

Trening kreatywności, twórczego rozwoju, przełamywania schematycznego myślenia

materiały szkoleniowe

Spis treści

Kreatywność – wprowadzenie	3
10 zasada jak być kreatywnym.....	3
Przekonanie	3
Praca.....	3
Rozwój	4
Wiara.....	4
Wpływ otoczenia	4
Odbiór świata	4
Perspektywa	4
Negatywne opinie.....	5
Intuicja.....	5
Odwaga.....	5
Cechy kreatywności i jej poziomy	6
Jak rozwijać kreatywność? Przykładowe techniki i strategie	6
1. Strategia Disneya.....	6
2. Myślenie lateralne	7
3. Technika sześciu kapeluszy Edwarda de Bono.....	7
4. Burza mózgów	8
5. Technika SCAMPER	8
6. Design Thinking	9
Bibliografia.....	9

Kreatywność – wprowadzenie

Kreatywność (postawa twórcza: od łac. *creatus* „twórczy”) – proces umysłowy pociągający za sobą powstawanie nowych idei, koncepcji lub nowych skojarzeń, powiązań z istniejącymi już ideami i koncepcjami. Myślenie kreatywne to myślenie prowadzące do uzyskania oryginalnych i stosownych rozwiązań.

Zdaniem Michaela Michalko każdy człowiek jest w pewnym stopniu artystą. Istnieje jednak zasadnicza różnica pomiędzy ludźmi kreatywnymi, a całą resztą tych, którzy w swoim życiu nie przejawiają pierwiastka twórczego.

10 zasada jak być kreatywnym

Michael Michalko to doradca kreatywnego myślenia pracujący dla największych firm świata, jeden z najbardziej inspirujących autorów na świecie. Jego „Podręcznik Techniki Twórczego Myślenia” (ang. „Creative Thinking”) utrzymuje się już od kilku lat na listach bestsellerów na całym świecie. Zdaniem Michaela Michalko każdy z nas ma w sobie pierwiastek twórczy. Istnieje jednak subtelna różnica pomiędzy ludźmi kreatywnymi a tymi, którzy twórczy w swoim życiu nie są. Jaka? Ci pierwsi kierują się w życiu dziesięcioma – na pierwszy rzut oka całkiem prostymi – zasadami, o których ci drudzy nie mają zielonego pojęcia. Oto one:

Przekonanie

Każdy z nas jest kreatywny. Ty też. Jedyna różnica pomiędzy ludźmi kreatywnymi, a tymi, którzy kreatywni nie są, jest taka: ludzi kreatywni są przekonani o tym, że oni kreatywni po prostu są. Być może uznasz to za banalne ale prawda jest taka, że wiara we własną kreatywność to pierwszy krok na drodze do tego, aby stać się kreatywnym i twórczym.

Praca

Aby być kreatywnym musisz pracować. Co ma na myśli Michalko mówiąc „musisz pracować”? Chodzi o to, abyś był aktywny – próbował, poszukiwał, uczył się na błędach.

Każdego dnia bądź gotowy do wykonywania kolejnych zadań. Wiedziałeś, że Thomas Edison stworzył 3000 projektów rozmaitych systemów oświetleniowych, zanim wreszcie trafił na żarówkę? A Picasso wykonał prawie 20 tys. prac, z czego ponad połowa nie nadawała się do niczego? Dlaczego dzisiaj ich nazwiska zna cały świat? Bo praktyka naprawdę czyni mistrza.

Rozwój

Rozwijaj się nieustannie. Ucz się nowych rzeczy. I nie przystawaj na pierwszym, dobrym pomysle. Zdaniem Michalko, miarą sukcesu jest ilość porażek, po których się podniosłeś i poszedłeś dalej. Powstawaj i idź do przodu. Każdego dnia.

Wiara

Kiedy już rozpoczniesz proces tworzenia, musisz cały czas mieć poczucie, że jesteś kreatywny i twórczy. Musisz wierzyć, że – jeśli jeszcze nie teraz – to już za chwilę jakaś ciekawa i twórcza myśl narodzi się w Twojej głowie. Zdaniem Michalko Twój mózg będzie pracował wydajniej, gdy będziesz wierzył w to, że jest w stanie tworzyć rzeczy wielkie.

Wpływ otoczenia

Jak być kreatywnym? Otaczaj się przedmiotami i ludźmi, którzy Cię inspirują i podnoszą Twój poziom kreatywności. Słuchaj, przyglądaj się, czuj. Wokół Ciebie jest wiele inspirujących bodźców – zauważ je.

Odbiór świata

Świat nie jest czarno-biały. Nie ma jednej prawdy, jednego absolutu. Nie istnieje jedna właściwa odpowiedź, a obraz zmienia się w zależności od perspektywy, którą sam obierzesz. Pamiętaj o tym. Twoje widzenie świata zależy tylko i wyłącznie od Ciebie. To Ty decydujesz w jakich kolorach jest Twój świat, Twoje otoczenie.

Perspektywa

Nie istnieje coś takiego jak „niepowodzenie”. Jeśli czegoś próbowałeś, a to coś się nie udało to i tak nauczyłeś się czegoś nowego. Zauważ co to takiego i wykorzystaj tę wiedzę na przyszłość.

Negatywne opinie

Zawsze znajdą się ludzie, którzy skrytykują Twój pomysł. Ludzie są różni i różny też jest zasięg ich wiedzy i wyobraźni. Przygotuj się na to, że mogą odnieść się negatywnie do Twojego pomysłu. Dlaczego? Bo najczęściej ludzie boją się tego, co jest dla nich inne, nieznane. Co wtedy? Nic. Rób dalej swoje. Nie zatrzymuj się.

Intuicja

Słuchaj jej i wierz, że prowadzi Cię tam, gdzie jest Twoje miejsce. Nikt Ci tego nie powie. Tylko Ty wiesz, gdzie to jest. W dzisiejszym szumie informacyjnym trudno jest usłyszeć siebie. Jeśli chcesz być kreatywny zatrzymaj się, odetchnij i posłuchaj. Słyszysz?

Odwaga

I na koniec coś, co będzie Ci niezbędne do tego, aby doprowadzić do końca cokolwiek zaczniesz – odwaga. Nie bój się myśleć nieszablonowo, szeroko, być może inaczej niż ludzie wokół Ciebie. Bądź sobą i nie zrażaj się niepowodzeniami. Aby dotrzeć do celu potkniesz się na pewno – nie raz i nie dwa. Nieważne jest jednak to, ile razy upadniesz, lecz to, ile razy podniesiesz się i pójdiesz dalej. Dlatego tak ważne jest to, abyś pielęgnował w sobie odwagę. Nie bój się podejmować ryzyko i realizować swoje najśmielsze pomysły. Dlaczego? Bo teraz jest Twój czas. Wykorzystaj go.

Cechy kreatywności i jej poziomy

Każda osoba posiada pewien potencjał twórczy – różni się on jednak intensywnością i formą. Kreatywność może przybierać różne oblicza, od codziennego kombinowania po spektakularne odkrycia naukowe. Psychopedagodzy wyróżniają pięć poziomów twórczości:

1. **Twórczość ekspresyjna** – pojawia się już u dzieci, np. w ich spontanicznych rysunkach. Nie wymaga ani oryginalności, ani wysokiej jakości.
2. **Twórczość zawodowa** – jest efektem profesjonalnej pracy, wymagającej wprawy i umiejętności.
3. **Twórczość wynalazcza** – polega na wykorzystaniu znanych materiałów i rozwiązań w nowy sposób.
4. **Twórczość innowacyjna** – koncentruje się na udoskonalaniu istniejących pomysłów.
5. **Twórczość wyjątkowa** – prowadzi do przełomów, które zmieniają daną dziedzinę.

Te poziomy pokazują, że kreatywność to nie tylko wielkie osiągnięcia, ale również drobne działania w codziennym życiu.

Jak rozwijać kreatywność? Przykładowe techniki i strategie

Rozwijanie kreatywności nie wymaga wyjątkowych zdolności – kluczowe jest otwarcie się na nowe doświadczenia i stosowanie odpowiednich metod. Oto kilka sprawdzonych sposobów:

1. Strategia Disneya

Metoda opracowana przez Walta Disneya polega na spojrzeniu na problem z trzech różnych perspektyw: marzyciela, realisty i krytyka.

- **Marzyciel** – Generuje śmiałe, nieszablonowe pomysły, bez ograniczeń i oceniania ich wykonalności.
- **Realista** – Zastanawia się, jak wcielić te pomysły w życie, planując ich praktyczne zastosowanie.

- **Krytyk** – Analizuje słabe strony i wskazuje potencjalne ryzyka, które mogą wystąpić podczas realizacji.

Przykład

Podczas projektowania nowej gry komputerowej zespół podzielił pracę według strategii Disneya:

- W fazie marzyciela zaproponowano nietypową fabułę, w której bohater porusza się między wymiarami czasu.
- Realista opracował szczegóły techniczne, jak mechanika gry i grafika.
- Krytyk zidentyfikował trudności, takie jak możliwe problemy z budżetem i długim czasem produkcji, co pozwoliło uniknąć błędów na późniejszych etapach.

2. Myślenie lateralne

Myślenie lateralne polega na przełamywaniu tradycyjnych schematów myślenia i spojrzeniu na problem z zupełnie nowej perspektywy. Zakłada kwestionowanie przyjętych założeń, szukanie alternatywnych rozwiązań i dostrzeganie szczegółów, które inni pomijają.

Przykład

Zamiast zastanawiać się, jak zwiększyć sprzedaż klasycznych książek, wydawnictwo zadało pytanie: „Jak zachęcić ludzi do czytania w nowoczesny sposób?”.

Odpowiedzią było wprowadzenie personalizowanych e-booków z interaktywnymi treściami, co przyciągnęło młodsze pokolenie.

3. Technika sześciu kapeluszy Edwarda de Bono

Metoda Edwarda de Bono umożliwia twórcze rozwiązywanie problemów poprzez przyjęcie różnych ról symbolizowanych przez kolorowe kapelusze:

- **Biały kapelusz** – analiza faktów i danych.
- **Czerwony kapelusz** – wyrażanie emocji i intuicji.
- **Czarny kapelusz** – krytyczna ocena ryzyk i słabych stron.
- **Żółty kapelusz** – poszukiwanie pozytywów i korzyści.

- **Zielony kapelusz** – generowanie kreatywnych pomysłów.
- **Niebieski kapelusz** – zarządzanie całym procesem myślenia.

Przykład

Podczas planowania nowej kampanii reklamowej:

- Biały kapelusz przedstawił dane z badań rynkowych.
- Czerwony wskazał, jakie emocje powinien wywoływać produkt.
- Czarny zidentyfikował ryzyko złego odbioru reklamy.
- Żółty zaproponował wykorzystanie nowych kanałów promocyjnych.
- Zielony wymyślił chwytliwe hasła i nieszablonowe grafiki.
- Niebieski koordynował cały proces.

4. Burza mózgów

To popularna technika grupowego generowania pomysłów. W pierwszej fazie zgłasza się jak najwięcej propozycji bez ich oceniania. W drugiej fazie dokonuje się selekcji i rozwija najlepsze z nich.

Przykład

W agencji kreatywnej burza mózgów miała na celu stworzenie hasła reklamowego. W pierwszej fazie zgłoszono 100 pomysłów, w tym nawet bardzo absurdalne. Po selekcji wybrano 5 najlepszych, które poddano dalszej analizie, co zaowocowało chwytliwym sloganem.

5. Technika SCAMPER

SCAMPER to metoda kreatywnego myślenia polegająca na zadawaniu pytań:

- **Zastąp** – Co można zamienić?
- **Połącz** – Jakie elementy można połączyć?
- **Zaadaptuj** – Jak dostosować rozwiązanie do innych zastosowań?
- **Zmień** – Co można ulepszyć lub zmodyfikować?
- **Zastosuj inaczej** – Jak użyć elementu w nowy sposób?
- **Usuń** – Co można uprościć?
- **Odwróć** – Jak zmienić kolejność działań?

Przykład

Podczas projektowania nowego modelu torby podróżnej zastosowano SCAMPER:

- Zastąpiono ciężkie materiały lżejszymi.
- Połączono funkcję torby z wbudowaną ładowarką USB.
- Zaadaptowano system organizacji przestrzeni z walizek kabinowych.

6. Design Thinking

Design Thinking to metoda rozwiązywania problemów, która koncentruje się na potrzebach ludzi. Składa się z pięciu etapów: empatyzacji (zrozumienia potrzeb użytkowników), definiowania problemu, generowania pomysłów, tworzenia prototypów oraz testowania wybranych rozwiązań.

Przykład

Firma tworząca aplikację zdrowotną:

- Empatyzacja – wywiady wykazały, że użytkownicy potrzebują prostych planów ćwiczeń.
- Definiowanie – problem zdefiniowano: „Jak pomóc użytkownikom w codziennym planowaniu aktywności?”.
- Ideacja – zespół wymyślił funkcję przypomnień, motywujących komunikatów i integracji z kalendarzem.
- Prototypowanie – powstała wstępna wersja aplikacji z prostymi funkcjami.
- Testowanie – użytkownicy zasugerowali dodanie opcji personalizacji, co wprowadzono w finalnym produkcie.

Bibliografia

- Karwowski, M. (2009). *Identyfikacja potencjału twórczego. Teoria, metodologia, diagnostyka*, Wyd. APS, Warszawa, 2009
- Karwowski, M.. *Klimat dla kreatywności. Koncepcje, metody, badania*, Difin, Warszawa, 2009