

КАК

РАЗВИТЬ

КРЕАТИВНОСТЬ

за 7 дней



Гарет Льюис

| | | |
|--|--|--|
| ВС Разбираемся, что такое творческий импульс ✓ | ПН Определяем понятие «креативность» ✓ | ВТ  Программируем «креативный компьютер» ✓ |
| СР  Приобщаемся к творческой жизни ✓ | ЧТ Ищем новые подходы к решению проблем ✓ | ПТ  Изучаем творческие приемы ✓ |
| СБ Развиваем креативность в работе ✓ | ОСВОЙ ЗА НЕДЕЛЮ ТО, ЧТО ДРУГИЕ НЕ УСПЕВАЮТ ЗА ВСЮ ЖИЗНЬ | |

Саморазвитие. Результат за 7 дней

Гарет Льюис

**Как развить
креативность за 7 дней**

«ЭКСМО»

2012

УДК 159.9
ББК 88.52

Льюис Г.

Как развить креативность за 7 дней / Г. Льюис — «Эксмо»,
2012 — (Саморазвитие. Результат за 7 дней)

ISBN 978-5-04-091600-9

Креативность – двигатель прогресса. В основе каждого яркого проекта, каждого инновационного бизнеса, каждого уникального продукта лежит творчество. Эта книга научит вас с легкостью генерировать идеи, находить неожиданные решения сложных проблем и с максимальной эффективностью использовать свой интеллектуальный ресурс. И это всего за 7 дней!

УДК 159.9
ББК 88.52

ISBN 978-5-04-091600-9

© Льюис Г., 2012
© Эксмо, 2012

Содержание

| | |
|---|----|
| Вступление | 6 |
| ВОСКРЕСЕНЬЕ | 7 |
| Творческий импульс | 8 |
| Любопытство и ход эволюции | 9 |
| Человеческая мотивация | 10 |
| Зарождающаяся картина мира | 11 |
| Деловая среда | 13 |
| Зарождающаяся программа | 15 |
| Резюме | 16 |
| Вопросы (ответы вы найдете в конце книги) | 17 |
| ПОНЕДЕЛЬНИК | 19 |
| Шок новизны | 20 |
| Природа креативности | 22 |
| Креативный процесс | 25 |
| Креативные продукты | 27 |
| Конец ознакомительного фрагмента. | 28 |

Гарет Льюис

Как развить креативность за 7 дней

Gareth Lewis

Outstanding Creativity in a Week: Teach Yourself

Copyright © 1999, 2012 Gareth Lewis

© Новикова Т. О., перевод на русский язык, 2017

© Оформление. ООО «Издательство «Э», 2018

* * *

Вступление

Творчество – это основа многих аспектов жизни организации, таких как перемены, инновации, основанные на знаниях, товары и услуги. Творческие люди важны для любой компании.

Мир вокруг нас меняется все с большей скоростью, а будущее ставит перед нами серьезнейшие проблемы. Для выживания и процветания в новом мире вам и вашей организации нужно развивать навыки, которые помогут проснуться креативному началу и инновациям.

Творчество – это не самостоятельный навык, который можно рассматривать отдельно от всех. Это нечто комплексное – то, что пронизывает каждую сферу деятельности организации. И поэтому вы не должны его игнорировать.

В этой книге вы найдете идеи и предложения, связанные с разными аспектами творчества. Вы узнаете, почему оно так важно для долгосрочного успеха, о чем следует подумать и что нужно сделать организациям для развития креативного начала своих сотрудников.

Я расскажу вам о личном и психологическом аспекте творчества, о том, как ведут себя творческие люди и как им удастся оригинально и нетривиально мыслить. Вы откроете для себя массу практических и творческих средств решения проблем. Их несложно выучить, еще проще – запомнить и уж совсем просто применить на практике тому, кто решил стать настоящим творческим человеком.

Эти знания чрезвычайно важны, потому что мир меняется, и мы должны меняться вместе с ним. Иногда нам приходится следовать за переменами, а порой мы можем их возглавить. Но в обоих случаях мы можем проявить креативное начало, развиться самому или способствовать улучшениям своей организации.

Творчество не связано с интеллектом или формальным образованием. Оно не имеет никакого отношения к вашим успехам в школе или университете. Творческое начало позволяет нам взглянуть на обстоятельства и проблемы свежим взглядом. Превратить угрозы в возможности, а слабости – в сильные стороны. *Эта книга поможет вам усвоить креативные подходы к жизни, которые обеспечат ваше будущее и будущее вашей организации.*

ВОСКРЕСЕНЬЕ

Разбираемся, что такое творческий импульс

Цифровой мир жесток и изменчив, поэтому он должен развиваться – или погибнуть.

Билл Гейтс

Почему творчество так важно? На этот ключевой вопрос мы с вами попытаемся ответить сегодня.

Разобраться в этом нужно, чтобы понять, является ли творчество бонусом и определенной роскошью, или на этот вопрос есть более фундаментальные и значительные ответы.

Для этого вам придется сосредоточиться сразу на двух уровнях, а именно:

- На индивидуальном (то есть на себе самом), и
- На месте организации в контексте экономики в целом.

Мы рассмотрим примеры, показывающие ту уникальную комбинацию факторов, которая ставит креативное начало во главу списка приоритетов современного бизнеса и компаний, а также и вашего личного списка.

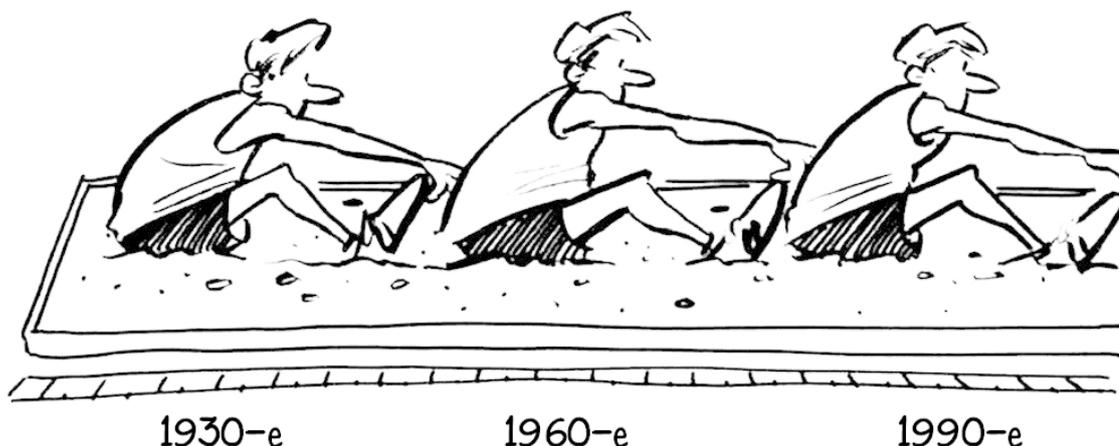
Я расскажу вам о творческом импульсе, человеческом любопытстве и мотивации, а затем мы посмотрим на творчество в экономическом и технологическом контексте. Я надеюсь, вы согласитесь с тем, что наши десять предсказаний будущего образуют основу для понимания событий, происходящих с вами лично и со всеми организациями, с которыми вы связаны. Сегодняшний день мы завершим изучением влияния креативности и инноваций на бизнес. А в самом конце вам предстоит ответить на десять вопросов, выбрав один из четырех вариантов ответа, – точно так же будут завершаться и все остальные дни недели.

Творческий импульс

Прежде чем мы перейдем к «бизнесу», нужно осмыслить понятие «творчество» в историческом контексте. Нам хочется считать его современным изобретением. Однако оно вместе с инновациями было аспектом индивидуального и социального поведения с незапамятных времен. С самых первых попыток людей организовать в более эффективные социальные группы творчество играло важную роль в развитии общества. Человеческая история – это путешествие, сопровождаемое почти бесчисленным количеством творческих скачков. Вот самые яркие из них:

- Изобретение колеса;
- Возделывание злаков;
- Использование орудий;
- Язык;
- Книгопечатание;
- Космические путешествия.

Не сомневаюсь, что вы можете расширить этот список по своему усмотрению.



Если посмотреть на практически любой аспект человеческой деятельности, можно проследить долгий путь развития, в ходе которого проявился полный диапазон творческого поведения человека, его способности решать проблемы и развиваться дальше. Сельское хозяйство, транспорт, связь, письменность, приготовление пищи, визуальное искусство, торговля и коммерция, промышленность, строительство, здравоохранение и медицина, отдых и развлечения – так было везде. Но все творческие скачки за историю человечества происходили неравномерно. История знает периоды поразительных всплесков креативного поведения, и многие из них хорошо нам знакомы:

- Социальные, политические, военные и литературные достижения Древней Греции;
- Развитие сложнейших культур и цивилизаций в разных уголках мира – например Древний Китай;
- Высочайшие достижения человеческого гения почти во всех сферах жизни – в торговле, визуальных искусствах, архитектуре, музыке – в эпоху Ренессанса;
- Использование технологий в эпоху промышленной революции.

Вы можете назвать десятки изобретений и открытий, сделанных в эти периоды и заметно улучшивших жизнь человечества, – проверьте свои знания.

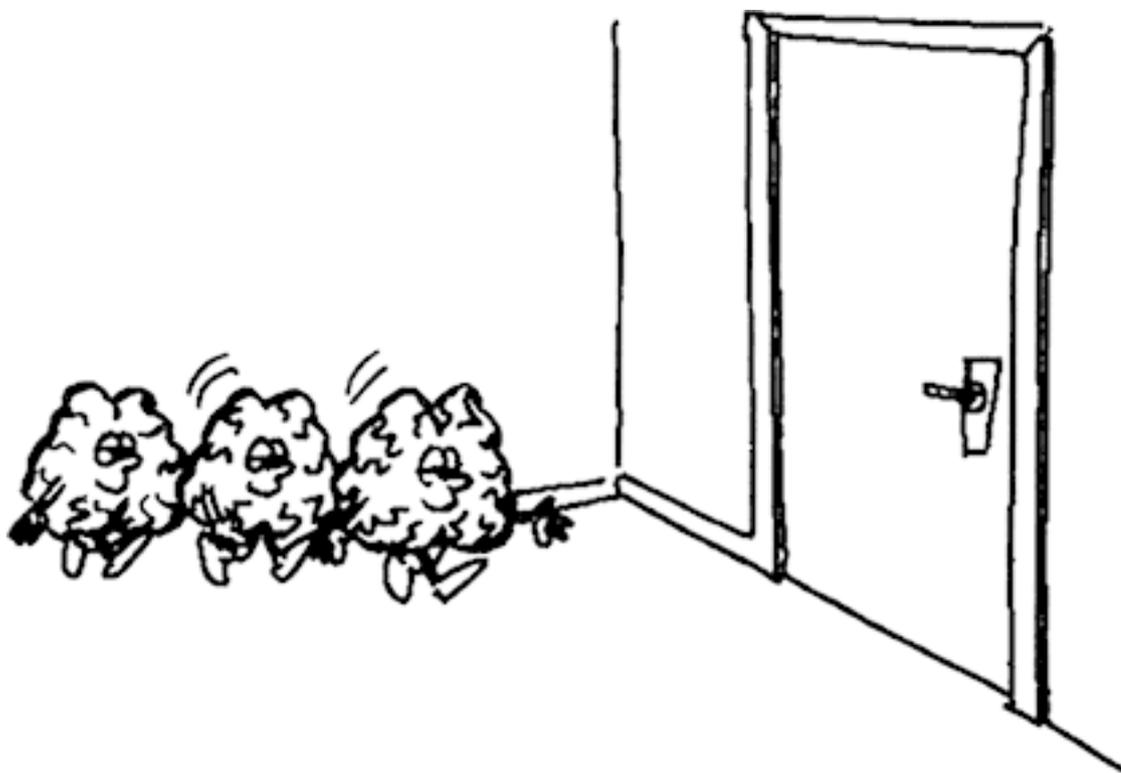
Любопытство и ход эволюции

*Люди – не самые крупные животные.
Нас нельзя назвать самыми сильными или самыми быстрыми.
Мы не отличаемся острым зрением или обонянием.
Удивительно, как мы выжили в окружении свирепых созданий природы.*

*Но мы выжили и добились процветания благодаря своему мозгу.
Мы эволюционировали, чтобы заполнить когнитивную нишу.*

Билл Гейтс «Бизнес со скоростью мысли»

Из всего этого можно сделать один вывод: прогресс в развитии человечества и социума всегда полагался на творческие импульсы индивидуумов. Творчество – это компонент нашего существования в окружающем мире, помогающий нам решать проблемы и вызовы, которые бросает нам жизнь.



Базовый психологический профиль обеспечил нас не только мозгом, но и потребностью использовать его. Приспособиться к обстоятельствам, окружающей среде и контролировать их. Любопытство и способность использовать мозг для осознания окружающего мира – вот то, что отличает нас от других видов животных.

А когда мы добавляем к этому энергию, возникающую благодаря социальному поведению, то получаем основные условия нашего творческого наследия.

Человеческая мотивация

Если мы отвлечемся от экскурса в историю и посмотрим на себя, то поймем, что человеческая жизнь – это непрерывное развитие и обучение. Вот что мы знаем из психологии:

1. В первые годы жизни младенцы делают потрясающие вещи – они учатся ходить и передвигаться, они овладевают языком, они начинают общаться и завязывать отношения, у них развиваются когнитивные навыки.

2. Люди ищут наслаждений и удовлетворения физических, интеллектуальных и социальных потребностей.

3. Мы сохраняем потребность в развитии, обучении и самореализации в течение всей жизни (Маслоу называл эту потребность «самоактуализацией»).

Все это говорит нам о том, что наша способность учиться, проявлять любопытство, стремиться к управлению окружающим миром и приспосабливаться к нему «встроена» в наш разум с рождения. Короче говоря, человек не может не проявлять творческого начала, поскольку все это является ключевыми элементами жизни.

Зарождающаяся картина мира

А теперь давайте переключимся на большой окружающий мир – и, в частности, на мир коммерции и бизнеса, в котором большинство из нас трудится.

Хотя совершенно очевидно, что в XX веке произошел настоящий взрыв креативной энергии, XXI век породил не менее драматичные перемены, которые ярче всего видны в экономике и технологиях.

Экономика

В книге «Размытие: скорость перемен в связанной экономике» Стэн Дэвис и Кристофер Мейер выделили три наиболее влиятельные силы, которые обеспечивают серьезные перемены в экономике:

1. Скорость: бизнес ускоряется – новые жизненные циклы товаров, рыночное время, передача транзакций.
2. Нематериальные активы: экономикой сегодня управляют нематериальные факторы. Цены основываются не на материальных затратах, а на бренде, исследовательских работах, маркетинге, отношениях и т. п.
3. Взаимосвязь: связи становятся богаче, плотнее и быстрее.

Все это размывает различия между товарами и услугами, между организациями и их клиентами и акционерами, между руководителями и сотрудниками. Мы постоянно сталкиваемся с подобными примерами – взять хотя бы Amazon. Клиенты, которые приходят на сайт за информацией (и дополнительными ценными услугами – например, за рецензиями на книги), становятся частью продукта (и пишут эти рецензии сами).

Новую экономику от старой отличает интеллектуальный капитал – знания, талант и опыт. Именно здесь и кроется креативность: если экономика основывается на знаниях, то сила разума становится важнейшим навыком.

Технологии

В той среде, в которой мы с вами живем и работаем, технологии меняются стремительно. Мы вступаем в эпоху информационных технологий – и в эпоху экономики знаний.

Задумайтесь над следующим:

- Официальная статистика показывает, что процент работников, занятых в индустрии цифровых услуг, крайне велик и стремительно растет.
- Две трети работающих американцев заняты в сфере услуг.
- Знания становятся самым ценным товаром.
- Мы становимся свидетелями серьезного развития интернет-коммуникаций, электронной почты, торговли и работы в Интернете или в глобальной сети.

Что же мы увидим в будущем?

Десять предсказаний на будущее

1. Глобализация – технологии покоряют расстояния, и организации могут работать в любом месте.

2. Технологии – новые способы коммуникаций и передачи данных меняют наш образ жизни и работы.
3. Социальные изменения – мы вступаем в информационную эпоху и эпоху экономики знаний. Производство постепенно обособляется.
4. Влияние акционеров – организации становятся коллективами акционеров.
5. Инновации – необходимое для успеха условие.
6. Конкуренция – невозможность почивать на лаврах.
7. Диверсификация рабочей силы – различные социальные сочетания (межкультурная рабочая среда), ожидания (психологические контракты) и методы работы (роль телекоммуникаций).
8. Организационные структуры – более сложная и радикальная архитектура организации (виртуальная организация).
9. Постоянное обучение – необходимость постоянного развития своих навыков для достижения прогресса и удовлетворения достигнутым.
10. Скорость перемен – все делается быстрее, чем раньше.

Деловая среда

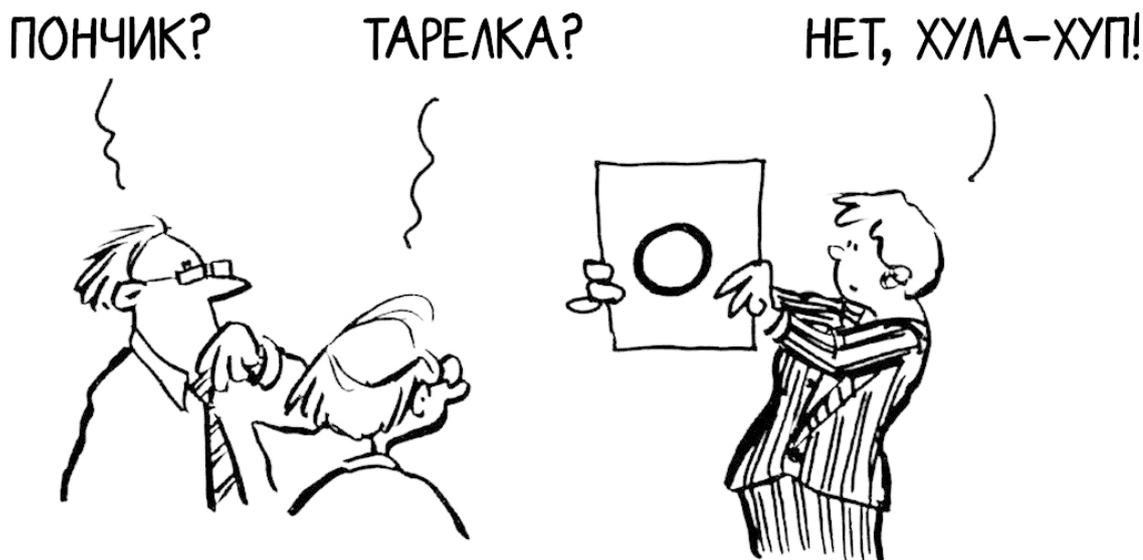
Темпы реализации изобретений стремительно ускоряются. Достаточно просто открыть глаза и осмотреться вокруг, чтобы оценить те потрясающие скачки, которые случились с нами с начала века. На первый взгляд может показаться, что бизнес и вообще все организации успешно отвечают на вызовы, создаваемые социальным и научным развитием. Давайте проведем небольшой тест: перечислите те товары, которыми вы пользуетесь сегодня, но которых не существовало 5, 10, 50 лет назад. Но даже несмотря на то, что за последние годы мы пережили серьезные социальные, технологические и политические перемены, это совсем не означает, что мы хорошо подготовлены к будущему. Бизнес и коммерция не всегда эффективно реагируют на происходящие вокруг них перемены.

Организации в коммерческой среде не всегда расположены к работе с креативным началом своих сотрудников. Сколько вы можете назвать организаций, которые являются по-настоящему креативными или новаторскими? В целом они предпочитают подавлять творческое начало, а не поощрять его. Хотя люди от природы творчески относятся к окружающему их миру, этот аспект человеческого поведения не всегда поощряется и признается организациями.

Внедрение большинства изобретений происходило в определенное время или под давлением конкретных обстоятельств. Их редко принимали с первого же взгляда. Они далеко не сразу принесли свои плоды, а сам процесс нередко оказывался мучительным. Достаточно привести лишь несколько примеров, чтобы все стало ясно. В 1938 году Честер Карлсон изобрел ксерографическое копирование. Фотокопировальный процесс Карлсона поначалу не вызвал интереса у инвесторов – более 20 компаний отклонили его идею. «Я столкнулся с абсолютным отсутствием интереса», – говорил он позже.

Аналогичная ситуация складывалась и со многими другими изобретениями, которые мы сегодня воспринимаем как должное:

- Радио
- Клейкая бумага для заметок Post-It
- Пылесос «Dyson»



История показывает, как трудно было изобретателям добиться реакции, поддержки, рекламы или просто заинтересованности организаций в их проектах. Однако компаниям при-

ходится сталкиваться с вызовами, которые бросает им время. О них мы говорили в предыдущем разделе. Сигнал предельно ясен: обновляйся – или умри.

Сегодня организации стремятся спонсировать и поощрять творческое начало своих сотрудников. Привычки и обычаи, складывавшиеся в течение долгого времени, начинают меняться.

Гэри Хэмел – известный специалист по деловой стратегии и организационным переменам – отмечает, что сегодня организации чаще определяют себя по тому, что они знают (ключевая компетентность), а не по тому, что они делают. Он рекомендует компаниям думать о будущем и об инновациях, поскольку именно они являются основным средством конкуренции – и даже самого выживания.

Зарождающаяся программа

В начале первой главы мы задали вопрос, являются ли креативное начало и инновации желательным или необходимым предметом. Надеюсь, ответ вам ясен. Хотя мы можем изучать творчество, потому что это интересно и увлекательно, но служащие, руководители и лидеры бизнеса должны относиться к этому вопросу очень серьезно. Те, кто изучает и осуществляет перемены в деловой среде, полагают, что инновации должны стоять в самом центре наших мыслей и стратегий.

И это ставит перед нами целый ряд вопросов, ответы на которые мы постараемся дать в этой книге.

- Почему креативность и инновации так важны для моей организации?
- Знаю ли я, что такое креативность, и есть ли у меня подходящие слова, чтобы говорить об этом?
- Кто является креативным человеком? Как он этого добился?
- Можно ли изучить средства и приемы креативности?
- Как их можно применить для решения реальных организационных проблем и выхода из реальных ситуаций?
- Как на это могут реагировать сами организации?

Резюме

Сегодня вы узнали, что наши основные аргументы имеют двойственный характер:

- Во-первых, креативность является глубоко укорененным аспектом человеческого поведения. Люди всегда были творцами – что могло бы сегодня стать изобретением, равным по значимости изобретению колеса?
- Во-вторых, будущее потребует от нас стать еще более креативными. Больше нельзя полагаться на прошлые успехи: это верный путь к катастрофе как на личном, так и на профессиональном уровне.

Мы выявили ряд понятных, простых и очень важных положений:

- Креативность и потребность в инновациях «встроена» в нас на самом базовом уровне – эти свойства определяют нашу личность и наше место в мире. Инновации – это один из аспектов, которые отличают нас от животных.
- Творчество – не новость. У человечества имеется впечатляющая история творческих достижений. Может ли наступить такой момент, когда потребность в креативности отпадет?
- Креативные достижения науки и техники обеспечили нам среду, которая сама поддерживает творческий кругооборот в деловой и коммерческой жизни. Другими словами, они создают новые возможности для нового творчества.
- Мир не стоит на месте. Наш образ жизни и работы меняется фундаментально и быстро.
- Организации получают четкий и недвусмысленный сигнал: меняйтесь – или умрите.
- Организации не привыкли поощрять и стимулировать креативность. И это надо менять.

Вопросы (ответы вы найдете в конце книги)

1. Что из нижеперечисленного является хорошим примером творческого импульса?
 - a. Рабство
 - b. Открытие рецепта пиццы
 - c. Музыка
 - d. Парковочные автоматы

2. Что делает нас креативными людьми?
 - a. Физические упражнения по утрам
 - b. Владение несколькими языками
 - c. Любопытство и использование собственного мозга
 - d. Вегетарианство

3. Что из нижеперечисленного наилучшим образом характеризует человеческую мотивацию?
 - a. Наиболее мотивированы самые физически сильные люди
 - b. Мотивация является врожденным качеством
 - c. У бедных людей плохая мотивация
 - d. Мотивация в каждый конкретный момент времени есть только у 10 % людей

4. Выберите самый важный для современной экономики фактор:
 - a. Природные ресурсы – уголь, нефть, минералы
 - b. Интеллектуальный капитал
 - c. Туризм и культура
 - d. Устойчивая валюта

5. Одно из перечисленных ниже предсказаний о будущем является более точным, чем другие. Какое именно?
 - a. У нас будет больше свободного времени
 - b. Успех будет подстегиваться инновациями
 - c. Раньше или позже всю работу будут выполнять роботы
 - d. Все политики станут честными людьми

6. Выберите лучшего инноватора последнего десятилетия:
 - a. Kodak
 - b. Apple
 - c. Woolworth
 - d. Habitat

7. Самые новаторские компании будут продавать...
 - a. Большее количество тех же самых товаров или услуг уже имеющимся у них покупателям
 - b. Те же продукты или услуги новым покупателям
 - c. Новые продукты или услуги новым покупателям
 - d. Новые продукты или услуги уже имеющимся покупателям

8. Креативность...

- a. Это качество, которое всегда было частью человеческой природы
 - b. Началось накануне Возрождения
 - c. Началось во время промышленной революции
 - d. Началось только после появления современных компьютеров
9. Что, скорее всего, станет наиболее важным в будущем?
- a. Доведение своих идей до воплощения в виде великолепного нового продукта или услуги
 - b. Доминирование на местном рынке перед выходом на рынок глобальный
 - c. Ценовое превосходство над своими конкурентами
 - d. Быстрое выведение своего замечательного нового продукта или услуги на рынок
10. Каким, скорее всего, окажется будущее любого бизнеса без инноваций?
- a. Провал или банкротство
 - b. Стабильность и безопасность
 - c. Сокращение необходимости платить за дорогие исследования и развитие
 - d. Рыночная доля останется неизменной

ПОНЕДЕЛЬНИК

Определяем понятие «креативность»

[креативность] ... в первую очередь, требует от человека способности изумляться.

Эрих Фромм

Что же такое креативность? Считаете ли вы себя креативным человеком? А что вы можете сказать о своей профессии – она стимулирует или ограничивает ваш творческий потенциал? Все это очень важные вопросы, на которые вам (по крайней мере, сначала) будет сложно ответить.

В воскресенье мы с вами обсуждали, почему креативность так важна для бизнеса и деловой жизни. Сегодня мы более подробно обсудим, что такое креативность и как она проявляется. Мы попытаемся дать более глубокое и содержательное описание проблем, связанных с этой темой.

Все мы без труда вспомним великие шедевры – от Сикстинской капеллы до Пятой симфонии Бетховена. Но креативность окружает нас и в повседневной жизни, незаметно проявляясь множеством способов. Мы с вами разберемся, почему совсем не обязательно быть Шекспиром, чтобы считаться творческим человеком.

А для этого мы рассмотрим разные определения творчества и поймем, что единого простого определения просто не существует. Затем мы вкратце обсудим проблемы, связанные с этой сложностью. И наконец, мы поговорим об этапах творческого процесса и подумаем о том, сходны ли проявления этого процесса в сфере, предположим, бухгалтерии и визуального искусства.

К концу этой главы вы сможете яснее понять, как ответить на первые вопросы в верхнем абзаце.

Шок новизны

Всем кажется, что они прекрасно знают, что такое креативность. Если порасспрашивать, то большинство людей с легкостью назовут творческих гениев прошлого или настоящего. Леонардо да Винчи, Вольфганг Амадей Моцарт, Альберт Эйнштейн, Стивен Спилберг – эти имена у всех на слуху, даже если порой возникают разногласия относительно их заслуг.

Продолжим нашу интересную игру. Подумайте о величайших изобретениях и творческих достижениях человечества. Сейчас как раз очень удобный момент для подобных размышлений. Кто войдет в вашу десятку? Журналисты провели опрос читателей и экспертов и выделили 100 главных изобретений. Вот первая пятерка:

1. Санитария: В 1850 году 20 тысяч жителей Лондона умерло от эпидемии холеры. После этого власти приняли меры. Примеру Лондона последовали другие города Европы.

2. Компьютер: Идея была предложена британским математиком Чарльзом Беббиджем еще в XIX веке, но коммерческое использование электронных компьютеров началось только после Второй мировой войны.

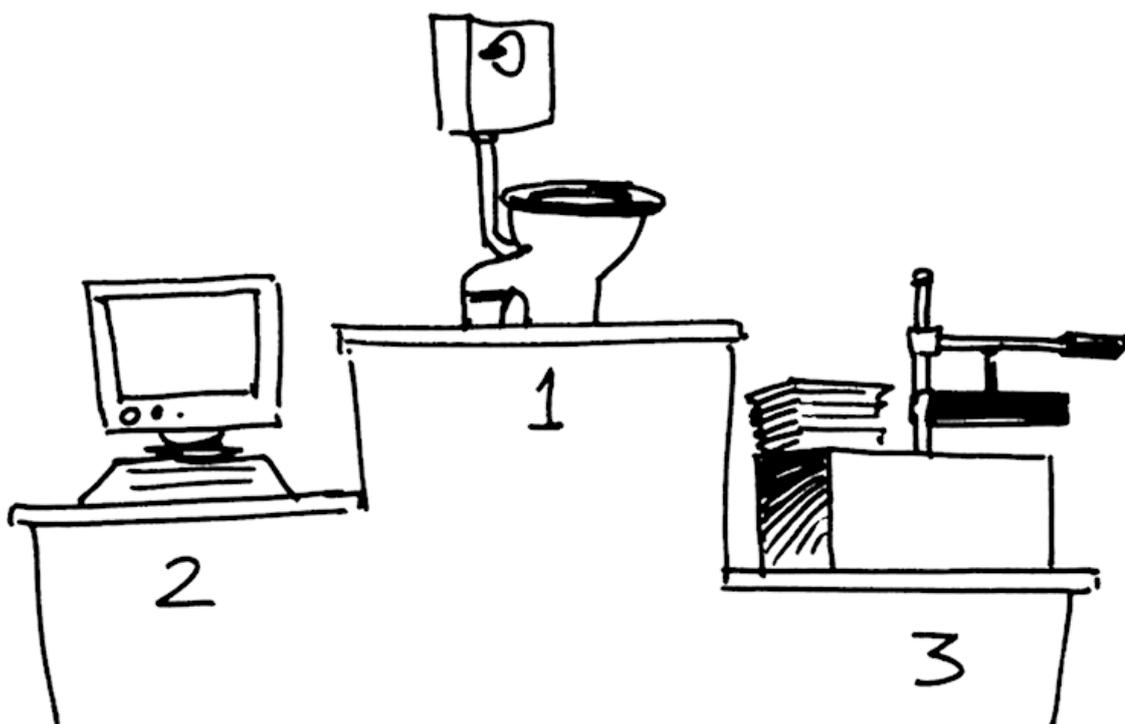
3. Пресс для книгопечатания: Иоганн Гутенберг изобрел его в 1450 году. После этого знания стали доступны всем.

4. Огонь: Человечество начало пользоваться огнем примерно 9000 лет назад. Что бы мы делали без него?

5. Колесо: По-видимому, колесо было изобретено по образу катящихся бревен, с помощью которых передвигали камни. Это произошло примерно 5500 лет назад.

Кроме того, в первую сотню вошли радио (6 место), антибиотики (7), Интернет (8), транзисторы (9), лазер (10), контрацептивы (12), пластмассы (14), воздушный транспорт (15), электрический свет (18), автомобиль (23), карты (28), деньги (29), телефон (34) и фотография (38).

Даже в сфере научно-технических инноваций XX век не занимает доминирующего положения.



А каковы величайшие творческие достижения в истории? Что прошло проверку временем? Некоторое время назад такой вопрос задала читателям газета «*The Sunday Times*». В первую пятерку вошли следующие шедевры:

1. «Гамлет», Уильям Шекспир
2. «Давид», Микеланджело
3. «Пьета», Микеланджело
4. «Король Лир», Уильям Шекспир
5. Сикстинская капелла, Микеланджело

В топ-50 вошли романы и пьесы, картины и скульптуры, музыка, здания и один кинофильм. Интересно, что наука оказалась представлена единственной книгой – «О происхождении видов» Чарльза Дарвина. В список вошло совсем немного произведений, созданных в XX веке (The Beatles, «Гражданин Кейн», «Улисс» Джеймса Джойса и здание оперного театра Сиднея – вот лишь немногие исключения).

Но творчество связано не только с определенным количеством великих произведений искусства или изобретений, изменивших мир. Творчество присуще каждой сфере человеческой жизни. Множество повседневных действий вполне можно назвать творчеством – и, полагаю, вы со мной согласитесь.

Пример

Для преданных поклонников американского мультсериала «Симпсоны».

В каждом эпизоде учитель поручает Барту писать разные фразы (мои любимые – «Я не должен прятать Прозак моего учителя», «Печеная фасоль – не лучший музыкальный инструмент» и «Я не должен развешивать на себе пончики»).

В каждом эпизоде есть собственный творческий (порой причудливый или сюрреалистичный) сюжет, в котором вся семья приезжает домой и усаживается перед телевизором.

Каждый из вас может немного развлечься, вспоминая свое самое любимое...

Природа креативности

Творчество касается многих аспектов нашего мышления, социальной и деятельной жизни. В этой главе содержится карта этой территории, на которой отражены самые важные концепции, связанные с этим понятием.

Даже если мы сосредоточимся исключительно на создании романа или какого-то изобретения, нам все равно придется использовать множество слов для описания этого аспекта творчества: создавать, изобретать, открывать, представлять, конструировать, осмысливать, производить, постигать, формировать, вынашивать идею, разрабатывать, задумывать или предвидеть.

Одно это приводит нас к выводу о том, что слово «творчество» описывает сложный и многогранный набор явлений. Некоторые термины имеют сходные значения, но рассматривать их нужно по отдельности:

- Творчество – это производство или обеспечение возникновения чего-либо.
- Креативность (как свойство человека) – это талант художественного сотворения.
- Инновации – это внедрение новых предметов или методов.
- Открытие – это обнаружение или осознание того, что не было известно ранее.

Все это говорит нам о том, что креативность очень разнообразна. Существует множество критериев оценки креативных результатов.

Определение слова «креативность», которое используется так часто, удивительно разнообразно. И согласия в этом вопросе нет, особенно в силу того, что мы видим вокруг себя и креативность, и результаты креативных действий. Это объясняется тем, что человеческая деятельность и ее плоды настолько разнообразны, что трудно объединить их одним понятием, с которым все могли бы согласиться. Мы различаем не только людей и продукты, но и все то, что считаем креативностью.



Креативность (в противовес индивидуальному творческому созданию, например, произведению искусства) стали по-настоящему серьезно изучать лишь во второй половине XX века. Поэтому будет справедливо сказать, что наше представление о креативности еще только начинает формироваться.

То, что мы относим к креативности, непосредственно связано со следующими характеристиками:

- Новизна
- Оригинальность

- Уникальность
- Эффект «Эврика!»
- Неординарность или нетипичность
- Одаренность



Вот несколько различных определений творчества, существующих в наше время:

- «Ментальные процессы, которые приводят к созданию уникальных или новаторских решений, идей, концептуализаций, художественных форм, теорий или продуктов». («Психологический словарь», изд. «Penguin».)

- «Любой процесс, в результате которого создается что-то новое, – идея или предмет, в том числе и новая форма или организация существующих элементов» (Хармон, «Социальные и технологические определители творчества», 1955.)

- «Процесс осознания трудностей, проблем, пробелов в информации, недостающих элементов, чего-то необычного; предположения и гипотезы относительно этих трудностей; оценка и проверка предположений и гипотез; возможно, пересмотр и новая проверка; и наконец, получение результатов». (Торренс, «Природа творчества», 1988.)

Обратите внимание на то, что последнее определение представляет собой весьма детальное описание процесса или последовательности шагов.

Креативный процесс

Все исследования креативности дали нам 50–60 определений этого понятия. Они различаются по вниманию, уделяемому трем аспектам процесса:



1. Индивидуальность – это человек (или, как это случается в некоторых случаях, о которых мы поговорим позже, группа людей). Он вносит в креативный процесс свои мыслительные навыки и связанные с ними идеи.

2. Процесс – мыслительные навыки применяются в разное время на разных этапах последовательности.

3. Продукт или результат – чаще всего это идея, модель, теория или план (в этом случае весь процесс начинается сначала). Иногда результат бывает вполне материальным: письменный документ, музыкальное произведение, продукт и т. п.

Креативная личность

Как мы уже говорили, нетрудно вспомнить целый ряд знаменитостей – наших современников или исторических личностей, которых по праву можно назвать людьми креативными. Но тут возникают весьма интересные вопросы:

- Кто более креативный – тот, кто в свободное время пишет стихи или кто играет в футбол?
- Кто более креативный – писатель или бухгалтер?
- Можете ли вы назвать первый рисунок своего ребенка, нарисованный пальцами, творческим произведением? (Конечно, многие гордые родители именно так и считают!)
- Все ли мы креативные люди, или этот термин можно отнести только к избранным?



Конечно, в тех немногих, чьи творческие усилия изменили мир или наше представление о нем, есть нечто особенное. Это можно назвать креативностью с большой буквы «К». Но было бы слишком большим пессимизмом ограничить креативность этой горсткой особенных людей, занимающих свое место в истории. С другой стороны:

- Является ли креативностью блестящий диалог? Нет.
- Является ли креативностью новое восприятие мира? Нет.

Креативность возникает, когда его результатом становится продукт, несущий определенную ценность. То есть необходимо оценить продукт или иной результат процесса. Как же это делается? И кем? Об этом мы с вами поговорим позже. Возникают и еще два вопроса, достаточно важных, чтобы выделить для их обсуждения целый день (среда). Являются ли те, кого мы считаем креативными людьми, особенными? И как им удается действовать не так, как остальные?

Креативные продукты

Все поставленные выше вопросы показывают нам: чтобы считать результат или продукт креативным, необходимо учитывать другие факторы. Михай Чиксентмихайи¹ предположил, что креативность заключается во взаимосвязях между этими факторами. Таким образом, креативность – это качество системы, которая состоит из трех частей:

1. Территория: набор символических правил и процедур, которые составляют объем знаний. Наука, математика и визуальные искусства – все это территории. Каждую можно разбить на более мелкие территории. В целях этой книги мы можем также представить себе примеры более актуальных территорий:

- a. Управление
- b. Бухгалтерия
- c. Мобильная коммуникация
- d. Книгоиздание
- e. Розничная торговля
- f. Информационные услуги

2. Личность: тот, кто применяет объем знаний и превращает его в новые идеи или образцы.

3. Сфера: люди, которые исполняют роли хранителей или судей новых идей. Они отбирают идеи и продукты для признания. Принятие может принимать разные формы:

- a. Управление (принятие деловых предложений)
- b. Покупатели (те, кто покупает или не покупает)
- c. Сверстники или коллеги
- d. Журналы или профессиональные организации (например, премия «Оскар» для кинематографистов)

Конечно, следует сказать, что креативность – лишь один из множества критериев, изменяемых этими системами для оценки новых идей или предложений.

Таким образом, круг завершается, поскольку теперь мы можем ответить на вопрос, что можно считать креативным, а что нет. Самый простой ответ – вещи становятся креативными, когда их считают креативными в своей сфере. И это избавляет нас от дилеммы, заключающейся в том, что все, о чем мы думаем, обязано быть креативным. Значит, чтобы стать креативным человеком, нам вовсе не нужно становиться Шекспиром или Микеланджело. Если выбранная нами сфера – складывание фигурок из бумаги, мы можем создать нечто креативное, если результат наших действий будет признан ценным и креативным внутри братства. Во все не нужно применять абсолютные критерии к любому продукту, так как в каждой сфере есть свои арбитры, которые и приходят к согласию относительно того, содержится ли в продукте нечто истинно новое и креативное.

¹ Михай Чиксентмихайи – американский психолог венгерского происхождения, профессор психологии, бывший декан факультета Чикагского университета. Известен своими исследованиями в области креативности. (Прим. пер.)

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.