Barrie Hawkins

Bądź kreatywny i pomysłowy

- Myśl twórczo
- Znajdź to, czego nie widzą inni
- Inspiruj siebie i innych

PLUS MINISŁOWNICZEK
polsko-angielsko-niemiecki

one press
QUICK

Spis treści

Wstęp 7

1. Dostrajanie się 9
Skupianie się ... 11

2. Ty 13
Inni ludzie ... 15
Rzeczy potencjalnie zabójcze dla pomysłowości ... 17

3. Uwolnij swoje myśli 19
Konformizm ... 20
Strach przed zbłaźnieniem się ... 20
Myślenie jednotorowe ... 22
Pasywność ... 22

4. Stan umysłu 25
Wizualizacja ... 25
Terminy ... 26
Wydostać się ... 28
Przestań o tym myśleć ... 28
Dostosuj swoje otoczenie ... 29
Pozbądź się negatywnych wpływów ... 31

5. Burza mózgów — przygotowania 33
Kto będzie w twojej paczce? ... 33
Specjalne funkcje ... 34
Kto powinien pełnić jaką funkcję? ... 36
Podziel ich ... 38

Dobieraj i wybieraj 39
Przełamywanie lodów 39
Kontakt 41
Narzędzia 42
Przestrzeń 43

6. Burza mózgów — rozpoczęcie 45
Pomysły oparte na pomysłach 47
Tematy 47
Rozgrzewka 49
Odrobina presji 52
Rekwizyty 52
Nagrody 53
Tożsamość zespołu 54

7. Polowanie na pomysły 57
Istoty ludzkie 57
Gdzie kupiłeś tę książkę? 59
Dzień na targach 61
Czas na lekturę 61
Twój dziennik 63
Czy możesz stać się rabusiem? 65
Nie bój się tego okropnego słowa na K 67

8. Burza mózgów — zagęszczanie atmosfery 69
Techniki wspomagające 70

9. Zabawa w udawanie 77
Patrzenie w szklaną kulę 77
Nieistniejące problemy 78
Myślenie życzeniowe 81
Zakładanie masek 83

10. Twój przybornik z pomysłami 85
Układanka 85
Mapowanie myśli 88
Analogia 92
Małe rozwiązania 93
Twój bohater 94

11. Czy to się do czegoś nadaje? 97
Co zamierzasz osiągnąć? 98
Jak realistyczne są twoje plany? 99
Dodatkowe techniki 100
Ważenie 100
Kolejne zastosowanie dla mapy myśli 101
Czynnik ludzki 102

12. Myślenie z przyszłością 105
Wytrwałość 107
Optymizm 108
Czynnik, o którym się nie mówi 108

3

Uwolnij swoje myśli

Gdy wracam w myślach do czasów szkolnych, przypominam sobie ile czasu nauczyciele poświęcali na pokazywanie mi, w jaki sposób przyswajać i podawać z powrotem fakty. Pamiętam, jak rok za rokiem uczyłem się ile to żon miał ten i ten król, jak się nazywały i jaki los spotkał każdą z nich. Następnie pisałem z tego sprawdzian. Pamiętam też, że nauczyciele poświęcali sporo czasu, aby nauczyć mnie krytykować: pisaliśmy mnóstwo wypracowań w rodzaju „Poddaj krytyce politykę zagraniczną prowadzoną przez Napoleona". Nie przypominam sobie natomiast, żeby nauczyciele poświęcali dużo czasu, by pokazać mi techniki i sposoby pozwalające wpaść na nowe pomysły. Ale nie można nie zgodzić się z faktem, że wszystkie osiągnięcia ludzkości zaczęły się od pomysłu.

Popraw swoją kreatywność, a przyniesie ci to wielkie korzyści, zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym: możesz mieć mnóstwo pomysłów na to, czym zająć dzieci podczas wakacji, jak przemeblować kuchnię, oszczędzać czas, poprawić sytuację finansową. Dobra wiadomość jest taka, że twoja zdolność do wpadania na pomysły może się bardzo powiększyć w relatywnie krótkim czasie. Możemy ją powiększyć:

- dzięki praktyce,
- dzięki poznawaniu i stosowaniu odpowiednich technik,
- dzięki wsparciu życzliwego otoczenia.

Jednak zanim nauczę cię wpadać na pomysły, musisz pozbyć się blokad ograniczających twój sposób myślenia. Taka blokada jest przeszkodą dla kreatywności. W konstruktywnym myśleniu przeszkadzają najczęściej:

- konformizm,
- strach przed zbłaźnieniem się,
- myślenie jednotorowe,
- pasywność.

Konformizm

Zamartwianie się o to, co też sobie pomyślą inni ludzie może zdławić kreatywność. Podczas szkolenia mającego na celu pokazanie firmom sposobów na dywersyfikację, właśnie tak wyglądała reakcja na pozornie wartą poruszenia kwestię: „Co pomyślą sobie klienci, jeśli zdywersyfikujemy naszą działalność w tym kierunku?". Troska o image firmy może być oczywiście uzasadniona, ale troska o prywatny image i o to, co sąsiedzi sobie pomyślą jest bezzasadna. Może sprawić, że zbyt lekkomyślnie odrzucisz jakiś pomysł, nie przyglądając się mu bliżej. Miej na uwadze, że osiągnięcia tak czy owak sprawią, że będziesz się wybijał z tłumu, choćby dlatego, że to jest coś, co nie przydarza się przeciętniakom. Wiele postaci, które w swoich branżach osiągnęły spektakularny sukces jest dalekich od konformizmu: to nie jest określenie, które przychodzi do głowy, gdy chcemy opisać Richarda Bransona[1], Eltona Johna czy Anitę Roddick[2].

Strach przed zbłaźnieniem się

Zdolność do rozbawiania i rozśmieszania innych jest cenna, ale żadne z nas nie chce być obiektem drwin: nie chcemy robić z siebie błaznów przed innymi ludźmi. A ten zrozumiały strach przed kompromitacją może zaszkodzić przepływowi pomysłów. Razem z innymi ludźmi siedzicie i staracie się wpaść na pomysł rozwiązania jakiegoś problemu; nagle coś przychodzi ci na myśl, już masz podzielić się z innymi swoim pomysłem, już otwierasz usta — ale

[1] Twórca brytyjskiego koncernu Virgin — *przyp. tłum.*

[2] Anita Roddick, właścicielka sieci sklepów kosmetycznych, działaczka charytatywna — *przyp. tłum.*

wahasz się. „To głupi pomysł" — myślisz sobie — „będą się z niego śmiali" (co będzie się dla ciebie równało temu, że sam zostaniesz wyśmiany).

A na wolnym rynku pozornie głupie pomysły mogą trafić do części potencjalnych klientów. Powiedzmy, że 10 czy 15 lat temu szukałeś pomysłu na rozkręcenie nowego interesu. Przyszedłeś do mnie i opowiedziałeś mi o tym, że może byś pojawiał się na różnych uroczystościach, na przykład na przyjęciu z okazji odejścia z firmy, przebrany w śmieszny kostium, na przykład w kostium goryla, gdzie odśpiewywałbyś śmieszną piosenkę. Po krótkim zastanowieniu dochodzę do wniosku, że wtedy moja reakcja wyglądałaby prawdopodobnie tak : „Cóż… Interesujące… A nie wymyśliłeś nic innego…?"

Jednak w zależności od twojego miejsca zamieszkania, mój sceptycyzm mógłby się okazać bezpodstawny. W Cambridge, mieście, które znam od kilku lat, działa i prosperuje poważna firma zajmująca się organizowaniem podobnych niespodzianek.

Pamiętaj też, że pozornie głupi pomysł może mieć w sobie niewykorzystany potencjał, który ty lub inni mogą w końcu zauważyć. Przypuśćmy, że jeden z członków grupy starającej się o nowe pomysły, nazwijmy go Tony, ma pomysł, co do którego obawia się, że inni go wyśmieją, ale czytał tę książkę i dzięki temu zdobywa się na odwagę, by opowiedzieć o swoim pomyśle. Gdy przestają się śmiać, inny członek grupy, Rachel, dodaje coś do oryginalnego pomysłu, potem kolejna osoba, Darren, wysłuchawszy Rachel, dodaje kolejną cegiełkę. W tym momencie pomysł nie wydaje się już taki głupi. Ale gdyby Tony nie zdobył się na odwagę i nie podzielił swoim pomysłem z innymi, nie mieliby okazji dojść do niczego wartego dalszego opracowania.

Nawiasem mówiąc, na dopiero co przedstawionym przykładzie możemy zaobserwować jedną z największych zalet zebrania grupy do pracy nad nowymi pomysłami: wspólnie grupa może wpaść na pomysł, na który nie wpadłby samodzielnie żaden z jej członków.

Myślenie jednotorowe

Ostatnio przygotowałem nowy kurs szkoleniowy, wymagający od uczestników dość oryginalnego ćwiczenia kreatywności: niezbędne było niestandardowe ustawienie krzeseł. Dołożyłem starań, żeby organizator koniecznie dostał wytyczne co do przygotowania sali. Gdy zjawiłem się na miejscu, jakież było moje zdziwienie, gdy zobaczyłem, że krzesła ustawione są konwencjonalnie, jak na widowni, równiutko w rzędach. Odnalazłem osobę odpowiedzialną za przygotowanie naszej sali i zapytałem, co się stało. Odpowiedział: „No cóż, spojrzałem na tę kartkę i pomyślałem, że to nie może być tak. Przecież jest tylko jeden sposób, w jaki ustawia się krzesła na takich spotkaniach — i jest to właściwy sposób!".

Faktycznie, istnieją zadania, które można wykonać tylko w jeden sposób — argumentem przemawiającym za takim rozwiązaniem mogą być względy bezpieczeństwa, ale to zbyt łatwe podporządkować swój tok myślenia założeniu, że istnieje tylko jeden sposób na wykonanie konkretnego zadania. Zapytaj sam siebie i zapytaj innych: nie moglibyśmy zrobić tego inaczej? Jeśli odpowiedź brzmi „ale przecież zawsze robiliśmy to w ten sposób!", to możesz zacząć się zastanawiać! I przyglądaj się też uważnie sytuacjom, w których pada odpowiedź „próbowaliśmy inaczej, ale nic z tego nie wyszło!" — może od ostatniej próby zmieniły się okoliczności, ulec zmianie mogła na przykład sytuacja rynkowa.

Pasywność

Nie oglądaj rzeczy takimi, jakimi były zawsze. Najlepiej wytłumaczyć to na przykładzie firmy Sony i walkmana, który być może jest historycznie najlepiej sprzedającym się produktem na rynku elektroniki. Wszyscy wiemy czym jest walkman, produkt kopiowany przez niezliczone konkurencyjne firmy: małą przenośną skrzynką pozwalającą na słuchanie muzyki tak, by inni jej nie słyszeli. Wróć jednak w myślach do czasów, w których jeszcze nie było walkmanów: czy masz wystarczająco dużo lat, by pamiętać czasy, gdy magnetofon był maszyną zajmującą pół stołu i wykorzystującą szpule, czasami większe od całego dzisiejszego walkmana?

W tamtych czasach, niemłody już Masaru Ibuka, jeden z dwóch założycieli Sony, odwiedzał różne zespoły badawcze firmy, żeby osobiście nadzorować nowe projekty. Pewnego dnia, a było to na początku lat siedemdziesiątych, znalazł się w zespole pracującym nad magnetofonami i zainteresował się nowym projektem: magnetofonem, który miał być nie większy niż mała książka. Powiedziano mu, że inżynierowie mają problem ze zmieszczeniem w tak małym urządzeniu głośników pozwalających uzyskać pożądaną przez Sony jakość dźwięku. Na to założyciel firmy zaproponował „To może nie montować w nim głośników?". Zaraz odezwały się głosy, że bez głośników nikt nie będzie mógł usłyszeć tego, co jest nagrane na taśmę. Założyciel Sony zauważył, że do urządzenia można dodać słuchawkę, pozwalającą odsłuchać taśmę bez zakłócania spokoju innym.

Następnie Masaru Ibuka zapytał o inne problemy, na które natknęli się inżynierowie i dowiedział się, że jak dotąd nie udało się w urządzeniu zmieścić mechanizmu nagrywającego, który zapewniłby wymaganą jakość właściwą produktom Sony. Kolejna propozycja brzmiała: „To może i tego wcale nie montować?" To już spotkało się z niedowierzaniem. Miał powstać magnetofon, który nie mógł nagrywać, a odtwarzanego dźwięku mogła słuchać tylko jedna osoba. Z tego punktu widzenia, była to propozycja zbudowania po prostu o wiele gorszego magnetofonu — ale takie spojrzenie wymaga założenia, że magnetofon musi mieć możliwość nagrywania, a odtwarzany dźwięk musi być słyszalny przez wszystkich dookoła. Przyjęcie innego punktu widzenia na produkt pozwoliło jednej osobie dostrzec coś innego: zupełnie inny produkt — przenośne urządzenie umożliwiające właścicielowi słuchanie muzyki.

Czy potrafisz nauczyć się myśleć tak, jak jeden z założycieli i prezesów Sony i widzieć rzeczy w innym świetle niż zwykle? Potrafisz — jeśli tylko zadasz sobie trud wyćwiczenia swojego umysłu w przechodzeniu na ten właśnie sposób myślenia.