Автор: Sharpeye
12.09.2010 23:14 -

В наш лексикон слово «креативность» пришло из запада в те времена, когда пал «железный занавес» и страна начала активно впитывать все заграничные технологии, автоматически перенимая при этом и всю соответствующую терминологию. У нас же есть и свое слово – творчество. Термин креативность произошел от английского слова create – создавать. Творчество от слова творить, творец. В принципе то же самое. Когда я говорю слово творчество – у большинства людей возникают следующие ассоциации: поделки, рисование, лепка, сочинение стихов, актерская игра. Когда говорю слово креативность – возникают несколько иные ассоциации: необычные прически; оригинальная, яркая одежда; вычурное, необычное, вызывающее поведение; шоу; музыкальные клипы; модное кино. Давайте проясним ситуацию: в дальнейшем под словами творчество и креативность будем подразумевать одно и то же – создание нового продукта. Продуктом может быть все, что угодно: дом, станок, прическа, картина, книга, эмоции и т.д. Каждый из нас в своей жизни что-то создает, и конечно, хочет создавать это более успешно. Именно о том, как сделать этот процесс более успешным и пойдет речь в дальнейшем.
Человечеством с давних времен воспет культ «гениальности создателя». В рамках этого культа такие понятия как талант, гениальность могут показаться даром божьим, даром от рождения. Это приводит к тому, что рядовой человек очень часто душит в себе порывы к творчеству просто потому, что не считает себя подобным гением. Как же здесь поступить? Можно принять такую точку зрения: все «гении» это обычные люди, которые могли очень успешно создавать свои продукты, которые рано или поздно стали очень востребованными человечеством. Каждый человек может научиться этому при условии выбора правильного подхода и некоторой доли старания. Блестяще описал похожую идею (и сам опробовал на практике) Джек Лондон в романе «Мартин Иден».
Для некоторых людей преградой к творчеству является мнение о том, что большинство великих творцов были либо крайне малоимущими, либо людьми с психологическими отклонениями, и жили они с глубокими мучениями. Дело в том, что время не стоит на месте, и тенденции сегодняшнего дня таковы: удачный креатив распространяется в мире с огромной быстротой. В основном благодаря телевидению и Интернету. Более того, в наши дни всегда можно найти «своего клиента», какой бы продукт не был. Характер выбранного вами творчества будет зависеть от ваших ценностей. Если вас прельщает бизнес – то бизнес, живопись – то живопись, юмор – то юмор. Ну и, «характер» вашей жизни так же будет зависеть от этих ценностей.
Очень часто многие люди стремятся всячески облегчить свою жизнь. И считают, что делать надо только то, что облегчает, упрощает жизнь. Знаменитый вопрос: «А зачем это мне надо?» широко известен и очень приживаем. Само по себе облегчение мало что дает (представьте результат в идеале). А вот если вы стремитесь к простоте и легкости с тем, чтобы прожить жизнь продуктивней и интересней, реализовать свое предназначение, это здорово. В дальнейшем я покажу, что каждый способен реализоваться в ипостаси творчества. Смотрите тренинги-курсы харьков.
Ни одна моя работа не обходится без исследования поведения успешных людей. Так, я сторонник ориентации, прежде всего, не на книжные теории, а на поведении реальных людей, и способах его описания. И, естественно, я с удовольствием проанализировал поведение людей, успешно создающих тот или иной продукт. Каким образом отбирались

люди? Вот основные принципы отбора:
1. Человек создает продукт, который применим в жизни.
2. Его продукт пользуется спросом в определенных кругах.
3. Его продукт продаваем, продажи служат основным доходом этого человека.
4. Пользователи продукта довольны и говорят: «спасибо», «здорово», «хорошо у вас».
То, что перечислено и является тем базисом, к которому я хочу вас привести, с помощью рубрики «креативность». Многое можно прочитать здесь: тренинги креативности, скорочтения, развития памяти.
Естественно, сразу же определились критерии выбора «анти-модели» («анти-модель» – это исследуемый человек, у которого с этим проблемы): это все вышеперечисленные качества, измененные с точностью наоборот.
Хочу обратить ваше внимание на последний, четвертый пункт. Оказалось, что:
для творческого (креативного) человека положительная оценка клиента является самым главным критерием качества его продукта. Всетворчество делается для людей.
Этот фактор был у всех испытуемых (моделей). Для того, чтобы получать высокую оценку, одного желания недостаточно. Недостаточно и специальных умений, которые необходимы для изготовления продукта. Исследования анти-моделей показали, что все они обладают солидным умом, багажом знаний, навыками по изготовлению, но…у них нет чувства «что это людям понравится».
Думаю, у каждого человека есть какие-либо цели, идеи. В связи с ними полезно вспомнить иерархию потребностей человека по Маслоу:
1. Физиологические потребности (например: сон, еда, секс)
2. Потребность в безопасности
3. Социальные потребности (потребность в любви)
4. Потребность в уважении
5. Потребность в самореализации
К какому пункту относится ваша цель? Понятно, что потребности с номерами 3-5 невозможно удовлетворить вне общества. Как раз для удовлетворения этих потребностей и служит творчество. На мой взгляд, творчество является здесь той монетой, с помощью которой мы хотим «купить» эти пункты. Когда мужчина влюблен, он способен на неординарные поступки. Что это как не креативность? Для того, чтобы стать лидером и получить уважение, люди порой совершают немыслимые комбинации. Это та же креативность! И эта креативность прежде всего направлена на людей.
Поэтому, прежде чем выбирать себе продукт для изготовления, или план действий для осуществления, надо проделать упражнение.
1. Возьмите одну из ваших идей или целей. Для начала не стоит брать что-либо глобальное.
2. Что вы собираетесь творить? Опишите в общих чертах ваш продукт.
3. Займите определенное место в том помещении, где вы находитесь.
Включите воображение и посмотрите как бы со стороны на все человечество. Взгляд должен быть отстраненным и независимым. Это даже не ваш взгляд, а взгляд независимого специалиста. На кого рассчитано ваше творчество (продукт)? Напишите максимальный список ваших возможных клиентов.
Какие у них возрастные категории? Материальное состояние? Географическое положение? Абсолютно все категории, которые приходят на ум, стоит записать. Чем больше будет список, тем лучше. Не спешите останавливаться, знайте, что всегда можно

еще что-то дописать.
4. Измените ваше место в помещении. Это делается для облегчения смены состояний. Захватите с собой ваш список клиентов. Мысленно представьте себя первым клиентом из списка. Каким должен быть продукт с этой точки зрения? Помните, что сейчас вы – клиент. Запишите характеристики продукта. Таким образом, необходимо пройти весь список. В итоге у вас должна появиться подобный список:
клиент 1 - характеристики и качества 1
клиент 2 - характеристики и качества 2
клиент 3 - характеристики и качества 3
клиент 4 - характеристики и качества 4
клиент 5 - характеристики и качества 5
... - ...
Не удивляйтесь, если табличные характеристики и качества будут не совсем те, которые вы первоначально предполагали, или совсем видоизменится ваш продукт. Это даже хорошо.
Заметьте одно: это не совсем маркетинговое исследование. Это тренировка смены позиций восприятия, тренировка внутренней стратегии сбора данных. В идеале хорошо было бы довести это дело до автоматизма. Наличие такой мысленной стратегии может избавить вас от многих первоначальных ошибок. Но это еще не все.
5. Вам надо теперь проанализировать табличку следующим образом. Выберите те характеристики и качества продукта, которые вы можете реально осуществить. При этом, чем больше вы клиентов захватите, тем лучше. Требуется связать как можно больше характеристик и качеств в одну идею.
6. Разумеется, некоторых возможных клиентов придется отбросить, если они сильно выбиваются из «общей группы»
7. Теперь наверняка ваша идея примет более конкретные очертания.
Вот некоторые реальные примеры ошибочных рассуждений анти-моделей:
«Если рассуждать по вашему методу, то мой продукт никому не нужен, и делать ничего не надо, и, значит, эти рассуждения вредны» – Надо изменить продукт так, чтобы он был нужен, хотя бы мысленно, чтоб не тратить годы на неудачи.
«Я, прежде всего, опираюсь на свой опыт и свои взгляды, а не на взгляды клиентов» – Такое возможно только тогда, когда вы уже «маститый» креатор (создатель), и ваши взгляды выработаны долгим жизненным диалогом создатель- потребитель.
«Все деяния человека, движимы личными амбициями, творчество не для людей, а для себя» – Это и верно и неверно. Конечно, вы делаете для себя, но посредством других людей. Например, если бы вы очутились на необитаемом острове, захотелось бы вам творить? Думаю, нет. Но если все же возникает подобное утверждение, и вы с ним согласны, то подумайте о тех людях, чье мнение для вас не безразлично. Туда и направляйте свою творческую энергию.