



شوریه شکار علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
مجله جامع علوم انسانی

# نوآوری و رسانه

وحید حیاتی

درآمد

با پیشرفت فزاینده دانش، تکنولوژی و جریان گسترده اطلاعات در عصر کنونی، جامعه ما نیز نیازمند آموزش‌هایی است که بتواند با کمک آن‌ها همگام با توسعه علم و فناوری، گامی در مسیر پیشرفت بردارد. در این میان هدف، پرورش مردمی است که بتواند با فکری خلاق با مسائل و مشکلات روبرو شده و به چاره‌جویی آن‌ها بپردازد. این امر، به گونه‌ای نیازمند ارتباط قوی میان مردم، مراکز و نهادهای تأثیرگذار فکری است که با بهره‌گیری از دانش جمعی و تولید افکار نو، مشکلات را از میان بردارند. البته رشد فزاینده اطلاعات سبب گردیده که هر انسانی از تجربه، علم و دانشی برخوردار باشد که دیگری فرصت کسب آن‌ها را نداشته است در نتیجه به جریان انداختن اطلاعات حاوی علم، دانش و تجربه میان انسان‌ها یکی از رموز موفقیت و نزدیک شدن به مرزهای پیشرفت در دنیای امروز است. شاید بتوان گفت که هیچ‌کس قادر نیست به میزان اطلاعات واقعی هر کس که در گوشه ذهن او نهفته است، پی ببرد ولی این اطلاعات زمانی به حرکت درمی‌آید که انگیزه‌های قوی سبب رها شدن آن به بیرون ذهن شود. هر چند در محیط‌های اجتماعی، معمولاً انسان‌ها به سرنویشت یکدیگر حساسند و در جهت رشد یکدیگر و بالطبع اجتماع می‌کوشند. همین امر سبب می‌شود جریان‌های علم و دانش و تجربیات میان آن‌ها جاری شود که همین امر زمینه‌ساز خلاقیت و نوآوری خواهد بود.

در واقع می‌توان یکی از عوامل موثر بر بروز خلاقیت در یک جامعه را زمینه‌سازی و بسترسازی فرهنگی میان افراد آن جامعه دانست که در آن همگان در تلاش برای رشد یکدیگر

هستند و با تأثیر بر روی یکدیگر به پیشرفت جامعه می‌اندیشند و این خود مقدماتی هم‌چون آرامش فکری، تحکیم پیوندهای اجتماعی و توسعه اخلاقیات در جامعه را طلب می‌کند تا در آن جامعه شرایطی پدید آید که در آن مغز بیندیشد و تکامل یابد و بدین ترتیب صیقل‌ساز افکار و ایده‌های نو در جهت سازندگی جامعه و پیشرفت. که از نتایج آن است. گردد.

به تعبیری خلاقیت و نوآوری لازمه و پیش‌درآمد توسعه و پیشرفت یک جامعه به شمار می‌آید. این امر خود دارای فنون، آموزش و تکنیک‌هایی است که آشنایی و شناخت آن‌ها در روند استفاده از نتایج آن ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

اگر بیندیریم که پیشرفت یک کشور فرآیندی دامن‌دار، گسترده و روبه‌جلو است، باید ضمن پاس داشتن تلاش گذشتگان و توانایی‌های به دست آمده، برای به دست آوردن توانمندی‌های تازه بکوشیم.

با بدیهی فرض نمودن ضرورت پیشرفته، آن هم پس از گذشت نزدیک به سی سال از پیروزی انقلاب اسلامی ایران - در جهت رسیدن به این شاخص مهم و تأثیرگذار جهان امروز - الگو قرار دادن خلاقیت و نوآوری، سرلوحه‌ای است که نیروهای مستعد و پتانسیل موجود را بدان مسیر سوق خواهد داد و رسیدن به قله‌های رفیع پیشرفت مطمئناً دور از دسترس نخواهد بود. این همان سرلوحه‌ای است که رهبر معظم انقلاب در آغازین روزهای سال جاری بیان نمودند و همگان را دعوت به پاس داشتن نوآوری و شکوفایی به عنوان کلام پر مغز و جاری در تمام طول سال نمودند.

هر فرد و نهادی می‌تواند جنبه‌های مختلف و ابعاد گوناگون نوآوری و شکوفایی را محور بررسی‌های خویش قرار دهد و از این منظر تکاپوی خود را در جهت پیشرفت معدوده خویش - که البته گامی در جهت مسیر پیشرفت جامعه خواهد بود - به کار گیرد. سازمان صداوسیما به عنوان قلب فرهنگ‌ساز و رسانه‌ای تأثیرگذار، مسلماً از این حرکت همگانی به دور نخواهد بود.

و مسئولان می‌کوشند در راه اعتلای این سازمان و شکوه و عزت ایران گام‌های اساسی بردارند. در واقع هر کس به نوبه خود در این مجموعه می‌تواند در این امر سهیم باشد؛ چرا که گام اول نوآوری، خلاقیت و ابتکار فردی است که ثمره آن در مجموعه گسترده سازمان به بهره‌برداری خواهد رسید.

در مواجهه با الگوها و کلماتی هم‌چون شکوفایی و نوآوری، اندیشه ما را به یک گام پیش‌تر از آن می‌خواند و با پرسش‌هایی در این رابطه مواجه خواهیم بود؛ مانند:

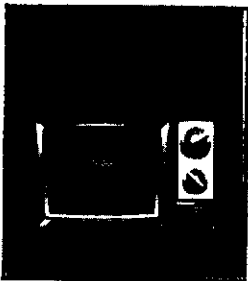
نوآوری چیست؟ چگونه به وجود می‌آید؟ زمینه‌های پیدایش آن چیست؟ مفهوم شکوفایی چیست؟ آیا شکوفایی ثمره نوآوری محسوب می‌شود و همه زمینه‌ها را در برمی‌گیرد؟ و بحث از انگیزه‌ها، ویژگی‌های فردی - اجتماعی چنین مباحثی، رعایت الگوهای مرتبطه، چگونگی به وجود آوردن آن شیوه استفاده و ...

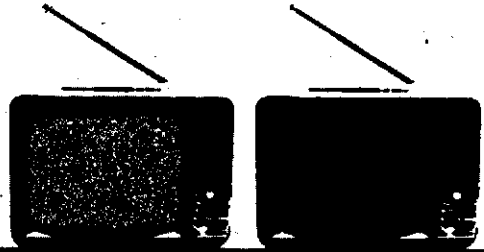
نوشته حاضر مطمئناً مدعی این نیست که می‌تواند علاوه بر بازشناسی الگوها و تبیین مفاهیم این موضوع، در ضمن راهکارهای مناسب و در خور موضوع را نیز پیشنهاد دهد؛ چرا که هر کدام از مباحث بالا، پژوهشی مستوفی می‌طلبد ولی نگارنده می‌کوشد به توان خویش کلیاتی از موضوع ارائه دهد تا شاید ما نیز به سهم خود گامی در باره نوآوری و شکوفایی و در جهت پیشرفت سازمانی گسترده هم‌چون صداوسیما برداریم.

### خلاقیت و نوآوری

خلاقیت را به تعاریف گوناگون یاد کرده‌اند:

۱. خلاقیت یعنی تلاش برای ایجاد یک تفسیر هدفدار در توان اجتماعی؛
  ۲. خلاقیت یعنی طی نمودن راهی تازه یا پیمودن یک راه طی شده پیشین به شیوه‌ای نو؛
  ۳. خلاقیت یعنی به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد یک فکر یا مفهوم جدید؛
- به عبارتی خلاقیت هم‌چون مفهوم عدالت و ... دارای معانی گوناگونی است ولی یک عامل





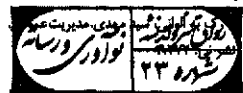
مشترک میان همه تعریفها وجود دارد که خلاقیت عبارت است از پرداختن به عوامل جدیدی که عامل خلاقیت در آنها موجود بوده و به عنوان مجموعه‌ای از میراث فرهنگی عمل می‌کنند ولی آنچه که تازه است ترکیب این عوامل در الگویی جدید است ولی آنچه در مفهوم خلاقیت وجود دارد این مفهوم نیز هست که تلاش‌های صورت گرفته در آن، مقدمه‌ای برای نوآوری است. در واقع خلاقیت بیشتر یک فعالیت فکری و ذهنی است و نوآوری بیشتر جنبه عملی دارد و در حقیقت محصول نهایی عمل خلاقیت است. از نگاهی دیگر منظور از نوآوری همان خلاقیت متجلی شده و به مرحله عمل رسیده است و شاید این تعبیر، گویاتر باشد؛ نوآوری یعنی اندیشه خلاق تحقق یافته. ولی این که نوآوری با مفهوم نو بودن و جدید بودن عجین است لازم‌اش نمی‌گذاشته و تغییر نیست. در واقع تغییر، ایجاد هر چیزی است که با گذشته تفاوت دارد ولی نوآوری ایجاد ایده‌هایی است که برای یک مجموعه جدید است هر چند می‌تواند مستلزم تغییر باشد.

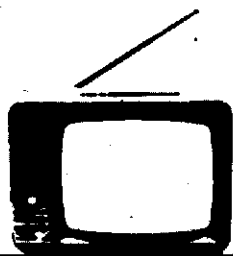
این نکته را نباید فراموش کنیم که هر تغییری، نوآوری نیست. به عبارتی دیگر رابطه میان آنها عموم و خصوص مطلق است. در نتیجه همه نوآوری‌ها می‌توانند منعکس کننده یک تغییر باشند، در حالی که همه تغییرها نوآوری نیستند. تغییر، نتیجه‌ای از فرآیند خلاقیت و نوآوری است.

بر اساس مفاهیمی که در پیش آمدند، خلاقیت لازمه نوآوری است. تحقق نوجویی، وابسته به خلاقیت است. گرچه شاید در عمل نتوان این دو را از هم متمایز ساخت ولی می‌توان تصور کرد که خلاقیت بستر رشد و پیدایی نوآوری‌هاست. خلاقیت به تعبیری پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است در حالی که نوآوری، عملی ساختن آن اندیشه و فکر است.

در مسیر آنچه خلاقیت و نوآوری می‌خوانیمش، معمولاً راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه‌ای نو متجلی شود و عملی گردد، زمانی طولانی را به خود اختصاص می‌دهد و البته

۲. فروردین، فرجام... مقاله محتوای درسی و پژوهش خلاقیت دانش‌آموزان مجله رشد تکنولوژی آموزشی شماره ۷، ۶۵، سال ۱۳۶۹ و ۱۳۷۰.





تلاش‌ها و کوشش‌های بسیاری در این راه خرج می‌شوند. گاهی ایده و اندیشه‌ای نو از ذهن فرد می‌تراود و در سال‌های بعد آن اندیشه نو به وسیله فردی دیگر به صورت نوآوری در خدمت یا محصولی متجلی می‌گردد<sup>۲</sup> ولی برای این‌که خلاقیتی ایجاد و پرورش یابد، بایستی فنون و تکنیک‌هایی رعایت گردند. این امر فارغ از موضوع مهم خلاقیت فردی یا به عبارتی وجود و حضور افراد خلاق است که جوهره آموزش و پرورش را از پیش داشته باشند. محققان فنون گوناگونی را در این رابطه ذکر کرده‌اند؛ هم‌چون یورش فکری یا الگوبرداری از طبیعت که می‌توان به منابع مربوطه مراجعه کرد و از کم و کیف آن آگاه شد.<sup>۴</sup> ما بر آن نیستیم که به تفصیل این مفاهیم را واگویی کنیم بلکه در صدد یادآوری این موضوع هستیم که چنین مراحل در رسیدن به مرحله خلاقیت لازم و ضروری است و پیگیری آن‌ها از طرف مراکز و نهادها در حیطه فعالیت خویش و با آگاهی از کاربرد آن‌ها اهمیت دارد که بنابر نیاز خود از این تکنیک‌ها در جهت پرورش خلاقیت بکوشند و مقدمات نوآوری را فراهم نمایند.

نکته‌ای که نباید از آن غافل شویم، ایجاد شرایط خلاقیت و نوآوری است که در کنار تکنیک‌های مرتبط، مکمل یکدیگر محسوب می‌شوند. ایجاد فضای خلاق و فراهم نمودن اتمسفری که مدیران مجموعه‌های همیشه آماده شنیدن ایده‌های نو باشند، یکی از شرایط است. از طرفی خود مجموعه‌ها نیز در جستجوی این گونه فکرها نیز باید باشند. در واقع یکی از روش‌های مهم متبلور کردن خلاقیت، به وجود آوردن فضای محرک مستعد و به طور کلی خلاق است؛ بدین‌گونه که مسئولان و مدیران یک مجموعه به طور مستمر آمادگی شنیدن اندیشه‌های بدیع و نوین را داشته باشند و نظرات جدید و ارائه راه‌های تازه را تقویت نمایند. این امر منجر به انعطاف پذیری آن مجموعه خواهد گردید. در نتیجه مجموعه‌های انعطاف پذیر با مسائل و مباحث پیش آمده و یا تغییر سیاست‌ها و چهارچوب‌های فعالیت، برخورد منطقی و محققانه دارند و در صورت نیاز به تغییر و تحول، پس از بررسی دقیق و عالمانه، آن را

۴. رضاییان، علی‌اصول مدیریت، نشر سمت.

اعمال می‌کنند. هرچند بسیاری از مسئولان و مدیران مجموعه‌ها معمولاً نمی‌توانند فرآیند مستمر تغییر پویا که لازمهٔ خلاقیت و نوآوری است را به صورت دائم تحمل کنند در نتیجه پس از مدتی گرفتار رکود، نخوت در ارائهٔ خدمات و فعالیت‌ها می‌شوند که به سیاست پیشرفت یک مجموعه آسیب وارد خواهد ساخت.

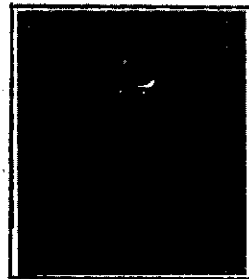
مطالب بالا در راستای بیان خلاصه‌ای از اهمیت مسئلهٔ خلاقیت و نوآوری در توسعهٔ رشد و بقای مجموعه‌ها، نهادها و سازمان‌ها ارائه گردید که بدون توجه به آنها عملاً حرکت کردن در مسیر رشد، توسعه و پیشرفته رفتن بی‌چراغ است!

#### نوآوری و رسانه

پیگیری پیشرفت در رسانه، در کنار پیشرفت در عرصه‌های علمی، فناوری و اجتماعی کشور از اهمیت بالایی برخوردار است و این نهاد را در ردیف نهادهای فرهنگ‌ساز و تأثیرگذار حفظ می‌کند. اهمیت روزافزون این مقوله ضرورت بازنگری، ایجاد خلاقیت و نوآوری را برای این مجموعه نیز طلب می‌کند ولی برای نزدیک شدن و تفکیک مباحث در ابتدا لازم است مجموعه سازمان و نیازهای آن را به دو حیطهٔ درون و بیرون سازمانی تقسیم کنیم تا بر اساس هر عنصر بتوانیم مباحثی در خور ارائه نماییم.

#### الف) درون سازمانی

در مجموعهٔ سازمان به نظر می‌رسد در بخش درون سازمان نیازمند یک ایدهٔ کلی یعنی ارائهٔ فکر و طرح نوین برای بهبود و ارتقاء کمیت و کیفیت فعالیت‌های سازمانی هم‌چون افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها، تولیدات یا خدمات جدید و تولید برنامه و مواد رسانمای از روش‌های بهتر با بازنگری در روش‌های گذشته و... هستیم. این ایده شامل همهٔ زیرمجموعه‌ها و جای‌جای سازمان خواهد گردید؛ از مدیریت سازمانی تا کوچکترین عناصر موجود. از رأس امور که آمادگی جذب و تقویت ایده‌های نو و اندیشه‌های بدیع را سرلوحه



خویش قرار می‌دهد تا اموری که به ترقیبات بعدی عناصر سازمانی مربوط می‌شوند؛ هم‌چون بازنگری در فرآیند فعالیت اداری، کاهش بوروکراسی و تلاش در جهت کیفیت بخشیدن به امور در کنار بالا بردن دانش و ایجاد تجربه‌ها و تخصص‌ها در میان عناصر و کارکنان آن مجموعه؛

با توجه به جذب افراد با دانش و متخصص در زمینه‌های مورد نظر فعالیت همه می‌توانند زمینه‌های مورد توجه در پی‌ریزی خلاقیت و ایجاد نوآوری باشند. این زمینه‌ها با بالا بردن توانمندی در ارائه ایده‌های خلاق از طریق بازتعریف و برقراری ارتباطات جدید در مسائل امکان‌پذیر است. ایجاد انگیزش در افراد خلاق برای به فعل درآوردن ایده‌های خود و برقراری فضایی مستعد جهت شکل‌گیری و بروز خلاقیت‌ها، از دیگر زمینه‌های به وجود آمدن نوآوری است. در زمینه تولید مواد رسانای - برنامه‌های تلویزیونی، رادیویی - نیز می‌توان به دو راهکار اندیشید؛ یکی پیگیری و به ثمر نشاندن طرح‌های متعدد پایمیزی شده در سال‌های اخیر است و دیگری زمینه‌سازی در جهت جلب ایده‌های نو برای تولید برنامه‌ها و طرح‌های مبتکرانه با ایجاد فضایی برای تجربه‌های نو؛

در واقع این دو راهکار دو موضوع را گوشزد می‌کنند؛ یکی گسترش در سطح (راهکار اول) و دیگری ریشه دواندن در عمق (راهکار دوم) که نوعی حرکت تاکتیکی در برنامه‌ریزی و به ثمر نشاندن طرح‌ها محسوب می‌شود و مجموع آن‌ها در کنار یکدیگر می‌تواند جهشی در مسیر پیشرفت کمی و کیفی تولیدات رسانای باشد. به عبارت دیگر به ثمر رساندن طرح‌های گذشته در ضمن حرکت ابتکاری و خلاقانه با حضور طرح‌ها و ایده‌های نو، همه ثمرات آینده رسانه را تضمین می‌کند.

در زمینه رسیدن به این اندیشه و به تعبیری کلی‌تر ایجاد نوآوری، بررسی فعالیت‌های گذشته و کم و کیف فرآیندهای مربوط به تولیدات رسانای و استفاده از تجربیات و





در زمینه رسیدن به این اندیشه و به تعبیری کلی‌تر ایجاد نوآوری، بررسی فعالیت‌های گذشته و کم و کیف فرآیندهای مربوط به تولیدات رسانامی و استفاده از تجربیات و اندیشه‌های پیش از این، ضروری است ولی این امر در صورتی ثمر می‌دهد که ایجاد عرصه‌های برای افکار خلاقانه و ابتکاری در صدر برنامه‌ها جا بگیرد. در واقع در کنار اندوخته تجارب ارزنده گذشته، بروز اندیشه‌های خلاقانه را در رویکرد خویش قرار دهیم تا پایه‌های نوآوری را به نحوی شکل داده باشیم. همه این موارد، فرهنگی را در رسیدن به نوآوری تداعی می‌کند. فرهنگی با ویژگی‌هایی هم‌چون شکیبایی در امور صعبه مشکل و شاید غیرعملی، شکیبایی در برخوردها، تأکید بر نتایج تا عناصر مصرف شده در راه ابتکار و نوآوری و به تعبیری بردباری در شکست‌ها و مخاطرات که با حاکم شدن این فرهنگ در مجموعه می‌توان تجربه کردن و کسب تجربه از اشتباهات را تشویق نمود و حتی همه موفقیت‌ها و شکست‌ها را ارج نهاد. در واقع این همان شور و شوق استقبال از ایده‌های نو و به نحوی حمایت از آن‌ها است و سازمان را فعالانه در مرحله توسعه و نوآوری قرار خواهد داد. به گونه‌ای که خلاقیت و نوآوری عامل رشد و بالندگی، عامل تحریک و مهیا کردن عوامل تولید و ارتقای بهره‌وری و موفقیت مجموعه مدیریت و کارکنان خواهد گردید.

#### ب) برون سازمانی

در سوی دیگر، جنبه عمومی و به تعبیری و فشرده‌ترین فعالیت سازمان صداوسیما قرار دارد که همان حیطه برون سازمانی به شمار می‌آید و آن هم مردم و جامعه‌ای است که شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی با آن‌ها مواجه می‌گردند و در همه روز و در خصوصی‌ترین فضاهای زندگی آن‌ها حضور دارند و از جایگاه و اهمیت فراوانی در مواجهه با رسانه برخوردارند. به عبارتی سازمان صداوسیما می‌تواند فارغ از بدنه فعلیتی خود، جنبه بیرونی و به تعبیری خروجی فعالیت‌های خویش را به سمتی سوق دهد که موجب بروز خلاقیت در بینندگان و



شوندگان گردد و از سوی دیگر با نوآوری در برنامه‌های ارائه شده گامی در آن راستا برداشته شود.

این امر می‌تواند در زمینه‌های گوناگونی انجام پذیرد که اهم آن‌ها را در زیر یادآوری می‌نماییم:

۱. ایجاد و فراهم نمودن بستری برای بروز خلاقیت‌ها؛ به عبارتی با ارائه برنامه‌های شنیداری و دیداری که در عین کاربردی بودن بتوانند در ارتقاء سطح اندیشه و تفکر مخاطبه نقش ایفا کنند.

۲. زمینه‌سازی برای همکاری، ایده‌پردازی مخاطبان از طریق ارتباطات دو جانبه و تعاملاتی از این دست؛ هم‌چون نظرسنجی و سنجش نگرش و... که می‌تواند در ایجاد همبستگی بیشتر رسانه و مردم و افزایش تأثیرپذیری مؤثر باشد.

۳. بالا بردن سطح ادراک عمومی از جنبه‌های مختلف فردی و اجتماعی از طریق ارائه برنامه‌هایی که اظهار نظرهای کارشناسانه به همراه دارند؛ مسابقات متنوع و مؤثر در ارائه مفاهیم مختلف که می‌توانند زمینه زندگی با نشاط و پرتحرک را برای مخاطبان فراهم نمایند و در جهت فرهنگ تلاش برای رشد دیگران و بالطبع جامعه قرار گیرند.

و دهها زمینه و ایده دیگری که می‌توانند بر اساس این کلیات و با تحقیق و تخصص آن‌ها را گردآوری و استفاده نمود.

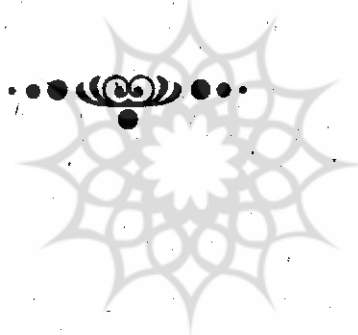
پروژه گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
بیتال جامع علوم انسانی



### در نهایت

مدنظر این نوشتار ارائه چشم‌اندازی از زمینه‌های شکل‌گیری خلاقیت و ارائه نوآوری در رسانه بود که باید کوشید فضای ایجاد ایده‌های نو و ابتکارات خلاقانه را در فضای این مجموعه به رشد نزدیک کنیم که هر کسب در هر کجای این مجموعه خود را موظف بداند در راستای اهداف سازمان و در محدوده خویش، تحرک فکری و اندیشه‌های خلاقانه را سرلوحه قرار دهد و همیشه به انتظار دستورالعمل‌ها و چهارچوب‌های نمودن نماند.

در پناه حق



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی