

# ТРЕНИРУЕМ КРЕАТИВНОСТЬ

Елена Асанова

*Журналистов, пиарщиков, пресс-секретарей и других коммуникаторов традиционно относят к представителям креативных профессий. Их считают способными к творчеству практически в любом виде и формате; а креативность фигурирует в списке обязательных требований к претендентам на эти позиции. Ну и не будем лукавить, репутацию людей творческих мы изо всех сил стараемся поддерживать. И только себе или внутри сообщества признаемся, что постоянно генерировать креативные идеи и творчески решать каждую стоящую перед нами задачу довольно тяжело.*

Собственно, именно поэтому и была придумана эта рубрика. Ее цель – помочь пиарщикам в нахождении новых способов генерации идей и их творческого воплощения. Мы будем рассказывать про различные креативные техники, особенности их использования, показывать их применение на практических примерах. Какие-то из этих техник вам уже известны, например, мозговой штурм. Но я вас уверяю, те, кто уже использует эту технику, очень часто допускает ошибки в методике, что приводит к тому, что потенциал техники используется максимум на 50%. Мы расскажем, как этого избежать, и познакомим с различными креативными техниками, основанными на работе со словами, визуальными образами, метафорами.

## ЧТО ТАКОЕ КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ?

Для того чтобы на 100% суметь использовать потенциал креативных техник, нужно немного разбираться в процессе, который за ними стоит. Это позволяет понять, для чего на самом деле нужны кажущиеся абсурдными условия выполнения той или иной техники, насколько конкретная техника соответствует вашей текущей задаче, подходит ли она вам лично и, что

самое важное, принесет ли она желаемый результат.

Многие современные креативные техники основываются на разработках ученых, исследовавших природу человеческого мышления. Самое главное их заключение состоит в том, что способности человека к активному творческому поиску можно развивать. Эдвард де Боно, ведущий мировой специалист по развитию навыков мышления, совместно с рядом других исследователей установил, что креативность – это нечто такое, чем один человек одарен от природы, а второй лишен напрочь. Безусловно, есть люди,

ВТОРАЯ ЗАДАЧА – ЗАСТАВИТЬ  
ЗАМОЛЧАТЬ ВНУТРЕННЕГО  
КРИТИКА. ЧЕМ АБСУРДНЕЕ  
ВАШЕМУ ЛОГИЧЕСКОМУ УМУ  
БУДУТ КАЗАТЬСЯ НАЙДЕННЫЕ  
ИДЕИ, ТЕМ ЛУЧШЕ.

## ГЕНИАЛЬНО!

более склонные к творчеству и менее. Но, скорее всего, вторые просто не нашли ту область, в которой они могли бы творить.

В любом случае абсолютно все люди способны решать творческие задачи, придумывать идеи и искать нестандартные способы воплощения своих идей, нужно только систематически тренировать свою креативность. Недаром эйчары относят креативность не к качествам личности, а к компетенциям. Это означает, что ее можно нарабатывать и развивать.

### ДИВЕРГЕНТНОЕ И ЛАТЕРАЛЬНОЕ МЫШЛЕНИЕ

Новые идеи появляются благодаря тому, что мы сходим с проторенной дороги, покидаем известную местность и начинаем прокладывать собственные тропинки. Мы двигаемся хаотично, поворачиваем по наитию вправо-влево и смотрим, что ожидает нас за очередным поворотом, на какие идеи нас могут натолкнуть эти находки. Такой способ мыслительного движения впервые систематически осмыслил психолог Джой Пол Гулфорд более 40 лет назад. Он назвал его дивергентным мышлением, что означает открытый, бессистемный, игровой подход к поиску решения. Дивергентное мышление противопоставляется конвергентному, т. е. логическому и строго рациональному.

Важно: для развития дивергентного мышления нужно постараться отключить «мыслитель-

ные ограничения»: «Так никто не делает», «В наших условиях это невозможно», «Мы никогда не получим разрешения» и т. п. Здесь нужно следовать принципу think outside the box – уберите рамки, многие из которых существуют лишь в вашем воображении, и вы увидите новые возможности.

Вторая задача – заставить замолчать внутреннего критика. Чем абсурднее вашему логическому уму будут казаться найденные идеи, тем лучше. В конце концов, мы хотим всего лишь расшевелиться, попробовать подумать по-новому, и после десятка нереалистичных вариантов неожиданно может показаться искомый, креативный.

Эдвард де Боро предложил еще одну вариацию креативного мышления – латеральное. Оно является противоположностью вертикального мышления, которое основано на знакомых, стандартных алгоритмах поиска решения. Латеральное мышление предполагает, наоборот, попытки отказаться от обычного хода мыслей и «выпрыгнуть» из устоявшегося русла в сторону. Есть много техник для вытеснения мыслей с заезженной колеи. Как раз их целью и является этот «креативный прыжок». Если уход в сторону, в новую область принес вам несколько идей, одну из которых вам удалось потом привязать к вашему привычному мыслительному потоку, то вас можно поздравить – вы нашли креативную идею!



#### ЕЛЕНА АСАНОВА

Профессиональный коуч, консультант по личному бренду. Руководитель проекта [Bigtomorrow.ru](#).

Является членом ICF (Международной федерации коучинга), имеет золотой профессиональный сертификат коуча (бизнес-коучинг – программа Эриксоновского университета, невербальный коучинг – система «5 колец» Сьюарта Хеллера).

Выпускница School of Journalism and Media Studies, Cardiff University, UK (MA in Journalism Studies), имеет диплом Школы телевизионного мастерства под руководством В. Познера.

Большой опыт работы в СМИ: ТВ, радио, печатная пресса. Пять лет возглавляла отдел внешних и внутренних коммуникаций компании «реал,- Гипермаркет», METRO Group.

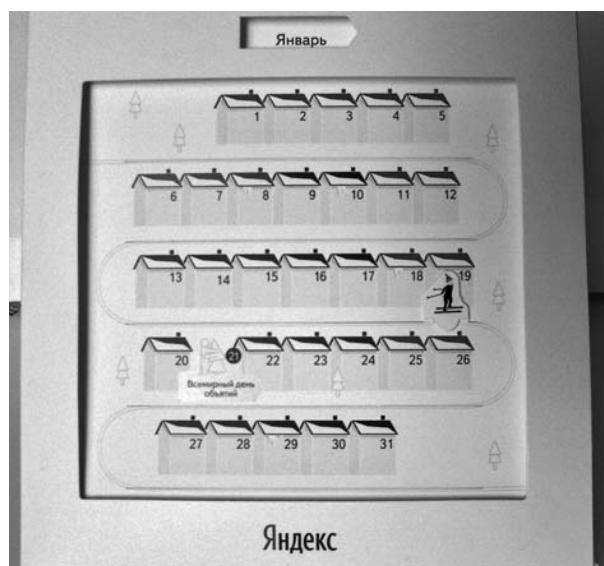
## ГЕНИАЛЬНО!

### КРЕАТИВ И ТВОРЧЕСТВО – ЭТО ОДНО И ТО ЖЕ?

Несмотря на большую тождественность, это все-таки не синонимы. Творчество – это создание продукта искусства. Здесь искусство мы понимаем в очень широком смысле: текст, музыка, картина, кулинарный изыск, новая модель продукта и т. п. А креатив – это генерация идеи для творческого процесса. Таким образом, нам нужен креатив, чтобы появилась идея/решение, которое мы затем сможем творчески воплотить в тексте, сценарии, услуге или предмете. Если параллельно развивать и творческое, и креативное мышление, то их сочетание позволит достичь выдающихся результатов в любой деятельности.

Пример 1. Электронная рассылка для клиентов компании «Мегаплан», занимающейся онлайн-системами управления проектами. Это отличный образец креативного решения, весьма творчески воплощенного в жизнь. Формат рассылки – электронный журнал для клиентов: короткие яркие тексты с качественными фотографиями, цепляющие заголовки, истории из реальной жизни. Часто новый выпуск создается с помощью клиентов, поднимающих интересные для них темы и рассказывающих свои истории. Рассылка «Мегаплана» сильно отличается от традиционных корпоративных сводок новостей. Тем она и запоминается.

Пример 2. Корпоративные календари на 2014 год «Яндекса» и Polaris, компаний, торгующей бытовой техникой под одноименным брендом.



## ГЕНИАЛЬНО!



«Яндекс» выбрал минималистичный дизайн, предложив пользователю самому выбирать, каким он хочет видеть передвигающийся по месяцу маркер дня. На последней странице представлена коллекция вырезных фигурок: от лыжника до скейтбордиста.

Polaris пошел еще дальше и предложил владельцам календаря самим выдумывать и составлять дизайн каждого нового месяца. Смотреть 30 дней на одну и ту же картинку может и надоест, а составить свою или подкорректировать существующую с помощью набора стикеров, прилагаемых к календарю, можно в любой момент. Есть и

стикеры помельче, чтобы помечать в календарной сетке важные события.

### ЧТО ТАКОЕ КРЕАТИВНАЯ ИДЕЯ?

Потребность в креативных идеях возникает, когда мы начинаем буксовать в своей рутине либо когда перед нами стоит задача, которую мы прежде не решали.

Пример 3 (из книги Матиаса Нельке «Техники креативности»).

Проблема: многих людей не устраивает стандартная бутылка вина объемом 0,75 л, поскольку она диктует им, сколько им следует выпить. Если они выпивают меньше, остаток вина болтается в бутылке и выдыхается; если хотят больше – приходится откупоривать новую бутылку.

Решение стандартное: выпускать вино в бутылках разного объема.

Решение оригинальное: выпускать вино в виде порошка, чтобы каждый мог сам решить, сколько он хочет выпить и в какой концентрации.

Решение креативное: упаковывать вино в литровые мешки из мягкого искусственного материала, снабженные специальными клапанами для того, чтобы воздух не проникал внутрь, а содержимое можно было сцеживать до капли. Если пьете вино, то наверняка видели такие в специализированных магазинах.

Таким образом, креативная идея обладает следующими признаками:

- Она должна лежать в стороне от ваших привычных мыслительных тропинок (мешки – это совсем не бутылки).
- Она должна быть рабочей, т. е. увязываемой с вашей рутиной (основной креатив – в конструкции клапана и самой емкости, мешки же прекрасно вписываются в существующую систему производства и дистрибуции).

Важно: креативная идея/задумка/решение – это рабочая идея, это не оторванная фантазия, которую нельзя привязать к реальности. Только в этом случае она ценна. Креативные идеи сегодняшнего дня завтра будут для нас уже рутиной, поскольку они, при всей своей оригинальности,

просты и удобны в использовании и быстро внедряются в жизнь.

### ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ УЖЕ СЕЙЧАС?

Как мы выяснили, креативность – это навык, который поддается развитию. Поэтому уже сейчас можно начинать его тренировать.

Французские математики Пуанкаре и Адамар выделили четыре этапа творческого процесса:

- Подготовительный этап: попытка решить задачу обычными/креативными способами.

но в такой блокаде вы будете застревать все реже и реже.

Также развитию креативного мышления способствуют любые новшества и перемены:

- Попробуйте изменить привычным маршрутам и пройдите на работу, домой, в спортклуб другой дорогой; отмечайте все интересное, что увидите, и мысли по этому поводу.
- Пробуйте каждый день находить новые варианты делания каких-то вещей: например, на этой неделе я каждый день нахожу себе новое

МНОГИЕ СОВРЕМЕННЫЕ КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНИКИ ОСНОВЫВАЮТСЯ НА РАЗРАБОТКАХ УЧЕНЫХ, ИССЛЕДОВАВШИХ ПРИРОДУ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ. САМОЕ ГЛАВНОЕ ИХ ЗАКЛЮЧЕНИЕ СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА К АКТИВНОМУ ТВОРЧЕСКОМУ ПОИСКУ МОЖНО РАЗВИВАТЬ.

- Инкубационный период: ничего не помогло, задача отложена, вы переключаетесь на другие занятия.
- Озарение: внезапно из подсознания возникает ответ.
- Проверка: всесторонний анализ найденного решения на допустимость и пригодность.

Знать об этих этапах необходимо, поскольку, начиная тренировать креативность, мы часто попадаем в «мыслительную блокаду». Пробуем технику, в голову ничего не приходит, мы боксум и в итоге начинаем сомневаться в собственных способностях и креативе. Поначалу это нормально. Лучшее, что вы можете сделать в этой ситуации, это расслабиться и сделать перерыв. Забудьте о своей задаче на время. Идея либо возникнет из подсознания сама либо следующая креативная сессия будет удачнее. Постепен-

место или новую компанию для обеда; на следующей – что-то другое.

- Полезно бывать в новых местах и изучать что-то, отличное от того, что вы знали раньше.
- Предложите новое меню для семьи или новые активности вне дома.
- Поиграйте в настольные игры или в ассоциации.

Пробуйте каждый день, принимаясь за очередную рабочую задачу, задавать себе вопрос: а как бы я мог сделать это иначе? Даже если это абсолютно рутинное действие, которое вы проделываете каждый день вот уже несколько лет подряд. Такие тренировки отлично подготовят вас к использованию креативных техник для решения уже более сложных творческих задач. Первые техники по работе со словом – уже в следующем выпуске рубрики.