دانة العيثان

زيد الفضيل

باحث في التاريخ

@zash113

دانة العيثان وعبدالله الغامدي وعباقرة آخرون، أسماء لمعت مؤخرا بعد حصولهم على عديد من الجوائز في منافسة المعرض الدولي للعلوم والهندسة آيسف لموسم 2022م بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث حصل الطالب عبدالله الغامدي على جائزة العالم الناشئ في مجال الطاقة لمرحلة التعليم العام، وحصلت دانة العيثان على المركز الأول في مسابقة الكيمياء بمشروعها الذي حمل عنوان «إنتاج الهيدروجين بشكل انتقائي من حمض الفورميك باستخدام محفز روثينيوم فعال لتوليد الطاقة».

دانة العيثان وزملاؤها شخصيات تستحق الاحتفاء بها على أعلى المستويات، وحتما فذلك كائن، لكن الأهم أن تكون وزملاؤها محط اهتمام كل وسائط التواصل المجتمعي، إذ هي وزملاؤها مَن يجب الاهتمام بهم من قبل الناس، وليس أولئك الفارغين ظاهرا وباطنا ممن يتاجرون بمظهرهم الأجوف. وكم أرجو أن يصغي أولئك إلى قولها لقناة السعودية حين استقبالها: بأنها تعتبر الجائزة كحبة الكرز على رأس كيكة، وأن الجائزة الحقيقية هي كل الجهد الذي عمل من أجل النجاح، ابتداء بولادة الفكرة ثم العمل على تنفيذها وما صاحب ذلك من جهد مضن فيه إخفاقات ونجاحات حتى بلغت مرادها، وحققت نجاحها عالميا أمام عديد من العباقرة من كل أنحاء العالم.

حقا كم اقشعر جسمي وأنا أسمع قولها وأصغي لحديثها القصير؛ أدركت أن الدنيا لا تزال بخير، وأن دانة وأمثالها هم طوق النجاة لمجتمعنا الذي بدا وكأنه تائه في فضاء واسع من التطور والتنمية المرتقبة. وما أجمل إدراكها لحقيقة العلم حين عبرت بكل ثقة بأنها لا تزال في أول الطريق، وأن المعرفة الحقة هي التي تجعلك تُدرك أنك لم تصل، وتُحفزك على البحث بجد للوصول، وكأني بها ترقب قول عالم عربي مسلم كبير سبقها بمئات السنين وهو الإمام الرازي الذي قال: «كلما ازددت معرفة أيقنت بجهلي» فلله درها من فتاة واعية تنهج سبيل المعرفة بخطى ثابتة.

في هذا السياق أجد من واجبي الإشارة إلى تلك الحالة المبهجة من الاحتفاء المجتمعي بدانة وزملائها، حيث حصد تصوير إعلانها بالفوز بالجائزة أرقاما كبيرة من المتابعة، وتناقل الناس لحظة وصولها وزملائها واستقبالهم بكل بهجة وسرور، وذلك لعمري مؤشر بهيج، ويدعو إلى أن تقوم الجهات الرسمية المختصة على صعيد التعليم والإعلام والثقافة إلى تفعيل الاحتفاء بالمعرفيين من مختلف العلوم عبر برنامج متفق عليه من الجهات الثلاثة، إذ هم من يجب أن يتصدروا الساحة وليس أولئك الفارغين من مشاهير السوشيل ميديا، أو الوهميين في الجانب الأكاديمي بخاصة. وأؤمن بأننا نحتاج إلى الاهتمام بأولئك المعرفيين الحقيقيين الذين سيكون على كاهلهم بلوغ أوج ما ترمي إليه رؤية 2030 وتحقيق ما يصبو إليه سمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان لأن نكون دولة رائدة متقدمة على صعيد الشرق الأوسط والعالم.

أمام هذا الطموح فالمرجو من كل الجهات المعنية على الصعيد الرسمي والأهلي أن تقوم برسم استراتيجية حقيقية، يتم تنفيذها بمهنية عالية، لبلوغ الهدف الذي ترمي إليه الرؤية المستقبلية للمملكة العربية السعودية، وحتما فالهدف كبير، وبلوغه يحتاج إلى تكاتف الجهود للارتقاء بالذائقة والوعي، ولن يكون ذلك بتصدير الفارغين وجعلهم نماذج مجتمعية يحتذى بها، وهو عتب على مؤسسات الإعلام بخاصة، والمرئي منها والمسموع بشكل أدق، حيث توجه اهتمامهم إلى استضافة أولئك في عديد من البرامج، فكان أن عمدوا بإدراك أو بغيره إلى تصديرهم للمجتمع بوصفهم روادا يتحتم على أبنائنا الاقتداء بهم والله المستعان.

أخيرا، إن بلدنا ومجتمعنا السعودي يحفل بكثير من النماذج المعرفية التي يجب الاحتفاء بتجربتها ومسيرتها وتصديرها كنماذج يحتذى بها، ودانة العيثان وزملاؤها بعض منهم، كما أن الساحة تعج بالشخصيات الممتلئة وعيا ومعرفة على مختلف الأصعدة الثقافية، وهي من يجب أن يكشف عنها الحجاب ويتم تصديرها كنماذج مجتمعية، فهل إلى ذلك سبيل؟

المرافق والخدمات في المدينة بين التكامل والازدواجية؟!

وليد الزامل

متخصص في التخطيط العمراني

@waleed_zm

أشرت في مقال سابق أن الإدارات البلدية في المدن تواجه جملة من التحديات من بينها عدم وجود تنسيق متكامل بين الجهات المعنية بالخدمات والمرافق ضمن خطة استراتيجية وهو ما يؤدي إلى استنزاف الموارد المتاحة بشكل لا يتماشى مع مفاهيم الاستدامة. لقد أثرت هذه التحديات سلبا على الشكل العام للمدينة؛ فعلى الرغم من الجهود المبذولة من إدارات المدن في سياق تحسين البيئة العمرانية إلا أنها غالبا ما تأتي في إطار أعمال الإصلاحات العامة مثل توسيع الأرصفة، وتوفير التشجير، ومعالجة الحفر وتشققات الطرق. وفي ضوء الرؤية الوطنية 2030 حدد برنامج جودة الحياة 2020 هدفا استراتيجيا يتمثل في جعل المدن السعودية ملائمة للعيش من خلال تطوير أسلوب الحياة. في الواقع، إن تحقيق هذا الهدف يتطلب حشد الجهود في إطار تكاملي يسهم في تحسين نوعية الحياة وترشيد الإنفاق الحكومي في آن واحد.

في العقود الماضية، أسهم النمو السكاني السريع في المدن الكبرى في تطوير حلول عمرانية تعتمد على توفير أكبر قدر من الخدمات والمرافق من الناحية الكمية. لقد حددت المخططات الهيكلية في المدن التصور العام للمدينة من حيث حجم الاحتياج للخدمات ونوعية استعمالات الأراضي وشبكة الطرق العامة، ومع ذلك لم تقترن هذه المخططات بدراسات تفصيلية تحدد العلاقة بين المرافق والمكونات العمرانية في المدينة أو تضع موجهات إرشادية لتوزيع الفضاءات العامة ضمن إطار تكاملي. وحتى لا يكون حديثي تنظيري بحت أسوق لكم الدلالات التالية:

أولا: لقد أسهم ضعف التنسيق بين الوكالات الخاصة بالمرافق العامة كالمياه والكهرباء والهاتف والصرف الصحي في هدر الموارد وازدواجية المهام. فما أن تنتهي أعمال سفلتة طريق ما؛ حتى تبدأ عمليات الحفر والأشغال لتمديد الكهرباء، لتبدأ معها عملية إعادة سفلتة الطريق من جديد ثم عمليات الحفر مرة أخرى لتمديد شبكات الصرف الصحي وهكذا في بقية المرافق العامة.

وفي كثير من الأحوال، ترافق عمليات الحفر هذه تكسير للأرصفة وتوزيع عشوائي للحواجز الخرسانية التي أصبحت تعيق حركة المشاة، وتتسبب في الحوادث المرورية وتعرقل حركة السير، وتشوه المنظر العام؛ بل إنها أصبحت كهوية بصرية ترتبط في ذهنية سكان هذه المدن!

ثانيا: أصبحت الخدمات العامة في المدن كالتعليم والصحة والرياضة تعمل ضمن منظومة مستقلة بعيدا عن الآخر دون وجود إطار جامع يشكل هوية البيئة الحضرية والفضاءات العامة. تفتقر هذه الخدمات إلى التكامل الوظيفي؛ فالمدارس والمنشآت التعليمية محاطة بالأسوار ولا يمكن الاستفادة من الملاعب والصالات الرياضية داخلها خارج أوقات الدوام لخدمة سكان الحي، كما لم يتم استغلال المواقف الخارجية في كثير من المنشآت الخدمية وخاصة الجوامع كساحات متعددة الأغراض، أما حدائق الأحياء السكنية فلم يتم توزيعها ضمن بيئة تكاملية؛ لتبدو كمساحات صغيرة داخل الحي السكني، غير متصلة بصريا ووظيفتها مع خدمات الحي وخاصة المساجد والمدارس.

ثالثا: وزعت الاستعمالات التجارية بشكل شريطي على طول محاور الحركة دون تحليل لحجم الطلب ومدى الحاجة لهذه الخدمات كما ونوعا أو توفير مساحات كافية كمواقف للسيارات مما أسهم في زيادة الازدحام المروري.

وختاما، فإن الوصول لمدن تعزز من جودة الحياة وقابلية العيش يقتضي تطوير آليه تكاملية بين جميع أصحاب المصلحة ضمن خطة يشارك بها المجتمع وتتماشى مع مستهدفات الرؤية الوطنية 2030.

الرهانات الدعائية في الأزمة الأوكرانية

صهيب الصالح

باحث سياسي واجتماعي

@9oba_91

لا تخلو الأزمة الأوكرانية من رهانات دعائية بين فريقي النزاع، إذ يلحظ المراقب للأفق النظري في الحرب الروسية الأوكرانية، أن وسائل الإعلام الدولية تتسابق فيها نحو الاستحواذ على خلق الانطباع الأول، حيث أعلنت مثلا وسائل الإعلام الروسية بأن هذه الحرب هي عملية خاصة لحماية إقليم الدونباس وخلق الاستقرار فيه وتجنب احتدام الصراع، بينما كررت وسائل الإعلام الغربية أن هذه الحرب هي اعتداء وحشي وكارثي على الديمقراطية وسنوات السلام في أوكرانيا، بل وأعادت الأذهان إلى أحداث الحرب العالمية الثانية.

هذا فقط عندما يتم الحديث عن سببيات الحرب دون الخوض في إحصاءاتها وتفاصيل عملياتها والمعلومات التحريضية التي تبث من الطرفين دون تقديم أي نوع من البنى الحجاجية، ومن ينظر إلى تعاطي الإعلام الدولي بشقيه الغربي والروسي مع الحرب الروسية الأوكرانية، تخطر في ذهنه اعتراضات على مدى صحة أو تضليل جميع المعلومات التي يتلقاها، وهنا يتلخص موضع الرهانات الدعائية في هذه الحرب.

هذه الحالة لم تكن لتظهر لولا أن الجماهير اعتادت على أن تكون منسجمة مع وسائل الإعلام التي تفضلها؛ إذ دائما ما تنعكس آراء تلك الوسائل وخطابها الإعلامي على الآراء التي تتبناها جماهيرها بما يتماهى مع سياسات الوسيلة الإعلامية، حتى أصبحت العملية الاتصالية أشبه بالتلقين الذي يحدد السياق المعلوماتي ضمن نظام دلالي يتوافق مع الأهداف الاستراتيجية المضبوطة مسبقا، مما يؤكد بأن وسائل الإعلام الدولية هذه تقبع تحت سيطرة مراكز القوى، والحالة الأوكرانية أوضحت جليا أن أي خبر من أي طرف ما كان لينشر إلا لغاية واحدة فقط هي السيطرة والتحكم في نشر المعلومات، وهنا لا مجال لأهمية دقة الأخبار ومصداقيتها، بل المهم هو دورها ووظيفتها وما تعكسه للناشر من تمكين في أقوى الأدوات المؤثرة على الرأي العام الدولي.

وهذا ليس بالاستنتاج الجديد، إذ يقول بيتر أرنيت الذي يعد أشهر مراسل عسكري في العالم في مذكراته بعد أن وصف تقييد العمل الصحفي في حرب فيتنام (1955-1975) «سريعا ما علمنا أن الحملة التي استهدفت تقييد حريتنا في إجراء تغطيتنا للأخبار كانت تجد العون والتحريض عليها من أجهزة حكومية في واشنطن، وكانت سفارة الولايات المتحدة في فيتنام تذعن لمطالب رؤسائها»، ومنذ هذه الحرب على ما يبدو، بعدما هزمت معلومات قرابة 400 صحفي تستر أكثر من 466 ألف جندي أمريكي؛ انطلقت مراكز القوى نحو رسم استراتيجيات الرهانات الاتصالية في الحروب والأزمات، وكانت النتيجة ظاهرة عندما سيطرت آلاتها الاتصالية على ضخ المعلومات المفلترة لمبررات حربي أفغانستان والعراق على أنها مواجهة مقدسة بين الخير والشر.

وما قد يتسبب في خسارة الروس للرهانات الدعائية في هذه الحرب هو عدم التزام وسائل إعلامها بالاتساق، بل حتى عدم التزام زعيمها وبعض قادتها أيضا، ففلاديمير بوتين نفى قبيل الحرب أي نية لاجتياح أوكرانيا، كما ظهر وزير الخارجية سيرجي لافروف مرتبكا في عدد من اللقطات لم تغفرها له وسائل الإعلام الغربية، وعدم الاتساق الروسي تناظره رهانات غربية تتسم بالتكرارية والتواصل مع الاتساق الواضح، فيما يبقى الرهان الأصعب من هذا وذاك هو الرهان على وعي المتلقي من حيث إعمال التفكير في الواقع الموضوعي، خاصة وأن هذا المتلقي قد يكون رجل دولة أو مستثمرا أو كيانا تجاريا.

الإبداع والابتكار.. فطرة أم طفرة؟

بندر الزهراني

@drbmaz

يخطئ البعض عندما يظن أن الإبداع والابتكار لفظان مترادفان يمكن استخدامهما للدلالة على شيء واحد، أو أنهما عمليتان مكملتان لبعضهما البعض بالتبادل، فالإبداع هو المقدرة على خلق فكرة ما، بينما الابتكار هو المقدرة على تطوير تلك الفكرة بطرق سهلة وميسرة وقابلة للتطبيق، وهذا يعني أن الإبداع يأتي أولا ثم يعقبه الابتكار، لا العكس، ومن يقرأ في فلسفة الاقتصاد ونظريات الأعمال يجد أن هناك أنواعا للإبداع وأخرى للابتكار، تختلف باختلاف مجال تطبيق وتكييف كل نوع.

الإبداع له علاقة طردية وثيقة تربطه بالخيال، فكلما كان الخيال وافرا خصبا كلما كان الإبداع واقعا نضرا، وكلما غاب الخيال أو كان مشوشا كلما تضاءلت فرص المبدعين في خلق الأفكار، وبالتالي يشح الإنتاج المعرفي وتندر المواهب العقلية الفذة، ولذلك نجد أن استثارة وتنمية الخيال لدى الناشئة في سن مبكرة أمر في غاية الأهمية، خاصة إذا ما حضرت ملكات الإبداع ونوازع التفوق والإتقان.

وكما أن القوة والقدرات الجسدية يمكن بناؤها وتطويرها بالتدريب والممارسة، وأنها تتفاوت فطريا من شخص لآخر، فكذلك القوة العقلية والقدرات الذهنية، وعلى هذا يكون الإبداع درجات أو مراتب، أعلاها -من وجهة نظري- أن يتهم العاقل بالجنون بسبب خياله المفرط، وآرائه وتصرفاته الغريبة، وأدناها أن يكون المبدع مبتكرا أصيلا لا ينازع عقله أمر ما إلا غلبه وتفوق عليه.

وكذلك الابتكار أنواع، فهناك الابتكار التحسيني أو التطويري (Incremental innovation) وهو عبارة عن سلسلة من التحسينات التطويرية تتم على فكرة إبداعية معينة أو استراتيجية قائمة، وفي العادة يكون الغرض من هذه التحسينات رفع مستوى الجودة والفاعلية والمنافسة، وهذا النوع هو الأكثر شيوعا واستخداما في أغلب الشركات والإدارات الأكاديمية الروتينية بغض النظر عن سلامة الإجراء ومدى فاعلية التطبيق.

ويقابل الابتكار التحسيني ما يعرف بالابتكار المعطل (Disruptive innovation) وفي هذا النوع يتم خلق أفكار جديدة أو فرص جزئية تكون على سبيل المثال بدائل تسويقية لسلع أو منتجات أساسية، أو تكون طرقا وأساليب إدارية حرة تتنافس فيما بينها لإزاحة النظم الأكاديمية التقليدية والبيروقراطية، وكلا النوعين له إيجابيات وسلبيات إذا ما أردنا إسقاطهما على الإدارة الأكاديمية والحركة البحثية في أي بلد يسعى لتحسين الأداء البحثي وتجويد مخرجاته العينية والمعنوية.

وهناك ابتكار خارق للمألوف (Breakthrough Innovation) وهو -في ظني- الأقرب للإبداع، ليس من ناحية صناعة الفكرة وتفردها فحسب، وإنما من ناحية شخصية المبتكر، فمثلا توماس أديسون وستيف جوبز كلاهما مبتكر وخارق للعادة، ولا يقلان إبداعا وتميزا عن ألبرت أينشتاين وفان كوخ، وقد تكون حظوظ المبتكرين في الانتشار وتكوين الثروات أكثر منها لدى المبدعين، وإلا لما انتحر فان كوخ وهو دون الأربعين!

المبالغة في برامج صناعة الإبداع والابتكار لا تخلق مبدعين وعباقرة، وكذلك الاقتصار في الإدارات التعليمية والمؤسسات الأكاديمية على محاكاة الآخرين أو تجريب الأساليب الإدارية الناجحة ليس كافيا لخلق محاضن حقيقية للمبدعين والمبتكرين من علماء ماديين وأدباء وفلاسفة، المبدع يولد مبدعا، والمبتكر يولد مبتكرا، هكذا من الخالق جل جلاله، وليس لنا إلا تهيئة الأجواء أمامه حتى لا يكون غريبا ووحيدا أو يوصم يوما ما بالجنون، ويصاب بالعزلة والاكتئاب!

عام القهوة السعودية 2022
The Year of Saudi Coffee

مؤسسة مكة للطباعة والإعلام

مكة
Makkah AlMukarramah • المكرمة

رئيس مجلس الإدارة
عبدالعزيز بن محمد عبده يماني

المدير العام المكلف
ورئيس التحرير
موفق بن سعد النويصر
alnowaisir.m@makkahnp.com

مدير مركز المحتوى الإبداعي
علي حسين بن مطير
muter.a@makkahnp.com

المركز الرئيسي: مكة المكرمة
هاتف: 0125201733 ص.ب 5803
فاكس: 0125203055 الرمز البريدي 21955
فاكس الإعلانات: 0125201423
فاكس الاشتراكات: 0125200734
الاشتراكات: 0504720131
makkah@makkahnp.com

الرياض
جوال: 0500675899 ص.ب 25162
فاكس: 0114066991 الرمز البريدي 11466
فاكس الإعلانات والاشتراكات: 0114066991
gov@makkahnp.com

جدة
هاتف: 0126570402 ص.ب 51787
فاكس: 0122345938 الرمز البريدي 21553
gov@makkahnp.com

المدينة المنورة
جوال: 0506511196
gov@makkahnp.com

الدمام
جوال: 0504178354
gov@makkahnp.com

رقم الإيداع: 1762/1435
ردمد: 6646-1658

الرقم الموحد: 920003453