



خودباوری در خلاقیت

در جستجوی
خلاقیت گمشده

نماد دربرگیرنده
مهدی کیامهر و مرتضی خضری پور

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

نویسنده: تام و دیوید کلی
مترجمان: مهدی کیامهر (عضوهیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف)

و مرتضی خضری پور قرائی

نسخه پرداز: لعیا نبی فر

مدیر هنری و طراح جلد: مجید زارع

چاپ پنجم: پاییز ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۱۱-۷

ناشر: آریانا قلم

نشانی: خیابان سهروردی جنوبی، ملایری پور غربی، پلاک ۳۷، واحد همکف

تلفن: ۸۸۳۴۲۹۱۰

فروشگاه اینترنتی: www.AryanaGhalam.com

همه حقوق برای گروه پژوهشی صنعتی آریانا محفوظ است.

هرگونه تقلید و استفاده از این اثر به هر شکل، بدون اجازه کتبی ممنوع است.

سرشناسه: تام و دیوید کلی / Kelley, Tom & David

عنوان و نام پدیدآور: خودباوری در خلاقیت / نویسنده تام و دیوید کلی

ترجمه مهدی کیامهر و مرتضی خضری پور قرائی .

مشخصات نشر: تهران: آریانا قلم، ۱۳۹۴.

مشخصات ظاهری: ۳۲۸ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۷۷-۱۱-۷

وضعیت فهرست نویسی: فیپای مختصر

یادداشت: عنوان اصلی: Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All, 2013

یادداشت: فهرست نویسی این اثر در نشانی Opac.nlai.ir قابل دسترس است.

شناسه افزوده: کیامهر، مهدی ۱۳۶۰

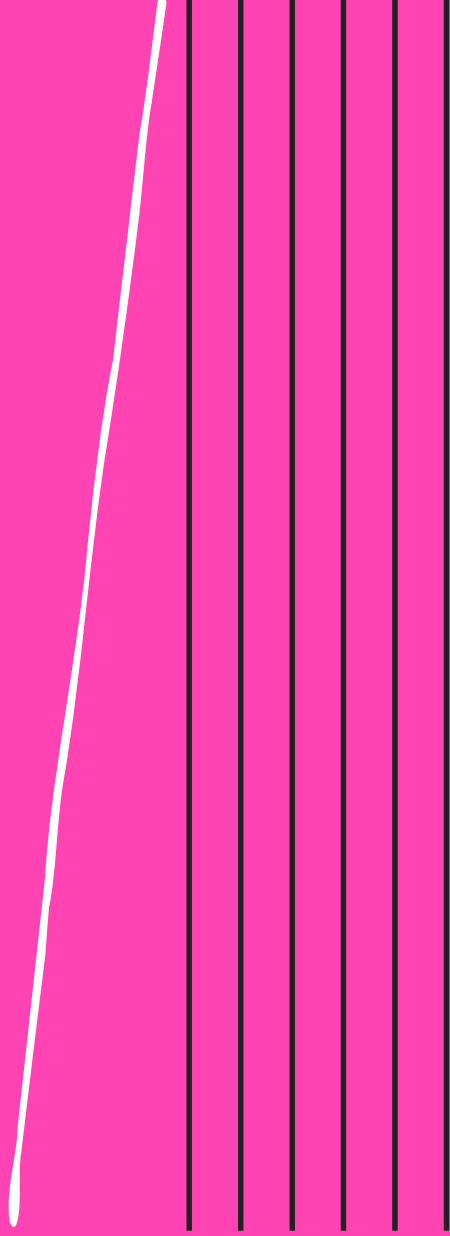
شناسه افزوده: خضری پور قرائی، مرتضی ۱۳۶۳

شماره کتاب شناسی ملی: ۳۸۳۰۵۸۱



خودباوری در خلاقیت . در جستجوی خلاقیت گمشده . تام و دیوید کلی

مهدی کیامهر (عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف) و مرتضی خضری پور



تلاش کنید در دنیا **ثوری** بگذارید / استیو جانز



حتماً برای شما هم بسیار پیش آمده است که با شنیدن پرسش‌ها و سخنان خلاقانهٔ کودکان به وجد آمده و از قدرت خلاقیت آنها متعجب شده باشید و احتمالاً تصدیق می‌کنید که بسیاری از کودکان در فاصله سنی سه تا پنج سال این‌گونه‌اند. آنها با شیرین‌کاری‌های شان هر جمعی را سرگرم و مشغوف می‌کنند.

اما چرا خلاقیت را در بزرگسالان و در محیط‌های کاری کمتر مشاهده می‌کنیم؟ یافتن کارکنان خلاق از جمله کارهای پرهزمت سازمان‌هاست. آیا خلاقیت نعمتی خدادادی است که به برخی عطا شده است و برخی فاقد آن‌اند. یا اینکه همه از این نعمت و موهبت الهی برخوردارند اما در برخی پرورش می‌یابد و در برخی زایل می‌شود؟ برادران کلی به سناریو دوم باور دارند و معتقدند می‌توانیم در هر سن و موقعیت کاری دوباره خلاقیت درونی خود را باور و آن را احیا کنیم. آنها در این کتاب به خوبی ایده‌هایی مطرح کرده‌اند تا ما را به خودباوری در خلاقیت رهنمون کنند.

با این باور نه‌تنها می‌توانیم خود به خودباوری در خلاقیت برسیم بلکه در رسیدن دیگران به خودباوری در خلاقیت نیز نقش‌آفرین می‌شویم. امیدواریم شما نیز از خواندن این کتاب لذت ببرید و در همراهی با نویسندگان تمرین‌های آن را انجام دهید.

زمان شما محدود است، پس با زندگی کردنِ زندگی کسی دیگر، آن را هدر ندهید. در تلهٔ عقاید تعصبی نیفتید که همانا زندگی با نتایج تفکر افراد دیگر است. اجازه ندهید هیاهوی نظرات دیگران، ندای درونی شما را خاموش کند. و از همه مهم‌تر، شهامت پیروی کردن از احساس و شهودتان را داشته باشید.

استیو جابز

احتمالاً این جملات الهام‌بخش استیو جابز در دانشگاه استنفورد را شنیده‌اید. به‌راستی چگونه می‌توانیم زندگی منحصر به فرد خودمان را زندگی کنیم و اثری متفاوت «از جنس خودمان» بر دنیا بگذاریم؟ چند درصد از انسان‌ها خودشان را «همان‌گونه که به واقع هستند» باور کرده‌اند و کارهای معنادار و دلخواه‌شان را انجام می‌دهند؟ اندکی به این فکر کنید که چرا پاسخ به این سوال چندان دلگرم‌کننده نیست...

پژوهش‌های بسیار پیرامون مقولهٔ خلاقیت نشان می‌دهد ریشه‌های این پدیدهٔ شوم به سال‌های ابتدایی زندگی مان باز می‌گردد و این قوای پایه و ذاتی ما (خلاقیت) به واسطهٔ آموزش‌های رایج و فشارهای اجتماع، به مرور تحلیل می‌رود و عضله‌ای که می‌تواند در انجام کارهای حقیقتاً تاثیرگذار به کار گرفته شود، رفته‌رفته فلج می‌شود و از کار می‌افتد.

این وضعیت، واقعاً دردناک و تاسف‌آور است؛ اما آیا در انتهای این تونل تاریک، نوری وجود دارد؟ خوشبختانه پاسخ این سوال، مثبت است؛ اما طبیعی است نقصانی که در طول سال‌ها در ما ایجاد شده،

یک‌شبه و به راحتی قابل بازگشت نباشد. نمی‌توان انتظار داشت پرنده‌ای که سال‌ها بال‌وپرش بسته بوده و یا فضای کافی برای پرواز نداشته است، به یکباره اوج بگیرد.

برادران کلی که شرکتی بین‌المللی با محوریت خلاقیت و نوآوری را اداره می‌کنند، فعالیت حرفه‌ای چندین ساله خود را، برای کمک به انسان‌ها در کسب خودباوری در خلاقیت و نهایتاً خودکارآمدی در زندگی، الهام‌بخش یافته و هوشمندانه تلاش کرده‌اند تنها به بیان اهمیت و جذابیت این مفاهیم بسنده نکنند؛ بلکه کوشیده‌اند از طریق مثال‌های غنی و ابزارهای کاربردی، در برداشتن گام‌های بعدی که پاشنه‌آشیل تحول‌های فردی هستند نیز اثرگذار باشند.

کتاب علاوه بر دارا بودن ماهیتی گام‌به‌گام و رویکردی عمل‌گرایانه جهت کسب خودباوری در خلاقیت برای زندگی فردی، در موفقیت مدیران و سازمان‌ها نیز می‌تواند نقش بسیار موثری ایفا کند. نویسندگان کتاب، تجربه طولانی در کمک به شرکت‌هایی را دارند که از طریق طراحی و نوآوری، برای مشتریان‌شان خلق ارزش می‌کنند و در همین مسیر، روش نوآوری «تفکر طراحی» را نیز گسترش داده‌اند که ویژگی بارز آن، انسان‌محور بودن است. معرفی این روش به جامعه کسب‌وکار ایران نیز، یکی از اهداف اصلی ترجمه این کتاب بوده است.

بر خود لازم می‌دانیم سپاس بی‌پایانمان را نثار خوانندگان فهیم فارسی‌زبان کنیم که با استقبال بی‌نظیرشان از چاپ اول کتاب، مایه دلگرمی ما را فراهم آوردند. بدون شک دیدگاه و عملکرد حرفه‌ای و شایسته دوستانمان در انتشارات آریانا قلم در این موفقیت سهم به‌سزایی داشته است. امیدواریم اثری هرچند کوچک در تقویت خودباوری در خلاقیت‌تان بگذاریم و شاهد اثرگذاری چشم‌گیر شما عزیزان و سازمان‌های ایرانی در ساختن آینده‌ای روشن‌تر و بهتر باشیم.

فهرست

- پیش‌گفتار. دیوید و تام کلی ۱۳
- مقدمه. قلب نوآوری ۱۷
- تلنگر. از تفکر طراحی تا خودباوری در خلاقیت ۲۹
- شهامت. از ترس تا شهامت ۵۷
- جرقه. از صفحه خالی تا بینش ۹۵
- جهش. از برنامه ریزی تا عمل ۱۴۷
- جست‌وجو. از وظیفه تا علاقه ۱۹۷
- تیم. گروه‌های خودباور در خلاقیت ۲۲۹
- حرکت. ایجاد خودباوری در خلاقیت ۲۷۳
- و اما بعد. خودباوری در خلاقیت را بپذیرید ۳۰۹

این کتاب را ما دو برادر نوشته‌ایم. تمام عمرمان را در صمیمیت و نزدیکی با هم سپری کرده‌ایم. در شهر کوچک اوهایو^۱ تابستان‌ها با هم در یک تیم بیس‌بال بازی می‌کردیم و زمستان‌ها قلعه برفی می‌ساختیم. چهارده سال با هم در یک اتاق زندگی می‌کردیم و روی دیوارهایش، پوسته‌های ماشین‌های قدرتمند و اسپرت چسبانده بودیم. به یک مدرسه می‌رفتیم، در یک تیم بیس‌بال بازی می‌کردیم، عضو یک گروه پیشاهنگی بودیم، با هم به تعطیلات خانوادگی در دریاچه اری^۲ می‌رفتیم، و یک بار با والدین و دو خواهرمان کل مسافت اوهایو تا کالیفرنیا را از راه جاده رفتیم و برگشتیم و روز و شب را در فضای بیرون و چادر سپری کردیم. خیلی از وسایل را اوراق کردیم، البته توانستیم برخی را دوباره روی هم سوار کنیم.

اما رابطه خیلی نزدیک و زندگی‌های با فصل مشترک زیاد به این معنا نبود که مسیر واحدی را در زندگی طی می‌کردیم. دیوید همیشه کمی عجیب و غریب بوده است. درس مورد علاقه‌اش در دبیرستان، هنر بود و با دوستانش در گروه موسیقی محلی‌ای به نام سابرز^۳ کار می‌کرد. او برای جشنواره سالانه کارنگی ملون^۴ جعبه موسیقی سکه‌ای^۵

-
1. Ohio
 2. Lake Erie
 3. Sabers
 4. Carnegie Mellon
 5. jukebox

بزرگی به همراه ساعت‌های ایستاده بزرگ ساخت و شرکتی به نام اینترگالاکتیک دیستراکشن^۱ تأسیس کرد تا خود و دوستانش بتوانند در تعطیلات تابستان کاسبی کنند. فقط برای سرگرمی، سه نوار پرنرنگ روی دیوار پشتی خانه پدری مان نقاشی کرد که هنوز بعد از گذشت چهل سال سر جایشان هستند. عاشق درست کردن هدایای منحصر به فرد بود، مثلاً به همسرش تلفنی هدیه داد که صرف نظر از اینکه چه شماره‌ای با آن گرفته می‌شد فقط به دیوید زنگ می‌زد.

اما تام مسیری معمولی‌تر در پیش گرفت. پس از رشته هنر در کالج، در نظر داشت در دانشگاه حقوق بخواند، برای مدتی در یک شرکت حسابداری کار کرد و مدتی هم در بخش فناوری اطلاعات شرکت جنرال الکتریک بود. پس از گرفتن مدرک ام‌بی‌ای^۲ به کار مشاوره مدیریت پرداخت و کارش بیشتر با نرم‌افزارهای صفحه‌گسترده^۳ بود. در طول زندگی، شغل‌های تام را چه از منظر کارهای روزمره و چه از منظر ارتقای شغلی در بیشتر موارد می‌شد پیش‌بینی کرد. سپس وارد دنیای طراحی شد و دریافت که کار در پروژه‌های طراحی را بیشتر دوست دارد.

در تمام این مدت، دوستانی نزدیک باقی ماندیم و تقریباً هر هفته با هم صحبت می‌کردیم، حتی وقتی فاصله مان سیزده هزار کیلومتر بود. وقتی دیوید شرکت طراحی و نوآوری آی‌دی‌او^۴ را تأسیس کرد، تام در خلال دوره ام‌بی‌ای خود به او کمک می‌کرد و بعد در سال ۱۹۸۷ به همکاری تمام‌وقت با آی‌دی‌او پرداخت. از آن زمان با هم کار می‌کنیم و شرکت به رشد خود ادامه می‌دهد. دیوید در ابتدا مدیر عامل شرکت بود اما بعداً رئیس هیئت مدیره شد و تام نقش‌های مدیریتی مختلفی

-
1. Intergalactic Destruction
 2. MBA (Master of Business Administration)
 3. spreadsheet
 4. IDEO

از جمله بازاریابی، توسعه کسب‌وکار و انتقال تجارب در سازمان را بر عهده داشت.

تاریخچه این کتاب به آوریل ۲۰۰۷ برمی‌گردد، زمانی که دیوید تلفنی با دکترش صحبت کرد و یکی از ترسناک‌ترین کلمات در دنیای پزشکی یعنی سرطان را از زبان او شنید. دیوید سرکلاس دخترش بود و داشت به بچه‌های نه‌ساله کمک می‌کرد درباره بازطراحی کوله‌پشتی فکر کنند. یک ساعت دیگر خود را کنترل کرد و با بچه‌ها بود، اما بعد از کلاس بلافاصله درباره این چالش جدید فکر کرد. او سرطان گلو گرفته بود و ۴۰ درصد احتمال داشت از آن نجات یابد.

در آن لحظه، تام تازه سخنرانی خود را برای دو هزار مدیر در شهر سائوپائولوی^۱ برزیل به پایان برده بود. به محض اینکه در سالن نشست و تلفنش را روشن کرد، تلفن زنگ خورد. با شنیدن خبر بیماری دیوید، بقیه برنامه خود در آمریکای جنوبی را لغو کرد و بلافاصله به فرودگاه رفت. اگرچه کار زیادی نمی‌توانست انجام دهد، احساس می‌کرد باید حتماً به خانه برود و دیوید را ببیند.

ما همیشه به هم نزدیک بوده‌ایم، اما بیماری دیوید ارتباطمان را تقویت کرد. در شش ماه پیش رو که به شیمی درمانی^۲، اشعه‌درمانی، مورفین‌درمانی و درنهایت عمل جراحی گذشت، تقریباً هر روز همدیگر را می‌دیدیم و مدت‌ها با هم صحبت می‌کردیم، گاهی هم ساعت‌ها کنار هم ساکت می‌نشستیم. در مرکز سرطان استنفورد^۳، بیمارانی را دیدیم که درنهایت، در مبارزه خود با سرطان شکست خوردند. گاهی به این فکر می‌کردیم که آیا زمان برای دیوید هم در حال اتمام بود؟

1. São Paulo

2. Chemotherapy

3. Stanford

اگر نکته مثبتی در آن بیماری وحشتناک باشد، این است که شما را به فکروامی دارد تا درباره معنا و هدف در زندگی خود فکر کنید. تمام افراد نجات یافته از سرطان که ما می‌شناسیم، نگاه‌شان به زندگی بعد از این بیماری عوض شده است. همان سال، وقتی دیوید بعد از جراحی بهبود یافت، اولین نشانه‌های واقعی امید برای راندن سرطان به پس‌زمینه زندگی در ما پدیدار شد. به یکدیگر قول دادیم اگر دیوید نجات پیدا کند دو کار با هم انجام دهیم که بیمارستان و دکترها در آن نقشی نداشته باشند. اول، خودمان دو نفری به مسافرتی تفریحی به نقطه‌ای از دنیا برویم که هیچ‌وقت در بزرگسالی این کار را انجام نداده بودیم. دوم، روی پروژه‌ای کار کنیم تا ایده‌هایمان را با هم و با دنیا به اشتراک بگذاریم. سفرمان یک هفته فراموش نشدنی به توکیو و کیوتو بود که در آن فرهنگ جدید و قدیم ژاپن را بیشتر شناختیم. پروژه مشترکمان نوشتن کتابی بود که اکنون در دست دارید.

اما چرا کتابی درباره خودباوری در خلاقیت^۱؟ در سی سال تجربه خود در آی‌دی‌او دریافته‌ایم که نوآوری می‌تواند هیجان‌انگیز و ثمربخش باشد. اما وقتی به سرعت گذر عمر خود بیندیشید و بکوشید چیزی بیابید که بعد از شما بماند، ایجاد فرصتی برای دیگران به منظور بهره بردن از نهایت توان خلاقیت خود می‌تواند هدف مناسبی باشد. در میانه نبرد دیوید با سرطان در سال ۲۰۰۷، این پرسش بارها به ذهنش می‌رسید که «برای انجام چه کاری به دنیا آمده‌ام؟» نوشتن این کتاب بخشی از پاسخ به همین پرسش است یعنی برای انجام کاری که به حال عده زیادی مفید باشد؛ برای اینکه به نوآوران آینده فرصت دهیم عشق و علاقه خود را دنبال کنند و به افراد و سازمان‌ها کمک کنیم به تمام ظرفیتشان دست یابند و خودباوری در خلاقیت را در خود بسازند.

1. creative confidence

با شنیدن کلمه «خلاقیت» به چه فکر می‌کنید؟ اگر شما هم مانند اکثر مردم باشید، ذهن‌تان بی‌درنگ به سمت فعالیت‌های هنری مانند مجسمه‌سازی، طراحی یا موسیقی متمایل می‌شود. ممکن است «خلاقانه» را معادل «هنرمندانه» بدانید.

ممکن است برای این باور باشید که معماران و طراحان حقوق می‌گیرند تا متفکرانی خلاق باشند، اما از مدیر عاملان، حقوق‌دانان و پزشکان چنین انتظاری نیست.

یا ممکن است فکر کنید خلاق بودن خصیلتی ذاتی همانند داشتن چشم‌های قهوه‌ای است؛ یا با ژن‌های خلاقانه متولد می‌شوید یا اینکه هرگز خلاق نخواهید شد.

ما دو برادر که سی سال در کنار هم در خط مقدم نوآوری کار کرده‌ایم، به این نتیجه رسیده‌ایم که این مجموعه تصورات اشتباه را «افسانه خلاقیت» بنامیم. بسیاری از مردم این افسانه را باور دارند. این کتاب دربارهٔ وارونهٔ این افسانه است که ما آن را «خودباوری در خلاقیت» می‌نامیم و ریشه در این اعتقاد بنیادی دارد که ما همه خلاقیم. حقیقت این است که همهٔ ما ظرفیت بالایی در خلاقیت داریم که باید شکوفا شود.

تاکنون به هزاران شرکت کمک کرده‌ایم ایده‌های بدیع^۱ خود را به بازار

1. breakthrough

عرضه کنند: از اولین موس کامپیوتر اپل تا نسل جدید ابزارهای جراحی شرکت مدترونیک^۱ و استراتژی‌های جدید برندینگ برای نورث فیس^۲ در چین. به علاوه شاهد بوده‌ایم که روش‌های ما طرز فکر خلاقانه جدیدی در مردم ایجاد می‌کند که کیفیت زندگی آنها را به‌طور چشمگیری بهبود می‌بخشد؛ خواه آنان در پزشکی، وکالت، تجارت و بازرگانی یا آموزش مشغول به کار باشند خواه در حرفه‌های دیگر.

در طول سه دهه گذشته، به افراد بی‌شماری کمک کرده‌ایم خلاقیتشان را پرورش دهند و در راه‌های ارزشمند به کار گیرند. برخی از این افراد خانه‌های مناسب برای سربازانی طراحی کردند که از جنگ برمی‌گردند. برخی دیگر تیم نوآوری در راهروهای شرکت خود تشکیل دادند و آن‌چنان انرژی و سرو صدا ایجاد کردند که شرکت به آنها فضایی برای انجام پروژه اختصاص دهد. برخی دیگر سیستم ارزان قیمت کمک‌شنوایی برای روستاییان سالخورده در کشورهای در حال توسعه ساختند که می‌تواند برای حدود ۳۶۰ میلیون نفری مفید باشد که در جهان از ناشنوایی رنج می‌برند. اگرچه افرادی که به آنها کمک کرده‌ایم زمینه‌های کاری متفاوتی داشتند، درنهایت در یک ویژگی مشترک شدند، یعنی خودباوری در خلاقیت را به دست آوردند.

پایه اصلی خودباوری در خلاقیت، اعتقاد به توانمندی‌هایمان برای ایجاد تغییر در جهان پیرامون است، به معنی اینکه بپذیرید قادرید هرآنچه عزم کنید انجام دهید. باور داریم این خودباوری، یعنی ایمان به ظرفیت خلاق خودتان، قلب نوآوری است.

خودباوری در خلاقیت شبیه عضله است که با تلاش و تجربه، قوی‌تر و نیرومندتر می‌شود. چه خود را از گونه انسان‌های خلاق بدانید یا

1. Medtronic

2. North Face

ندانید، خواندن این کتاب به شما امکان می‌دهد از ظرفیت خلاقانه‌ای که در همه ما وجود دارد، بیشتر استفاده کنید.

— خلاقیت همین حالا

خلاقیت بسیار گسترده‌تر و فراگیرتر از چیزی است که مردم با نام فعالیت‌های «هنرمندانه» می‌شناسند. خلاقیت عبارت از کاربرد ابتکار و تخیل برای ایجاد چیزی جدید در دنیا است. خلاقیت، آن‌جایی که شما فرصت ایجاد ایده‌ها، راه‌حل‌ها و رویکردهای جدید را دارید، وارد بازی می‌شود و باور داریم همه افراد به این منبع دسترسی دارند.

در عمده سال‌های قرن بیستم «گونه‌های خلاق» جامعه شامل طراحان، کارگردانان هنری و پدیدآورندگان آثار هنری، افراد تاثیرگذاری به شمار نمی‌آمدند، از بحث‌های جدی دور نگه داشته می‌شدند، درحالی‌که بحث‌های جدی تجاری میان افراد بالغ و در جلسات هیئت مدیره و اتاق جلسات صورت می‌گرفت.

فعالیت‌های خلاقانه‌ای که یک دهه پیش، خیالی یا فوق‌برنامه به نظر می‌رسید، در حال حاضر به جریان اصلی کسب‌وکارها تبدیل شده است. سرکن رایبنسون^۱، پیشروی متفکر در حوزه آموزش می‌گوید «در آموزش و پرورش، خلاقیت به اندازه سواد اهمیت دارد و باید با هر دو یکسان رفتار کنیم.» پیش‌تر سخنرانی او در تداک ۲۰۰۶^۲ که به سؤال معروف «آیا مدرسه‌ها خلاقیت را می‌کشند؟» می‌پرداخت، تبدیل به پربیننده‌ترین برنامه تاریخ این سخنرانی‌ها شده بود.

در دنیای کسب‌وکار، خلاقیت خود را در قالب نوآوری نشان می‌دهد. شرکت‌های پرفروغ دنیای فناوری مانند گوگل، فیس‌بوک و

1. Sir Ken Robinson

2. 2006 TED Talk

توییتر^۱، خلاقیت کارکنانشان را شکوفا کردند تا بتوانند زندگی میلیون‌ها نفر را تغییر دهند. امروز در هر فعالیتی، از امور خدمات مشتریان گرفته تا خدمات مالی، کارکنان فرصت دارند راه‌حل‌های جدید را آزمایش کنند. شرکت‌ها بسیار نیازمند بینش کارکنان خود در بخش‌های مختلف سازمان هستند. هیچ مدیر یا بخشی از سازمان مالک انحصاری ایده‌های جدید نیست.

خواه در سیلیکون ولی^۲ باشید خواه در شانگهای، مونیخ یا بمبئی زندگی کنید، تأثیر تغییرات بازارها بر زندگی خود احساس کرده‌اید. امروزه اکثر شرکت‌ها متوجه شده‌اند که کلید رشد و حتی بقا، نوآوری است. پژوهش اخیر آی‌بی‌ام^۳ از بیش از ۱۵۰۰ مدیر عامل در سطح جهان نشان می‌دهد که خلاقیت، مهم‌ترین قابلیت رهبری شرکت‌ها در رویارویی با پیچیدگی‌های تجارت جهانی است. نظرسنجی شرکت ادوبی سیستمز^۴ از پنج هزار نفر در سه قاره دنیا نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از مردم، رهاسازی ظرفیت خلاقیت را کلید رشد اقتصادی می‌دانند. با وجود این، تنها ۲۵ درصد این افراد احساس می‌کنند که از ظرفیت‌های خلاقیتشان در زندگی و شغل خود استفاده می‌کنند؛ یعنی حجم بالایی از استعداد، دست‌نخورده باقی مانده است.

چگونه می‌توان این تعادل را تغییر داد؟ چطور می‌توانیم به افراد کمک کنیم ظرفیت‌های خلاقانه خود را به کار بندند؟ در سال ۲۰۰۵، دیوید مدرسه طراحی استنفورد را تأسیس کرد (به‌طور رسمی به نام مؤسسه طراحی هاسو پلاتنر^۵ شناخته می‌شود) تا

-
1. Twitter
 2. Silicon Valley
 3. IBM
 4. Adobe Systems
 5. Hasso Plattner

تفکر طراحی^۱ را به عنوان روشی برای نوآوری مداوم به دانش‌آموختگان استنفورد که کارآفرینان آینده خواهند بود آموزش دهد. در ابتدا فکر می‌کردیم که چالش اصلی ما آموزش خلاقیت به افرادی است که خود را «گونه‌های تحلیلی‌گر^۲» می‌دانند. طولی نکشید متوجه شدیم تمامی افرادی که با ما کار می‌کنند به میزان زیادی خلاق بوده‌اند^۳. بنابراین شغل ما این شد که به آنان کمک کنیم قدرت خلاقیت خود را دوباره با مهارت‌ها و طرز فکرهای جدید باز یابند.

حیرت‌زده‌ایم که چگونه تخیل، حس کنجکاوی و شجاعت افراد، به سرعت با مقدار کمی ممارست و تشویق تجدید می‌شود.

برای آنها جوشش چشمه خلاقیت مانند این بود که بفهمند مدت‌ها در حالی که ترمزدستی اتومبیلشان بالا بوده رانندگی می‌کرده‌اند و ناگهان لذت رانندگی آزاد را تجربه می‌کنند. تا به حال بارها شاهد پدیده جالبی در همکاری با مدیران اجرایی یا هنگامی که مشتریانمان به آی‌دی‌او آمده‌اند، بوده‌ایم. آنها قبلاً در سمینارهایی درباره نوآوری شرکت کرده بودند و معتقد بودند می‌دانند تا چه حد خلاق یا غیرخلاق‌اند. بنابراین هنگامی که به نقطه‌ای مبهم یا غیرمتعارف (مانند انجام تمرینی فی‌البداهه) می‌رسیدیم، ناگهان گوشی‌های هوشمند خود را بیرون می‌آوردند و به سمت در خروجی می‌رفتند تا تماس تلفنی «واقعاً مهمی» را جواب دهند.

چرا؟ چون در آن موقعیت به توانمندی‌های خلاقیت خود اطمینان

1. design thinking

2. analytical types

۳. توضیحی درباره کاربرد کلمه «ما»: این کتاب دو نویسنده دارد بنابراین کلمه ما را بارها در کتاب خواهید دید. وقتی درباره یکی از نویسندگان صحبت می‌کنیم حتماً نام تام یا دیوید را ذکر می‌کنیم. گاهی اوقات هم کلمه ما اشاره به تیم ما در شرکت آی‌دی‌او یا همکاران دیوید در مدرسه طراحی دانشگاه استنفورد دارد.

نداشتند و به‌طور غریزی در پس این جمله که «من از گونهٔ خلاق نیستم» پنهان می‌شدند.

تجربهٔ ما می‌گوید همهٔ انسان‌ها از گونهٔ خلاق‌اند. به این نتیجه رسیده‌ایم که اگر افراد مدتی با روش‌های خلاقیت تمرین کنند، می‌توانند کارهای شگفت‌انگیزی انجام دهند. می‌توانند ایده‌های بدیع تولید کنند و از خلاقیت خود در تیم برای ایجاد چیزهای واقعاً نوآورانه استفاده کنند. حتی شگفت‌زده می‌شوند که بسیار بیشتر از چیزی که می‌پنداشتند خلاق‌اند. موفقیت‌های اولیه نگرش آنها را نسبت به خود عوض می‌کند و به فعالیت بیشتر مشتاقشان می‌کند.

دریافته‌ایم اصلاً لازم نیست خلاقیت را از صفر شروع کنیم. کافی است به افراد کمک کنیم آنچه را که قبلاً داشته‌اند، دوباره کشف کنند: ظرفیت خلق ایده‌های جدید یا توسعه و تکمیل آنها. اما ارزش واقعی خلاقیت تا زمانی که شما شجاعت عملی کردن ایده‌ها را نداشته باشید، به دست نمی‌آید. این ترکیب تفکر و عمل است که خودباوری در خلاقیت را تعریف می‌کند: توانایی خلق ایده‌های جدید و شجاعت امتحان کردن آنها.

اخیراً گش توپتن جینپا^۱ که بیش از بیست سال رئیس گروه مترجمان انگلیسی دالائی لاما^۲ بوده است، بینش خود دربارهٔ ماهیت خلاقیت را با ما به اشتراک گذاشت. او گفت در زبان تبتی برای خلاقیت یا خلاق بودن واژه‌ای وجود ندارد. نزدیک‌ترین ترجمه به آن «طبیعی» است. به عبارت دیگر اگر بخواهید خلاق تر باشید، فقط باید طبیعی‌تر باشید. گاهی فراموش می‌کنیم که در مهد کودک چقدر خلاق بودیم، بازی می‌کردیم و چیزهای عجیب و غریب را بدون ترس و شرم امتحان

1. Geshe Thupten Jinpa

2. Dalai Lama

می‌کردیم. هنوز به اندازه کافی چیز یاد نگرفته بودیم که جلوی بازی کردن و امتحان کردنمان را بگیرد. ترس از طرد شدن در جامعه چیزی است که به تدریج و به موازات بزرگ شدن یاد گرفتیم. دقیقاً به همین دلیل امکان دارد توانمندی‌های خلاقانه‌مان را با سرعت زیاد و با کیفیت بالا پس از چندین دهه دوباره به دست آوریم.

بنابراین خلاقیت موهبتی کمیاب نیست که تنها عده‌ای خوش شانس از آن بهره ببرند، بلکه بخش طبیعی اندیشه و رفتار انسان است که در بیشتر ما مسدود شده است اما می‌توان آن را باز کرد. رها شدن این بارقه‌های خلاقیت می‌تواند منافع گسترده‌ای برای شما، سازمان و جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنید به همراه داشته باشد. باور داریم انرژی خلاقیت یکی از باارزش‌ترین منابعی است که در اختیار داریم و با آن می‌توانیم راه‌حلهایی نوآورانه برای پیچیده‌ترین مشکلات بشری پیدا کنیم.

— خودباوری در خلاقیت در عمل

خودباوری در خلاقیت، راه تجربه دنیایی است که در آن روش‌ها و راه‌حل‌های جدید به وجود می‌آید. می‌دانیم که هر شخصی می‌تواند خودباوری در خلاقیت را کسب کند. این پدیده را در افراد با پیشینه‌های تحصیلی و حرفه‌های گوناگون مشاهده کرده‌ایم. همه افراد، از دانشمندان در آزمایشگاه‌هایشان گرفته تا مدیران ارشد ۵۰۰ شرکت برتر در فهرست فورچون^۱ می‌توانند از چشم‌اندازی جدید به زندگی نگاه کنند و در رویارویی با زندگی، مجموعه‌ای متنوع‌تر از ابزارها را در اختیار داشته باشند. در اینجا از افرادی مثال می‌زنیم که خودباوری در خلاقیت را به کار گرفته‌اند:

1. Fortune

- یکی از قهرمانان سابق المپیک وارد صنعت هواپیمایی شد و خودباوری در خلاقیت را برای فائق آمدن بر بحران‌های شرکت به کار گرفت. او از بخش‌های مختلف شرکت نیروهای داوطلب جمع کرد تا با هم روش‌های عملیاتی جدیدی را مبتنی بر پیش‌بینی وضع هوا ابداع کنند که میزان تأخیرها کم شود. این کار باعث کاهش ۴۰ درصدی تأخیرها شد.
- سروانی که در عراق و افغانستان خدمت کرده بود، از ۱۷۰۰ نفر استشهاده جمع کرد تا در منطقه‌شان خیابانی ایجاد شود که اطرافش فروشگاه باشد و تنها عابر پیاده بتواند از آن عبور کند. او نشان داد لازم نیست تیمسار بود تا بتوان در جامعه اثرگذار شد.
- یک دانشجوی حقوق برای پرونده خود روشی انسانی به کار گرفت و تنها بر داده‌های موجود متمرکز نشد. او از هیئت منصفه خواست خود را در لحظه حادثه تصور کنند تا بتوانند احساس درستی از آنچه اتفاق افتاده است پیدا کنند. او از راه جلب همدردی آنها توانست در آن پرونده برنده شود و این اولین باری بود که هیئت منصفه در چنین مورد خاصی این‌گونه حکم داده بود.
- یکی از مدیران سابق دولت، جنبشی مردمی را برای ایجاد تغییر در ایالت واشنگتن شروع کرد که به بیش از هزار عضو گسترش یافته است. او با برگزاری کارگاه و رویدادهای دیگر، رویکرد جدید خود را در ایجاد تغییرات سازمانی به رهبران و کارآفرینان منتقل می‌کند.
- پس از چهار دهه آزمایش، معلمی در مدرسه ابتدایی برنامه درسی خود را به شکل مجموعه‌ای از چالش‌های

طراحی بازنویسی کرد. او به جای آموزش گسسته موضوعات، پروژه‌هایی طراحی کرد که همان موضوعات را پوشش می‌دادند، اما دانش‌آموزان مجبور بودند از میز خود جدا شوند و خلاقانه فکر کنند. نمره‌های دانش‌آموزان در امتحان بهتر شد، اما مهم‌تر از آن، والدین متوجه شدند فرزندانشان کنجکاوی بیشتری به خرج می‌دهند و حواس جمع‌تری دارند.

برای اینکه خلاق‌تر شوید لازم نیست شغلتان را تغییر دهید یا به منطقه سیلیکون ولی نقل مکان کنید؛ نیاز ندارید مشاور طراحی شوید یا شغل فعلی خود را رها کنید. دنیا به سیاست‌گذاران خلاق، مدیران خلاق و مشاوران املاک خلاق بیشتری نیاز دارد. هر حرفه‌ای که دارید وقتی که نسبت به آن رویکردی خلاقانه داشته باشید، به راه‌حل‌های بهتری دست می‌یابید و موفقیت بیشتری کسب می‌کنید. خودباوری در خلاقیت می‌تواند الهام‌بخش هر کاری باشد که در حال حاضر انجام می‌دهید، زیرا شما ابزاری جدید برای بهبود توان حل مسئله خود به دست آورده‌اید بدون اینکه روش‌های فعلی‌تان را کنار بگذارید.

با پزشکانی صحبت کرده‌ایم که برای همدلی با بیماران خود و درمان مؤثرتر، راه‌های جدیدی فراتر از تکیه بر علائم بیماری پیدا کرده‌اند. برخی مدیران شرکت‌های استعدادیابی از روش‌های خلاقیت ما برای خلق رویکردهای جدید در تشخیص انطباق توانایی کاندیداهای مشاغل مدیریتی و نیاز شرکت‌ها استفاده کرده‌اند. مددکاران اجتماعی‌ای را دیده‌ایم که از رویکردهای انسان‌محور برای کمک به افراد در فهم کارهای پیچیده استفاده کرده‌اند.

افرادی که خودباوری در خلاقیت دارند تأثیر بیشتری بر جهان اطراف خود می‌گذارند؛ چه از راه همراهی با برنامه‌های مدرسه فرزندانشان، چه با

تبدیل انبار خانه به محل انجام پروژه‌های نوآوری یا استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جذب اهداکنندگان مغزاستخوان.

همان‌طور که آلبرت باندورا^۱ روان‌شناس اسطوره‌ای و استاد دانشگاه استنفورد نشان داده است، باورهای ما بر اعمال، اهداف و ادراکاتمان تأثیر می‌گذارند. کسانی که معتقدند می‌توانند تغییر ایجاد کنند، به احتمال زیاد به این هدف خود دست می‌یابند. باندورا این عقیده را «خودکارآمدی^۲» می‌نامد. افراد خودکارآمد همت بلندی دارند، بیشتر تلاش می‌کنند، استقامت طولانی‌تری دارند و در برابر شکست انعطاف‌پذیری بیشتری از خود نشان می‌دهند.

تجربه‌های عملی ما در جهان نوآوری و خودباوری در خلاقیت، با یافته‌های او همخوانی دارد. زمانی که افراد به ترس‌هایی غلبه کنند که خلاقیتشان را مسدود کرده است، فرصت‌های جدیدی برایشان پیش می‌آید و به جای فلج شدن در مقابل مشاهده احتمال شکست، هر تجربه‌ای را فرصتی برای یادگیری می‌بینند. تمایل به کنترل همه ابعاد کار، بسیاری از مردم را در مرحله برنامه‌ریزی پروژه متوقف می‌کند. با خودباوری در خلاقیت، افراد با وجود تردید احساس راحتی می‌کنند و قادرند به سمت عمل حرکت کنند. آنها به جای پذیرش وضع موجود یا انجام آنچه دیگران گفته‌اند، آزادانه نظر خود را ابراز می‌کنند و روش‌های موجود را به چالش می‌کشند. این افراد با شجاعت بیشتری عمل می‌کنند و استقامت بیشتری در مقابله با موانع نشان می‌دهند.

به اعتقاد ما این کتاب برای چیره شدن به موانع ذهنی خلاقیتان سودمند خواهد بود. به تدریج در هر فصل ابزارهایی به شما می‌دهیم تا ایده‌های جدیدتان را با خودباوری دنبال کنید. داستان‌ها، روش‌ها و

1. Albert Bandura

2. self-efficacy

تجربیهایی که با شما به اشتراک خواهیم گذاشت، طی دهه‌ها همکاری ما با متفکران خلاق به دست آمده است و باور داریم به شما نیز کمک خواهند کرد.

— در جست‌وجوی خودباوری در خلاقیت

مأموریت امروز ما نویسندگان کتاب این است که تا حد توان به افراد بیشتری برای کشف مجدد ظرفیت‌های خلاقانه‌شان کمک کنیم. گاهی وقت‌ها کسانی که خلاقیت خود را بازیافته‌اند می‌گویند مادرشان هنرمند یا پدرشان معمار بوده است. به نظر می‌آید این افراد به دنبال شواهدی هستند که ظهور انرژی خلاقانه را در خود توجیه کنند. آنچه ممکن است خوب متوجه نشده باشند این است که ظرفیت خلاقیت، همیشه بخشی از آنان بوده است و ربطی به پیشینه خانوادگی یا زمینه ژنتیکی آنها ندارد، بلکه بخشی از توانمندی‌های طبیعی همه ماست. خودباوری در خلاقیت، راهی برای شفاف دیدن این ظرفیت و موقعیتتان در جهان، رها از سایه‌های تردید و اضطراب است. امیدواریم شما هم برای اینکه در زندگی از خودباوری در خلاقیت استقبال کنید به ما بپیوندید. با یکدیگر می‌توانیم دنیا را به جایی بهتر تبدیل کنیم.

ادامه دارد...

برای کسب اطلاعات بیشتر درباره کتاب **خودباوری در خلاقیت** و یا سفارش نسخه کامل این کتاب به وبسایت انتشارات آریانا قلم مراجعه کنید.

www.AryanaGhalam.com

CREATIVE CONFIDENCE

UNLEASHING THE CREATIVE
POTENTIAL WITHIN US ALL

by TOM KELLEY

BEST SELLING AUTHOR OF THE ART
OF INNOVATION

& DAVID KELLEY

FOUNDER, IDEO & STANFORD D.SCHOOL

در زبان تبتی برای خلاقیت یا خلاق بودن
واژه‌ای وجود ندارد. نزدیک‌ترین ترجمه به آن
«طبیعی» است. به عبارت دیگر اگر بخواهید
خلاق‌تر باشید، فقط باید طبیعی‌تر باشید.



گروه پژوهشی صنعتی آریانا . انتشارات آریانا قلم

ISBN: 978-600-7677-08-7



9 786007 677087