



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

خلاقیت فرهنگی؛ مکانیزمی در جهت خودشکوفایی افراد جامعه

علیرضا سامانی^۱

چکیده:

مقوله خلاقیت از جمله مقولات و موضوعاتی است که در جامعه ما بسیار کم به آن توجه شده است، اگرچه میزان فعالیت‌های خلاقه بسیار است. دو مبحث را باید از هم تفکیک کرد؛ یکی سخن گفتن درباره خلاقیت، و دیگری خلاقیت به معنای کنش یا رفتار روشنفکران، هنرمندان و به‌طور کلی افراد خلاق است. این که خلاقیت به مثابه یک مبحث مهم در گفتمان فرهنگی جامعه قرار گیرد، هنوز در کشور ما اتفاق نیفتاده و هیچ‌گاه به حد کافی به آن توجه نشده است. حجم دانشی که ما درباره خلاقیت تولید کرده‌ایم، بسیار اندک‌تر از آثار خلاقه ماست. منظور این است که در رسانه‌ها، مطبوعات، مدارس و دانشگاه‌های ما انبوهی از متن‌ها تولید می‌شود اما حجم بسیار کمی از آن‌ها درباره خود خلاقیت است. رسانه‌های دیداری و شنیداری ما هم برنامه‌های تحلیلی تولید می‌کنند، ولی این که چه مقدار از آن‌ها درباره مقوله خلاقیت است، بسیار بسیار اندک و ناچیز می‌باشد. با توجه به این که خلاقیت به منزله موتور محرک تاریخ بشر و همچنین به منزله یکی از عوامل اصلی رضایت از زندگی است، به خوبی می‌توانیم دور بودن خود را از معیارهای یک جامعه‌ی توسعه یافته درک کنیم. بعلاوه جامعه ما، جامعه‌ای جوان، رو به رشد و بالقوه خلاق است و به خلاقیت بیشتری نیز نیازمند است. از این رو برای شناخت و تحلیل این خلاقیت‌های موجود و رسیدن به راه‌هایی برای بسط خلاقیت‌های بالقوه ما ناگزیر نیازمند دانش سیستماتیک درباره خلاقیت هستیم.

واژگان کلیدی: فرهنگ، خلاقیت، خلاقیت فرهنگی، خودشکوفایی

^۱ - کارشناس ارشد برنامه‌ریزی رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی (ره) ars12246@yahoo.com



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

خلاقیت در جوامع و فرهنگ‌های مختلف

برخی خلاقیت را از راه مطالعه آثار خلاقه و برخی نیز از راه مطالعه شخصیت و ویژگی‌های افراد خلاق شناسایی می‌کنند. در این صورت، خلاقیت نوعی فرآیند ذهنی است که در افراد دارای بهره هوشی بالاتر از متوسط رخ می‌دهد. فرد خلاق ویژگی‌هایی مانند حس کنجکاوی فوق العاده، قدرت تخیل بالا، استقلال رأی، اندیشه انتقادی، میل به نوجویی بالا، توانایی در برقرار کردن ارتباط و انتقال ایده‌ها و امثال اینها دارد. این نحوه تعریف خلاقیت که نوعی تعریف روان‌شناختی است، تنها توصیفی از برخی ویژگی‌های انسان خلاق است نه تبیین چرایی، چرایی و چگونگی خلاقیت. این تعریف روان‌شناختی اگرچه در حیطه‌هایی می‌تواند موثر و مفید باشد و بدون تردید در شناخت فرد خلاق می‌توان از این رویکرد بهره جست اما وجوه فرهنگی و جامعه‌شناختی خلاقیت را بیان نمی‌کند. برای مثال، این پرسش مطرح است که چرا در حالی که همواره به نسبت معینی انسان‌های خلاق در تمام جوامع وجود دارد، اما برخی جوامع خلاق‌تر و برخی دیگر کمتر خلاق هستند؟ یا در طول تاریخ برخی دوره‌ها شاهد خلاقیت بیشتر در یک جامعه هستیم اما دوره‌های دیگر شاهد این خلاقیت نیستیم؟

تجربه خلاق ملت‌ها یکسان نیست و بنابراین سهم جوامع و فرهنگ‌ها نیز در شکل دادن تمدن بشری برابر نیست. همه انسان‌ها و همه جوامع و فرهنگ‌ها در تمامیت آن چیزی که امروزه بدان تمدن انسانی می‌گوییم سهیم هستند، ولی وقتی که به تاریخ مراجعه کنیم، درمی‌یابیم که در دوره‌های مختلف سهم فرهنگ‌ها و ملت‌های مختلف متفاوت بوده است. مثلاً تا قرون هشتم هجری قمری که مصادف با قرون وسطی و عصر تاریکی و سیاهی در اروپا بود، ملت‌های مسلمان سهم بیشتری در توسعه هنری، علمی و فرهنگی تمدن بشری داشتند. اما از آن به بعد، یعنی از رنسانس تاکنون شاهد هستیم که به تدریج موتور محرک تاریخ - که همان خلاقیت بشر باشد - در میان کشورهای اسلامی به تدریج کاهش می‌یابد و در عوض در سرزمین اروپا این موتور قوت پیدا می‌کند. در اروپا و غرب نیز شاهد نوعی نابرابری در سهم این ملت‌ها در تمدن مدرن امروزی وجود دارد. یونان و رم باستان روزگاری مهد علم و دانش و نوآوری بوده است. رنسانس به معنای بازگشت اروپا به این دوره تمدن‌ساز غربی است. اما امروزه یونان این جایگاه تاریخی را در تمدن مدرن ندارد. ایران، هند، مصر و چین باستان نیز روزگاری مهد تمدن بشری بوده‌اند. هنوز بشر قادر به شناخت پدیده‌های تمدنی بازمانده از آن دوران مانند اهرام فراعنه مصر یا دیوار چین نشده‌اند. ایرانیان باستان افتخار تأسیس نخستین امپراطوری دنیا را دارند. تأسیس دولت، سازمان و حکومت نوآوری بسیار بزرگی در تاریخ تمدن انسانی بوده است. کشاورزی، دامپروری و بسیاری از تکنولوژی‌های دیگر در منطقه بین‌النهرین و خاورمیانه امروز پدید آمده است، اما در قرون اخیر یک جابجایی تمدنی رخ داده است و شرق، دیگر آن جایگاه نوآورانه‌اش را از دست داده است.



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

این جایجایی ناشی از عوامل متعددی است و نشان می‌دهد که نسبت 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 به طور مطلق از بروز خلاقیت ناتوان باشد، بلکه همه ملتها بالقوه مستعد و توانا هستند و این فرهنگ و مجموعه شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است که در دوره‌های مختلف اجازه 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 خلاقیت هستند. این طرز تلقی نگاهی غیرعلمی، نادقیق و نژادپرستانه است. همه انسان‌ها از موهبت و توانایی برای خلاقیت و نوآوری جهت رفع نیازهایشان برخوردارند. این موضوع به تمهیدات فرهنگی، اجتماعی و تجربه تاریخی ملتها برای بروز و شکوفایی خلاقیت‌ها برمی‌گردد.

خلاقیت و فرهنگ مدرن

«نگس»^۱ و «پیکرینگ»^۲ در مطالعه‌ای درباره 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, ۲۰۰۴: ۹) اما علاوه بر رشد فردیت، دلایل اجتماعی دیگری نیز برای اثبات وجود نسبت بین خلاقیت و مدرنیته وجود دارد. به بیان دیگر، رویکرد روان‌شناختی خلاقیت، دایره خلاقیت را به عده‌ای اندک از نوابغ 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 و اقتصادی و فرهنگی را از دایره خلاقیت بیرون می‌گذارد. مهمتر از این نکات، مسئله ناتوانی رویکرد روان‌شناختی در تبیین ریشه‌ها و علل اجتماعی خلاقیت است. این رویکرد بُعد اجتماعی خلاقیت را نادیده می‌گیرد یا سهم قابل توجهی در فرآیند خلاقیت به نهادها و عوامل اجتماعی نمی‌دهد. بسیاری از جامعه‌شناسان امروز این رویکرد را نادرست می‌دانند. «ژانت ولف»^۳ در کتاب «تولید اجتماعی هنر» استدلال می‌کند نهادهای اجتماعی در تولید هنر تأثیر قاطع دارند و این نهادها هستند که تعیین می‌کنند که چه کسانی هنرمند شوند، چگونه هنرمند شوند، چگونه هنر خود را تحقق بخشند و در دسترس همگان قرار دهند. به اعتقاد ولف این سازمان‌های اجتماعی تولید هنری بوده‌اند که قرن‌های متمادی به گونه‌ای روشمندانه، زنان را از شرکت در تولید هنری برکنار داشته‌اند. «پیر بوردیو»^۴ جامعه‌شناس فقید فرانسه که در جامعه‌شناسی فرهنگ نظریه پردازی بزرگ است این نکته را نشان داد که عمل هنری، عملی مشروط است که به وساطت رمزهای زیباشناختی یعنی ناخودآگاه فرهنگی، نهادها و فرآیند ایدئولوژیک، اجتماعی و مادی

¹ - Negus

² - Pickering

³ - Janet Wolfe

⁴ - Pier Bourdieu



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

صورت می‌گیرد. جدا از مباحث نظری جامعه‌شناسان باید گفت شرایط اجتماعی جهان معاصر، تلقی فردی از خلاقیت را نمی‌پذیرد. درحالی‌که ما در شرایط تغییرات پرشتاب دوره حاضر نیازمند تطبیق خود با تازه‌های صنعتی و اجتماعی هستیم و تنها راه این کار، بسط تصور خلاق همگان و مشارکت همه افراد در فرآیندهای نوآوری است. خلاقیت دیگر نمی‌تواند تنها به تولید یک شیء یا شکل هنری تازه محدود شود؛ بلکه کاربرست خلاقیت برای حل هر مشکل در هر زمینه‌ای باید قابل تصور باشد. ما باید ارزش خلاقیت اجتماعی را هم‌تراز خلاقیت علمی و هنری بدانیم، زیرا بخش مهمی از زندگی ما حاصل خلاقیت‌های عملی و اجتماعی بوده است. خلاقیت را نمی‌توان تنها در افراد جست، بلکه خلاقیت فرآیندی است در درون نهادها، ارزش‌ها، باورها، و نظام‌های سیاسی و اقتصادی معین. تجربه تاریخی ملت‌ها نشان داده است که جامعه بازتر، کثرت‌گراتر، پرتحول و پویاتر، توسعه یافته‌تر، ثروتمندتر، فردگرا، عقل‌گراتر، دموکراتیک‌تر، مشارکت‌جو تر و پاسخگو تر، از خلاقیت‌های بیشتری برخوردار بوده است تا جوامعی که این‌گونه نبوده‌اند.

با در نظر گرفتن اهمیت خلاقیت اجتماعی و این بحث که خلاقیت مقوله‌ای نیست که منحصر به عده‌ای خاص یا نوابغ باشد، اکنون می‌توان پرسید چه رابطه‌ای میان فرهنگ یک جامعه و خلاقیت وجود دارد؟ منظور ما از فرهنگ در اینجا نظام معنایی نمادین است که بصورت ارزش‌ها و باورها تبلور می‌یابد. هر جامعه‌ای تلقی ویژه از خلاقیت دارد که می‌توان آن را فرهنگ خلاقیت نامید. فرهنگ خلاقیت، نظام باورها، ارزش‌ها و معانی‌ای است که امکان بروز و شکوفایی توانایی‌های بالقوه انسان را فراهم می‌کند و این الگوها، ابزارها و روش‌های بستری را برای افراد یک جامعه فراهم می‌نماید که یا همه آن‌ها بتوانند کنش خلاقه و تجربه خلاقه داشته باشند یا آن که کناره بگیرند و آن را به نابه‌ها بسپارند.

پرسش فرهنگ و خلاقیت بطور واضح‌تر این است چه رابطه‌ای بین ارزش‌ها، باورها و نظام معانی یک جامعه و گسترش یا محدود سازی نوآوری و خلاقیت در آن جامعه وجود دارد؟ می‌دانیم که فرهنگ‌ها و جوامع کنونی جهان از حیث نسبت‌شان با خلاقیت یکسان نیستند. همین باعث شده است که بارها از خودمان بپرسیم چرا بعضی جوامع به خلاقیت بیشتری دست پیدا می‌کنند و بعضی نه؛ بعضی فرهنگ‌ها خلاق‌ترند و بعضی کمتر. برخی این موضوع را ناشی از مدرنیته و ویژگی‌های آن می‌دانند. «رابرت رد فیلد»¹ (۱۸۹۷-۱۹۸۵) انسان‌شناس کلاسیک آمریکا معتقد است جوامع سنتی (یعنی جوامع ماقبل مدرن) ارزش بیشتری به تقلید می‌دهند و نوآوری در این جوامع با سرزنش یا مقاومت اجتماعی شدید روبرو می‌شود. درحالی‌که جامعه جدید یا مدرن نوآوری را یک ضرورت و نیاز می‌بیند.

¹ - Robert Redfield



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

دکتر رضا داوری در مقاله‌ای با عنوان «خلاقیت و فرهنگ» استدلال می‌کند که خلاقیت ویژگی عمده عصر جدید است، زیرا انسان مدرن مسئولیت اداره عالم و رسیدگی به تمام تدبیر زندگی را خود عهده‌دار شده است. به اعتقاد داوری، جامعه سنتی نظم کم و بیش طبیعی یا الهی داشته است و انسان سنتی تصور نمی‌کرده است که عقل آدمی در قوام زندگی دخالت داشته باشد. اما جامعه جدید غربی با این ایده که انسان محور همه چیز است و خود او باید با اتکاء به قوای عقلی و نوآوری‌هایش جامعه و تاریخ را بسازد شکل می‌گیرد. از این رو جامعه جدید، جامعه‌ای خلاق است. به اعتقاد داوری جامعه جدید محصول مجموعه افراد نوآور نیست، بلکه جامعه جدید روح و نظامی دارد که اقتضای آن نوآوری است. از این رو به اعتقاد او نوآوری هماهنگ شدن با آهنگ جامعه جدید است و اشخاص نوآور صرفاً مناسب و در هماهنگی با آن نوآورند. از دیدگاه داوری مشکل کشورهای در حال توسعه این است که «نمی‌توانند از بهره‌برداری و میوه‌چینی روی گردانند». یعنی می‌خواهند صرفاً از میوه‌های تمدن جدید خوشه چینی کنند و خود به خلاقیت نپردازند.

خلاقیت و نیاز

مقوله خلاقیت در ارتباط با مقوله نیاز شکل می‌گیرد و کلید فهم خلاقیت نیز تأمل در مقوله نیاز است. خلاقیت هم مکانیزمی برای حل مسائل، رفع نیازها و بهبود شرایط زندگی انسان است و هم خود نوعی نیاز است. ما برای تأمین نیازهای خود، کار و تلاش خلاقه می‌کنیم. آبراهام مزلو، روان‌شناس معروف، نیازهای بشر را به چند گروه تقسیم کرده است که از نیازهای جسمانی شروع می‌شود تا نیاز به خود شکوفایی ختم می‌گردد. در واقع، نیاز به خود شکوفایی 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 مهم می‌باشد. 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 چیزهای دیگر احتیاج دارند؛ حتی بسیاری از حیوانات هم به زندگی گروهی و جمعی نیاز دارند. اساساً کمتر موجود زنده‌ای یافت می‌شود که مطلقاً تنها زندگی کند. بنابراین آن 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 خود شکوفایی و در عین حال روش تأمین سایر نیازهای ما می‌باشد.

خلاقیت نه تنها خصلت تمایزبخش و هویت‌بخش ماست، بلکه از بُعد اجتماعی و فرهنگی نیز ما را به مسیری خاص و شیوه‌ای معین از زندگی هدایت می‌کند. همه ما در زندگی روزمره خود با افرادی 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 هستند و حتی از روابط فردی و اجتماعی گسترده‌ای نیز بهره‌مندند، ولی از زندگی ناراضی



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

هستند. گاهی بی آنکه خود بدانند، ناراحت و افسرده‌اند. یکی از علل و شاید مهمترین عامل این ناخرسندی و نارضایتی عدم پاسخگویی به نیاز خودشکوفایی و ابراز خویش در آنها است. تأمین نیازهای زیستی و اجتماعی نمی‌تواند به تنهایی منجر به رضایت از زندگی شود. اهمیت مقوله خلاقیت نیز در همین جاست. در واقع، اگر شما بتوانید همه نیازهای یک فرد را تأمین کنید، باز هم تضمینی وجود ندارد که لذت و رضایت کامل از زندگی را برای او فراهم کرده باشید. اما عکس این قضیه صادق نیست. یعنی شما ممکن است کسانی را پیدا بکنید که درآمد کافی یا خانه مناسبی ندارند، حتی از امنیت لازم برخوردار نیستند اما برای این که بتوانند خودشان را ابراز و بیان کنند، حاضرند جانشان را به خطر بیاندازند. در زمینه‌های مختلف اجتماعی می‌توان از این افراد یافت. در بین هنرمندان نیز کسانی هستند که در رشته‌های مختلف هنری نقاشی، مجسمه‌سازی، تئاتر، فیلم، موسیقی و ... چنین هستند. ممکن است این ابراز خویشتن در قلمرو ادبیات باشد و یک نویسنده حاضر باشد که علی‌رغم نداشتن امکانات زیستی خوب، جانش را بدهد اما بتواند که آزادانه مقاله یا کتابی بنویسد و دیگران آن را بخوانند. بسیاری از افراد در طول تاریخ بوده‌اند که از تأمین و ارضاء نیازهای زیستی‌شان گذشته‌اند و به حداقل‌های زندگی اکتفا کرده‌اند، از اجتماع بریده‌اند، جان خودشان را به خطر انداخته‌اند برای اینکه آنچه به ذهنشان خطور کرده به عنوان نکته‌ای نو، انتقادی و بدیع ابراز کنند.

البته، فقط اقلیتی از انسان‌ها از سایر نیازهایشان می‌گذرند تا به خودشکوفایی برسند. ولی نکته مهم این است که این اقلیت رنج کشیده، بیشترین رضایت را از زندگی دارند و اغلب زندگی خودشان را بسیار شرافتمندانه و افتخارآمیز و انسانی توصیف می‌کنند و با افتخار به سر چوبه‌های دار می‌روند یا با افتخار در تبعید زندگی می‌کنند. به تعبیر دیگر، خلاقیت مقوله‌ای است که کیفیت زندگی ما را تأمین می‌کند و رضایت‌مندی از زندگی ما تابعی از میزان شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها است. به همین دلیل، انسان‌ها بعد از این که نیازهای مادی‌شان تأمین شد میل به تأمین نیازهای معنوی و خودشکوفایی در آن‌ها رشد می‌کند و برای برخی نیز تأمین نیازهای مادی اولویت ثانویه آنهاست.

بیان این نکته که خلاقیت با نیاز ارتباط دارد به معنای نفی نظریه 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 نتیجه تحولات مدرنیته بود. شرح دقیق رابطه مدرن شدن و خلاقیت نیازمند بررسی‌های دقیق و طولانی است. در اینجا به ذکر برخی از نکات به صورت کلی و اجمالی بسنده می‌کنیم. به هر مقداری که جامعه مدرن‌تر شود و انسان، فردگرایی و فردیت نیز اهمیت پیدا کند، به همان نسبت مقوله خلاقیت هم برجسته می‌شود. خلاقیت - به این علت که در جهت پاسخ‌گویی به نیاز ابراز خویشتن است - تبلور و تجسم فردیت انسان می‌باشد. ارزش‌های فردگرایانه از



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

رسانس به بعد به تدریج در اروپای غربی اهمیت پیدا کرد و سپس جامعه‌ای مدرن در آن جا شکل گرفت. بنابراین، در یک جامعه‌ی مدرن میان فردگرایی و خلاقیت ارتباطی معنادار وجود دارد.

خلاقیت و فرهنگ سنتی

جامعه‌ای که ارزش‌های جمع‌گرایانه غلبه دارد، تلاش اصلی در آن جامعه متوجه فرد نیست؛ در چنین ساختار فرهنگی- اجتماعی‌ای اساساً مقولات «رشد استعدادها»، «شکوفای نمودن» و «براز خود» در مرحله ثانویه قرار می‌گیرند. به لحاظ آسیب‌شناختی جامعه ایران، روشنفکران ما که کار حرفه‌ای‌شان بحث درباره مسائل فرهنگی- اجتماعی است، مقوله خلاقیت را کمتر مورد توجه قرار می‌دهند ولی هر چقدر جامعه ما مدرن‌تر شود و مسئله رشد استعدادهای فردی اهمیت بیشتری پیدا کند، توجه به درک اهمیت خلاقیت‌ها بیشتر می‌شود.

در فرهنگ‌های سنتی، انسان خلاق، جامعه و محصولات مصرفی، کلیت یک پارچه‌ای را تشکیل می‌دهند و از یکدیگر تفکیک شده نیستند. وقتی به خلاقیت به مثابه مقوله‌ای فردی نگاه می‌کنیم، خودبه‌خود به سراغ ابعاد روان‌شناختی آن هدایت می‌شویم و مسأله چگونگی تربیت انسان نابغه، شناسایی استعدادهای درخشان و پرورش آن‌ها پیش می‌آید و دیگر به فکر اصلاح ساختارهایی که مانع بروز خلاقیت، عمومی شدن آن و تغییر نگرش نسبت به نوآوری یا کاهش مقاومت در برابر نوآوری است، نخواهیم بود. در نتیجه با نگاه فردی و روان‌شناسانه به خلاقیت، تمام نظام برنامه‌ریزی محدود به این می‌شود که به سراغ نواغ و استعدادهای درخشان و پرورش آن‌ها برویم. این نگاه نخبه‌گرایانه از نکات آسیب‌شناختی خلاقیت در کشور ما می‌باشد. این رویکرد ما به مقوله خلاقیت در یک‌صد سال اخیر بر سیاست‌گذاری‌های کلان فرهنگی- اجتماعی ما در خصوص آموزش و پرورش، بودجه‌های تحقیقاتی و به طور کلی امور فرهنگی اثر گذاشته و به اشکال مختلف در تنش‌های اجتماعی، و در خانواده‌های ایرانی تأثیر شدید می‌گذارد. شاید نقش خانواده‌ها و تأثیرات آن بیش از عوامل دیگر باشد. چون نهاد خانواده، اولین بستری است که خلاقیت را برای فرد فراهم می‌نماید.

وقتی که رویکرد یک جامعه و ارزش‌ها، باورها و نگرش‌های آن نسبت به مقوله خلاقیت یک رویکرد روان‌شناسانه است، این رویکرد را در خانواده و تربیت فرزندان نیز می‌بینیم. با این حساب، خانواده‌ها و والدین ممکن است که در اثر همین رویکرد روان‌شناختی به این جمع‌بندی برسند که فرزندشان از استعداد کافی برخوردار نیست. در نتیجه همین تلقی و برداشت، چه بسا این فرزندان از این که تربیت خلاقه پیدا کنند محروم شوند. اما اگر والدین به این آگاهی برسند که خلاقیت صرفاً یک بحث روان‌شناختی نیست که فقط به استعداد ارتباط داشته باشد بلکه به تجربه خلاقه فرد بستگی دارد، آن وقت دایره تجربیات خلاقانه فرزندانشان را توسعه می‌دهند. در این رویکرد، همه انسان‌ها قادرند تجربیات و کنش‌های خلاق، محصولات خلاق و ذهن خلاق داشته باشند.



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

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

آسیب‌شناسی فرهنگی خلاقیت

در بررسی ویژگی فرهنگ‌های مختلف درمی‌یابیم که برخی فرهنگ‌ها خلاقیت را دامن می‌زنند و بعضی از فرهنگ‌ها کمتر این امکان را فراهم می‌آورند. در واقع، این‌جا نوعی آسیب‌شناسی فرهنگی مطرح است. در این آسیب‌شناسی فرهنگی باید ببینیم در کجا و توسط چه ارزش‌هایی برای تجربه خلاقه 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 خلاقانه ایجاد کنیم، باز هم قادر به تربیت انسان خلاق و فضای مشوق خلاقیت نشویم.

نکته آسیب‌شناختی دیگر این است که حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، اهمیت لازم را برای خلاقیت قائل نیستند. پس از خانواده، آموزش و پرورش و نهادهایی مانند دانشگاه و آموزش عالی و بعد مؤسسات فرهنگی به اشکال مختلف در خدمت توسعه 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 روش‌ها در حوزه‌ی آموزش و پرورش و آموزش عالی و مؤسسات فرهنگی، معطوف به خلاقیت نیست بلکه متمایل به محفوظات و یادگیری طوطی‌وار است. دانش‌آموزان به فردی که انبار فرمول‌ها و محفوظات است تبدیل می‌شود و نه کسی که جسارت بیان خویش در جهت خود شکوفایی داشته باشد.

اگر جسارت و لذت بیان خویش و تفکر انتقادی و تحلیلی در درون دانش‌آموز و دانشجو شکل نگیرد، اساساً امکان نوآوری فراهم نیست. در واقع این نحوه تفکر، جسارت نقد و پرسش کردن، داشتن گونه‌ای از سرمایه فرهنگی است که بخشی از این سرمایه را خانواده باید در فرد ایجاد کند و بخشی را آموزش و پرورش، بخشی هم بر عهده آموزش عالی است.

تا خانواده، آموزش و پرورش و دانشگاه نتوانند این سرمایه‌ی فرهنگی را در فرد ایجاد کنند، طبیعتاً انسان‌هایی که از این خانواده، مدرسه، دانشگاه بیرون می‌آیند، انسان‌هایی نیستند که عشق به هنر، عشق به علم و عشق به آفرینش‌گری را در خود اندوخته، پرورش داده و ایجاد کرده باشند. در واقع از



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

آموزش و پرورش که مهم‌ترین نهادی است که می‌تواند عشق به علم و هنر را ایجاد کند، باید پرسید که روش‌های تعلیم و تربیت به کار گرفته شده تا چه حد لذت الگوهای خلاقه را به دانش‌آموزان می‌چشانند؟ در اینجاست که اهمیت نظام‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی در زمینه خلاقیت معلوم می‌شود؛ زیرا نهادهایی که متولی برنامه‌ریزی کلان برای کشور یا هر جامعه‌ای هستند نسبت به فراهم کردن زمینه‌های خلاقیت و بروز توانایی‌های بالقوه افراد جامعه مسئول هستند.

خلاقیت و تغییر فرهنگ

تضمین و تداوم سازمان‌های عصر حاضر و حیات و بقای آن‌ها، نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که ارتباط زیادی با نوآوری و ابداع فرآیندها و روش‌های جدید دارد. به همین خاطر در چنین شرایطی، حیات و بقای سازمان‌ها در گرو تحول اساسی در شرایطی است که افراد خلاق و نوآور را هرچه بیشتر پرورش داده و فرهنگ سنتی را به فرهنگ کارآفرین و نوآور تغییر دهند. از بسیاری جهات خلاقیت نیازمند تغییر آگاهانه فرهنگ است. انسان‌شناسان، خلاقیت و نوآوری را از جمله مهم‌ترین عوامل تغییرات فرهنگی در جامعه 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. این نکته را باید در نظر داشت که بی‌توجهی به خلاقیت یکی از علل توسعه نیافتگی است و تمام ملل کمتر توسعه یافته تا حدودی از این بیماری رنج می‌برند، و یکی از علل بی‌توجهی به خلاقیت نیز نوع رویکرد روان‌شناختی است. رویکردی که خلاقیت را محدود و منحصر به هنر و علم و عده محدود نخبگان می‌سازد، سابقه‌ای دیرینه دارد و در بسیاری از دولت‌ها و ملت‌ها وجود داشته است. همانطور که گفتیم به‌طور کلی در فرهنگ‌های غیرمدرن این نگاه وجود داشته و هنوز هم وجود دارد که انسان خلاق را به هنرمند یا به نوابغ علمی محدود و منحصر کند. این نحوه تلقی از خلاقیت و خلاقیت هنری در رنسانس به بعد به‌وجود آمد. در این دوره خلاقیت هنری به شخصیت هنرمند منصوب شد و اینکه شخصیت هنرمند از سنت، نظریه و قواعد برتر است و نبوغ موهبتی الهی است یعنی نیروی خلاق منحصر به فرد و ذاتی است. جامعه رنسانس در پرتو سرشت پویای خود در چارچوب رقابت در مقایسه با فرهنگ اقتدارطلب قرون وسطی امکانات فردی بهتری را عرضه می‌کرد. به هر حال، مفهوم آفرینش در سنت مذهبی مسیحیت و همه ادیان الهی یک مقوله متافیزیکی و از صفات خداوند است. هاووزر ثابت می‌کند فرآیند کار هنری تا پایان قرن پانزدهم هنوز هم به اشکال جمعی انجام می‌شد. از آن پس است که حرفه هنری رفته رفته خود را از صنعتگری جدا می‌سازد. از رنسانس به بعد، با ظهور دنیای مدرن، پارادوکسی در اندیشه بشری ایجاد شد. این پارادوکس چنین است که از یک طرف به فردیت و انسان‌گرایی اهمیت می‌دهد که در نتیجه، آفرینش‌گری به جای این که یک پدیده ماوراءالطبیعی باشد، معطوف به انسان‌هاست تا انسان از طریق نوآوری کردن، زندگی را با نیازها، عقاید و خواسته‌هایش متناسب سازد. از سوی دیگر، زمینه‌های عینی و اجتماعی تولید هنر به تدریج شناخته شده است. بر



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

این اساس، هر اثر هنری، صرفاً محصول خواست یا نیاز آفریننده‌اش یعنی هنرمند نیست بلکه جامعه نیز در پدیدآوردن آن مؤثر است. در واقع، پارادوکس مدرنیته نسبت به آفرینش هنری در همین ویژگی دوگانه قرار گرفته است.

برخلاف دوره رنسانس، در همه جوامع پیش از مدرن چه غربی و چه شرقی، هنر پاره‌ای از زندگی اجتماعی بود و به اشکال مختلف در درون «سبک زندگی»¹ تنیده شده بود. برای مثال، فرش ایرانی به عنوان هنر ایرانی و خلاقیت یک هنرمند اثری تزئیناتی برای نصب روی دیوار نبود، بلکه فرش روی زمین پهن می‌شد و کاربرد صرفاً تزئینی و زیباشناختی نداشت، بلکه استفاده عملی داشت. بنابراین، فرش با جامعه و با شیوه زندگی ایرانی و به عبارت دیگر با فرهنگ ایرانی مرتبط بود اما از هنگامی که جامعه ایران از یک جامعه سنتی به سمت مدرنیته گذار پیدا کرده است، فرش ایرانی بیشتر حاصل خلاقیت یک فرد هنرمند شده است و آن کاربرد پیش از مدرنیته را به تدریج از دست داده است.

انتقادی دیگری که به نگاه رمانتیک و قدسی به خلاقیت وجود دارد، این است که شیوه‌های مختلف بروز خلاقیت را در نظر نمی‌گیرد و فقط به خلاقیت هنری توجه دارد، در حالی که شیوه بروز خلاقیت گونه‌های مختلف دارد و می‌تواند مثلاً در یک گفتگو یا در کاری جمعی و گروهی پدید آید. خلاقیت حتی در هنرها نیز همواره انفرادی نیست، برخی از هنرها مانند نقاشی فردی‌اند، برخی هم جمعی‌اند مانند سینما، تئاتر و موسیقی‌ای که گروهی می‌نوازند، یا گروهی می‌خوانند. در این هنرها خلاقیت به طور دسته‌جمعی صورت می‌گیرد. از این رو یک فعالیت گروهی هم ممکن است برای بروز خلاقیت هنری مجال داشته باشد.

نوآوری یا خلاقیت آگاهانه که براساس نیازها به وجود می‌آید، در دگرگونی فرهنگی نقشی اساسی دارد. نوآوری در صورتی بر دگرگونی فرهنگی مؤثر است که:

الف) پذیرش حداکثری باشد؛ نوآوری و نوآوری، زمانی می‌تواند در تغییر فرهنگ مؤثر باشد، که حداکثر افراد یک جامعه در نوآوری و پذیرش پدیده‌های نوظهور، نقش داشته باشند. البته این انگیزه، بیشتر جنبه روانی دارد؛ زیرا افراد معمولاً تنوع‌طلب، ابداع‌گر و کنجکاو هستند.

ب) مقبولیت اجتماعی و عمومی باشد؛ نوآوری‌هایی که توسط قشر یا گروهی خاص در جامعه عرضه می‌شوند، در صورتی باعث دگرگونی فرهنگی می‌شود، که از مقبولیت اجتماعی و عمومی برخوردار باشند؛ هرچند دوستان و آشنایان افراد نوآور در پذیرش عوامل جدید سهم بیشتری دارند، چون معمولاً در مرحله اول این افراد می‌توانند در قبول و رد پدیده‌های نوظهور نقش داشته باشند. پذیرش دوستان، بستگی به نگرش و اندیشه‌های آنان دارد؛ اگر آن‌ها دارای اندیشه‌ای باز باشند عوامل نوظهور را بسیار

¹ - life style



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

سریع می‌پذیرند، ولی اگر آن‌ها افرادی باشند که در یک محیط بسته رشد کرده باشند، به سادگی پدیده‌های نو را نخواهند پذیرفت. این ویژگی شامل جامعه نیز می‌شود.

ج) طرد عناصر فرهنگی موجود؛ طبیعی است که در صورت پذیرش پدیده جدید فرهنگی، عناصر موجود فرهنگی مورد طرد واقع گرفته و به فراموشی سپرده می‌شوند و عناصر جدید، جای آن‌ها را می‌گیرند؛ البته طرد عناصر فرهنگی به سادگی صورت نمی‌گیرد؛ بلکه باعث نزاع‌ها و درگیری‌هایی می‌شود. این نزاع‌ها در جوامع مختلف متفاوت است. (روح‌الامینی، ۱۳۸۲: ۲۸-۲۷)

د) مصرف‌گرایی فرهنگی؛ دگرگونی از فرهنگ تولید به مصرف‌گرایی؛ از جمله اهدافی است که سرمایه‌داران، در جهان سوم دنبال می‌کنند. این هدف برای دستیابی به برکناری رقبای اقتصادی است؛ لذا مردم جهان سوم، به جای تولید، به روحیه مصرف‌گرایی روی می‌آورند. این روحیه به استعمارگرایی تغییر فرهنگی می‌انجامد. (رفیع‌پور، ۱۳۸۲: ۲۴۰-۲۳۹)

شرایط بستر فرهنگی لازم جهت ایجاد خلاقیت

شکل‌گیری هرگونه خلاقیت به سه شرط یا محور اصلی نیاز دارد که در مجموع، شرایط خلاقیت را فراهم می‌سازند. این شروط عبارتند از:

۱- وجود فضای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مشوق خلاقیت و برانگیزنده، مولد و حمایت‌کننده فرد خلاق، بسترساز و زمینه‌ساز بروز خلاقیت

۲- وجود یک سنت یا به تعبیر دیگر پارادایم معرفتی، گفتمان، «اپیستمه»^۱ (دانش، معرفت) یا یک رژیم معرفتی.

۳- وجود انگیزه‌های فردی، یعنی فردی وجود داشته باشد که بخواهد خودش را ابراز کند. اگر این محور نباشد (یعنی اراده معطوف به ابراز خود وجود نداشته باشد) در واقع هیچ‌گونه خلاقیتی امکان‌پذیر نیست.

بنابراین شرط سوم، رکن اساسی برای خلاقیت است. در قلمرو هنر و علم، توجه به این سه شرط یا سه محور خلاقیت مبین این مطلب است که دو مورد اول کاملاً بیرون از قلمرو فردی هنرمند است و در واقع به اجتماع باز می‌گردد. اما شرط سوم (یعنی انگیزه) تا حدود زیادی به شخص هنرمند مربوط می‌باشد.

¹ - Episteme



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

خلاقیت به مثابه نوعی انتقال تجربه است. ما در تمام اشکال خلاقیت درصدد برقراری نوعی ارتباط برای بیان و انتقال ایده‌ای هستیم که در نتیجه یک یا چند تجربه آن را بدست آورده‌ایم. تمام اشکال هنرها، صورت‌ها و روش‌های ارتباط هستند. یک نقاش، فیلم‌ساز، صنعت‌کار، موسیقیدان، نوازنده، خواننده، هنرپیشه و تمام هنرمندان دیگر درصدد برقراری ارتباط با عده‌ای از مخاطبان و تأثیر نهادن بر آنها هستند. دانشمندان نیز درصدد بیان یافته‌ها و ایده‌های تازه خود می‌باشند. در همین راستا، افراد عادی نیز تلاش می‌کنند روش رفتاری و گفتاری مناسب و جذابی انتخاب نمایند تا مورد توجه و احترام مردم و جامعه قرار گیرند. همه درصدد بیان خود و ایده‌ها و باورهای خود هستند. در حقیقت می‌خواهیم به وسیله ابداع روش‌هایی، آنچه را تجربه می‌کنیم به دیگران انتقال دهیم. شکل‌گیری تجربه و همچنین انتقال آن در خلأ صورت نمی‌گیرد، بلکه مجموعه شرایط اجتماعی، تاریخی، فرهنگی و سنت‌ها بستر این فرآیند تجربه کردن و انتقال آن را فراهم می‌نمایند. حال اگر از این منظر به خلاقیت نگاه کنیم و خلاقیت را شکل دادن، تجربه کردن، انتقال تجربه و یک تجربه خلاق بدانیم، اولین شرط بروز خلاقیت، انگیزه و اراده خود فرد است؛ یعنی فرد آمادگی برقراری انتقال تجربه و ارتباط داشته باشد. دوم این‌که بستری از شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی امکان شکل‌گیری ارتباط آزاد را فراهم سازد؛ و سوم این‌که یک سنت به عنوان ابزار برقراری ارتباط وجود داشته باشد.

نگرش اجتماعی و سیاسی به خلاقیت فرهنگی

در شرایط دموکراتیک و آزادی‌اندیشه، ارتباطات راحت‌تر صورت می‌گیرد. در نتیجه ما راحت‌تر می‌توانیم تجربیات خودمان را شکل داده و به یکدیگر منتقل نماییم. زیرا در عین حالی که ما با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنیم، تجربه‌های خود را نیز مبادله می‌نماییم که به سرمایه‌ای برای ارتباط بعدی ما تبدیل می‌شود. یکی از تعاریف خلاقیت تعریف «ویلیامز»^۱ است که می‌گوید خلاقیت، مهارتی است که می‌تواند اطلاعات پراکنده را به هم پیوند دهد. عوامل جدید اطلاعاتی را در شکل تازه‌ای ترکیب کند و تجربه گذشته را با اطلاعات جدید برای رسیدن به جواب‌هایی منحصر به فرد و غیرعادی پیوند دهد. از این دیدگاه، در جامعه‌ای که دسترسی به اطلاعات سهل‌تر و آزادتر، و امکان تولید اطلاعات بیشتر است، افراد امکان بیشتری برای بروز خلاقیت‌های خود دارند.

به این ترتیب، خلاقیت نیازمند یک موقعیت گفتگویی و یک فرآیند ارتباطی است. در یک موقعیت گفتگویی که گفت و شنود متقابل اتفاق می‌افتد، ممکن است یک تجربه خلاق و نوآورانه رخ دهد. خلاقیت در این فرآیند ارتباطی به وجود می‌آید. در یک موقعیت ایده‌آل برای گفتگو، که دو طرف گفت‌وگو از لحاظ قدرت برابر و هر دو «آزادی»^۲ ابراز وجود داشته باشند و در عین حال هر دو به مفید بودن گفتگو اعتقاد داشته باشند، آن‌گاه خلاقیت پدید می‌آید. این جامعه و فرهنگ است که می‌تواند

¹ - Williams

² - Freedom



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

امکان یک موقعیت گفتگویی ایده‌آل را فراهم کند. برای مثال، در یک نظام کاملاً دموکراتیک در مقایسه با نظام کمتر دموکراتیک، امکان گفتگوی خلاق بیشتر خواهد بود و در نتیجه امکان انتقال تجربه نیز بیشتر فراهم می‌گردد. در یک جامعه دموکراتیک امکانات بیشتری از لحاظ اجتماعی-فرهنگی برای انتقال تجربه وجود دارد؛ در نتیجه افراد انگیزه بیشتری برای ابراز خود دارند. همچنین در یک فضای مدرن (که فردگرایی رشد پیدا می‌کند) خواسته‌های افراد در قیاس با ساختارهای سنتی و ماقبل مدرن بیشتر بوده و افراد تمایل و انگیزه بیشتری برای ابراز خویش دارند و آماده‌اند که خواسته‌هایشان را تحقق عینی بخشند.

در این‌جا لازم است که در کنار وجود آزادی، از ضرورت «عدالت»¹ نیز برای تحقق خلاقیت اشاره کنیم. اولین مورد از عدالت که بایستی به آن اشاره نماییم، عدالت جنسیتی است. در جامعه مردسالار، جنسیت مذکر عامل تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری تبعیض‌آمیز خلاقیت‌ها می‌باشد. از این رو، هر قدر که جامعه به طرف جامعه مساوات‌طلبانه‌تر و عادلانه‌تر پیش رود و حضور زنان در اجتماع با مردان برابرتر شود و زنان سهم مساوی‌تری با مردان در تولید علم و هنر یا در خلاقیت‌های عملی داشته باشند، جامعه از رشد بیشتری در زمینه خلاقیت برخوردار می‌گردد. در جامعه مردسالار امکان و اجازه بروز خلاقیت‌ها برای زنان محدود است. در اینجا نقش فرهنگ در خلاقیت به نحو ملموس‌تری دیده می‌شود.

همچنین در جامعه قوم‌گرا که تبعیض قومی وجود دارد و همه اقوام در امور اجتماعی و سیاسی از حضور یکسان و برابری برخوردار نیستند، اقوام حاشیه‌ای سهم کمتری در خلاقیت، و در نتیجه در تولیدات هنری یا علمی و عملی دارند. به عبارت دیگر، اقلیت‌های قومی در شکل‌دادن به تجربه‌های جدید و انتقال تجربیات خود، سهم کمتری دارند. این امر بدان خاطر نیست که آن اقلیت‌ها و اقوام حاشیه‌ای از هوش یا استعداد کمتری برخوردارند، بلکه آن جامعه زمینه و بستر لازم برای این که همگان بتوانند تجربه خود را بسط داده و انتقال دهند، فراهم نکرده است.

بنابراین خلاقیت مقوله‌ای خنثی نیست، بلکه دارای جهت‌گیری‌های سیاسی و ابزاری است. بروز برخی از خلاقیت‌ها ممکن است که منافع و خواسته‌های یک گروه را نسبت به گروه‌های دیگر بیشتر مورد توجه قرار دهد. به همین دلیل باید به مجموعه روابط قدرت در یک جامعه توجه کرد و به ساختار سیاسی و ساختار قدرت در آن جامعه دقت داشت. از این رو در مطالعه و شناخت مقوله خلاقیت باید آن را با توجه به مجموعه عوامل سیاسی و اجتماعی مانند جنسیت، قومیت، تنوعات فرهنگی و به طور کلی سبک زندگی مردم در یک روند بررسی کرد.

¹ - Justice



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

پس در رابطه فرهنگ، خلاقیت و جامعه می‌توان اظهار داشت؛ اولاً خلاقیت در درون فرهنگ صورت می‌گیرد و به همین دلیل در طول تاریخ فرهنگ‌های مختلف به میزان‌های مختلفی امکان خلاقیت را فراهم کرده‌اند. این رابطه، یک رابطه متقابل دیالکتیکی است که هم فرهنگ امکان شکل‌گیری و بروز خلاقیت را ایجاد می‌کند و هم متقابلاً خلاقیت، فرهنگ را متأثر می‌سازد. ویژگی‌های فرهنگی یک جامعه مانند جمع‌گرا یا فردگرا بودن، یا میزان فاصله قدرت و ویژگی‌های دیگر، هر کدام می‌توانند نوع و میزان خاصی از خلاقیت را ایجاد نمایند. برای مثال، جامعه فردگرا یا جمع‌گرا به میزان‌های متفاوتی امکان بروز خلاقیت را فراهم می‌آورند. یک جامعه ممکن است بیشتر بر همبستگی یا بیشتر بر تفرّد تأکید کند. اگر جامعه‌ای با ساختار سلسله مراتبی شدید یا بالعکس دارای ساختار برابرخواهانه و مساوات‌جویانه داشته باشیم، هر کدام به نحو متفاوتی افراد را کنترل می‌کنند یا این که برای ابراز خود تشویق می‌نمایند؛ در این دوگونه جامعه نیز خلاقیت به نحو متفاوتی رخ می‌دهد. در جامعه‌ای که بیشتر به مبادله دموکراتیک اندیشه‌ها تمایل دارد و نظام‌های آموزشی و یادگیری در آن بیشتر بر آزمون و خطا تکیه کند (نه به بخاطر سپردن) و اجازه دهد افراد از طریق تجربه‌ها یا آزمون و خطای خود، دانش و تجربه را فرا بگیرند، شاهد افزایش بروز خلاقیت می‌باشیم.

به عبارت خلاصه، در جوامعی که فردگراترند (البته منظور از فردگرایی خودخواهی نیست بلکه فردگرایی اخلاقی همراه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی است)، برابرخواه‌تر هستند، دموکراتیک‌تر اداره می‌شوند، امکان آزمون و خطای بیشتری به افرادی می‌دهند، و نظام آموزشی و تعلیم و تربیتشان امکان تفکر انتقادی را بیشتر فراهم می‌کند، فرهنگ خلاقیت بسیار پر بار است و امکان بیشتری برای رشد نوآوری فراهم می‌آورند. و بالعکس، در جوامعی که محافظه‌کارترند، بر سنت و بازتولید آن بیشتر تأکید می‌کنند، به شدت سلسله مراتبی هستند و فاصله قدرت میان افراد بیشتر است، بر کنترل نفس، سرکوب خواسته‌ها و مهار خویشتن بیشتر تأکید می‌کنند و نظم اجتماعی آهنین اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد، در آموزش و پرورش تأکید بیش از حد بر یادگیری طوطی‌وار است 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 خلاقیت‌های جامعه چه سیاست و فعالیتی باید انجام داد. این موضوع بحث گسترده‌ای است اما به نحو اجمال می‌توان به چند نکته اشاره کرد. اولین اقدام تغییر نحوه رویکرد جامعه و برنامه‌ریزان به خلاقیت است. باید تلاش در مقوله خلاقیت را فقط به هنرمندان و نوابغ محدود نکنیم و نگاه نخبه‌گرا به خلاقیت را کنار بگذاریم. دیگر این که جامعه باید مشارکت بیشتری برای همگان در زمینه‌های مختلف فراهم کند تا افراد از طریق تجربه کردن، خلاقیت‌هایشان را بروز دهند. با افزایش مشارکت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مردم، تجربه‌های افراد بیشتر می‌شود و در



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

نتیجه امکان ایجاد موقعیت گفتگوی خلاقانه بیشتر فراهم می‌گردد. نکته سوم توجه به کنش‌های خلاق، نوآور و بدیع و اتخاذ سیاست‌های تشویقی در مورد این نوع کنش‌ها است. باید به این نکته توجه کنیم که نوآوری و خلاقیت مقوله‌ای تجملی، برای تولید لذت یا حتی نوعی فضیلت معنوی محض نیست، بلکه خلاقیت دارای ارزش اقتصادی و مادی نیز می‌باشد. لذا ثبت قانونی یک خلاقیت و نوآوری، میلیون‌ها دلار ارزش دارد. برای همین، اگر درصد بسط خلاقیت‌ها هستیم باید نظام مالکیت معنوی و حقوقی آثار هنری، علمی و خلاقیت‌های اجتماعی به صورت محکم و نظام‌مند شکل گیرد تا افراد بتوانند به خاطر نوآوری‌هایشان از حقوق مادی، معنوی و اجتماعی لازم بهره‌مند شوند.

دیگر این که اگر جامعه‌ای درصد توسعه فرهنگ نوآوری و خلاقیت باشد، باید با مفاهیمی مثل بدعت و نوآوری کفرآمیز برخورد نکرده، و نوآوری را به مثابه هدفی متعالی، سودآور و مفید بپذیرد. در این صورت، خلاقیت و نوآوری به یک ارزش تبدیل شده و انگیزه و زمینه بروز خلاقیت در میان افراد بالا می‌رود. تاریخ کشورها شاهد مجازات انبوه شاعران، نویسندگان، دانشمندان، اندیشمندان و نوآوران بوده است که مهمترین جرم آنها نوآوری بوده است. در این شرایط طبیعی است که هر کس تلاش می‌کند که از نخواستگی و نوآوری دوری کند.

همان طور که ذکر شد خلاقیت در یک نظام معنایی معین شکل پیدا می‌کند. نظام معنایی‌ای که اساساً فرد را به رسمیت می‌شناسد. جامعه‌ای که فرد، زندگی او و تجربه‌های او فاقد ارزش و اهمیت باشد یا انسان و فردیت او از کرامت و حرمت لازم برخوردار نبوده و انسان به خاطر انسان بودنش از ارزش برخوردار نباشد، نمی‌تواند انسان‌ها را به سوی یک تجربه خلاق هدایت کند. در نتیجه، اگر جامعه‌ای بخواهد به فرهنگ خلاقیت دست یابد، باید از منظر تازه‌ای به مقوله خلاقیت در حوزه‌های سیاستگذاری، آموزش و پرورش، مدیریت رسانه‌های جمعی و مؤسسات و نهادهای فرهنگی بنگرد. رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در توسعه فرهنگ خلاقیت دارند؛ زیرا این رسانه هستند که می‌توانند آگاهی جمعی ایجاد کنند و خلاقیت را به عرصه گفتمان عمومی بکشانند. یکی از موانع توسعه خلاقیت این است که در گفتمان عمومی، یعنی آن شیوه‌ای که مردم درباره خودشان و درباره دیگران سخن می‌گویند، خلاقیت از جایگاه چندان مهمی برخوردار نیست. وقتی مردم درباره زندگی و تجربیات خود سخن می‌گویند، عنصر نوآوری، خلاقیت و به اصطلاح بدیع و تازه بودن در رفتار، گفتار یا نوشتارشان چندان مورد توجه نیست. در نتیجه، باید تلاش کرد تا خلاقیت را از طریق رسانه‌های همگانی، آموزش و پرورش و مؤسسات و نهادهای فرهنگی به یک گفتمان عمومی تبدیل نماییم.



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

منابع و مآخذ

۱. افروغ، عماد (۱۳۷۹). فرهنگ شناسی و حقوق فرهنگی. تهران: مؤسسه فرهنگ و دانش.
۲. پهلوان، چنگیز (۱۳۸۲). فرهنگ شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن. تهران: قطره.
۳. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۲). آناتومی جامعه. تهران: شرکت سهامی.
۴. روح‌الامینی، محمود (۱۳۸۳). زمینه فرهنگ‌شناسی. قم: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۵. زند و کیلی، مهدی (۱۳۸۳). مردم‌شناسی فرهنگی. قم: زمزم هدایت.
۶. فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). «خلاقیت و فرهنگ؛ نقدی بر رویکردهای عامیانه به خلاقیت»، فصلنامه رشد علوم اجتماعی. دوره یازدهم، شماره ۳، بهار ۸۷.
۷. گلستان هاشمی، سیدمهدی (۱۳۸۲). مقدمه‌ای بر علم خلاقیت شناسی. اصفهان: جهاددانشگاهی دانشگاه صنعتی اصفهان.

مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای روزنامه همشهری

۱. Bohm, David (۱۹۹۸). On Creativity. Lee Nichol (ed.). London: Routledge.
۲. Negus, K. and Pickering, M. (۲۰۰۴). Creativity, Cultural Value and Communication. London: Sage publications.
۳. The Persian version of Wikipedia: The Free Encyclopedia.
۴. Website of Webster dictionary (<http://www.webster-dictionary.org>)



همایش ملی ایده‌های کارآفرینانه و فرصت‌های جدید کسب و کار

"Cultural creativity; a mechanism for individual self-actualization"

Alireza Samani*

Abstract:

Creativity is such as categories and topics that have been paid very little attention to it in our society, although there are a lot of creative activities. Two subjects should be separated one another; one talk about creativity and other creativity means the action or behavior of intellectuals, artists and generally creative people. It's creativity as an important topic in the discourse of cultural, not yet happened in our country and there is never enough attention to it. The volume of knowledge that we have producted about creativity, is few more of our creative effects. It is for the media, press, our schools and universities are producing so much text, but very small volume is about creativity. Our Mainstream Media also Produce analytical applications, but how much of it is about creativity, is very, very small and insignificant. Since that creativity is the engine of human history as well as a major cause of life satisfaction, we can well understand the remoteness of community-developed standards. In addition to our community, our young community, there is growing and creative potential even requires more creativity. Therefore, we need systematic knowledge about creativity to identify and analyze the present creativity and reach to ways for develop Potential creativity.

Key words: Culture, Creativity, Cultural creativity, Self-actualization.

* M.A. in Planning of Social Welfare AllamehTabatabai University ars62221@yahoo.com