

«صنایع خلاق، پیشران مشارکت اجتماعی»

خلاقیت مفهوم پربسامدی است که هر چه در جوامع امکان بروز و ظهور می‌یابد، تاثیرات ژرف و شگرفی را شکل می‌دهد. توجه روزافزون جوامع به این مفهوم و نتایج آن، منجر به شکل‌گیری صنایع خلاق شده است. بازیگر مهم این صنایع، طبقه نوظهوری با عنوان طبقه خلاق است که خود را منحصر به هوش و نخبگی علمی نمی‌کند. دست برتر این طبقه، خوب دیدن و توجه به فرصت‌هایی است که دیگران ساده از کنار آن‌ها عبور می‌کنند. حمایت، تسهیل‌گری و در نتیجه رشد صنایع خلاق، می‌تواند موجب گسترش این طبقه و مشارکت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی اعضای آن در جامعه شود.

زمانی یکی از بزرگ‌ترین آرزوهای کودکی و نوجوانی بسیاری از افراد، نخبه‌ی علمی شدن بود. اما در زمانه‌ی حاضر دیگر این‌طور نیست و با برجسته شدن مفاهیمی هم‌چون «خلاقیت»، نابغه‌های علمی یگانه‌نماینده‌ی «الگوهای موفق اجتماعی» نیستند. در حال حاضر، احتمالاً عضو «طبقه‌ی خلاق» شدن موثرتر از اثبات هوش و نخبگی علمی محسوب می‌شود.

• خلاقیت، هوش نیست

مفهوم «خلاقیت»، مفهومی سهل و ممتنع است. همه‌ی افراد، کم و بیش با آن مواجه شده و معنایش را می‌دانند، اما کمتر کسی توان تعریف این مفهوم را داراست. اگرچه علم هم نتوانسته یک تعریف جامع و قطعی از خلاقیت ارائه نماید اما می‌توان بنا بر شواهد، حدودی از این مفهوم و عوامل به وجود آورنده‌ی آن را بیان کرد.

برخی معتقدند که افراد خلاق همان افراد باهوش هستند و برخی دیگر بر این باور هستند که خلاقیت، هوش نیست. استنبرگ در کتاب خود با عنوان روانشناسی شناختی نظریه‌ی «سرمایه‌گذاری خلاقیت» را طرح می‌کند. طبق این نظریه برای آن که خلاقیت رخ دهد می‌بایست میان عوامل چندگانه‌ی فردی و محیطی هم‌گرایی پدید آید. آن‌چه موجب تمایز فرد بسیار خلاق و فرد کمتر خلاق می‌شود، تلاقی عوامل چندگانه است نه سطوح فوق‌العاده بالایی از یک عامل خاص یا حتی داشتن یک خصیصه‌ی بارز. استنبرگ بستر یکپارچه‌سازی عوامل گوناگون را این مهم می‌داند که فرد خلاق رویکرد خرید ارزان و فروش گران را با ایده‌ها اتخاذ می‌کند. در خرید ارزان، آفریننده ابتدا ظرفیت پنهان ایده‌هایی را که به نظر دیگران دارای ارزش کمی است متوجه می‌شود. آن‌گاه فرد خلاق توجه خود را معطوف به این ایده می‌کند. در زمانی که او به این ایده علاقه‌مند شده است، معاصرانش ایده‌ی مذکور را تشخیص نداده یا ارزش کمی برای آن قائل بوده‌اند؛ حال آن‌که ایده، ظرفیت بالایی برای یک تحول خلاق داشته

است. آن‌گاه آفریننده، آن ایده را به یک اثر خلاق مهم و معنادار تبدیل می‌کند تا در نهایت دیگران بتوانند ارزش ایده را تشخیص دهند. وقتی ایده توسعه یافت و ارزش آن شناسایی شد، آفریننده اثر آن را با قیمت بالا به فروش می‌رساند. او سپس تلاش خود را ادامه داده و به جست‌وجوی ظرفیت‌های پنهان در سایر ایده‌های کم‌بها می‌پردازد. در واقع شالوده‌ی نظریه سرمایه‌گذاری خلاقیت این است که داشتن خلاقیت منوط به بالاترین سطح هوش نیست. به عبارتی دیگر تلاش، تجمیع و تلفیق مهارت‌ها، کسب اطلاعات گوناگون و دریافتن فرصت‌هایی که دیگران بی‌توجه از کنارشان می‌گذرند در شکل‌گیری خلاقیت موثر است.

• طبقه‌ی خلاق

افراد خلاق عموماً با ایده‌های دیده نشده به عرصه‌های اجتماعی ورود پیدا می‌کنند. تا پیش از این، کلیشه‌های اجتماعی یکی از موانع رشد این افراد محسوب می‌شد. البته گذر زمان به تعادل این کلیشه‌ها کمک کرده است. روزی شاید نقاشی‌های خلاقانه‌ی ونسان ونگوگ که مطابق سنجه‌های زمانه‌ی خود نبود، بسیار بی‌ارزش به نظر می‌آمد اما امروزه ایده‌های خلاقانه، یکی از پرمخاطب‌ترین داشته‌های بشر محسوب می‌شود.

بسیاری از پلتفرم‌هایی که جوامع به طور روزمره از آن بهره می‌برند، حاصل پذیرش عمومی افراد خلاق است. این افراد، سازنده‌ی طبقه‌ی جدید و مهمی از جوامع امروزی به نام «طبقه‌ی خلاق» هستند. طبقه‌ی خلاق، مشتمل بر تمامی افرادی است که در زمینه‌های علوم و مهندسی، معماری و طراحی، آموزش، گونه‌های هنر و سرگرمی فعالیت دارند و کارکرد اقتصادی‌شان خلق ایده، محتوا و فناوری‌های جدید است. یکی از نکات قابل تامل در این تعریف، توجه به «کارکرد اقتصادی» است. به بیان دقیق‌تر، تبدیل ایده‌های خلاق به کسب‌وکار و ایجاد ارزش تجاری برای ایده‌ها، یکی از عوامل موثری است که میزان کارآمدی و ارزش خلاقیت را اثبات می‌کند. اعضای طبقه‌ی خلاق، کسانی هستند که از طریق خلاقیت، ارزش افزوده‌ی اقتصادی تولید می‌کنند. در تایید کارکرد اقتصادی طبقه‌ی مذکور، ریچارد فلوریدا پیش‌بینی کرده است که در قرن 21، این طبقه تقریباً یک سوم نیروی کار ایالات متحده آمریکا را تشکیل و نیمی از حقوق و دستمزد پرداختی در این کشور را به خود اختصاص می‌دهد. همان‌طور که در تعریف خلاقیت مطرح شد، افراد می‌توانند سطح هوش انیشتین را نداشته باشند و باهوش محسوب نشوند اما در طبقه‌ی بسیار تاثیرگذار و مولدی به نام طبقه‌ی خلاق قرار گیرند و تغییرات مهم اجتماعی ایجاد کنند.

• صنایع خلاق و تسهیل مشارکت اجتماعی

توجه روزافزون جوامع به خلاقیت و نتایج مهم آن، آغاز روندی بود که به شکل‌گیری صنایع خلاق انجامید. بر اساس تعریف آنکتاد، صنایع خلاق چرخه‌هایی از خلق، تولید و توزیع کالا و خدمات هستند که خلاقیت و سرمایه‌ی فکری را به عنوان ماده‌ی خام به کار می‌گیرند. این صنایع متشکل از مجموعه فعالیت‌های دانش‌بنیان است که بر هنر تمرکز دارد اما محدود به آن نمی‌شود. از جمله ظرفیت‌های مهم این صنایع، درآمدزایی از داد و ستد و حقوق مالکیت معنوی است.

صنایع خلاق بستری برای مشارکت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی طبقه‌ی خلاق در جامعه محسوب می‌شود. حمایت، تسهیل‌گری و در نتیجه رشد این صنایع می‌تواند موجب گسترش این طبقه گردد. طبقه‌ای که برای اثرگذاری اجتماعی، نیازمند سطح بالای هوش و نخبگی نیست و خود را منحصر به طبقه نوابغ نمی‌کند.

با لحاظ این مهم، حمایت از صنایع خلاق و گسترش امکان ورود به این طبقه، شروعی برای تغییر مرجعیت فکری در جوامع است. به زودی باید شاهد افراد موفق‌تری بود که بیش از آن‌که به واسطه‌ی هوششان مورد توجه اجتماع قرار گیرند، به دلیل «خوب دیدن، توجه به فرصت‌ها و دستیابی به ایده‌های خلاقانه در عرصه‌ی نیاز جوامع» شناخته شده‌اند.

از آن جهت که هوش امری انتسابی است ولی خلاقیت می‌تواند تحت تاثیر شرایطی کسب شود، احتمالاً در آینده باید انتظار فضایی عادلانه‌تر در ایجاد فرصت‌های مشارکت و تاثیرگذاری اجتماعی را داشت.