

خلاقیت¹

کامران افشار نادری

در اتاقی که یک موسسه تبلیغاتی در شهر رم اجاره کرده ، یک شهروند عادی نشسته است و به سوالاتی که قرار است از 7 نفر دیگر نیز پرسیده شود پاسخ می‌گوید . اتاق با صفحه‌ای که یک طرف آن از جنس آینه و طرف دیگر شفاف است به دو بخش تقسیم شده است . در طرف دیگر ، سکوت کامل ، 20 نفر از خلاقترین مغزهای متفکر با تخصصهای مختلف نشسته و به پاسخهای محاسبه‌شونده به دقت گوش می‌کنند و روی دفترچه‌هایی که در دست دارند چیزهایی یادداشت می‌کنند . دوربینی مخفی تمامی ماجرا را ضبط می‌کند . سوالها در مورد خمیر دندانی است که به محاسبه شونندگان داده شده است تا قبل از سوال و جواب دندان خود را با آن مسواک کنند . چه حسی داشتید ؟ (از نفر اول سوال می‌شود) . حس خنکی ؛ حس پاگیژی . متخصصین که از طعم و خواص خمیر دندان مطلع هستند دنبال کشف ذائقه محاسبه شونده نیستند .

آنها با معانی عمیق پاسخها سروکار دارند و دنبال استعاره‌ای برای موثر آن معانی می‌گردند .

استعاره‌ای برای بیان حس خنکی و تمیزی ، یکی از آنها یادداشت می‌کند خمیر دندانی که حتی وجدان را پاک می‌کند . در پاسخ این سوال که خمیر دندان مورد نظر شما را به یاد کدام شخصیت معروف می‌اندازد ، نفر دوم می‌گوید بنلیس (یکی از مجریان برنامه‌ها تلوزیونی ایتالیایی) . پاسخ اخیر به درد نمی‌خورد ، چون منحصر به مخاطب ایتالیایی است ؛ اگر گفت رابرت ردفورد بهتر بود .

هدف این گروه از متخصصین تبلیغات ، روانکاو ، جامعه‌شناسی ، طراح ، گرافیسیت و ... مشخص است : یافتن شعاری برای تبلیغ خمیر دندانی که قرار است در آمریکا ، اروپا ، آسیا و آفریقا ، با یک طرح و شعار تبلیغاتی واحد ، به فروش برسد . فرآورده مدت زیادی است تولید شده ولی هنوز هویت و چهره ندارد . این گروه بیست نفری که یک سال قبل کار خود را آغاز کرده قرار است هنوز به مدت 2 سال تمامی شهرهای مهم جهان را بگردد و سوالهای مشابهی را از گروههای انتخابی مردم بپرسد . در آخر کار قرار است یک شعار ، یک تصویر و یک هویت

برای خمیر دندان جدیدی که قرار است اولین خمیر دندان جهانی باشد خلق کند .

شاید به نظر عجیب بیاید که مقاله را از داستان یک خمیر دندان آغاز کرده‌ام . ولی اگر به موضوع مقاله که خلاقیت است توجه شود این مسئله غریب نمی‌نماید . خلاقیت که یکی از گروه‌های اصلی معماری در کشور ما است به گونه کاملاً جدی و مشخص در هنر تبلیغات ، که همه با آن سروکار دارند ، دیده می‌شود . دغدغه خاطر و حتی زمینه‌ها خلاقیت در معماری با هنر تبلیغات که همه با آن سروکار دارند ، دیده می‌شوند . دغدغه خاطر و حتی زمینه‌های خلاقیت در معماری با هنر تبلیغات و حتی هنرهای دیگر چندان تفاوتی ندارد . تفاوت بیشتر در بهره‌برداری از اثر و تکنیک کار است .

در مثال خمیر دندان به دو مسئله اصلی برخوردیم . یکی ، اینکه تولید فرآورده به گونه‌ای باشد که پاسخگوی نیاز عملی مصرف کننده باشد . دوم نحوه ارائه محصول و تصویر آن است . در حل هر دو مسئله خلاقیت و ابداع به کاررفته و محصول نهایی پدیده‌ای است که همه جنبه‌ها را به صورتی تفکیک ناپذیر درون خود جای می‌دهد . در معماری نیز ما با دو جنبه سروکار داریم که یکی مربوط به نیازمندی‌های فنی و عملکردی بنا و دیگری فضا فرم و زیبایی شناسی است .

در پروژه‌های برجسته این دو از یکدیگر تفکیک ناپذیر و ناشی از تفکر خلاقه هستند . پروژه بانک توسعه صادرات اثر بهرام شیردل (1) برای مثال به طور همزمان حاوی ابداعاتی چشمگیر در زمینه‌های سازماندهی فضایی ، فرم و سازه است . این بنا مفهوم سنتی نما را دگرگون کرده است . عناصر افقی در حرکتی نرم ، رفته‌رفته به عمودی تبدیل شده و نما راتشکیل می‌دهند . نمایی که جلو ، پشت و کنار ندارد . در هر زاویه صورتی جدید از ساختمان کشف می‌شود به گونه‌ای که گاه حجمی بسته و گاه شفاف به نظر می‌رسد .

ساختمان به لحاظ تکنولوژی و ایستایی مفهومی جدید را طرح می‌کند . عناصر ظاهراً تکراری نمادر حقیقت قابلهایی سازه‌ای هستند که هر کدام به تنهایی فاقد ایستایی بوده واز طریق تکیه به یکدیگر ، نظیر تاقی افقی ، پایدار شده‌اند . علی‌رغم پیچیدگی حجمی تیرهای نگهدارنده کفها در طول طبقات و در تمامی مقاطع ساختمان یکسان هستند . فرم مارپیچ ساختمان در پلان راه حلی است مناسب برای سازماندهی فضایی زمین ناقص پروژه .

معماری به مفهوم اصیل آن با وظیفه دشوار ساختن چیزی که از قبل وجود ندارد درگیر است . طراح در این کار از قدرت

تخیل خود کمک می‌گیرد. خلاقیت که موضوع بحث ما است چیزی فراتر از صرف تخیل، هر چند تخیل هندمندانه است. تخیل می‌تواند ایده تصویر با فرم ایجاد کند ولی خلاقیت ابداع و اختراع است. همچنانکه در اختراع، در خلاقیت نیز شرط اول وجود منظور و نیازی مشخص است. خلاقیت هنگامی معنی دارد که راه حلی موثر و بدیع برای مسئله‌ای به این مهم پیدا شود. پس کشف مسئله مقدم بر یافتن راه حل است. عموماً چنانچه مسئله درست طرح شود راه حل مناسب نیز دیر یا زود پیدامی‌شود.

برونلسکی در پروژه معروف گنبد سانتاماریا دل فیوره شهر فلورانس متوجه شد مسئله اصلی آنی نیست که مدت یک قرن بدون پاسخ مانده است پیش از وی معماران سعی می‌کردند مشکل داربست و قالبهای عظیم چوبی مورد نیاز گنبد را حل کنند. چون دوره گوتیک به پایان رسیده بود و کارگاهها و استادکارانی که بتوانند از عهده کار برآیند یافت نمی‌شد. دهانه عظیم کاتدرال بدون راه حل باقی مانده بود. برونلسکی متوجه شد مسئله را باید به صورتی جدید حل کند.

گنبدی که نیاز به داربست و قالب نداشته باشد. گنبدی که در هر مرحله از ساخت به خودی خود ایستا باشد و به همین دلیل پس از سالها مطالعه و تجربه موفق شد راه حل بدیع خود را تدوین کند. سن پائولزی محقق ایتالیایی معتقد است برونلسکی در این کار از معماری ایرانی و به طور خاص از گنبد سلطانیه الهام گرفته است.

خلاقیت نظیر اختراع، هرگز به معنی ابداع چیزی صددرصد نوین نیست و بر پاره‌ای از دستاوردهای گذشته استوار است. در اختراع به کارگیری قابلیت‌های جدیدی که در زمینه‌هایی دور از موضوع اختراع قرار دارند نقش مهمی را ایفا می‌کند. کافی است به اختراع سلاح گرم با به کارگیری باروت، که از قدیم در آتش بازی مورد استفاده قرار می‌گرفت، توجه کنیم. در خلاقیت نیز مانند اختراع پنج عامل مهم وجود دارد که اولین آنها شخصیت مخترع است. اینکه پیدایش شخصیت مخترع است.

اینکه پیدایش شخصیت خلاق چند درصد به عوامل اجتماعی و چند درصد به عوامل ژنتیکی وابسته است خارج از بحث ماست نکته مهم اذعان به این واقعیت است که بدون وجود قابلیت‌های مشخصی، خلاقیت غیر ممکن است. از آنجایی که خلاقیت یک وظیفه شغلی نیست که به ساعات کار یا حرفه خاصی محدود شود به نوعی فرد خلایق و واکنش‌های

او در مقابل محیط اطرافش مربوط می‌شود. برای تقویت قوه خلاقه نیز باید خلاقانه زیستن و خلاقانه نگرستن را تمرین کرد. در هر حال بر حسب استعدادهاى مختلف نوع خلاقیتها نیز با یکدیگر متفاوت است. شخصی نظیر ژان پرووه که در مسائل فنی استعداد داشت خلاقیت خود را صرف مسائل ساختمانی و فنی معماری کرده بود و فرانک گه‌ری که خلاقیتی از نوع مجسمه‌سازی دارد به مسائل زیبایی‌شناسی بسیار بیشتر از منطق سازه‌ای توجه دارد. پس نکته مهم درک استعداد مشخص و تقویت آن فارغ از آرزوهای کاذب و ایده‌آلهای ساختگی است.

عامل دیگر تجربه است. خلاقیت بدون سابقه و تجربه در کار امکان‌ناپذیر است زیرا ذهن بی‌تجربه قابلیت پرورش موضوعات را ندارد. عامل بعدی آزمایش است. بدون آزمایش و تلاش مسیر درست شناخته نمی‌شود. معماران و طراحان خوب برای پروژه‌های خود وقت زیادی را صرف می‌کنند. در مدت تجربه کاریم در دفتر بیانو هرگز پروژه‌ای را ندیدم که بدون ساختن دهها ماکت و حتی اجزاء به مقیاس یک یکم به پایان رسد. عامل چهارم الهام است. الهام یا ادراک شهودی، که بالاترین مرحله فراگیری است.

فعالیت پیچیده ذهن برای دستیابی به ناشناخته‌ها است. ادراک شهودی ما را جایی می‌برد که علم و دانش هنوز به آن راه ندارد. و آخرین عامل تصادف است. در یکی از مقالات گذشته به این نکته اشاره شد که روزی لوکوربوزیه با دیدن پوسته خرچنگی به صورتی کاملاً تصادفی به فکر ایجاد سقف قطور کلیسای نشان افتاد. در اینجا تصادف نقش کاتالیزور را ایفا کرده است.

1- انواع تخیل

چنانکه در این مثال آخر دیده شد مقدمه خلاقیت تصور است. تصور هنگامی که به صورت واقعیتهای مشخص به فرد در آید به خلاقیت تبدیل می‌شود. پس در خلاقیت هنری دو مرحله مهم وجود دارد:

مرحله تخیل تقلیدی و مرحله تخیل خلاق.

1-1- تخیل تقلیدی

تخیل که حاصل پردازش اطلاعات حافظه است در مرحله اول به صورت بازسازی وقایع و تصاویر ذهنی در قالبی جدید بروز می‌کند. در این مرحله تخیل هنوز به مراجع اطلاعاتش وابسته است و جنبه تقلیدی دارد. برای روشن شدن این مسئله به پروژه فرهنگسنانهای ایران اثرهادی میرمیران اشاره می‌کنم. اولین اسکیس این پروژه (2) صفه‌ای را نشان می‌دهد که روی آن دو

شود. فرایند طراحی که از مسائل خاص پروژه بیرون آمده است تعبیر جدیدی را از ایوان ارائه می‌کند.

سنت که در معماری بسیار مهم است به سه صورت مختلف می‌تواند متبلور شود.

الف - حفظ یا بازسازی آنچه موجود است: نظیر پروژه‌های سنتی (مثال پروژه برنده طرح توسعه حرم در قم). در این نوع برخورد رابطه‌ای صرفاً مصرفی با تاریخ معماری برقرار شده و پیشرفتی حاصل نمی‌شود.

ب - سنت به مثابه انتقال: یعنی بهره‌گیری از الگوها و تیپولوژی‌های تاریخی در قالبی جدید. به گونه‌ای که بتوانند در شرایط تغییر یافته امروز نقش جدیدی را بیابند (نظیر پروژه موزه رفسنجان اثر هادی میرمیران) (5) که از یک یخچال سنتی الهام گرفته است.

ج - سنت به مفهوم تبدیل: در این نوع برخورد تاریخ نقطه شروع فرایندی است که هدفش افزودن ارزشهای جدیدی به معماری است. این روش که به خلاقیت نزدیکتر است رابطه تولیدی می‌کند و به تاریخ اجازه می‌دهد وظیفه اصلی خود را انجام دهد:

تاریخی کردن دستاوردهای گذشته .

2- زمینه‌های خلاقیت

در زندگی روزمره به دلایل عملی تقسیم بندی‌های حرفه‌ای صورت پذیرفته است و مثلاً طراحی صنعتی، معماری و شهرسازی از یکدیگر تفکیک شده‌اند. هر کدام از این رشته‌ها فنون و قانونمندی‌های خاص خود را دارند. مغز که کار خلاقه را به عهده دارد دارای چنین تقسیم بندی‌هایی نیست و در قسمتهای مختلف آن تقسیم وظایف به گونه‌ای دیگر صورت گرفته است. به همین جهت خلاقیت در معماری و در هنرهای دیگر از یکدیگر جدا نیستند. اگر چه خلاقیت متضاد تکرار و تقلید است لیکن به لحاظ زمینه قابل دسته‌بندی است. در دنباله مقاله به چند زمینه مهم خلاقیت اشاره می‌شود.

2-1- اقتباس

چنانکه در آغاز گفتیم هیچگونه خلاقیتی نیست که از هیچ به وجود آمده باشد و خلاقیت همواره مرحله‌ای از تاریخ است و به گونه‌ای با آنچه از قبل بوده ارتباط دارد. در خلاقیت اقتباس یکی از زمینه‌ها بسیار متداول و مهم است. اقتباس از هنرهای دیگر، از طبیعت یا از تولیدات صنعتی و صنعتگری. در رابطه با اقتباس از هنرهای دیگر می‌توان به رابطه نقاشی و مجسمه‌سازی با معماری در آغاز مدرنیسم اشاره کرد. آثار فرانک گه‌ری نیز به

سازه شبیه چهار تاقی‌های ساسانی، یک تاق نظیر تاق کسری، یک حیاط مربع و کنار آن پلکانی دوطرفه نظیر پلکان تخت جمشید به چشم می‌خورد. این اسکیس نشان دهنده مرحله اول تخیل به سوی خلاقیت است و به همین جهت عناصر پروژه قابل شناسایی بوده و مشابهت‌هایی مستقیم با نمونه‌های موجود در تاریخ معماری دارند.

1-2- تخیل خلاق

تخیل خلاق هنگامی است که با استفاده از ادراک شهودی و استدلال برداشتهای حسی قبلی به گونه‌ای جدید از اول پایه‌ریزی و سازماندهی شوند. در این مرحله قانونمندی‌های خود پروژه. نه قانونمندی‌های الگوهای اقتباسی آغازین، ملاک قرار می‌گیرند. مثلاً در پروژه فرهنگستانها (3) می‌بینیم که در فرایند طراحی عناصر اقتباسی رفته‌رفته تغییر می‌یابند و به عناصر جدیدی تبدیل می‌شوند که جزء لاینفکی از پروژه میرمیران هستند و به جای دیگری تعلق ندارند. الگوهای عام معماری به خاص تبدیل می‌شوند.

در مرحله تخیل خلاق خاطرات عناصر و الگوهای اقتباسی آنقدر بررسی و پرداخت می‌شوند تا به عصاره خود ایده‌ای مجرد تبدیل شوند. در فرایند طراحی این ایده‌ها مجدداً با قانونمندی‌هایی که از نیازها و شرایط خاص پروژه تاثیر پذیرفته است بازسازی می‌شوند. در پروژه فرهنگسرای اکباتان (4) که طرح آن توسط شرکت شیردل و همکاران با همکاری نگارنده تهیه شده است. یکی از مسائل اصلی دو نمایی بودن ساختمان است. به علت قرار گیری خاص زمین پروژه در کنار قطعه زمینی وسیع که فاز یک و دو شهر اکباتان را از هم جدا می‌کند.

دید اصلی یه ساختمان از شمال، از سمت ورودی بزرگراه تهران کرج به اکباتان است. نمای دوم مربوط به ضلع غربی و دسترسی از خیابان است. در رابطه با این مسئله چون در ضمن می‌خواستیم حتماً فضایی عمومی نظیر میدانی سرپوشیده در ارتفاع هفت هشت متری رو به شمال داشته باشیم تا از منظره کوهستان استفاده کنیم. ایده دو ایوان به فکرمان رسید. در فرهنگ ایرانی دونوع ایوان وجود دارد که از نظر مکانیت با یکدیگر متفاوت هستند. یکی ایوان به مثابه محل توقف و نظاره مثل ایوان هشت بهشت چهل ستون و عالی قاپو.

در ضلع غربی که ورودی ساختمان قرار دارد ایوان ما عبوری است و در ضلع شمالی ایوانی یه وجود آمده که محل تجمع مردم و تماشا کردن منظره کوهستان و مجموعه اکباتان است. در طراحی این دو ایوان ارتباط شکلی با ایوان سنتی قطع شده است. الگوی ایوان آنقدر تجزیه شده تا به یک ایده مکانی تبدیل

لحاظ زیبایی شناسی به برخی از تابلوهای پیکاسو براه نزدیک هستند .

فرانک گه‌ری بر خلاف لوکوربوزیه کویسم را به زبان معماری ترجمه نکرده و آن را باهمان بیان در اماتیک و خلوص نقاش کویسمت به کار می‌گیرد(تصاویر مربوط به دانشگاه مینه‌سوتا اثر فرانک گه‌ری (6) و تابلوی پیکاسو(7) سال 1912). طبیعت از دیرباز مرجع الهام معماران بوده است. سان‌دیاکو کالاتراوا از معمارانی است که بارها از فرمهای متعلق به ارگانسیم موجودات زنده استفاده کرده است. پروژه ایستگاه ترن T.G.V در شهر لیون (8) به آناتومی حشرات شبیه است. در پروژه غرفه کویت در بارسلون (9) از فرم دنده پستانداران استفاده شده است.

بین معماری و تولیدات صنعتی نیز همواره مبادلاتی صورت گرفته است . امروز معماری از DESIGN جدایی ناپذیر است و طراحان برجسته نظیر نورمن فاستر ، اتوره سوتساس ، آلدوروسی و فیلیپ استارک به طور همزمان طراح صنعتی و معمار هستند . در این مقاله تصاویر ساعت‌های موسوم به Fatboys اثر کریم رشید (10) با اتاقک موسوم به Gate House اثر فیلیپ جانسن (کانکتیکات)(11) مقایسه شده‌اند.

2-2- تغییر متن

هر شیئی و بنابراین هر الگو به متن و محیط خاصی وابسته است. برداشتن یک الگو یا فرم از محیطی و قرار دادن آن در محیطی جدید می‌تواند به خودی خود ابداع محسوب می‌شود. بهترین مثال این روش را در آگهی تبلیغاتی مربوط به شرکت تولید اشیاء DESIGN به نام فونتانا آرته (FONTANA ARTE) (12) می‌توان یافت . تبلیغ از سه بخش تشکیل شده است. در پایین نام شرکت و نوشته‌ای که ترجمه آن از 1930 به نام DESIGN است. به همراه چند تصویر از تولیدات شرکت دیده می‌شود. ظاهراً در اینجا ابداعی صورت نگرفته است و همه چیز طبق روال عادی تبلیغات است. در وسط تصویر میزی شیشه‌ای با چهار چرخ بزرگ در چهار گوشه آن دیده می‌شود که از تولیدات شرکت است.

این هم اگر چه اثری هنری است لیکن هنر آن مربوط به طراح می‌زاست نه به طراح آگهی . در بالای جمله‌ای از شوپنهاور نقل شده است: فرم بی‌حرکت نیست . هنر طراح آگهی کنار هم قراردادن این سه بخش است که هر کدام مولف خود را دارد. از این طریق آگهی به اثری برجسته تبدیل شده است. ذهن بیننده از طریق ایجاد ارتباطی جدید بین جمله شوپنهاور و تصویر میز چرخ‌دار پیام آگهی رادک می‌کند. استعاره ایستایی و حرکت به

دو صورت مختلف خوانده می‌شود که یکی ظاهری و دیگری عمیق به معنی پویا بودن و پیشرو بودن طراحی اشیاء تولید شده توسط شرکت فونتانا آرته است.

مثال دیگر مربوط به نمایشگاهی است با عنوان : «پیشنهادهایی برای غیبر شکل و حفظ فرمهای متعلق به نمادهای منسوخ شوروی توتالیتیر » (13) .

طرح میزهایی که روی آنها تصاویر نمایشگاه چیده شده‌اند . خود ، اثری هنری و مربوط به موضوع نمایشگاه است . پایه میزها از مجسمه سر استالین که به طور وارونه قرار گرفته است شکل شده است . این فرم که یکی از مهمترین نمادهای شوروی سابق 18 است در این متن جدید عمکردی نو یافته و به طور 18 استعاری محتوای نمایشگاه را بیان می‌کند .

این زمینه خلفاقت بسیار طبیعی است و حتی در زمان محاوره‌ای نیز مصداق‌های زیادی دارد . برای جدابتر کردن صحبت ، در زبان محاوره‌ای ، بارها اتفاق می‌افتد که اصطلاحی را که به زمینه‌ای تخصصی تعلق دارد در موارد غیر تخصصی به کار ببریم . به مزاح افرادی را که دانش کمی دارند «صفر کیلومتر» 19 می‌نامیم و به کسی که بی محابا عمل می‌کند 19 می‌گوییم «تخت گاز» می‌رود . چنانکه مشاهده می‌شود این زمینه خلافت اغلب طنز آلود است .

در معماری هم می‌توان به دفاع‌تر اداری اثر فرانک گه‌ری در کالیفرنیا (14) اشاره کرد . نمای ورودی به شکل یک دوربین دو چشمی طراحی شده است .

2-3- بازنویسی

در معماری نظیر ادبیات اثری جدید و بدین ممکن 20 است از بازنویسی یک موضوع قدیمی‌تر به وجود 20 آید . در مجسمه‌سازی می‌توان دو اثر تاتلین (1919) (15) و اکو (1992) (16) را با یکدیگر مقایسه کرد .

نقش سفالینه‌ای از تپه حصار (هزار سومئ یا چهارم ق . م) (17) و مجسمه‌ای متعلق به هنرمند لهستانی دورودا کوزیارا (Doroda koziara) در سال 1993 (18) نیز مفهوم باز نویسی را به خوبی بیان می‌کنند .

باز نویسی اگر چه ساختاری است لیکن عموماً هر چه غیر سیستماتیک‌تر باشد جالب‌تر است . حتی هنرمندان خلاق نظیر لوکوربوزیه و آروارآتو نیز از این روش بسیار استفاده کرده‌اند . در تصاویر بعدی اسکیس لوکوربوزیه از خرابه‌های حمام‌های قصر آدریانا ، (19) اسکیس اولیه وی از کاخ دادگستری شان‌دیگار (20) و پروژه ساخته شده (21) مقایسه شده‌اند . تصویر بعدی مربوط به مقایسه اسکیس آلوار آلتو از آمفی تاتر دلفی (23) و طرح

ساختمان پلی تکنیک اتانیمی (Ottanimi) در فنلاند (23) است. در اسکیس اولیه ساختمان Story Hall در ملبورن اثر مک دو کا (Mc Dougall)(24) طرح خلاصه شده یک ایوان ایرانی را می بینیم و در پروژه نهایی (25) نمایی جدید را می یابیم که به لحاظ فرم کاملاً متفاوت با ایوان است ولی به لحاظ مفهوم فضایی، هندسه مقرنسها و رنگهای درخشان تاثیر ایواند را نشان می دهد. در این پروژه دوگال به جای هندسه قدیمی از هندسه جدید فراکتال استفاده کرده است. فراکتها به خوبی رابطه بین جزء و کل (self similarity) را که مقرنس نیز دیده می شوند حفظ می کند. نکته مهم دیگر در این پروژه رعایت شده است این است که در بسیاری از موارد، نظیر مسجد شیخ لطف الله، ایوان ورودی کل نما تمایزی نیست.

بازنویسی چنانکه مشاهده شده همواره با تغییر مضامین موجود سروکار دارد. این تغییر ساختاری است. در بازنویسی وفادار ماندن به همه خصوصیات الگوی اولیه شرط نیست اما برای اجتناب از تقلید توصیه می شود تنها بخشی از ایده های آن مورد استفاده قرار گیرند. 23

در این مقاله به سه زمینه اصلی و مهم خلاقیت اشاره 23 شد. البته زمینه هایی دیگری وجود دارند که فرعی هستند یا به نوعی درون سه زمینه فوق قرار می گیرند. شناره بعد به تکنیک های علمی پرورش ایده خلاقانه اختصاص خواهد یافت.