

بررسی رابطه بین نظام ارزشها و خلاقیت در دانشجویان سال اول دانشگاه اصفهان

فاطمه سمیعی*، حسین نائلی** و حمیدظاهر نشاط دوست**^۱

چکیده

هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه بین نظام ارزشها و خلاقیت می باشد. نمونه مورد پژوهش شامل ۱۰۰ نفر از دانشجویان (۶۶ دختر و ۳۴ پسر) سال اول دانشگاه اصفهان بود که با استفاده از روش نمونه گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای به طور تصادفی از بین گروههای آموزشی موجود در دانشگاه اصفهان انتخاب گردیدند. ابزار پژوهش شامل پرسشنامه بررسی ارزشها (آلپورت، ورنون و لیندزی) و فرم «ب» آزمون خلاقیت تصویری تورنس بود. نتایج ضریب همبستگی چند متغیری نشان داد که بین ارزش زیبایی گرایی و نمره کل خلاقیت از یک طرف و نیز بین ارزش زیبایی گرایی و نمره خرده مقیاس بسط و نمره خرده مقیاس سیالی از طرف دیگر و نیز بین ارزش اقتصادی و نمره خرده مقیاس سیالی همبستگی مثبت معناداری وجود دارد ($P < 0.05$). همچنین بین ارزش مذهبی و نمره خرده مقیاس ابتکار و نیز بین ارزش نظری و نمره خرده مقیاس

* کارشناس ارشد روانشناسی عمومی.

** گروه روانشناسی دانشگاه اصفهان.

انعطاف پذیری همبستگی منفی معناداری وجود دارد ($P < 0.05$) همچنین، نتایج تحلیل واریانس چند عاملی نشان داد که ارتباط متغیر جنسیت با ارزشها و نمره خلاقیت معنادار نمی‌باشد.

واژه‌های کلیدی: نظام ارزشها، خلاقیت و دانشجویان

مقدمه

در زمانی که علم با جهش و سرعتی باور نکردنی در حال پیشرفت است و ما را به عصر اعجاب انگیز دستاوردهای تکنولوژی سوق می‌دهد، تنها راه نجات این است که بشر با تفکری خلاق و زاینده، خود و جامعه‌ای را که در آن زندگی می‌کند گام به گام با این تغییرات سریع و غیر قابل پیش‌بینی منطبق و همگام سازد (راجرز، ۱۳۷۱).

از طرف دیگر لازمه هر گونه تغییر و دگرگونی در ابعاد مختلف زندگی، وجود افرادی صاحب اندیشه نو و تفکر واگرا است، افرادی که به نیروهای ذهنی خود پی برده‌اند و استعداد های خلاق خویش را پرورش داده‌اند. البته شکوفایی استعداد های بیکران آدمی زمینه مناسب می‌خواهد و آن حاصل نمی‌شود مگر اینکه هر یک از افراد جامعه در رفتار و کردار خود روش عقلانی و ارزشهای انسانی را به کار گیرند. وجود تواناییهای خلاق و امکانات مناسب به ایجاد و پرورش ارزشها در افراد کمک می‌کنند و در مقابل ارزشها هم بر تواناییها و استعداد افراد مؤثرند ولی مساله قابل طرح این است که ارزشها چگونه بر تکنولوژی روز تاثیر گذارند؟ (ارزشها و تکنولوژی، ۲۰۰۴). معمولاً ارزشها ملاک انتخاب و تصمیم‌گیری قرار می‌گیرند و از طریق تأثیر بر رفتار، بازخوردها، نیازها و داوریهها نحوه تعامل فرد با محیط را تعیین می‌کنند (کیپل^۱ و دینوکا^۲، ۱۹۹۱). ارزشها فرآیندهای جهت‌داری هستند که بوسیله آنها فرد با شیوه‌های از پیش آموخته در زندگی خود به محیط پاسخ می‌دهد. ارزشها در حقیقت رجحان یا برتری فرد بر مبنای مفاهیم مطلوب یا مطلوبترین مفاهیم‌اند که به زندگی معنا می‌بخشند (پاراشار، ده‌ار و ده‌ار، ۲۰۰۴) و خلاقیت، توانایی ذهنی است که تقریباً در همه انسانها وجود دارد و به صورت یک اثر جدید و نو ظاهر می‌شود (حسینی، ۱۳۷۸).

1. Values

2. Kapel, D. E

3. Deinoka, L. E

خلاقیت از نظر تورنس^۱ (۱۹۷۴) عبارت است از حساسیت به مسایل، کمبودها، مشکلات و خلاهای موجود در دانش، حدس زدن و تشکیل فرضیه‌هایی درباره این کمبودها، ارزشیابی این حدس‌ها و فرضیه‌ها، اصلاح و آزمون مجدد آنها و در نهایت نتیجه‌گیری. خلاقیت از چهار خرده‌مقیاس تشکیل شده است: (۱) ابتکار^۲ یعنی توانایی تولید ایده‌های جدید. (۲) سیالی^۳ یعنی توانایی تولید تعداد بی‌شماری ایده جدید (۳) انعطاف‌پذیری^۴ یعنی توانایی تولید انواع گوناگون و متنوع ایده‌ها (۴) بسط^۵ یعنی توانایی اضافه‌کرده جزئیات یا تکمیل ایده‌ها.

از طرف دیگر بر اساس تعریفی که آلپورت^۶، ورنون^۷ و لیندزی^۸ (۱۹۵۱) از ارزشها داشته‌اند آنها شش نوع ارزش را در زندگی یک فرد تعیین نمودند. این ارزش‌ها عبارتند از: (۱) ارزش نظری^۹ - افراد واجد این ارزش حقیقت‌جو و دارای بازخورد شناختی بوده، افرادی اهل اندیشه‌اند و دانش، علم و معرفت تنها هدف آنهاست. (۲) ارزش اقتصادی^{۱۰} - افراد واجد این ارزش به فایده عملی علم توجه می‌کنند و علم را به خاطر فناوری می‌خواهند و هنر و زیبایی را تا آنجا طالبند که در خدمت سوداگری باشد. (۳) ارزش زیبایی‌گرایی یا هنری^{۱۱} - افراد واجد این ارزش ممکن است هنرمند نباشند ولی گرایش‌های آنها بر مسایل هنری است این افراد معتقدند ساختن چیزی زیبا مهم‌تر از خلق چیزی حقیقی است. (۴) ارزش اجتماعی^{۱۲} - افراد واجد این ارزش برای انسانها به خاطر آنکه انسانند ارزش قایلند. این افراد بسیار مهربان، باگذشت، صمیمی و اهل همکاری فراوان هستند. (۵) ارزش سیاسی^{۱۳} - افراد واجد این ارزش قدرت‌گرا هستند. فعالیت این افراد محدود به حوزه سیاست نیست بلکه در هر شغل و حرفه‌ای که باشند در پی کسب قدرت و سلطه‌اند. رقابت با دیگران مهمترین انگیزه تلاش آنها در صحنه‌های مختلف زندگی است (پاراشار، ده‌ارو ده‌ار، ۲۰۰۴). (۶) ارزش مذهبی^{۱۴} - افراد واجد این ارزش گرایش عرفانی و فلسفی دارند و سعی می‌کنند در هر رویدادی یک عنصر الهی پیدا کنند.

1. Torrance, E. P.
2. Originality
3. Fluency
4. Flexibility
5. Elaboration
6. Allport, G. W.
7. Vernon, P.
8. Lindzey
9. Theoretical Value
10. Economic Value
11. Art Value
12. Social Value
13. Political Value
14. Religious Value

روانشناسان انسانگر به ارتباط بین ارزشها و اخلاقیت به گونه‌ای اشاره کرده‌اند، بنحوی که وجود ارزشها را عاملی در جهت آفرینندگی و اخلاقیت که از ویژگیهای افراد خود شکوفاست می‌دانند. به عنوان نمونه فرانکل^۱ (به نقل از شولتس، ۱۳۷۸) ارزشهای معنا دهنده به زندگی را سه قسمت می‌داند: ۱) ارزشهای خلاق^۲ ۲) ارزشهای تجربی^۳ ۳) ارزشهای نگرشی.^۴

ارزشهای خلاق با فعالیت آفرینندگی و زایایی همراهند. با عمل آفریدن میتوان به زندگی معنا بخشید. ارزشهای تجربی مجذوب شدن در زیبایی عالم طبیعت و هنر است. در مواقع سخت مانند بیماری و مرگ که زندگی محدود می‌شود و مجالی برای آفرینندگی نیست برای روشن ساختن معنای زندگی ارزشهای نگرشی ظاهر می‌شوند.

نتایج تحقیق محی‌الدین احمد در سال ۱۹۸۱ (به نقل از خلیفه، ۱۳۷۸) بر روی نظام ارزشهای افراد خلاق نشان داد که افراد خلاق در ارزشهایی چون پیشرفت، راستی و صراحت به درجات بالایی نسبت به افراد غیر خلاق می‌رسند.

در مطالعه آلپورت، ورنون و لیندزی (۱۹۵۱) که در خصوص ارتباط ارزشها با اخلاقیت انجام شده است این نتیجه به دست آمده که ارزشهای نظری و زیبایی‌گرایی نزد افراد و گروه‌های خلاق بالاترین مرتبه را دارد. برای دانشمند محقق خلاق ارزش نظری بالاترین مرتبه را دارد و پس از آن ارزش زیبایی‌گرایی با فاصله کمی قرار دارد. برای معماران خلاق بالاترین ارزش، زیبایی‌گرایی است که با ارزش نظری در موقعیت یکسانی قرار دارد و برای ریاضیدانان خلاق هر دو ارزش در مرتبه ممتازی قرار دارد و تقریباً به طور یکسان بر اخلاقیت آنها مؤثرند (آناستازی، ۱۳۷۴).

از طرف دیگر در بررسی که فرانک^۵ و بارون^۶ (۱۹۶۵) انجام دادند؛ ویژگیهای افراد خلاق را در سه حرفه معماری، ریاضیات و نویسندگی مقایسه نمودند و به این نتیجه رسیدند که افراد خلاق در هر سه حرفه از تجارب ذهنی و زیبایی لذت می‌برند و گرایشهای آنها متمرکز بر مسایل هنری است (کورمن، ۱۳۷۰).

همچنین بر اساس پژوهش گتزل^۷ و جکسون^۸ در سال ۱۹۶۲ (به نقل از گالاگر، ۱۳۶۷) خانوهای خلاق به ویژگیهای درونی مانند پایداری به ارزشها، علاقمندی به امور و صراحت و

1. Frankel
2. Creative Values
3. Experimental Values
4. Attitudinal Values
5. Franck
6. Barron
7. Getzeis, W. J.
8. Jakson

رک گویی بیش از ویژگیهای بیرونی مانند خانواده خوب، حسن سلوک و کوشا بودن اهمیت می دهند و نیز این خانواده ها از نظر الگوی رفتاری ظاهری به خطر کردن و استقلال تمایل دارند و به کودکان خود، آزادی رفتار و تصمیم گیری بیشتر می دهند و اندیشه ها و فعالیت های آنها را تشویق می کنند.

روش اجرای پژوهش

آزمودنیها: جامعه آماری این پژوهش عبارت بود از کلیه دانشجویان روزانه سال اول دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۸۰-۱۳۷۹. تعداد کل جامعه آماری ۱۰۱۸ نفر و شامل ۶۶۹ دختر (۶۵/۷ درصد) و ۳۴۹ پسر (۳۴/۳) و دامنه سنی آنان بین ۱۸ تا ۲۷ سال بود.

حجم نمونه: حجم نمونه این تحقیق با استفاده از فرمول کوهن^۱ (۱۹۹۶)، ۱۰۰ نفر شامل ۶۶ دختر و ۳۴ پسر بر آورد شد.

روش نمونه گیری: شیوه انتخاب نمونه، روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای^۲ بود. از بین گروه های آموزشی موجود در دانشگاه اصفهان بطور تصادفی ۱۲ گروه انتخاب شد. سپس تعداد افراد نمونه بر اساس رشته تحصیلی و جنس متناسب با تعداد افراد جامعه انتخاب شدند.

ابزار و روش گردآوری داده ها: از پرسشنامه بررسی ارزشها (آلپورت، ورنون و لیندزی، ۱۹۷۰) و فرم «ب» آزمون خلاقیت تصویری تورنس (۱۹۷۴) به عنوان ابزار پژوهش استفاده شد.

پرسشنامه بررسی ارزشها که شش ارزش نظری، اقتصادی زیبایی گرایی، اجتماعی، سیاسی و مذهبی را می سنجد از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول آن ۳۰ ماده دو گزینه ای و بخش دوم ۱۵ ماده چهار گزینه ای دارد. پژوهشها نشان داده اند که پرسشنامه بررسی ارزشها از روایی بالایی برخوردار است (آلپورت، ورنون و لیندزی، ۱۹۷۰).

فرم «ب» آزمون خلاقیت تصویری تورنس شامل ترسیم اشکال درسه بخش تصویرسازی، تکمیل تصاویر و دایره ها می باشد و ترسیمها بر مبنای ابتکار، سیالی، انعطاف پذیری و بسط ارزیابی می گردد. این آزمون از روایی قابل ملاحظه ای برخوردار است و در پژوهشهای متعدد ضریب

1. Cohen, B. H.

2. Multi- Stage Cluster Sampling

پایایی آن ۰/۸۲، ۰/۸۹، ۰/۸۶ برآورد شده است (تورنس، ۱۹۷۴). مدت زمان پاسخگویی به هر دو آزمون ۴۵ دقیقه بود.

نتایج

میانگین و انحراف معیار نمرات دانشجویان دختر و پسر در ارزشهای شش گانه و مقیاس خلاقیت و نیز خرده مقیاسهای ابتکار، انعطاف پذیری، سیالی و بسط در جدول ۱ ارایه شده است.

جدول ۱: میانگین و انحراف معیار نمرات دانشجویان دختر و پسر در مقیاسهای ارزشها، خلاقیت و خرده مقیاسهای ابتکار، سیالی، انعطاف پذیری و بسط

شاخص	پسران		دختران		کل	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
ارزش نظری	۴۳/۸۰	۶/۳۹	۴۲/۹۱	۵/۷۱	۴۳/۲۲	۵/۹۴
ارزش اقتصادی	۳۹/۸۸	۷/۵۶	۳۹/۷۷	۵/۹۱	۳۹/۸۱	۶/۴۸
ارزش زیبایی گرایی	۳۳/۰۴	۸/۷۷	۳۴/۳۸	۷/۶۸	۳۳/۹۳	۸/۰۵
ارزش اجتماعی	۴۲/۰۴	۵/۰۶	۴۱/۶۸	۵/۰۹	۴۱/۸۰	۵/۰۶
ارزش سیاسی	۳۹/۲۰	۶/۴۲	۳۷/۰۶	۵/۹۷	۳۷/۷۹	۶/۱۸
ارزش مذهبی	۴۱/۷۷	۸/۳۹	۴۴/۱۶	۷/۱۷	۴۳/۳۵	۷/۶۵
ابتکار	۳۵/۲۹	۱۸/۳۲	۳۲/۴۵	۱۵/۸۱	۳۳/۴۲	۱۶/۶۷
انعطاف پذیری	۱۳/۲۰	۴/۸۹	۱۴/۲۷	۴/۶۶	۱۳/۹۱	۴/۷۵
سیالی	۱۵/۰۸	۵/۸۷	۱۶/۵۷	۵/۶۷	۱۶/۰۷	۵/۵۷
بسط	۵۷/۷۰	۳۰/۱۰	۷۱/۵۴	۳۰/۱۶	۶۶/۸۴	۳۰/۷۰
خلاقیت	۱۲۱/۲۹	۴۷/۷۲	۱۳۴/۸۴	۴۳/۱۵	۱۳۰/۲۴	۴۴/۹۸

به منظور بررسی رابطه جنسیت با ارزشها و خلاقیت از تحلیل واریانس چند متغیری (مانوا) استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ خلاصه شده است.

جدول ۲: نتایج تحلیل واریانس چند متغیری (مانوا) در مورد تفاوت بین میانگین ارزشها و خلاقیت بر اساس متغیر جنسیت

منابع متغیر	متغیر وابسته	درجه آزادی	F	احتمال خطا	مجذورات	توان آماری
جنسیت	ارزش نظری	۱	۰/۴۷	۰/۴۹	۰/۰۰۵	۰/۱۰۵
	ارزش اقتصادی	۱	۰/۰۵۶	۰/۸۱	۰/۰۰۱	۰/۰۵۶
	ارزش زیبایی گرایی	۱	۰/۷۱	۰/۴۰	۰/۰۰۸	۰/۱۳۳
	ارزش اجتماعی	۱	۰/۲۵	۰/۶۱	۰/۰۰۳	۰/۰۷۹
	ارزش سیاسی	۱	۲/۰۶۸	۰/۱۵	۰/۰۲۳	۰/۲۹۶
	ارزش مذهبی	۱	۱/۱۰۷	۰/۲۹	۰/۰۱۲	۰/۱۸
جنسیت	ابتکار	۱	۰/۳۲	۰/۵۶	۰/۰۰۴	۰/۰۸۷
	سیالی	۱	۲/۰۱	۰/۱۵	۰/۰۲۴	۰/۲۸
	انعطاف پذیری	۱	۱/۷۶	۰/۲	۰/۰۲	۰/۲۴
	بسط	۱	۱/۷۴	۰/۱۹	۰/۰۲۱	۰/۲۵
	خلاقیت	۱	۰/۸۸	۰/۳۵	۰/۰۱۱	۰/۱۵۳

همانگونه که در جدول ۲ مشاهده می گردد تفاوت معناداری از لحاظ ارزشها و نمرات خلاقیت بین پسران و دختران وجود ندارد ($P > 0.05$).

به منظور بررسی رابطه بین ارزشها و خلاقیت و نیز رابطه بین ارزشها و خرده مقیاس های خلاقیت از روش ضریب همبستگی چند متغیری (رگرسیون) به شیوه گام به گام استفاده شد. در

روش گام به گام از میان متغیرهای مستقل هر کدام که بیشترین همبستگی را با متغیر وابسته دارد وارد معادله شده، سپس متغیر بعدی که از لحاظ همبستگی با متغیر وابسته در درجه دوم قرار دارد وارد معادله می‌شود و به همین ترتیب همه متغیرها یک به یک وارد می‌گردند اگر احتمال معنادار بودن یکی از دو متغیر از ده درصد تجاوز کرد از معادله خارج و متغیر بعدی وارد معادله می‌گردد (مولوی، ۱۳۷۹).

نتایج بنحو خلاصه در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳: رابطه بین ارزشها و نمره کل خلاقیت و نیز ارزشها و نمره خرده مقیاس‌های خلاقیت (ابتکار، سیالی، انعطاف پذیری و بسط) با استفاده از روش گام به گام

P	F	مجدورضرب همبستگی تک متغیری	خطای استاندارد تفکیکی	ضرب تفکیکی رگرسیون	متغیر مستقل	متغیر وابسته
۰/۰۱۸	۲/۴	۰/۰۵۶	۰/۵۴	۱/۳۱	ارزش زیبایی گرای	خلاقیت
۰/۰۴۱	-۲/۰۷	۰/۰۴۲	۰/۲۱	-۰/۴۴	ارزش مذهبی	ابتکار
۰/۰۴۱	۰/۲۰۵	۰/۰۴۲	۰/۰۷	۰/۱۴	ارزش زیبایی گرای	سیالی
۰/۰۱۵	۰/۲۰۴	۰/۰۸۳	۰/۰۸	۰/۱۸	ارزش اقتصادی	
۰/۰۳۱	-۲/۱۸	۰/۰۴۶	۰/۷۹	-۰/۰۱۷	ارزش نظری	انعطاف پذیری
۰/۰۰۹	۲/۶۶	۰/۰۶۸	۰/۳۲	۰/۹۹	ارزش زیبایی گرای	بسط

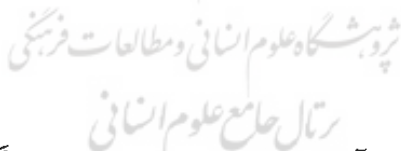
همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود از میان شش ارزش مذکور بین ارزش زیبایی گرای و نمره کل خلاقیت و نیز ارزش زیبایی گرای و نمره خرده مقیاس‌های سیالی و بسط همبستگی مثبت معناداری وجود دارد ($P < 0.05$). یعنی با افزایش میزان ارزش زیبایی گرای در دانشجویان نمره خلاقیت آنها در کل و در خرده مقیاس‌های سیالی و بسط افزایش می‌یابد. در جدول ۳ ضریب همبستگی تک متغیری برای خلاقیت و خرده مقیاس‌های سیالی و بسط به ترتیب

عبارت است از (۰/۰۵۶، ۰/۰۴۲، ۰/۰۶۸) یعنی ارزش زیبایی گرایی ۵/۶ درصد از نمره کل خلاقیت، ۴/۲ درصد از خرده مقیاس سیالی و ۶/۸ درصد از نمره خرده مقیاس بسط را تعیین می کند.

از طرف دیگر بین ارزش مذهبی و نمره خرده مقیاس ابتکار و بین ارزش نظری و خرده مقیاس انعطاف پذیری همبستگی منفی معناداری وجود دارد ($P < /5$) یعنی با افزایش نمره ارزشهای مذهبی و نظری، نمره دانشجویان به ترتیب در خرده مقیاس های ابتکار و انعطاف پذیری کاهش می یابد.

در جدول ۳ مجذور ضریب همبستگی تک متغیری برای خرده مقیاس ابتکار $R^2 = 0/042$ و برای خرده مقیاس انعطاف پذیری $R^2 = 0/046$ می باشد. به عبارت دیگر ارزش مذهبی ۴/۲ درصد از خرده مقیاس ابتکار و ارزش نظری ۴/۶ درصد از خرده مقیاس انعطاف پذیری را تبیین می کند.

همچنین بین ارزش اقتصادی و نمره خرده مقیاس سیالی همبستگی مثبت معناداری وجود دارد ($P = 0/015$) و مجذور ضریب همبستگی تک متغیری برای خرده مقیاس سیالی ($R^2 = 0/083$) می باشد یعنی ارزش اقتصادی ۸/۳ درصد از خرده مقیاس سیالی را تبیین می کند.



بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از اجرای آزمون معنی دار بودن ضریب همبستگی چند متغیری با استفاده از روش گام به گام بین نظام ارزشها و خلاقیت نشان دهنده وجود همبستگی معناداری بین ارزش زیبایی گرایی و خلاقیت در بین دانشجویان می باشد.

نتیجه حاصل از این پژوهش، همسو با مطالعات آلپورت، ورنون و لیندزی (۱۹۵۱) و نیز تحقیق فرانک و بارون (۱۹۶۵؛ به نقل از کورمن، ۱۳۷۰) می باشد. همانگونه که آلپورت، ورنون و لیندزی (۱۹۵۱) اشاره می کنند افرادی که ارزش زیبایی گرایی بالاتری دارند، تجربه های خود را از زاویه ظرافت، تقارن و تناسب ارزیابی می کنند و از هر تجربه در زندگی خود، آن چنان که هست نه آن چنان که باید باشد لذت می برند. این افراد ممکن است هنرمند نباشند اما تمایلات آنها به

سوی مسایل هنری است. فرد زیباگرا حقیقت را برابر زیبایی می‌داند یعنی از نظر او هر چیزی که زیباست عین حقیقت است. از طرف دیگر همانگونه که مزلو (۱۳۷۴) اشاره می‌کند خلاقیت محصول ادراک زیبایی شناختی است که در آن هر چیزی به شکل موزون چیده می‌شود. فرد خلاق در حد اعلاّی یکپارچگی، وحدت، هماهنگی و انسجام در ارتباط با موضوعی عمل می‌کند و حس زیبایی را که از سادگی، تقارن و ظرافت بهره‌مند است درک کرده و تلاش می‌کند آنرا به دست آورد و در کارهای خود بروز دهد.

ملاحظه می‌شود که ویژگی‌های افراد خلاق با ویژگی‌های افراد واجد ارزش زیبایی‌گرایی همخوانی دارد. بنابراین میتوان ادعا کرد که یکی از ارزشهای بسیار مهم و دخیل در امر خلاقیت ارزش زیبایی‌گرایی یا هنری است.

همچنین نتایج حاصل از اجرای آزمون معنی‌دار بودن ضریب همبستگی چند متغیری بین نظام ارزشها و خرده مقیاسهای خلاقیت نشان می‌دهد که خرده مقیاس اول یعنی ابتکار با ارزش مذهبی رابطه عکس دارد (جدول ۳). ابتکار یعنی توانایی تولید ایده‌های جدید. باید توجه داشت که اول آنچه از مذهب به ذهن مامتبادر می‌شود با آنچه در فرهنگهای دیگر وجود دارد فرق می‌کند و دوم پرسشنامه بررسی ارزشها یک آزمون وابسته به فرهنگ است و مفاهیم، مضامین و اصطلاحات آن در فرهنگ دیگری ساخته شده است. اگرچه سؤالات آن با فرهنگ ایرانی منطبق گشته اما در این آزمون علاقمندی به فلسفه، عرفان و اخلاق و حتی مطالعه کتابهای تاریخی مربوط به مذهب در حیطه ارزش مذهبی قرار گرفته است. بنابراین بنحو دقیق و مطمئن نمیتوان پابندی به اصول ارزشی و مذهبی و مهمتر از همه ایمان به خدا را که امری باطنی و درونی و نیز رکن اصلی و اساسی در مذهب به شمار می‌رود با این پرسشنامه و پرسشنامه‌های مشابه سنجید. از طرف دیگر، رویکرد روانشناسی به مذهب تاکنون بسیار متناقض و مناقشه برانگیز بوده است. از یک سو فروید و الیس مذهب را نوعی از آسیب‌شناسی روانی اطلاق می‌کنند و از دیگر سو آلپورت و یونگ برخوردار از باورهای مذهبی را تأمین‌کننده سلامت روان می‌دانند (ونتیز، ۱۹۹۵).

همچنین چارچوب‌هایی که مذهب برای افراد در نظر دارد عواملی هستند که به آنها اجازه ورود به بعضی حیطه‌ها را نمی‌دهد. شاید بسیاری از این حوزه‌ها در رشد خلاقیت مؤثر باشند. به عنوان مثال موسیقی و بعضی از هنرهای تجسمی از مواردی می‌باشند که مذهب با احتیاط در مورد

آنها سخن راننده و علمای دینی هر کدام نظرات متفاوتی در باره آن عنوان کرده‌اند (انتشارات بلاغت، ۱۳۷۲) و نقش موسیقی در تقویت خلاقیت افراد مستعد آن عرصه بر کسی پوشیده نیست. در ظاهر افراد مذهبی تمایل کمتری به آموختن، مطالعه و تدریس رشته‌هایی دارند که بواسطه فرامین دینی محدود شده‌اند و این می‌تواند عاملی در جهت کاهش ابتکار و نوآوری آنها در عرصه‌های مذکور باشد.

تحلیل دیگر می‌تواند این باشد که باید ارزشهای دینی رایج مورد بازبینی علمای مذهب قرار گیرد تا معلوم شود آیا این ارزشها واقعاً از مذهب است یا تحریفاتی که در آن صورت گرفته است با توجه به اینکه نتایج بسیاری از پژوهشها دلالت بر این امر دارند که هیچ تعارضی بین مذهب و تکنولوژی و عرصه‌های جدید علم وجود ندارد (ایسی و نلکین، ۲۰۰۴).

خرده مقیاس دوم سیالی یعنی توانایی تولید تعداد بی‌شماری ایده جدید می‌باشد. براساس آنچه در جدول ۳ مشاهده می‌شود دو ارزش زیبایی‌گرایی و اقتصادی با عنصر سیالی رابطه مثبت دارند. همانگونه که در قبل ذکر شد فرآیند خلاقیت محصول ادراک زیبایی شناختی است که در آن هر چیزی به شکل موزون چیده می‌شود. به عبارت دیگر آنجا که هماهنگی، انسجام، ظرافت و تقارن وجود دارد (که همان ویژگیهای ارزش زیبایی‌گرایی است) خلاقیت شروع به رشد می‌کند، لذا سیالی هم به عنوان جزئی از خلاقیت ناشی از درک همان حس زیبایی شناختی است. فرد خلاق باید بتواند عقاید وافر و بی‌شماری را ارائه دهد، عقایدی که ابتکاری، جدید و تازه باشد، لذا ارزش زیبایی‌گرایی همچنان که بر خلاقیت مؤثر است بر عنصر سیالی نیز که جزئی از خلاقیت به شمار می‌رود تأثیر دارد. بعد از ارزش زیبایی‌گرایی، ارزش اقتصادی دومین ارزشی است که با عنصر سیالی رابطه مثبت دارد. از ویژگیهای افراد واجد ارزش اقتصادی این است که تمایل دارند در فعالیتهای عملی مانند داد و ستد، تولید و بازاریابی، مصرف کالا، اعتبار مالی و جمع‌آوری ثروت شرکت کنند. بنابراین، امروزه که تکنولوژی و صنعت در حال توسعه و پیشروی روزافزون است تنها راه همراهی و انطباق با این تغییرات سریع، خلاقیت و زاینندگی است. کشورهای توسعه یافته، مراکز علمی و اقتصادی و موسسات و سازمانهای آینده‌نگر که از ارزش اقتصادی بالایی برخوردارند و رونق اقتصادی برای آنها در اولویت قرار دارد؛ برای برخورد با این تحولات گسترده و فراگیر در جستجوی راههای جدید می‌باشند. در این راستا به آموزش خلاقیت

و انتخاب افراد خلاق و نوآور که رهیافتهای بدیع و بی‌شمار برای مسایل پیچیده ارائه دهند توجه خاص مبذول شده است و این رابطه مهم ارزش اقتصادی و خلاقیت را نشان می‌دهد.

خرده مقیاس سوم انعطاف‌پذیری است. انعطاف‌پذیری یعنی توانایی تولید انواع گوناگون و متنوع ایده‌ها. براساس تحلیل داده‌ها در جدول ۳، از میان شش ارزش مذکور، ارزش نظری با خرده مقیاس انعطاف‌پذیری رابطه عکس دارد. براساس نظر آلپورت، ورتون و لیندزی (۱۹۵۱) افراد واجد ارزش نظری حقیقت‌جو می‌باشند. این اشخاص دارای بازخوردهای شناختی بوده و در پی تشابهات و تفاوتها هستند. تمایلات این افراد جنبه تجربی، انتقادی و فردگرایی دارد و از طرف دیگر مهمترین خصوصیت فرد خلاق حساسیت و انعطاف‌پذیری خارق‌العاده است. فرد خلاق به واسطه انعطاف‌پذیری خود می‌تواند فراتر از ایده‌های موجود رود و بر پیشرفتهای خلاقانه خود بیفزاید. در عرصه علم، فرد خلاق می‌تواند از انعطاف‌پذیری فکر خود برای یافتن ارتباطات پنهان بین پدیده‌ها استفاده کند بنحوی که تفکر انعطاف‌پذیری، دانشمند خلاق را قادر می‌سازد تا به نتایج غیرمنتظره دست یابد و از آن به عنوان مبنایی برای تغییرات بنیادی در فکر خود استفاده کند. اما دانشمند غیرخلاق با آن ساختار شخصیتی و نحوه تفکر مقرراتی و خشک در برابر نتایج غیرمنتظره تنها با دفاع بیشتر از نظریه قدیمی خود و آکنش نشان می‌دهد، لذا هیچ‌گونه پیشرفتی در ورای آنچه موجود است به وجود نمی‌آورد (وایزرگ، ۱۳۷۸). بنابراین میزان و درجه انعطاف‌پذیری در ارزش نظری و خلاقیت با یکدیگر تفاوت دارد. هرچه انعطاف‌پذیری تفکر بیشتر گردد فردی که واجد ارزش نظری است به سمت خلاق بودن پیش می‌رود و از ارزش نظری صرف دور می‌گردد. همچنین براساس تعریف و مراحل خلاقیت، این نتیجه به دست می‌آید که تفکر شهودی و ناگهانی بدون استدلال منطقی و عقلانی باعث بروز عقیده و ایده‌ای نو می‌گردد (بیرامی، ۱۳۷۶؛ جمالی، ۱۳۷۷؛ اندرسون، ۱۹۵۹ به نقل از شهرآرای و مدنی‌پور، ۱۳۷۵؛ والاس، ۱۹۲۶ به نقل از سولسو، ۱۳۷۱). زیرا تفکر شهودی از آزادی و انعطاف‌پذیری خوبی برخوردار است و با قوانین منطقی محدود نشده است در حالی که در ارزش نظری تفکر منطقی بر تفکر شهودی برتری دارد. دانشمندان اهل علم و اندیشه که از خود خلاقیت نشان می‌دهند از یک حس عمیق زیبایی شناختی بهره‌مندند. به عبارت دیگر افراد اهل معرفت و تفکر که دارای ارزش نظری هستند اگر خلاق باشند، ارزش زیبایی‌گرایی آنها بر ارزش نظریشان برتری دارد. لذا ارزش نظری به اندازه ارزش زیبایی‌گرایی در خلاقیت و اجزای آن مؤثر نیست.

خرده مقیاس چهارم بسط یعنی توانایی توجه به جزئیات یا تکمیل ایده‌ها می باشد. براساس تحلیل داده‌ها در جدول ۳، از میان شش ارزش مذکور، ارزش زیبایی‌گرایی با خرده مقیاس بسط رابطه مثبت دارد. نگاهی اجمالی به ویژگیهای افراد واجد ارزش زیبایی‌گرایی نشان می‌دهد که این افراد از حساسیت فوق‌العاده نسبت به محیط خود برخوردارند و هر یک تجربه‌های خود را از زاویه ظرافت، تقارن و تناسب ارزیابی می‌کنند (آلپورت ورتون و لیندزی، ۱۹۵۱). از طرف دیگر از ویژگیهای افراد خلاق حساسیت نسبت به مسایل و نوآوری، زیباپسندی و علاقمندی به آثار هنری می‌باشد. خصوصیات فوق با ویژگیهای افراد واجد ارزش زیبایی‌گرایی همخوانی دارد. فرد زیبایی‌گرا که از خود خلاقیت نشان می‌دهد نسبت به مسایل و جزئیات آنها (عنصر بسط) توجه خاص دارد و بر پایه این جزئیات اثر خود را بنا می‌کند و از طریق آن می‌تواند احساسات خود را به دیگران منتقل نماید و بر روی آنها اثر گذارد. بنابراین همانگونه که خلاقیت محصول زیبایی‌گرایی است، عناصر آن نیز محصول زیبایی‌گرایی می‌باشند.

از یافته‌های دیگر این پژوهش معنادار نبودن تفاوت‌های دانشجویان دختر و پسر در ارزشها و خلاقیت می‌باشد. این معنادار نبودن می‌تواند ناشی از این واقعیت باشد که دختران و پسران در پژوهش حاضر دانشجو بوده و از لحاظ فرهنگی-اجتماعی مشابهت‌های زیادی دارند و این مشابهت‌ها می‌تواند موجب همسانی آنها در ارزشها و خلاقیت گردد. از طرف دیگر با تغییر شیوه‌های فرزند پروری و آگاهی خانواده‌ها، والدین روشهای تربیتی یکسانی را برای دختران و پسران خود به کار می‌بندند و شاید این خود عاملی در جهت یکی شدن ارزشها و کم شدن تفاوت‌های نمره ارزشها و خلاقیت می‌شود، لذا با توجه به اینکه نقش ارزش زیبایی‌گرایی در خلاقیت در این پژوهش مورد تایید قرار گرفت به مسؤولین آموزشی کشور توصیه می‌شود که برنامه‌های درسی را بنحوی تنظیم کنند که تعلیم و تربیت از طریق هنر صورت گیرد نه به این خاطر که هنرمندان پرورش یابند، بلکه برای اینکه آموزش و پرورش از راه هنر به گفته مزلو (۱۳۷۴) زمینه‌ساز پرورش نوع تازه‌ای از انسان مورد نیاز جامعه ماست. انسان فرآیندی، انسان خلاق، دارای اعتماد به نفس، شجاع و خود مختار است. زیرا ضرورت آنی برای ماندگاری هر نظام سیاسی، اجتماعی و اقتصادی این است که افراد خلاق بیشتری بوجود آورد و جامعه فاقد این انسانها، محکوم به فناست. از طرف دیگر با وجود نقش پایدار و مهم خانواده در آموزش و انتقال ارزشها

اگر مراکز آموزشی کشور رسالت عظیم خود را در این زمینه ایفا نکنند، آنچه را که کودکان در خانه یاد گرفته‌اند به باد فراموشی خواهند سپرد و چه بسا در بسیاری از خانواده‌ها هیچگونه آموزش ارزشها وجود ندارد؛ در چنین مواردی فقط مراکز آموزشی بعنوان آخرین فرصت برای آموزش و فراگیری ارزشهای اخلاقی و اعتقادی محسوب می‌شوند و معلمان و اساتید در این راستا نقش کلیدی ایفا می‌کنند. بنابراین دست‌اندرکاران آموزشی باید در انتخاب مدرسان نهایت سعی خود را بعمل آورند و ملاکهای ارزشی را در اولویت قرار دهند. همچنین این پژوهش نشان داده که دختران و پسران از نظر وجود استعدادها و نهفته هیچ فرقی با یکدیگر ندارند. به والدین توصیه می‌شود در جریان رشد فرزندان خود سعی کنند شیوه‌های تربیتی یکسان را به کار بندند و مسؤولین کشور برنامه‌های فرهنگی، آموزشی، تفریحی، ورزشی و امکانات و تجهیزات یکسان را برای هر دو جنس تهیه و تدوین نمایند تا دختران هم مانند پسران فرصت بروز قابلیت‌ها و شایستگی‌های خود را داشته باشند.

منابع

- ۱- آناستازی، آن، تفاوت‌های فردی، ترجمه جواد طهوریان، چاپ چهارم، مشهد، مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۴.
- ۲- انتشارات بلاغت، رساله توضیح المسائل مطابق با فتاوی مراجع تقلید، قم، بلاغت، ۱۳۷۲.
- ۳- بیرامی، منصور، جنبه‌های شناختی روانشناسی رشد، تبریز، آیدین، ۱۳۷۶.
- ۴- جمالی، عیسی، مدیریت خلاق در مدرسه، تهران، آوای نور، ۱۳۷۷.
- ۵- حسینی، افضل السادات، ماهیت خلاقیت و شیوه‌های پرورش آن، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۸.
- ۶- خلیفه، عبداللطیف محمد، بررسی روانشناختی تحول ارزشها، ترجمه سید حسین سیدی، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۸.
- ۷- راجرز، کارل، هنر انسان شدن، ترجمه مهین میلانی، تهران، فاخته، ۱۳۷۱.
- ۸- سولسو، رابرت ال، روانشناختی شناختی، ترجمه فرهاد ماهر، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۷۱.

- ۹- شولتس، دوآن، روانشناسی کمال (الگوهای شخصیت سالم)، ترجمه گیتی خوشدل، چاپ هفتم، تهران، البرز، ۱۳۷۸.
- ۱۰- شهرآرای، مهرناز و مدنی پور، رضا، سازمان خلاق و نوآور، مجله دانش مدیریت، ۳۳ و ۳۴، ۴۸-۳۹، ۱۳۷۵.
- ۱۱- کورمن، ابراهام، روانشناسی صنعتی و سازمانی (ترجمه حسین شکرکن)، تهران، رشد، ۱۳۷۰.
- ۱۲- گالاگر، جیمز، آموزش کودکان تیزهوش، ترجمه مجید مهدی زاده و احمد رضوانی، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۶۷.
- ۱۳- مزلو، ابراهام هارولد، افقهای والاتر فطرت انسان، ترجمه احمد رضوانی، مشهد، انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۴.
- ۱۴- مولوی، حسین، راهنمای عملی ۱۰- SPSS در علوم رفتاری، اصفهان، مهر قائم، ۱۳۷۹.
- ۱۵- وایزرگ، رابرت، خلاقیت فراسوی اسطوره نبوغ، ترجمه مهدی والفی، تهران، روزن، ۱۳۷۸.

16. Allport, G. W., Vernon, P., and Lindzey E. (1951). *Study of Values*. Boston: Houghton Mfflin.
17. Allport, G. W., Vernon, P., and Lindzey E. (1970). *Manual Study of Values*. Boston: Houghton Mfflin.
18. Cohen, B.H. (1996). *Explaining Psychological Statistics*. Pacific Glove Brooks/cole co.
19. Essay, P. and Nelkin, D. (2004). Confusion between Science and Religion. *Journal of Science, Technology and Human Values*. 29, 2, 139-152.
20. Kapel, D. E. and Deinoka, L. E. (1991). *American Educators' Encyclopedia*. New York: Green Week Press.
21. Parashar, S. and Dhar, S. and Dhar, U. (2004). Perception of Values: A Study of Future Professionals. *Journal of Human Values*. 10, 2, 144-152.

22. Torrance, E. P. (1974). *Norms-Technical Manual. Torrance Tests of Reactive Thinking Verbal Forms A and B*. Massachusetts: Personnel Press.
23. Value and Technology. (2004). [On-line]. Available at: <http://www.Environmentfoundation.net/2004-Technology.htm>.
24. Ventis, L. W. (1995). The Relationship between Religion and Mental Health. *Journal of Social Issues*. 2, 51, 33-48.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی