

أهمية السلوك الإبداعي في تطوير العملية الاتصالية

The importance of creative behavior in developing the communication process

الطيب سعيد

Tayeb said

جامعة خميس مليانة (الجزائر)، t.said@univ-dbkm.dz

تاريخ النشر: 2024.07.06

تاريخ القبول: 2024.06.11

تاريخ الاستلام: 2024.05.14

مستخلص: من خلال هذه الدراسة سنحاول تبين أهمية السلوك الإبداعي للأفراد داخل المؤسسة وكذا أهمية العملية الاتصالية الفعالة وكذا إيجاد تفسير دقيق للعلاقة التكاملية بينهما وإثبات أثر كل منهما أو مجموعتهما في حل جميع المشاكل والعوائق التي تتعلق بالتسيير والتسويق ومختلف الوظائف داخل المؤسسة للوصول إلى القرارات الناجعة والأهداف الإستراتيجية المتكاملة.

الكلمات المفتاحية: السلوك الإبداعي، الاتصال، العملية لاتصالية

تصنيف JEL:

Abstract: Through this study, we aim to demonstrate the importance of individuals' creative behaviour within the organization, as well as the significance of effective economic process. Additionally, we seek to provide an accurate explanation of the integrated relationship between them and prove their impact either individually or collectively, in solving all problems and obstacles related to management, marketing and various functions within the organization to reach effective decisions and goals integrated strategy.

Keywords : Creative behavior, communication, communicative process

JEL Classification Codes:

المؤلف المرسل: الطيب سعيد ، t.said@univ-dbkm.dz

1. مقدمة

باعتبار أن المورد البشري هو مصدر الطاقة والتجديد والإدارة الفعالة للموارد فإن الجانب الإبداعي فيه يضفي عليه هالة التميز. لأنه لكل منتج دور حياة في المفهوم الاقتصادي يبدأ بمرحلة التقديم ثم النمو ثم النضج ثم التشبع فلا بد من القيام بعمليات التجديد قبل انتهاء مرحلة النضج وهذه العملية لا تتعلق فقط بالمنتجات المادية التي لها كيانات فيزيائية معينة فقط ولكنها تمتد إلى مختلف السلوكيات والأداءات والخدمات لتجاوز حالات الثبات والجمود والملل التي تعترى المورد البشري في وظيفته. مما يتوجب التجديد والتحديث الدائم والمستمر وذلك عن طريق تنمية الفكر الإبداعي والسلوك الإبداعي ليكون منسجما مع التغيرات الخارجية الملحة وتطوير العملية الإتصالية لأنها روح عملية التسيير وجوهر وأساس إتخاذ القرارات الناجحة. وسنحاول في هذه الورقة البحثية إيجاد العلاقة بين السلوك الإبداعي وتطوير العملية الإتصالية في المؤسسة وسأحاول تفسير هذه العلاقة من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: السلوك الإبداعي.

المحور الثاني: العملية الإتصالية.

المحور الثالث: العلاقة بين السلوك الإبداعي والعملية الإتصالية.

وكل ذلك من خلال الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من أجل القيام بعملية التحليل والربط بين مختلف المتغيرات التي تنتج تداخلا تكامليا.

2. السلوك الإبداعي:

سنحاول تقديم أهم التعاريف التي تعرضت لمفهوم الإبداع لغة و إصطلاحا و كذا السلوك الإبداعي وفي ثنايا عرض التعاريف سنقدم بعض التوجيهات والتحليلات.

1.2. مفهوم الإبداع

البداع والبديع في لسان العرب هو الشيء الذي يكون أولا أو يقال له مبدع الشيء: أنه مبدعه بدعا وإبتدعه: أي إختعه على غير مثال.(محمد وليد و سالم، 2016، صفحة 32). لقد عرفه سمبسون على بأنه النشاط الإجهادي الذي يظهره المورد البشري من خلال توظيف طاقاته المعنوية والحسية من أجل تجاوز نمط التفكير الإعتيادي إلى أسلوب جديد من التصور الذهني المتجدد (الفاعوري، 2005، صفحة 03) يشير التعريف إلى ضرورة الخروج من الرقابة المملة في الوظيفة مما يتعين تجديد طريقة التفكير وتطوير السلوك الوظيفي نحو الأنسب والأكفأ والأرق.

ووفقا للدكتور عاطف عوض فإن الإبداع التسييري يعبر عن ما يتشكل من أدوات و أداءات ووسائل كلها منسقة من أجل تطوير وتجديد الجو الخاص بالمؤسسة و تصعيد مستوى السلوك البشري المتميز من خلال دفع الموارد البشرية المتخصصة في تجاوز جميع الإختناقات و تقديم حلول عملية تتعلق بعملية ترجيح البدائل بطريقة أكثر تطورا و تحديثا . (عوض، 2013، صفحة 208). إن تطوير ظروف العمل الخارجية والداخلية وترقية الوعي الإبداعي يعتبر أمرا حاسما في تحقيق الفعالية الأدائية الإبداعية عن طريق استثمار وتوجيه وتنسيق جميع الطاقات البشرية والمادية من أجل الوصول إلى القرارات الناجحة والمستدامة. يعرفه ويست وقار السلوك الإبداعي باعتباره جميع السلوكات الوظيفية الخاصة بالموارد البشري التي تنتج مبدعات حديثة تتعلق بتنفيذات عملية على الصعيد التنظيمي . (ميكرو و يحيوي، 2015، صفحة 191)، حاول هذا التعريف أن يركز على المتغير التنظيمي بإعتباره متغيرا نشطا.

كما عرفه الحربي بأنه صار ضرورة ملحة و حاسمة لأنها تتعلق بالمنظمات من أجل أن يقدم لها التفرد في السلوك المهني المتميز و مراعاة أهداف البعد الإستراتيجي التنافسي قد تحققت المنظمات الحديثة من ضرورة تشكيل وحدات تسييرية تركّز على المحافظة التجديدية الإبداعية و مجموع الموارد البشرية المتخصصة في الإبداع. (الحربي، 2008، صفحة 23)

يركّز هذا التعريف على مؤشر التميز في الأداء الذي يعني الأصالة والتفرد في السلوك الإبداعي مما يجعل هذا التميز مدخلا إستراتيجيا لتحقيق التفوق الإستثنائي والتنافسي لأن التميز هو المدخل الإستراتيجي الهام جدا والحاسم في تغيير صفات المنتج الفيزيائية أو الكيميائية أو ما تعلق بالمظهر من شكل أو نوع العبوة أو اللون أو المقاس.

و من هنا نجد حسن رضا يركّز على أن النشاط الإجرائي الذي يتخصص من خلاله الفرد يكون نتيجة لعمليات تأثيرية و تأثرية تمس صميم الشخص المبدع و تكون لها ردادات فعل تنسجم مع خصوصياتهم الفيزيولوجية و النفسية و تكون متميزة عن سلوكيات بقية الأفراد الآخرين. (حسن رضا، 2003، ص 30)

إن الإبداع في حقيقته يركّز على الإدراك العقلي للقضية و التصور الدقيق لتجاوز النمطية الكلاسيكية للظاهرة المعينة وذلك عن طريق الوصول إلى إبداعات وطرق ومناهج و تقنيات أكثر تجديدا و تكون مرضية وملائمة بخصوصيات المؤسسة من تسيير عمليات التأثير والتأثر مع جميع المستجندات لضمان تطوير عمليات الإنتاج و ترقية مستويات الدقة و التحكم و روح الإبداع والإبتكار لجميع الموارد البشرية المؤهلة لذلك.

هذا يعني أن عملية الإبتكار والإبداع هي ممارسة ذهنية ونفسية إنفعالية و علمية تتسم بالتجديد المستمر والتنمية الدائمة للقدرات العقلية والفكرية التأملية والعزم والهمة العالية والتتبع الدقيق لتفاصيل العوامل المباشرة و غير المباشرة المحتملة التي يمكن أن تحد من عملية التسيير الفعال، فالتركيز على فتح المختبرات العلمية والتطبيقية و رصد الأغلفة المالية الكافية و فرق العمل الإبداعي يعتبر أمرا هاما لتطوير الثقافة الإبداعية المجتمعية المتكاملة وهذا يتطلب إعداد برنامج زمني دقيق يرتبط بترتيب سلم الأولويات البحثية النظرية و التطبيقية وفقا لخصوصيات المرحلة و إمكانيات المؤسسة وحالة المتغيرات الخارجية التي تحيط بالمؤسسة ودرجة التنافسية وقوة الإختراق و النفوذ التي تمتلكه المؤسسات المنافسة.

فالمؤسسات التي لا تمتلك وعيا وقناعة إبداعية راسخة لا يمكن أبدا أن تضمن بقاءها وديمومتها أبدا في عالم المال والأعمال فالمؤسسة التي تمتلك ثروة بشرية متطورة إبداعيا هي المؤسسة الناجحة أو المؤهلة للتميز المستدام .

أما بالنسبة للباحث صبحي فإنه يرى أن العملية الإبداعية هي عملية تحويل أو تشكيل أو دمج أو إضافة أو تغيير أصل وتتطلب عملية في العمق و تكون لها آثار سامية تجعل من النشاط الإبداعي حتمية من حتميات الوجود . (صبحي، 1992، صفحة 25) كل ذلك لضمان الوصول إلى أرقى مستويات الديمومة بالنسبة للمؤسسة على إختلاف أنواعها.

كما نجد الباحث العواد يركّز على أن العملية الإبداعية تتشكل من مجموعة خطوات منسجمة تتعلق بمحاولة الوصول إلى مصدر البيانات ثم حصر بؤرة الإختناق ثم محاولة تشكيل حلول من خلال إجتهدات فكرية تتعلق بعملية الرضى بالبدل المقدم (العواد، 2003، صفحة 18). أي أن الإبداع يركّز لإكتشاف السبل والطرق الجديدة لزيادة القدرات الإنتاجية وتقديم الحلول المناسبة.

هذا يعني أن السلوك الإبداعي ينتج عن الدافعية الخاصة بالفرد عندما يواجه موقفا معينا ويتأثر به بعمق مما يؤهله لأن يحرك جميع طاقاته الإبداعية الكامنة من أجل تحقيق الذات والتميز بتقديم منتجا يضمن درجة عالية من الرضى من طرف الزبون. و من هنا يتعين أن نحاول الفصل في المفهوم و السلوك بين العملية الإبداعية و السلوك الإبداعي وذلك نتيجة لقوة التجاذب والتداخل بين المصطلحين و عسر التفريق بينهما (السالم، 1999، صفحة 100)

صحيح بأن الإبداع والسلوك الإبداعي متباينان ولكن بينهما العموم والخصوص فقد يكون الإبداع سلاحاً متميزاً أصيلاً وقد يكون الإبداع فكرة جديدة ومنتجاً مادياً متميزاً أو غير ذلك.

ومما هو مؤكد أن الخصائص الفكرية للموارد البشرية المؤهلة للإبداع تركز على منهجية معينة من التفكير وسلسلة في البحث الجاد الأصيل لإحتواء جميع المشكلات بتفاصيلها والمساهمة في تطوير وتنمية المؤسسة . إن العملية الإبداعية تدل على صفات راسخة في عمق المبدع تصنف بسعة الأفق في التأمل واليسر والحدثة والتميز وإستشعار وإستشراف المشكلات قبل وقوعها وتقديم الحلول الملائمة لذلك مع تبسيط المشكلة وتقديم تفاصيلها وأسبابها ونتائج الحلول بإنسيابية وتمكن، ذلك هو المبدع الحقيقي.

ومن المسائل المهمة جداً أن عملية الإبداع التسييري المتعلق بمتغيرات التسيير من تنظيم وتخطيط ورقابة وتنسيق وتوجيه وإعلام وغيرها تعتبر أساسية بالنسبة للمورد البشري من أجل توظيف مهاراته الإبداعية في تطوير أدائه الوظيفي داخل المؤسسة. ولا يتم ذلك إلا عن طريق إستنتاج طرق وأدوات تسييرية حديثة ومبتكرة يتجاوز ويتلافى من خلالها جميع الإختناقات والإنسدادات التي تعترضه أثناء عملية التسيير وما يزيده خبرة وتحكما في مسار عملية التسيير وإتخاذ القرارات وتدارك الأخطاء عن طريق توظيف الأثر المرتجع للمعلومات المرتدة . وبأني ذلك من خلال تفكيك جميع المتغيرات التسييرية ومحاولة حصر جميع العوامل المباشرة وغير المباشرة التي تؤثر فيها سلباً أو إيجاباً بحكم الدافعية والتحفيز للتطوير.

فإن نظرنا إلى عملية التنظيم نجد ضرورة الإبداع التنظيمي من أجل ضبط النظام وتحديد المهام وتحديد المسؤوليات من أجل أن لا يحدث تداخل في الوظائف والممارسات المهنية كما يتعين أن تكون هذه المهام مدروسة دراسة دقيقة و عميقة ترتبط إرتباطاً وثيقاً بالهدف الفرعي لعملية التنظيم فحذف وظيفة أو دمج وظيفة وإضافة وظيفة يتطلب عملية قياس تقديري لأثر هذا التغيير في الأداء البشري و الأداء الكلي للمؤسسة ككل وهذا يتطلب عملية إبداعية متخصصة.

أما عن حركة المعلومات من الأسفل إلى الأعلى في شكل بيانات تعبر عن مخرجات النشاطات الفعلية للتقارير اليومية أو الشهرية أو السنوية المرسله للمستويات العليا لإتخاذ القرارات المناسبة في حينها وهذا يتطلب تقنيات دقيقة لتجميع المعلومات ومعالجة البيانات وتطوير الخبرات وقد تتحرك المعلومات من الأعلى إلى الأسفل في شكل أوامر أو تفاسير دقيقة تسهل للمتلقي القيام بمهامه في وضوح ويسر وهذا شكل من أشكال العملية الإتصالية الإدارية الداخلية وقد تكون حركة المعلومات أفقياً لتبادل المعلومات وتسيير جمع أكبر قدر من المعلومات للوصول إلى مستوى عالي من التنسيق ، أما الرقابة فهي من الإجراءات الهامة جداً لضمان السير المعيارى والنمطي للموارد والتأكد من الدقة والسلامة أثناء عملية التنفيذ المباشر وقد تكون الرقابة قبلية بتوفير مستلزمات النشاط أو آنية لصيقة للتصحيح الفوري للأخطاء التقنية والتسييرية أو بعدية لتدارك الخطأ في النشاطات الآتية وكل ذلك يتطلب تقنيات مبتكرة وضوابط ومعايير رقابية دقيقة ومنسجمة مع مواصفات الوظيفة والموضوع أو النشاط الذي يخضع للرقابة وهذا يتطلب توجيهاً دقيقاً لجميع المخصصات والموارد حسب الأولوية مما يعني إستثمار جميع القدرات البدنية والعقلية للموارد البشرية ولا تكتمل هذه النشاطات إلا بعملية الإعلام ووسائله والتنسيق المحكم بين مختلف الموارد والأهداف التي ترتبط بالمؤسسة من أجل أنه لا يكون تضاد وتصادم في الممارسات.

يستخدم الموظف خبرته ومعارفه وطاقاته الذاتية الإبداعية من أجل إستنتاج طرق وأدوات إدارية مبكرة لتجاوز أي عارض أو مختنق أو إنسداد يعترضه في العملية الإدارية التي يقوم بها وكل ذلك عن طريق الإعتماد على المنطق وإختبار النتيجة ومدى المطابقة والخلوص إلى نتيجة نهائية ترتبط بالتقويم النهائي الحاسم الذي يعبر عن النجاح التام والنهائي للمخرج المبتكر الذي تحصل عليه.

2.2. خصائص الفرد المبدع

هناك مجموعة من الخصائص المهمة للفرد المبدع سنذكرها فيما يلي:

خصائص الفرد المبدع كالآتي: (Kreitner, 1992, page 508)

- المعرفة: تقديم الأمد الزمني المناسب و الكافي من أجل الوصول إلى أعلى مستويات التحكم في النشاط؛
 - التعليم: يركز على التحصيل المعرفي و التناسب المنطقي لتحاشي التناقض و التضاد ؛
 - الذكاء: الحالة النفسية و الفكرية و الإدراكية و التصورية التي يتسم بها الشخص المبدع و الذي يمتلك المهارات العقلية و الذهنية على تشكيل إنسجام بين مختلف الموارد ؛
 - الشخصية: إمتلاك روح التجاسر و التفرد و الإجتهد و التحفيز و قبول مخرجات النشاطات العقلية الحديثة و امتلاك ضمير قبول الآخر بالإنبساط .
 - الطفولة: تتصف طفولة الشخص المبدع بإتساع الأفق في قبول الغير مع القدرة الكاملة في التصدي للأزمات الإجتماعية و الظروف المالية و الإجتماعية المعقدة .
 - التفاعل: قبول الآخر إستفادة و إفادة و هو ذو شخصية منبسطة مرحة .
- إن الإبداع المشترك يتجاوز بصفة معتبرة جميع الإبداعات الفردية للمجموعة نتيجة لعملية التأثير و التأثير الناشئة في جو التبادل للتجربة و الإجتهد الفكري و التعاون التكاملي فيما بينهم مما يؤدي ضرورة إلى أن المؤسسات المعاصرة يجب أن تركز على تطوير و تحسين جماعات النشاط المبدعة من أجل تجاوز العقبات المتجددة . (smith, 1999, page 165)
- كل هذه المذكورات من المعرفة و التعليم و الذكاء و الشخصية و خصوصية الطفولة و التفاعل ميزات تجعل من الفرد يمتلك المؤهلات الجبلية ولكن يتطلب ذلك تنمية و تدريب و مصابرة فمن ذلك يكون الإبداع الجماعي و يفوق الإبداع الفردي بسبب التراكمات المتعلقة بباب الخبرات و المعارف.

2.3. السلوك الإبداعي

يركز "Mackinnon" على النشاط الخاص بضرورة الوصول لتقديم منتج يتسم بالأصالة و المواءمة و ييسر إجراءات التحديث المتجددة (عساف، 1999، ص 268) معناه تحقيق الأصالة شرط أساسي في السلوك الإبداعي و التفرد بالخصائص و التناسبية في تحقيق الأثر النفعي الإيجابي مع ضرورة التحديث المستمر و من ميزات السلوك الإبداعي أن مركز البداية هو تفكيك التصور في الدلالة الخاصة بالسلوك الإبداعي في المؤسسات و التي تعتمد على مرتكزين هامين هما : (جوال، 2015، ص 177).

المرتكز الأول : أن هذا النوع من السلوك يمثل أحد أشكال و أنواع السلوك التنظيمي .

المرتكز الثاني : حتمية التأكيد و عدم الدمج أو المزج بين السلوك الإبداعي و الناتج الإبداعي أي أن الأول يفيد التصور و التميز و التجديد في الأداء و الناتج الإبداعي يتعلق بالثمرة من هذا السلوك سواء تعلق الأمر بالوصول إلى فكرة جديدة أو سلوك خدمي جديد أو سلعة ذات كيان فيزيائي جديد سواء تعلق الأمر بالمخبر أو المظهر.

2.4. معايير السلوك الإبداعي

يمكن ضبط معايير السلوك الإبداعي بمايلي: (العزاوي، 2013، صفحة 322)

- الطاقة الكافية على حلحلة الإنسدادات و القيام بالترجيحات المناسبة بين مختلف البدائل.
- الإمكانيات الكافية التي تسعف عملية التجديد الإيجابي .
- الطاقة المعنوية للمجاسرة و تحمل المشاق .

- فتح نطاق التواصل بمستوى عال .
- التحفيز بشئ أنواعه للنشاط الإبداعي .

مجموع ما ذكر من المؤشرات يعتبر ذو قيمة علمية و عملية ثمرة في تحقيق الجدية في تشكيل وصياغة السلوك الإبداعي لأن القدرة على حل المشكلات هي أساسية في إتخاذ القرار الإيجابي والمتوازن والقدرة على التغيير شرط محقق في مواصفات الشخص المبدع وأما روح المجازفة فهي تعني قوة الشخصية في المبادرة وتحمل المخاطر من غير تهور وأما سعة الإتصالات فهي أيضا تعتبر روح العملية الإبداعية من أجل تحقيق التميز والتفوق.

و عندئذ تكون ضرورة العملية الإبداعية واضحة من خلال ما يعتمده أصحاب المسؤوليات العليا في المؤسسة من أجل الترقية و التطوير للسلوك الوظيفي المتميز الذي ينسجم مع أهداف المؤسسة و إمكانياتها ، مما يتطلب التفكير العميق و الإستراتيجي في إيجاد حلول وبدائل و سيناريوهات تتعلق بضرورة تطوير هذا السلوك إلى أعلى مستويات الأداء المتميز لتطوير أساليب إدارة التقنيات وتطوير الجودة وترشيد التكاليف وتحقيق الإستدامة و الرفاه الإقتصادي و الإجتماعي و يكون ذلك عن طريق بحوث التسويق ودراسات السوق وإحتمالات تطور وتجدد أذواق المستهلكين الحاليين والمرتقبين.

نقطة الإنطلاق فيها هو البحث العميق فيما يتطلب الزبون من مواصفات المنتج سواء تعلق بالشكل أو المضمون لأن أذواق الزبائن تتجدد و تتطور باستمرار تبعاً للثقافة الإستهلاكية لكل فرد حسب إنتماؤه الديني أو الإيديولوجي أو السياسي أو المجتمعي بصفة عامة كما يتأثر الذوق أيضا بالعادات و التقاليد و أنماط المعيشة و مستوى الدخل و الكثافة السكانية و مستوى العرض و خصوصيات المنتج و أثر العملية الترويجية المتبعة و مهارات و إبداعات مندوب التسويق أثناء حواراته و مفاوضاته مع تجار الجملة و تجار التجزئة و مستوى القبول سواء تعلق الأمر بالسعر أو مستوى الجودة و درجة الرضا لضمان تكرار قرار الشراء لمرات عديدة، فهذه الدراسات حتى و إن كانت غير دقيقة بنسبة عالية جدا لأن السلوك البشري يصعب إنضباطه و الثقافة الشرائية تتنامى بسرعة حسب وتيرة الإبداع و الابتكار لوسائل الإنتاج و مناهج الإنتاج و تقنيات الإتصال، فرغم ذلك الباحث المبدع في هذا الحقل التسويقي سيقفل من نسبة الالاقين مرة بعد مرة إلى أن يصل إلى مستوى ضئيل من هامش الإرتياب أو الخطأ.

أي أن الحاجة هي المولدة للعملية الإبداعية وكذا الرقابة المباشرة للأداء، لأنه بواسطتها نكشف الانحراف بين الأداء الفعلي والأداء النمطي ونقوم بعد ذلك بتجاوز الاختلال عن طريق التصحيح المباشر لضمان استمرار النشاط بطريقة سلسة ومبتكرة استجابة لرغبة الزبائن الحاليين والمرتقبين لأن لكل منتج دورة حياة تبدأ بمرحلة التقديم ثم النمو ثم النضج ثم التشبع فتبدأ مرحلة الإبداع قبل تمام مرحلة النضج. تبدأ عملية التجديد المباشر و التطوير إما بصفة جذرية نافذة أو بصفة جزئية و هذا يتعلق بتجديد منهجية البحث التطبيقي و طريقة البحث التطبيقي لنخلص إلى منتج جديد كلياً أو جزئياً ينسجم مع رغبة الزبون المتجددة.

"تصنيف الإبداع حسب مجالاته: الإبداع الإداري والإبداع التكنولوجي" (أوكيل، 1994، صفحة 33)

وهذا يتطلب التميز والأصالة التي تعبر عن الخاصية الأساسية لعملية الإبداع.

إن الأصالة تتضمن ثلاث عناصر أساسية هي: (الخطيب، 1995، صفحة 137)

- الإستجابة غير الشائعة: وتعني إمتلاك الطاقة المناسبة على تشكيل نشاطات ذهنية متميزة؛
- الإستجابة البعيدة: تتضمن الطاقة المناسبة على تجميع الأفكار المتعلقة بالمشكلة ؛
- الإستجابة الماهرة: تعني الطاقة المنسجمة مع تحقيق رداث فعل إيجابية متميزة و تقديم نتائج فكرية جديدة و التي تعبر عن المقياس و الميزان الحقيقي الذي يعبر عن محدد الأصالة.

كل هذه الإستجابات الثلاث تعطي إنطبعا أكيدا على أصالة المنتج أو المخرج الإبداعي.

فلا يمكن أن تتحقق عمليات التسيير القيادية المتميزة إلا من خلال العملية الإتصالية الفعالة فمتخذ القرار لابد أن يكون مبدعا ويتقن فن وعلم الإتصال الإبداعي من أجل أن يسعى قائدا متميزا ولا يمكن أن نصل إلى أرقى مستويات القيادة في التسيير إلا عن طريق التحكم العالي في تقنيات الإتصال الإبداعي. إذ أن علاقة الإتصال بالسلوك الإبداعي هي علاقة تكاملية متبادلة حيث يعتبر الإتصال مطور للعملية الإبداعية كما يعتبر السلوك الإبداعي مطور ومحسن للرسالة الإتصالية.

والسلوك الإبداعي يركز في جوهره على الكفاءة والمهارة والسلوك المهني للمورد البشري سواء كان فردا أو جماعة بإعتبار أن النشاط الإبداعي هو حركة واعية ومخطط لها وهادفة توظف جميع القدرات العقلية والنفسية والبدنية للإستفادة من التغيرات الخارجية من أجل تطوير معين لأسلوب التسيير أو المنتج ليتوافق مع متطلبات التحولات الإقتصادية والإجتماعية والبيئية الراهنة. حيث يركز هذا السلوك الأدائي المتميز على الطاقة الإبداعية من أجل ضبط حركة الزمن للوصول إلى الحركة المعيارية وتدنية التكلفة والإرتقاء بالجودة مع إمتلاك القدرة وتوظيف منحي الخبرة في العملية الإتصالية لتبسيط الرسالة وتدقيقها في شكل خطاب معلوماتي.

فالإتصال الإبداعي هو الأساس في فهم المتلقي سواء كان إتصالا إداريا أو إتصالا تسويقيا ، فالإتصال الإداري يضمن سلامة نقل المعلومات وتخزينها وتوظيفها في الوقت المحدد لاسيما في القرارات الإستراتيجية بعيدة الأمد وكذا ضمان السلاسة في التواصل الوظيفي وتبادل المعلومات من أجل القيام بالوظائف والمهام وفقا للسلوك المعياري لضبط الحركة والزمن وترشيد التكلفة من أجل أن تمتلك المؤسسة قدرة على التفاوض سواء عند شراء المواد الأولية أو بيع المنتجات النهائية ورفع مستوى جودة الأداء والمنتجات لجذب أكبر قدر من الزبائن فالفعالية الإتصالية الترويجية تعني الفهم الدقيق لرغبات الزبائن الحالية وتقديم منتجات بنفس المواصفات لضمان العملية الدعائية المجانية لتوسيع دائرة الزبائن وزيادة الحصة السوقية وتنمية العلاقة بين المؤسسة والزبون إلى أن تصل إلى مستوى الولاء، بحيث متى شاهد الزبون المنتج يتخذ قرارا شرائيا فوريا فالجانب الإبداعي في عملية الإتصال يجعل العملية الإدارية والتسويقية في حركية إيجابية متواصلة.

4.2. مستويات الإبداع

من خلال الأبحاث المتكاملة لا يتعلق الإبداع بالعملية التجديدية المتواصلة في شتى مجالات النشاط فقط بل يتطرق بصيغة أعمق إلى مستويات الإبداع التي تعتمد على نماذج أساسية يمكن إختزالها في الآتي:

فنجد تصنيف Staw يفرع الإبداع إلى ما يلي : (ديري، 2004، ص 300)

- الإبداع الشخصي والذي يحصل من طرف الشخص بإستخدام قدراته ومهاراته وخبراته الخاصة .
- الإبداع المتعلق بنشاطات مختلف الأفراد الذين ينظون في مؤسسة واحدة و تكون نشاطاتهم الإبداعية تكاملية لتبادل المعارف والخبرات وتجديدها .
- الإبداع الخاص بما تمتلكه المؤسسة من جميع الإمكانيات المالية والبشرية والمادية والخبرات المتراكمة منذ نشأتها. وهي مجالات تتعلق بالمراتب من حيث الإمكانيات والموارد من أجل إضفاء جانب من التكامل.
- وهي العملية الإبداعية التي يتحدد من خلالها أثر هذه العملية حسب المستويات المتباينة لإيضاح عناصر التداخل و التناسق الوظيفي.
- مما يعني أن النشاط الإبداعي داخل المؤسسة هو مصدر التجديد والأبحاث النظرية والتطبيقية وهو مؤشر على نجاح هذا النوع من النشاط (العبيدي والعزاوي، 2010، ص 19) وهذا إذا كانت المؤسسة تحوي موارد بشرية ذات مستوى عال من الطموح والتطوير والتجديد .

ومما يبين الأثر الإيجابي لجميع النشاطات و الإجهادات العقلية التي تظهر أثناء الممارسة يتعين أن ترتبط بمستوى الأداء التنظيمي الذي يركز على حركة المعلومات وتحديد المسؤوليات و الدقة في عملية التوجيه الإداري و الرقابة الإدارية (العبيدي و العزاوي، 2010، صفحة 19) وهذه الممارسة تعني النشاط المبتكر الذي يقوم به المورد البشري أو مجموع الموارد البشرية مجتمعة في ظل المؤسسة و الذي يتعلق بالتهيئة الأولية بتيسير محفزات النشاط الإبداعي.

3. أهم مفاهيم الاتصال

سنحاول سوق أهم المفاهيم التي تتعلق بالدلالة اللغوية و الإصطلاحية لمفهوم الإتصال من خلال مجموعة من الباحثين و المختصين في هذا الحقل المعرفي الخصب و الهام جدا.

3.1. مفهوم الاتصال

لغة: كما ورد في قاموس المحيط ولسان العرب الاشتقاق من وصل والذي يعني الصلة وبلوغ الغاية، فوصل الشيء إلى الشيء وصولاً وتوصل إليه، أي انتبى إليه وبلغه. (فضيل، 1988، صفحة 7)

التعريف الإصطلاحي للإتصال:

هو النشاط الذي يحصل من خلاله إيجاد نوع من العلاقة التبادلية بين المرسل و متلقي الرسالة الاتصالية على اختلاف مضامينها و يتم هذا التبادل من خلال حركة بيانات أو معلومات أو مثيرات أو اشكال أو ألوان تتعلق بمسألة معينة. (عبد الله، 2009، صفحة 64)

ويعرف بأنه يقوم على وظيفة أساسية وهي المشاركة في إنتقال المعلومات و الإيديولوجيات و التوجهات من فرد أو مجموعة إلى فرد أو مجموعات أخرى و ذلك عن طريق توظيف إشارات معينة أو رموز معينة أو أشكال معينة تكون مدركة و مقبولة لدى المرسل والمستقبل. (بشير، 2010، صفحة 14)

ويعرفه أيضا شيري بأنه سلوك يركز على الكلام و التدوين الذي يوظفه واحد من طرفي العملية من أجل التوجيه أو التغيير أو التأثير في الآخر (حميد، وبشير، 2009، صفحة 17)

تعتبر عملية الإتصال هامة جدا في توظيف التكامل المعلوماتي عن طريق التداخل في حركة المعلومات في شكل أرقام أو رموز أو منحنيات أو غيرها على شرط أن تكون مفهومة بالنسبة للمستقبل و تنبه و توجه سلوكه بإتجاه ما يخدم هدف المرسل للرسالة و العملية الاتصالية تنتج تبادلا في إدراكات المعاني الناتجة عن عمليات الإرسال و الإستقبال المحددين كما أن عملية الإتصال هي مجموع الآليات التي يمكن أن يستخدمها المرسل لتوجيه العلاقات الإنسانية لتضمن الديمومة و الفعالية النجاعة ، و قد تتعلق بجميع الإحياءات و الآثار التي قد تظهر على الجانب الخارجي للمتلقي و قد ترتبط بتفاصيل إحياءات الوجه و نغمات الصوت و نوع الخطوط وجميع ردات الفعل المباشرة و غير المباشرة التي يستشعرها المرسل و يقرؤها بتفاصيلها و عليه فإن العملية الاتصالية تنتج تكاملا نفعيا بين المرسل و المستقبل في الرؤى و الإيديولوجيات و المفاهيم و المعلومات التي تضمن التجديد و الإستدامة.

إن الإتصال يعني التفسير الدقيق لأركان العملية الاتصالية التي تبدأ بالمرسل ثم الرسالة ثم وسيلة الإرسال ثم المستقبل فالمرسل لابد أن يكون مؤهلا وظيفيا بجميع تفاصيل مهامه خبيرا بمختلف الوسائل التي تضمن إرسال الرسالة من غير خطأ أو نقص و عارفا بجزئيات و خصوصيات المرسل إليه سواء تعلق الأمر بمستواه المعرفي و أثر الإنفعال عند تلقي الرسالة و مستوى فهمه لفحوى الرسالة و إحياءاتها و دلالاتها حسب الطرف الزمني و الحالة الموقفية للمتلقي لأن عملية الإتصال لا بد أن تتصف بالديمومة و التجديد وفقا لمتطلبات البيئة الخارجية و خصوصيات الفرد للمتلقي و مقاصد الهدف المراد الوصول إليه من طرف

المرسل لأن كثيراً من الدراسات و التجارب الميدانية أكدت على أن أعظم إشكال يعاني منه التسيير الحديث هو عدم التحكم في العملية الإتصالية فنجاح أي نشاط في هذا الكون مرهون بنجاح فعالية و أخلاقية العملية الإتصالية و مما هو مؤكد أن جانب السلوك الإبداعي هو مفتاح فهم و إدراك النشاط الإتصالي المتكامل .

المعلومات:

تعني معالجة المدخلات المتعلقة بجميع البيانات التي تمثل مخرجات النشاط الفعلي و يتم الوصول إليها بواسطة الملاحظة العلمية الدقيقة و الخبرة المكتسبة و تحصيل المعارف المتميزة عن الآراء الكلاسيكية و التي تنتقل عبر مجموعة قنوات إتصالية متباينة(مسلم، 2015، صفحة 42)

أما ديمسكي فيرى أنها البيانات التي يمكن الوصول إليها من جراء تقديرات قبلية يقوم بها المكلفون بإتخاذ القرارات في الإدارات العليا(مبارك، 2000، صفحة 24)

من أهم خصائص المعلومات المحولة من البيانات أن تكون محينة أي حديثة تتناسب مع زمن القرار وأن تكون دقيقة لا احتمال فيها وأن تكون صحيحة لا خطأ فيها وأن تكون قابلة للإستغلال أو الإستثمار الآني وأن تكون مرنة يسهل إستخدامها في عدة مجالات ومناحي القطاعات الاقتصادية والنفعية الشاملة وأن تكون واضحة يسهل إستخدامها وقابلة للمراجعة والفحص العلمي والتجريبي ومجردة وقابلة للقياس في أغلب الحالات.

2.3. مميزات الاتصال

إتصال سيرورة دائمة لأنه يضم مجموعة من النشاطات مرتبطة بعضها ببعض و مستمرة التجدد و النشاط و لذلك يتعذر توقيف أي نشاط إتصالي من أجل إخضاعه للبحث.(شعبان، 2009، صفحة 21)

إتصال عملية دائرية: أي يتحرك حركة دائرية و يتجمع من خلاله في صورة مجتمعة تتم من خلالها عملية الإرسال و التلقي و التأثير و التأثر والإفادة و الإستفادة .(شعبان، 2009 ، صفحة 21)

إتصال عملية لا تعاد: أي أن العملية الإتصالية هي عملية تقوم على تداخل المعلومات بين مجموع البشر و مختلف المكونات الخارجية و التي ترتبط بالكفاءة و التحكم وردات الفعل الموقفية و الخبرات و الإنفعالات النفسية التي تتم في زمن واحد و بطريقة واحدة .(شعبان، 2009، صفحة 21)

الاتصال غير قابل للإلغاء: يتعذر رفض التأثير الحاصل من مضمون الرسالة حتى و إن كان المرسل لا يريد ما تضمنته الرسالة بسبب سرعة توزيعها و عدم التصرف في آثارها على نفسية المتلقي .(الصيرفي، 2006، صفحة 23)

3.3. أساسيات تكنولوجيا المعلومات

تعني مختلف الأدوات التي يوظفها الفرد من أجل التحكم في المحيط الخارجي لتوجيهه لتحقيق الأمن الغذائي و السلامة الوقائية و السفر و جميع الوسائل التي تحقق للإنسان الراحة و السعادة و الأمان (السلام، 1982، صفحة 54). فهذا ماهر إسماعيل صبري وصلاح الدين محمد توفيق يريان أن التكنولوجيا لا تعتبر علما تجريديا محضا أو تنفيذ حرفي للعلم أو مجموع أدوات فقط و لكن تعتبر مجموع ما يرتبط بالجانب البحثي الأساسي و الجانب التطبيقي مع إضافة النشاط الإنساني الخاص، إذن فهي مزيج من كل هذه المكونات (زمام، 2013، صفحة 413). وقد عرفها أسامة بن الخولي ما تجمع من منحى الخبرة و التجارب التي يكتسبها الفرد من خلال سلوكه المهي ليقوم بتقديم سلعة مادية أو خدمة معنوية في ظل منظومة إقتصادية و إجتماعية متكاملة (نعيمه، 5-6 مارس 2014، 523)

4. أنواع عملية الاتصال

- الاتصالات الرسمية: وهي الاتصالات المعتمدة في الهيكل التنظيمي من خلال قوانين ومراسلات مختومة وتكون في شكل رأسي أو أفقي.
- أ- الاتصالات النازلة: هي تلك الاتصالات التي تتجه من قمة الهرم الإداري إلى القاعدة، وعادة تحتوي على الأوامر والقرارات والتعليمات والسياسات، وتكون طبيعة هذه الاتصالات توجيهية حيث تهدف إلى رقابة العاملين وتوجيههم في الإتجاه الصحيح. (عباس، 2004، صفحة 159)
- ب- الاتصالات الصاعدة: فهي تبدأ من المستويات العليا وهي تتضمن رفع التقارير والمعلومات وهي لإدارة التنسيق والنشاطات في المستويات الدنيا وهي وسيلة لرفع آراء ومقترحات المرؤوسين (العتيني، 2007، صفحة 207)
- ج- الاتصالات الأفقية: والتي تتضمن حركة المعلومات بين مختلف المستويات المختلفة. (القيروني، 2009، صفحة 238)
- الاتصالات الغير رسمية: وهي الاتصالات التي ليست لها طابع مقنن ولا تنظيم وهي غير مفصلة وغير ثابتة، وهي تمتاز بما يلي: (دادود، 2007، صفحة 2016)
- سرعة وسهولة الإنتشار فأحيانا قد ينتشر الخبر قبل بثه في قنوات الإتصال الرسمي، فهو يعتبر تلقائي وعفوي عن عدة مشاكل أو قضايا في المنظمة.
- تلجأ الإدارة في عملية مراقبة المعلومات وتصنيفها إلى الإتصال غير الرسمي لأنه يقدم معلومات أكثر تفصيلا خاصة إذا كانت ثقافة الإتصال الرسمي ضعيفة.
- إن جميع الإمكانيات المعرفية التي ترتبط بالخبرة في التواصل والتي تتضمن إرسال معلومات أو خبرات أو دلالات معينة في شكل مضامين مراسلات مرتبطة بتحديد تقاسيم الوجه و حركة الأعضاء بعد إرسال الرسالة إلى المتلقي كلها لها دلالة واضحة وقراءة سليمة يستشف المرسل مستوى قبول الرسالة و درجة تطابق الفهم مع مضمون و مدلول الرسالة لأن المقصود من إرسال هذه الرسالة هو التفاهم الدقيق بين الطرفين وعليه فإن المتلقي هو الطرف الأهم و هو المقصود من العملية الاتصالية في جوهرها من حيث إختيار الدلالات و الوسيلة و الوقت و خصوصيات وظروف المتلقي.
- إن الخبرة الاتصالية تتضمن تراكمات معرفية من جراء الممارسات التطبيقية في الوظائف مما يعطي للفرد مؤهلا إضافيا على الذي إكتسبه في طور تحصيله المعرفي النظري وذلك بإستيعاب أغلب تفاصيل الظواهر المستجدة في واقع النشاط و لا سيما ، الظواهر المتكررة نسبيا أو المتشابهة أو التي ترتبط مع وحداتها الإدارية المركزية في التنسيق لأن العملية الاتصالية الفعالة تعني وصول البيانات و المعلومات إلى كافة أجزاء المؤسسة لأن السلوك الأدائي للمورد البشري مرتبط بعامل الخبرة في مقابلة موقف معين وكيفية إتخاذ القرار في ظرف زمني وجيز و بطريقة إيجابية لأن هذا السلوك يرتبط بنمو حجم المنتجات و جودتها و نوعيتها و زيادة القيمة التجارية و الرمزية للمؤسسات بإرتباطها بحجم المبيعات و إرتفاع مستوى الرضى لدى العمال و الزبائن ، فالعملية الاتصالية الفعالية تستلزم ترشيد الزمن و رفع الإنتاجية و تحقيق المرونة في عملية التسيير من خلال تكنولوجيا المعلومات وسرعة تدفقها ، تضمن العملية الاتصالية زيادة القدرة على الإبداع و مواجهة التحديات الخارجية و ذلك بالإعتماد على الحواسيب الإلكترونية و البرمجيات و الهواتف الذكية وغيرها.
- أي أن عملية إتصال تتطلب المهارات المناسبة وتفسير لغة الإيحاء وكذا حسن العرض وحسن الإستقبال مع ضرورة التركيز على خصوصية المتلقي.

4.1. أثر الإتصال المعلوماتي على السلوك الإبداعي

لا يمكن أن يتعزز السلوك الإبداعي إلا من خلال تكنولوجيا المعلومات والخصائص الفطرية والنظرية التي يمتلكها الفرد المؤهل للإبداع ويكون ذلك من خلال القدرة والمهارة الفائقة في استخدام علوم وفنيات تكنولوجيا المعلومات من إبراز الملكات الإبداعية وتفتيقها وتمتينها ومهما إكتسب الفرد معلومات شاملة وصحيحة ودقيقة وواضحة وعميقة سيؤدي به إلى تعزيز العمل الإبداعي الشامل والمتوازن والمستدام.

كما أن القدرة والمهارة والكفاءة على استخدام وإستغلال البرمجيات المناسبة والمرتبطة بالمعلومات المستخرجة من النظام ييسر إمكانيات تسهيل الوسائل والأدوات للفرد المبدع من أن يطبق أفكاره الإبداعية بدقة ويسر ويزيد في فعاليته الإبداعية ونشاطه الإبتكاري أي أن تيسير مجالات التدريب المتحرر للفرد المبدع على توظيف وإستثمار واستخدام تكنولوجيا المعلومات سيؤدي به لا محالة إلى التسارع برفع وتيرته الإبداعية المتكاملة والدائمة.

إن لتكنولوجيا المعلومات الإتصالية دور فعال جدا في دعم وتعزيز القدرة والمهارة والكفاءة للإدارة العليا وتطوير السلوك الإبداعي للعاملين.

إن كثيرا من الدراسات التطبيقية الميدانية قد أكدت هذه الحقيقة المكتسبة.

إن التفكير الإبداعي يعني أنه نشاط إنساني واع يكسب المورد البشري إدراكا عاليا وروحا واعية لإحتمال نشوء الأزمات أو الإنسدادات وإحتمالات نشوء أي تغيرات سلبية فيما يتعلق بأنواع المعرفة و حالة اللاتوازن مع إدراك مجالات العسر فيها و محاولات البحث عن البدائل الممكنة بطريقة استشرافية إرتقابية من أجل تقديم الحلول المسبقة و القيام بعمليات الإختبار و محاولة الصياغة أو التعديل للخلوص إلى نتائج جديدة تكون قابلة لتوزيعها من أجل الإستفادة . (شعبان، 2009، صفحة 169)

لا يتحقق السلوك الإبداعي إلا من خلال تحقيق فعالية الإتصال في جانب من جوانبه لأن الإتصال الفعال هو عملية إرسال الرسالة بطريقة تجعل المعنى الذي يفهمه المستقبل مطابق إلى حد بعيد للمعنى الذي يقصده المرسل. (عيث، 2005، صفحة 410)

وتتحقق المهارة الإتصالية من خلال السلوك الإبداعي للمرسل بدرجة أكبر من المستقبل.

لأن المهارة في علم الاجتماع تفسر بأنها: نظام متشابه يتعلق بالأداء المادي أو اللفظي من خلال نشاط تلقي المعلومات و التوجه إلى المقصود المحدد مع التركيز على النشاط المعين كما ترتبط بتقييم ردات الفعل و نسب التأثير و التأثير في سلوكيات الأفراد .

4.2. أثر تكنولوجيا المعلومات على السلوك الإبداعي

إن هذا النوع من السلوك يرتبط إرتباطا واضحا و مباشرا و هاما والذي سنذكره في التالي: (الخوالدة و الحنيطي، 2015، صفحة 340)

- يعتبر توظيف تكنولوجيا المعلومات من أهم الممارسات التي تظهر القدرات الإبداعية الكامنة لمختلف الموارد البشرية من أجل ضمان تطورها ؛
- مهما يمكن الوصول إلى معلومات صحيحة و دقيقة و محينة و قابلة للتنفيذ هذا يقوي النشاط الإبداعي بصورة أعظم ؛
- إن توظيف البرمجيات التي تنسجم مع خصوصية نشاط المؤسسة يجعلها تستخدم بطريقة تطور نسب الإبداع التسييري؛
- إن الإبداع التسييري يتعلق بجميع المعلومات المستخرجة من النظام الموظف و كذا جميع الموارد و الطرق و المنهجيات المناسبة لتنفيذ الأفكار المبدعة و تظهر للإستفادة منها في المجالات التطبيقية ؛
- مهما إرتقت الإمكانيات التدريبية المتخصصة و المختلفة على توظيف تكنولوجيا المعلومات مما يسهم ضرورة في زيادة لإبداع الإداري.

أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يعطي القدرات من أجل تنمية الطاقة التطبيقية في الفرد وبينهما، وكلما استطاع الفرد المبدع الوصول إلى أكبر مستوى من العملية الإبداعية مما يساهم في تطوير الإبداع الإداري الشامل فاستثمار وإستغلال والإمكانات الإبداعية والمادية والتكنولوجية يؤدي إلى رفع مستوى الإبداع الإداري وتجده بإستمرار.

إن عملية الإبداع تعتمد على الإمكانات العقلية والإدراكية والضرورية لتسيير إكتشاف نقاط الإختناق أو الإنسداد على المستوى التقني أو التسييري أي بقدر ما يكون الفرد متميزا في سلوكه الإبداعي بقدر ما يكون لديه قدرات فكرية تسهل له من خلال دقة ملاحظاته و عمق رؤيته لإكتشاف المشكلات والقدرة على تحليلها ويقدم أكبر قدر من الحلول والبدائل الممكنة على حسب ما يمتلك من المحفزات المادية أو المالية أو المعنوية وهذا سيؤدي إلى تعزيز المؤسسة تنافسيا ويضمن لها البقاء والنمو والتوسع في الحصة السوقية وتصل بالزبون إلى أعلى مستويات الرضا والإسعاد.

إن الإبداع الإتصالي يعتمد على عملية التحفيز والذي يولد الرغبة في ممارسة سلوك مهني معين من أجل الوصول إلى هدف محدد داخل المؤسسة أي يزيد في تفتيق الطاقات وتطوير المواهب من أجل إنجاز العمل على أكمل وجه وفي وقت زمني قياسي وبحكم أن الحوافز هي مرتبطة بالحاجات الثابتة الجبلية في التسيير والتي تعني الشعور بالحرمان أو النقص تحت طائل الإلحاح ولا تحقق إلا من خلال الرغبة التي تعني الوسيلة التي نحقق من خلالها الحاجة ومن الحوافز نجد الحوافز المادية في شكل أجور أو مكافئات أو علاوات أو مشاركة في الأرباح أما الحوافز المعنوية فهي إما الترقية الوظيفية أو إشراك العمال في إتخاذ القرارات للشعور بالولاء للمؤسسة أو ضمان العمل فالتميز في السلوك الإبداعي يضمن تقديم خيارات ونماذج في شكل حلول مسبقة للإنسدادات التي قد تقع في المستقبل سواء تعلق الأمر بالجانب التقني أو التسييري بشرط أن تكون هذه البدائل مدروسة بدقة وتقاس من خلالها التكاليف والعوائد المستحصلة خلال مدة زمنية معينة وهذا هو الأصل في العملية الإستثمارية الإبداعية في العنصر التسييري.

وهذا إنطلاق في التحكم والتميز في الأداء الإبداعي في جميع مجالات الأنشطة والتي منها العملية الإتصالية إلا أن E. panc Torrance كان له نظرة في الإبداع حيث قام بقياس التفكير الإبداعي. "The Torrance Test of creative thinking" الذي صممه في بداية الستينات وقام بمجموعة من الدراسات في حقل التجارب التعليمية التي تساهم في نمو الإبداع وتشكل إختباراته من جزئين لفظي وشكلي ويتألف كل جز من عدة إختبارات فرعية" (sharinina, 2009, page 575) أثناء الحديث عن العملية الإبداعية تمت الإشارة إلى مرحلة التحضير ثم مرحلة الإحتضان ثم مرحلة الإشراف ثم مرحلة التحقق. وأضاف T. Amabile متغيرا جديدا يتعلق بالإنصال والتي لا تتأني عملية الإبداع التنظيمي من دونه . (Bonnardel, 2006, page 49)

ومن بين الأساليب التي تطور المهارات الإبداعية نجد العصف الذهني وتحليل مجال القوى. كما نجد أسلوب Delphi الذي هو نشاط إتصالي يركز في جوهره على إستفسار مجموعة معينة من أهل الخبرة حول موضوع معين على إنفراد ثم تتم بعد ذلك عملية المناقشة الدقيقة بصيغة غيابية في إجتماع أعضاء غائبين وهو من النشاطات الهامة في إتخاذ القرارات بعيدة المدى وكذا حل جميع المشاكل المعقدة. (Maleki, 2009, page 129) إن عملية الإستجواب هذه تتطلب تراكمات معرفية إبداعية كبيرة تجعل من عملية الإتصال من أعقد المهام وأصعبها وأهمها لأن مخرجات هذه العملية ترتبط إرتباطا جوهريا بإتخاذ القرارات الإستراتيجية بعيدة المدى والمصيرية التي تتعلق بمآل المؤسسة في المدى البعيد وتقديم الحلول الجذرية الحاسمة لجميع المشاكل المعقدة.

3.4. الاتصال الإبداعي

يرمي الاتصال الإبداعي إلى تسيير فهم مضمون المعلومات الإتصالية من أجل تشكيل علاقات إيجابية مع جميع الموظفين داخل المؤسسة، وتتوقف هذه العملية الإتصالية المتميزة على طريقة ومنهجية التفكير والأدوات المستخدمة من أجل إنجاز الأعمال بطريقة مبتكرة.

وهو أسلوب للإرسال والتلقي ويتحقق ذلك عندما تنتقل الأفكار والمعارف والأحاسيس من المرسل وتصل صحيحة وغير مبتورة وغير معكوسة.

ولا يتحقق ذلك إلا عن طريق التفكير الإبداعي وفعالية الإقناع والتحكم في تقنيات الإتصال ومهاراته.

الإبداع والاتصال

لا يمكن أن نتصور نشاطا إتصاليا فعالا إلا من خلال العملية الإبداعية والسلوك الإبداعي فإذا كانت الرسالة الإتصالية تعتبر الركن الركين في العملية الإتصالية فإن تصميمها وتشكيلها يمثل شرط نجاحها.

لا يستطيع المرسل ضبط وتدقيق مدخلات الوسائط الإتصالية المتعددة إذا لم يمتلك ويتحكم في أهم خصائص المتلقي.

يرتب حسب القيمة الإتصال الإبداعي بأنه ذو أثر إيجابي في توظيف جميع الإمكانيات المتاحة إلى أقصى حد من أجل الوصول إلى الأهداف المحددة ولا يتأتى ذلك إلا من خلال التوافق التام بين المرسل والمتلقي من خلال نظام الإشارات المتبادلة بينهما وهو ما يسمى بمصطلح الإتصال عالي الجودة الذي من خصائصه الإختصار والشفافية والقيم الأخلاقية العالية مما ينمي جوانب التوافق من حيث الخصائص بين مجموع مشكلات عملية الإتصال (chiles, 2010, page29) إن الإيجاز والشفافية والأخلاق من أهم المؤشرات التي تعطي إنطبعا بحصول التوافق والرضا بين طرفي العملية الإتصالية التي يعبر عنه بالإتصال عالي الجودة الناشئ عن السلوك الإبداعي المتكامل والمتوازن للمرسل.

إذا فالسلوك الإبداعي الإتصالي يبحث في جوهره وأدواته عن الحلول الإبداعية والعادلة لجميع المشاكل والتي ترضي جميع الأطراف في وقت واحد. (atelier sur les compétences en communication oral, 2008)

4.4. الإستراتيجية الإبداعية للاتصال

وهي التي تركز على حصول أهداف المؤسسة في المدى البعيد عن طريق التشخيص الداخلي والخارجي بالتركيز على الخصوصية الإبداعية العملية الإتصالية.

و ذلك بالحصول على مجموع الإجابات القبلية لمختلف الإشكالات المتوقعة من أجل تقديم قيمة إقتصادية حقيقية لجميع الأصول والموجودات الغير الملموسة في المنظمة . (EdgarAdded, 2009, page 54) وهذا بيان واضح يفسر ضرورة النظر إلى المادة الرمادية في المورد البشري على أنها أغلى الإستثمارات على الإطلاق، ولا ينظر للمورد البشري على أنه تكلفة مجردة.

وما يظهر مما يسمى بمخطط العمل الإبداعي الذي صمم من طرف وكالة young et Rubican ويقوم على ستة عناصر أساسية هي: (Jamelin, 2002, page54)

- تحليل جوانب قوة المؤسسة ومواطن ضعفها من أجل إستثمار مواطن القوة وتقويم مواطن الضعف.
- تحديد المشكلة الإتصالية التي يراد تجاوزها .
- الأهداف التي تتعلق بتدفق المعلومات بالزبائن والتي تنبني على قاعدة تكرار العملية الإعلانية والإشهارية من أجل إثارة إنتباه المتلقي وهو الزبون المستهدف.

- تحديد وتشخيص الفرص و التهديدات و ذلك عن طريق محاولة حصر نسبة المخاطرة و التهديدات في الزبائن و محاولة إستثمار الفرص و تنميتها .
 - تحديد أهمية العملية الإبداعية من خلال الأهداف بعيدة المدى للمؤسسة.
 - تحديد السلوكات الخاصة بالموارد البشرية من خلال القيود المتنوعة مع التركيز على ضرورة فهم خصوصيات هذه القيود .
- أي أن الإستراتيجية الإبداعية للإتصال تعتمد على تشخيص وتحليل موقع القوة والضعف داخل المؤسسة لحذف جميع الإختلالات الممكنة والتركيز على الأهداف الإشهارية لزيادة الربط بين المؤسسة والزبائن للوصول بهم إلى مستوى الرضا والسعادة، كما تركز أيضا على تشخيص البيئة الخارجية للكشف عن الفرص والتهديدات لإغتنام الفرص وتحاشي التهديدات وتركز على البعد الإبداعي لتحقيق الأهداف بعيدة المدى للمؤسسة و تصحيح جميع الإختلالات المتعلقة بعملية التسيير و المرتبطة بمختلف الوظائف الأساسية للمؤسسة.

5. خاتمة

إن السلوك البشري فرع عن شخصية الفرد وهو أيضا فرع عن المخزون القيمي للشخص والتميز في المخزون العلمي والمعرفي والقيمي الأخلاقي لديه فالسلوك الإبداعي هو الممارسة المباشرة التي يقوم الفرد المتميز كل حسب تخصصه ووظيفته داخل المؤسسة.

لقد تمت المحاولة في هذه الدراسة تفسير العلاقة الموجودة بين السلوك البشري الإبداعي والعملية الإتصالية بالمؤسسة وتبيين أهميتها العلمية والعملية.

وتم الإستنتاج بأن هناك تدخلا معرفيا وتطبيقيا بين هذين العنصرين، وتم الخلوص إلى فكرة مفادها أنه لا يمكن أن نصل إلى أعلى مستويات الريادة والتحكم والتنافسية إلا من خلال التركيز على السلوك الإبداعي كثقافة مستدامة ومتكاملة وكذا الاهتمام بالبلغ بالمهارة الإتصالية عالية المستوى وعليه يمكن صياغة الإقتراحات التالية:

- تشجيع المبادرة وطرح الأفكار الجديدة لتوليد المعارف والإستفادة من التواصل الجماعي لإثراء الوعي الإبداعي عبر مختلف المستويات الإدارية.
- الإعتماد على التنقيح والتحاور والتدقيق والتكامل الإبداعي لمختلف الأفراد.
- النظر إلى المورد البشري المتميز المبدع على أنه أغلى إستثمار على الإطلاق.
- ترسيخ التفكير الإبداعي في المؤسسات لتطوير المهارات الإتصالية.
- عن طريق الإبداع الإتصالي تحل جميع الإشكالات داخل المؤسسة.
- الإبداع الإتصالي هو الضامن الوحيد لتحقيق جميع الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة.
- تشجيع التكوين الإبتكاري لتطوير وتعزيز كل العمليات الإتصالية داخل المؤسسة.
- عن طريق الإتصال الإبتكاري يتحقق الولاء الكامل والدائم للمؤسسة.
- ضرورة فتح مراكز متخصصة للنشاط الإبداعي بشقيه التقني و التسييري مع إرفاقه بالإبداع الإتصالي في مختلف مخابر الجامعات و المعاهد المتخصصة و المؤسسات الإقتصادية والإدارية.
- ضرورة الإهتمام بإكتشاف مؤشرات المهوبة الإبداعية لدى لأطفال في سن مبكرة من أجل تسهيل عملية الدمج و تحديد برامج تكوينية عالية المستوى تناسب مؤهلاتهم و طموحاتهم.

- لا يمكن أن نصل إلى أعلى مستويات الإبداع الابتكاري إلا بالاعتماد على الإبداع المتعلق بتكنولوجيا الإعلام الإتصال والإبداع الإداري.
- إن عملية الإبداع ترتبط بفكرة شمولية متوازنة تستمر لأجيال متعاقبة مما يتطلب رصد إستراتيجية دقيقة لهذا الشأن وتقديم ميزانية مناسبة لهذا الطموح.

6. قائمة المصادر والمراجع

- atelier sur les compétences en communication oral. (2008). ressources humaines et développement des compétences., (p. p 27). canada.
- Bonnardel, N. (2006). *Créativité et conception « approches cognitives et ergonomiques »*. France: solal.
- chiles, D. (2010). *les principes de la netiquette Davis Paul chiles*. France.
- Corry, L. (2015). *jeunes et médias*. France: Publi foot.
- EdgarAdded. (2009). *le DRH du 3ème millénaire*. paris: 2èmeed, Pearson.
- Jamili, V. T. (2002). *marketing du tourisme*. France: Bréal.
- Kreitner. (.1992). *Rakinicki oraganizational behavior*. Irwin: (2nded) Home Wood.
- MaleKi, K. (2009). *Méthodes quantitatives de consultation d'experts*. paris: « Delphi » publibook.
- sharinina, L. v. (2009). *the international handbook on gitedness*. London: springer.
- smith. (1999). *analyzing oganizational behavior*. London: 1st Ed, Macmillan presse.
- الحري, ع. (2008). أثر التمكين الإداري في بلورة السلوك الإبداعي لدى موظفي وزارة التعليم العالي في المملكة العربية. السعودية: رسالة ماجستير في الإدارة العامة، غير منشورة، جامعة مؤتة.
- الخطيب, ع. (1995). التربية الإبداعية: تعلم في العمق وإستثمار الأفكار. منشورات دار التربية.
- الخالدة, ع. ا. & الحنيطي, م. (2015). أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات على الإبداع الإداري في المؤسسات العامة الأردنية. مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 2 العدد 340.35 ,
- السالم, م. س. (1999). العلاقة بين أبعاد تصميم العمل والسلوك الإبداعي للعاملين: دراسة ميدانية في منشأة صناعية عراقية. دراسات في العلوم الإدارية، الجامعة الأردنية، المجلد (26) العدد 100. (1)
- السلام, م. ا. (1982). التكنولوجيا الحديثة والتنمية الزراعية في الوطن العربي. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- الصيرفي, م. (2006). الاتصالات الإدارية. مصر: مؤسسة حورس الدولية.
- العبيدي, ب. م. & العزاوي, س. أ. (2010). الإبداع المنظمي وأثره في تحسين جودة المنتج: دراسة تحليلية لأراء عينة من العاملين في الشركة العامة للصناعات الكهربائية. مجلة الإدارة والاقتصاد، العراق، الجامعة المستنصرية (العدد 19، (84))
- العتيني, ض. (2007). العمليات الإدارية مبادئ وأصول وعلم وفن. عمان، الأردن: الطبعة الأولى، دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- العزاوي, م. ع. (2013). أثر أبعاد رأس المال الفكري في السلوك الإبداعي للعاملين ص 322: مجلة الإدارة والاقتصاد (العدد 94، ص 322: العواد, ع. ا. (2003). واقع الإبداع الإداري وأساليب تطويره في جهاز قوات الأمن الخاصة: دراسة من وجه نظر ضباط قوات الأمن الخاص بالمملكة العربية السعودية. رسالة ماجستير في العلوم الإدارية، غير منشورة، جامعة نايف للعلوم الأمنية.
- الفاعوري, ر. ع. (2005). إدارة الإبداع التنظيمي. القاهرة، مصر: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
- القريوني, م. ق. (2009). السلوك التنظيمي: دراسة السلوك الإنساني الفردي والجماعي في منظمات الأعمال. عمان، الأردن: الطبعة الخامسة.
- أوكيل, م. س. (1994). إقتصاد وتسيير الإبداع التكنولوجي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- بشير, ا. (2010). نظريات الإتصال: مدخل متكامل. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
- جوال, م. س. (2015). التمكين وأثره على تنمية السلوك الإبداعي في المؤسسة الاقتصادية: دراسة ميدانية لمديرية توزيع الكهرباء والغاز لولاية الجلفة. أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
- حسن رضا, ح. ع. (2003). الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي. جدة: رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص العلوم الإدارية، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية.
- حميد, ا. & بشير, ا. (2009). أساسيات الإتصال: نماذج ومهارات. الأردن: المكتبة الوطنية.

- داود، ا. ب. (2007). فعالية الإتصال التنظيمي في المؤسسة العمومية الجزائرية. جامعة منتوري: رسالة ماجستير، الجزائر.
- ديري، ز. م. (2004). السلوك التنظيمي. الأردن: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- زمام، ن. ا. (2013). تطور مفهوم التكنولوجيا وإستخداماته في العملية التعليمية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (العدد 11).
- سميرة البدرى. (2005). مصطلحات تربوية ونفسية. عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- شعبان، ف. (2009). الاتصالات الإدارية، دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- صبيح، ت. (1992). الموهبة والإبداع: طرائق الشخصية وأدواته المحوسبة. الأردن: دار التنوير العلمي للنشر والتوزيع.
- عباس، ع. (2004). أساسيات علم الإدارة. عمان، الأردن: الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- عبد الله. (2009). البحث في علوم الإعلام والاتصال: من الأطر المعرفية إلى الإشكالات البحثية. بيروت: دار النهضة العربية.
- عبد المعطي محمد عساف. (1999). السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصرة. الأردن: مكتبة المحتسب.
- عوض، ع. (2013). أثر تطبيق عناصر الإبداع في التطوير التنظيمي: دراسة ميدانية على العاملين في مؤسسات الاتصالات الخلوية في لبنان. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 9، العدد 3، ص 208.
- عيث، م. ع. (2005). قاموس علم الاجتماع. مصر، دار المعرفة الجامعية.
- فضيل، د. (1988). مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيري. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- مبارك، ص. ا. (2000). إقتصاديات نظم المعلومات المحاسبية والإدارية. الإسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- محمد وليد، س. &، سالم، س. (2016). أثر أبعاد التمكين الإداري على السلوك الإبداعي للموظفين في شركة الاتصالات الفلسطينية. ص 32.
- مسلم، ع. ح. (2015). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات. الأردن: دار المعتمد للنشر والتوزيع.
- ميكي، ع. &، يحيى، ف. (2015). أثر إستراتيجية التمكين في تنمية السلوك الإبداعي لرأس المال الفكري. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية (العدد 14، ص 191).
- نعيمة، ر. (5-6). مارس. (2014) التكنولوجيا ودورها في رفع الكفاءة المهنية للأستاذ الجامعي. الملتقى الوطني الثاني حول الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي. (p. 523)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

للاستشهاد بهذا المقال وفق طريقة (APA):

سعيد الطيب. (2024). أهمية السلوك الإبداعي في تطوير العملية الاتصالية. مجلة الاقتصاد الجديد. المجلد 15 / العدد 02/2024.