الحرية. ٦. تعود الفرد على هامش اكبر من المسؤولية. ٧. تلقي الفرد لمكافأة فعالة (مادية أو معنوية) عن أداء افضل. ٨. غياب العقاب المؤلم عند الفشل في أداء الافضل. ٩. تشجيع المحاولة إلى ان يتم الأداء الافضل.

لذا ينطلق رأي الباحث بأن الإبداع الفردي يحقق اهمية بالغة جدا للفرد المبدع والمنظمة على السواء، فبالنسبة للفرد فإن الإبداع يحقق احتراماً لذاته من خلال اداء مهماته على افضل وجه واحترام الآخرين له باعتباره شخصاً متميزاً، أما من ناحية المنظمة فتدفع الأفكار المبدعة من رؤوس الافراد المبدعين سوف يقود المنظمة إلى التفوق والمنافسة في مجال عملها وفي بيئتها من خلال تحقيق الاستقرار والرقي والتقدم لها وبالتالي سيطرتها على المواقع المتقدمة وتفوقها على مثيلاتها من اقرانها من المنظمات العاملة في نفس المجال.

ج: شروط الإبداع:

تكاد تجمع اكثر الدراسات المتخصصة في مجال الإبداع على جملة من الشروط الرئيسية لقبول الإبداع أمثال (Amabile, 1998)، (الملوك، ٢٠٠٢: ١٣٤-١٣٥)، (الدهان، ١٩٨٩: ٢٩) و(جواد، ١٩٩٢: ١٧٧) و (Spence, 1994: 27) رغم تباينها وهي:

١- الكلفة (Cost): وهذه تعتبر احدي اهم العوامل التي على اساسها يتم قبول الإبداع ورفضه.

٢- الوضوح: ان الشفافية في عملية الإبداع هو عامل مهم جدا حيث كلما كان الإبداع منفتحاً وقابلاً للفحص والتطبيق كالاتصالات فان المعرفة غير واجبة النقل فقط ولكن الاستسلام للمعرفة وفهم المعرفة عوامل مهمة جدا ومؤثرة باتجاه معين.

٣- التعقيد: كلما كانت الإبداعات سهلة ومفهومة كلما كانت عملية قبولها اسرع والعكس صحيح.

٤- التوافق: ان الإبداع الجديد يجب ان لا يتعارض مع القيم التي يحملها الافراد وقناعاتهم به، وبعكسه لن تكون هناك فرصة لنجاح الإبداع وبنبغي تحقيق الفائدة الاقتصادية المرجوة من عملية الإبداع عن طريق تحقيق فائض القيمة من جراء

استخدام الإبداعات، اما الفوائد الاجتماعية فكثيرة منها احتمالية تخفيض نسبة البطالة وزيادة انسجام افراد المجتمع وتعزيز الرفاهية لمواطنيه والبعد العلمي يكون من خلال استخدام المعرفة التي تمكن الانسان من اكتشاف حقائق علمية جديدة....الخ.

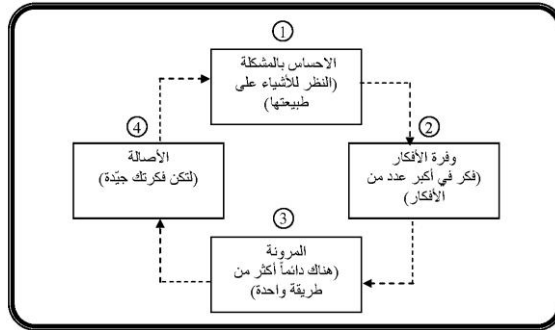
وهذا ما سيتناوله البحث هو ما يتطابق مع العقل والمنطق فأى عمل إبداعي لن يكون مجديا ما لم يكن ذا كلفة معقولة خاليا من التعقيد ويتصف بالشفافية والوضوح ويتلائم مع قناعات الأفراد وقبولهم.

د: عوامل الإبداع:

يعتبر الإبداع الفردي الركيزة الأساسية للإبداع المنظمي لان الأفكار غالباً ما تقدم من قبل الأفراد كمقترحات فضلا عن مساهمتهم في نقل تلك الأفكار إلى تطبيقات إبداعية تأخذ شكل أساليب عمل متطورة او سلع جديدة او خدمات متميزة فالإبداع الفردي لا يأتي من فراغ، بل تسهم في انضاجه مجموعة عوامل تحدد على نحو واضح طبيعة الإبداع المقدم ومدى توفر الشروط فيه.

لقد تباينت وجهات نظر الكتاب في هذا المجال، فمنهم من ركز على ثلاثة عوامل رئيسة هي (الخبرة، ومهارات التفكير الإبداعي، الدافعية) (الملوك، ٢٠٠٢: ١٣٧-١٣٩) (اللوزي، ٢٠٠٣: ٢٩٧-٣٠١)، ومنهم من حددها بخمسة عوامل (الاصلاح، الاستقلال، الصدق والبحث عن الحقيقة، الحاجة للانجاز، وضوح الرؤية ونفاذ البصيرة) (القيوتي، ٢٠٠٠: ٢٠٤-٢٠٥)، ومنهم من حددها بسبعة عوامل (العقل المستائل والاخلاق، القدرة على التحليل والتجميع، القدرة على التخيل والحدس، الشجاعة او الثقة بالنفس، التمرد على السلطة، النزوع إلى التجريب، النقد الذاتي) (حمود، ٢٠٠٢: ٢٠٨-٢١٠)، ومنهم من عمد إلى إظهار آراء بعض الفلاسفة والعلماء القدامى الذين تناولوا هذا الموضوع امثال (افلاطون، الافلاطونية الجديدة، هنري فرغسون، فرويد وتلاميذه، ادلر، جولدن شتاين) (الدهان، ١٩٨٩: ٢١-٢٣)، حيث يستخلص من الدراسات أعلاه، إن هناك عوامل او مقومات قد تكون هي الاساس الذي يدفع الفرد إلى الإبداع في مجال عمله او أكثر فأكثر وبالتالي يهبط لمنظمتة ما يسعى اليه من تحقيق مزايا تنافسية عالية يساعدها على البقاء ثابتة في

بيئتها المتغيرة باستمرار، وهذا ما تتفق مع مجريات البحث كما في الشكل (٢) الذي يبين العناصر المكونة للعملية الإبداعية.



شكل (٢)

العناصر المكونة للعملية الإبداعية

المصدر: بتصرف الباحث.

ومن وجهة نظر الباحث فهي ان اهم ما يميز المنظمات الناجحة عن غيرها الاقل نجاحا هو قدرتها المستمرة على تشجيع الابتكار والإبداع لدى الافراد وفي كافة المجالات.

هـ: تصنيف الإبداع:

هناك العديد من التصنيفات التي ظهرت في مجال الإبداع لا يتسع المجال لذكرها في هذا البحث بسبب كثرتها و غزارة المعلومات المتوفرة عنها ولكن سيتم التطرق لتصنيف المهم الذي تناوله البحث كل من (مريم، ٢٠٠٣: ٣٠٨-٣١٢) و (الدهان، ١٩٨٩: ٣٢-٣٦) حيث يتكون هذا التصنيف من ثلاثة وهي (الإبداع الفردي، الإبداع الجماعي، الإبداع المنظمي) والتصنيفات الثلاثة هذه ضرورية للمنظمات المعاصرة وسيتم التركيز على التصنيف الاول (الإبداع الفردي) لما له من علاقة بموضوع البحث.

١- الإبداع الفردي

والذي يتم التوصل اليه من قبل الفرد لتوفر القدرة الإبداعية لدى عدد كبير من أفراد المجتمع، لكن التعبير عنها في سلوك إبداعي ينحصر في قلة عددية وهذه المسألة تتوقف على شروط نفسية واجتماعية عديدة ومتداخلة مثل مستوى الذكاء والشخصية (كشروط فردية)

والسياق الاجتماعي الذي يشمل الاسرة والمدرسة والجماعة غير الرسمية، وغيرها من منظمات المجتمع والنظام القيمي والقاعدة الثقافية الحضارية للمجتمع (كشروط اجتماعية).

٢- الإبداع الجماعي:

هو الإبداع الذي يتم التوصل اليه من قبل الجماعة (قسم، دائرة، لجنة) واعتمادا على خاصية التداؤب فان الإبداع الجماعي يفوق كثيرا مجموعة الإبداعات الفردية للأعضاء بسبب التفاعل وتبادل الخبرة فيما بينهم ومساعدة بعضهم البعض.

٣- الإبداع المنظمي:

وهو الإبداع المتضمن اسلوب العمل اليومي والمستمر للمنظمات اذا ما ارادت الاستمرار بالبقاء والازدهار حسب الشروط التالية:

- ضرورة ادراك ان الإبداع والريادة تحتاج إلى اشخاص ذوي تفكير عميق.
- ضرورة تعلم حل المشكلات بصورة إبداعية.
- ضرورة تنمية المهارات والقدرات الإبداعية في ايجاد حل المشكلات وتعزيزها.
- ضرورة تنمية المهارات الإبداعية في صنع او بناء المشكلات.

و: ابعاد الإبداع Innovation Dimensions

ركز معظم الباحثين في مجال دراستهم للإبداع على جملة من الابعاد الرئيسية (<http://w.w.w.chm.com>) سيتم ذكرها بشيء من الايجاز:

١. العملية الإبداعية. ٢- مصادر الإبداع. ٣- المنظمة المبدعة. ٤- ادارة الإبداع.
- ٥- الشخصية المبدعة

١) العملية الإبداعية:

ينظر إلى الإبداع كعملية ديناميكية تؤثر وتتأثر بالبيئة المحيطة بها، وهي كنظام متكامل له مدخلاته المتمثلة بتوليد الأفكار وبلورتها وصياغتها الناشئة عن تفرغ المبدع بها ومن ثم قدرته على نقل المعلومات وايجاد نوع من الترابط بين العناصر المعرفية والملكة العقلية لديه

بعدها تجري العمليات التحويلية والتشغيلية لإخراجها إلى حيز التطبيق كمخرجات متمثلة بالمنتجات او الخدمات او الأفكار. ويرى (Robbins & Coutler, 1999: 404 - 405) ان عملية الإبداع تبدأ في الأفكار الجدية كمدخلات للعملية وبعدها تقوم المنظمة المبدعة بجمع تلك الأفكار بطريقة إبداعية وتحويلها بأساليب للحصول على منتجات او أفكار جديدة.

٢) مصادر الإبداع

يشير الباحثون إلى تنوع مصادر الإبداع ولكن معظمهم أكدوا على المصادر الداخلية والخارجية او على دور العقل والتفكير، وقد ذكر في (الدهان، ١٩٩٢: ٨١-٨٢) إن الفلاسفة عدوا الإلهام والوحي وهما من اهم مصادر الإبداع، فيما ذكر آخرون ان اهم مصادر الإبداع هو الحدس وطبقا لوجهة النظر هذه فإن الإبداع يحدث دون تدخل الإرادة فيه، في حين أشار (Amabile, 1998: 78) إلى ان الإبداع مصدر عن تفاعل ثلاث عناصر هي (الخبرات المعرفية والفكرية والفنية والمهارات والتفكير الخلاق والدوافع الداخلية والخارجية). أما (Drucker, 1985: 150) فيؤكد أن الإبداعات تنشأ من التوقد في الذهن العبقري، واغلبها تنتج عن البحث الفرضي والداعي لفرص الإبداع، ومن هذه الفرص داخل المنظمة هي الحدوث غير المتوقع، التعارض، احتياجات العمليات والتغيرات في هيكل الصناعة والسوق أما المصادر الخارجية فهي التغيرات بالأذواق والمعرفة الجديدة.

إن المنظمة تكون اكثر إبداعا اذا ما استطاعت استثارة التفكير الإبداعي في كل مستوياتها (الكيسي، ٢٠٠٢: ٩٧) اما (Spence, 1994: 32) فقد أكد وجود مجموعة من هذه المصادر كمكان رئيسية للإبداع هي:

البحوث - الاختراعات - الاكتشاف - التطوير - حل المشكلات.

ومن خلال ما تقدم يحاول الباحث التأكيد على مصادر الإبداع وكيفية اثاره كل ما له علاقة بهذه المصادر بالشكل الذي يحقق الهدف المطلوب.

٣) المنظمة المبدعة:

يمثل الإبداع في عالم اليوم اساس نجاح وتفوق المنظمات كونه يعنى برضا زبائنها

ويمكنها من تلبية حاجاتهم وتحقيق توقعاتهم للجديد والمفيد، إذ تتغير تلك الحاجات والتوقعات نتيجة تغير اذواق الزبائن وباستمرار. ومن الجدير بالذكر ان بعض المنافع التي تجنيها المنظمات المبدعة ترجع إلى اسلوب واستراتيجية الإبداع والتجديد التي تنتهجها ومنها الإبداع الفردي. وقد أكد (نجم، ٢٠٠٥: ٩) بأن المنظمات المبدعة توصف بأنها حيوية، إذ يوجه العاملين فيها والزبائن بشكل إبداعي من خلال (قيم محدودة، هيكل لا مركزي، مرونة كافية لإعادة البناء والهيكلية، مواجهة حلول المشاكل وبناء القدرات والأفكار الإبداعية مقارنة بالمنظمات التقليدية).

وهناك بعض الميزات التي تتمتع بها المنظمات المبدعة (الصرن، ٢٠٠٠: ١٩٩) وهي:

(عدم الرضا عن الوضع الحالي، تبني الهياكل التنظيمية والإجراءات التشغيلية المناسبة، الادارة الخيالية، والانفتاح على الأفكار الإبداعية، واختيار وتكامل قبول الاعمال، وتطوير المهارات الفردية، والتأكيد على التجريب والاكتشاف والتأكيد على المنتجات البديلة لحل المشاكل).

٤) إدارة الإبداع:

نظرا للمنافسة الشديدة خلال العقد الماضي على الإبداع في المنظمات فقد اعتبرت احد السمات المميزة للمنظمات التقدمية في البيئات المتغيرة، لذا فان المنظمات الافضل في عالم اليوم هي التي تتميز بالإبداع وبالتالي يجب على كافة المدراء في مختلف المستويات التنظيمية ان يكونوا مبدعين او لديهم مهام ادارية او تحفيزية بهدف جذب الافراد المبدعين للمنظمة ومساعدة العاملين على القيام بعملية الإبداع والاستفادة من مواهبهم الإبداعية ويذكر كل من (Spanyi , 2004 - Ebibel &) عن (القيوتي، ٢٠٠٥: ١٧٦) عن خطوات ضرورية تتبعها المنظمات للوصول إلى مرحلة الإبداع من خلال ايجاد ترابط قوي بين الاستراتيجية والإبداع بصياغة رسالة المنظمة، وتوصيل رسالة المنظمة لكافة العاملين باستمرار، واتخاذ خطوات عملية لترجمة الاقوال إلى افعال، والاهتمام بالزبائن ومصالحهم، وتشكيل فرق عمل من مختلف الادارات لتسهيل عملية التنسيق، وتشجيع التقييم المستمر للأداء.

ومن وجهة نظر الباحث فان ادارة الإبداع الناجحة هي الادارة التي لها القدرة على

تحقيق التوافق والربط بين رؤيتها الاستراتيجية وامكاناتها المعرفية والمادية بالشكل الذي يمكنها من تحديد نوع الإبداع الذي ستطبقه ومن ثم ايجاد الوسائل والطرق المناسبة لإيصال رسالتها إلى العاملين فيها، من خلال ترجمة الأفكار الإبداعية وتحويلها إلى واقع ملموس ينسجم مع الظروف البيئية المحيطة بها سواء كانت تلك الأفكار تقديم منتج جديد لو تطويره او تقديم خدمة او تطويرها.

٥) الشخصية المبدعة

من سمات الإبداع هي القدرة الفطرية الكاملة لدى الفرد التي تختلف باختلاف الشخصية وخصائصها كون الإبداع لا يأتي من فراغ بل هو طاقة يمتلكها الافراد لكن بدرجات متفاوتة. وتعد الفكرة الإبداعية طريقة علمية نشأت في اواخر الثلاثينات على يد العالم (اليكس اوسبورت) الذي كان يؤمن بأن النجاح يتطلب طريقة مبدعة. وقد استمد اوسبورت هذه الطريقة من الهندوس القدامى وتعني (السؤال خارج الذات) وقد اسماها بـ (التشبث الوظيفي) لان الفعل يعمل تحت سيطرة الانماط العقلية، فيميل العقل إلى تفكير محدد ويولد افتراضات يستحيل التفكير بدونها، ومع ان ميل العقل هذا مفيد في النجاسات للأشياء، الا انه يعيقنا في استنباط أفكار جديدة لان العقل يزيد من الثبات على ميوله، فعندما نريد ان نبدع في فكرة جديدة علينا التفكير عمدا خارج هذه الميول، لكون الفكرة المبدعة هي الخروج من التفكير العملياتي التقليدي إلى التفكير الإبداعي الذي يعني تطوير الأفكار وتوليد الحلول غير المسبوقة فامتلاك الفكرة تعني به رؤية الحقيقة بطريقة مختلفة

(www.Islam.com)

وترى (الدهان، ١٩٨٩: ٢٠-٢١) ان الفكرة الإبداعية المتبلورة تمثل حقيقة فعلية من خلال تحويلها إلى شيء جديد.

فالإبداع فكرة متطورة وصناعة للفكرة المبدعة، وتتأثر بالتكوين الذاتي والنظام القيمي للفرد، فضلاً عن كونه قدرات صنع الفكرة وتحويلها إلى شيء نافع للفرد والمجتمع.

وقد عرض كل من (جواد، ١٩٩٢: ١٧٩) و(القربوتي، ٢٠٠٠: ٣٠٥-٣٠٧) و(جواد، ٢٠٠٠: ١٧٩) و(Adair, 1985: 148) و(الدهان، ١٩٨٩: ٢٣-٢٤) و(الصرن، ٢٠٠١: ٦٦-٦٨)

و(اللوزي، ٢٠٠٣: ٣٠٣) و(مريم، بلا: ٤٧١-٤٧٤) خصائص يتمتع بها المبدعون، وهي:

- ١- الذكاء الشخصي والاجتماعي.
- ٢- الموهبة.
- ٣- البحث عن المعرفة والإستطلاع الشخصي.
- ٤- التلقائية والمرونة في التعامل والثقة في النفس.
- ٥- تشجيع الحوار والمشاركة فيه والنقد الذاتي.
- ٦- القدرة على تقديم الأفكار والمقترحات.
- ٧- تنزه الفرد المبدع في الغالب عن السلبية والتزلف والنفاق.
- ٨- الإلتزام بهدف سام والتفاني في العمل.
- ٩- قراءة الماورائيات لدى الإستماع إلى محاضرة أو خطبة أو فكرة.
- ١٠- وضوح الرؤية وصلاحيه الموقف.
- ١١- الأشخاص المبدعون يكونون بعيدين دوماً عن حالة التطابق مع الآخرين.
- ١٢- الأفراد المبدعون يقيمون وزناً لقدرات واستعدادات عقولهم وطاقتهم الذهنية.
- ١٣- يرفضون إصدار الأحكام إتجاه الأمور والمواقف ما لم يكونوا قد استحضروا جميع الحقائق والمعلومات والأفكار التي تخصها.
- ١٤- لقد شخّصت الدراسات شبائية الشخص المبدع عموماً، وربطت الناحية الشبائية بعمر الفرد المبدع، حيث لوحظ أنّ هناك علاقة وثيقة ارتباطية بين الشبائية وصغر العمر من ناحية، والنتائج الإبداعية الصادر عن الفرد من ناحية ثانية. وقد حدّدت بعض الدراسات (الكيسي، ٢٠٠٢: ٧٩-١٠١) (العاني، ٢٠٠٢: ٢٥) وآخرون العمر الإبداعي لدى الأفراد بأنّه الفترة الواقعة ما بين (٣٠-٤٠) عاماً.
- ١٥- وقد حدّدت الدراسات أيضاً بأنّ الأفراد المبدعين لا ينظرون بعين العطف إلى

البيئة الرسمية. وتفرض هذه الخاصية بعض المعوقات تجاه الفرد المبدع.

ومن وجهة نظر الباحث فإن الفرد المبدع يولد وهو يمتلك ملكة عقلية ومهارات وقدرات فطرية لا يعني بالضرورة كونه ذا شخصية مبدعة، بل يتطلب صقل هذه الشخصية والقدرات الإبداعية المتوفرة لديه بأساليب التدريب والتنمية التي يجب أن تهيئها المنظمة لمبدعيها ولكافة المستويات الوظيفية، اعتماداً على مستويات الذكاء التي يتمتعون بها، وبالتالي فإن المنظمات التي تبغي النجاح والبقاء يجب أن لا تقف عند حدود معينة، وإنما يجب أن يكون طموحها أبعد من ذلك بكثير، بحيث يكون الإبداع والابتكار سمات مميزة لها.

ز) معوقات الإبداع:

لقد تعددت وجهات نظر الكتاب الباحثين في هذا المجال (مريم، ٢٠٠٣: ٣١٤)، (حمود، ٢٠٠٢: ٢١٢)، (مريم، بلا: ٤٧٦-٤٧٧)، (الملوك، ٢٠٠٢: ١٤٤)، (القريوتي، ٢٠٠٢: ٣٠٧-٣١٠)، إلا أننا سنكتفي بذكر ما ورد بـ (الدهان، ١٩٨٩: ٣٥) لما له من إيجاز من جانب، وعلاقته بموضوع البحث من جانب آخر، وهي:

- ١) المعوقات الإدراكية: التي تتمثل بعدم إدراك جوانب المشكلة بالشكل الصحيح.
- ٢) المعوقات الوجدانية والشخصية: وتتمثل في الخوف في المبادرة، وخشية الوقوع في الخطأ، والجهود في التفكير والرغبة في تحقيق النجاح السريع والسهل، وتجنب التحدي وعدم مواجهة المشكلات، طلباً للأمان أو خشية سخرية الآخرين.
- ٣) المعوقات الثقافية والاجتماعية: وتسببها الضغوط الاجتماعية المختلفة التي تدخل في تشكيل حياة الأفراد وتصرفاتهم، وتؤدي بهم إلى تبني اتجاهات المجازاة لما هو شائع إلى الاعتقاد بأن الفضول أوجب الإستطلاع عموماً خصال غير حميدة، وإلى اعتبار التفكير التخيلي لا جدوى منه ولا قيمة له، بالقياس إلى التفكير الواقعي الذي لا يتجاوز حدود المنطق، والمألوف والمعروف عليه.

ح) قياس الإبداع وآليات التعزيز:

١- قياس الإبداع:

ذكر (الدهان، ١٩٨٩: ٢٨) بأن هناك بعض الأساليب التي يمكن الإعتماد عليها كمقاييس للإبداع، وأطلق عليها ما أسمته بالمحكمات. إلا أننا سنكتفي بالطرق الرئيسية الثلاث لفحص ودراسة الإبداع التي تناولتها (جواد، ١٩٩٢: ١٧٦-١٧٧) وهي:

الطريقة الأولى: تهدف إلى التعرف على المهارات والأساليب التي تعتمد عليها أو يستعين بها المبدع لإنتاج أفكاره الأصلية، وفي معرفة كيف أن المبدع يتعامل مع المواقف والأحداث وبما يستعين، سواء أكان ذلك على مستوى العلوم الصرفة أو الإنسانية.

الطريقة الثانية: تسعى للوقوف على أنواع الناتج المقدم من الشخص المبدع، وكذلك لمعرفة فيما إذا كان ذلك الناتج يتصف فعلاً بالأصالة والغرابة وبعده عن الحالة المألوفة.

الطريقة الثالثة: وهي تهدف إلى دراسة وتشخيص الفرد المبدع نفسه وتحديد مستوى إبداعه.

١- آليات تعزيز الإبداع:

أشارت الدراسات لكل من (جواد، ١٩٩٢: ١٨٠-١٨٨) و (Cutler, 2000: 30) (Adair, 1985: 159) و (الدهان، ١٩٩٢: ١٩٢-١٩٥) و (القريوتي، ٢٠٠٠: ١٣٤-٣١٦) و (القريوتي، ٢٠٠٠: ٣١٣-٣١٤) و (مريم، بلا: ٤٧٩) و (مريم، ٢٠٠٣: ٣١٧) إلى مجموعة من آليات لتعزيز الإبداع الفردي من خلال وسائل وطرق تكاد تكون متباينة فيما بينها (زيادة أو نقصاناً)، إلا أنه سنتطرق إلى طرائق جديدة لإيجاد الإبداع التي تناولتها دراسة (ميربيث ومانتل، بلا: ١٠٦٦-١٠٦٧)، وهي:

١- الأساليب الميكانيكية: وهي آليات مباشرة نموذجياً مثل "صهريج التفكير Think Tank" لسافو بوجيك Savo Bojicic وهو كرة مجوفة كبيرة تحتوي على (١٣٠٠٠) كلمة تُستخدم في أخذ الأفكار. فمع دوران الكرة، تصبح الكلمات الرئيسية محفزة للذهن على عمل مساحات مختلفة.

٢- الطرائق الالكترونية: تشمل أساليب التغذية المرتجعة الحياتية والتحفيز الالكتروني هنا، وتبدو أنها تقدم الكثير وتؤدي تجارب واسعة النطاق على هذه الأساليب، وبالتالي سوف يصبح هذا المجال مطوراً بصورة أفضل في المستقبل.

٣- الأساليب الكيميائية: تبدو العديد من العقاقير والكيميائيات أنها تنتج أنواعاً من الحالات العقلية الموصوفة كما هو مرغوب لها في مراجع الإبداع. ويكون السؤال الأولي هو ما إذا كانت مثل هذه الكيميائيات والعقاقير مضرّة للفرد أولاً، وإذا كان من الممكن تطبيقها بصورة مفيدة على مهمة الحل المبدع للمشاكل في المواقف التنظيمية، فإذا استُخدمت هذه الأساليب على الإطلاق، فإنها تحتاج إلى عناية ورقابة من الخبراء.

٤- البيئة والنفسية: تشمل هذه الطرائق استخدام الصوت، واللون والتحفيز، الحرمان الإحساسي، والرائحة، وما شابه ذلك في تبديل البيئة الطبيعية للذهن للمساعدة على الإبداع، وتكون الأمور الأولية هنا هي الإمكانية والأمان عند استخدامها في الإعدادات التنظيمية.

٥- من النادر أن يكون الأفراد الموجودين في مواقف مشدودين فيها بشدة مبدعين:

فقليل من الضغط يحفز، إلا أن الكثير منه يشمل الإبداع، لأن جسم الإنسان له رد فعل للضغط، كما لو كان يعد للحرب أو الفرار فيتلاشى توريد الدم للعقل، ويحصل العقل على الأوكسجين بشكل أقل، وسيكون التركيز والتشجيع الذي يقدمه المدير العامل الأكثر أهمية لمؤثر الإبداع في المستقبل، فتلتزم قيادة تنظيمية مبدعة، فإذا كان الإبداع هو المطلوب، فيجب تحمل الخطأ.

ورأي الباحث بهذا الموضوع هو أن الإبداع صفة يهبها الله (عزّ وجل) لأفراد معينين يميّزهم بها عن غيرهم، ولإظهار هذه الصفة وإبرازها ينبغي أن نحيط الفرد المبدع بكل أنواع العناية وبصورة طبيعية، لا أن ندخل أساليب وطرائق كيميائية قد تؤدي بالأفراد المبدعين إلى طريق الهلاك وبشكل تدريجي. فكما أن الإبداع صفة طبيعية بالأفراد، فإن إخراج هذه الصفة وتطويرها يجب أن يكون بصورة طبيعية أيضاً، كذلك كأن نقوم بسهولة أموره (بعض الشركات اليابانية الضخمة) والتي تتاجر بالالكترونيات وغيرها، حيث تقوم هذه الشركات باحتواء الأفراد المبدعين، وتكون هي المسؤولة عن توفير كل ما له علاقة بمعيشتهم من ناحية المأكل والملبس والمسكن، وحتى العطل الترفيهية لأفراد عوائلهم، وجعلت الفرد المبدع يعيش بداخل المنظمة بشكل مرفّه، وكذلك وبطريقة توفر له الراحة الفكرية المطلقة من كل

النواحي، بحيث لا يكون الفرد المبدع مشغولاً، إلا بالتفكير بالعمل المطلوب منه فقط دون الإلتفات لمصاعب الحياة ومشاكل الأسرة التي تعيق عملية التفكير الإبداعي لدى الأفراد وتشتت أفكارهم.

٢- الذكاء الشعوري:

وتضمن هذا الموضوع جوانب عديدة لها علاقة بموضوع البحث بفقراته النوعية، وهي على النحو الآتي: (العامري، ٢٠٠٨: ١٨١-١٩٦)

أ) الذكاء:

أ/١: مفهوم الذكاء. أ/٢: قياس الذكاء. أ/٣: نماذج الذكاء.

ب) الشعور:

ب/١: مفهوم الشعور وطبيعته. ب/٢: العملية الشعورية. ب/٣: أبعاد الشعور.

ج) الذكاء الشعوري:

ج/١: الذكاء الشعوري وأهميته. ج/٢: نماذج الذكاء الشعوري. ج/٣: عناصر الذكاء الشعوري.

الذكاء الشعوري:

يتضمن هذا المحور كلاً من الفقرة (أ) - الذكاء - ليشمل مفهوم الذكاء وقياسه ونماذجه، والفقرة (ب) الشعور الذي يتضمن مفهوم الشعور، والعملية الشعورية، وأبعاد الشعور. أما الفقرة (ج) - الذكاء الشعوري - فقد شملت مفهوم الذكاء الشعوري ونماذجه وعناصره.

أ) الذكاء:

منذ بدأت الخليقة وظهور السلوك الإنساني بشقيه الفردي والجماعي، أدرك سيدنا آدم ﷺ الاختلافات السلوكية الواضحة بين ولديه قابيل وهايبل، على الرغم من أنهما من أب واحد وأم واحدة، ويعيشان ذات الظروف العائلية والبيئة لذا فإن الأفراد يختلفون في صفاتهم الجسمانية ومستوياتهم العقلية، وأنماطهم الشخصية. ويهتم علم النفس والاجتماع في وصف

ظواهر الاختلاف هذه حتى يتم قياسها وتفسيرها، وكما يقال (العقل السليم في الجسم السليم).

١/١: مفهوم الذكاء:

تناول العديد من الكتاب في مجال علم النفس والاجتماع موضوع الذكاء، وافردوا له ابواب كثيرة وحسب وجهات نظرهم إلا أننا سنتناول تعريف الذكاء بأنه تكييف الفرد مع نشاطه العقلي ومحيطه (عدس، ١٩٩٨) وهو عملية إحياء نفسية (Piopsychological) لمعالجة المعلومات التي يمكن أن تفعل عملية حل المشكلات والإبتكار (Gardner, 1999: 34)، وحسب آراء بعض العلماء في مجال علم النفس فإن الذكاء الإنساني يُعزى إلى ثلاثة أسباب رئيسة هي التعلم (Learning)، والتسبب (Reasoning)، ومعالجة الرموز (Manipulation) (Hicks, 1993: 184).

٢/١: قياس الذكاء:

غالباً ما نلاحظ الفروق الواضحة في أداء أعضاء مجموعة يؤدون نفس العمل، وهذه الفروق قد تكون واضحة بحيث تسترعي الانتباه، فلماذا يختلف الأفراد في أدائهم على الرغم من أنهم ذات جنس بشري واحد؟ لذا فيعتبر قياس الذكاء كجزء من القياس النفسي، كونه يتميز بأنه قياس غير مباشر، وأنه نسبي وليس مطلقاً (Antatasi, 1997: 147)، وعدّ مقياس (Staford-Bient) الذي ظهر في الولايات المتحدة عام ١٩١٦ من أهم مقاييس الذكاء الذي استخدم بشكل واسع، وأجريت فيما بعد العديد من التعديلات، إذ أنّ مؤشر الذكاء المستخدم فيه هو معامل الذكاء (IQ) (Intelligence Quotient) الذي يتم استخراج كسبة مئوية على وفق المعادلة الآتية (Mekenna, 2000: 82):

$$\text{معامل الذكاء (IQ)} = \frac{\text{العمر العقلي}}{\text{العمر الزمني}} \times 100$$

فعندما يتساوى العمر الزمني مع العمر العقلي، يعني بذلك أنّ قيمة معامل الذكاء تساوي (١٠٠)، أمّا إذا كان العمر العقلي أقل من العمر الزمني، فإنّ قيمة معامل الذكاء تكون أقل من (١٠٠)، وإذا كانت قيمة معامل الذكاء محصورة بين (٩٠-١١٠) فإنّ ذلك يعني أنّ الذكاء هو بمستوى إعتيادي، أمّا إذا كانت تلك القيمة أكبر من (١٣٠) فذلك يعني أنّ مستوى الذكاء

عالٍ جداً، وإذا كانت القيمة المذكورة أقل من (٧٠) فإنها تمثل مستوى ذكاء متخلف.

أ/٣: نماذج الذكاء:

يتضمن الذكاء نماذج عديدة، إلا أن الباحث ارتأى تناول إنموذج (Gardner 1983) كونه يشير لأنواع متقدمة من الذكاء، ويُعدّ الأساس الذي انطلق منه الذكاء الشعوري. ويعتمد (Gardner) في أنموذجه هذا على نظرة واسعة للذكاء مفادها أنه ليس هناك ما يُدعى بالذكاء المنفرد (Singular Intelligence) (Mekenna, 2000: 79) وأنّ هناك سبعة أنواع مميزة ومنفصلة، وهي تعمل في الدماغ كأنظمة مستقلة كلٌّ منها عن الآخر اعتماداً على الأدوار المناطة بكل منها، إذا يتفاعل كل نوع منها مع الأنواع الأخرى (Gardner, 1983: 38) وكما يوضّحه الجدول (١):

جدول (١) أنواع الذكاء

نوع الذكاء	الأمثلة عليها
الذكاء اللفظي (linguistic)	القراءة والكتابة والشعر.
الذكاء المنطقي/الرياضي (Logical) (Mathematic)	القدرة على التعامل مع الأرقام أو نظرية العلوم القانونية.
الذكاء المكاني - الحيزي (Spatial)	قيادة طائرة، والسياقة، والبناء
الذكاء الموسيقي (Musical)	الغناء، التلحين، العزف على آلة موسيقية والإعجاب والإدراك الموسيقي.
الذكاء المادي (Bodily - Kinesthetic)	الرياضة، والحركات المسرحية والرقص وفعل الأشياء
الذكاء العلاقتي (Intrapersonal)	تعلم المهارات، وفهم الآخرين
الذكاء الداخلي (Intrapersonal)	فهم وإدراك الذات

المصدر: العنزي، سعد علي والطائي، إبراهيم خليل، ٢٠٠٥، "الذكاء الشعوري - مدخل مفاهيمي"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١١، العدد ٣٨ و٩٧.

ب) الشعور:

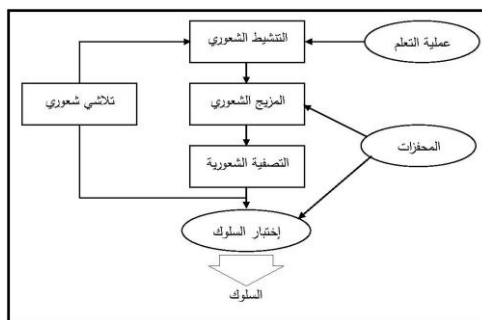
لا يعني معرفة ما الذي يجعل الفرد يختار تصرفاً معيناً بدلاً من سواه من الآخرين، حيث تناولت نظريات عملية الدافعية هذا الجانب وأغنته بإيجاد العلاقات بين المتغيرات المتفاعلة التي تتكوّن منه الدوافع إلا إنّنا في هذا البحث سنكتفي بالتطرق إلى الشعور لما له من مساس بصلب البحث كونه يشكل جزءاً أساسياً من الأفراد، ووسيلة إختبار ومحكاً لتعاون أكبر، فالظروف التي يعيشها الأفراد تؤدي إلى صقل شعورهم إمّا نحو الإيجاب أو السلب أو الاعتدال.

ب/١: مفهوم الشعور وطبيعته:

يمثل الشعور جزءاً طبيعياً من الحياة، الذي يجعل كلاً منا إنساناً (New storm & Davis, 1997). ومن الجدير بالذكر أنه بالإمكان وضع تعريف الشعور كمفردة بحد ذاتها من دون توضيح لثلاثة مصطلحات مترابطة عن قرب في هذا الجانب، وهي: العاطفة، والشعور، والمزاج (Robbins, 2001: 104). ويُعدّ الإتصال وجهاً لوجه بين الأشخاص هو الطريق الوحيد الذي يتناغم مع المراجعة الإجتماعية التي تمكن الفرد من إدراك الحالة الشعورية للفرد الآخر (Harmon, 2000: 45)، ويمكن أن يتضمّن الشعور أربعة جوانب رئيسية، وهي: بماذا نفكر؟ وبماذا نشعر؟ وكيف تستجيب أجسامنا؟ وما هو سلوكنا؟ فالشعور ليس إستجابة مادية آلية للموقف، بل هو ترجمة فورية للتغيرات الجسمانية والمعلومات المتاحة لنا (Champan, 2000: 20).

ب/٢: العملية الشعورية:

تُعدّ العملية الشعورية عمليةً معقّدة، إذ يأتي ذلك التعقيد في قابليتها على التأثير والتأثر بالعديد من العمليات داخل الدماغ، وتوضّح الأدلة بأنّ الشعور له علاقة وثيقة بالتفكير والإستذكار (Clack & Fiske, 1982: 303) والتعلم (El-Naser et. Al., 2001: 1)، والدافعية أو الحالات المحفزة (Forgas, 1994: 58)، كالألم مثلاً. ويوضّح الشكل (٣) نموذج العملية الشعورية:



الشكل (٣) العملية الشعورية

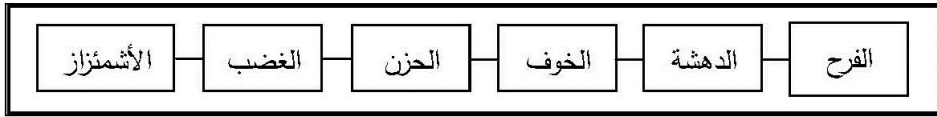
المصدر: العنزي، سعد علي والطائي، إبراهيم خليل، ٢٠٠٥، "الذكاء الشعوري - مدخل مفاهيمي"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد ١١، العدد ٣٨، ص ١٠٠.

ب/٣: أبعاد الشعور:

تتمحور أبعاد الشعور بالآتي:

١. التنوع (Variety):

بالرغم من اختلاف وجهات النظر من قبل الكتاب والباحثين كون اعتبار الشعور أولياً، فقد تم تحديد ستة أنواع عامة وشاملة من صور الشعور التي يمثلها الشكل (٤)، وهي الغضب والخوف والحزن والفرح والإشمزاز والدهشة (Robbins, 2001: 105).



الشكل (٤) سلسلة الشعور

Source: Robbins, Stephen: 2001, "Organizational Behavior", New York, Prentice Hall, Inie, 106.

وأضاف (Goleman, 1998) إلى هذه السلسلة شعور الحب والخجل، وبذلك فهو يُعتبر صدور الشعور أساسية ثانية، ورأى كلاً من هذه التقسيمات تنضوي، فمنها مجموعة أخرى من أنواع الشعور في التقسيم أشبه بالعائلة.

٢. الكثافة أو الحدة (Intensity):

نظراً للاختلاف في الصفات بين الأفراد وما يجعلهم مختلفين أيضاً قابلياتهم، فهناك أشخاص لا يُظهرون شعورهم وأحاسيسهم بشكل واضح، لذا يندر رؤيتهم غاضبين أو فرحين، في الوقت الذي لا يُظهر فيه آخرون ذلك الشعور بكثافة عالية، فيلاحظ الانتشاء على وجوههم عندما يكونوا فرحين، وملامح الكآبة عندما يكونون في مواقف محزنة. وهناك أفراد يواجهون صعوبة كبيرة في إظهار شعورهم، وتفهم شعور الآخرين، إذ يدعو علماء النفس ذلك بـ" (Alexithymia) التي تعني باليونانية نقصاً في الشعور، وهم غير قادرين على التمييز بين أنواع شعورهم المختلفة، فضلاً عن عدم تفهمهم بما يشعر به الآخرون من حولهم (Robbins, 2001: 106-107).

٣. التكرار والأجل (Frequency & Duration):

يترتب على العمل الشعوري تكرار عالٍ أو آجال طويلة يستلزم جهداً أكبر من قبل

الأفراد، وإن قدرة الفرد في أن يقابل وينجح الطلبات الشعورية للوظيفة أو العمل، لا تعتمد فقط على أي شعور يحتاج هذا الشخص لإظهاره ومقدار حدته، بل يعتمد أيضاً على كيفية تكراره، وأي مدى من الجهود تبذل من أجل ذلك (Robbins, 2001: 106).

٤. الذكاء الشعوري:

مرّ هذا المصطلح بمراحل عديدة، بدءاً من عام ١٩٢٠ ومروراً بعام ١٩٩٠، حيث ظهر مصطلح الذكاء الشعوري على أيدي (Mayer & Salvey)، وكان لتلك التسمية أثر أبعد تسمية الذكاء الاجتماعي، وقد أوضح بأن الذكاء الشعوري يعني أن تفهم وتعرف نفسك جيداً قبل أن تفهم الآخرين بإدارتهم (Mayer & Salvey, 1990: 188)، ثم قال (Goleman) نحن بدأنا نحكم على الأفراد بمقياس جديد، وهو ليس كم أنت ذكي؟ وإنما كيف أنت ذكي؟ (Brust, 2001: 3).

ج/١: الذكاء الشعوري وأهميته:

يتمثل دور (Goleman) في عرض الذكاء الشعوري كتفكير وسلوك هادفين، إذ قال: بأن الذكاء الشعوري هو مجموعة القدرات التي تتضمن الرقابة الذاتية والحماسة، والمثابرة والإصرار، والقدرة على تحفيز الذات (Goleman, 1995: 34)، فيما أكد كل من (Balkin: 296: 1998, et. al.) من خلال تعريف الذكاء الشعوري أن الأفراد حتى ينجحوا في أعمالهم، فإنهم بحاجة إلى أكثر من السيطرة على الشعور والتعامل مع حالات الغضب بشكل بناء، وقراءة شعور الآخرين، ومن يمتلك هذه المهارات فهو أكثر نجاحاً في مجال العمل والحياة، إذ يبدو الذكاء الشعوري كلاعب فريق جيد في بيئة أعمال اليوم.

وفي مجال أهمية الذكاء الشعوري فقد عدّه (Daft, 2001: 102) بأنه أداة تنبؤ فائقة الأهمية في إنجاز الفرد وأدائه، فيما يعد (Tran, 1998: 101) الذكاء الشعوري أهمية كبيرة كأداة تشخيصية.

وهو بذلك ربما يستخدم على المستويين، الأول: مستوى منظمي واسع، وذلك من خلال تقييم المناخ التنظيمي للمنظمة، كي يتم توضيح قدرتها في تحسين عملية التعلم

الجماعي أو عرقلتها، والثاني: على المستوى الفردي، كي يرشد إلى تطوير الفرد المعين داخل المنظمة.

ج/٢: نماذج الذكاء الشعوري

من خلال الإطلاع على الدراسات التي تناولت نماذج الذكاء الشعوري، فبالإمكان أن ندرجها على شكل جدول (٢) يتضمّن تفاصيلها وبشكل مختصر وهو على النحو الآتي:

جدول (٢) نماذج الذكاء الشعوري

ت	إسم النموذج	تفاصيل النموذج	
		عدد عناصره	مستوياته
١	نموذج (Goleman, 1995)	٥	(فهم الذات، إدارة أو تنظيم الذات، تحفيز الذات) (الاعتناق أو التقمص العاطفي، المهارات الاجتماعية)
٢	نموذج (Maryer & Salovey, 1997)	٣	(تقييم شعور الآخرين، القدرة على إدارة الشعور الذاتي، القدرة على استخدام الشعور في حل المشاكل)
٣	نموذج (Maryer & Salovey, 1997)	٤	(الإدراك الشعوري، التسهيل الشعوري للفكر، الفهم الشعوري، الإدارة الشعورية)
٤	نموذج (Bar-on, 1997)	٥	(إداء الوظيفة الذاتية، المهارات العلاقاتية، التكييفية، إدارة الإجهاد، المزاج العام) (Trabun, 2002: 14)
٥	نموذج (Goleman, 1998)	٤	فهم الذات، تطوير الذات، الفهم الاجتماعي، المهارات الاجتماعية أو إدارة العلاقات)
٦	نموذج (Dulewicz & Higgs, 2000)	٧	(فهم لذات، سهولة التكييف الشعوري، الحساسية بين الأفراد، التأثير، درجة الحدس أو البديهية، الضمير الحي أو الاستقامة)

الجدول من إعداد الباحث

ج/٣: عناصر الذكاء الشعوري

من خلال ما تقدّم ذكره عن النماذج المكوّنة للذكاء الشعوري، فلا بد لنا من التطرّق لعناصر الذكاء الشعوري المتمثلة بالمقدّرات الشعورية التي يمكن تعلّمها، وعلى أساسها يتم بناء هذا النوع من الذكاء، وهي التي تقود إلى بناء أداء بارز في العمل، كما تمثّل عناصر الذكاء الشعوري مجموعة من المهارات المحللة الموصوفة والمصنّفة التي تؤدّي دوراً كبيراً في مهنتهم وأداء وظائفهم، وهي تسهم بشكل أكبر في نجاح الأفراد بنسبة إثنان إلى واحد بالمقارنة مع المهارات الفنيّة والتخصصية التي يمتلكها العديد من القادة الأقياء، والقاعدة الذين يمتلكون مثل هذه المهارات ويظهرونها بدرجة عالية، يكونون أكثر فاعلية عن أولئك الذين يفتقدون إليها أو يمتلكونها بدرجات منخفضة (Hill & Jones, 2001: 17).

ولفهم عناصر الذكاء الشعوري فقد تم اختيار نموذج (Goleman, 1998) من النماذج التي ذكرت سابقاً كون عناصره تتسم بالشمولية وهي على النحو الآتي:

١- فهم الذات (Self Awareness)

يشكل فهم الذات الحجر الأسس لعناصر الذكاء الشعوري، فهو يعرف الأشياء التي تحفز الفرد وتأثير ذلك على الآخرين. (Goleman, 1998: 54)

٢- إدارة الذات (Self Management)

وتعنى هذه الإدارة بالتوجه الإيجابي للأزمة والاندفاعات، بحيث يتم من خلالها السيطرة على المواقف الخارجية وتوجيهها بشكل نافع، وهو يشكل إلى جانب فهم الذات المقدرات الجوهرية التي يجعل من متميزين (مبدعين) في الأداء، ومن الصفات التي لا بد أن يتحلّى بها الفرد في إدارة الذات، هي أن يكون صادقاً ومتفاعلاً ولديه القابلية على تقبل التغيير وكذلك القدرة على التعامل مع المواقف التي تتسم بالغموض وأن يحفز دافع الإنجاز. (Goleman, 1998: 82)

٣- الفهم الاجتماعي (Social Awareness)

يتمثل الفهم الاجتماعي بحساسية مع الثقافات والبيئات الأخرى وتقديم خدمة متميزة للزبائن والكفاءة في تطوير الأفراد والاستفادة منهم (Goleman, 1998: 103)، لذا فإن الأفراد الجيدين في تحديد شعور الآخرين هم الأكثر نجاحاً في حياتهم العملية والاجتماعية.

٤- إدارة العلاقات (Relationship Management)

تمثل إدارة العلاقات القدرة على بناء وإدارة العلاقات الاجتماعية بصورة فاعلة، وتتضمن بعض المقدرات الفرعية، فالقدرة على إدارة التغيير بفاعلية بناء وقيادة فرق العمل، والقدرة على الإقناع والتأثيرات وإدارة الصراع (Goleman, 1998: 193)، فيما عدّها (Robbins, 2001: 109) بأنها تمثل القابلية على التعامل مع مشاعر الآخرين.

ثالثاً: الإطار التطبيقي.

لكي يتم الوقوف على أهمية وأهداف البحث، ومعرفة من الوصول إليها وتحقيقها، تم تطبيق الموضوع في الواقع العملي، وتحليله، والتعرف على النتائج، والوصول إلى أهم

الاستنتاجات والتوصيات.

١- وصف مفردات عينة البحث

اتضح من خلال توزيع استمارات الاستبانة على أفراد عينة البحث المتمثلين بمعاون المدير العام ومدراء أقسام كل من دوائر (مستشفى الحكيم، مستشفى الصدر التعليمي، مستشفى الزهراء عليها السلام للولادة والأطفال).

وبعد تفريغ البيانات التي حصل عليها الباحث من الاستمارات البالغ عددها (١٤) استمارة موزعة وفقاً لما يأتي:

أ) توزيع أفراد عينة البحث حسب العمر والتحصيل العلمي والخدمة الوظيفية

تبين من الجدول (٣) أن معدل (١٤,٣٪) يشير إلى الفئة العمرية (٣٥-٤٤ سنة) فيما تضمن معدل (٥٧,١٪) الفئة العمرية (٤٥-٥٤ سنة)، في حين دلّ معدل (٢٨,٦٪) على الفئة العمرية (٥٥ سنة فأكثر)، وهذا يدل على أكثر من نصف أفراد العينة هم من الفئة العمرية (٤٥-٥٤ سنة)، ويلبها في ذلك الفئة العمرية (٥٥ سنة فأكثر)، ومن ثم (٣٥-٤٤ سنة)، أما بالنسبة لمتغير التحصيل العلمي تبين أن معدل (٢١,٤٪) يمثل أفراد العينة الحاصلين على شهادة الدبلوم التقني، فيما يمثل معدل (٢١,٤٪) يمثل أفراد العينة الحاصلين على شهادة البكالوريوس، في حين دلّ معدل (٥٧,١٪) على أفراد العينة الحاصلين على شهادة الدبلوم العالي، إذاً فالأغلبية (أكثر من نصف أفراد العينة) هم من حملة شهادة الدبلوم العالي، وهذا يمثل الوعي والإدراك والشعور الجيد لأفراد العينة.

في حين مثل متغير الخدمة الوظيفية في المنظمة الحالية معدل (٧,١٪) ممن لديهم خدمة وظيفية (أقل من ٣ سنوات)، فيما دلّ (٢٨,٦٪) على من لهم خدمة وظيفية (٦-١٠ سنوات)، وبين معدل (٦٤,٣) ممن لهم خدمة وظيفية (أكثر من ١٠ سنوات)، وفعالية أفراد العينة هم ممن لديهم خدمة وظيفية في المنظمة الحالية (أكثر من ١٠ سنوات) مما يدل على تحلي أفراد العينة بالخبرة والمهارة في العمل.

جدول (٣) نماذج الذكاء الشعوري

الخدمة الوظيفية في المنظمة الحالية			التحصيل العلمي			العمر			الخصائص
أكثر من ١٠ سنوات	١٠-٦ سنوات	أقل من ٣ سنوات	دبلوم عالي	بكالوريوس	دبلوم تقني	٥٥ سنة فأكثر	٤٥-٥٤ سنة	٣٥-٤٤ سنة	
٩	٤	١	٨	٣	٣	٤	٨	٢	التكرار
٦٤,٣	٢٨,٦	٧,١	٥٧,١	٢١,٤	٢١,٤	٢٨,٦	٥٧,١	١٤,٣	النسبة المئوية

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

ب) توزيع أفراد عينة البحث

تم توزيع أفراد عينة البحث كلا حسب حجم المنظمة التي يعملون فيها، وحسب عدد الموظفين والمنصب الإداري الذي يشغلونه، ومرات الإبداع التي تميزوا بها خلال خدمتهم الوظيفية.

تبين من الجدول (٤) أن معدل (٦٤,٣٪) يمثل من (١-٥٠ موظف)، فيما يشير معدل (١٤,٣٪) إلى (٥١-١٠٠ موظف)، في حين دلّ معدل (٢١,٤٪) على (١٥١ موظف فأكثر)، مما يدل على أن أغلبية أفراد العينة يعملون بحجم منظمة يعمل فيها عدد من موظفين (١-٥٠ موظف)، يليها بعد ذلك (١٥١ موظف فأكثر)، ثم (٥١ - ١٠٠ موظف)، وهذا يشير إلى تمثّلها بالمنظمات ذات عدد الموظفين القليل نسبياً، واتخاذ شكل الفرق في بعض الأحيان، فضلاً عن قوة العلاقة والثقة فيما بين الموظفين أنفسهم، وكذلك فيما بين الموظفين ومديرهم، أما بالنسبة لمتغير المنصب الإداري الذي يشغله، فقد مثل معدل (٢٨,٦٪) منصب مدير عام، فيما مثل معدل (٥٧,١٪) منصب رئيس قسم، وأخيراً تضمن معدل (١٤,٣٪) منصب المستوى الإداري الإشرافي، مما يدل على أن أغلبية أفراد العينة يتولون منصب رئيس قسم، يلي ذلك منصب معاون مدير، ومن ثم منصب المستوى الإداري الإشرافي، في حين تضمن متغير عدد مرات الإبداع التي تميزوا بها خلال خدمتهم الوظيفية، معدل (١٤,٣٪)، والذي يدل على أن (١-٣ مرات)، ويشير معدل (٣٥,٧٪) إلى (٣-٦ دورات)، فيما تضمن معدل (٧,١٪) على (٧-٩ مرات)، في حين شكل معدل (٤٢,٩٪) (١٠ مرات فأكثر)، مما يدل على ذلك أن أغلب أفراد العينة قد تميزوا بالحالات الإبداعية بـ (١٠ مرات فأكثر)، يلي ذلك (٣-٦ مرات)، ومن ثم (١-٣ مرات) يليه (٧-٩ مرات) مما يؤثر إيجاباً على البحث كون أفراد العينة قد تميزوا وأبدعوا في مجال عملهم ومن ثم الإبداع والذكاء

الشعوري والذكاء الإدراكي.

جدول (٤)

توزيع أفراد عينة البحث حسب حجم المنظمة التي يعملون فيها وحسب عدد الموظفين والمنصب الإداري الذي يشغلونه وعدد مرات الإبداع التي تميزوا بها خلال خدمتهم الوظيفية

الخصائص	حجم المنظمة التي تعمل فيها حسب عدد الموظفين			المنصب الإداري الذي يشغله			عدد مرات الإبداع التي تميزوا بها خلال خدمتهم الوظيفية		
	٥٠-١ موظف	١٠٠-٥١ موظف	١٥١ موظف فأكثر	معاون مدير عام	رئيس قسم	المستوى الإداري الإشرافي	٣-١ مرات	٦-٣ مرات	٩-٧ مرات فأكثر
التكرار	٩	٢	٣	٤	٨	٢	٢	١	٦
النسبة المئوية	٦٤,٣	١٤,٣	٢١,٤	٢٨,٦	٥٧,١	١٤,٣	١٤,٣	٧,١	٤٢,٩

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

ج) تحليل متغيرات البحث

يتمثل المحور الثاني في الاستبانة تعريفات الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي، إذ تضمن الذكاء الشعوري تسعة خيارات، وشمل الذكاء الإدراكي خيارين إثنيين، علماً أن تسعة خيارات للذكاء الشعوري هي كلها تعريفات صحيحة له، وكذلك خيار الذكاء الإدراكي أيضاً له تعريفات، وقد وضعت تلك التعريفات كخيارات لمعرفة مدى استيعاب ومعرفة المستجيب لها.

تبين من الجدول (٥) أن معدل (٣٥,٧٪)، اختاروا الذكاء الشعوري هو عملية تحديد الشعور ($7a_1$)، فيما مثل معدل (٣٥,٧٪) الذي اختاروا (الذكاء الشعوري هو استيعاب الشعور) ($7a_2$)، في حين يشير معدل (٤٢,٩٪) إلى (الذكاء الشعوري هو فهم الشعور) ($7a_3$)، ودلّ معدل (٣٥,٧٪) على (الذكاء الشعوري هو إدارة الشعور) ($7a_4$)، أما معدل (٢٨,٦٪) فتضمن (الذكاء الشعوري هو تنظيم القابليات الإدراكية للتوافق مع المتطلبات والضغوط البيئية) ($7a_5$)، فيما شمل معدل (٥٧,١٪) على الذكاء الشعوري هو التعرف على شعورنا الشخصي وشعور الآخرين) ($7a_6$)، في حين مثل معدل (٥٠٪) على (الذكاء الشعوري هو أن نكون قادرين على تمييز أنفسنا للقيام بعملنا) ($7a_7$)، بينما ظهر معدل (٥٧,١٪) ليدلّ على (الذكاء الشعوري هو أن نكون مبدعين في عملنا، وأن يكون أداؤنا في ذروته) ($7a_8$)، ويشير معدل (٦٤,٣٪) إلى (الذكاء الشعوري هو أن نشعر بما يشعر به الآخرون، وان تستخدم العلاقات بفاعلية) ($7a_9$)، وللإشارة إلى أهمية تلك التعاريف

على المستجيبين ظهر أن التعريف (7a₉) أكثر أهمية بالنسبة لهم إذ شغل معدل (٦٤,٣٪)، وما تلا ذلك بالأهمية كل من التعريفات (7a₈، 7a₆)، إذ تضمن معدل (٥٧,١) لكل منها، فيما شمل التعريف (7a₇) على معدل (٥٠٪) يلي ذلك في أهمية التعريف (7a₃)، إذ كان بمعدل (٤٢,٩٪)، ثم التعاريف (7a₁ و 7a₂ و 7a₄)، إذ معدل (٣٥,٧٪)، وأخيراً شمل التعريف (7a₅) معدل (٢٨,٦٪).

أما بالنسبة لمتغير الذكاء الشعوري، فقد مثل معدل (٥٧,١٪) الذين اختاروا (الذكاء الإدراكي هو يتضمن بيانات جديدة ضمن هياكل موجودة من الترابط والفهم) (7b₁)، فيما تضمن معدل (٧٨,٦٪) (الذكاء الإدراكي هو يتضمن بصائر ضمن هياكل موجودة من الترابط والفهم) (7b₂)، وللإشارة إلى أهمية هذين التعريفين للذكاء الإدراكي) فقد ظهر مثل التعريف (7b₂) أكثر أهمية، إذ بلغ معدل (٧٨,٦٪)، تلا ذلك التعريف (7b₁)، إذ مثل معدل (٥٧,١٪)، في حين بالنسبة لمتغيرات المحور الثالث الإبداع بعوامله وأبعاده من خلال تعلم الذكاء الشعوري المتمثلة بالأسئلة (١-١١) وبفرعيها (أ، ب) فقد مثل (٥,٧٣٦١) أعلى وسط حسابي لكل من المتغيرات (ما أهمية تجزئة الأهداف إلى خطوات سهلة التطبيق لي؟) و(ما مدى أهمية بناء الدعم المالي والمعنوي لعملية الإبداع لي؟) و(ما مدى أهمية منع الانتكاسة ثاني، إعادة تشكيل الهفوات وجعلها فرصاً للتعلم، وتخفيض إمكانية ظهورها مستقبلاً؟)، مما يشير إلى عظم أهمية وتأثير ذلك المتغير على الإبداع خلال مراحل تعلم الذكاء الشعوري في ضوء الاستجابات، فيما شكل (٤,٢٣١٨) أدنى وسط حسابي للمتغير (ما هو المقدار على الطرق التجريبية من جراء الإبداع لي؟)، مما يشير إلى قلة وضعف الدعم المالي والمعنوي لعملية الإبداع وبالتالي قلة أهمية وتأثير ذلك المتغير على الإبداع خلال مراحل تعلم الذكاء الشعوري في ضوء الاستجابات كونه غير متوفر حالياً وليس كونه غير مهم.

فيما سجل المتغير (ما هو المقدار الموجود من تعظيم استغلال الفرص من جراء الإبداع لي؟) أكبر انحراف معياري (٢,٠٥١) والذي يدل على تفاوت في آراء العينة حول الوسط الحسابي بشأن ذلك المتغير، في حين مثل كل من المتغير (ما مدى أهمية بناء الدعم المالي والمعنوي من عملية الإبداع لي؟) والمتغير (ما مدى أهمية منتج الانتكاسة ثانية - إعادة تشكيل الهفوات وجعلها فرصاً للتعلم وتخفيض إمكانية ظهورها مستقبلاً؟) أقل انحراف

معياري (٢٥٢١٤) والمتغيران الأساسيان اللذان يدلان على تفاوت في آراء العينة حول الوسط الحسابي بشأن هذين المتغيرين الاثنين:

جدول (٥)

التكرارات بالنسبة المئوية للمتغيرات الفرعية للذكاء الشعوري والإدراكي

	X7a1	X7a2	X7a3	X7a4	X7a5	X7a6	X7a7	X7a8	X7a9	X7b1	X7b2
Freq.	5	5	6	5	4	8	7	8	9	8	11
Perc.	35.7	35.7	42.9	35.7	28.6	57.1	50	57.1	64.3	57.1	78.6

ملاحظة: يتضمن السؤال السابع الخاص بالذكاء الشعوري (X7a) تسعة خيارات، لذا فالمستجيب قد يختار واحداً أو اثنين أو كلها، بالتالي فإن كل خيار يمثل مجموعة تكرار (١٤) ونسبة (١٠٪) وكذلك الحال بالنسبة للسؤال السابع بالذكاء الإدراكي (X7b)

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

(د) علاقات الارتباط بين متغيرات البحث

تضمن فرضيات البحث ثلاث فرضيات، تمثلت الأولى بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي، فيما كانت الثانية وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الشعوري وعلاقة الإبداع، في حين جاءت الثالثة لتشير إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الذكاء الإدراكي والذكاء الشعوري.

يظهر الجدول (٦) مصفوفة علاقة الذكاء الشعوري والإدراكي مع علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري، إذ يمثل (Z_1) الذكاء الشعوري، و(Z_2) الذكاء الإدراكي، فيما تمثل (Z_3) علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري، إذ مثلت العلاقة بين (Z_1 و Z_2) مقدار (٠,٣٨٠) والتي تدل على العلاقة الطردية المتوسطة بين متغير الذكاء الشعوري (Z_1)، ومتغير الذكاء الإدراكي (Z_2)، فيما كانت P-Value لها (٠,٧٢) تدل على اختلافها مع الفرضية الأولى كونها غير معنوية، كما بينت العلاقة بين (Z_1 و Z_3) مقدار (٠,٣١٣)، التي تدل على العلاقة الطردية الضعيفة بين متغير الذكاء الشعوري (Z_1) ومتغير الإبداع بالذكاء الشعوري (Z_3)، فيما كشف P-Value لها (٠,١٣٢) عن علاقة غير معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على اختلافها مع الفرضية الثانية كونها غير معنوية، وأخيراً مثلت العلاقة بين (Z_2 و Z_3) مقدار (٠,٢٤٤)، والتي تدل على العلاقة الطردية الضعيفة بين متغير الذكاء الإدراكي (Z_2)

ومتغير علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري (Z_3)، فيما دلت P-Value لها (٠,٣١٨) تدل على علاقة غير معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) مما يدل على اختلافها مع الفرضية الثالثة كونها غير معنوية.

جدول (٦)

مصفوفة علاقة الذكاء الشعوري والإدراكي مع علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري

		Z1	Z2	Z3
Z1	Correlation Coefficient	1.000	0.380	0.0313
	Sig(2-Tailed)	-	0.72	0.132
	N	14	14	14
Z2	Correlation Coefficient	0.380	1.000	0.244
	Sig(2-Tailed)	0.72	-	0.313
	N	14	14	14
Z3	Correlation Coefficient	0.0313	0.244	1.000
	Sig(2-Tailed)	0.132	0.313	-
	N	14	14	14

Z1 = يمثل (X7a) الخاص بخيارات الذكاء الشعوري في الاستبانة.

Z2 = يمثل (X7b) الخاص بخيارات الذكاء الإدراكي في الاستبانة.

Z3 = يمثل (X8 - X18) الخاصة بأسئلة محور الإبداع خلال مراحل تعلم الذكاء الشعوري في الاستبانة.

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي.

كما تقدم تظهر علاقات الارتباط بين متغيرات البحث عموماً متراوحة ما بين الطردية المتوسطة إلى الطردية الضعيفة، إلا أنها غير معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، إذ نلاحظ العلاقة بين (Z_2 و Z_1) طردية متوسطة وغير معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، فيما كانت العلاقة بين (Z_3 و Z_1) علاقة طردية ضعيفة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، في حين جاءت العلاقة بين (Z_3 و Z_2) علاقة طردية ضعيفة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وذلك مما يؤكد مشكلة البحث في كون دور الإبداع في المنظمات العراقية لا يزال قليلاً، ويفتقر إلى الاهتمام والتركيز عليه، والنظرة التقليدية للعديد من المدراء وقادة تلك المنظمات إلى الإبداع، كونه إنفاقاً للمبالغ دون الاستفادة منه.

رابعاً: الاستنتاجات والتوصيات.

أ) الاستنتاجات

من خلال مجريات البحث فقد تم التوصل إلى الاستنتاجات الآتية:

١- يلعب الإبداع دوراً فاعلاً في تنمية وتطوير الأداء لكافة القوى العاملة في المنظمة،

والمدرء والقادة بشكل خاص، إذ يعد ذلك السبب الأساس الاهتمام وتركيز المنظمات ذات المواصفات العالمية المبدعة في مختلف مجالات عملها، إذ خصصت بعض المنظمات برامج متطورة للإبداع لتتمكن من صقل مواهب وأفكار أفرادها العاملين وتطويرهم نحو الأفضل.

٢- أصبح موضوع الإبداع الأساس في التمييز بين المنظمات الأكثر نجاحاً والمنظمات الأقل نجاحاً لما يمثله من حقل خصب لاكتشاف المهارات في مجال إدارة الموارد البشرية، مما أوجب على بعض المنظمات بتخصيص إدارة تهتم في مجال الإبداع لما لها دور إيجابي في عملية التخطيط.

٣- يعد الإبداع قياساً لكفاءة أداء الفرد في المنظمة، وإن التأثير الإيجابي للإبداع على الفرد سيزيد من ثقته بنفسه، مما يسهم بالتالي في تحسين وتطوير عمله على مستوى المنظمة.

٤- يعتبر الذكاء الشعوري من الدعائم الأساسية لرأس المال الفكري للمنظمة عموماً في بيئة العمل، ولرأس المال البشري خصوصاً، كونه الصفة المميزة بين الأفراد.

٥- يعد الذكاء الشعوري عاملاً مهماً وحاسماً في نجاح الأفراد على المستوى الشخصي، وفي مجال العمل داخل المنظمة، وكذلك الحياة الاجتماعية، ولا يتم ذلك إلا بوجود الإبداع لتحقيق ذلك الذي أصبح سمة العصر ليتمكن من مواكبة التغيرات البيئية المتسارعة.

٦- تُظهر إحدى نقاط التقاء الإبداع والذكاء الشعوري كون الإبداع يمثل الحقل الخصب لاكتشاف المواهب والمهارات في مجال إدارة الموارد البشرية، بينما يُعتبر الذكاء الشعوري من الدعائم الأساسية لرأس المال الفكري، فكلاهما يركزان على الفرد وسبل الإرتقاء به.

ومما تقدم، فإن علاقات الإرتباط التي ظهرت بين متغيرات البحث (الذكاء الشعوري والذكاء الإدراكي وعلاقة الإبداع بالذكاء الشعوري) عموماً متراوحة ما بين الطردية المتوسطة إلى الطردية الضعيفة، إلا أنها غير معنونة عند مستوى معنونة (٠,٠٥)، وهذا ما يؤكد مشكلة البحث في كون دور الإبداع في المنظمات العراقية لا يزال قليلاً، ويفتقر إلى

الإهتمام والتركيز عليه والنظرة التقليدية من وراء وقادة المنظمات إلى الإبداع كونه للمبالغ دون الإستفادة منه.

أ) التوصيات:

١- ضرورة إهتمام وتركيز المنظمات العراقية على عامل الإبداع والذكاء الشعوري بشكل كبير، لكي تواكب منظمات ذات مواصفات عالمية في بيئة العمل.

٢- ينبغي من المنظمة أن تدعم المبدعين مادياً ومعنوياً للطاقات والموارد التي تكمن عند الأفراد، خاصة وأنها تمثل رأس المال الفكري، لما له الأثر البالغ في نجاح المنظمات وتميزها في بيئة العمل.

٣- لكي يكون الإبداع ناجحاً وحيوياً في منظماتها، ينبغي إعتبره جزءاً مهماً من الذكاء الشعوري وضرورة وضع برامج تعنى بهذا المجال، وبدون ذلك يعد الإبداع فاشلاً.

الملخص:

نظراً للتطورات التكنولوجية المتسارعة التي يمر بها عالمنا اليوم لذا فقد أصبح موضوع الإبداع من المواضيع بالغة الاهتمام والتي إن تم التركيز عليه فإنه سيقود منظمات الأعمال كمدراء وقادة إلى نجاحات مستمرة وان غياب النواحي النفسية والاجتماعية في المجالات الإدارية ذات الصلة بها وفقدان حالات عدم التركيز(عدم الإبداع) سيؤدي على العموم إلى حالات لا يحمد عقباه في المنظمة كونها تدور في إطار بيئتين ديناميكيتين متطورتين ((البيئة الداخلية والبيئة الخارجية)).

لذا برزت أهمية البحث من خلال الربط بين الإبداع وتعلم الذكاء الشعري بغية استفاد الفرد والمنظمة من حالات الإبداع التي تظهر في العمل، علماً إن الإبداع يمثل نتيجة فاعلة من نتاجات الذكاء الشعوري المهمة والرئيسة.

يهدف البحث إلى ربط الإبداع بتعلم الذكاء الشعري ومحاولة تنمية وتطوير معلومات ومهارات وقدرات القوى العاملة في المنظمة وإظهار دور الإبداع عند الأفراد بشكل خاص،

والمنظمات بشكل عام، وتوضيح مواضيع الذكاء والشعور، والذكاء الشعوري، ثم التعرف على مراحل عملية تعلم الذكاء الشعوري بصورة عامة ومرحلة الإبداع بصورة خاصة. وتوصل البحث إلى أهم استنتاج وهو إن الذكاء الشعوري يعد عاملاً مهماً وحاسماً في نجاح الأفراد وعلى المستوى الشخصي، وفي مجال داخل المنظمة وكذلك الحياة الاجتماعية ويظهر ذلك جلياً من خلال الإبداع المتحقق من جراءه.

Abstract

Owing to the technological development, which our world witnesses today, innovation has become so important, and if it is focused on, the managers and headmen of labour associations will certainly achieve success in many aspects of life. It is necessary to mention that absence of concentration, and lack of supporting psychological social bases (no innovation), the administration issue will face many problems, and eventually undergo unwanted failure. The reason is that the association will move in two different dynamic developing environments (internal and external).

In this regard, it has become important to make investigations regarding connecting between innovation and sentimental smartness so that both people and associations will make use of innovation appearing in the work, because innovation represents an effective result of the sentimental smartness..so important and basic.

This research aims at linking between innovation and learning sentimental smartness, and an attempt to develop and promote information and skills and abilities of the working personnel in the association and showing the role of the people's innovation in particular, and the association in general. Also it is necessary to determine the topics of smartness and feeling, and the sentimental smartness, then get acquainted with the stages of the learning sentimental smartness in general, and the stage of innovation in particular.

The researcher has got the most important supposition, showing that the sentimental smartness is an important crucial factor in the individuals' success, and also inside the association, and even personal affairs of people. This is clearly appears through innovation achieved.

هوامش البحث

(١) انظر الملحق (١)

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر والراجع العربية:

القرآن الكريم

(أ) الكتب

- ١- أنيس إبراهيم وآخرون، "المعجم الوسيط"، المجلد الأول، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، بدون تاريخ.
- ٢- جواد، شوقي ناجي، "إدارة الأعمال - منظور كلي"، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٠.
- ٣- جواد، شوقي ناجي، "سلوك تنظيمي سلوك الأفراد في المنظمات"، ط١، دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، عمان، بلا.
- ٤- جواد، شوقي ناجي، "سلوكيات الإنسان انعكاساتها على إدارة العمال"، دار الحكمة للطباعة والنشر، بغداد، ١٩٩٢.
- ٥- حريم، حسين، "إدارة المنظمات - منظور كلي"، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، بلا.
- ٦- حريم، حسين، "السلوك التنظيمي وسلوك الأفراد في المنظمات"، ط١، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٢.
- ٧- حمود، خضير كاظم، "السلوك التنظيمي"، ط١، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٢.
- ٨- خياط يوسف، "ابن منظور-لسان العرب المحيط"، دراسات لسان العرب، بلا.
- ٩- الصرن، رعد حسن، "إدارة الابتكار والإبداع- كيف تخلق بيئة ابتكارية في المنظمات"، ج٢، ط١، دار الرضا للنشر، سوريا، ٢٠٠١.
- ١٠- الصرن، رعد حسن، "الابتكار والإبداع: الأسس التكنولوجية وطرائق التطبيق"، ج١، دار الرضا للنشر، سوريا، ٢٠٠٠.
- ١١- فضل الله، فضل الله علي، "القيادة الإدارية في الإسلام"، ط١، مطابع المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض، ١٩٩٦.
- ١٢- القريوتي، محمد قاسم، "السلوك التنظيمي - دراسة للسلوك الإنساني الفردي والجماعي في المنظمات المختلفة"، ط٣، الإصدار الأول، الشروق للدعاية والإعلان والتسويق، عمان، ٢٠٠٠.

- ١٣- القريوتي، محمد قاسم، "السلوك التنظيمي"، ط١، دائرة المكتبات والوثائق الوطنية، عمّان، ١٩٨٩.
١٤- اللوزي، موسى، "التطوير- أساسيات ومفاهيم حديثة"، ط٢، دار النشر، عمّان، ٢٠٠٣.
١٥- ميرديث، جاك، صموئيل، "إدارة المشروعات"، ترجمة د. م سرور، إبراهيم علي، دار المريخ للنشر، السعودية، بلا.

ب) الرسائل الجامعية والبحوث

- ١- العاني، أريج سعيد خليل، "المحددات التنظيمية وتأثيرها في الإبداع والأداء المنطقي"، دراسة ميدانية في شركة تعبئة الغاز"، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، ٢٠٠٢.
٢- العزاوي، بشرى هاشم، "سياسة تحفيز الموارد البشرية العاملة وعلاقتها بالإبداع التنظيمي"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، ٢٠٠٠.
٣- القريوتي، محمد قاسم، "إدارة الإبداع"، المؤتمر العلمي الأول، جامعة الإسرائ، الأردن، ٢٠٠٥.
٤- الكبيسي، صلاح الدين عواد، "إدارة المعرفة وأثرها بالإبداع التنظيمي"، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، الجامعة المستنصرية، بغداد، ٢٠٠٢.
٥- الملوك، جلال سعد، "أثر استراتيجية التمكين في تعزيز الإبداع المنظمي"، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الموصل، ٢٠٠٢.
٦- نجم، عبود نجم، "الابتكار الإداري معاولة من أجل التفسير والتصميم"، جامعة العلوم التطبيقية والإدارية، الأردن، ٢٠٠٥.

ج) الدوريات

- ١- الدهان، أميمة، "الإبداع والسلوك الإبداعي للعاملين في المنظمة"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد الحادي عشر، العدد ٢٦، ١٩٨٩.
٢- الدهان، أميمة، "نظريات منظمات الأعمال"، ١٩٩٢.
٣- العامري، عامر عبد اللطيف، "علاقة التدريب بالذكاء الشعوري - دراسة استطلاعية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، جامعة كربلاء، العدد ٢١.
٤- العنزي، سعد علي والطائي، إبراهيم خليل، "الذكاء الشعوري - مدخل مفاهيمي"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد الحادي عشر، العدد (٣٨) و (٩٧)، ٢٠٠٥.

د) شبكة الأنترنت العربي

- ١- دار المعرفة للتنمية البشرية، "الإبداع في العمل دليل عمل للتفكير الإبداعي"، ٢٠٠٥.
<http://www.lsLsmtody.net>
٢- العديلي، ناصر محمد، "ثقافة الإبداع والتجديد في منظمات العمل"، مركز آفاق الإبداع الإداري والجودة، مجلة التدريب والتقنية، ٢٠٠٥. <http://www.chmq.com>

ثانياً: المصادر الإنكليزية

A) Books

1. Adiar, Jhon, "**Management Decision Making**", Gower Publishing , 1985.
2. Anastasi, A., "**Psychological Testing**", U.S.A., Prentice Hall, 1997.
3. Balkin, D., Gomez, L.R, & Card, R.L., "**Managing Human Resource**", 2nd, ed, New Jersey, Prentice-Hall, 1998.
4. Bar On, R., "**The Emotional Quotional Inventory (EQI)**", Toronto Mutti-Health Systems inc., 1997.
5. Clack, M. & Fiske, S., "**Affect and Cognition**", London, hawrece, Erlbaum Association Publisher, 1982.
6. Colline, P. H. "**Dictionary of Business**", 2nd, ed Universal Book, press New Delhi, 1995.
7. Daft R.L., "**Management**", 3rd., ed, Dryden press, Florida, 1994.
8. Daft R.L., "**Management**", 6rd., ed, South Western college Publishing 2003.
9. Drucker Peter, "**Innovation and Entrepreneurship**", Christensen Clayton, 1985.
10. Gardner, H., "**Forms of Mind: the Theory of Multiple Intelligence**", New York, Bask Books, 1983.
11. Goetsch, David, & Stanter, B., "**Introduction to Total Quality**", 2nd., ed., Prentice Hall, Inc, New Jersey, 1997.
12. Goleman, D., "**Emotional Intelligence**", New York, Bantan Books, 1995.
13. Goleman, D., "**Working With Emotional Intelligence**", New York, Bantan Books, 1998.
14. Hicks, James, O., "**Management Information System**", 3rd, ed., New York, West Publishing Co.,1993.
15. Hill, Charles, W., L., & Jones Gareth R., "**Strategy Management Theory**", 5ed, New York, H., Muffling Co., 2001.
16. Jose Tidd & John, Bessant & Keith, Powit, "**Management Innovation**", 2nd, ed, John Wiley & Sons Ltd, On gland, 2000.
17. Moorhead, Gregoy & Griffin Ricky W., "**Organization & Behavior**", Princeton, New Jersey, 1995.
18. Newstorm, John., W. & Sowis, K., " **Organization & Behavior Human Behavior at wark**", 10th, ed., McGraw, Hill, USA, 1997.
19. Robbins, S.P. & Couter, , M., "**Management**", 6th, ed., N.J. Prentice, Hall 1999.
20. Robbins, Stephen, M., "**Organizational Behaviors**", 9th, ed., Prentice, Hall New Delhi, 2001.
21. Roffins, S. P. & Guiltier, "**Management**", 6th, ed., Prentice, Hall, Ince, New Jersey, 1999.
22. Schermerhorn, John, R. et al, "**Management and Organizational Behavior**", John Widely & Sons, U. S. A., 1996.

23. Spence W., R., "**Innovation: The Communication of Change In Ideas Practices and Products**", Chapman of Hall, London, 1994.
24. Swannell, Julia, "**Oxford Modern English Dictionary**", Oxford Clare don, press, 1993.
25. Tran, V., "**The Rule of the Emotional Climate in Learning Organization**", The Learning Organization, 1998.

B) Journal

1. Amabile, Teresa, "**How to kill Creativity, Harvard Business Review**", September, October, 1998.
2. Cutler, Lonards, Creativity, Essential to Technological Innovation, "**Research Technology Management**", New Dec, Vol., 34, 2000.
3. Dulewicz, S. V. & Higgs, M. J. "**Emotional Indigence: A Review An Evaluation Study**", Journal of Management Psychology, 15 (u), 2000.
4. Forgas, J. P., "**Sad and Guilty: Affective Influences on The Explanation of Conflict in Close Relationship**", Journal of Personality and Social Psychology, V. (66), 1994.
5. Harmon, Patricia, "**Emotional Intelligence: Another Management Fad or a Skill of Leverage**", Center of Quality of Management, Journal, Vol. 9 No1, 2000.
6. Marinus, Los,;Crativity and Technological Innovation in the United State, "**Research Technology Management**", New. Dec., Vol. 43 Issue 6., 2000.
7. Mayer, J., D., & Salovey, P., "**Emotional Intelligence**", Imagination Cognition and Personality, Vol. 27, 1990.

C. Internet English

1. Brust, B., W., 2000 "**Emotional Intelligence: Leader's Guide**", www.CRMlearning.com
2. Chernuss, C., et. Al, 2002, "**A Technical Report Issued By The Consortium for Research on Emotional Intelligence in Organizations**", www.eiconsortium.com
3. John, A., "**The Foundation for Innovation**", 2003. <http://www.customermanufacturingGroup.com>
4. Kexin, et. Al, "**Product Decision**", Chapters 10, 1990. www.Amazon.com
5. Manger Quality & Marketing, "**Innovation Management Policy**", University Librarian Quality & Marketing Manager, 2004. <http://www.Lsbrary.uow.au>
6. Schnmper, J., "**Business Cycles**", McGraw Hill, New York, 1934. <http://www.Innovation.cc>
7. Wild, Rein, "**Innovation: A Contribution to the Philosophy of the Future**", University of Maastricht, 2000. <http://www.paperforpolicy.Agendasforstainable.com>
8. <http://www.ait25.com>.

الملحق (١)

استمارة الاستبانة

السيد المدير أو المسؤول المحترم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

إن الاستبيان الذي بين يديك هو جزء من مشروع بحث تحت موضوع (علاقة الإبداع بالذكاء الشعوري - دراسة استطلاعية على عدد من دوائر الدولة الخدمية التابعة لدائرة صحة محافظة النجف الأشرف).

ببالغ الاعتزاز أتقدم إليك برجاء معاومتنا في استيفاء الفقرات المؤشرة في متن هذه الاستمارة وفق ما هو مطبق فعلاً في منطقتك، وليس وفق ما تراه صائباً، والتي ستستخدم لأغراض البحث العلمي، علماً أن البيانات المدونة كافة ستتسم بطابع السرية والأمانة العلمية، وإن مساهمتك سيكون لها الأثر البالغ في مساعدتي ونجاح مهمتي..
معهُ تمنياتي بالموفقية والنجاح...

الباحث

أرشد عبد الأمير جاسم

المحور الأول: معلومات عامة

ملاحظة: الرجاء وضع إشارة (X) في المكان المناسب

- ١- العمر أقل من ٢٥ ٢٦-٣٤ ٣٥-٤٤ ٤٥-٥٤ ٥٥ سنة فأكثر
- ٢- التحصيل العلمي: إعدادية بكالوريوس دبلوم عالي ماجستير دكتوراه
- ٣- الخدمة الوظيفية في المنظمة الحالية: أقل من ٣ سنوات ٣-٥ سنوات ٦-١٠ سنوات أكثر من ١٠ سنوات
- ٤- حجم المنظمة التي تعمل فيها حسب عدد الموظفين من ١- ٥٠ موظف ٥١- ١٠٠ موظف ١٠١ - ١٥٠ موظف من ١٥١ موظف فأكثر
- ٥- المنصب الإداري الذي تشغله: معاون مدير عام رئيس قسم المستوى الإداري الأوسط المستوى الإداري الإشرافي
- ٦- عدد المرات التي تميزت فيها خلال خدمتك الوظيفية ١-٣ مرة ٤-٦ مرة ٧-٩ مرة ١٠ مرات فأكثر

المحور الثاني: أدناه تعريفات الذكاء الشعوري، الذكاء الإدراكي، راجين تأشير التعريف أو التعريفات التي تراها تتفق مع كل منهما.

الذكاء الإدراكي	الذكاء الشعوري
<ul style="list-style-type: none"> - يتضمن بيانات جديدة ضمن هياكل موجودة من الترابط. - يتضمن بصائر ضمن هياكل موجودة من الترابط والفهم. 	<ul style="list-style-type: none"> - هو عملية تحديد الشعور. - استيعاب الشعور. - فهم الشعور. - إدارة الشعور. - تنظيم القابليات الإدراكية للتوافق مع المتطلبات والضغوط البيئية. - التعرف عن شعورنا الشخصي، وشعور الآخرين. - أن نكون قادرين على تحفيز أنفسنا للقيام بعملنا. - أن نكون مبدعين في عملنا وأن يكون أدائنا في ذروته. - أن نشعر بما يشعر به الآخرين، وأن تستخدم العلاقات بفاعلية

المحور الثالث: الإبداع بعوامله وأبعاده من خلال تعلم الذكاء الشعوري

ت	الأسئلة	مقياس الإجابة	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماماً
١	بناء العلاقة الإيجابية بين المبدع ورئيسه المباشر: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٢	زيادة التوجه الذاتي نحو التغيير: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٣	وضع أهداف واضحة للإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٤	تجزئة الأهداف إلى خطوات سهلة التطبيق: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٥	تعظيم استغلال الفرص من جزء الإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٦	تغذية عكسية (معلومات راجعة) متكررة من خلال الممارسة والتطبيق: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٧	الاعتماد على الطرق التجريبية من جزء الإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٨	بناء الدعم المالي والمعنوي لعملية الإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
٩	استخدام النماذج في الإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
١٠	تحسين البصيرة (تحسين الوعي الذاتي) جزء الإبداع: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						
١١	منع الانتكاسة ثانية (إعادة تشكيل الهفوات، وجعلها كفرص للتعلم، وتخفيض إمكانية ظهورها مستقبلاً: (أ) ما مدى أهمية ذلك لي؟ (ب) ما هو المقدار الموجود منه الآن؟						