

خلاقیت و نوآوری



مقدمه:

مشروط به دوام آن بیش ابتکاری، ارزیابی و تفسیر و رشد آن باشد. در جمله‌ای کوتاه می‌توان اینگونه بیان کرد «خیلی‌ها ایده‌های خوب دارند اما عده کمی آنها را عملی می‌کنند». همچنین یکی از عواملی که معمولاً با خلاقیت مربوط می‌دانند موضوع هوش است.

وجوه هوش:

یک مبنای طبقه‌بندی، نوع فرایند و یا نحوه عملکرد خاصی است که انجام می‌گیرد. این نوع طبقه‌بندی شامل ۵ گروه اصلی از توانمندی هوشی می‌باشد که عبارتند از عوامل:

- ۱- شناخت
- ۲- حافظه
- ۳- تفکر همگرا
- ۴- تفکر واگرا و
- ۵- ارزشیابی.

شناخت، کشف و یا کشف دوباره و بازشناسی است. حافظه عبارت از حفظ آن چیزی است که درک شده است. در تفکر واگرا اما در جهات متفاوت تفکر می‌کنیم، گاهی به تفحص می‌پردازیم و گاهی در جستجوی تنوع هستیم در حالی که در تفکر همگرا اطلاعات به یک جواب درست و یا به بهترین جواب شناخته شده و قراردادی منتج می‌گردد. واضح است که یکی از توانمندی تفکر واگرا گوناگونی پاسخهایی است که تولید می‌شود. این نوع تولید تماماً زاده اطلاعات آرایه شده نیست. در اینجا است که مبحث انعطاف‌پذیری در تفکر پیش می‌آید که از مباحث اصلی خلاقیت به شمار می‌آید.

با این حال در بررسی افراد خلاق این نتیجه به دست آمده است که اگر چه داشتن حد معینی از هوش لازم است ولی شرط کافی نیست و لزوماً افراد با هوش خلاق نبوده‌اند در حالی که افراد با هوش متوسط می‌توانند افراد خلاق برجسته‌ای باشند. در واقع امور خلاقیت شاید بیشتر اکتسابی باشد تا فطری و می‌توان با آموزشهایی این توانایی را در خود افزایش داد.

آرامش زندگی در گرو برآوردن نیازهاست. نیازها به طور کلی به ۵ گروه تقسیم می‌شوند:

۱. نیازهای فیزیولوژیکی
۲. نیاز به امنیت
۳. نیازهای اجتماعی
۴. نیاز به احترام
۵. نیاز به خودیابی

که برتیب نیازهای اولی نیازهای رده پایین و نیازهای آخری نیازهای رده بالا به حساب آمده و نیاز به خودیابی حد بالای نیازهاست.

برآورده شدن مناسب نیازها شرط لازم برای بوجود آمدن اعمال و آرزوهاست. به عنوان مثال یک فرد گرسنه و آواره هرگز به فکر پرواز بر فراز کوهها نخواهد افتاد. بسیاری نیز معتقدند که خلاقیت در نیاز متولد می‌شود همانگونه که بسیاری از اختراعات بزرگ نه محصول تعریف مشکلی خاص بلکه برای برآوردن نیازی خاص به وجود آمده‌اند.

اصول اولیه خلاقیت:

به طور کلی خلاقیت فرایندی است که طی زمان ادامه داشته و ابتکار، انطباق‌پذیری و تحقق از خصوصیات بارز آن به شمار می‌آیند و می‌تواند جوابگویی برای مشکلات باشد. برخی از محققان اصولی برای مشخص شدن مرزهای خلاقیت تعریف نموده‌اند: اول اینکه خلاقیت متضمن پاسخ یا مفهومی نو باشد یا آنکه احتمال وقوع آن بسیار کم باشد. اما باید توجه داشت که نو بودن و اصالت با آنکه شرط لازم خلاقیت است اما کافی نیست. زمانی یک پاسخ را می‌توان بخشی از یک فرایند خلاقیت به شمار آورد که تا اندازه‌ای با واقعیت مطابقت داشته یا اصولاً واقعی باشد. دوم خلاقیت باید گره‌ای را بگشاید یا با وضعیتی تناسب داشته و یا مقصود معینی را برآورد. سوم، خلاقیت واقعی

خصوصیات افراد بسیار خلاق:

از مطالعه افراد بسیار خلاق موارد زیر نتیجه شده است. البته این خصوصیات شخصیتی آنهاست نه اینکه یا اینگونه رفتارها، انسان بتواند به خلاقیت برسد:

- تمایل به تعریف و تمجید از خود دارند
- اشخاص خلاق مخصوصاً خواهان قبول پیچیدگی و حتی بی نظمی در دریافتهای خود هستند بدون آنکه نگران آشفتگی ناشی از این امر باشند. این بدان معنی نیست که آنان فی نفسه بی نظمی را دوست دارند بلکه پرمایگی موجود در بی نظمی را به کم مایگی نظم ترجیح می دهند. تمایل دارند نزد دیگران به داشتن نظرات تند و احمقانه شهرت داشته باشند.
- کارهای آنها با اظهار نظر اینکه از موضوع پرت هستند مشخص می شود. شوخ طبعی و بدله گویی از صفات بارز این افراد است. باید به این افراد کمک کرد که بدون اینکه کینه توز و پرخاشگر باشند جسارت خود را حفظ کنند.

عوامل تشدید کننده خلاقیت و نوآوری:

حس درونی تفکر، انسان را قادر می سازد شرایطی را که وجود خارجی ندارند، در درون ذهن شبیه سازی نماید و به وی این امکان را می دهد تا در امکانات بکسان با سایرین برای خود فرصتهای بهتری بیافریند.



در واقع امور خلاقیت شاید بیشتر اکتسابی باشد تا فطری و می توان با آموزشهایی این توانایی را در خود افزایش داد. مجموعه عواملی که باعث تشدید و ترغیب فرد به نوآوری می گردند به عوامل تشدید کننده تعبیر می گردند که خود به دو بخش کلی انگیزه ها و ابزارها تقسیم می شوند که در اینجا توضیح داده می شوند.

۱. انگیزه ها:

انگیزه های ترغیب کننده به نوآوری، می توانند به خصوصیات و زندگی خصوصی افراد مربوط باشد و یا اینکه به اجتماع محل سکونت فرد بستگی داشته باشد که ما در اینجا دلایل بروز هر یک را بررسی می کنیم.

• انگیزه های بیرونی:

به همه انگیزه هایی که از جامعه به فرد القاء می گردند گفته می شود که خود بر اثر موارد زیر ناشی می گردند:

- بحران های جامعه:

می دانیم سرچشمه خلاقیت نیاز است. اغلب مواقع اگر نیازی در زندگی بشر مشاهده نشود، الزامی به خلاقیت وجود نخواهد داشت. نیازهای بشر معمولاً به طور یکتواخت بروز می یابند مگر در شرایطی استثنایی مانند بحران های مختلف از جمله بحرانیهای طبیعی چون سیل و زلزله و آتشفشان و طوفان و همچنین بلایایی که خود انسان مسبب آنهاست که بارزترین آنها جنگ است.

نوع و دلیل بروز یک بحران در اینجا مد نظر نیست و آنچه حائز اهمیت است هجوم سیل عظیمی از نیازها پس از وقوع بحران است که می تواند در جامعه سبب یک انقلاب فکری در نزد افراد گوناگون گردیده و به شکل نوآوری و خلاقیت بروز نماید.

- سطح توقعات جامعه:

جامعه ای که در آن سیر صعودی پیشرفت حاکم باشد، هر روز از طرف تک تک اعضای خود شاهد خلاقیت و نوآوری است. در این جامعه نوآوری به قشر متفکر و اندیشمند محدود نگردیده و همه مردم را شامل می شود بطوریکه حتی تبهکاران نیز در این جامعه هر روز به فکر خلق روشی نو در روند کاری خود می باشند.



عوامل باز دارنده خلاقیت:

- تلاشهای قبل از بلوغ برای حذف خیالبافی
- محدودیتهای بازدارنده قوه تدبیر و کنجکاوی کودکان
- تکیه بیش از حد به نقش جنسیت؛ تفکر خلاق مستلزم حساسیتی بیش از حد (خصوصیتی کاملاً زنانه) و وابستگی به غیر و اتکالی به خود (خصیصیتی کاملاً مردانه) است. از همین رو یک پسر بسیار خلاق نسبت به سایر همجنسان همسال خود بیشتر دارای صفات زنانه به نظر می رسد.
- تأکید زیاد بر پیشگیری (نحوه پاسخگویی کودکان به مسائلی که مستلزم چاره اندیشی فرد هنگام قرار گرفتن در وضعیتی بن بست است نشان می دهد که تأکید بر پیشگیری قوه تصور بسیاری از کودکان را از رشد باز داشته است).

• القای ترس و کمرویی

• تأکید بر مهارتهای کلامی.

خطری که استعداد خلاق فرد را تهدید می کند، قضاوت یا ارزیابی تجربه فرد نیست بلکه پیشداوری است که به تبع آن تجارب بسیاری در حوزه دریافت را نمی یابند. خطری که آموزشهای معمول چه در خانه و چه در مراکز آموزشی در بردارند این است که نظرات نو و احتمال وقوع اعمال جدید خیلی زود و بیش از اندازه مورد انتقاد قرار می گیرند.

انگیزه‌هایی که از درون شخص، منشاء می‌گیرند را انگیزه‌های درونی می‌نامند که شامل موارد زیر می‌باشند:

- اعتماد ذاتی فرد:

این امر حتی بدون وجود هر گونه محرک خارجی ممکن است آگاهانه یا ناآگاهانه صورت گیرد و با داشتن هوشی متوسط و آموختن راه‌های افزایش تفکر خلاق، کاملاً قابل دسترسی برای همه نیازهای زندگی می‌باشد.

- نیازهای درونی:

گاهی اوقات افراد در خود نیرویی احساس می‌کنند که همواره آنان را و می‌دارد که در جهت کمک به دیگران و ارتقای سطح زندگی در جامعه، دست به نوآوری بزنند. این افراد از هر جنس و سن و شغلی می‌توانند باشند. به عنوان مثال خانمی در آمریکا که از آگهی‌های تجاری تلویزیون ناراضی بود آنها را مطابق با ذوق خود مجدداً می‌نوشت.

- بحران‌های شخصی:

بحران‌های شخصی نیز مانند بحران‌های جامعه، می‌توانند محرک بسیار قوی در امر نوآوری برای شخص باشند.

۲. ابزارها:

برخی فاکتورهای تعیین‌کننده برای دستیابی به تفکر خلاق وجود دارند که می‌توان از آنها به عنوان ابزارهای نوآوری یاد کرد. این ابزارها عبارتند از:

- اراده

- اعتماد به نفس

- کیمت

- شیبه سازی

- استمداد از دیگران

- مجاورت / تشابه / تباین

- تغییر دادن

- فعالیتهای جنسی و ...

این عوامل راهکارهایی برای آموزش نوآوری و تفکر خلاق ارائه می‌دهند.

اصول نوآوری:

نوآوری هیچ گاه به گونه ای سیستماتیک، هدفمند و سازمان یافته شکل نمی‌گیرد. بیشتر نوآوران، پدیده‌های خود را در اثر شانس و جرقه یکباره شانس و هوششان ارائه نموده‌اند و نه یا پشتکار و زحمت زیاد اما بسیاری از نوآوری‌ها قابل تدریس و یادگیری نیست چرا که راه و روش مناسبی وجود ندارد که به افراد یاد بدهیم چگونه باهوش و ذکاوت‌مند باشند.

بزرگترین فرد هوشمند جهان "گئوردو داوینچی" است. در هر صفحه از یادداشت‌های او می‌توان انبوهی از اندیشه ساخت چرخبال (هلیکوپتر) و زیردریایی را مشاهده کرد او می‌توانست با تکنولوژی قرن شانزدهم این اندیشه‌ها را به نوآوری تبدیل کند.

"جیمز وات" (مخترع موتور بخار از دیدگاه دانش‌آموزان) و

"توماس نیوکامن" (مخترع موتور بخار از دیدگاه تاریخ دانان تکنولوژی) هر دو از نوآوران سیستماتیک و هدفمند بوده‌اند، اما "رابرت بوی" شیمی دان انگلیسی - ایرلندی، یک شبه موتور اختراعی را اختراع نمود.

نوآوری هدفمند که در نتیجه تحلیل، سخت‌کوشی و کار سیستمی حاصل می‌شود را می‌توان به عنوان تجربیات نوآوری مطرح نمود و در مورد آنها بحث کرد. تقریباً ۹۰ درصد نوآوری‌های کارآمد و اثر بخش بر همین اساس صورت می‌گیرد.

- اما اصول نوآوری چیست؟

قطعاً نوآوران استثنایی نیز در صورت پیروی از این اصول می‌توانند اثر بخش باشند این اصول شامل دو دسته می‌باشند.

تعدادی از آن مواردی که باید انجام دهیم و بخشی از مواردی که بهتر است انجام ندهیم.

• آنچه باید انجام دهیم:

- اولین قدم تفکر، در مورد آن چیزی است که آنرا منابع فرصتهای نوآوری می‌نامیم.

- دومین اصل اجباری در نوآوری همانا سرکشی، سوال کردن و گوش کردن می‌باشد.

- نوآوری اثر بخش باید ساده و هدفمند باشد، نوآوری‌های اثر بخش کوچک می‌باشند و بزرگ نیستند.

- هدف نوآوری در جهت رهبری است. نوآوری نباید الزاماً به خاطر تبدیل شدن به یک فعالیت بزرگ باشد.

• آنچه نباید انجام دهیم:

- نباید سعی کنیم که باهوش باشیم.

- نباید به فعالیتهای متنوع و پراکنده پرداخت.

- نباید سعی کنیم تا برای آینده نوآوری نماییم.

البته باید به این دو دسته سه شرط را نیز، اضافه کنیم:

۱. نوآوری کار است/ به دانش نیاز دارد/ نوآوران معمولاً از دیگر افراد با استعدادتر می‌باشند و در چند زمینه فعالیت می‌کنند.

۲. برای موفقیت باید بر قدرت و توانایی خود تکیه کنند و به فرصتها در طیفی وسیعتر بنگرند. سپس از خود سؤال کند که کدام یک مناسب من است.

۳. در آخر اینکه نوآوری تأثیر است بر اقتصاد و جامعه، تغییری است در رفتار مصرف کنندگان، معلمان و کشاورزان و یا کل مردم، و یا اینکه تغییری است در یک فرآیند، در چگونگی کار کردن و تولید یا محصول کارآفرینی، باید نزدیک به بازار، متمرکز بر بازار و در جهت بازار گرای باشد.

منابع:

۱. ساعتچی، محمود. ۱۳۷۹. روانشناسی بهره‌وری. چاپ سوم. تهران: نشر تابش.

۲. آناسازی، آن. ۱۳۶۹. تفاهاتهای فردی. ترجمه جواد طهوریان. چاپ دوم. تهران: انتشارات آستان قدس رضوی.

۳. مقاله "اصول نوآوری" نویسنده: پیتراکو برگرهفته از سایت:

<http://www.mlm.ir>

