

Les piliers de la créativité au sein des universités algériennes: étude empirique

The pillars of creativity in Algerian universities: empirical study

Difallah Nassima^{1,}, Benziane Imân²*

¹Université Batna 1 (Algérie), *nassima.difallah@univ-batna.dz*

²Université Batna 1 (Algérie), *iman.benziane@univ-batna.dz*

Laboratoire de recherche en stratégie d'entreprise et marketing (LARSEM)

Date de réception: 09/04/2023;

Date de Acceptation: 20/06/2023;

Date de publication: 30/06/2023 ;

Résumé:

L'objectif de cet article est l'analyse des enjeux des piliers de la créativité chez l'étudiant du point de vue des enseignants. Un questionnaire a été distribué aléatoirement à un échantillon d'enseignants d'universités algériennes. Nous avons collecté 135 réponses. Les répondants ont confirmé l'existence des différents piliers de la créativité chez étudiant au sein de leur universités de rattachement, à savoir: la fluidité, la flexibilité, l'originalité, la capacité d'analyse, la sensibilité aux problèmes, l'imagination et la liberté. Cependant, l'étude a abouti à la nécessité de:

- donner à tous les étudiants l'occasion et les moyens de développer un esprit créatif.*
- fournir aux étudiants les moyens de faire face aux problèmes et générer de nouvelles idées.*

Mots-Clés : *créativité ; université ; piliers ; étudiants ;*

Jel Classification Codes : *O31 ; I23*

Abstract:

The aim of this paper is to analyze the challenges of the pillars of student creativity from the opinion of teachers. A questionnaire was distributed to a sample of Algerian university teachers. We collected 135 responses. Respondents confirmed the existence of the different pillars of student creativity within their universities, namely: fluidity, flexibility, originality, analytical capacity, sensitivity to problems, imagination and freedom. However, the study resulted in the need to:

- give all students the opportunity and the means to develop a creative spirit.*
- provide students with the means to deal with problems and generate new ideas.*

Keywords: *creativity ; university ; pillars ; students ;*

Jel Classification Codes : *O31 ; I23*

*Auteur correspondant,

Introduction :

Nous assistons au cours de ces dernières décennies à un vaste mouvement de regroupement dans les différentes parties du monde ainsi qu'à une intensification déferlante de la globalisation qui touche tous les aspects de la vie économique, politique et sociale. L'intégration au marché mondial avec comme corollaire l'adhésion aux normes standard imposées par ce mouvement devient inéluctable. L'adaptation de l'entreprise face à ces échéances déterminantes passe irrémédiablement par une révolution que l'entreprise est impérativement appelée à opérer pour survivre et contrer de manière efficace l'intense concurrence tant interne qu'externe à laquelle elle est confrontée, concernant tous les aspects de son activité économique, à savoir, la qualité du produit, le marketing, la recherche et développement, la gestion rationnelle des ressources humaines. Aussi, seules les entreprises créatives pourront faire face à ces changements.

Dans ce contexte, le rôle des universités est de produire des futurs diplômés créatifs et innovateurs pour introduire les entreprises dans l'économie moderne et leur offrir l'opportunité de contribuer de manière effective au développement national.

Notre problématique principale s'articule autour de la question suivante: quels sont les piliers de la créativité au sein des universités algériennes?

Pour répondre à cette problématique, nous proposons une analyse empirique basée sur les opinions des enseignants d'un échantillon d'universités algériennes.

Ce travail a été divisé en deux parties: une partie théorique pour présenter quelques concepts importants relatifs à la créativité et ses piliers au sein des universités. Nous présenterons ensuite notre travail de terrain dans une partie empirique.

I-Partie théorique :

I-1- Définition et importance de la créativité :

I-1-1-Définition de la créativité :

Plusieurs définitions ont été données au terme créativité, nous présenterons ci-dessous les plus citées.

Le terme « créativité », décrit la capacité de créer et imaginer quelque chose de nouveau ou une solution originale à un problème donné. La créativité consiste aussi à savoir anticiper et s'adapter à l'environnement auquel on fait partie (Bouras, 328).

La créativité se définit comme la capacité de produire un travail à la fois novateur (c'est-à-dire original, inattendu) et approprié (c'est-à-dire utile, en lien avec les contraintes de la tâche). Elle consiste à produire des idées nouvelles et utiles pour résoudre un problème identifié (Caron-Fasanetal, 2);

La créativité est une compétence par laquelle les sujets démontrent leur capacité, individuellement ou en équipe, à développer un processus de conception d'une solution adaptée au contexte de la situation-problème et jugée nouvelle, pertinente par un groupe de référence (Romero, 31).

La créativité est définie comme la capacité à imaginer rapidement différentes solutions originales, si l'on est confronté à une situation de problème (korichi, 75).

La créativité est considérée comme étant le processus qui fait que l'être humain est capable d'émettre des idées (Debois, 12).

Tekfi résume la définition du terme créativité, par la présence de trois dimensions indispensables:

- **La nouveauté:** c'est la pierre angulaire de toute créativité.
- **La régularité:** c'est la fréquence avec laquelle une personne prouve sa capacité à apporter du nouveau dans son domaine d'activité ou bien d'autres domaines.
- **La reconnaissance** (Tekfi, 2013, 23).

I-1-2-Importance de la créativité :

La créativité est importante en premier lieu dans le sens qu'elle produit un avantage concurrentiel. Aussi, elle:

- est un moyen puissant pour donner à l'offre de l'entreprise, un caractère unique et protégé contre les tentatives d'imitation de la concurrence.
- est un outil efficace pour surmonter les turbulences environnementales
- est au cœur du processus de résolution de problèmes.

Par ailleurs, la gestion de la qualité totale repose sur l'amélioration continue qui passe par la recherche permanente de nouvelles idées et de nouvelles méthodes, permettant l'amélioration de la qualité de l'offre de l'organisation, et de la qualité de vie au travail (Tekfi, 2013, 25).

I-2- L'université et la créativité :

I-2-1- Le rôle de l'université dans le développement de la créativité

La créativité n'est plus considérée comme une qualité innée que seul un petit nombre d'individus possèdent. Au contraire, elle est de plus en plus considérée comme une compétence qui peut être améliorée ou développée chez la plupart des individus grâce à une expérience et une formation adéquates (Brahimi, 1065).

Nous soulignerons donc qu'il faudra trouver des méthodes pour développer la créativité présente dans chaque individu.

Benali (Benali, 134) avance que l'éducation à la créativité vise à développer chez les jeunes des capacités à générer des idées et actions originales, que ce sont des formes d'éducation qui leur permettent de participer de manière positive à la complexité croissante et la diversité des valeurs sociales et des modes de vie. Il existerait selon lui une forte corrélation entre l'éducation culturelle et l'éducation à la créativité.

Selon Senel (Senel, 217), la créativité émerge à la suite de la réflexion, et on peut développer la créativité quel que soit l'âge. Il avance que l'environnement scolaire est l'un des domaines les plus appropriés pour l'éducation à la pensée créative.

Jackson sous-tend cinq propositions ayant des conséquences importantes pour l'enseignement supérieur (Jackson, 3-4):

- La première proposition est que toute personne a une capacité créative unique qui est à la base de ses ambitions et son destin.

- La deuxième est que si l'enseignement supérieur se préoccupe de faire une différence positive dans la vie des étudiants en leur permettant d'atteindre leur plein potentiel, il faudra se préoccuper de leur développement créatif et académique.
- La troisième proposition est que les enseignants de l'enseignement supérieur, avec leur autonomie et leur capacité à concevoir et à faciliter des expériences d'apprentissage intéressantes et stimulantes, sont capables d'exercer une forte influence sur le développement créatif des étudiants.

I-2-2- Aspects de développement de la créativité au sein de l'université

Pour Benali (Benali, 140), pour devenir plus créatif, il faut des connaissances préalables. En cela, la quantité d'information automatisée par le cerveau et qui va pouvoir déferler dans l'esprit au moment où l'on réfléchit est particulièrement importante. C'est l'une des raisons pour lesquelles la créativité dépend de l'éducation. L'infrastructure physique et virtuelle de l'université doit fournir un environnement qui favorise l'innovation, ayant les caractéristiques suivantes:

- Accès facile (24/7) et direct aux nouvelles informations relatives à l'enseignement, la recherche, l'entrepreneuriat et l'innovation.
- Accès à des bibliothèques modernes et entièrement équipées, à des laboratoires et ateliers.
- Un milieu universitaire ouvert qui stimule la créativité et l'innovation et offre des opportunités de rencontrer des innovateurs, des entrepreneurs et des investisseurs et qui offre également des facilités et du soutien au démarrage d'activités entrepreneuriales.

Parmi les principaux aspects de la stratégie d'une université qui intègre une culture d'innovation, on trouve (Benali, 142):

- Renforcer et augmenter la participation des étudiants et employés à la prise de décision.
- Fournir des formations, aussi bien pour les étudiants que pour le personnel, en matière de créativité et d'innovation.
- Faire de la créativité une exigence dans le programme pédagogique et la carrière du personnel.

Selon l'opinion de Jackson (Jackson, 15), les enseignants doivent croire que la créativité de leurs élèves mérite d'être développée et qu'elle peut être développée. Une analyse de vingt-huit récits d'enseignements cherchant délibérément à encourager les étudiants à être créatifs dans divers contextes disciplinaires a révélé ce que les enseignants du supérieur font pour promouvoir la créativité des étudiants. Ils:

- donnent aux élèves la permission d'être créatifs,
- les encouragent et valorisent leurs efforts pour être créatifs,
- donnent le temps aux élèves d'être créatifs,
- fournissent des espaces sûrs où ils peuvent essayer de nouvelles choses,
- donnent aux élèves la confiance nécessaire pour prendre des risques,
- développent la confiance en soi des élèves pour travailler dans des situations imprévisibles,
- favorisent le développement de la conscience de soi et de l'apprentissage réflexif,
- proposent des situations d'apprentissage du monde réel,
- proposent des activités significatives pour les participants,
- créent des opportunités pour ou des approches d'apprentissage basées sur l'investigation.

I-3- Modèles de créativité en milieu organisationnel

Nous présenterons dans cette partie quelques principaux modèles:

I-3-1- Le modèle de Wallas

Conçue en 1926 par Graham Wallas, elle présente le processus de la créativité en quatre étapes (Tekfi, 2012-2013, 136):

- **Préparation:** prise de contact avec le problème, recueil de données.
- **Incubation:** manipulation des données, recherche intuitive des idées.
- **Illumination:** création et combinaison, prise de conscience d'une voie.
- **Vérification:** évaluation de la voie de solution.

I-3-2- Le modèle d'Osborn

Alex Osborn, créateur du brainstorming, propose aussi un modèle en 1953, qui repose sur l'équilibre entre l'analyse et l'imagination, composé de sept étapes (Tekfi, 2012-2013, 136):

- **Orientation:** formulation du problème.
- **Préparation:** collecte des données.
- **Analyse:** étude des données.
- **Conception:** définition de plusieurs alternatives possibles, par le biais de la génération des idées.
- **Incubation :** mise à côté du problème pour un certain moment ;
- **Synthèse :** assemblage de toutes les pièces de manière cohérente ;
- **Évaluation:** estimation de la qualité des idées. Osborn a proposé dans son modèle l'utilisation du « brainstorming » comme outil de génération des idées.

I-3-3- Le modèle d'Osborn-Parnes

Connu également sous la nomination de « Résolution Créative des Problèmes (CPS: creative problem solving model) », il a été formulé par J. Sidney dans les années 50. Ce modèle est le résultat de la combinaison de diverses approches, celles de: Parnes, Osborn, Isaksen et de Trefflinger. Il est composé de six étapes (Tekfi, 2012-2013, 136):

- Identification d'un objectif à atteindre ;
- Identification des données importantes liées à cet objectif ;
- Définition du problème à résoudre ;
- Génération d'idées permettant la résolution du problème ;
- Recherche de la solution ;
- Implémentation de la solution trouvée.

Les 3^{ème} et 4^{ème} étapes impliquent le recours à la pensée divergente, où sont produites un bon nombre d'idées, alors que les 1^{ère}, 2^{ème}, 5^{ème} et 6^{ème} étapes nécessitent l'utilisation de la pensée convergente, où seules les bonnes idées seront choisies pour les explorer.

I-3-4- Le modèle componentiel d'Amabile

Amabile a présenté deux modèles (Rih, 199-200) :

- Le modèle componentiel au niveau individuel

Ces trois éléments sont nécessaires à la créativité individuelle, et ce, quel que soit le secteur.

- Les compétences liées au domaine concerné, à savoir: l'expertise, les connaissances factuelles, les savoir-faire techniques et les talents spécifiques liés au domaine.
- Les compétences liées à la créativité: elles incluent un style cognitif, une capacité à prendre des risques et le fait d'être persévérant.
- la motivation.

- Le modèle componentiel au niveau organisationnel

Il prend en considération trois composantes:

- La composante organisationnelle de la motivation, qui concerne: la valeur donnée à l'innovation, l'orientation positive vis-à-vis du risque, la confiance à l'égard des membres de l'organisation, le leadership.
- Les ressources du domaine, elles incluent: les experts de l'innovation, les financements, les ressources matérielles, les études de marché, la possibilité de formation du personnel, ...
- Les composantes organisationnelles du savoir-faire.

I-4- Principaux piliers pour une créativité efficace

Selon Seddik (Seddik, 645-646), La capacité créative a des composants et des éléments essentiels, sans eux on ne peut parler de créativité efficace, son importance est de mesurer le niveau de l'individu, de la communauté et de l'organisation:

- **L'originalité:** cela signifie que la personne créative est un penseur original, c'est-à-dire qu'il ne répète pas les idées de ceux qui l'entourent.
- **La sensibilité des problèmes:** la personne créative a l'avantage d'être capable de comprendre les crises et les problèmes dans des situations différentes plus que les autres, et est capable de définir précisément toutes les dimensions du problème ou la crise.
- **La flexibilité:** c'est la capacité de la personne à transformer la direction de sa pensée en traitant le problème d'une situation à une autre, ce qui signifie que l'individu est capable de s'adapter rapidement aux nouveaux développements et attitudes.
- **La capacité d'analyser:** la personne créative a la capacité d'analyser des éléments de choses et la compréhension et l'assimilation des relations entre ces éléments, et la capacité de réorganiser des idées et des objets sur les bases étudiées et ainsi faire un changement ou un renouvellement dans la pratique.
- **La fluidité:** c'est la capacité de produire un grand nombre d'idées créatives et supérieur aux autres en termes de quantité dans une période de temps spécifique et sur un sujet particulier.

Jackson (Jackson, 16) de son côté, donne dix propositions pour un programme imaginatif qui fournirait des conditions plus susceptibles d'engager les apprenants de manière créative.

- Donner aux apprenants la liberté et les moyens de faire des choix afin qu'ils puissent trouver des situations profondément satisfaisantes et personnellement stimulantes qui les inspirent, les engagent et les développent.
- Permettre aux apprenants d'apprécier l'importance de pouvoir faire face à des situations.

- Préparer les apprenants et leur donner des expériences d'aventure dans des situations incertaines et inconnues où les contextes et les défis ne sont pas connus, en acceptant les risques encourus.
- Soutenir les apprenants lorsqu'ils participent à des situations qui exigent qu'ils soient flexibles et leur permettre d'apprécier leur propre transformation.
- Permettre aux apprenants de se sentir et de s'apprécier en tant que connaisseurs, créateurs, acteurs, narrateurs, enquêteurs, et leur permettre de penser et d'agir dans des situations complexes.
- Encourager les apprenants à être créatifs, entreprenants et ingénieux afin d'accomplir les choses qu'eux-mêmes et les autres apprécient.
- Permettre aux apprenants de développer et de mettre en pratique des compétences en communication pour être efficaces dans un monde moderne, culturellement diversifié et pluraliste
- Permettre aux apprenants de développer des relations qui facilitent la collaboration, l'apprentissage et le développement personnel.
- Encourager les apprenants à se comporter de manière éthique et socialement responsable d'eux-mêmes en tant que concepteurs / auteurs et développeurs de leur propre vie.

II-Partie empirique de l'étude:

II-1- Méthodologie :

La deuxième partie de ce travail de recherche est la partie empirique. Nous rappellerons que notre problématique concerne la recherche de piliers développant la créativité au sein de l'université algérienne, comme il a été souligné dans l'introduction.

Nous avons opté pour le questionnaire comme méthode d'investigation pour pouvoir cerner le problème en visant un nombre maximal d'universités, les entretiens étant plus difficiles à effectuer dans le secteur de l'enseignement supérieur vu la difficulté de rencontrer le staff enseignant.

Nous avons choisi le secteur de l'enseignement supérieur qui selon notre opinion, est le secteur le mieux placé pour mettre en valeur la créativité.

Notre étude a ciblé toutes les universités du pays. Nous avons collecté 135 réponses traitables.

Le questionnaire a comporté deux axes:

Le premier axe a concerné les informations générales définissant l'échantillon des répondants, entre autres:

- le sexe, l'âge, le grade, le niveau enseigné, la faculté et l'université de rattachement
- l'appartenance à une entité de recherche.

Le second axe a concerné les opinions des répondants concernant les principales variables de l'étude, à savoir les piliers de la créativité:

- la fluidité, la flexibilité, l'originalité, la capacité d'analyse, la sensibilité, l'imagination et la liberté.

Avant de présenter l'analyse des réponses aux différents axes, nous exposons dans ce qui suit la vérification de la validité de la cohérence interne des items composant notre questionnaire et le test de la distribution normale des variables de l'étude.

II-2- Validité de la cohérence interne du questionnaire:

Le tableau suivant présente les résultats de l'analyse de la cohérence interne du questionnaire.

Tableau n°1: test de la validité de la cohérence interne

Item	Coefficient de corrélation Pearson	Valeur probable Sig
La fluidité		
L'étudiant est capable de générer des idées ou des alternatives	.705**	.000
L'étudiant peut écrire de nombreuses idées	.793**	.000
L'étudiant peut générer des idées en peu de temps	.756**	.000
La flexibilité		
Les idées proposées par l'étudiant sont diversifiées	.845**	.000
Les idées proposées par l'étudiant varient	.852**	.000
Les idées des étudiants sont de bonne qualité	.763**	.000
Les idées de l'étudiant se caractérisent par la compréhension des sujets	.703**	.000
L'originalité		
Les idées de l'étudiant se renouvellent	.796**	.000
Les étudiants proposent de nouvelles idées en peu de temps	.693**	.000
Les idées de l'étudiant sont uniques et se distinguent	.697**	.000
La capacité d'analyse		
L'étudiant a la capacité de détailler les idées présentées	.632**	.000
L'étudiant a la capacité de clarifier les idées	.563**	.000
L'étudiant gère avec sagesse les situations d'urgence qui se présentent à lui	.596**	.000
L'étudiant se base sur la méthode de discussion dans l'apprentissage	.752**	.000
La sensibilité aux problèmes		
L'étudiant a la capacité de prévoir les problèmes avant qu'ils ne surviennent	.852**	.000
L'étudiant a la capacité d'écarter les problèmes après qu'ils ne surviennent	.805**	.000
L'étudiant a la capacité de penser à des solutions alternatives aux problèmes	.632**	.000
L'imagination		
L'étudiant découvre de nouvelles relations entre les choses	.785**	.000
L'imagination augmente la capacité de L'étudiant à assembler de nouvelles choses à partir d'anciens éléments	.756**	.000
L'étudiant utilise sa culture pour faire face aux problèmes et aux idées nouvelles	.752**	.000
La liberté		
L'étudiant est libéré du carcan des vieilles idées	.723**	.000
L'étudiant est libéré des pensées routinières	.852**	.000
L'étudiant crée de nouvelles perspectives pour les anciennes idées	.741**	.000

** La corrélation est statistiquement significative au niveau de validité $\alpha = 0,01$

Source: établi par les auteures

Il apparaît d'après le tableau précédent que les items sont statistiquement significatifs.

II-3- Test de la distribution normale des variables de l'étude:

Le tableau suivant présente les résultats du test de distribution normale des variables de l'étude.

Tableau n°2: test de la distribution normale des variables de l'étude

Item	Skewness	Kurtosis
La fluidité	0,587	1,061
La flexibilité	0,652	1,021
L'originalité	0,548	-0,500
La capacité d'analyse	0,578	-0,452
La sensibilité aux problèmes	0,526	-0,523
L'imagination	0,623	-0,563
La liberté	0,542	-0,454

Source: établi par les auteures à partir des résultats de Statistica 12

D'après le tableau précédent, toutes les variables de l'étude suivent la distribution normale (toutes les valeurs du coefficient d'asymétrie varient entre 0,526 et 0,652 et les valeurs qui coefficient d'aplatissement sont comprises entre -0,452 et 1,061).

II-4- Analyse de l'axe 1 : caractéristiques de l'échantillon de l'étude:

Le tableau suivant présente les caractéristiques de notre échantillon de répondants, à savoir : le sexe, l'âge, le grade, le niveau et les modules enseignés, la faculté et université de rattachement, l'appartenance à une entité de recherche.

Tableau n°3: caractéristiques de l'échantillon d'étude

Item	Effectifs	Pourcentages
Sexe	Masculin	56 41,48 %
	Féminin	79 58,52 %
Age	Moins de 30 ans	20 14,81 %
	De 31 à 40 ans	60 44,44 %
	De 41 à 50 ans	45 3,33 %
	50 ans et plus	10 7,41 %
Grade	Professeur	15 11,11 %
	Maître de conférences A	45 33,33 %
	Maître de conférences B	40 29,63 %
	Maître Assistant A	15 11,11 %
	Maître Assistant B	20 14,81 %
Modules enseignés	Théoriques	103 76,23 %
	Empiriques	79 58,51 %
Niveau enseigné	Licence	96 71,11 %
	Master	75 55,55 %
	Doctorat	53 39,23 %
Faculté de rattachement	Sciences économiques	65 48,15 %
	Sciences humaines et sociales	15 11,11 %
	Education physique et sportive	10 7,41 %
	Lettres et langues	20 14,81 %
	Sciences	25 18,52 %
Université de rattachement	Batna	40 29,63%
	Biskra	20 14,81 %
	Sétif	15 11,11 %
	Chlef	31 22,96 %
	Tissemsilt	12 8,88 %
	Mostaganem	12 8,88 %

Les piliers de la créativité au sein des universités algériennes : étude empirique

	Alger	5	3,7 %
Membre d'équipe de recherche	Oui	118	87,40 %
	Non	17	12,59 %
Membre de laboratoire	Oui	124	91,85 %
	Non	11	8,15 %

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

Le tableau précédent présente les caractéristiques de notre échantillon d'étude. 58,52% des répondants sont de sexe féminin. Pour la tranche d'âge, la majorité ont entre 31 et 40 ans. 63% sont des maîtres de conférences.

Concernant les modules enseignés, les répondants sont des enseignants qui alternent entre des modules théoriques et des modules pratiques. Pour le niveau enseigné quant à lui, la licence vient en premier lieu avec un pourcentage de réponses qui équivaut à 71,11%, suivie par le master avec un pourcentage de 55,55%.

La majorité des répondants est rattachée à l'université de Batna avec un pourcentage de 29,63% et l'université de Chlef avec un pourcentage de 22,96 %. Les répondants restants sont distribués entre les universités suivantes: Biskra, Sétif, Tissemsilt, Mostaganem et Alger. La plupart d'entre eux appartiennent à la faculté des sciences économiques.

87,40% sont membres dans des équipes de recherche PRFU et 91,85% sont membres dans des laboratoires de recherche.

II-5- Analyse de l'axe 2 : réponses aux différentes variables de l'étude:

Les piliers relatifs à la créativité s'articulent autour de sept axes que nous présenterons dans les tableaux suivants:

Tableau n°4: coefficients de corrélation de l'axe fluidité

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
L'étudiant est capable de générer des idées ou des alternatives	3,670	0,680	1	Plutôt d'accord
L'étudiant peut écrire de nombreuses idées	3,662	0,663	2	Plutôt d'accord
L'étudiant peut générer des idées en peu de temps	3,623	0,672	3	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe fluidité. Ceci montre bien l'importance de la créativité pour les répondants. Ceci permettra également à la faculté de générer des idées créatives à partir des étudiants.

Tableau n°5: coefficients de corrélation de l'axe flexibilité

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
Les idées proposées par l'étudiant sont diversifiées	3,667	0,669	4	Plutôt d'accord
Les idées proposées par l'étudiant varient	3,668	0,663	3	Plutôt d'accord
Les idées des étudiants sont de bonne qualité	3,876	0,775	1	Plutôt d'accord
Les idées de l'étudiant se caractérisent par la compréhension des sujets	3,762	0,721	2	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe flexibilité. Ceci montre bien la diversité des idées apportées par les étudiants. Donc, l'étudiant est une source de diversité pour la faculté.

Tableau n°6: coefficients de corrélation de l'axe originalité

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
Les idées de l'étudiant se renouvellent	3,859	0,695	1	Plutôt d'accord
Les étudiants proposent de nouvelles idées en peu de temps	3,671	0,687	3	Plutôt d'accord
Les idées de l'étudiant sont uniques et se distinguent	3,672	0,668	2	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe originalité. Ceci montre bien que les étudiants sont propices à la nouveauté des idées.

Tableau n°7: coefficients de corrélation de l'axe capacité d'analyse

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
L'étudiant a la capacité de détailler les idées présentées	3,878	0,785	2	Plutôt d'accord
L'étudiant a la capacité de clarifier les idées	3,671	0,745	4	Plutôt d'accord
L'étudiant gère avec sagesse les situations d'urgence qui se présentent à lui	3,869	0,787	3	Plutôt d'accord
L'étudiant se base sur la méthode de discussion dans l'apprentissage	3,881	0,777	1	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe capacité d'analyse. Ces résultats montrent que les étudiants ont une capacité de clarification et de discussion des idées créatives.

Tableau n°8: coefficients de corrélation de l'axe sensibilité aux problèmes

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
L'étudiant a la capacité de prévoir les problèmes avant qu'ils ne surviennent	3,669	0,670	3	Plutôt d'accord
L'étudiant a la capacité d'écarter les problèmes après qu'ils ne surviennent	3,785	0,750	1	Plutôt d'accord
L'étudiant a la capacité de penser à des solutions alternatives aux problèmes	3,742	0,675	2	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe sensibilité aux problèmes. Ceci prouve que les étudiants ont une capacité de prévoir, faire face et résoudre les problèmes auxquels ils sont confrontés.

Tableau n°9: coefficients de corrélation de l'axe imagination

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
L'étudiant découvre de nouvelles relations entre les choses	3,779	0,663	1	Plutôt d'accord
L'imagination augmente la capacité de L'étudiant à assembler de nouvelles choses à partir d'anciens	3,771	0,652	3	Plutôt d'accord

éléments				
L'étudiant utilise sa culture pour faire face aux problèmes et aux idées nouvelles	3,775	0,665	2	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe imagination dans la créativité. Il est donc clair que les étudiants ont une capacité de trouver les relations entre les choses, faire face aux problèmes auxquels ils sont confrontés.

Tableau n°10: coefficients de corrélation de l'axe liberté de créativité

Item	Moyenne arithmétique	Ecart type	Rang	Degré
L'étudiant est libéré du carcan des vieilles idées	3,779	0,663	1	Plutôt d'accord
L'étudiant est libéré des pensées routinières	3,771	0,652	3	Plutôt d'accord
L'étudiant crée de nouvelles perspectives pour les anciennes idées	3,775	0,665	2	Plutôt d'accord

Source: établi par les auteures à partir des résultats du questionnaire

D'après le tableau précédent, les répondants sont plutôt d'accord par rapport aux items relatifs à l'axe liberté dans la créativité. Ceci montre bien que les étudiants cherchent à se libérer des vieilles idées et à avoir des opportunités pour de nouvelles perspectives.

II-6- Analyse des résultats :

Notre étude a visé l'analyse des enjeux des piliers de la créativité au sein des universités algériennes. Notre échantillon d'étude composé de 135 enseignants répondants a confirmé l'existence des différents piliers, à savoir: la fluidité, la flexibilité, l'originalité, la capacité d'analyse, la sensibilité aux problèmes, l'imagination et la liberté de créativité, chez l'étudiant. Cependant, pour une meilleure efficacité et un encadrement optimisé des étudiants envers la créativité, les universités devraient mieux investir dans ce sens pour donner à tous les étudiants l'occasion et les moyens de développer un esprit créatif que ce soit pour un parcours de recherche ou un parcours dirigé vers l'industrie.

Il serait également fructueux de valoriser la créativité pour motiver les étudiants et les enseignants à développer une réflexion créative.

Conclusion :

Le monde connaît depuis les trois dernières décennies un vaste mouvement de regroupement au niveau régional ainsi qu'une accélération de la globalisation à tous les niveaux. L'économie algérienne a abandonné ses options socialistes des années 1970 et 1980 au profit d'une économie de marché qui prône une ouverture tous azimuts sur le monde extérieur

Le succès de la transition vers une économie émergente dépend en grande partie du dynamisme de l'entreprise algérienne.

L'entreprise algérienne est appelée et, de manière impérieuse, à se réformer pour affronter la concurrence internationale qui va en s'intensifiant avec l'ouverture progressive de l'économie. Cette intensification de la concurrence internationale est également exacerbée par les exigences et les nouveaux comportements du consommateur. Pour cela, la créativité est primordiale pour l'amélioration de la performance, l'efficacité et les capacités des entreprises.

Hors, l'enseignement aujourd'hui devrait consister à développer chez l'étudiant l'esprit critique, l'esprit d'analyse pour la génération de nouvelles idées.

Nous avons essayé à travers cette étude de connaître les enjeux de la créativité chez l'étudiant du point de vue des enseignants.

Nous avons abouti aux conclusions suivantes: la nécessité de:

- aider l'étudiant à découvrir de nouvelles relations entre les choses et lui fournir les moyens de faire face aux problèmes et générer des idées nouvelles,
- faire de l'étudiant un foyer de renouvellement et d'innovation d'idées et sur de courtes périodes,
- rendre l'étudiant unique et distingué avec des idées spéciales et d'une manière qui le distingue des autres,
- libérer l'étudiant créatif de ses idées anciennes et routinières et lui créer de nouveaux horizons plus créatifs.

Références:

1. Abadzi H. Explorons la créativité état des lieux de la recherche à l'usage des éducateurs et des décideurs. ^{World} innovation summit for education. www.wise-qatar.org/wise-matters, pp 1-8.
2. Benali A., 2016, Innovation et créativité: stratégie universitaire et industrielle pour le développement, ALINSAN WA ELMADJAL, n°03 (numéro spécial), pp 131-154.
3. Brahimi A. ; Chikh D. ; Lacene Necer, H., 2021. Le Lean management et son rôle dans la créativité des employées. Journal of Financial, Accounting and Managerial, Vol 08, n°08, décembre, pp 1057-1076.
4. Bouras W., 2018. Le rôle de l'université dans la promotion et la créativité des territoires. Journal of economics and management vol 18, n°1, décembre, pp 327-337.
5. DEBOIS F. ; Groff A. ; Chenevier, A., 2016. La boîte à outils de la créativité. Paris, Dunod, 2^{ème} édition.
6. Jackson N., 2017. Developing students' creativity through a higher education. Conference paper at international symposium on « the cultivation of creativity in university students ». Macao Polytechnic Institute., november, pp 1-33.
7. Korichi M. S. ; Labeled L., 2017. Leadership de l'innovation: un moteur pour la créativité individuelle. Revue sciences humaines vol B, n 47, juin, pp 69-82.
8. Lépine V. ; Caron-Fasan M.L. ; Portrat S. ; Egorova-Legon I. ; Girardin E, 2019. Former à la créativité à l'université pour développer les compétences en innovation. Conférence paper ICC 2019 - Journée d'étude "Innovation, créativité et compétences" Aix en Provence, avril.
9. Rih F. ; Limamy K., 2018. Approches et modèles de créativité: analyse comparative. Revue de la faculté des sciences de l'éducation, ATTADRISS, volume 2018, issue 09-10, décembre, pp 197-213.
10. Romero M. ; Lille B, 2017. La créativité au cœur des apprentissages. In book: Usages créatifs du numérique pour l'apprentissage au XXI^e siècle. Presses de l'Université du Québec Editors, pp 31-41.
11. Seddik Z., Bendjima O., 2021, Leadership créatif et ses effets sur la performance des travailleurs dans les entreprises. EL-Manhel Economique, volume 04, Numéro 03, Déc, pp 641- 658.
12. Şenel M. ; Bağçeci B., 2019. Development of creative thinking skills of students through journal writing. International Journal of Progressive Education, Volume 15, n° 5, pp 216-237.
13. Tekfi S., 2012-2013. Survie-innovation et performance de l'entreprise. Thèse de doctorat en sciences économiques, Université de Tlemcen.
14. Tekfi S., 2013. La créativité au cœur de la survie de l'entreprise dans un environnement turbulent. Revue chercheur économique, n°01, pp 20-35.