

خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بین فرهنگ‌ها

تالیف:

ایگورا ان. دوبینا
الیاس جی. کارایانیس

مترجم

دکتر عبدالمحمد طاهری
(عضو هیأت علمی و دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز)



انتشارات آوای نور

تهران - ۱۳۹۷

عنوان و نام پدیدآور	: خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بین فرهنگ‌ها/تالیف [صحیح: ویراستاران] ایگورا ان. دوبینا، الیاس جی. کارایاننیس ؛ مترجم عبدالمحمد طاهری ؛ ویراستار ادبی مهشید پوریانی.
مشخصات نشر	: تهران : آوای نور، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ظ، ۲۵۶ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۳۰۹-۳۶۰-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: Creativity, innovation, and entrepreneurship across cultures : theory and practices. ۲۰۱۶.
یادداشت	: کتاب حاضر قبلا تحت عنوان « خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در میان فرهنگ‌ها (نظریه و روش)» با ترجمه صالح رحیمی توسط انتشارات آوینار در سال ۱۳۹۶ فیپا گرفته است.
عنوان دیگر	: خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در میان فرهنگ‌ها (نظریه و روش).
موضوع	: کارآفرینی Entrepreneurship
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار Creative ability in business
موضوع	: نوآوری Technological innovations
شناسه افزوده	: دوبینا، ایگورا ان.، ویراستار
شناسه افزوده	: Dubina, Igor N.
شناسه افزوده	: کارایاننیس، الیاس جی.، ۱۹۶۱ - م.، ویراستار. Carayannis, Elias G
شناسه افزوده	: طاهری، عبدالمحمد، ۱۳۳۷ - مترجم
رده بندی کنگره	: HB۱۳۹۷۶۱۵/خ۸
رده بندی دیویی	: ۰۴/۳۳۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۱۶۵۵۰

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بین فرهنگ‌ها

تالیف: نایگورا ان. دووینا - الیاس جی. کارایانیس

مترجم: دکتر عبدالمحمد طاهری

ویراستار ادبی: مهشید پوریانی

بازخوانی و ویرایش: محمد شعبانی

ویراستار فنی: دکتر عبدالمحمد طاهری

تایپ: مهشید پوریانی

طراح روی جلد: سحر شعبانی

چاپ اول ۱۳۹۷

تیراژ: ۵۰۰ جلد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳۰۹-۳۶۰-۷

تهران: خیابان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان وحید نظری - پلاک ۹۹

تلفن: ۶ - ۶۶۹۶۷۳۵۵ / نمابر: ۶۶۴۸۰۸۸۲

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

قیمت ۲۵۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

سخن مترجم.....	ذ
پیش‌گفتار	ر
مقدمه	۱۵

فصل اول: فرهنگ بعنوان نیروی محرکه‌ی رفتار فردی و سازمانی

چکیده	Error! Bookmark not defined.
مقدمه	Error! Bookmark not defined.
مفهوم فرهنگ: مشکل در تعریف، توصیف و سنجش	Error! Bookmark not defined.
بنیان‌های فرهنگی: چرا و چگونه فرهنگ مهم است	Error! Bookmark not defined.
ابعاد فرهنگی: چگونه می‌توان فرهنگ‌ها را سنجید و طبقه‌بندی کرد؟ ..	Error! Bookmark not defined.
مدل ابعاد فرهنگی هافستد	Error! Bookmark not defined.
مدل‌های دیگر ابعاد فرهنگی	Error! Bookmark not defined.
نتیجه‌گیری	Error! Bookmark not defined.

فصل دوم: خلاقیت از دریچه فرهنگ: دوگانگی «شرق» و «غرب»

چکیده	Error! Bookmark not defined.
خلاقیت و فرهنگ: پیش‌درآمد	Error! Bookmark not defined.
تفاوت در شناخت و تعریف خلاقیت و نوآوری	Error! Bookmark not defined.
بنیادهای اخلاقی و مذهبی و فلسفی	Error! Bookmark not defined.
تفاوت در توصیف خلاقیت و نوآوری	Error! Bookmark not defined.
تفاوت‌ها در ارزش‌گذاری خلاقیت و نوآوری	Error! Bookmark not defined.
نتیجه‌گیری	Error! Bookmark not defined.

فصل سوم: در جستجوی خلاقیت در جهان

چکیده	Error! Bookmark not defined.
مقدمه	Error! Bookmark not defined.
صفات	Error! Bookmark not defined.
شروع جستجوی خلاقانه من	Error! Bookmark not defined.
محقق جستجوگر می‌شود (قسمت اول)	Error! Bookmark not defined.

Error! Bookmark not defined. محقق جستجوگر می شود (قسمت دوم)

Error! Bookmark not defined. محقق جستجوگر می شود (قسمت سوم)

فصل چهارم: جغرافی ذهن خلاق: مطالعه‌ای میان فرهنگی در خصوص نظریه‌های ذهنی
خلاقیت در آمریکا و سنگاپور

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. روش

Error! Bookmark not defined. ابزارها

Error! Bookmark not defined. روش اجرا

Error! Bookmark not defined. نتایج

Error! Bookmark not defined. بحث

فصل پنجم: خلاقیت گروهی و فردی: مطالعه موردی تفاوت‌های بین خلاقیت ژاپن و چین

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. خلاقیت فردی و خلاقیت گروهی

Error! Bookmark not defined. خلاقیت ژاپنی براساس خرد گروهی

Error! Bookmark not defined. نقاط قوت و ضعف خرد جمعی

Error! Bookmark not defined. خلاقیت چینی: بر مبنای خرد فردی

فصل ششم: مروری بر یک همگرایی فرهنگی کهن: مطالعه موردی خلاقیت و نوآوری

سلسله‌ی اشکانیان در تعامل با گروه قومی یونانی اصیل خود

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. یافته‌های تاریخی و موردهایی از همگرایی فرهنگی

Error! Bookmark not defined. نتیجه گیری

فصل هفتم: رابطه بین خلاقیت، شیوه‌های مدیریت، فرهنگ و زبان (یک مقایسه بین

مردم ژاپنی و انگلیسی)

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. جمله بندی‌ها

Error! Bookmark not defined. محل کار

Error! Bookmark not defined. عواطف، ژست‌ها و رسوم

Error! Bookmark not defined. نتیجه گیری

فصل هشتم: چالش‌های چند فرهنگی برای مدیریت نوآوری

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. بررسی اجمالی نوآوری

Error! Bookmark not defined. مفاهیم نوآوری چند فرهنگی

Error! Bookmark not defined. از نوآوری چند فرهنگی به مدیریت چند فرهنگی

Error! Bookmark not defined. نتیجه گیری

فصل نهم: تأثیرات فرهنگی بر نوآوری و رقابت پذیری

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. فرهنگ، سرمایه اجتماعی و دانش

Error! Bookmark not defined. فرهنگ، نوآوری و رقابت پذیری

Error! Bookmark not defined. رکود اقتصادی در اروپا: مطالعه‌ی موردی

فصل دهم: پایه‌های فرهنگی در کارآفرینی

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. تنوع فرهنگی و خلاقیت

Error! Bookmark not defined. مفهوم همکاری میان فرهنگی

Error! Bookmark not defined. تنوع فرهنگی فرانسوی-روسی

Error! Bookmark not defined. همکاری مشارکتی فرانسوی-روسی

Error! Bookmark not defined. نتیجه گیری

فصل یازدهم: زمینه‌ی فرهنگی، کنجکاوی و خلاقیت مخترعان: ماری کوری، نیکولا

تسلا و استیو جابز

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. در آغاز

Error! Bookmark not defined. خانم‌ها مقدم ترند...

Error! Bookmark not defined. در ادامه: نابغه‌های اسرار آمیز

Error! Bookmark not defined. آخر اما نه کمتر

Error! Bookmark not defined. در آخر

Error! Bookmark not defined. در آخر نتیجه گیری در خصوص این سه نفر

فصل دوازدهم: همکاری فرهنگی نوآورانه‌ی فرانسوی-روسی: ساخت یک پازل با

استفاده از تنوع فرهنگی

Error! Bookmark not defined. چکیده

Error! Bookmark not defined. مقدمه

Error! Bookmark not defined. فاصله‌ی قدرت

Error! Bookmark not defined. اجتناب از عدم قطعیت

Error! Bookmark not defined. فردگرایی در مقابل جمع گرایی

Error! Bookmark not defined. مردانگی و زنانگی

Error! Bookmark not defined. نتیجه گیری

Error! Bookmark not defined. خاتمه

برای مترجم این اثر جای خوشوقتی است که با برخورداری از زیر ساخت‌های فرهنگی بر بنیاد فعالیت‌های نوشتاری در قالب چندین مجلد اثر فرهنگی، این بار فرهنگ را در گستره‌ی دیگری بعنوان نیروی محرکه‌ی رفتار فردی و سازمانی تا پیدایش خلاقیت و نوآوری واکاوی می‌نماید. رسیدن به این هدف مستلزم بررسی تفاوت‌های فرهنگی کشورهای مختلف بوده است که نویسنده معتقد است خلاقیت‌های ذهنی منجر به حل مسئله اساساً یک پدیده‌ی فرهنگی است به شکلی که هر یک از فرهنگ‌ها در برخورد با پدیده‌ها و مشکلات، متناسب با آموزه‌های فرهنگی خود برخورد می‌نمایند. در این رهگذر علیرغم پیچیدگی مباحث فرهنگی که در این کتاب به تفصیل آمده است، مترجم کوشیده تا ضمن رعایت امانت، محتوای فصول را تا جایی که مقدر بوده به فارسی بالنسبه ساده و احتمالاً خالی از ابهام ترجمه کند. در انتخاب معادل‌های فارسی اصطلاحات تخصصی تلاش شده تا از واژه‌هایی که مترجمان و دانشوران ایرانی در دهه‌های اخیر ابداع کرده‌اند حداکثر بهره برداری به عمل آید. هرچند این اثر و محتوای آن بسیار جدید و نو می‌باشد. نکته‌ی دیگر که بسیار مهم است، مترجم تلاش نموده است که پیوستگی بین مطالب حتی الامکان تحت الشعاع ارجاعات داخلی متن قرار نگیرد هرچند این موضوع به شکل کامل گریزناپذیر است. همچنین از نظر کاربرد آکادمیک و آموزشی کتاب حاضر به دلیل جامعیتش با سرفصل چندین درس دوره‌های کارشناسی ارشد و دکترای رشته‌های علوم تربیتی، روانشناسی صنعتی و سازمانی، مدیریت اجرایی، حسابداری و بازرگانی انطباق دارد.

در پایان امیدوارم مطالعه این کتاب سرآغاز تحولی جدید در نگرش دانش پژوهان رشته‌های فوق در راستای هدف‌های مورد انتظارشان باشد.

مجموعه کتاب اسپرنیگر در مورد «نوآوری، فناوری و مدیریت دانش» در مارس سال ۲۰۰۸ بعنوان سکویی مهم، روشنفکرانه و پژوهشگرانه برای ایده‌ها، نظریه‌ها و چشم‌اندازهای جهانی / محلی، میان رشته‌ای، میان بخشی، عمومی - خصوصی و پیشرو - در حال توسعه روانه‌ی بازار شد.

این مجموعه کتاب با همراهی مجله‌ی «اقتصاد دانش» می‌باشد که در سال ۲۰۰۹ با اندیشه‌ی همان نویسندگان به بازار آمد.

این مجموعه نمایش دهنده‌ی دیدگاه‌های فعالانه‌ای می‌باشد که از «معرفت متعارف» دور اما در نظریه و عمل به درستی زمینه‌یابی شده است. همچنین مفاهیم «رقابت مستحکم، کارآفرینی پایدار و سرمایه داری دموکراتیک» که در اهداف و فلسفه‌ی آن اهمیت دارد، در نظر می‌گیرد. هدف این مجموعه، برجسته ساختن تحقیقات و شیوه‌ی عملکرد پدید آمده در برخورد پویا با این حوزه‌ها است که در آن افراد، سازمان‌ها، صنایع، منطقه‌ها و ملت‌ها، خلاقیت و ابداع را برای دستیابی به رشد و تقویت آن تحت کنترل در می‌آورند.

کتاب‌هایی که بخشی از این مجموعه می‌باشند، تأثیر نوآوری را در اقتصاد، شرکت‌ها، گروه‌ها و افراد در سطح خرد و کلان بررسی می‌کنند که از قوانین مربوطه مانند امور مالی، روانشناسی سازمانی، تحقیق و توسعه، سیاست علم، سیستم‌های اطلاعاتی و راهبردی (با مضمون پایه که برای نوآوری مفید می‌باشند)، استنتاج و صد در صد مورد استفاده قرار می‌گیرند که این همان موضوع تسهیم دانش است.

تعدادی از مفاهیم کلیدی مرجع از این مجموعه در مطالب زیر مطرح و تعریف‌هایی به دنبال آن آمده است (تمام تعریف‌ها از کارابانیس‌ای جی^۱ و کمپ بل دی. اف. جی^۲ (۲۰۰۹)، مجله‌ی بین‌المللی مدیریت فناوری، ۴۶، ۳-۴ می‌باشد).

- رویکرد سیستم‌های «مدل ۳» جهت خلق، انتشار و استفاده از دانش: «مدل ۳» یک رویکرد از سیستم‌های چند جانبه، چندگانه، چند منظوره و چند سطحی در مفهوم سازی، طراحی و مدیریت ابعاد واقعی و مجازی، «دانش انباشته» و «دانش در جریان» می‌باشد که خلق، انتشار،

^۱. Carayannis E. G

^۲. Campbell, D. F. J.

تسهیم، جذب و استفاده از دارائی‌های دانش متخصص را کاتالیز کرده، به آن سرعت می‌بخشد و از آن حمایت می‌کند. «مدل ۳» بر مبنای چشم انداز سیستم نظری شرایط و روندهای اجتماعی - اقتصادی، سیاسی، فناوری و فرهنگی است که هم‌تکاملی دانش را با اجتماع و اقتصاد محلی / جهانی مبتنی بر دانش هدایت شده را با دانش شکل می‌دهد.

- هلیکس (پیچک) چهارگانه: در این زمینه به معنای افزودن پیچک چهارم به پیچک سه گانه‌ی دولت، دانشگاه و صنعت می‌باشد که آن را به صورت «اجتماع عمومی مبتنی بر رسانه و فرهنگ» شناسایی می‌کنیم. چهارمین پیچک با «رسانه»، «صنایع خلاقانه»، «فرهنگ»، «ارزش‌ها»، «سبک زندگی»، «هنر» و گاهی اوقات نیز با مفهوم «طبقه‌ی خلاق» همراه است.

- شبکه‌های نوآوری: شبکه‌های نوآوری، زیربناها و زیرفناوری‌های حقیقی و مجازی می‌باشند که جهت پرورش خلاقیت، ایجاد ابداع و کاتالیز نوآوری در حوزه‌ی عمومی یا خصوصی عمل می‌کنند (برای مثال، مشارکت‌ها در همراهی توسعه‌ی فناوری و تحقیق دولتی - خصوصی دولت - دانشگاه - صنعت).

- دسته‌بندی‌های دانش: انباشته شدن دارائی‌های دانش تقویت کننده، متخصص و متقابلاً مکمل به شکل «دانش انباشته» و «دانش در جریان» می‌باشد که بیانگر روندها و توانش‌های تطبیقی به صورت پویا، خود سازماندهی کننده و هدایت شده با یادگیری در زمینه‌ی چشم انداز یک سیستم باز می‌باشد.

- اکو سیستم نوآوری قرن بیست و یکم: یک سیستم چند سطحی، چند منظوره، چندگانه و چند عاملی از سیستم‌ها می‌باشد. سیستم‌های متشکله، شبکه‌های بزرگتر نوآوری (شبکه‌هایی از شبکه‌های نوآوری و دسته‌بندی‌های دانش) و دسته‌بندی‌های بزرگتر دانش (دسته‌بندی‌هایی از شبکه‌های دانش و دسته‌بندی‌های دانش) را به صورت بلوک‌های سازنده و سازماندهی شده در یک ساختار بی نظم و بدون مبنای نوآوری و دانش در بر می‌گیرد (کارایانیس^۱، ۲۰۰۱)، که به نوبه‌ی خود انباشتگی جریان‌ها و موجودی‌های سرمایه‌ی مالی، عقلانی، اجتماعی و انسانی و همچنین مصنوعات و ماهیت‌های فرهنگی و فناوری را که پیوسته تکامل، تخصص و همکاری مشترک دارند، تشکیل می‌دهد. همچنین این دسته‌بندی‌های دانش و شبکه‌های نوآوری حوزه‌های متنوع سازمانی، سیاسی، فناوری و اجتماعی - اقتصادی مانند حکومت، دانشگاه، صنعت و سازمان‌های غیر دولتی را شکل داده و اصلاح می‌کند که همگی در بر گیرنده‌ی فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیست فناوری‌ها، مواد سازنده‌ی پیشرفته، نانو فناوری‌ها و فناوری‌های انرژی نسل بعدی می‌باشند.

^۱. Carayannis

این مجموعه کتاب برای چه کسی منتشر شده است؟ این مجموعه کتاب انواع مخاطبین را در زمینه‌های مختلف فرا می‌خواند:

۱- اجتماعات دانشگاهی: اجتماعات دانشگاهی در سرتاسر دنیا بیانگر گروه اصلی خوانندگان می‌باشند. این مسئله توجه نظری / مفهومی این مجموعه کتاب را دنبال می‌کند تا در گفتمان‌های دانشگاهی در زمینه‌ی دانش نفوذ کرده و همچنین با ادعای توجهی خاص به دانشگاهیان با مفاهیم رایج و درخواست فرصتی جهت مفاهیم جدید یا حداقل مفاهیمی دیگر همراه شد. در نتیجه چالشی کلیدی برای این مجموعه ارائه می‌کند تا تأثیر معینی بر گفتمان در دانشگاه داشته باشد. در اصل، تمام جوامع دانشگاهی که علاقمند به دانش (دانش و نوآوری) می‌باشند، می‌توانند از این مجموعه کتاب استفاده‌ی مطلوبی داشته باشند. ماهیت میان رشته‌ای این مجموعه کتاب تأکید بر این دارد که حوزه‌ی این مجموعه کتاب محدود به اولویت بندی حلقه‌ی ویژه‌ی نظام‌ها نمی‌شود. از دیدگاه رادیکالی، میتوان این فرضیه را به وجود آورد که هیچ گونه نظامی که در آن دانش بی اهمیت است، وجود ندارد.

۲- تصمیم‌گیرندگان - کارآفرینان خصوصی یا دانشگاهی و عملگران دولتی (دولتی و زیر مجموعه‌ی دولت): دو گروه متفاوت از تصمیم‌گیرندگان بطور همزمان نامبرده میشوند: الف) کارآفرینان خصوصی (شرکت‌ها، شرکت‌های تجاری، شرکت‌های دانشگاهی و کارآفرینان آکادمیک دانشگاه‌ها) که علاقمند به بهینه‌سازی مدیریت دانش و توسعه‌ی شبکه‌های تحقیقاتی دانش مبنا که ناهمگن ترکیب شده‌اند؛ و ب) عملگران دولتی (دولتی و زیر مجموعه‌ی دولتی) که علاقمند به بهینه‌سازی و توسعه‌ی بیشتر سیاست‌ها و راهبردهای سیاسی خود می‌باشند که به دانش و نوآوری میرسند. یک هدف دانش و سیاست نوآوری عمومی آن است که عملکرد و رقابت اقتصادهای پیشرفته را افزایش میدهد.

۳- تصمیم‌گیرندگان کلی: اطلاعات ضروری به صورت سیستماتیک برای تصمیم‌گیرندگان عرضه می‌شود، برای آنکه بدانند چگونه تصمیم‌گیری را با مراجعه به دانش و توسعه‌ی آن، به روز سازی کنند. ماهیت این اطلاعات ضروری، مفهومی و همچنین تجربی (بر اساس مطالعه‌ی موردی) می‌باشد. اطلاعات تجربی، نکات و نمونه‌های عملی را در جهت راه‌حل‌های عملی (احتمالاً اصلاحات) برجسته می‌سازد؛ اطلاعات مفهومی مزیت ابزارهای پیش‌برنده و کاربردی را پیشنهاد می‌کند. گروه‌های مختلفی از تصمیم

گیرنده‌ها می‌توانند در شرکت‌های خصوصی و شرکت‌های بزرگ چند ملیتی که مسئول تسهیم دانش شرکت‌ها، مشاوران جهت اجرای مدیریت دانش، متخصصان جهانی سازی که متمرکز بر بین‌المللی کردن تحقیق و توسعه، علم و فناوری و نوآوری، همچنین متخصصان در شبکه‌های کسب و کار، دانشمندان سیاسی، اقتصاد دانان و افرادی که در حرفه‌ی کسب و کار هستند، می‌باشند.

۴- مخاطبین جهانی علاقمند: در نهایت، مجموعه کتاب اسپرینگر مخاطبینی را مورد خطاب قرار می‌دهد که بطور کلی به دانش و نوآوری علاقمند می‌باشند. مخاطبین جهانی بطور جزئی با اجتماعات ذکر شده (اجتماعات دانشگاهی و تصمیم‌گیرندگان) همزمان در حال استفاده می‌باشند.

واشنگتن دی. سی - الیاس جی کارایانیس

در حال حاضر، پژوهش میان فرهنگی یکی از پویاترین و سریعترین مطالعات یکپارچه‌ی میان رشته‌ای است که اهمیت آن در بسیاری از زمینه‌های نظری و عملی نشان داده شده است. همزمان خلاقیت، نوآوری و کار آفرینی در این ادبیات بعنوان عامل بحرانی مورد رقابت بوده که نه تنها برای شرکت‌ها، بلکه برای توسعه‌ی جوامع حیاتی است. نتیجه بر خاسته از تحقیقات نشان می‌دهد که تفاوت‌های فرهنگی ممکن است فعالیت‌های خلاقانه، اختراعی، نوآورانه و کارآفرینانه را سرعت بخشیده و یا مانع از آن شود. هر کدام از این فرهنگ‌های متنوع می‌تواند به تلفیق واقعیت‌های فرهنگی کمک کند تا از یک طرف از مزایای آنها استفاده کند و از طرف دیگر بر بی اثر کردن محدودیت‌های فرهنگی غلبه کرده و محدودیت‌های هر فرهنگ را برای پرورش بهتر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی در محیط‌های متأثر از جهانی شدن در فضای اجتماعی، اقتصادی و کسب و کار مهیا نماید.

مطالعات اخیر در این زمینه بیانگر تحقیقات جدید میان رشته‌ای است. زمینه‌ای که در آن مطالعات فرهنگی، جامعه‌شناسی، روانشناختی، تاریخی، اقتصادی، مدیریت، فناوری و کسب و کار رابطه نزدیکی باهم دارند. توجه به بحث میان فرهنگی در خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی به میزان گسترده‌ای در مقالات متعدد انتشار یافته است که به موجب آن تحقیقات نظری و تجربی را در تأثیر فرهنگی این پدیده‌ها بازنمایی می‌کند.

در این کتاب مفاهیم، فرضیات، تفکرات، نظریه‌ها و تحقیقات تجربی مختلف مورد بررسی، تحلیل و بحث قرار گرفته و طبقه‌بندی می‌شوند که تأکید بر تأثیر فرهنگ (عمدتاً فرهنگ‌های ملی) بر خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی دارد. برخی از جنبه‌های مربوط به این پدیده ممکن است در میان فرهنگ‌ها متداول و به صورت کلی قابل استفاده باشند، در حالی که بقیه به وسیله‌ی عوامل خاص فرهنگی به شدت تعیین می‌شوند که آنها را برای انتقال به دیگر زمینه‌های فرهنگی دشوار می‌سازد. بنابراین، رویکردی ترکیبی از جامعیت و ویژه‌گرایی را دنبال می‌کنیم.

در این پژوهش، با جنبه‌های فرهنگی خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی سر و کار داریم. اما هنگامی که در مورد «جنبه‌های فرهنگی» صحبت می‌کنیم، در نهایت با چالش درک فرهنگ مواجه می‌شویم. همان طور که رایموند ویلیامز^۴، یکی از پیشروان جامعه‌شناسی فرهنگی، اشاره دارد که واژه‌ی فرهنگ در میان پیچیده‌ترین واژه‌ها قرار دارد. در واقع افراد، همزمان، متعلق به

^۴. Raymond Williams

گروه‌های انسانی مختلفی می‌باشند (یک تورم، یک جنسیت، یک نسل، یک سازمان و غیره). هر یک از این گروه‌ها دارای یک فرهنگ می‌باشند و هر یک از این فرهنگ‌ها بر رفتار تأثیر می‌گذارند. این پژوهش، در اصل بر یکی از این فرهنگ‌ها (فرهنگ ملی، یعنی مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های جمعی که افراد را از ملیتی به ملیت دیگر متمایز می‌سازد) تأکید دارد. اخیراً مطالعات قابل توجهی در این زمینه منتشر شده است. هرچند هیچ گونه نظریه‌ی کاملی معرفی نشده است که ابعاد مختلف فرهنگی و اثرات آن بر خلاقیت، ابداع، نوآوری و کارآفرینی را در بر گیرد، در حالی که پیشرفت قابل توجهی توسط محققان در این خصوص به عمل آمده است. این ادبیات تحقیق، از لحاظ سیستمی و تلفیق نتایج تحقیق میان فرهنگی هنوز توسعه نیافته است. در این کتاب، خلاقیت، ابداع، نوآوری و کارآفرینی را در زمانی که پدیده‌ها رابطه‌ی نزدیکی با هم دارند، در نظر می‌گیریم. با توجه به ریشه‌ی لغت، خلاقیت به معنای «تولید چیزی از هیچ» می‌باشد و به صورت کلی‌تر، خلاقیت خود را در تولید ایده‌ها یا محتویات (عقلانی، روحی، هیجانی، فیزیکی و غیره) بازنمود می‌کند. یکی از جنبه‌های عملی خلاقیت، ابداع است. ابداع به صورت گسترده بعنوان یک ایده‌ی خلاق درک شده و به شکلی کاربردی خود را نشان می‌دهد. بنابراین قوه‌ی اختراع را می‌توان به صورت قابلیت تبدیل یک ایده به یک شکل کاربردی (یک طرح، برنامه، ساختار و غیره) در یک حوزه‌ی فنی، اقتصادی، کسب و کار، سیاسی، اجتماعی و دیگر حوزه‌ها در نظر گرفت. در نتیجه، نوآوری را میتوان به صورت یک ابداع عملی اجرا شده در نظر گرفت (نوآوری ایده‌ای است که به ارزش افزوده تبدیل میشود). کارآفرینی بطور گسترده‌ای متعلق به موتور رشد و پیشرفت اقتصادی است و بعنوان خلق روشی جدید از انجام کسب و کار درک میشود. خلاقیت را می‌توان بعنوان یک فرآیند دریافت روابط و چالش‌های جدید با موقعیت‌های در حال تغییر که بیان‌کننده‌ی مفاهیم و پاسخ‌های منحصر به فرد می‌باشد، در نظر گرفت.

هدف از این پژوهش، توسعه‌ی بیشتر روابط بین فرهنگ و پدیده‌های به هم آمیخته‌ی خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی به منظور پیشرفت بیشتر و درک بهتر از نحوه، علت و زمان بازنمود خود این پدیده‌ها در فرهنگ‌های مختلف است.

این کتاب به وسیله‌ی یک تیم قوی بین‌المللی و دارای صلاحیت تهیه شده است. محققان چشم‌اندازها، بینش‌ها و تقابل‌ها از چین، فرانسه، یونان، ایران، ایتالیا، ژاپن، روسیه، سنگاپور، انگلستان و ایالات متحده آمریکا را ارائه می‌کنند. امیدواریم که این کتاب برای محققان و متخصصانی که با این جنبه‌های نظری و عملی مطالعات فرهنگی و میان‌فرهنگی در رابطه با

خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی و همچنین مدیریت و کسب و کار بین المللی سر و کار دارند،
جالب توجه باشد.