# التفكير المنتج ومهاراته: رحلة في عالم الإبداع والنقد

**د. علاء عبدالخالق حسين المندلاوي**

**مؤسسة العراقة للثقافة والتنمية**

**Alaa.Abdulkhaleq@colaw.uobaghdad.edu.iq**

**مقال علمي نشر بتاريخ ٢٠٢٤/٦/٦**

**المستخلص:**

يستعرض هذا المقال المفهوم العميق للتفكير الإبداعي ومهاراته، يستكشف جوانبه النظرية والتطبيقية بأسلوب متقن. يتبنى الدراسة منهجًا شاملاً في تحليل طبيعة التفكير ومفاهيمه المتعددة، مما يرسخ فكرة التفكير المنتج وأصولها بشكل متطور. وتطورها على مر السنين. كما يسلط الضوء على المهارات الأساسية المرتبطة بالتفكير المنتج، بما في ذلك التصنيفات والنماذج ذات الصلة. فضلا عن ذلك، يستكشف البحث عمق التفكير الإبداعي في مجال التعليم والابتكار، ويسعى لإيجاد حلول مبتكرة للمشكلات. ويقدم استراتيجيات لتعزيز هذه المهارات. ينتهي هذا المقال بإبراز أهمية العقل المنتج في عصرنا الحالي وتأثيره في كافة الميادين.

**الكلمات المفتاحية:** التفكير المنتج، مهارات التفكير.

## Productive thinking and its skills: a journey into the world of creativity and criticism

**Abstract:**

This article reviews the deep concept of creative thinking and its skills, exploring its theoretical and applied aspects elaborately. The study adopts a comprehensive approach to analyzing the nature of thinking and its multiple concepts, which establishes the idea of Productive thinking and its origins in

an advanced manner. And its development over the years. It also highlights the essential skills associated with productive thinking, including relevant classifications and models. In addition, the research explores the depth of creative thinking in the field of education and innovation and seeks to find innovative solutions to problems. It offers strategies to enhance these skills. This article ends by highlighting the importance of the productive mind in our current era and its impact in all fields.

**Keywords:** productive thinking, thinking skills.

**مقدمة:**

يؤدي التفكير جوهر التجربة الإنسانية، فهو العملية المعقدة التي تمكننا من فهم العالم من حولنا واتخاذ القرارات وحل المشكلات. وفي خضم هذا العالم الديناميكي المتغير، يبرز مفهوم "التفكير المنتج" كنهج فعال لتعزيز الإبداع والنقد البناء. يهدف هذا البحث إلى تقديم نظرة شاملة على طبيعة التفكير المنتج ومهاراته، مستكشفًا آثاره وتطبيقاته المحتملة في مختلف المجالات.

**مفهوم التفكير:**

تنوعت آراء العلماء والمربين في تعريف التفكير، حيث قدموا تعاريف متنوعة مستندة إلى أسس نظرية مختلفة. وليس من غير أن لكل فرد أسلوبه الخاص في التفكير، والذي قد يتأثر بتنشئته الاجتماعية، ودافعيته للتفكير، وقدراته، وخلفيته الثقافية والعلمية، وغيرها مما يميزه عن الآخرين، ولهذا حصلت تعريفات متعددة ومتنوعة للتفكير، نتيجة الاختلاف في الاتجاهات التربوية والنفسية (العتوم، ٢٠١٢، ٢١٣)

التفكير هو نشاط رمزي يتضمن التعامل مع الرموز والقدرة على استخدامها. ويمكن استخدام كلمة "التفكير" لمعانٍ متعددة تشمل الأشياء اليومية التي ندركها دون أن نلاحظها بشكل كامل. أو التي نتصرف معها على النحو الروتيني، لكنها تتطلب قليلا من الانتباه المباشر أو الجهد إلى الفعل الواعي القصدي (المندلاوي، ٢٠٢٣، ٢٣٧)

**التفكير المنتج: نشأته وتطوره:**

ظهر مفهوم "التفكير المنتج" لأول مرة على يد عالم النفس الألماني "أوتو سيلز" ( Otto Self) في أوائل الثلاثينيات من القرن الماضي. وعلى الرغم من انقطاع عمله؛ بسبب وفاته في عام ١٩٣٣، إلا أن أفكاره مهدت الطريق أمام الباحثين اللاحقين لتطوير هذا المفهوم.

وفي القرن الحادي والعشرين، أعاد الباحثان "هورون" (٢٠٠٨) و "نيوتن" ( Newton, 2017) إحياء مفهوم التفكير المنتج وتوسيع نطاقه. حيث اقترح "هورسون" إضافة بُعد تنظيمي إلى أسلوب حل المشكلات، وتوليد الأفكار الإبداعية، ودمج المعارف. وفي السياق نفسه، قدم "نيوتن" فكرة الجمع بين التفكير الإبداعي والناقد، مشيرًا إلى أن "المفكر المنتج الناجح والفعال يمكن أن يكون مبدعًا تمامًا، وفي الوقت نفسه ينتقد نتائج إبداعاته".

**مهارات التفكير المنتج:**

الابتكار هو نجم العقل، والنقد هو أسد التفكير. لا يمكن تحقيق الإبداع دون النقد، فهما يشكلان ركيزتين أساسيتين في عقلية الإبداع.

الاستنباط: القدرة على استخلاص استنتاجات محددة بناءً على معلومات أو مبادئ عامة.

الاستنتاج: عملية استخدام المعلومات أو البيانات للوصول إلى استنتاجات أو تعميمات.

التفسير: فهم المعلومات أو المواقف من خلال تحليلها وتوضيح معانيها.

تقويم الحجج: تحليل وتقييم صحة الحجج والبراهين.

التعرف على الافتراضات: تحديد الافتراضات الكامنة وراء الأفكار أو الحجج.

تصنيف جيلفورد وتورانس للتفكير الإبداعي:

الطلاقة: القدرة على توليد أفكار أو حلول متعددة.

المرونة: القدرة على توليد أفكار أو حلول متنوعة.

الأصالة: تقديم أفكار أو حلول فريدة ومبتكرة.

عن طريق دمج هذه التصنيفات، يُوَفَّر إطار شامل يجمع بين التفكير الناقد والإبداعي، مما يعزز استكشاف الأفراد لمختلف الاحتمالات وتقييمها بشكل نقدي، مما ينتج عنه حلولا وأفكارا جديدة ومبتكرة. يتمثل الهدف الرئيسي لتطبيقات التفكير المنتج في تعزيز الإبداع والتفكير النقدي. التعليم: يمكن أن يؤدي التفكير المنتج دورًا محوريًا في التعليم، حيث يعزز مهارات التفكير العليا لدى الطلاب. ومن خلال دمج التفكير الناقد والإبداعي، يمكن للطلبة تطوير قدراتهم على تحليل المعلومات، وتوليد أفكار جديدة، وحل المشكلات المعقدة. ويمكن للمعلمين تشجيع التفكير المنتج من خلال:

تقديم مواقف وأنشطة مفتوحة النهاية تشجع على الاستكشاف والتساؤل.

تشجيع الطلاب على البحث عن حلول متعددة للمشكلات.

تعزيز بيئة تعليمية تشجع على التفكير الإبداعي والنقد البناء.

دمج مهارات التفكير المنتج في مختلف المواد الدراسية.

في حل المشكلات:

يوفر التفكير المنتج إطارًا فعالًا لحل المشكلات المعقدة. فهو يشجع الأفراد على استكشاف مجموعة واسعة من الاحتمالات، وتقييمها بشكل نقدي، والوصول إلى حلول مبتكرة. ويمكن تطبيق مهارات التفكير المنتج في حل المشكلات من خلال:

تحديد المشكلة بوضوح وفهم أبعادها.

جمع المعلومات والبيانات ذات الصلة.

توليد مجموعة متنوعة من الحلول المحتملة.

تقييم الحلول بشكل نقدي، مع الأخذ في الاعتبار العواقب والآثار المحتملة.

اختيار الحل الأنسب أو الجمع بين الحلول.

في الابتكار:

يعد التفكير المنتج محركًا أساسيًا للابتكار، حيث يشجع الأفراد على تجاوز الحدود التقليدية والتفكير بشكل إبداعي. ومن خلال دمج التفكير الناقد، يمكن تقييم الأفكار الجديدة بشكل فعال، مما يؤدي إلى ابتكارات ناجحة ومؤثرة. ويمكن للشركات والمؤسسات تعزيز الابتكار من خلال:

خلق ثقافة تشجع على التفكير المنتج والإبداع.

توفير الموارد والبيئة الداعمة لتوليد الأفكار الجديدة.

دمج مهارات التفكير المنتج في عمليات حل المشكلات واتخاذ القرارات.

تشجيع التعاون والتواصل بين الأفراد من خلفيات مختلفة.

**استراتيجيات تعزيز التفكير المنتج:**

لتعزيز مهارات التفكير المنتج، يمكن للأفراد والمؤسسات التعليمية تبني الاستراتيجيات التالية:

تشجيع الفضول والاستكشاف: ينبغي تشجيع الأفراد على طرح الأسئلة واستكشاف الأفكار الجديدة. وهذا يشمل تعزيز التفكير المفتوح والفضول الفكري.

تطوير مهارات التفكير الناقد: يعد التفكير الناقد ركيزة أساسية للتفكير المنتج. ويمكن تطويره من خلال التدريب على تحليل الحجج، وتقييم المصادر، والتفكير المنطقي.

تحفيز الإبداع: ينبغي توفير بيئة داعمة للإبداع، وتشجيع توليد الأفكار الجديدة والتفكير خارج الصندوق.

التعلم من خلال الممارسة: يوفر التعلم القائم على المشاريع والمشكلات الواقعية فرصًا لتطبيق مهارات التفكير المنتج.

التعاون والنقاش: تشجيع العمل الجماعي والنقاش البناء يساعد الأفراد على توسيع آفاق تفكيرهم والاستفادة من وجهات النظر المختلفة.

التفكير التأملي: تشجيع الأفراد على التفكير في عملية تفكيرهم وتقييمها، مما يعزز الوعي بالذات والقدرة على التحسين المستمر.

أهمية التفكير المنتج وآثاره:

في عالم اليوم الديناميكي والمعقد، يكتسب التفكير المنتج أهمية متزايدة في مختلف المجالات. فهو يساعد الأفراد على:

التكيف مع التغيرات السريعة والتعامل مع المعلومات المعقدة.

تطوير حلول مبتكرة للمشكلات المعاصرة.

اتخاذ قرارات مستنيرة ومدروسة.

تعزيز الإبداع والابتكار.

وعلى مستوى المجتمع، يمكن أن يساهم التفكير المنتج في:

تقدم العلوم والتقنية من خلال توليد أفكار جديدة وحلول مبتكرة.

تعزيز التعليم والتعلم، مما يؤدي إلى جيل من المفكرين الناقدين والمبدعين.

حل المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والبيئية المعقدة.

تشجيع الحوار المفتوح والتفكير النقدي البناء.

**الخاتمة:**

التفكير المنتج هو كاللؤلؤة الثمينة التي تجمع بين قوة التحليل وروح الإبداع. فهو ليس مجرد تفكير، بل هو فلسفة تمتزج فيها الحكمة والابتكار. في عالمنا الحديث، يكمن أهمية هذا النهج العلمي في تحقيق النجاح والتقدم. تعد مهارات التفكير الإبداعي أساسية لتحقيق النجاح في مختلف المجالات، حيث تمثل إطارًا يمكن توظيفه في التعليم وحل المشكلات ودعم الابتكار. ومن خلال تبني استراتيجيات تعزيز التفكير المنتج، يمكن للأفراد والمؤسسات تطوير قدراتهم على مواجهة التحديات المعقدة وقيادة الابتكار. وفي خضم

التغيرات السريعة التي يشهدها العالم، يصبح التفكير المنتج أداة مهمة لتشكيل مستقبل أكثر إشراقًا وإبداعًا.

**المصادر والمراجع:**


- أبو عواد، فريال محمد، نوفل محمد بكر (٢٠١٢): التفكير والبحث العلمي، ط ١، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن.
- جابر، عبد الحميد جابر، (٢٠٠٨): اطر التفكير ونظرياته دليل للتدريس والتعلم والبحث، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الحيلة، محمد محمود (٢٠٠٣): التصميم التعليمي نظريته وممارسته، ط ٢، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن.
- الخفاف، رضوان (٢٠١١). التفكير: مفهومه، أنواعه، أبعاده. دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- رزوقي، رعد مهدي ونبيل، رفيق محمد وضياء، سالم داوود (٢٠١٨): سلسلة التفكير وانماطه، الجزء الرابع، بيروت، دار الكتب العلمية.
- العتوم، رائد (٢٠١٢). التفكير: مفهومه، أنماطه، استراتيجياته. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- علي، إبراهيم (٢٠٠٩): التفكير والمستقبل فكر جديد لمستقبل جديد، دار نهضة مصر للطباعة والنشر، القاهرة مصر.
- نوفل، محمد بكر، محمد قاسم سعيفان (٢٠١١): دمج مهارات التفكير في المحتوى الدراسي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

-De Bono, E. (1998). Six Thinking Hats. Little Brown and Company

- Newton, W. (2017). Productive Thinking: A Guide to Understanding Thinking as a System. ThinkXpress

- Horston, A. (2008). Productive Thinking: A Model for Maximizing Thinking Effectiveness. Unpublished doctoral dissertation, University of Toronto, Canada

- Watson, G., & Glaser, E. M. (1980). Watson-Glaser Critical Thinking Appraisal Manual. Psychological Corporation.

- Guilford, J. P. (1967). The Nature of Human Intelligence. McGraw-Hill

- Torrance, E. P. (1974). Torrance Tests of Creative Thinking: Norms-Technical Manual Research Edition. Personnel Press

- Hurson, T. (2008). Think better. An innovator's guide to productive thinking. New York: McGrow – hill

-Newton, Lynn (2017), Questioning: A Window on Productive Thinking, Durham University, England, Research on line.