د.براهيمي أم السعود. جامعة الجلفة.

ملخص:

يعتبر الإبتكار أحد العوامل التي تساعد المجتمعات على التغيير نحو الأفضل وعلى تحسين ظروف حياة الأفراد فيها، وذلك خلال محاولاتهم البحث عن حلول للمشاكل التي تفرزها حياتهم اليومية سواء كانت اجتماعية ، اقتصادية ، ثقافية أو سياسية. لذلك فقد نال اهتمام العديد من المفكرين والباحثين، وقد اختلفت الرؤى والمنظورات التي تحاول تفسيره وإيجاد العلاقة بينه وبين موضوع التغير الإجتماعي.

ولقد عانت المرأة لسنوات طويلة حتى تمكنت من دخول عالم الشغل من بابه الواسع وأصبحت تمارس أعمالا كانت من اختصاص الرجال ورغم المشاكل التي تمر بها تمكنت من تحقيق ولو نسبة قليلة من التوافق النفسي والأسري وبالتالي فرض مكانتها على المستوى الاجتماعي و الاقتصادي .

تمهيد:

إن الاهتمام الذي يحضا به مفهوم الابتكار في العصر الحديث، يرجع بالدرجة الأولى إلى الإعتراف به كقيمة تلعب دورا حاسما في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للأمم. وتظهر تجليات هذه القيمة الثقافية المكتسبة، من خلال التغير السريع والمستمر الذي يشهده العالم خاصة المتطور والمتميز بالقدرات الخلاقة والمبدعة. في حين كان ينظر إلى التغير الاجتماعي من الزاوية الحتمية والخطية، أصبح يفسر اليوم بفضل إسهامات نظرية وتحليلية حديثة، من خلال تراكم الاختراعات اليومية التي تغير بالتدريج عادات البشر وقيمهم الاجتماعية وسلوكهم ونظرتهم إلى العالم حولهم، مما أدى إلى الفكرة القائلة أن التغير الاجتماعي في أي بلد واقع مرتبط بما ينجز به من ابتكارات، فكلما زادت هذه الأخيرة كلما ارتفعت وتيرة التغير الاجتماعي.

فما هو تعريف الابتكار في التراث السوسيولوجي ؟ ما هي الأسس التي يقوم عليها ؟ و كيف يمكنه إحداث التغير الاجتماعي في نظر علماء الاجتماع ؟

1-مفهوم الابتكار:

بعدما كان ينظر إلى تغير المجتمعات من الزاوية الحتمية (déterministe) والخطية من قبل علماء الاجتماع مثل "دوركهايم " (Durkheim) و" سبنسر " (Spencer) و" ماركس "(Marx) ، دخل مفهوم الابتكار في النقاش

السوسيولوجي في أواخر القرن 19 عندما استعمل '' تارد ''(Tarde) ، مصطلح "التقليد" (l'imitation) سنة 1890 في محاولته تفسير تطور المجتمعات من خلال تراكم الاختراعات اليومية التي تغير بالتدريج سلوك البشر و عاداتهم (" فونتان ''Fontan)[1]. ولأن من خصائص الانسان ، كما يذهب اليه ''تارد '' تقليد أشباهه ، فان ظهور سلوكا جديدا ،يؤدي الى ردة فعل "وبائية "(épidémiologique) يتم من خلالها تقليد الابتكار بمجرد ما تسمح به الظروف[2]. لكن هذا المنظور بقيع مهمشا حتى بروز تصور أكثر شمولا للعمليات الابتكارية مع التحليل الذي قام به بعض المؤسسين و على رأسهم "شومبتر" (Schumpeter) و"فيبلين" (Veblen)، من جهة ومن جهة أخرى استكمال علماء الأنتروبولوجيا تفكيرهم النظري حول التطور و التحول الثقافي انطلاقا من الأعمال التركيبية المنجزة من قبل "ريفرس"(Rivers)، "بواس"(Boas)، "كروبر'' (Kroeber) و"مالينوفسكي" (Malinowski).

1-1-الابتكار بالمنظور الاقتصادي:

في تحليله لمفهوم الابتكار، طور "شومبتر" مفهوم ''التحطيم الخلاق" (destruction créatrice)، للإشارة الى أن الابتكار يخلق إمكانيات اقتصادية جديدة ويحطم أخرى في نفس الوقت. فالابتكار في رأيه، انجاز يحمل في طياته، التقدم لأنه يغير طريقة التفكير وطريقة العمل إلى الأفضل وعليه، فان الاقتصاديين ينظرون الى الابتكار كنقطة مركزية هامة في تطور النظام الاقتصادي مسهل الانتقال من نموذج اقتصادي الى آخر.

ان وظيفة المبتكر كما يضيف تتمثل في تجاوز سلسلة من العوائق، فالابتكار هو رد ة فعل إبداعية تجاه الحواجز ويحدد في هذا الصدد ثلاثة أوضاع يتصدى لها المبتكر[3]:

أ-ينشط المبتكر في إطار ارتياب نظرا للمعلومة التي بحوزته، لم يكن متأكدا من بلوغ مشروعه ويمكنه اللجوء الى معطيات استعادية لكنها قد لا تحمل إلا قليل من اليقين لأنه لم يتم استعمالها بالطريقة الجديدة المقترحة.

ب-من الصعب، موضوعيا، القيام بالابتكار في وجود ما تم التعود علية و المتأكد منه.

ج-ردة فعل الوسط الاجتماعي تجاه الابتكار، أو تجاه كل مبتكر. وهنا يقول "شومبتر": على سبيل المثال "لا يكفي أن ننتج صابونا مرضيا ينبغي كذلك أن نحث الناس على الغسيل". وهنا نجده يشير الى البناء الاجتماعي المقصود باستخدام الاختراع وذلك هو من أهم خصائص الابتكار المؤدية الى التغير الاجتماعي.

إن الإسهام الرئيسي الذي قدمه "شومبتر"حسب "ترامبلي"(Tremblay) في تحليل الابتكار هو ذلك الخاص بالشخص المبتكر، حيث يرى أنه في كل ميادين النشاط الاجتماعي، يكون للمسير دورا خاصا، وتتلخص قدراته بالأساس، في المبادرة و الإرادة. وبتحويل هذه النظرة كما يضيف الى المجال الاقتصادي اشتق "شومبتر" مفهوم المقاولة والمقاول. فالمقاولة هي "عملية الانجاز" (acte de réaliser) والمقاول هو الفاعل (l'agent) الذي يقوم بتحقيق تركيبات جديدة لعوامل الإنتاج. فالمقاول ليس فحسب المخترع أو المكتشف والمبادر، بل هو كذلك من يدخل ذلك الاختراع في المؤسسة، في المصنع، في الاقتصاد أي المسئول عن نشره (Diffusion)[4].

ويرى "شوبتر " حسب "مارتي"(Marty) أن المجتمع البشري تديره قرارات بشرية، قرارات المقاولين، وليس الإيديولوجيات أو الطبقات الاجتماعية المجردة. وهنا يظهر التباين الأساسي واضحا بين "شومبتر" وأصحاب الاتجاه الحتمي والماكروسوسيولوجي. فالتغير بهذا المعنى يأتي من الممارسة الحقيقية للوظيفة وليس من الوظيفة بحد ذاتها. وبكلمة أخرى فان الفرد يكون مبتكرا عندما ينجز تركيبات جديدة يخلق من خلالها ظروفا تسمح بالتدخل الاجتماعي. هذا التجاوز كفعل، وحده يعكس دور و وظيفة المبتكر[5]. وبهذا المعنى فان "شومبتر" يبني تحليله داخل الوسط الاقتصادي وبالتالي فانه يرى "فاعلا محولا "في كل شخص باستطاعته تحقيق ترتيبات جديدة في إطار مؤسسة أو تنظيم بطابع اقتصادي.

1-2-الابتكار بالمنظور الاجتماعي:

تركز البحوث السوسيولوجية حول الابتكار، على العلاقة التي تربط هذا الأخير بالأفراد و بالمحيط الاجتماعي الذي ينتشر فيه ويشير " ألتار"(Alter) الى أن مفهوم الابتكار،"يرتبط بفكرة التقدم ،الحياة ،الإبداع والحيوية (...) ويتمتع بحكم قيمي ايجابي"[6]. أما "قاقليو"(Gaglio) وفي نفس الاتجاه يرى أن "الابتكار يرتبط بتصورات اجتماعية ايجابية في أغلب الأحيان وهو على صلة بمصطلحات مثل الإبداع، التقدم، التكنولوجيا، ويضيف أن بعض الجماعات الاجتماعية تربطه بالمثل الأعلى الذي ينبغي الوصول إليه، وذلك لأن الابتكار يتضمن حداثة مشروع أو منتوج أو تنظيم أو سلوك... الخ.[7]

ويشير التحليل السوسيولوجي الى الابتكار بصفته اختراعا أخذ بالانتشار بين جمهور معين بغض النظر عن حجم الجماعة الاجتماعية المعنية لأن ذلك لا يشكل عنصرا حاسما. وسواء تم تبنيه (approprié) من قبل فئة معينة أو الجمهور العريض، فالابتكار لا يمكن اعتباره كذلك إلا بعد ما يتم تبنيه داخل محيط اجتماعي معين"[8]. أما "التار" فانه يميز بين الاختراع والابتكار موضحا أن هذا الأخير يمثل كل العمليات الاجتماعية والاقتصادية التي تؤدي الى استعمال أو عدم استعمال الاختراع. فالابتكار بهذا المعنى قد يكون له صدى متفاوتا، معروفا أو أقل انتشارا، ظاهرا أو نادرا و يضيف كذلك أن الابتكار هو الفاصل بين عالمين: عالم الاكتشاف (...) وعالم منطق الاستخدام الاجتماعي الذي يمثل وسيلة الاستفادة من الاختراعات. ومن أسباب انتشار الابتكار، نظرة الجماعة الاجتماعية الايجابية نحوه، مما يؤدي الى ترقيته داخل شبكتها. فطريقة الوصف تشكل أحد الشروط الرئيسية لعملية الانتشار.[9]

إن تعريف "ألتار" السابق يمنح مكانة هامة للمستعمل (l'usager) حيث ينظر إليه بوصفه الصفقة التجارية الناجحة الأولى أو بصفة عامة الانطباع الايجابي الأول. فالفرق كما يؤكد بين الاختراع و الابتكار يكمن في أن هذا الأخير يتم استعماله من طرف فاعلين اجتماعيين. وينبغي حسبه التميز بين الاختراع الذي لن يكون أكثر من إبداع والابتكار الذي يمنح معنى وفعالية لهذا الإبداع. وعليه فان ما يسمح للاختراع بالتطور والتحول الى ابتكار، هو إمكانية إعادة اختراعه مع منحه معنى مناسبا للظروف الخاصة للفعل أو الثقافة أو الاقتصاد. فالابتكار على حد قوله، ليس جامدا بل يتمتع بدورة حياة وتاريخ في الزمن، وهو عبارة عن سيرورة (processus) وليس أثر مباشر وفوري، لمعطيات جديدة، على النسيج الاقتصادي والاجتماعي في محيط ما[10]

وعليه فان هذه الحركة الغير محددة مسبقا، تجري داخل مجموعة من الأفعال التي يسميها "ألتار" العادية (ordinaires) حيث يقول: "إذا كان الابتكار نتيجة لمجموعة من الأفعال العادية، فان الفاعلين القائمين بها هم مبتكرو الحياة اليومية". فالابتكار يظهر بالتالي كعملية ديناميكية، تسمح بتحويل تقنية أو منتوج أو تصور خاص بعلاقات اجتماعية الى ممارسات جديدة.[11]

1- 3-الابتكار بالمنظور السياسي:

إن الابتكار في هذا السياق ينبغي النظر إليه من الزاوية السياسية مع منحه وظيفة خاصة تجعل منه الوسيلة التي من خلالها يمكن تغيير المجتمع، ولهذا انشغل التفكير حول الابتكار بمفهوم "الابتكار الاجتماعي، الذي يتميز حسب "شامبون وآخرون" (Chambon et al) بثلاثة جوانب:

أ-الجانب التفسيري: الابتكار الاجتماعي لا يأتي مجانا، فهو نتيجة الحاجة، الرغبة، التطلع وقد يكون كذلك مصدره البحث عن حلول لمشكل اجتماعي محلي حيث يذهب هؤلاء المؤلفين الى أن "المحلي" هو المكان بامتياز، الذي يبرز فيه الابتكار الاجتماعي. فهذا الأخير لا يصدر عن ميكانيزمات أو عمليات جديدة توظفها المنظمات والمؤسسات الكبيرة بل تصدر عن الأفعال ذات الطابع المحلي. وبهذا المعنى كما يشير الباحثان فانه بالرغم من أننا نعتبر بصعوبة، سياسة حكومية، كابتكار اجتماعي، إلا أننا نستطيع النظر إليها بصفتها ابتكارا تتبناه الدولة على المستوى المحلي.

ب- الجانب الاجتماعي: الابتكار، عملية موجهة سياسيا، ترمي الى تحسين ظروف الحياة ويظهر في مثابة الجواب على ما يشار إليه بوصفه،عدم كفاءة المؤسسات الاجتماعية الكبرى على ضمان النوعية المتوقعة. فالمشروع السياسي يقوم على أساس "العمل بطريقة مغايرة" أكثر من اعتماده على النموذج التسلطي والسلمي في المؤسسات الكبرى. فالابتكار من هذه الزاوية ليس في قطيعة مع المؤسسات الكبرى مما يسمح له بإجراء تغيرات عميقة داخلها.

ج- الجانب الاقتصادي: إن استمرار الابتكارات يقتضي الدعم المالي. فكلما كانت الحاجة الى المال كبيرة كلما كان من الصعب عدم تمويل الخبرة الاجتماعية من طرف الدولة.

2- الابتكار، النماذج الانتشارية والتغير الاجتماعي:

قبل التطرق الى النماذج الانتشارية المؤدية كلها الى التغير الاجتماعي، ينبغي معرفة ما إذا كان نجاح الابتكار مرتبطا بالموضوع في حد ذاته أم بالمستقبلين له أي أرضية الاستقبال التي تساعد على تبني الانجاز الجديد ومنه تحويله الى ابتكار.

أ.لبراديقم الهرمي (hiérarchique) التنازلي: يشير الى أن الابتكار يبدأ بالانتشار انطلاقا من الطبقات الاجتماعية العليا ليصل الى الطبقات السفلى وذلك ما يذهب إليه "قاقليو" عند قوله: "إن اتجاه الانتشار يعيد إنتاج الطبقية الاجتماعية

ويعززها". وتقترب هذه النظرة من تحليل "بورديو" (Bourdieu) الخاص بالنقل (la transmission) والتمييز (la distinction) في افتراضه أن الانتشار أو البث، يكون دائما من الأعلى عندما يتعلق الأمر بالأذواق الثقافية.

ب.البراديقم التصاعدي (bottom-up): يقترح نظرة مغايرة حيث أنه يرى أن الابتكار يمكنه الانطلاق من الطبقات البسيطة ليتم استثمارها من قبل أعلى طبقات المجتمع.

ج.البراديقم الأفقي (horizontal): يذهب الى أن الابتكار لا ينتشر تصاعديا عبر الطبقات الاجتماعية بل عبر شبكات الأقران والمحيط القريب، خلال تفاعلات فاعلين اجتماعيين تجمع بينهم مراكز الاهتمام. أي أن هذا النمط من الانتشار يجري بين أشخاص يتفاعلون ولهم اهتمامات مشتركة و بمعنى آخر، ينتمون الى نفس الشبكة الاجتماعية.

د-البراديغم الدوامي (tourbillonnaire): الذي يتصور أن الانتشار يجري داخل عملية شاملة يكون فيها الفاعل في قلب شبكة يقوم بتغييرها و يتطور هو نفسه من خلالها.[12]

2-1- نموذج الانتشار بالتقليد:

لقد كان "تارد" سنة 1890 من الأوائل الذين قاموا بالبحث حول الشروط التي تؤدي الى انتشار الابتكار وكان السؤال الذي طرحه كالتالي: "لماذا من بين مئات الابتكارات المتنوعة والمتتالية، سواء كان الأمر يتعلق بالأشكال الشفهية أو الأفكار الأسطورية أو الطرق الصناعية أو غير ذلك، نجد عشرة منها فقط تنتشر بين الناس وتسعين تنسى". وقد كانت نظرية التقليد في مؤلفه "قواعد التقليد"، محاولة لتفسير ظاهرة انتشار الابتكار. فالتغيرات الاجتماعية بالنسبة له، مصدرها الاكتشافات والاختراعات التي يقوم بها الأفراد لأن المجتمع كما يقول، يمكن تفسيره من خلال مجموعة من المبادرات الفردية التي تأخذ بالانتشار داخل الجماعة الاجتماعية. وتساهم هذه المبادرات حسب رأيه، في التغير الاجتماعي بسبب ظاهرة التقليد التي تربط الإفراد بينهم ومدى تكرار الظاهرة هو كما يشير، وسيلة لقياس التغيرات الاجتماعية وإذا لم يكن شيء يربط بين الافراد، فلا يمكن للجسد الاجتماعي أن يتكون ولا للتغيرات أن تلاحظ عبر الزمن.[13]

فالابتكار كما يؤكد "تارد" هو في البداية ظاهرة اجتماعية فريدة وأصلية، تنتشر عبر عمليات منطقية تقليدية، وراثية واهتزازية داخل الجماعة الاجتماعية كاملة. وإذا كان أصل الظواهر الاجتماعية غير قابل للتفسير كما يرى، فان انتشارها غير ذلك، فالعادي على كل مستويات المعرفة يشتق من العرضي. وأكثر من ذلك، فانه قام بالتشبيه، بين بنية الجسم

(anatomie) والفيسيولوجيا (la physiologie) والاجتماعي (le social) وذلك لمقارنة تكرار الظواهر الاجتماعية مع الوراثة في الجهاز العضوي، مما دفعه الى القول أن الكائن الاجتماعي مقلدا بالأساس.[14]

2-2-نموذج الانتشار بالمرحلة:

إذا كان هناك اختلاف حول تحليل انتشار الابتكار فانه يوجد عكس ذلك، اتفاق حول فكرة أنه عبارة عن سيرورة (processus) تجري عبر مراحل معينة. ويظهر نموذج "شومبتر" الأكثر قبولا وهو الذي يميز بين ثلاث مراحل متتالية:

-الأولى وهي مرحلة تبني الابتكار من قبل أفراد يقعون على هامش المعايير المجتمعية ويكون سلوكهم مناقضا مع تلك التي يحددها النموذج السائد.

-الثانية وهي التي تظهر فيها مجموعة من المقلدين الذين بعد تأكدهم من فائدة الابتكار، يقومون بإعادة تبنيه من أجل نشره أكثر حتى ولو كلفهم الأمر مخالفة القواعد والمعايير الاجتماعية السائدة، الشيء الذي يدفعهم الى إنشاء عناقيد (grappes) من الابتكارات الثانوية التي يقومون بتحويلها الى صيغة تساعد على انتشار أوسع.

-الثالثة ويسميها مرحلة الاستقرار وهي التي تبرز فيها قواعد اللعبة الحديثة والتي بدورها تنزع، بالتدريج الطابع الجديد للابتكار السابق، هذا الأخير الذي سوف يصبح متناغما مع النموذج الجديد.

2-3-النموذج الوبائي:

ينظر "روجارس"(Rogers) الى انتشار الابتكار من زاوية علم النفس الاجتماعي ويركز في نظرته على المتبنين بصفة خاصة، حيث يقوم بوصف خصائص عملية الانتشار بمنطق وبائي أي بطريقة انتشار الوباء من خلال العدوة. وقد استند الى عدد هائل من البحوث والدراسات لتسليط الضوء على الفاعلين الاستراتيجيين والعمليات المنطقية وجوانب الابتكار، هذه العناصر التي قد يكون لها دورا كبيرا في المساعدة على الانتشار ودعمه داخل المجتمع.

3- التغير الاجتماعي من خلال التحديث:

يقتضي التحديث حسب"دود"(Dodd) وجود نظام تقليدي يحتاج للتغيير أي تأثير الجديد على القديم، وتوصف المجتمعات بهذا الوصف عندما تظهر فيها بعض السمات والخصائص الجديدة مثل التعليم على نطاق واسع، والتمدن والتصنيع والاتجاه نحو البيروقراطية والاتصالات المتقدمة والمواصلات السريعة وإلى غير ذلك من السمات التي يجب أن تحل محل أشكال التنظيم الاجتماعي العتيقة التي تميز المجتمع التقليدي[15] ويرى "ليرنر"(Learner) أن التحديث هو عبارة عن عملية منظمة تشمل تغيرات متكاملة في قطاعات المجتمع السكانية والاقتصادية والسياسية وما يتعلق بالاتصالات وكذا التغيرات الثقافية.

3-1- مصادر التحديث:

أ- التعليم:

لقد أدى الابتكار في كل مجالات الحياة في نهاية القرن الماضي، الى بروز مجتمع جديد بنمط حديث وقيم وأساليب حديثة، عرف بمجتمع المعرفة، يقوم على استهلاك المعرفة بل المعارف المتسارعة، ويرتكز بالأساس على قدرات الأفراد الخلاقة والمبدعة ساحقا في طريقه ما كان يسمى بمجتمع إعادة الإنتاج، بعاداته المستقرة وقيمه ومعتقداته الراسخة. لقد تحولت فجأة وبصفة جذرية جميع ظروف الحياة في كل جوانبها الاقتصادية والثقافية والسياسية والاجتماعية. ويشير "ف.بوقطة" في هذا الصدد الى التطور الذي عرفته البشرية بعد انتقالها من الساعة كوحدة زمنية الى أجزاء الثانية (picoseconde) ومن اليد العاملة الى القدرات الخلاقة ومن المخزون المادي الى المخزون اللامادي ومن مجتمع إعادة الإنتاج الى مجتمع الابتكار"[16]. فالمجتمع الناشئ بخلفية الاقتصاد الجديد القائم على تكنولوجيا الإعلام والاتصال ينظر الى المعرفة بصفتها موردا مفتاحا يسمح للأمم بالتقدم والرفاهية والازدهار. وذلك ما يؤكده "دروكر" (Drucker) عند قوله: "أن المستقبل القريب سوف لا يميز بين المجتمعات الفقيرة وتلك الثرية بل بين المجتمعات الجاهلة والمجتمعات العارفة، فالفرق سوف لا يكون بين الغني والفقير بل بين من يملك المعرفة ومن يفتقدها"[17]. فالثروة الحقيقية كما يضيف، سوف تكون المعرفة التي لا يمكن اكتسابها إلا عن طريق التربية والتعليم الذي بدوره سوف يكتسي لا محالة، ثوبا جديدا داخل مجتمع جديد، شعاره "تعلم كيف تتعلم مدى الحياة" (apprendre à apprendre le long de la vie) . وفي نفس الاتجاه يذهب "غلام الله" الى أن المجتمع الجديد

المتحول باستمرار والذي تتغير المعارف ضمنه بسرعة البرق، يقتضي تكوينا ذاتيا متواصلا، وتلك هي المهام الأساسية التي ينبغي على التعليم والمتعلم الالتزام بها"[18].

فالتربية الحديثة ينبغي أن تهيئ الأفراد لظروف العمل في ظل اقتصاد السوق التي تقتضي كفاءات فكرية وقدرة على الابتكار، لا يملكها بالضرورة العامل البسيط، كونها تعتمد على رصيد فكري وثقافي وقدرة على تحصيل وتطبيق المعارف النظرية والتحليلية، فالعامل بالمنظور الجديد، عليه أن يطور مفاهيم جديدة خاصة بشروط العمل الناشئة وذهنية مستحدثة تدفعه الى تنمية ثقافة التعلم باستمرار وتغيير السلوك والقيم والقناعة المعتادة. ويشير "دروكر" في هذا السياق الى ظهور جماعة اجتماعية مع بداية الثمانينات في الولايات المتحدة (مركز العالم المتقدم)، تسجل أسرع نموا داخل الطبقة النشطة وهي جماعة التقنيين الذين يتصورون مشاريع وينجزونها، مطبقين معارفهم، هؤلاء العمال يسميهم "دروكر" عمال المعرفة[19].

ب- النموذج التربوي:

يرى "فريدمان"(Friedman) أن القوى النفسية الاجتماعية هي التي تحدد معدل التنمية الاقتصادية والاجتماعية وأن التحديث يبدأ من أنفس الأفراد حيث أن نقطة البداية تكمن في بث الطموح والتوثب في الأشخاص وغرس القيم الحديثة والأفكار الفاعلة في شخصية الأفراد واتجاهاتهم منذ المراحل الأولى من أعمارهم. فما تحتاجه البلدان المتخلفة والنامية على سبيل المثال، هو تحرير طاقات الملايين من الرجال ذوي القدرة و الفعالية و الحسم حيث أنه أصبح من الضروري توفير جو يعطي الأفراد أكبر قدر من الفرص ويحفزهم[20].

أما "ماك ليلاند"(Mac clelland) فإنه يعتبر أسباب تخلف البلدان النامية وكذا استمرار تعثر تنميتها إلى ضعف توفر الحاجة إلى الإنجاز و فتور الاهتمام بشؤون الآخرين. ويعرف الحاجة الى الإنجاز بوصفها الدافع على صنع الأشياء بطريقة أفضل وأن هذا الدافع يمثل خاصية عقلية. فالتنمية الاقتصادية والتغير الثقافي حسب رأيه يحدث إذا توفرت درجة عالية من الدافعية لدى الأفراد و استشعروا الرغبة في التغيير والإنجاز وفي هذا الصدد يقول أن القضية العامة التي ينهض عليها فهمنا للتنمية الاقتصادية والتغير الثقافي هي أن المجتمع الذي يشهد درجة عالية من الإنجاز يؤدي إلى ظهور طبقة نشطة من أصحاب المشروعات تسهم بدورها في الإسراع بالتنمية الاقتصادية[21]. ويؤكد أصحاب هذا الاتجاه على دور المبتكر الذي يعتبرونه نموذجا من الشخصية التي تتصف بالحاجة لإنجاز الجديد وتأكيدهم على الفرد النشط والمسير الكفء والمتحرر نفسيا

واجتماعيا من أشكال القهر والتسلط. ولذا نجد "ماك ليلاند"يركز على دور التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة والمدرسة والمجتمع في دعم الشعور بالحاجة إلى الإنجاز لدى الأطفال كما أكد على ضرورة تغيير القيم التقليدية وإحلال القيم الحديثة الإيجابية محلها.[22]

أما "هيجن Hagen من جانبه فإنه يؤكد أساسا على ضرورة خلق الإبداع ونشره وتكوين اتجاهات إيجابية نحو العمل التقني اليدوي وإتاحة الفرصة لتفجير الطاقات الإبداعية لأن التجديد والإبداع والشخصية المبدعة تعد شرطا أساسيا لإحداث التنمية الاقتصادية. ولذا فإنه يقر بضرورة تعبئة الأفراد و إكسابهم المهارات المتعددة التي تمكنهم من المشاركة بفعالية في الحياة الاجتماعية والسياسية وتجعلهم يتمثلون أساليب الحياة الحديثة وقيم التحديث.

الخاتمة:

يبدو مما سبق أن الابتكار في التراث السوسيولوجي، ظاهرة اجتماعية عالمية بدأت مع تاريخ البشر خلال محاولاتهم البحث عن حلول للمشاكل التي تفرزها حياتهم اليومية سواء كانت اجتماعية، اقتصادية، ثقافية أو سياسية. واذا كانت هذه الظاهرة تتسم بالبطء قبل القرن التاسع عشر فإنها بعد ذلك أصبحت تسير بوتيرة سريعة نظرا لتطور البحث العلمي والمعرفة الكثيفة كنتيجة له. فالتغير الاجتماعي بهذا المعنى أصبح مرتبط بقدرة الانسان على الخلق والابداع وأن سرعته تتزايد مع سرعة الابتكارات. وبكلمة أخر فان الابتكار وانتشاره يحدث التغير الاجتماعي وأن هذا الأخير بدوره يحث البشر على التجديد والابتكار أكثر، ولن يكون ذلك ممكنا الا من خلال التعليم والتنشئة الاجتماعية.

قائمة المراجع:

1- Fontan(J-M), **Reconversion économique et développement territorial**, PUQ, Québec, 2003, p54.

2- Ibid. p 56.

3- Ibid. p 58.

4- Tremblay(D-G), **Proximité territoriale et innovation**, Revue d'Economie Régionale et Urbaine 5, 835-852.

5- Gaglio(G), **Sociologie de l'innovation**, Que sais-je ?, PUF, Paris, 2011, p 11.

6- Norbert(A), **l'innovation ordinaire**,PUF, Paris, 2000, p 29.

7- Gaglio(G), **Sociologie de l'innovation**, Que sais-je ? PUF, Paris, 2011.p 38.

8- Ibid,p 42.

9- Norbert(A), Op, Cit, p 65.

10- Ibid, p 71.

11- Ibid, p 78.

12- Gaglio(G), Op, Cit,p 40.

13- FiliastreRoux(M), **Formes d'une innovation énergétique**, Thèse de doctorat, Université Descartes, Paris, 2012,p 46.

14- Ibid, p 49.

- زمام(نور الدين) ،**القوى السياسية و التنمية**،دوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر/2007،ص1522

16-Bouguetta(Fouad), **Société de l'information**, OPU, Alger,2007, p 29.

17- Ibid, p 32.

18- Ghallamallah(M), **Les Tice comme axe stratégique de la réforme**, CREAD,p 40,2006.

19 - زمام(نور الدين) مرجع سابق.

20- نفس المرجع.

21- قيرة (أ) و غربي(ع)، **في سوسيولوجيا التنمية** ، د م ج ، الجزائر ، 2001.

22- نفس المرجع.