



این روزها همه از خلاقیت حرف می‌زنند شما چطور؟



نوشته‌ی حسام سلامت

تیر ۱۳۹۹

توضیح: متن حاضر نسخه‌ی مکتوب صحبتی است که اسفند ماه ۹۷ در «سمینار خلاقیت» که به میزبانی «مؤسسه‌ی پژوهشی کودکان دنیا» برگزار شد، ارائه کردم. خط سیر مباحث و شیوه‌ی پیشروند موضوع همانی است که در صحبتم پیش گذاشتم. صرفاً لحن شفاهی صحبت را اندکی تعدیل کردم و پاره‌ای جملات را به قصد تصریح دعاوی بحث بازنوشتم.

...

سلام. روزتان بخیر. امیدوارم قیراق و سرحال باشید. من برخلاف دوستانی که قبل از من صحبت کردند یک مقداری بحثم نظری‌تر خواهد بود. در واقع صحبت‌م را در دو بخش ارائه خواهد داد. بخش اول کم‌وبیش نظری است. در بخش دوم تلاش خواهم کرد درباره‌ی شکل غالب خلاقیت در جامعه‌ی معاصر با شما صحبت کنم. می‌خواهم بپرسم چرا مفاهیمی مثل خلاقیت، انسان خلاق و مفاهیم همبسته‌ی آنها مثل نوآوری، کارآفرینی و امثالهم اینقدر در زمانه‌ی ما پُرکاربرد شده‌اند. اول از هر چیز بپرسم وقتی از خلاقیت حرف می‌زنیم از چه چیزی حرف می‌زنیم؟ تلاش خواهم کرد در ۶ حوزه خیلی مختصر و فشرده به شما بگویم که خلاقیت از چه قرار است. در دین، در هنر، در علم، در فلسفه، در سیاست و در اقتصاد. فکر می‌کنم وقتی در این ۶ حوزه از خلاق بودن حرف می‌زنیم معانی متفاوتی را مد نظر داریم. اجازه بدهید توضیح بدهم.

اول از دین شروع کنیم. اما چرا از دین؟ به این دلیل ساده که اولین خالق خداست. ایده‌ی creation در مقام خلقت اساساً یک ایده‌ی دینی است. در واقع اول بار در حوزه‌ی دین - و مشخصاً خداشناسی - بود که پای مفهوم خلق کردن و آفریدن به میان آمد. البته بحث من به صورت مشخص به ادیان ابراهیمی محدود می‌شود. چون در ادیان ابراهیمی است

که خداوند به معنای دقیق کلمه خالق است و به معنای دقیق کلمه از هیچ خلق می‌کند. به تعبیر لاتین، فعل خلاقانه‌ی خداوند از هیچ سربرمی‌آورد: creation ex nihilo (خلق از هیچ). خدای ادیان ابراهیمی از عدم، از درون نیستی خلق می‌کند اما خدا در یونان باستان کارش خلق جهان نیست. جهان «قدیم» است و به مثابه‌ی یک ماده‌ی بدون شکل (همان «هیولا») از ازل وجود داشته است. خدای یونانی تنها به جهان فرم می‌دهد. عین مجسمه‌سازی که به سنگ، گچ یا هر ماده‌ی از-پیش-داده‌ی دیگری شکل می‌بخشد و آن را به کسوت یک فرم زیباشناختی درمی‌آورد. خدای یونان بیشتر یک مجسمه‌ساز است. ولی خدای ادیان ابراهیمی به معنای دقیق کلمه یک خالق است.

وقتی در هنر از خلاقیت و آفرینندگی حرف می‌زنیم از چه چیزی حرف می‌زنیم؟ چنانکه می‌دانیم با چیزی کلی به نام هنر سروکار نداریم. باید درباره‌ی هنرهای هفتگانه حرف بزنیم و در هر یک از آنها روشن کنیم که معنای خلاقیت چیست. چند مورد را بررسی کنیم. در ادبیات و مشخصاً در شعر وقتی از خلاقیت حرف می‌زنیم مسئله بر سر خلق چیست؟ طبعاً زبان. در شعر مسئله خلق کردن خودِ زبان است. چرا نیما برای ما مهم است؟ چون با نیما شما عملاً با قسمی خلق زبان مواجهید و با انقلاب در زبان شاعرانه سروکار دارید. انقلاب خودش بالاترین شکل خلاقیت است. بنابراین وقتی از خلاقیت در شعر سخن می‌گوییم منظورمان همین است. یک زبان نو باید ابداع شود. چه کسی در شعر خالق‌تر است؟ کسی که زبان مبدعانه‌تری بیافریند. برای همین است که نیما هنوز اهمیت‌اش را حفظ کرده است. برای همین است که فروغ هنوز برای ما مهم است. در هر یک از اینها ما با انقلابهای مشخصی در زبان شاعرانه طرفیم. خلاقیت در نقاشی به چه معناست؟ به نظرم خلق خط و رنگ در ترکیب‌بندی‌های جدید بر روی یک صفحه. اصلاً نقاشی جز خط و رنگ مگر چه چیزی دارد؟ پرسش خلاقیت در حوزه‌ی نقاشی از این قرار است که شما چگونه ترکیب‌بندی مبدعانه‌ای از خط‌ها و رنگ‌ها بدست بدهید تا بتوانید نقاشی جدیدی خلق کنید و تصویری بیافرینید که تکرار گذشته یا عملاً

بازتولید سنت‌های پیش از شما نباشد. سینما چه چیزی خلق می‌کند؟ تصویر سینماتوگرافیک. ویژگی تصویر سینماتوگرافیک چیست؟ آمیزه‌ای از حرکت و زمان. به قول دولوز کار سینما همین است. در واقع سینما به زبان تصویر-حرکت و تصویر-زمان حرف می‌زند. سینمای خلاق زبان سینما را به اتکای آفرینش ترکیب‌بندی‌های نوآورانه‌ی حرکت-در-زمان و زمان-در-حرکت در قالب تصویر سینماتوگرافیک بسط می‌دهد.

قلمرو هنر را ترک کنیم و به سراغ حیطه‌ی فلسفه برویم. وقتی در فلسفه از خلاقیت حرف می‌زنیم منظورمان چیست؟ فلسفه با مسئله‌ها و مفهوماها کار می‌کند. بنابراین خلاقیت در قلمرو فلسفه خلق مفاهیم نوپدید و آفرینش مسئله‌های نوظهور است. تاریخ فلسفه چیزی نیست جز تاریخ مسئله‌های جدید و مفاهیم جدید. یا دست‌کم بازصورت-بندی مسئله‌های قدیم به شکل جدید و بازتعریف مفاهیم قدیم در یک صورت‌بندی نوین. اما علم. دست‌کم از یک حیث بین فلسفه و علم شباهت و نزدیکی هست. چون در واقع کار علم هم اینست که مسئله‌های جدید پیش بگذارد. علم گامی به جلو بر نمی‌دارد مگر اینکه بتواند مسئله‌های جدید خلق کند. اما تفاوت علم با فلسفه چیست؟ اینکه در مواجهه با مسئله‌ها دغدغه‌ی اول و آخرش حل و رفع آنهاست. علم چگونه مسئله‌هایش را حل می‌کند؟ از مجرای خلق تکنیک‌ها و روش‌های جدید. در فلسفه هیچوقت مسائل یکبار برای همیشه حل نمی‌شوند. مسئله‌های فلسفی می‌توانند بارها و بارها بازگردند و به اشکال مختلفی بازصورت‌بندی شوند. در علم اما اصولاً همه‌چیز به حل مسئله برمی‌گردد. به یک معنا خلاقیت علم توانایی آن در حل مسئله است. علم خلاق علمی است که بتواند مسئله‌های بیشتری را حل کند. و این، خود، مستلزم چیزی کمتر از آن نیست که توانسته باشد مسئله‌های بیشتری تولید کند.

اما خلاقیت در سیاست به چه معناست؟ آیا در حوزه‌ی سیاست هم می‌توان از خلاقیت و آفرینندگی حرف زد؟ سیاست چه چیزی خلق می‌کند؟ احتمالاً اول از هر چیز به نظر می‌رسد که کار سیاست ابداع شیوه‌های حکمرانی باشد. اما من فکر می‌کنم کار سیاست

خلق تعریف جدیدی از نسبت مردم و حکومت است. سیاست به معنای مدرن کلمه آنجایی زاده می‌شود که مردم در رابطه با حکومت دیگر ابژه‌ی منفعلی که باید حکومت شوند نیستند بلکه به کسوت سوژه‌های فعالی درمی‌آیند که به سهم خود، مؤلف و بسازنده و آفرینشگرند. به این اعتبار، آن لحظه‌هایی با سیاست به معنای مدرن کلمه مواجهیم که مردمی ساخته می‌شوند که می‌خواهند سرنوشت خودشان را از مجرای کنشگری فعالانه به دست بگیرند و تاریخ‌شان را به دست خود بسازند. به این معنا، سیاست همیشه کمیاب و استثنایی است: لحظه‌های نادری در تاریخ سراغ داریم که مردمی در کارند که عوض تن دادن به سازوکارهای حکومت‌شدن به دست یک قدرت فرادست بیگانه ترجیح می‌دهند خود بر خود حکومت کنند.

اما حوزه‌ی آخری که بحث من بیشتر بر سر آن درنگ خواهد کرد و فکر می‌کنم اینجاست که داستان خیلی مهم می‌شود اقتصاد است. در اقتصاد مسئله بر سر خلق چیست؟ روشن است: ثروت. وقتی از خلاقیت در حوزه‌ی اقتصاد حرف می‌زنیم از خلق ثروت یا، به تعبیر دقیق‌تر و فنی‌تر، سرمایه حرف می‌زنیم. اقتصاد باید بتواند سرمایه خلق کند. اقتصادی نیرومندتر است که بتواند سرمایه‌ی بیشتری بیافریند. ما امروز با نظام سیاسی-اقتصادی‌ای که بیشترین ثروت و سرمایه را در طول تاریخ خلق کرده و هر روز هم بیشتر و بیشتر دستخوش ثروت‌اندوزی و سرمایه‌آفرینی است به خوبی آشناییم: کاپیتالیسم. جامعه‌ی امروز ما از بیخ و بن جامعه‌ای سرمایه‌دارانه است. حال پرسیم نسبت سرمایه‌داری با خلاقیت چیست؟ گفتن ندارد که سرمایه‌داری بیش از هر نظام دیگری در تاریخ بشری با ضرورت خلاقیت، ابداع و نوآوری عجین شده است. بحث‌مان که پیش برود توضیح خواهم داد که چرا فکر می‌کنم خلاقیت به شکل فزاینده‌ای اهمیت و تعیین‌کنندگی بیشتری در زندگی اجتماعی ما پیدا کرده است. اینکه همه‌جا می‌شنویم که باید انسان خلاق بود، که راز موفقیت در ابتکار است، که برنده‌ها آنهایی هستند که شجاعت نوآوری دارند و غیره و غیره، به سادگی و در نهایت صراحت گویای این

حقیقت است که بیش از پیش دستخوش ادغام در جامعه‌ی سرمایه‌دارانه‌ای شده‌ایم که به حکم منطق آشتی‌ناپذیرش همواره به ابتکارات و خلاقیت‌های توقف‌ناپذیر نیازمند است. اجازه دهید برای اینکه موضوع را دقیق‌تر پیش ببریم به کتاب «مانیفست کمونیست» کارل مارکس رجوع کنیم که مستقیماً به ماجرای تعیین‌کنندگی خلاقیت در شیوه‌ی تولید سرمایه‌داری ربط دارد:

«سرمایه‌داری بدون ایجاد انقلاب دائمی در ابزار تولید و از این رهگذر، بدون ایجاد انقلاب در مناسبات تولید و همراه با آنها، کل مناسبات جامعه نمی‌تواند به حیات خویش ادامه دهد». مارکس در همین جمله‌ی اول بر این حقیقت دست می‌گذارد که سرمایه‌داری هر لحظه باید به سبک و سیاقی انقلابی در شیوه‌های تولید، شیوه‌های کسب و کار و شیوه‌های زندگی دگرگونی ایجاد کند. چنان که پیشتر گفتم حد اعلای تجربه‌ی خلاقیت یا دست‌کم سودای خلاقیت خود انقلاب است. هیچ انقلابی نیست که صرفاً نفی باشد. هر انقلابی از هر نوع آن با بارقه‌های امیدوارانه‌ی آفرینش امر نو گره خورده است. تا جایی که به مارکس مربوط می‌شود، او فکر می‌کند که جامعه‌ی سرمایه‌داری‌ای که به شکل روزمره تجربه‌اش می‌کنیم بدون انقلاب در ابزارهای تولید و بدون دگرگونی خلاقانه در شیوه‌های تولید نمی‌تواند دوام بیاورد. محال است بتوان سرمایه‌داری را بدون کالاهای جدیدتر، بدون کسب‌وکارهای جدیدتر، بدون مُدهای جدیدتر و غیره و غیره تصور کرد. اگر سرمایه‌داری حتی یک روز از ابتکار و خلاقیت بازایستد با مغز به زمین می‌خورد. بنابراین اهمیت روزافزون خلاقیت را باید در نسبت با منطق جامعه‌ای فهمید که عملاً با مناسبات سرمایه‌دارانه یکی شده است. به مارکس بازگردیم: «برعکس، نخستین شرط هستی تمامی طبقات صنعتی پیشین، حفظ شیوه‌های کهن تولید به شکل سابق بوده است». از جمله ویژگی‌های جوامع پیشاسرمایه‌داری محافظه‌کاری فراگیرشان بود. در واقع با جوامعی سروکار داشتیم که شرط تداوم‌شان در تکرار بی‌تفاوت نهادها و روش‌ها و رویه‌هاشان بود و از این حیث عموماً در هیچ حوزه‌ای روی خوشی به ابداع،

آفرینش، نوآوری و ابتکار نشان نمی‌دادند. سرمایه‌داری اما به گونه‌ای ریشه‌ای از خلاقیت اعاده‌ی حیثیت کرده است. به قول مارکس «ایجاد انقلاب پیایی در تولید، آشفته‌گی بی‌وقفه‌ی تمام اوضاع اجتماعی، ناپایداری و بی‌قراری بی‌پایان، دوران بورژوازی را از تمام دوران‌های پیشین متمایز می‌کند». دقت کنید. می‌گویید ناپایداری و بی‌قراری ویژگی جامعه‌ی جدید است. جامعه‌ای که هر لحظه به نوعی درگیر انقلاب در شیوه‌های تولید، شیوه‌های کسب‌وکار، شیوه‌های زندگی، تکنولوژی و غیره و غیره است نمی‌تواند جامعه‌ی بی‌قرار و ناپایداری نباشد. به قول مارکس «تمام مناسبات تثبیت‌شده و سخت منجمد همراه با زنجیری از پیش‌داوری‌ها و نظرات کهنه و مقدس فرومی‌پاشند و هر آنچه به تازگی شکل گرفته است پیش از آنچه قوام گیرد منسوخ می‌شود». در متن جامعه‌ی سرمایه‌دارانه هر آنچه امروز پا بگیرد پیش از آنکه به واقع تثبیت شود در خطر آن است که فردا جایش را به کالا، سَبک، روش، تکنولوژی، مُد و کسب‌وکار جدیدی بدهد و خودش به بخشی از خاطره و تاریخ بدل شود. چیزها پیش از آنکه قوام گیرند منسوخ می‌شوند و از دهان می‌افتند. «هر آنچه سخت و استوار است دود می‌شود و به هوا می‌رود. آنچه مقدس است نامقدس می‌شود. و سرانجام آدمی ناگزیر می‌شود با دیدگان هوشیار با شرایط واقعی زندگی و مناسبات خویش روبرو شود». بعدها ژوزف شومپیتر، اقتصاددان اتریشی، با الهام از همین صورت‌بندی مارکس برای توصیف نیروی پیشبرنده و موتور محرک سرمایه‌داری مفهوم «تخریب خلاقانه» را ابداع کرد. به باور شومپیتر، خلاقیت به معنای دقیق کلمه نمی‌تواند وجود داشته باشد مگر آنکه هر آنچه را پیش از این بوده تخریب‌گرانه کنار بزند تا فضا را برای جولان خودش باز کند. مشخصه‌ی بارز آنچه از آن به انسان کارآفرین، جامعه‌ی کارآفرین و اقتصاد مبتنی بر کارآفرینی تعبیر می‌شود که اینروزها به ترجیع‌بند جامعه‌ی جهانی بدل شده و در ایران نیز به شدت تبلیغ می‌شود، همین تخریب خلاقانه است. شعار کارآفرینی این است که هیچ نوآوری‌ای بی‌هزینه نیست: اگر قرار باشد ابداعی صورت بگیرد و خلاقیتی اتفاق بیافتد خیلی چیزها به

ناگزیر باید از دست برود، از اعتقادات و باورها گرفته تا نهادها، بنگاه‌ها، مشاغل و کسب‌وکارها. در جامعه‌ای که رویای کارآفرینی می‌بیند دیگر کارمند و زندگی کارمندی جای چندانی ندارد. کار کارمند تکرار بی‌خلاقیت رویه‌های تثبیت‌شده‌ی اداری است اما کارآفرین به زندگی بخور و نمیر کارمندی راضی نیست و برای همین همواره در تقلاست که با تشخیص نبض بازار برای فروش بیشتر کالای بهتر دست به ایده‌پردازی مبتکرانه بزند. با این اوصاف، جامعه‌ی سرمایه‌داری متأخر با گذار از انسان کارمند به انسان کارآفرین تعریف می‌شود. گفتار هژمونیک کارآفرینی همه‌ی شورمندی انتقادی خلاقیت را به درون کشیده و به نفع خود مصادره کرده است. از اینجاست که به نظر می‌رسد در وضعیت معاصر با سازوکاری طرفیم که بیراه نیست اگر آن را «تجاری‌سازی خلاقیت» بنامیم. در متن چنین موقعیتی نوآوری‌ها، ابتکارات و خلاقیت‌ها بیش از هر چیز در خدمت استارت‌آپ‌های جدید، بنگاه‌های اقتصادی نوظهور، کسب‌وکارهای نورسیده و شرکت‌های بزرگ و کوچک نوپدید عمل می‌کنند و در یک کلام به استخدام سرمایه‌داری متأخر درمی‌آیند. فراگیرترین و رساترین گفتارهایی که اینروزها از ضرورت خلاق بودن و برگ برنده‌ی خلاقیت حرف می‌زنند گفتارهایی‌اند که مستقیم و غیرمستقیم از علم اقتصاد و علم مدیریت مشروعیت می‌گیرند و از این حیث، خلاقیت را پیشاپیش به منطق سرمایه‌آفرینی گره زده‌اند. تحول در نظام کسب‌وکار و چرخش پارادایمی شیوه‌ی تولید به جانب اقتصاد دانش‌بنیان و دست‌بالا گرفتن گفتار کارآفرینی جملگی، هر یک به نوعی، در تجاری‌سازی خلاقیت نقش‌آفرینی کرده‌اند. چنانکه پیداست سرمایه‌داری متأخر انرژی‌ها و شورمندی‌های خلاقیت را تصرف کرده و از آن خود ساخته است. با انبوهی از کتاب‌ها، شعارها، جملات قصار، سمینارها و سخنرانی‌های انگیزشی طرفیم که از دهان کارشناسان کاربلد و مدیران موفق و کارآفرینان نمونه از راهکارها، تکنیک‌ها و فوت‌وفن‌های موفقیت در سایه‌ی خلاقیت‌های بازارپسند و بازاریابی‌های خلاقانه حرف

می‌زنند. انسان خلاق، به تعبیر سرراست کلمه، همان «بچه‌زنگ»ی است که نبض بازار را می‌شناسد و راه و رسم فروش خلاقانه را بلد است.

همینجاست که به گمانم باید در برابر «خلاقیت تجاری» از قسمی «خلاقیت مدنی» سخن گفت که سودایش، برخلاف اولی، کالایی‌سازی ایده از مجرای برپایی یک کسب‌وکارِ نوظهور پول‌ساز نیست. خلاقیت مدنی عوض تمرکز بر انباشت حداکثری منفعت خصوصی (همان سود) به تولید بیشینه‌ی خیر همگانی فکر می‌کند. از همین روست که به نظرم می‌رسد خلاقیت مدنی اساساً دست‌اندرکار شرح و بسط نوآورانه‌ی امکان‌های برابری و آزادی است. پرسش حیاتی در اینجا این است که به اتکای چه روش‌های نوآورانه، کدام رویه‌های ابتکاری، چه نوع نهادهای مبدعانه و چه قسم سازمان‌یابی‌های خلاقانه‌ای می‌توان جامعه‌ای عادلانه‌تر داشت؟ جامعه‌ی عادلانه در مقام جامعه‌ای که بر وفق اصل آزادی و اصل برابری سامان گرفته باشد همان جامعه‌ای است که می‌توان آن را یک جامعه‌ی دموکراتیک نامید. با این وصف، خلاقیت مدنی در پیوند با ایده‌ی دموکراسی است. اما دموکراسی چیزی بیش از یا حتی چیزی غیر از یک شیوه‌ی حکمرانی است. دموکراسی را باید به مثابه‌ی یک شیوه‌ی زندگی فهمید که درون سامان‌یابی آزادانه و برابرانه‌ی جامعه ممکن می‌شود. ساختن چنین جامعه‌ای مستلزم کثرتی از ابداعات سیاسی و خلاقیت‌های اقتصادی است که با وجود انسدادها و بن‌بست‌هایی که جامعه‌ای چون جامعه‌ی ما گرفتار آن است، دسترس‌ناپذیر یا دست‌کم دور دست به نظر می‌رسند. با اینهمه «مسئله‌ی خلاقیت» همیشه این است که به رغم شرایط، به رغم محدودیت‌ها و به رغم بن‌بست‌ها عمل کند. اساساً خلاقیت آنجایی به واقع معنا دارد که یک سوژه‌ی فردی یا جمعی با وجود همه‌ی انسدادها و با وجود هزار و یک مانع و دیوار بتواند کنشگرانه عمل کند، دست به ابداع بزند و از روی دیوار بپرد. همه‌ی اینها را گفتم تا نهایتاً بگویم که باید ایده‌ی خلاقیت را از دست کارآفرین‌ها نجات داد و از چنگ بازار سرمایه‌دارانه بیرون کشید و بازتفسیری سیاسی-مدنی از آن به دست

داد. ما به خلاقیت نیاز داریم، اما نه آنچنانکه تبلیغاتچی‌های جامعه‌ی تجاری از آن حرف می‌زنند. ما به خلاقیت‌های جمعی برای ساختن یک جامعه‌ی آزادانه‌تر و برابرانه‌تر نیاز داریم.

ممنون که گوش دارید. دم همگی گرم!