

اهمیت خلاقیت

این موضوع که چه چیزی خلاقیت شمرده می‌شود و چه کسی می‌تواند به خلاقیت دست پیدا کند، دیری است متفکران بزرگ را درگیر خود کرده است [استراسبرگ، ۱۳۸۳: ۲۲]، اما به نظر می‌رسد، هنوز پاسخ قطعی به آن‌ها داده نشده است. خلاقیت از جمله واژه‌هایی است که در این روزگار نمی‌توان درباره‌ی آن سخنی نگفت یا به سختی می‌توان سخنی درباره‌ی آن نشنید. چرا که از کلمات کلیدی پر بسامد «گفتمان عمومی» است و رسانه‌ها، مطبوعات، مدارس و حتی در دیوار شهر، به آن مزین شده است. هر جا و هر لحظه شاهدیم که در توجیه یا توضیح ارزش کالاهای تجاری، آثار هنری و گاه تبلیغات انتخابی، از خلاقیت به مثابه نوعی فضیلت یا «ارزش جادویی» استفاده می‌کنند. در مدارس، معلمان، دانش‌آموزان را دائماً به تلاش برای بروز خلاقیت‌هایشان یا استفاده از استعداد‌هایشان تشویق و ترغیب می‌کنند. در سازمان‌ها و ادارات، «مدیریت خلاق» و «کار خلاق» از آرزوها و هدف‌های سازمانی قلمداد می‌شود. مریبان اخلاق و مروجان فرهنگ نیز، خلاقیت را، هم به مثابه هدف و هم به مثابه روش بهتر زیستن، به مردم توصیه می‌کنند. پیشرفت‌های علم و فناوری، محصول و میوه‌ی خلاقیت و در عین حال ابزاری در خدمت بسط خلاقیت‌های آدمی دانسته می‌شود. ملت‌ها نیز هر کدام به گونه‌ای به خود می‌بالند که «هنر نزد آنان است و بس»، و خلاقیت را ودیعه‌ی الهی خود می‌دانند.

اما علی‌رغم کاربردهای گسترده‌ی تبلیغی، تجاری و آموزشی این واژه در گفتمان عمومی، در «گفتمان دانشگاهی» و در رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی ما در ایران، تلاش اندکی برای توضیح و تشریح این مفهوم انجام گرفته است. اکنون می‌توان به وضوح دید که واژه‌ی خلاقیت در زمینه‌های بسیار گوناگون و با ارجاع به فعالیت‌های متفاوت به کار می‌رود؛ چنان‌که گویی این واژه معنای مشخصی ندارد و هرکس آن را متناسب با ذوق یا اهداف خاص خود به کار می‌برد. هم‌چنین، گاه چیسستی، چرایی و چگونگی خلاقیت چنان بدیهی فرض می‌شود که بی‌نیاز از توضیح و تشریح است؛ در حالی که برخلاف تصور عمومی، به ندرت تلقی روشن، دقیق و درستی از خلاقیت در ذهن و ضمیر مردم وجود دارد و این تصور نادرست یکی از موانع رشد و توسعه‌ی خلاقیت‌ها بوده است و خواهد بود. از این رو، اولین مسئله و مشکل خلاقیت، بدیهی دانستن معنا و تلقی از آن است. این امر باعث شده است، با وجود کاربرد گسترده‌ی این مفهوم، کمتر برای تشریح و شناخت آن تلاش

خلاقیت و فرهنگ

نقدی بر رویکردهای عامیانه به خلاقیت

دکتر نعمت‌الله فاضلی

عضو هیئت علمی گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی

طولانی» می‌نویسد: «ارزش انحصاری در آثار هنری موجود، همواره در توان واقعی آن‌ها برای ایجاد ارتباط نهفته است» [Williams, 1961:24].

نقد رویکرد عامیانه به خلاقیت

ابعاد و مؤلفه‌های ارتباطی، نبودن و مناسب بودن خلاقیت غالباً مورد توجه قرار نمی‌گیرند. در ایران و نزد عامه‌ی مردم و اهل هنر، خلاقیت پدیده‌ای روان‌شناختی است. این نحو تلقی از خلاقیت طرف‌داران زیادی دارد، زیرا به سادگی قابل فهم است و مسئله‌ی خلاقیت را به موضوعی ساده، یعنی هوش و استعداد فرد تقلیل می‌دهد. به عبارت دیگر، خلاقیت را بیشتر موضوعی زیست‌شناختی و تابع عوامل فیزیولوژیکی می‌بیند تا محصول فرهنگ و شرایط اجتماعی جامعه. به دلیل فراگیری و عمومیت، من آن را «رویکرد عامه‌پسند» می‌نامم. باید توجه داشت که این رویکرد، اگرچه گرایش روان‌شناختی دارد، اما با رویکردهای روان‌شناسی اجتماعی فاصله دارد؛ زیرا رویکردهای روان‌شناسی اجتماعی بعد اجتماعی خلاقیت را می‌پذیرد و در عین حال می‌پذیرد که خلاقیت نزد همه‌ی افراد بشر، اعم از کوچک و بزرگ وجود دارد.

در جامعه‌ای که ارزش‌های جمع‌گرایانه غلبه دارد، تلاش اصلی متوجه فرد نیست. در چنین ساختار فرهنگی - اجتماعی، اساساً مقوله‌ی رشد استعدادها و شکوفا کردن و ابزار خود در مرحله‌ی ثانویه قرار می‌گیرد. به لحاظ آسیب‌شناختی جامعه‌ی ایران، روشن‌فکران ما که کار حرفه‌ای‌شان بحث کردن درباره‌ی مسائل فرهنگی اجتماعی است، مقوله‌ی خلاقیت را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند. هنوز فردیت به حد کافی در میان ما رشد نکرده است. ولی هر قدر که جامعه‌ی ما مدرن‌تر شود و مسئله‌ی رشد استعدادها‌ی فردی اهمیت بیشتری پیدا کند، توجه ما به درک اهمیت خلاقیت‌ها هم بیشتر می‌شود.

در فرهنگ‌های سنتی، انسان خلاق، جامعه و محصولات مصرفی، کلیت یکپارچه‌ای را تشکیل می‌دهند و از یکدیگر تفکیک نشده‌اند. به همین دلیل، این نکته‌ی انتقادی را می‌توان مطرح کرد که وقتی خلاقیت را به مثابه‌ی مقوله‌ی فردی در نظر می‌گیریم، خودبه‌خود سراخ ابعاد روان‌شناختی آن می‌رویم و مسئله‌ی ما می‌شود این که: چگونه می‌توانیم انسان نابغه تربیت کنیم یا چگونه استعدادها‌ی درخشان را شناسایی کنیم، یا چگونه استعدادها‌ی درخشان را پرورش بدهیم. در نتیجه‌ی نگاه فردی و روان‌شناسانه به خلاقیت، تمام نظام برنامه‌ریزی

رویکرد عام را رهیافت فرهنگی می‌نامیم. در این بخش این دو رویکرد و ریشه‌ها و پیامدهای آن‌ها را تحلیل می‌کنم.

«رویکرد فرهنگی»، خلاقیت را به مثابه نوعی تجربه کردن و فرایند اجتماعی می‌داند که در درون فرهنگ معینی صورت می‌گیرد و چیستی، چگونگی و چرایی، به وسیله‌ی آن فرهنگ که بستر و زمینه‌ی اجتماعی خلاقیت را شکل می‌دهد، تعیین می‌شود. هم‌چنین رویکرد فرهنگی، رهیافتی کل‌گراست و عوامل متعدد مؤثر بر خلاقیت را در نظر می‌گیرد و خلاقیت را در بستر کلی یا کلیت اجتماعی آن تحلیل می‌کند.

عوامل مؤثر بر خلاقیت

خلاقیت از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد که عبارت‌اند از:

- عوامل عصب‌شناختی، شیمیایی و زیست‌شناختی خلاقیت.
- ساختارهای فرهنگی - اجتماعی و حتی فنی و فناورانه که خلاقیت در آن‌ها شکل پیدا می‌کند و بر خلاقیت تأثیرگذار هستند.
- مجموعه‌ی بسترهای تاریخی و نهادها‌ی اجتماعی که برای گسترش یا محدودسازی خلاقیت مؤثر هستند.

بجز بند اول سایر عوامل، مجموعه «عوامل زمینه‌های خلاقیت» یعنی عواملی هستند که خلاقیت را به وجود می‌آورند. پیش‌فرض بنیادین در رویکرد فرهنگی این است که خلاقیت بیشتر «برساخته اجتماعی»^۱ است تا «امری فردی و زیست‌شناختی». رویکرد فرهنگی، رهیافتی انتقادی نسبت به رویکردهای «زیستی - روان‌شناختی»^۲ دارد که خلاقیت را در فرد و رفتارهای او جست‌وجو می‌کند. نگس و پیکرینگ، در کتاب «خلاقیت، ارتباط و ارزش فرهنگی» (۲۰۰۴)، نظریه‌ای درباره‌ی خلاقیت بر پایه‌ی تلقی خلاقیت به مثابه تجربه‌ی اجتماعی ارائه می‌کنند. به اعتقاد آن‌ها «اندیشیدن درباره‌ی خلاقیت ملازم اندیشیدن درباره‌ی تجربه است. تجربه‌ی خلاقه مستلزم اراده‌ای برای احضار، بیان تجربه و ارتباط با دیگران است.» هم‌چنین، به اعتقاد آن‌ها «تجربه تا زمانی که صورت ارتباطی نیابد، تحقق نمی‌پذیرد. از این رو، خلاقیت فرایندی اجتماعی است. خلاقیت به مثابه فرایندی اجتماعی دربردارنده‌ی فرایندی از عرضه و دریافت و به رسمیت شناخته شدن به وسیله‌ی دیگران است» [Negus and Pickering, 2004:33]. از این رو، خلاقیت همواره نوعی ارتباط و تعامل اجتماعی را همراه دارد. این نگرش ارتباطی به خلاقیت، توسط دیگران نیز به گونه‌های متفاوت ابراز شده است. برای مثال، ریموند ویلیامز در کتاب «انقلاب

محدود می‌شود به این که سراغ نوابغ و استعدادهای درخشان و پرورش آن‌ها برویم. نگاه نخبه‌گرایانه، از نکات آسیب‌شناختی خلاقیت در کشور ماست. این رویکرد ما به مقوله‌ی خلاقیت در طول یک‌صدسال اخیر بوده و همین رویکرد است که سیاست‌گذاری‌های کلان فرهنگی اجتماعی ما در خصوص آموزش و پرورش، بودجه‌های تحقیقاتی و به‌طور کلی امور فرهنگی را معین می‌کند و به شکل‌های متفاوت در مسایل اجتماعی ما، و مهم‌تر، در خانواده‌های ایرانی تأثیر شدید می‌گذارد. شاید نقش خانواده و تأثیرات آن بیش از عوامل دیگر باشد، چون اولین بستری که خلاقیت را برای فرد فراهم می‌کند، نهاد خانواده و سپس اجتماع است.

وقتی که ارزش‌ها، باورها و نگرش‌های جامعه نسبت به مقوله‌ی خلاقیت رویکردی روان‌شناسانه است، این رویکرد را در خانواده و تربیت فرزندان هم می‌بینیم. ممکن است خانواده‌ها و پدر و مادرها تحت تأثیر همین رویکرد روان‌شناختی به این جمع‌بندی برسند که کودکان از استعداد کافی برخوردار نیست. در نتیجه‌ی همین تلقی و برداشت، چه بسا این کودکان از این که تربیت خلاقه‌ای داشته باشند، محروم شوند. اما اگر پدر و مادرها به این آگاهی برسند که خلاقیت صرفاً بحثی روان‌شناختی نیست که فقط به استعداد ارتباط داشته باشد، بلکه به تجربه‌ی خلاقه‌ی فرد بستگی دارد، آن وقت دایره‌ی تجربیات خلاقانه‌ی فرزندان را توسعه می‌دهند. در این رویکرد، همه‌ی انسان‌ها قادرند تجربیات و کنش‌های خلاق، محصولات خلاق و ذهن خلاق داشته باشند.

این دو رویکرد، در واقع دو روش تربیتی متفاوت به وجود می‌آورد. رویکرد نخبه‌گرایانه، خلاقیت را از یک طرف به نوبغ فرد محدود می‌کند و از طرف دیگر به عرصه‌های معینی از هنر یا علم محصور می‌سازد و اجازه نمی‌دهد که هر فرد، در هر شرایطی خودش را شکوفا کند. در حالی که رویکرد دیگر، خلاقیت را منحصر به فرد یا گروه نخبگان نمی‌داند بلکه خواهان گسترش آن در تمامی عرصه‌های اجتماع و توسعه‌ی مشارکت همگان برای کسب تجربه‌ی خلاقانه است. ما باید روی تفاوت‌های ماهوی و نتایج دو رویکرد مذکور به هنگام بررسی شرایط خلاقیت فرهنگی و فرهنگ خلاقیت در جامعه‌ی خودمان بیشتر تأمل کنیم.

هم‌چنین باید به تبیین اجتماعی غلبه‌ی رویکرد فردی و استعدادمحور خلاقیت نیز توجه داشت. از دیدگاه یوردیو، تلاش نخبگان برای مادرزادی یا موهبت طبیعی قلمداد کردن ذوق و استعداد هنری، تلاشی است برای «مشروعیت بخشیدن به امتیازات

طبقاتی از طریق انکار نقش اکتساب و جای‌گزین کردن آن با موهبت طبیعی و استعداد ذاتی» [یوردیو، ۱۳۷۷: ۲۱]. به اعتقاد او: «نباید آن شرایط اجتماعی را که امکان تجربه‌ی زیبایی‌شناسی و شرایط لازم را برای دوست‌داران هنر یا مردم با ذوق و استعداد فراهم آورده است، از یاد ببریم فقط معدودی از افراد جامعه امکان استفاده از تمام چیزهایی را دارند که با سخاوتمندی و گشاده‌دستی به همگان ارائه می‌شود» (همان، ص ۱۱۱).

اما روان‌شناسان نیز از دهه‌ی ۱۹۶۰ میلادی به بعد، به اهمیت بعد اجتماعی خلاقیت توجه کردند و اگرچه اشاره‌ای به نقش طبقات

خلاقیت را نمی‌توان تنها در افراد جست، بلکه خلاقیت فرایندی است در درون نهادها، ارزش‌ها، باورها، و نظام‌های سیاسی و اقتصادی معین

و ایدئولوژی در این زمینه نداشتند، اما ماهیت اجتماعی خلاقیت را مطرح ساختند. گیلفرد^۵، روان‌شناس آمریکایی و پدر تحقیقات مربوط به خلاقیت، در سال ۱۹۵۰ به دنبال یک سلسله تحقیقات خود که در کتاب «ماهیت هوش انسانی»^۵ (۱۹۶۷) منتشر شد، ضمن اعلام موضوع مذکور استدلال کرد که آن‌چه خلاقیت را به وجود می‌آورد، تلاش انسان برای حل مسائل و مشکلات است. در طول دهه‌ی ۱۹۵۰، کارل راجرز و آبراهام موضوع «عمومی بودن خلاقیت» را مطرح کردند. مطالعات گیلفرد و روان‌شناسان بعد از او این نکته را نیز روشن ساختند که هوش و خلاقیت دو مقوله یا عامل متفاوت ذهنی هستند. این رویکردها اگرچه بر عمومیت خلاقیت تأکید دارند، اما هم‌چنان برای تبیین خلاقیت به سطح فرد متکی هستند و به نقش ساختارهای اجتماعی کمتر توجه دارند. برخی از آن‌ها، خلاقیت را هم‌چنان «هوش زیاد» یا «عملکرد هوش زیاد» می‌پندارند و برخی دیگر نیز، هوش و خلاقیت را از هم متمایز می‌دانند، اما بر این نکته تأکید دارند که خلاقیت فرایندی ذهنی و محمل آن فرد است.^۶

در زمینه‌ی هوش نیز، گاه نوعی نگرش تقلیل‌گرایانه وجود دارد. در این بینش، هوش محدود به هوش شناختی است که به تولید آثار هنری و علمی منجر می‌شود. در نتیجه، وقتی از نوبغ و استعداد سخن

منطقه‌ی بین‌النهرین و خاورمیانه‌ی امروز پدیده آمده‌اند. اما در قرون اخیر، «جابه‌جایی تمدنی» رخ داده است و دیگر شرق و آمریکای جنوبی جایگاه نوآورانه‌ی پیشین خود را از دست داده‌اند.

جابه‌جایی مذکور ناشی از عوامل متعددی است و نشان می‌دهد که ارتباط تنگاتنگی بین نوع فرهنگ‌ها و میزان توانایی افراد برای بروز خلاقیت وجود دارد. این تجربه‌های تاریخی نشان می‌دهند، هیچ فرهنگ، جامعه و ملتی نیست که به‌طور مطلق از بروز خلاقیت ناتوان باشد، بلکه بالقوه همه‌ی ملت‌ها مستعد و توانا هستند و در واقع، فرهنگ و مجموعه‌ی شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است که در دوره‌های متفاوت اجازه‌ی بروز میزان معینی از خلاقیت را می‌دهد یا مانع از آن می‌شود. بنابراین، این‌گونه نیست که بعضی از ملت‌ها چون باهوش‌ترند، خلاق‌ترند و بعضی ملت‌ها از حیث ژنتیکی فاقد توانایی خلاقه هستند. این طرز تلقی نگاه‌ی غیرعلمی، نادقیق و نژادپرستانه است. همه‌ی انسان‌ها از موهبت و توانایی برای خلاقیت و نوآوری به‌منظور رفع نیازهایشان برخوردارند. تمام بحث برمی‌گردد به تمهیدات فرهنگی، اجتماعی و تجربه‌ی تاریخی ملت‌ها برای بروز و شکوفایی خلاقیت‌ها.

نقد دیگر بر تعریف و رویکرد زیستی-روان‌شناختی خلاقیت این است که این رویکرد، دایره‌ی خلاقیت را به عده‌ی اندک شمار نوایغ هنری و علمی و در عین حال قلمروهای خاص علمی و هنری محدود می‌سازد. یعنی زندگی روزمره و انسان‌های معمولی و بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را از دایره‌ی خلاقیت بیرون می‌گذارد. مهم‌تر از این نکات، مسئله‌ی ناتوانی رویکرد روان‌شناختی در تبیین ریشه‌ها و علل اجتماعی خلاقیت است. این رویکرد، بعد اجتماعی خلاقیت را نادیده می‌گیرد یا سهم قابل توجهی در فرایند خلاقیت به نهادها و عوامل اجتماعی نمی‌دهد. بسیاری از جامعه‌شناسان امروز این رویکرد را نادرست می‌دانند. ژانت ولف، در کتاب «تولید اجتماعی هنر» استدلال می‌کند، نهادهای اجتماعی در تولید هنر تأثیر قاطع دارند و این نهادها هستند که تعیین می‌کنند، چه کسانی هنرمند شوند، چگونه هنرمند شوند، و چگونه هنر خود را تحقق بخشند و در دسترس همگان قرار دهند. پیربوردیو، جامعه‌شناس فقید فرانسه که در جامعه‌شناسی فرهنگ، نظریه‌پرداز بزرگ است، این نکته را نشان داد که عمل هنری، عملی مشروط است که به وساطت رمزهای زیباشناختی، یعنی ناخودآگاه فرهنگی، نهادها و فرایندهای ایدئولوژیکی، اجتماعی و مادی، صورت می‌گیرد.

انواع خلاقیت

اگر ما از منظر اجتماعی به خلاقیت نگاه کنیم، خلاقیت را می‌توانیم «فرایندهای اجتماعی تولید ایده‌های تازه، مفید و ارزشمند به منظور ارائه‌ی محصولات، خدمات و رویه‌ها به وسیله‌ی افراد و گروه‌ها در شرایط معین تاریخی و جغرافیایی» تعریف کنیم. در این تعریف، خلاقیت را تنها به خلاقیت هنری و علمی، و افراد خلاق را تنها به هنرمندان و دانشمندان محدود نکرده‌ایم و هم‌چنین آن را امری فردی یا قائم به فرد ندانسته‌ایم. بهتر است برای فهم گستره‌ی خلاقیت، گونه‌های متفاوت آن را از یکدیگر تفکیک کنیم.

به‌طور کلی، خلاقیت را می‌توانیم به سه دسته طبقه‌بندی کنیم:

- **خلاقیت هنری:** خلاقیتی که در آثار هنری، مانند فیلم، نقاشی، تئاتر و مانند آن بروز پیدا می‌کند.

- **خلاقیت علمی:** خلاقیتی که در فناوری‌های تولید انواع محصولات یا در زمینه‌ی پژوهش‌های گوناگون علمی تبلور می‌یابد. خلاقیت‌های علمی گاهی به نوآوری در فناوری و صنعت منتج می‌شود و گاهی هم نمی‌شود و فقط به صورت یک نظریه باقی می‌ماند.

- **خلاقیت اجتماعی^۸**

از این سه نوع خلاقیت، گونه‌های علمی و هنری بیشتر مورد توجه همگان است و کاملاً شناخته شده هستند، اما خلاقیت اجتماعی کمتر توجه ما را برمی‌انگیزد. از این رو اجازه دهید، این مقوله را بیشتر توضیح دهم. خلاقیت اجتماعی مجموعه‌ی تمهیدات و راهبردهای عملی و ذهنی است که ما هنگام مرادها، معاشرت‌ها و تعاملات اجتماعی و به‌منظور برقراری ارتباط اجتماعی بهتر با دیگران اتخاذ می‌کنیم. این‌گونه خلاقیت‌ها، گاه در سطح فردی، گاه در سطح گروهی و گاهی نیز در سطح ساختارهای کلان جمعی، مانند سازمان‌ها، دولت‌ها و ملت‌ها انجام می‌گیرند.

در سطح فردی، خلاقیت اجتماعی عرصه‌ای بسیار وسیع و گسترده دارد که تمام اجزای زندگی روزمره‌ی ما را دربر می‌گیرد و تمام کنش‌های ما را شامل می‌شود. این کنش‌ها از کارهای معمول که برای تأمین نیازهای زیستی خود انجام می‌دهیم، تا کارهای پیچیده در روابط اجتماعی مان را دربر می‌گیرد. گاهی فردی در رفتار، طرز نگاه و سخن، به گونه‌ای جذاب و گیرا عمل می‌کند. این جذابیت و گیرایی که فرد هنگام برقراری ارتباط با دیگران بروز می‌دهد، محصول توانایی‌های ذهنی و مجموعه‌ای از عادت‌های درونی شده‌ای است

که فرد را قادر می‌سازد، در هر موقعیت ارتباطی خودش را به شیوه‌ای مناسب تطبیق دهد. به عبارت دیگر، این فرد در رفتارهایش دارای خلاقیت است و می‌تواند در هر موقعیتی، متناسب با آن موقعیت رفتار کند. با توجه به تنوع و کثرت موقعیت‌های زندگی، فرد خلاق هر لحظه موقعیتی تازه برای بروز نوآوری دارد. مثلاً خانم خانه‌دار هنگام آشپزی، تزئین منزل، آراستن خود، تربیت فرزندان، معاشرت با همسر، و هر موقعیت دیگر می‌تواند نوآوری داشته باشد. برای مثال، تزئین منزل را در نظر بگیریم. خانم خانه‌دار می‌تواند با کم کردن یا افزودن اقلامی به خانه، یا جابه‌جایی اشیای درون خانه، با استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های متفاوت، «راهبردی خلاق» برای مدیریت منزل به کار گیرد.

مثال فوق را می‌توانیم بسط دهیم و از محیط خانه به یک سازمان اداری برویم. در یک سازمان اداری، مجموعه‌ی راهبردها، خط‌مشی‌ها و سیاست‌هایی که برای افزایش بهره‌وری و کارایی سازمان یا ارتقای خدمات آن توسط مدیر یا مدیران به کار می‌رود، همه نوعی خلاقیت اجتماعی است. به همین دلیل، امروزه بحث «خلاقیت در مدیریت» بسیار اهمیت یافته است. با توجه به ورود هر روزی فناوری‌های جدید، رقابت برای در دست گرفتن بازار گسترش پیدا کرده است و مرتباً شدیدتر و دشوارتر می‌شود. از سوی دیگر، هزینه‌ها نیز روز به روز افزایش پیدا می‌کنند. لذا همه‌ی سازمان‌ها، کارخانه‌ها و نهادها ناگزیرند، از راهبردها، خط‌مشی‌ها و سیاست‌گذاری‌های نوین و نوآورانه استفاده کنند. آن‌ها مجبور شده‌اند که به عنصر خلاقیت بیشترین بها را بدهند تا بتوانند، با دگرگونی‌های جدید روزآمد شوند و با حداقل هزینه‌ها، محصولات یا خدمات خودشان را عرضه کنند. به همین دلیل نیز می‌کوشند، حداکثر کارایی را از منابع انسانی خود به دست بیاورند. بنابراین، چه یک بانوی خانه‌دار یا مدیر یک

سازمان کوچک، چه رئیس کارخانه‌ی بسیار بزرگی باشد، همه به خلاقیت در مدیریت نیازمندند.

خلاقیت علمی، خلاقیت هنری و خلاقیت اجتماعی هر کدام یک سطح و وجهی از کلیت زندگی اجتماعی ما را تحت پوشش قرار می‌دهند. ما بدون داشتن خلاقیت علمی نمی‌توانیم زندگی مادی بهتری داشته باشیم و قادر به حل مشکلات مختلف نخواهیم بود. همین‌طور، بدون خلاقیت اجتماعی نمی‌توانیم سازمانی را به خوبی مدیریت کنیم. هنرمند نیز تا خلاقیت نداشته باشد، قادر نیست با سایر هنرمندان که آن‌ها نیز آثاری تولید می‌کنند و در معرض انتخاب مصرف‌کنندگان قرار می‌دهند، رقابت کند. من در این جا برای بیان روشن‌تر و عینی‌تر، مثال‌هایی در سطح خرد و میانی روابط اجتماعی از خلاقیت اجتماعی ارائه کردم. در یک سطح کلان، دموکراسی، پارلمان، بوروکراسی، قانون، روش‌های گسترش مشارکت مردم در تمام عرصه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و ده‌ها مثال دیگر، مصادیقی از خلاقیت‌های اجتماعی انسان در سطح ساختاری در دوره‌ی مدرن هستند. اگر بخواهیم اهمیت خلاقیت اجتماعی را دریابیم، باید مثلاً ابداع نظام سیاسی مبتنی بر دموکراسی (از قبیل آن‌چه ایرانیان در سال ۱۳۵۷ در تأسیس مردم‌سالاری دینی ابداع نمودند) یا نظام اداری بوروکراسی را با اختراع انرژی بخار یا ابداع اینترنت و رسانه‌های جمعی مقایسه کنیم. سهم کدام‌یک در پیشرفت جامعه‌ی انسانی بیشتر بوده است؟ به گمان من، سهم مردم‌سالاری و بوروکراسی بسیار بیش از تمام نوآوری‌های فنی است، زیرا بدون وجود نظام سیاسی و اداری عقلانی، بشر قادر به سامان‌دهی و انتظام بخشی به زندگی خود نخواهد بود. بخشی از نوآوری‌های علمی فنی و هنری مرهون وجود نظام‌های مردم‌سالار است.

●●●●●●●●●● خلاقیت و فرهنگ مدرن

نگس و پیکرینگ در مطالعه‌ای درباره‌ی خلاقیت می‌نویسند: «خلاقیت پاره‌ای از معنای مدرن فردیت است. زیرا معنای فردیت و بودن خویش، مستلزم ابراز و بیان خود در گفتار و کردار است و بیان خویش، مستلزم متمایز ساختن خویش از راه خلق خود است» [Negus and Pickering, 2004:9].

اما علاوه بر رشد فردیت، دلایل اجتماعی دیگری نیز برای اثبات وجود نسبت بین خلاقیت و مدرنیته وجود دارد. دکتر رضا داوری، در مقاله‌ای با عنوان «خلاقیت و فرهنگ» استدلال می‌کند،

اگر ما از منظر اجتماعی به خلاقیت نگاه کنیم، خلاقیت را می‌توانیم «فرایندهای اجتماعی تولید ایده‌های تازه، مفید و ارزشمند به منظور ارائه‌ی محصولات، خدمات و رویه‌ها به وسیله‌ی افراد و گروه‌ها در شرایط معین تاریخی و جغرافیایی» تعریف کنیم

خلاقیت ویژگی عمده‌ی عصر جدید است، زیرا انسان مدرن مسئولیت اداره‌ی عالم و رسیدگی به تمام تدابیر زندگی را خود عهده‌دار شده است.

مانوئل کاستلز، در پاسخ به این پرسش که: «چرا نوآوری در خطه‌ی مشخصی متمرکز می‌شود؟» می‌گوید: «در این باره نتایج ۲۰ سال پژوهش و نظریه‌پردازی را در اختیار داریم؛ یعنی در زمینه‌ی ساختار و پویای آن‌چه که پیتر هال و من آن را اقلیم نوآوری نامیده‌ایم. پیتر در کتاب بزرگ خویش شهرها در فرایند تمدن (۱۹۹۸)، تحلیل تجربی مشروحو دربارهی نقش قاطع شهرهای بزرگ در طول تاریخ در خلاقیت فرهنگی و نوآوری فناورانه، به عمل آورده است. به همین دلیل است که پیکاسو ناچار بود به پاریس برود، همه‌ی کارگردانان و بازیگران بزرگ سینما ناچار بودند در هالیوود باشند، همه‌ی مخترعان و مبتکران عمده‌ی الکترونیک و نرم‌افزار ناچار بودند به نحوی به سیلیکون ولی بیوندند، و به همین دلیل است که دانشمندان بزرگ ناچارند در مراکز بزرگ آکادمیک دنیا گرد آیند. وجود شبکه‌ی اجتماعی تعامل، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، و مجموعه‌ای از نهادها و سازمان‌ها، شرایط تشریک مساعی را ایجاد می‌کند که سرچشمه‌ی نوآوری، خلاقیت و نیروی مولد است. چون این معرفت و خلاقیت ثروت می‌آفریند، این ثروت نیز تمرکز فضایی پیدا می‌کند و فرصت و امکان بیشتری برای پیشرفت شخصی و رفاه اجتماعی فراهم می‌آورد. بدین ترتیب، روند کلی این است که تمرکز فضایی عمده‌ای از ارزش، و کنترل و جذب همه‌ی مکان‌های دیگر در این مناطق مولد ارزش به وجود می‌آید که دقیقاً با استفاده از شبکه میسر می‌شود» [کاستلز، ۱۳۸۴: ۴۵].

کاستلز، هم‌چنین نقش دولت در زمینه‌ی گسترش نوآوری‌ها را مهم ارزیابی می‌کند و با تکیه بر وضعیت خلاقیت‌های فناورانه و تجربه‌ی دانشگاه‌های فنلاند و نیز نقش دولت رفاه توسعه‌یافته در این کشور استدلال می‌کند: «دولت رفاه می‌تواند نقش مهمی در تهیه و تدارک رفاه و آسایش آدمیان که در نهایت منبع اصلی نوآوری و ابتکار هستند، داشته باشد» [همان، ص ۶۸]. تحقیقات بسیاری بر اهمیت دولت در زمینه‌ی رشد خلاقیت‌ها تأکید کرده‌اند. شنایدر و بارسو در این زمینه می‌نویسند: «مقررات دولتی بر میزان توسعه‌ی فناوری و میزان حمایت از آن نیز تأثیر می‌گذارد. این مقررات دولتی هستند که ارزش صنایع را مشخص می‌کنند و نشان می‌دهند که از نظر دولت، کدام یک از صنایع برای امنیت ملی و حاکمیت و اقتدار اقتصادی دولت مهم و حیاتی شناخته شده‌اند. مثلاً در برزیل، مقررات دولتی مشخص کرده است

که چه فناوری‌هایی را می‌توان وارد و یا صادر کرد. در فرانسه، دولت از صنایع فناورانه‌ی پیشرفته‌ای چون، تولید قطارهای سریع‌السیر و پرتاب ماهواره‌ای آریان حمایت می‌کند (به آن‌ها یارانه می‌دهد).

خلاقیت و تغییر فرهنگ

انسان‌شناسان، خلاقیت و نوآوری را از جمله مهم‌ترین عوامل تغییرات فرهنگی در جامعه‌ی بشری می‌دانند. از این رو، میزان و سطح خلاقیت در هر جامعه یا دوره‌ای از تاریخ بشری را با توجه به چگونگی تغییرات فرهنگی آن می‌سنجند. آدامسون هوبل، از انسان‌شناسان کلاسیک در این زمینه می‌نویسد: «اختراع، پیچیده‌ترین سطح تغییر فرهنگی را نشان می‌دهد. چنین فرایندی ویژه‌ی جامعه‌ی پیچیده‌ای است که در آن، شیب فرهنگی به سوی تغییرات پویا جریان دارد. تعداد کمی از تمدن‌های پیشرفته وجود دارند که در میان جمعیت آن‌ها، مخترعان فعال و مشتاقان زیادی وجود داشته باشند» [هوبل، ۱۳۷۵: ۳۰۰]. به اعتقاد هوبل، «نرخ تغییر فرهنگ در مکان‌ها و زمان‌های متفاوت متغیر است. بعضی فرهنگ‌ها با سرعت زیادی تغییر کرده و بعضی دیگر در طول صدها سال نسبتاً پایدار مانده‌اند. مثلاً در عصر حجر، میزان تغییرات از یک نسل به نسل دیگر به قدری کم بوده که ده‌ها هزار سال وقت لازم بوده است تا تغییر ساده‌ای به شکل تبر یا تیشه در یک سنگ ساده صورت بگیرد. در مقابل، فرهنگ ژاپن در طول زمانی کمتر از صد سال، از نظام فئودالی روستایی به جامعه‌ی پیشرو صنعتی تبدیل می‌شود. مسئله‌ی تفاوت نرخ رشد فرهنگی، هم مردم عادی هم متخصصان را حیران ساخته است» [همان، ص ۲۹۷].

هوبل استدلال می‌کند که بشر همواره دست‌اندرکار نوآوری بوده است و می‌گوید: «هر نظریه‌ی جدید، ابتدا می‌بایست مکان و زمان خود را بیابد. بنابراین بسیار ابلهانه است که تمامی کاوشگری‌ها و خلاقیت‌های انسان اولیه را منکر شویم زیرا اگر آن‌ها مخترع نبودند، هرگز فرهنگ تغییر نمی‌کرد و هیچ تنوع قابل توجهی در میان فرهنگ‌هایی که مردم‌شناسان برایمان توصیف کرده‌اند، به چشم نمی‌خورد و هیچ تحولی در خلال قرون گذشته در درون فرهنگ‌های گوناگون صورت نمی‌پذیرفت. آن‌چه موجب می‌شود، برخی افراد منکر مخترع بودن انسان‌های اولیه شوند، طولانی بودن عصر حجر و فاصله‌ی زیاد بین دوره‌ی شکار و جمع‌آوری دانه‌های گیاهان با دوره‌ی اهلی کردن حیوانات و پرورش گیاهان است» [همان، ص ۳۰۲].

خلاقیت و نیازها

مقوله‌ی خلاقیت در ارتباط با مقوله‌ی نیاز شکل می‌گیرد و کلید فهم خلاقیت، تأمل در مقوله‌ی نیاز است. خلاقیت، هم سازوکاری برای حل مسائل، رفع نیازها و بهبود شرایط زندگی انسان است، و هم خود نوعی نیاز است. ما برای تأمین نیازهای خودمان به کار و تلاش خلافت دست می‌زنیم. آبراهام مزلو، روان‌شناس معروف، نیازهای بشر را به چند گروه تقسیم کرده است که از نیازهای جسمانی شروع می‌شود و با نیاز به خودشکوفایی خاتمه می‌یابد. در واقع، نیاز به خودشکوفایی همان نیاز به خلاقیت و آفرینش‌گری است.

همان‌طوری که نیاز به آب، هوا، مسکن، امنیت، داشتن ارتباط فردی و اجتماعی برای ما مهم است و به حیات ما بستگی دارد، نیاز به خلاقیت و نوآوری هم اهمیت دارد. خلاقیت در واقع آن گروه از نیازهای ما را تأمین می‌کند که هویت انسانی ما را شکل می‌دهند؛ وگرنه، حیوانات هم به آب، هوا، امنیت، سرپناه و چیزهایی دیگر احتیاج دارند. حتی بسیاری از حیوانات هم به زندگی گروهی و جمعی نیاز دارند. اساساً کمتر موجود زنده‌ای هست که مطلقاً تنها زندگی کند. بنابراین، نیازی که انسان بودن ما را تعریف و ما را از سایر موجودات متمایز می‌کند، همین خلاقیت است که در واقع مسیر پاسخ‌گویی به نیاز خودشکوفایی و در عین حال روش تأمین سایر نیازهای ماست.

اغلب روان‌شناسان بر این نکته که خلاقیت از نیازهای اساسی انسان است، تأکید ورزیده‌اند. برای مثال، اریک فروم احتیاجات انسان را به پنج دسته تقسیم می‌کند که عبارت‌اند از: ۱. احتیاج به ارتباط داشتن، ۲. احتیاج به سرآمد شدن، ۳. احتیاج به ریشه داشتن، ۴. احتیاج به احساس هویت، ۵. احتیاج به داشتن قالب روانی. احتیاج به سرآمد بودن از دیدگاه فروم را چنین می‌توان شرح داد که «انسان به عروج، یعنی رفتن به فراسوی طبیعت حیوانی، نیاز دارد. با وجود این نیاز، دیگر وجود داشتن برای فرد کافی نیست، بلکه او طالب وجودی خلافت می‌شود. اگر جلوی این نیاز گرفته شود، انسان به موجودی مخرب تبدیل می‌شود» [به نقل از: شاملو، ۱۳۷۲].

راجرز خودشکوفایی را این‌گونه تعریف می‌کند: «گرایش اورگانیسم برای رشد و تکامل یافتن از یک وضع ساده به یک سازمان پیچیده، از اتکا به استقلال، و از قالبی بودن به انعطاف‌پذیری و تغییر و تحول و آزادی بیان و عمل» [شاملو، ۱۳۷۲: ۱۱۴].

بنابراین آنچه گفتیم و به نقل از آرای روان‌شناسان استدلال

کردیم، خلاقیت نوعی امر ثانویه و چیزی برای پر کردن اوقات فراغت و تفنن نیست. علاوه بر نکات روان‌شناختی، من مایل‌م در این جا اهمیت مقوله‌ی خلاقیت را از نظر تأثیری که بر زندگی اجتماعی ما می‌گذارد، توضیح دهم. خلاقیت نه تنها خصلت تمایز بخش و هویت بخش انسان از حیوان است، بلکه از بعد اجتماعی و فرهنگی نیز ما را به مسیری خاص و شیوه‌ای معین از زندگی کردن هدایت می‌کند. همه‌ی ما در زندگی روزمره‌ی خود با آدم‌هایی مواجه شده‌ایم که از ثروت اقتصادی کافی بهره‌مند هستند و به راحتی می‌توانند، نیازهای زیستی خودشان را تأمین کنند. این افراد مرفه برخوردار از مسکن، بهداشت، آموزش و پرورش و تحصیلات دانشگاهی، و حتی برخوردار از روابط فردی و اجتماعی گسترده، از زندگی ناراضی هستند؛ گاهی بی‌آن‌که خود بدانند، چرا ناراحت و افسرده‌اند. یکی از علل و شاید مهم‌ترین عامل این ناخرسندی و ناراضی‌تبی، عدم پاسخ‌گویی به نیاز خودشکوفایی، و ابراز خویش در آن‌هاست. تأمین نیازهای زیستی و اجتماعی نمی‌تواند به تنهایی به رضایت از زندگی منجر بشود. اهمیت مقوله‌ی خلاقیت هم در همین جاست.

زمینه‌ی اجتماعی خلاقیت

بیان این نکته که خلاقیت با نیاز ارتباط دارد، به معنای نفی نظریه‌ی مدرنیته و خلاقیت نیست. در واقع، مدرنیته نیازهایی را ایجاد کرد که ضرورت خلاقیت و آفرینشگری در درون آن قرار داشت. در عین حال، خلاقیت به مثابه یک نیاز در نتیجه‌ی تحولات مدرنیته بود. شرح دقیق رابطه‌ی مدرن شدن و خلاقیت به بررسی‌های دقیق و طولانی نیازمند است. من در این جا به برخی نکات به طور کلی و اجمال اشاره می‌کنم.

همان‌طور که گفتیم، وقتی که ویژگی فرهنگ‌ها را بررسی می‌کنیم، درمی‌یابیم که برخی فرهنگ‌ها، خلاقیت را دامن می‌زنند و بعضی از فرهنگ‌ها کمتر این امکان را فراهم می‌کنند. در واقع، این‌جا نوعی آسیب‌شناسی فرهنگی مطرح است. در این آسیب‌شناسی فرهنگی، باید ببینیم کجا و توسط چه ارزش‌هایی برای تجربه‌ی خلافت، مانع ایجاد می‌شود. این موانع فرهنگی باعث می‌شوند که هر چه آموزش و پرورش و دانشگاه را گسترش دهیم یا سازمان‌های بزرگ و عریض و طویل به اسم مراکز آفرینش‌های خلافتانه ایجاد کنیم، باز قادر به تربیت انسان خلاق و فضای مشوق خلاقیت نشویم.

نکته‌ی آسیب‌شناختی دیگر درباره‌ی آفرینش خلاقه در جامعه‌ی ما این است که برخی از مدیران در حوزه‌ی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، برای خلاقیت اهمیت لازم را قائل نیستند. پس از خانواده، آموزش و پرورش و نهادهایی مانند حوزه‌های علمیه، دانشگاه و آموزش عالی و بعد مؤسسات فرهنگی به شکل‌های متفاوت در خدمت توسعه‌ی معنوی انسان هستند تا انسان بتواند، خودش را شکوفا و توانایی‌های بالقوه‌اش را بالفعل کند. این نهادها برای رسیدن به چنین هدفی با موانع و مشکلاتی مواجه هستند. از جمله این که اساساً بسیاری از روش‌های ما بویژه در حوزه‌ی آموزش و پرورش و آموزش عالی و بسیاری از مؤسسات فرهنگی، معطوف به خلاقیت نیست، بلکه متمایل به محفوظات و یادگیری طوطی‌وار است. دانش‌آموز آموزشگاه‌های ما، به فردی که انبار فرمول‌ها و محفوظات است تبدیل می‌شود و نه کسی که جسارت بیان خویش را در جهت خودشکوفایی داشته باشد.

اگر جسارت و لذت بیان خویشتن و تفکر انتقادی و تحلیلی در درون دانش‌آموز شکل نگیرد، اساساً امکان نوآوری فراهم نیست. در واقع این نحوه تفکر و جسارت نقد و پرسش کردن، داشتن گونه‌ای از سرمایه‌ی فرهنگی است که بخشی از این سرمایه را خانواده باید در فرد ایجاد کند و بخشی را آموزش و پرورش، بخشی هم بر عهده‌ی آموزش عالی است. تا خانواده، آموزش و پرورش و دانشگاه ما نتوانند این سرمایه‌ی فرهنگی را در فرد ایجاد کنند، طبیعتاً انسان‌هایی که از این خانواده، مدرسه و دانشگاه بیرون می‌آیند، انسان‌هایی نخواهند بود که عشق به هنر، عشق به علم و عشق به آفرینش‌گری را در خودشان اندوخته، پرورش داده و ایجاد کرده باشند. در واقع؛ از آموزش و پرورش که مهم‌ترین نهادی است که عشق به علم و هنر را می‌تواند ایجاد کند، باید پرسید که روش‌های تعلیم و تربیت به کار گرفته شده تا چه حد لذت‌الگوهای خلاقه را به دانش‌آموزان می‌چشانند؟ این جاست که اهمیت نظام‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی در زمینه‌ی خلاقیت معلوم می‌شود. زیرا نهادهایی که متولی برنامه‌ریزی کلان برای کشور یا جامعه هستند، نسبت به فراهم کردن زمینه‌های خلاقیت و بروز توانایی‌های بالقوه‌ی افراد جامعه مسئول اند.

این نکته را باید در نظر داشت که بی‌توجهی به خلاقیت یکی از علل توسعه‌نیافتگی است و تمام ملل کمتر توسعه‌یافته، تا حدودی از این بیماری رنج می‌برند، و یکی از علل بی‌توجهی به خلاقیت نیز نوعی رویکرد ذات‌گرایانه یا فردی و استعدادمحور

است؛ رویکردی که خلاقیت را به هنر و علم و عده‌ی محدود نخبگان محدود می‌سازد. همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردیم، این رویکرد در بسیاری از کشورهای جهان وجود دارد و سابقه‌ای دیرینه دارد. در فرهنگ‌های غیرمدرن، انسان خلاق را به هنرمند یا به نوایغ علمی محدود و منحصر می‌کنند. این نگاه رمانتیک، هنر و خلاقیت را به‌طور کلی یک راز می‌داند و از آن منظر به تولید هنری و فکری می‌نگرد.

انتقاد دیگری که به نگاه رمانتیک به خلاقیت وجود دارد، این است که شیوه‌های متنوع بروز خلاقیت را در نظر نمی‌گیرد و فقط به خلاقیت هنری توجه دارد. در حالی که شیوه‌ی بروز خلاقیت، گونه‌های متفاوت دارد و مثلاً می‌تواند در یک گفت‌وگو یا در کاری جمعی و گروهی پدید آید. خلاقیت حتی در هنرها هم همیشه انفرادی نیست که با دیدگاه رمانتیک سازگار افتد. برخی از هنرها مانند نقاشی فردی‌اند، برخی هم جمعی‌اند؛ مانند سینما و تئاتر یا موسیقی که گروهی می‌نوازند، یا گروهی می‌خوانند. در این هنرها، خلاقیت به‌طور دسته‌جمعی صورت می‌گیرد. از این رو، فعالیت گروهی هم ممکن است برای بروز خلاقیت هنری مجالی داشته باشد. البته تصنیف آهنگ، لحظه‌ای که آهنگ‌ساز نت موسیقی را می‌نویسد، خلاقیتی انفرادی است. اما به هنگام اجرا، نیازمند کار جمعی و خلاقیت گروهی است. در زمینه‌ی هنر نمایش این مثال بهتر نمایان است. زیرا نمایش‌نامه‌نویس همانند یک نویسنده، خلاقیت فردی دارد. اما نمایش در حد نمایش‌نامه خلاصه نمی‌شود. نمایش وقتی نمایش است که اجرا شده باشد و اجرا به هر حال خلاقیتی گروهی است. از بازیگران تا طراح صحنه، لباس و موسیقی، در ایجاد خلاقیت مشارکت دارند و نمی‌توان فقط کارگردان را به عنوان فرد خلاق شناخت. گذشته از این تفاوت‌ها، شکل‌گیری هرگونه خلاقیت به سه شرط یا محور نیاز دارد که در مجموع، شرایط خلاقیت را می‌سازند. این شرط‌ها عبارت‌اند از:

۱. فضای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مشوق خلاقیت و برانگیزنده، مولد و حمایت‌کننده‌ی فرد خلاق باشد و بستر ساز و زمینه‌ساز بروز خلاقیت شود.
۲. وجود یک سنت یا به تعبیر دیگر پارادایم معرفتی، گنتمان، ایستمه یا یک رژیم معرفتی.
۳. وجود انگیزه‌های فردی. یعنی فردی وجود داشته باشد که بخواهد خودش را ابراز کند. اگر این محور نباشد، یعنی اراده‌ی

معطوف به ابراز خود وجود نداشته باشد، در واقع هیچ گونه خلاقیتی امکان پذیر نیست.

بنابراین، شرط سوم، رکن اساسی برای خلاقیت است. در قلمرو هنر و علم، چنانچه به این سه شرط یا سه محور خلاقیت توجه کنید، درمی یابید که دو مورد اول کاملاً بیرون از قلمرو فردی هنرمند هستند و در واقع به اجتماع باز می گردند. اما شرط سوم، یعنی انگیزه، تا حدود زیادی به شخص هنرمند مربوط است. البته این را هم باید نسبی بدانیم و باز هم تاریخ، اجتماع و فرهنگ در ایجاد یا نفی انگیزه ی هنرمند دخالت دارند. اما به هر حال می توان انگیزه های فردی برای ابراز خویش را موضوعی انفرادی دانست. در این جاست که روان شناسی می تواند به ما کمک کند. در واقع، روان شناسی فقط به ما کمک می کند که جهت فرایند خلاقیت را بشناسیم و بفهمیم که ساز و کار خلاقیت چگونه در فرد اتفاق می افتد؛ مثلاً این که تعاملات شیمیایی در دستگاه عصبی فرد چگونه رخ می دهند. ولی روان شناسی نمی تواند تبیین کند که چگونه در یک سنت زیبایی شناسی و در یک فضای فرهنگی- اجتماعی، اثری هنری خلق شده است.

در این جا بحث هوش هم مطرح است که تا حدود زیادی با روان شناسی ارتباط دارد. متخصصان این علم، آزمون هایی برای اندازه گیری هوش دارند که قابل اعتماد هستند، اما خلاقیت صرفاً وابسته به هوش سرشار نیست. در واقع بسیاری از افراد خلاق لزوماً دارای هوش فراوان و فوق العاده ای نیستند و هم چنین، لزوماً کم هوش هم نیستند. نمی خواهم نقش هوش را نفی کنم، اما نقش آن در خلاقیت به میزانی که در بدو امر تصور می رود، نیست. مثلاً ممکن است فردی مانند موتسارت، در دوران کودکی اثر موسیقایی بسیار زیبایی بسازد، در عین حال نویسندگان بزرگی هم داشته ایم که در ۴۰ سالگی نویسندگی را شروع کرده اند. از این رو، می بینیم که ممکن است، میزان ضریب هوشی نقش مهمی ایفا نکند، بلکه وجود انگیزه ی فرد برای بیان خویش و وجود شرایط و ساختارهای فرهنگی و اجتماعی است که می تواند باعث بروز خلاقیت در سنین متفاوت و در افراد و حوزه های گوناگون شود.

همان طور که گفتیم در یک دوره، تولید علم در جهان اسلام حرف اول بود، ولی امروزه این مقام را ندارد. آیا در آن زمان، انسان های جهان اسلام باهوش تر بودند و حالا کم هوش تر شده اند؟ قطعاً پاسخ این نیست، بلکه در آن دوره، شرایط

سیاسی، فرهنگی و اجتماعی خاصی بر جهان اسلام حاکم بود (محور اول) و سنت هایی شکل گرفته بودند (محور دوم) که دست به دست هم می دادند و انگیزه را برای افراد ایجاد می کردند (محور سوم). مثلاً برای فردی مانند ابوریحان بیرونی، انگیزه ایجاد می کرد که همراه با سلطان محمود غزنوی به هند برود و سختی ها و مصائب را تحمل کند تا بتواند کتاب مهم «تحقیق ماللهند» را که شاهکاری در انسان شناسی و مردم شناسی عصر خودش است، بنویسد. یعنی برای فهم علل ظهور نابغه هایی مانند بوعلی سینا یا ابوریحان، باید زمینه ی تاریخی و اجتماعی- فرهنگی جهام اسلام در آن دوره را بررسی کنیم، نه میزان نبوغ و هوش بوعلی سینا و ابوریحان را.

اسلام در جهان گسترده شده و سرزمین های زیادی را فرا گرفته بود. هیچ مرز و مانعی مابین بلاد اسلامی وجود نداشت و مسلمان ها می توانستند به هر گوشه ی دنیای اسلام به سهولت سیر و سفر کنند. حس کنجکاوی و نوآوری در همه جا پراکنده شده بود. در نتیجه، تمدن اسلامی بسیار پر بار و پر رونق شد، چنان که- براساس گزارشی که دکتر محمدی زمانی در مجله ی دانشکده ی ادبیات دانشگاه تهران منتشر کرده بود- هنوز هم ۴۵۰ اثر از کتاب هایی که در قرون چهارم و پنجم هجری مسلمانان نوشتند، به عنوان کتاب های معتبر علمی در رشته های دانشگاهی مورد توجه هستند و از آن ها استفاده می شود. عامل هوش تعیین کننده ای چندان جدی نیست و خلاقیت و نوآوری های هنری، علمی و عملی در جامعه، با هوش مردم آن جامعه ارتباط مستقیم ندارد، بلکه با سه محوری که پیش تر توضیح دادم، پیوستگی تنگاتنگ دارد. لذا شرایط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی و به طور کلی ساختارهای اجتماعی- فرهنگی است که امکان خلاقیت را فراهم می کنند.

● ● ● ● ● ● ● ● خلاقیت و پذیرش اجتماعی

در بحث خلاقیت، مسئله ای به نام پذیرش خلاقیت وجود دارد. به این معنا که جوامع گوناگون، به میزان ها و نسبت های متفاوتی پذیرای نوآوری ها هستند. یک محقق ایرانی در زمینه ی ساز و کار فرایند پذیرش می گوید: «بعد از آن که نوآوری توسط یک فرد یا گروه در جامعه صورت پذیرفت، فرایندی که افراد و گروه های دیگر (به عنوان یک کل) آن را جذب می کنند و مورد پذیرش قرار می دهند، فرایند پذیرش نامیده می شود. پذیرش، فرایندی روانی

نوآوری در هر جامعه، به عوامل متعددی بستگی دارد که عمده ترین آن‌ها عبارت‌اند از: حجم ذخیره اطلاعات موجود در جامعه، اندازه‌ی جمعیت جامعه، میزان بی‌ثباتی شرایط محیطی که جامعه باید با آن سازگاری یابد، میزان تماس جامعه با جوامع دیگر، کیفیت زیست محیطی جامعه، کشفیات و اختراعات بنیادی و موضع جامعه در برابر نوآوری

یکدیگر متمایز می‌کند. خلاقیت اجتماعی عبارت است از اجماع یا توافق و هم‌رأیی مردم درباره‌ی یک محصول، مانند اثر هنری، کتاب و مقاله، ابداع، طرح و مانند آن، به مثابه محصول خلاقه. یعنی آن‌چه را که مردم خلاقه بدانند، خلاقیت است. در این جا فرایند و فرد آفریننده و خلاق مطرح نیست، بلکه صرفاً محصول مورد نظر است. رونکو نظریه‌ی خلاقیت فردی را در برابر نگرش اجماع مطرح می‌سازد و بر «توانایی‌های تفسیری»^{۱۱}، «اراده»^{۱۲} و «تمنیات»^{۱۳} (آرزوهای) فرد تأکید می‌ورزد. توانایی‌های تفسیری به فرد امکان می‌دهند تا تفاسیری اصیل و بکر از تجربه‌اش ارائه کند. هم‌چنین، اراده تعیین‌کننده‌ی انتخاب‌ها، تصمیمات و قضاوت‌های فرد است. این امور معمولاً متأثر و بازتاب ارزش‌ها و برداشت فرد از طرز رفتار مطلوب است که فرد آن‌ها را طی فرایند جامعه‌پذیری از خانواده و محیط فرامی‌گیرد. بنابراین، در نهایت این فرهنگ است که ارزش‌ها و معیارهای متفاوت، از جمله معیارهای خلاقیت را به فرد منتقل می‌کند و در او درونی می‌سازد [Runco, 2004: 14].

نتیجه‌گیری

اگر بخواهیم رابطه‌ی فرهنگ و خلاقیت و جامعه را در چند جمله‌ی کوتاه بیان کنیم، می‌توانیم بگوییم: «اولاً خلاقیت در درون فرهنگ صورت می‌گیرد و به همین دلیل، همان‌طور که گفتیم، در طول تاریخ، فرهنگ‌های گوناگون به میزان‌های متفاوتی امکان خلاقیت را فراهم کرده‌اند. این رابطه، یک رابطه‌ی متقابل دیالکتیکی و تعاملی است که از طریق آن، هم فرهنگ امکان شکل‌گیری و بروز خلاقیت را ایجاد می‌کند و هم متقابلاً خلاقیت، فرهنگ را متأثر می‌سازد. ویژگی‌های فرهنگی یک

است که فرد از زمان شنیدن نوآوری تا پذیرش نهایی آن، طی می‌کند. برای مراحل فرایند پذیرش معمولاً پنج مرحله‌ای به این شرح می‌شمارند: آگاهی، علاقه، ارزیابی، آزمایش و پذیرش. برخی از جامعه‌شناسان کوشیده‌اند، جوامع را بر حسب نرخ پذیرش که به عنوان سرعت نسبی پذیرش یک نوآوری از طرف اعضای اجتماع تعریف می‌شود، طبقه‌بندی کنند. هر چند سنجش این نرخ بسیار مشکل است، اما اجمالاً جوامع جدید را دارای نرخ بالاتری از جوامع سنتی می‌دانند» [بهادری، ۱۳۷۶: ۶۷].

هم‌چنین دانیل بیتس و فرد پلاگ در این زمینه از منظر انسان‌شناختی نگرسته‌اند و استدلال می‌کنند که: «توفیق در یک نوآوری، نه تنها به رخداد آن، بلکه به پذیرش آن نیز بستگی دارد و قضیه‌ی پذیرش نیز به موقعیت موجود بسیار وابسته است. مدارک تاریخی نشان می‌دهند، بسیاری از نوآوری‌های مهم در مکان‌های گوناگون هم‌زمان مطرح شده‌اند. چنین یافته‌هایی به این نتیجه می‌انجامند که ارائه و پذیرش نوآوری‌ها تصادفی نیست. بنابراین، روند رایج در بررسی‌های راجع به نوآوری‌های فرهنگی، بیشتر بر شرایط پذیرش و سپس معمول شدن نوآوری‌ها تأکید دارد تا ویژگی‌های روان‌شناختی نوآوران. همه‌ی انسان‌ها تا اندازه‌ای نوآوری به خرج می‌دهند و همه‌ی جمعیت‌ها دست‌کم شماری از افراد بسیار مبتکر را در اختیار دارند» [بیتس و پلاگ، ۱۳۸۲: ۱۷۱۸]. «بقای دراز مدت هر نوآوری، به تطبیق‌پذیری آن نیز بستگی دارد. نوآوری‌ها ممکن است مورد پذیرش بی‌درنگ و پایدار یک گروه اجتماعی قرار گیرند، زیرا به آن گروه کمک می‌کنند تا خودشان را با دگرگونی‌های روزانه در محیط اجتماعی و طبیعی‌شان تطبیق دهند. یا ممکن است یک نوآوری به نسبت بی‌اهمیت باقی‌بماند تا آن‌که دگرگونی‌های عمده‌ی محیطی، آن را به بخش مهمی از ساز و کار تطبیقی اجتماع تبدیل سازد» [همان، ص ۷۲۰].

پذیرش نوآوری‌ها علاوه بر عوامل مذکور، تابع عوامل متعددی است. «نوآوری در هر جامعه، به عوامل متعددی بستگی دارد که عمده‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: حجم ذخیره‌ی اطلاعات موجود در جامعه، اندازه‌ی جمعیت جامعه، میزان بی‌ثباتی شرایط محیطی که جامعه باید با آن سازگاری یابد، میزان تماس جامعه با جوامع دیگر، کیفیت زیست محیطی جامعه، کشفیات و اختراعات بنیادی و موضع جامعه در برابر نوآوری» [بهادری، ۱۳۷۶: ۶۶].

رونکو، برای تبیین مسئله‌ی پذیرش اجتماعی و نقش آن در خلاقیت، دو نوع «خلاقیت اجتماعی»^{۱۱} و «خلاقیت فردی» را از

جامعه، مانند جمع‌گرا یا فردگرا بودن، یا میزان فاصله‌ی قدرت و ویژگی‌های دیگر، هر کدام می‌توانند، نوع و میزان خاصی از خلاقیت را ایجاد کنند. برای مثال، جامعه‌های فردگرا یا جمع‌گرا، هر کدام به میزان‌های متفاوتی امکان بروز خلاقیت را فراهم می‌کنند. جامعه‌ای ممکن است، بیشتر بر همبستگی یا بیشتر بر تفرد تأکید کند. یا اگر جامعه‌ای با ساختار سلسله‌مراتبی شدید یا برعکس، دارای ساختار برابر خواهانه و مساوات‌جویانه داشته باشیم، هر کدام به نحو متفاوتی افراد را کنترل می‌کنند، یا آن‌ها را برای ابراز خود، تشویق می‌کنند. در این دو گونه جامعه نیز، خلاقیت به نحو متفاوتی رخ می‌دهد. این که جامعه بیشتر به مبادله‌ی دموکراتیک اندیشه‌ها تمایل داشته باشد، و نظام‌های آموزشی و نظام‌های یادگیری جامعه، به حفظ کردن متکی نباشند، بلکه بیشتر روی آزمون و خطا تکیه کنند و اجازه دهند، افراد از طریق تجربه‌ها یا آزمون و خطای خودشان دانش و تجربه را فرا بگیرند، تمام این ویژگی‌ها، روی افزایش و چگونگی بروز خلاقیت تأثیر می‌گذارند.

در یک عبارت خلاصه، جامعه‌هایی که فردگراترند (البته منظور از فردگرایی، خودخواهی نیست، بلکه منظور فردگرایی اخلاقی همراه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی است)، برابر خواه‌تر هستند، دموکراتیک‌تر اداره می‌شوند، امکان آزمون و خطای بیشتری به افراد می‌دهند، و نظام آموزشی و تعلیم و تربیتشان امکان تفکر انتقادی را بیشتر فراهم می‌کند. در این گونه جوامع، فرهنگ خلاقیت بسیار پربر است و امکان بیشتری برای رشد نوآوری فراهم می‌کند. و برعکس جوامع غیر مردم‌سالار، در آموزش و پرورش آن‌ها تأکید بیش از حد بر یادگیری طوطی‌وار هست، و تفکر انتقادی و تفکر تحلیلی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد، در این گونه جوامع، اصولاً فرهنگ خلاقیت بسیار کم‌رنگ است و امکان بروز خلاقیت‌های بیشتر و گسترده‌تر فراهم نیست.

اکنون پرسش این است که برای رشد خلاقیت‌ها، جامعه چه سیاست‌ها و فعالیت‌هایی باید داشته باشد؟ این موضوع مستلزم بحث گسترده‌ای است، اما به اجمال می‌توان به چند نکته اشاره کرد. اولین اقدام، تغییر رویکرد جامعه و برنامه‌ریزان به خلاقیت است. باید تلاش کرد، مقوله‌ی خلاقیت فقط به هنرمندان و نوایغ محدود نشود و نگاه نخه‌گرا به خلاقیت را کنار بگذاریم. دیگر این که جامعه باید زمینه‌ی مشارکت بیشتر برای همگان را در زمینه‌های متفاوت فراهم کند، تا افراد از طریق تجربه‌کردن، خلاقیت‌های خود را بروز دهند. با افزایش

مشارکت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی (خصوصی سازی یا اصل ۴۴ در ایران اسلامی)، تجربه‌های افراد بیشتر می‌شود و در نتیجه، امکان ایجاد موقعیت گفت‌وگوی خلاقانه بیشتر فراهم می‌آید. نکته‌ی سوم، توجه به کنش‌های خلاق، نوآور و بدیع، و اتخاذ سیاست‌های تشویقی و بهای بیشتر به این نوع کنش‌هاست. باید به این نکته توجه کنیم که نوآوری و خلاقیت، مقوله‌ای تجملی یا برای تولید لذت یا حتی نوعی فضیلت معنوی محض نیست، بلکه خلاقیت دارای ارزش اقتصادی و مادی است. لذا ثبت قانونی یک خلاقیت و نوآوری، میلیون‌ها دلار ارزش دارد. برای همین، اگر درصدد بسط خلاقیت‌ها هستیم، باید نظام مالکیت معنوی و حقوقی آثار هنری و علمی، و خلاقیت‌های اجتماعی به صورت محکم و نظام‌مند شکل بگیرد تا افراد بتوانند، به خاطر نوآوری‌هایشان از حقوق مادی، معنوی و اجتماعی لازم بهره‌مند شوند.

دیگر این که اگر جامعه بخواهد فرهنگ نوآوری و خلاقیتش را توسعه دهد، باید نوآوری را به مثابه هدفی متعالی، سودآور و مفید بپذیرد. در این صورت، خلاقیت و نوآوری به یک ارزش تبدیل می‌شود و انگیزه و زمینه‌ی بروز خلاقیت در میان افراد بالا می‌رود.

همان‌طور که گفتیم، خلاقیت در یک نظام معنایی معین شکل پیدا می‌کند؛ نظامی که اساساً فرد را به رسمیت می‌شناسد. دقیقاً همچون نظام اخلاقی ارزشی اسلام که فرد را واجد ارزش‌های (کرامت و شرافت) ذاتی می‌داند. در حالیکه در جامعه‌ای که فرد و زندگی او و تجربه‌هایش فاقد ارزش و اهمیت باشد، یا انسان و فردیت او از کرامت و حرمت لازم برخوردار نباشد و انسان به خاطر انسان بودنش ارزشمند محسوب نشود، این جامعه نمی‌تواند انسان‌ها را به سوی تجربه‌ی خلاقه هدایت بکند. در نتیجه، اگر جامعه‌ای بخواهد به فرهنگ خلاقیت دست یابد، باید از منظر دیگری به مقوله‌ی خلاقیت در حوزه‌های سیاست‌گذاری، آموزش و پرورش، مدیریت رسانه‌های جمعی و مؤسسات و نهادهای فرهنگی بنگرد.

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه‌ی فرهنگ خلاقیت دارند. زیرا این رسانه‌ها هستند که می‌توانند، آگاهی جمعی ایجاد کنند و خلاقیت را به عرصه‌ی گفت‌وگویی عمومی بکشانند. یکی از مشکلات ما در توسعه‌ی خلاقیت این است که در گفت‌وگویی عمومی، یعنی آن شیوه‌ای که مردم درباره‌ی خودشان و درباره‌ی دیگران سخن می‌گویند، خلاقیت از جایگاه چندان مهمی برخوردار نیست. وقتی مردم درباره‌ی زندگی و تجربیات خودشان

سخن می گویند، عنصر نوآوری، خلاقیت و به اصطلاح بدیع و تازه بودن در رفتار، گفتار یا نوشتارشان، چندان مورد توجه نیست. در نتیجه، باید تلاش شود تا خلاقیت از طریق رسانه های همگانی، آموزش و پرورش و مؤسسات و نهادهای فرهنگی، به یک گفتتمان عمومی تبدیل شود.

زیر نویس:

1. appropriateness
2. Social construct
3. biopsychological
4. Guilford
5. The Nature of Human Intelligence
۶. برای آشنایی با آرای روان شناختی درباره ی خلاقیت می توان به این مقاله رجوع کرد: خاتزاده، ۱۳۵۵: ۳۸-۲۸.
7. Structuration
8. social creativity
9. life style
10. Consensual creativity
11. Interpretive capacities
12. discretion
13. intentions
14. power distance

منابع:

۱. کاستلز، مانوئل و اینس مارتین (۱۳۸۴). گفت و گوهایی با مانوئل کاستلز. ترجمه ی حسن چاوشیان و لیلا جوافشانی. انتشارات نی. تهران.
۲. بوهم، دیوید (۱۳۸۱). درباره ی خلاقیت. ترجمه ی محمدعلی حسین نژاد. نشر ساقی. تهران.
۳. کلاین برگ، بوتو (۱۳۶۸). روان شناسی اجتماعی (جلد اول). نشر اندیشه. تهران. چاپ نهم.
۴. محمد خلیفه، عبداللطیف (۱۳۷۸). بررسی روان شناسی تحول ارزش ها. ترجمه ی سید حسین سیدی. انتشارات آستان قدس رضوی. مشهد.
۵. تنهایی، ابوالحسن (۱۳۷۲). درآمدی بر نظریه های جامعه شناسی. انتشارات خردمند. تهران.
۶. فروم، اریک (۱۳۸۴). هنر عشق و ورزیدن. انتشارات مروارید. تهران. چاپ بیست و سوم.
۷. باومن، زیگمونت (۱۳۸۴). عشق سیال در باب ناپایداری پیوندهای انسانی. ترجمه ی عرفان ثابتی. نشر ققنوس. تهران.
۸. شاملو، سعید (۱۳۷۲). مکتب ها و نظریه ها در روان شناسی شخصیت. نشر رشد. تهران.
۹. بوردیو، پیر (۱۳۷۷). «ذوق هنری و سرمایه فرهنگی». ترجمه ی لیلا مصطفوی. فصل نامه ی نامه فرهنگ. سال هشتم. شماره ی یک.
۱۰. بهادری، افسانه (۱۳۷۶). درآمدی بر سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی. وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی، مرکز پژوهش های بنیادی (گزارش چاپ نشده).
۱۱. هوبل، آدامسون (۱۳۷۵). «تأثیر اشاعه ی فرهنگی بر تغییر فرهنگ: دیدگاه

- مردم شناختی». ترجمه ی نعمت الله فاضلی. نامه ی پژوهش. سال اول. شماره ی ۲ و ۳.
۱۲. بیس، دانیل و فرد پلاگ (۱۳۸۲). انسان شناسی فرهنگی. ترجمه ی محسن ثلاثی. انتشارات علمی. تهران.
 ۱۳. شنایدر، سوزان سی و بارسو، ژان لویی (۱۳۷۹). مدیریت در پهنه ی فرهنگ ها. ترجمه ی سید محمد اعرابی و داوود ایزدی. انتشارات دفتر پژوهش های فرهنگی. تهران.
 ۱۴. لادریز، ژان (۱۳۸۰). رویارویی علم و تکنولوژی با فرهنگ ها. ترجمه ی پروانه سپرده. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. تهران.
 ۱۵. استراسبرگ، الیان (۱۳۸۳). هنر-علم. ترجمه ی سهیلا ماهرنیا. انتشارات چشمه. تهران.
 ۱۶. رید، تئولین (۱۳۶۳). انسان در عصر توحش. ترجمه ی محمود عنایت. انتشارات هاشمی. تهران.
 ۱۷. چاپلید، گوردون (۱۳۳۵). تاریخ، بررسی نظریه های درباره ی تاریخ گرای. ترجمه ی محمدتقی فرامرزی. انتشارات مازیار. تهران. چاپ دوم.
 ۱۸. ملرز، آرتور؛ واین برگر، جری؛ زینمان، ریچارد (۱۳۸۵). دموکراسی و هنر. ترجمه ی گروه شبیراز. زیر نظر شاپور جورکش. انتشارات چشمه. تهران.
 ۱۹. هیس، آر. ج. (۱۳۴۰). تاریخ مردم شناسی. ترجمه ی ابوالقاسم طاهری. کتابخانه ی ابن سینا. تهران.
 20. Bourdieu P. (1993). The Field of Cultural Production. Cambridge: Polity Press.
 21. Williams, R. (1961). The Long Revolution. Harmondsworths: Penguin.
 22. Negus, K and Pickering, M. 2004. Creativity, Communication and Cultural Value.
 23. Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 24. Runco, M. (2004). Personal Creativity and Culture. In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. 2004. (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 25. Lubart, T and Georgsdotit, A. (2004). Creativity: Developmental and Cross-Cultural Issues. In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 26. Kwang NG, A. and Smith, I. (2004). Why is there a paradox in promoting creativity in the Asian Classroom? In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 27. Wu, J. (2004). Recognizing and nurturing creativity in Chinese students. In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 28. Hennessey, B. A. (2004). In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.
 29. Puccio, G. and Gonzalez, D. W. (2004). In Lau, S.; Hui, N. N. A. and Ng, Y. C. Y. (2004). (eds.) Creativity: When East Meets West. New Jersey and London: World Scientific.