

Константин ШЕРЕМЕТЬЕВ

# Бешеный КРЕАТИВ

Десятки идей в день за 12 минут

- как постоянно выдавать новые и оригинальные идеи

- сделать из хорошей идеи шедевр



## Annotation

Как войти в творческое состояние и стать креативным человеком? Как преодолеть неверие в свои силы? Как настроить творческий конвейер? Сколько времени вам понадобится для того, чтобы стать более креативным? Как найти ключи к своему подсознанию? Что мешает развитию творческих способностей? Как избежать творческого кризиса?

В своей книге Константин Шереметьев размышляет о креативности и приводит практические упражнения для развития творческих способностей. В современном мире, уверен автор, креативность – обязательная составляющая успеха в любой сфере. Не имеет значения, какая у вас профессия и образ жизни – умение нестандартно мыслить и предлагать уникальные решения позволит вам добиться новых высот во всех ваших начинаниях.

В книге подробно освещаются методики работы творческой личности. Приведено множество приемов для генерации идеи. Рассмотрены самые интересные способы решения творческих проблем.

---

**Константин Шереметьев**  
**Бешеный креатив. Десятки идей в день за**  
**12 минут**

## Предисловие

Прошли те времена, когда люди неспешно пили чай у самовара и смотрели на улицу в надежде увидеть хоть что-то новое и необычное, но день за днем и год за годом ничего не происходило – только стадо коров нарушало спокойствие утром и вечером.

Сегодня жизнь совершенно другая. Вихрем она летит мимо нас. Новые идеи и технологии появляются ежеминутно.

В наше изменчивое время большой ценностью стала **креативность** – умение придумать что-то оригинальное.

Компания IBM провела опрос 1500 руководителей, представляющих 33 области промышленности из более чем 60 стран. В опросе нужно было указать самое важное качество руководителя. Креативность оказалась на первом месте. Это качество указали более 60 % опрошенных.

Можно считать, что «креативность» – это просто другое название способности к творчеству. Но творческими людьми обычно называют людей определенных профессий: писателей, композиторов, художников. А современная жизнь требует новых идей везде: в бизнесе, в науке, в политике, в спорте. Поэтому появилось модное словечко «креатив» – от английского слова **create** (создавать, творить).

Более того, сейчас выше ценится не конкретная идея, а умение генерировать идеи. Умение быть креативным человеком.

Креативность – это движущая сила современного общества. Джон Хокинс в своей книге «Креативная экономика» показал, что в основе успеха современных корпораций лежит именно креативность. А Ричард Флорида в книге «Креативный класс» пошел дальше и пришел к выводу, что рост и процветание государств сейчас напрямую зависят от поддержки творчества во всех сферах. Он пишет: «Экономическая потребность в креативности отражается в формировании нового класса, который я называю «креативным классом». Ядро креативного класса составляют люди, занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. Помимо ядра, креативный класс включает также обширную группу креативных специалистов, работающих в бизнесе и финансах, праве, здравоохранении и смежных областях деятельности. Эти люди занимаются решением сложных задач, для чего требуется значительная независимость мышления и высокий

уровень образования и человеческого капитала».

Креативным можно быть абсолютно в любой теме. Вы можете:  
создавать новые товары или услуги;  
находить новые способы делать деньги;  
совершенствовать технологические процессы;  
получить статус творческого работника в своей компании;  
придумывать идеи для своего бизнеса.

Самое приятное, что способность творить уже заложена в вас. Быть креативным – в природе человека. Ваш мозг – это лучший творец во всей Вселенной. Поэтому достаточно развить навык творческого мышления, и вы станете видеть новые идеи всегда и во всем.

Но есть и плохая новость. К сожалению, современная культура подавляет творческое начало человека. Всех детей учат по одним и тем же программам, а работа выполняется по раз и навсегда установленным правилам. Поэтому творческая жилка постепенно усыхает и отваливается.

И это весьма печально, ведь жизнь без творчества становится серой, однообразной и скучной. И наоборот, включив творческое начало, вы сразу начинаете жить насыщенной, яркой и интересной жизнью.

# Глава 1

## Истоки креативности

Представьте себе, что вы вышли из кабинета начальника с заданием «Придумать что-нибудь креативное».

Вы сели за рабочий стол, взяли чистый лист бумаги и задумались.

Скорее всего, в этот момент на вас нападает творческий ступор. Ни одна свежая идея не спешит приходить вам в голову. У вас возникает вопрос: «А могу ли я быть креативным?»

Можете. Но это непросто. Более того, креативность – это самый сложный навык мышления.

## Смотреть на мир иначе

Психолог Томас Уорд провел эксперимент, который показал, насколько сложно быть креативным. Участникам эксперимента предложили нарисовать воображаемых обитателей другой планеты из далекой галактики. Одной группе сказали, что эта планета похожа на Землю, а другой группе – что она кардинально отличается от привычного нам мира. Большая часть рисунков имела детали, заимствованные из образов земных животных. Но поразительный факт: рисунки животных с планеты, не похожей на Землю, ненамного отличались от рисунков животных с планеты, похожей на Землю. То есть для большинства из нас представить то, чего мы никогда не видели, практически невозможно.

Но отдельным людям это как-то удается.

Частая ошибка – утверждать, что творчество – это талант, талант врожденный и заданный генетически, соответственно, либо человек талантлив, либо нет.

Это неверно.

Возьмем пример очень интересного человека, выдающегося немецкого математика Карла Фридриха Гаусса. Он так много сделал для развития этой науки, что даже получил звание «Король математики». Он провел фундаментальные исследования почти во всех основных областях математики – в алгебре, теории чисел, теории вероятности, небесной механике, астрономии, физике, геодезии и т. д.

Он оставил после себя 12 томов математических работ. При этом многие из них чрезвычайно сложны и глубоки – у обычного человека могут уйти годы на то, чтобы понять, что сделал Гаусс.

Часто Гаусса приводят в пример как носителя врожденного таланта. Но интересно, что сказал сам ученый про свои выдающиеся достижения. Он писал: «Если бы другие размышляли о математических истинах так глубоко и постоянно, как это делаю я, они бы пришли к моим открытиям».

Возьмем другого известного человека – Исаака Ньютона. Его творческие способности были необычайно широки. Он основал классическую физику, разработал дифференциальное и интегральное исчисления. Множество явлений живой природы он описал на точном математическом языке. Казалось бы, вот пример врожденной гениальности. Но сам Исаак Ньютон опять-таки говорил о себе совсем другое. Когда его называли гением, Ньютон отвечал: «Гений есть терпение мысли, сосредоточенной в известном направлении».

О своем научном методе Ньютон писал: «Я целиком сосредоточиваюсь на объекте и жду, когда забрезжит первый слабый луч понимания, переходящий мало-помалу в ясный и яркий свет».

Так же высказывался великий физиолог Иван Петрович Павлов о сути научного творчества: «Неотступно думать о предмете, уметь с этим ложиться и вставать».

Итак, первое условие для проявления творческой способности – предельная концентрация на задаче. Это необходимое условие, но не достаточное.

*Креативность – это способность человека находить новые оригинальные идеи путем отклонения от принятых схем и шаблонов поведения.*

Впервые понятие «креативность» использовал британский психолог Д. Симпсон в 1922 году. Этот термин он ввел для описания способности человека отказываться от стереотипных способов мышления.

Итак, есть два условия творческой работы:

- ✓ предельная концентрация на задаче;
- ✓ поиск новых путей ее решения.

Люди часто удивляются, как творцам удается находить что-то новое. Но ведь они и занимались именно тем, что искали новое! То есть творческий человек с самого начала идет другим путем. Про таких людей можно сказать, что они смотрят на мир иначе.

Психологи отмечают, что креативные люди чрезвычайно чувствительны к неточностям, дефектам и отличиям в объектах. Там, где обычный человек не находит ничего интересного, творческий человек видит множество удивительных вещей. Например, скульптор может увидеть в куске камня будущую статую.

Умение смотреть на мир иначе приходит постепенно. Его можно натренировать – точно так же, как спортсмен тренирует силу, ловкость или быстроту своего тела.

То есть творческие способности – это не врожденное качество, а приобретенное. Более того, миф о генетически заданном таланте на самом деле весьма вреден. Ведь если человек считает, что гениями рождаются, то он уже точно не будет развивать свое умение творить.

Поэтому даже если вам кажется, что вы совершенно не творческий человек и у вас нет талантов, на самом деле это не так. Ваш мозг точно такой же, как у любого другого человека, и вопрос именно в том, чтобы



разбудить вашу креативность, разбудить ваш талант.

Что обычно мешает человеку мыслить творчески? Мне часто задают этот вопрос, потому что я веду курсы по развитию талантов. Вопрос звучит приблизительно так: «Я не вижу в окружающей действительности места и способа для творчества, я вообще не замечаю этой потребности, я даже не представляю, как я могу творить в повседневной жизни?»

Ответить на этот вопрос поможет интересный факт, отмеченный Генрихом Сауловичем Альтшуллером, автором ТРИЗ (Теории решения изобретательских задач). Альтшуллер проанализировал статистику по авторам изобретений на одном заводе и выяснил, что 97 % тех, кто создает изобретения, – это люди, которые занимаются ремонтом оборудования.

Смотрите, какой интересный парадокс: **у тех, кто работает на исправном оборудовании, нет причины мыслить творчески.** А вот те, кто постоянно по службе сталкивается с нестандартными ситуациями, как раз и начинают изобретать. В этом ключ к тому, как стать творческим человеком.

Если ваша жизнь представляет собой повторение одних и тех же однотипных операций, то действительно повода для творчества у вас нет. Ваш мозг прекрасно способен мыслить, творить, изобретать, но эти качества не востребованы. Вы не создаете ничего нового, потому что при такой размеренной жизни отсутствует потребность в творчестве.

Часто добавляется еще один фактор, тормозящий творчество. Человек, который не пробует что-то новое, постепенно начинает бояться изменений в своей жизни и уже сам старается все делать как обычно. Такие люди бывают подвержены суевериям. Если что-то прошло удачно, они приписывают «заслугу» случайным факторам: «Я хорошо прошел собеседование, потому что надел этот галстук. Следовательно, галстук приносит удачу». Постепенно вымышленные приметы все больше заменяют настоящие причинно-следственные связи. Это существенно ухудшает творческий взгляд. Вместо реального восприятия человек начинает жить в придуманном мире и уже с трудом отличает, где объективная действительность, а где плод его воображения.

Если же повод для креатива все-таки возникает, чаще всего люди под разными предлогами избегают творчества. Посмотрим, какие типовые отговорки при этом используются. Возможно, вы узнаете себя?

Самый первый барьер на пути творчества – это убежание от проблем. То есть человек, столкнувшийся с некоторой новой для себя ситуацией,

воспринимает ее как неразрешимую проблему. Он себе говорит: «Я этого никогда не делал, поэтому я это и не могу сделать». Что тогда получается? Получается, что он сразу отказывается думать, идет к начальнику и говорит: «Случилось что-то непонятное, и я не знаю, как здесь поступать». И все – он переложил ответственность и дальше опять занимается своим привычным делом. Хотя на самом деле проблема – это прекрасный повод для творчества. Для развития творческого начала нужно выработать привычку не убегать от проблем, а смело идти в новые для себя области. То есть принимать ответственность за все, что случается, на себя, и тогда у вас автоматически начнет запускаться творческое мышление.

Следующая типовая ошибка – это вообще взгляд на свою работу как на нетворческую. Это такое странное восприятие, когда человек просто заявляет: «Вы знаете, на моей работе творчества быть не может». Почему он так решил? Именно потому, что привык совершать первую ошибку: каждый раз, когда возникает что-то новое и непонятное, он все передает начальству. Начальству приходится быть творческим именно потому, что все нестандартные ситуации в конце концов доходят до него. А рядовой сотрудник сначала снимает с себя ответственность, а потом говорит: «У меня работа нетворческая». Хотя на любой работе есть простой способ применить творческий подход. Для этого нужно задать вопросы:

Можно ли эту работу сделать лучше?

Можно ли ее сделать качественнее?

Можно ли ее сделать более приятной?

Как только вы задаете себе эти вопросы, вы становитесь способны любую работу сделать творческой. Нетворческих работ не бывает.

Есть третья типовая ошибка, которая также очень сильно мешает творчеству, – это сопротивление переменам, страх любых изменений. Действительно, что происходит с человеком, к которому приходит некая радикальная идея по изменению рабочего процесса? В тот же момент возникает страх – вдруг что-нибудь случится? Потому что старое – значит, привычное, а новое пугает. Возникает сопротивление переменам. Этот страх сильно портит жизнь, потому что мир меняется все время. Даже за последние 10–15 лет, благодаря Интернету, мобильным телефонам и соцсетям, жизнь поменялась колоссально.

Возьмем такое явление, как туризм. Еще в середине XX века путешествие могло себе позволить достаточно малое количество людей. По всему миру насчитывалось около 50 миллионов путешественников. А в XXI веке число туристов уже перевалило за миллиард. Люди стали очень много путешествовать. По мере развития туризма возникает много проблем,

которые ждут своего решения. Здесь и организация туров, и бронирование отелей, и разработка туристических маршрутов по интересам, и преодоление языкового барьера, и многое другое.

Подобные изменения совершаются все время, жизнь не стоит на месте. Пытаться сопротивляться этому процессу бесполезно – перемены все равно произойдут. Но когда вы начинаете сопротивляться переменам, бояться их, то ни о каком творчестве уже и речи быть не может.

## Путь творца

Прямо противоположный подход, которому и посвящена эта книга, состоит в том, что вы не убегаете от творчества, а поступаете ровно наоборот. Вы смело идете навстречу любым проблемам и берете на себя ответственность за результаты. На свою работу вы смотрите как на источник новых идей, постоянно стараетесь что-то изменить и сделать лучше. Перемены становятся для вас естественными. Более того, вы начинаете сами искать перемен, готовиться к ним и проводить их в жизнь.

Если же вы все-таки уверены, что этот путь не для вас, потому что вы совсем не творческий человек, то вам, должно быть, покажется интересной следующая история.

Владелец одного издательства был недоволен тем, что половина сотрудников были нетворческими, то есть не давали вообще никаких идей. Он пригласил психологов, чтобы они отделили тех, кто дает идеи, от тех, кто идей не дает, и разобрались: чего же не хватает этим нетворческим людям? Психологи провели исследование и пришли к интересному результату. Все отличие между так называемыми творческими и так называемыми нетворческими сотрудниками заключалось лишь в одном: **творческие люди считают себя творческими людьми**. А раз они считают себя творческими, то постоянно выдают какие-то идеи и что-то придумывают, в то время как якобы нетворческие сотрудники уверены, что им это не дано.

На втором этапе эксперимента психологи объявили таким сотрудникам следующее: «В ходе исследований на основании ваших анкет выяснилось, что вы на самом деле человек творческий, просто не знаете об этом». И уже через год эти сотрудники выдавали совершенно потрясающие идеи, по своей революционности превосходившие идеи тех их коллег, которые традиционно считались людьми творческими.

Так что если у вас есть намерение превратиться в творца, знайте, что преград для этого не существует. Все ваши способности при вас, и все, что от вас требуется, это просто переключиться на другую волну – на волну творчества, на волну креатива. Нужно поверить, что вы можете создавать и генерировать новые идеи. И никаких барьеров тут нет и не может быть – в прямом смысле слова.

Когда вы себе говорите: «Я не умею делать открытия, рисовать или изобретать», – это неверно. Творческий потенциал у вас есть. Правильно говорить себе: «Я пока не умею делать открытия, рисовать или изобретать,

но как только я займусь этим, то научусь».

Допустим, вы никогда в жизни не рисовали, но вам хочется рисовать. В таком случае главное – вообще не думать о том, получится у вас или не получится, художник вы или не художник, будет ли у вас когда-нибудь персональная выставка или не будет, потому что это и есть барьеры. Обратите внимание: все дети рисуют. И для этого, по большому счету, ребенку нужен только мел и асфальт – он сразу начинает рисовать, не задумываясь о том, художник он или нет. Здесь тот же самый подход. Вас не должно волновать, творческий вы человек или нет. Какими сертификатами это подтверждается? Вы просто берете лист бумаги, карандаши и рисуете в свое удовольствие, то есть рисуете просто потому, что вам захотелось рисовать. Не потому, что вы должны это делать или намерены получить соответствующее образование. Нет. Вы рисуете исключительно потому, что вам этого хочется.



На самом деле, приняв решение, что вы – человек творческий, вы сможете поменять стиль своей работы. Достаточно выработать привычку оглядываться вокруг и искать, что можно улучшить и поправить. У вас появится масса идей, если вы действительно начнете это делать.

В вашей воле выбрать любое направление творческого поиска.

В науке результатом творчества являются идеи, формулы, законы.

В театре – создание новых образов.

В технике – создание новых механизмов.

В каждом направлении существуют свои приемы и способы

творчества, но их объединяет общий принцип: вы берете тему, которую как-то разрабатывали до вас, и привносите свое прочтение этой темы.

Психолог Карл Роджерс писал: «Нет существенной разницы в творчестве при создании картины, литературного произведения, симфонии, изобретении новых орудий убийства, развитии научных теорий, поиске новых особенностей в человеческих отношениях или создании новых граней собственной личности».

Среди преград на пути творчества есть также интересный барьер под названием «это не для меня». Он возникает, когда вы читаете о чьем-то успехе в другой области деятельности и при этом читаете отстраненно. Вы даже не представляете себе, что это можно применить в вашей жизни.

Один бизнес-консультант рассказал такую историю. Он консультирует представителей самых разных видов бизнеса, опираясь на практические примеры по маркетингу. Как-то раз он выступал перед представителями канцелярского бизнеса и рассказывал о маркетинговом приеме, который он подсмотрел в медицинском бизнесе. И вдруг заметил, что никто ничего не записывает. Аудитория посчитала, что пример из медицинского бизнеса не подходит для канцелярского и им это не нужно. В конце концов консультант был вынужден приводить только примеры, касающиеся конкретно той деятельности, которой занимались люди, сидящие в зале.

Чтобы не попадаться на эту удочку, возьмите себе за правило: как только вы читаете о каком-то успешном, творческом шаге в другой области, задайте себе вопрос: а можно ли этот шаг применить в моей деятельности? Благодаря этому вы сможете увидеть то, чего раньше не замечали, то есть будете воспринимать уже известную информацию совершенно по-другому.

Джулия Кэмерон, автор книги «Путь художника», пишет: «Часто люди думают, что творческая жизнь основана на воображении. Более трудная для восприятия истина заключается в том, что творчество основано на реальности – особой, сконцентрированной, точно подмеченной или вымышленной».

Сам по себе ваш творческий дар не раскроется. Ищите точки приложения вашего таланта, беритесь за интересные задачи. Пробуйте, ошибайтесь, еще раз пробуйте и достигайте успеха.

Если вы творческий человек, то вы творческий человек везде, во всем. Вы все время будете смотреть на свою жизнь, на свое поведение с точки зрения именно творческого человека. Прямо задавайте себе вопрос: «Хорошо, если бы я был творческим человеком, как бы я поступил в этой ситуации? Если бы я был гением, что бы я сделал, столкнувшись с этой проблемой? Если бы я был гениальным менеджером, продюсером,

предпринимателем, что бы я попробовал в этой ситуации?»»

Когда вы задаете себе такие вопросы – это хорошее начало для того, чтобы стать творческим человеком.



## Подсознательный настрой на творчество

Возможно, вы уже попадали в ситуацию, когда вам требовалось придумать что-то новое: статью, рекламную акцию, необычное фото, видеоролик. Вы начинали изо всех сил пыжиться и даже пыхтеть от натуги, но так и не могли ничего придумать.

У писателей есть типовое название подобной ситуации: «боязнь белого листа». Представьте: писатель сидит в одиночестве перед чистым листом бумаги. На улице уже стемнело, а он за целый день так и не придумал ни сюжета, ни фразы, ни слова. И на следующий день писатель просто боится подойти к столу – ведь там его опять ждет этот ужасный белый лист.

Известно, что Гюстав Флобер никак не мог придумать продолжение «Госпожи Бовари». В отчаянии он два дня просидел на кровати, зажав руки между колен. По его воспоминаниям, это состояние было поистине ужасным. При попытке что-то придумать наступал полный умственный коллапс.

Пушкин так описал состояние творческого тупика:

Беру перо, сижую; насильно вырываю  
У музы дремлющей несвязные слова.  
Ко звуку звук нейдет... Теряю все права  
Над рифмой, над моей прислужницею странной:  
Стих вяло тянется, холодный и туманный.  
Усталый, с лирою я прекращаю спор.

Почему так происходит?

Казалось бы, писатель знает много слов и даже умеет складывать из них предложения – что ему мешает сесть и начать писать?

Здесь мы подходим к главному секрету креативности. Креативность – это свойство подсознания. Подавляющая часть творческой работы осуществляется в глубине нашей психики.

Поэтому задача создать что-то новое равносильна задаче:

Пойди туда – не знаю куда.  
Принеси то – не знаю что.

Хотя для подсознания это задачка примитивная. Подсознание легко выдаст тонну оригинальных идей. Проблема в том, что приказать ему напрямую нельзя.

В 1789 году Вольфганг Амадей Моцарт в одном из писем заметил: «Когда я, как это бывает, нахожусь наедине с собой и я в хорошем настроении (например, путешествуя в повозке или гуляя после хорошего обеда), или в течение ночи, когда я не могу заснуть, мои идеи появляются в наибольшем количестве. Почему и как это происходит – я не знаю. Я не могу насильственно вызвать их».

Иногда подсознание может творчески включиться даже без согласия человека. На одном из сонетов итальянского поэта Альфиери стоит пометка автора: «Случайный. Я не хотел его писать».

Однако хотя прямо приказывать подсознанию невозможно, мы способны научиться управлять им косвенно. А помощником для нас станет эта книга.

Обратите внимание: обсуждая с другом прошедший спортивный матч, вы легко и непринужденно произносите фразы, которые связываются в некий понятный текст. В это время подсознание с поразительной скоростью обрабатывает ваши воспоминания, готовит нужные слова и выстраивает их в речь по правилам русского языка.

Точно так же вы можете сесть и спокойно начать писать хоть диплом, хоть рекламу, хоть роман. Ваше подсознание будет подсказывать вам слова, которые сами собой выстроятся в связный и осмысленный текст. Это же касается рисования, фотографирования, видеосъемки и любой другой деятельности.

Именно это и будет нашей целью. Мы настроим подсознание так, что творчество станет для вас вторым языком. Вы начнете легко и непринужденно творить и получать от этого удовольствие.

Ваше подсознание настроится на непрерывную переработку впечатлений с целью получения сырья для творчества. Новые идеи будут появляться у вас постоянно, и вы с удовольствием станете воплощать их в жизнь.

### ***Итоги главы***

✓ *Креативность – это способность создавать что-то новое и оригинальное. Это естественное свойство человеческого мозга.*

✓ *Способность к творчеству подавляется, если человек привыкает*

*жить стереотипами. Так творчество перекрывается уже на уровне подсознания. Человек начинает реагировать шаблонно.*

*✓ Тому, кто постоянно избегает ответственности, пытаясь переложить ее на других, стать творческим человеком не удастся. И наоборот – если человек принимает ответственность на себя и готов изменить свои подходы и методы, он способен стать креативным.*

*✓ Развитие креативности дает важный побочный эффект: творческий человек перестает бояться перемен. Перемены становятся частью его жизни.*

## Глава 2

# Механизм творчества

В этой главе мы подробно рассмотрим, как устроено творчество, как протекает творческий процесс. А после этого уже можно будет делать выводы – как стать творческим человеком.

В самом общем виде творчество – это сочетание привычных элементов непривычным образом. Здесь нужно понимать, что прежде, чем человек придумает что-то новое, у него в мозгу уже должны быть некие отражения существующих предметов, существующих порядков, существующих отношений. То есть механизм творчества, по большому счету, всегда опирается на то, что вы знаете, умеете, видели и т. д.

Невозможно творить в безвоздушном пространстве – нужно обязательно на что-то опираться. За каждое отражение чего-либо в нашей жизни отвечает определенная нейронная сеть в нашем мозгу. Это сочетание нейронов, которое возникло в ответ на то, что мы увидели, услышали или ощутили. Если взять обычную ситуацию, то есть ситуацию, в которой творчества нет, то мысль будет ходить по одним и тем же нейронным дорожкам, по привычным шаблонам, которые уже сформировались в нашем мозгу. Если мы не сталкиваемся с проблемой и ничего не меняется, то все так и будет происходить.

## Начало творческого процесса

Как мы уже говорили, любое творчество начинается с проблемы – мы не знаем, как что-либо сделать. Процесс творчества можно проиллюстрировать на примере конденсатора. Конденсатор имеет две пластины, между которыми создается электрическое поле. На пластинах начинает накапливаться заряд. Если заряд маленький, то ничего не происходит. Если же продолжать увеличивать заряд и повышать напряжение, в определенный момент происходит пробой конденсатора.

В чем сходство с творческой ситуацией? Человек сталкивается с проблемой, но сразу найти решение у него не получается. На этом шаге люди нетворческие сдаются, отступают – они считают, что не в состоянии справиться с задачей.

А что делают творческие люди в этой же самой ситуации? Они понимают, что в данный момент решить задачу не могут, но начинают думать над ней, собирать информацию. Им интересно читать, ставить эксперименты, разбираться в проблеме.

Благодаря этому нейросети начинают наполняться новыми связями. Критическая масса растет. В какой-то момент, когда напряжение доходит до высшей точки, происходит озарение, очень похожее на пробой конденсатора: проскакивает искра и две нейросети образуют новые связи. Это значит, что человек увидел решение задачи.

Писатель Константин Георгиевич Паустовский замечал: «Замысел, так же как молния, возникает в сознании человека, насыщенном мыслями, чувствами и заметками памяти. Накапливается все это исподволь, медленно, пока не доходит до той степени напряжения, которое требует неизбежного разряда. Тогда весь этот сжатый и еще несколько хаотический мир рождает молнию – замысел».

Мы видим, что для того, чтобы успешно решать творческие задачи, нужны два важных качества: интерес и энергия.

Интерес позволяет накапливать знания и добавлять электричество на конденсатор.

Энергия сближает пластины конденсатора. Если интерес к задаче высок и человек находится на мощном энергетическом подъеме, то озарение может прийти довольно быстро.

И наоборот, когда человек переключается на другую проблему, напряжение сразу падает и озарение становится невозможным. В следующий раз ему придется всю работу начинать заново. Именно поэтому

бессмысленно делать одновременно множество дел. Внимание рассеивается, и ни в одном деле вам не удастся придумать ничего нового.

Математик Анри Пуанкаре первым заметил, что творчество состоит из двух процессов: целенаправленной сознательной работы и подсознательной выработки идей. Часто можно наблюдать, что за письменным столом задача не решается, а ответ всплывает из глубин подсознания во время другой деятельности, вообще не имеющей отношения к теме творчества.

Пуанкаре предложил наглядную модель, объясняющую то, что происходит в голове творца в этот момент. Представим пустой цилиндр, в котором атомы газа закреплены на стенках. Во время первого процесса атомы срываются со своих мест и начинают хаотично перемещаться по цилиндру. Когда они сталкиваются, то сцепляются в новые комбинации – идеи. Часть из этих идей лишена смысла, но иногда образуются и весьма полезные. Поэтому Пуанкаре рекомендовал как можно чаще «встряхивать цилиндр», чтобы получить больше идей.

Он писал: «Творить – это означает не создавать бесполезных комбинаций, а создавать полезные, которых ничтожное меньшинство. Творить – это уметь распознавать, уметь выбирать... Среди выбранных комбинаций наиболее плодотворными часто оказываются те, которые составлены из элементов, взятых из очень далеких друг от друга областей».

Теперь рассмотрим на примерах, что способствует творчеству, а что ему мешает. Часто люди ходят на работу одним и тем же путем, это привычная дорога, все нормально. Через некоторое время в их голове формируется нейронная сеть, отражающая эту самую дорогу. И мысли, которые приходят им в голову по дороге, тоже привычные. Вы видите привычные киоски, привычную остановку, привычно садитесь в автобус – и никакие новые мысли у вас даже не могут возникнуть, потому что все привычно, а что привычно, то скучно. Но если сделать простейшую вещь и решить поехать на работу другим путем – уже возникает интерес. Почему? Потому что вы этим путем никогда не ездили. То есть интерес возникает в тот момент, когда вы что-то меняете или сталкиваетесь с чем-то новым.

Теперь посмотрим, что такое энергия в повседневной жизни. Допустим, вам нужно быстро куда-то побежать. Для этого вам нужна энергия. Если вы только что проснулись и еще совсем вялый, вы, конечно, никуда бежать не захотите. Но когда вы играете в волейбол на пляже и у вас далеко отлетает мяч, вы способны очень быстро за ним побежать. Вы охвачены игровым азартом, поэтому уровень энергии возрастает.

Энергия может быть либо положительной, либо отрицательной. И

понимание этого имеет большое значение для творчества.

Пример положительной энергии: вы играете в футбол, вам очень удачно дали пас, и вы прямиком устремились к воротам. В этот момент вы побежите очень быстро, потому что вам этого хочется. Это пример положительной энергии. А если вы еще и гол забьете, то будете прыгать от счастья, потому что вас будет переполнять положительная энергия. Вот она как раз и является фундаментом для творчества.



Теперь пример отрицательной энергии: вы выходите на улицу, и вдруг на вас бросается большая собака. Вы от собаки побежите очень быстро, но теперь уже на отрицательной энергии. В данном случае – на энергии страха.

Причем если посмотреть на ситуации с футболом и с собакой, то вы и в одном случае бежите, и в другом. Вроде бы никакой разницы. Но с точки зрения творчества разница колоссальная, потому что на положительной энергии вы можете созидать и творить. А отрицательная энергия блокирует ваши творческие способности на корню.

В моменты, когда вы пытаетесь творить на отрицательной энергии,

творчество не получается вообще. Допустим, вас вызвал начальник и сказал: «Ты должен придумать новую рекламу, а не придумаешь, мы тебя уволим». То есть вы чувствуете угрозу, а бывает, что начальник еще и начинает вас оскорблять, давить – к примеру, приходит на ваше рабочее место и говорит: «Ну что, ты сделал или нет? Я так и знал, что ты бездарь!»

Та злость, страх, негодование, которые вас переполняют в этот момент, – отрицательная энергия. Она блокирует ваше творчество.

Поэтому для того, чтобы творить, быть креативным человеком, нужно научиться быстро переключаться на положительную энергию. Как же это происходит? На основе чего можно осуществить такой переход?

Для этого вы начинаете искать то, что интересно лично вам, что заряжает вас позитивом. Делаете те дела, которые вам нравятся. Каждая маленькая победа немного повышает ваш энергетический уровень. Путем маленьких успехов вы можете увеличить его до такой степени, что войдете в состояние вдохновения.

Вдохновение – это постоянный поток положительной энергии, который позволяет вам творить непрерывно. Этот поток настолько силен, что сметает со своего пути все проблемы, которые вам встречаются.

Именно об этом состоянии Александр Сергеевич Пушкин написал гениальные строки:

И мысли в голове волнуются в отваге,  
И рифмы легкие навстречу им бегут,  
И пальцы просятся к перу, перо к бумаге.  
Минута – и стихи свободно потекут.

Талант – это такой поток энергии, который позволяет человеку создавать и творить новое ежедневно. У каждого талантливой человека есть мощная внутренняя энергетическая батарея. Это его радость от того, чем он занимается, желание двигаться дальше и достигать новых побед, уверенность в себе.

А сейчас вернемся к началу творческого процесса и поговорим о таком важном явлении, как рутин. Посмотрим, с чем имеют дело люди, когда начинают жить, общаться, работать и т. д.

С самых ранних лет, прямо с детского сада, в человека закладывают огромное множество стереотипов. Стереотип – это некоторое действие, которое нужно делать всегда одинаковым образом.



Если вы куда-то заходите, вам нужно поздороваться, сказать: «Здравствуйте». И через некоторое время вы эту фразу уже начинаете произносить на автомате.

С одной стороны, это очень сильно облегчает жизнь. Почему? Представьте себе, что вам каждый раз нужно было бы придумывать новую фразу для приветствия. Это была бы колоссальная нагрузка, пришлось бы постоянно думать. Но у нас есть одно универсальное приветствие на все случаи жизни, так что можно совершенно не напрягаться. Зашли куда-то, сказали «здравствуйте», и замечательно. То есть стереотипы зачастую весьма полезны.

Проблема возникает тогда, когда перед вами стоит творческая задача, а вы пытаетесь ее решить с помощью стереотипов. Ничего не выйдет.

Если вся ваша жизнь – это набор стереотипов, она превращается в рутину. У вас ничего не меняется, вы все время делаете одно и то же. Вы стереотипно собираетесь утром, выполняете стереотипные действия на работе. Вы разговариваете на одни и те же темы с одними и теми же людьми. Фактически вы ходите по замкнутому кругу. В этой ситуации никакое творчество невозможно. Даже если в вашей жизни появляется потребность в креативе, вы не в силах ничего придумать.

Как же перейти к другому состоянию, как избавиться от рутины? Противоположностью рутины является игра. Человек, который находится в игровом состоянии, может выйти за пределы стереотипов и сделать что-то необычное.

Чтобы почувствовать, насколько игра раскрепощает сознание, можете провести простой эксперимент прямо сейчас.

Оглянитесь вокруг и найдите все круглые предметы. Постарайтесь увидеть как можно больше круглых предметов. Прервите чтение и выполните это простое задание.

Интересно, сколько вы насчитали? Десять предметов, пятьдесят? Обратите внимание на такую вещь: вокруг вас много круглых предметов, но вы даже не обращали на это внимания.

Во время выполнения этого простого задания возникает интерес: «Увижу ли я еще что-то круглое? А вот еще, а вот еще...» Если делать задание в компании, нередко возникает и смех – когда все круглое уже вроде бы найдено и вдруг кто-то говорит: «Мы еще вот про это забыли». А интерес, как вы помните, – одно из условий творческого процесса.

Вот еще одно задание. Представьте себе обычную стеклянную бутылку. Прервите чтение и подумайте, для каких целей можно ее использовать?

Это задание чуть сложнее. Чаще всего пустые бутылки используют как

вазы, светильники, подсвечники и т. д. Но вот буддийские монахи решили из бутылок построить... храм. Материал для строительства они брали на свалках, а также по договору поставки в различных кафе и барах. Этот храм так и называется: «Храм из миллиона бутылок». Находится он в Таиланде, в городе Кхун-Хан.

Творческий поиск похож на прогулку по полю со свежесвыпавшим снегом. Поначалу непонятно, куда идти. Но когда вы начинаете ходить по этому полю, то образуются сперва цепочки следов, потом дорожки, а потом утоптаные тропы. Вот и новые идеи поначалу искать очень трудно, но затем начинает проявляться некий маршрут творческого поиска и справляться с задачей становится все легче и легче.

Есть один фактор, который очень сильно мешает творчеству. Мы уже говорили, что для пробоя конденсатора необходимо создать высокое напряжение. А в какой момент возникает творческое напряжение? В момент концентрации, то есть когда вы сосредоточены на задаче.

Что же мешает современному человеку сконцентрироваться на какой-либо задаче? Колоссально мешает информационный шум. Современная цивилизация – чемпион по отвлечению внимания. Совершенно обыденной стала картина, когда в помещении постоянно включен телевизор, а человек сидит за компьютером и просматривает одну за другой все новости подряд. Телепередачи к тому же то и дело прерываются рекламой, а на сайтах всплывают рекламные баннеры.



К этому шуму добавляются сообщения по скайпу, приходящие SMS, звонки по мобильному. В такие моменты внимание скачет в разные стороны. А, как мы уже говорили, конденсатор при переключении теряет свой заряд, и вы уже ничего не можете сообразить. Каждый день со всех сторон на вас сыплется столько информационного хлама, что творчество оказывается в принципе невозможным.

Поэтому для вхождения в творческое состояние нужно в первую очередь отключить внешний шум. Вы должны вообще убрать источники лишней информации из того места, где занимаетесь творчеством. В первую очередь избавьтесь от телевизора. Главный его недостаток в том, что кто-то за вас решает, что именно вы должны смотреть. Интернет в этом смысле гораздо полезнее – там информацию выбираете вы, а телевизор – это то, что выбирают за вас.

Итак, собираясь заняться творчеством, не включайте музыку, шумные приборы. Чем больше тишины, тем лучше. Участники моих тренингов, которым я даю задание избавиться от информационного шума, уже к концу дня наблюдают удивительный эффект. Они говорят, что очень сильно

меняется восприятие всего, что их окружает. Небо становится синее, трава зеленее, солнце ярче. Почему? Потому что уходит непрерывный информационный шум. И человек сразу начинает острее чувствовать то, что с ним происходит. Это важное условие для подготовки перехода к творческому состоянию.

Как только вы почувствовали, что спокойны и находитесь в тишине, можно приступать к следующему приему перехода в творческое состояние, который называется «Усиление проблемы». В случае, когда нам предстоит решить некую творческую задачу, мы должны поставить себе эту задачу в усложненном варианте, чтобы она сильнее нас захватила. Это как раз способ повысить энергию – особый азарт: «Могу ли я решить задачу в более трудном варианте?» Один из участников моего тренинга написал, что очень хорошо запомнил, как собирал мозаику в детском саду. Это у него была любимая игра. Для подсказки он смотрел на картинки-ответы, и все прекрасно получалось. Как-то раз ему попала мозаика без картинки с ответом. В этот момент задача сразу стала очень сложной. Представьте себе – рассыпаны кусочки, а конечной картинки нет. Но он все-таки собрал эту мозаику – и запомнил этот случай на всю жизнь. Почему? Да потому что это было очень здорово – решить сложную задачу.

После того как вы усилили проблему, переходим к процессу подготовки, чтобы включился механизм творчества. Есть одна распространенная ошибка: считать, что для запуска творческого процесса нужно сесть, взять лист бумаги и ждать, когда вас озарит. Так включить творческий процесс не получится. Сперва нужно увеличить энергетический заряд на конденсаторе, то есть получить больше информации о задаче. Лучший способ для этого – задавать наводящие вопросы. Они могут быть самые разные:

Из каких составных частей состоит проблема?

Почему эта проблема возникла?

При каких условиях эта проблема решится сама собой?

То есть вы все время задаете себе вопросы, касающиеся этой проблемы. И постепенно набираете некоторый энергетический запас. Когда же вы вдруг почувствуете своеобразное возбуждение, приятный творческий азарт, это будет означать, что вы уже близки к цели. На самом деле в данный момент в вашем мозгу начинают образовываться новые нейронные связи. И как только этот процесс закончится, произойдет озарение – и проблема будет решена.

## Развитие творческих способностей

Предположим, что вас заинтересовало творчество и вы даже любите решать простенькие задачки на сообразительность. Как же развить этот дар и перейти на следующий уровень?

Чтобы приступить к развитию креативности, нужно сначала понять сам механизм развития творческих способностей – как именно мозг учится создавать что-то новое. Тогда мы сможем управлять процессом.

Когда мозг новорожденного начинает знакомиться с миром, предпосылки для творчества у него уже имеются. В первую очередь мозг учится различать знакомые и незнакомые предметы. Если действия со знакомым предметом дают приятные впечатления, почему бы не перенести эти действия и на незнакомые? Так ребенок, научившись сосать соску, начинает совать в рот и сосать все подряд – вдруг какая-то из окружающих его вещей тоже окажется вкусной. А послушав, как звучит погремушка, если ее встряхнуть, он будет трясти и другие игрушки в надежде услышать звук.

Отсюда **первый принцип** развития творческих способностей:

*Нашли интересное творческое решение – попробуйте сделать из него правило.*

Мозг устроен так, что те впечатления, которые мы получаем, начинают сразу обрабатываться для последующего использования. Наша память ничуть не похожа на коробку, в которую складывают разные предметы, а потом закидывают на антресоли. Работа памяти больше похожа на действия мастера, которому приносят старые радиоприемники и телевизоры, а он разбирает их на детали и раскладывает по полочкам – и в конце концов из этих деталей складывается наше представление о мире.

*Креативность – это способность к комбинаторной игре с элементами впечатлений.*

Иными словами, творческое воображение берет за основу реальные впечатления и формирует на их основе новый, воображаемый образ.

Знаменитый психолог Лев Семенович Выготский отмечал, что воображение «строит какие-то новые ряды из прежде накопленных впечатлений. Иначе говоря, привнесение нового в самое течение наших впечатлений и изменение этих впечатлений так, что в результате этой

деятельности возникает некоторый новый, ранее не существовавший образ, составляет самую основу той деятельности, которую мы называем воображением».

Процесс творчества похож на детскую игру в кубики. Впечатление – это картинка, сложенная из кубиков. В памяти эта картинка рассыпается на отдельные фрагменты, и при желании из них можно сложить другую картинку. Креативные люди активно развивают этот навык, поэтому у них хорошо работает воображение. Они всегда ищут новые кубики для творчества.

Константин Паустовский писал: «Никогда нельзя думать, что вот этот куст рябины или вот этот седой барабанщик в оркестре понадобятся мне когда-нибудь для рассказа и потому я должен особенно пристально, даже несколько искусственно, их наблюдать. Наблюдать, так сказать, «по долгу службы», из чисто деловых побуждений. Никогда не следует насильственно втискивать в прозу хотя бы и очень удачные наблюдения. Когда понадобится, они сами войдут в нее и станут на место».

Так мы приходим ко **второму принципу** развития:

*Накапливайте впечатления для будущего творчества.*

Нетворческие люди воспринимают свои впечатления как целостные и неделимые. То есть им кажется, что если они вспоминают что-то, то всё именно так и происходило.

На самом деле нашим воспоминаниям не особо можно верить – мы не воспроизводим события нашей жизни, а конструируем их заново. Психологи с помощью хитрых трюков могут заставить человека «вспомнить» то, чего на самом деле не было. Более того, даже свидетели, которых допрашивают в полиции, чаще всего описывают не то, что они видели, а то, что им кажется более естественным.

В эксперименте Гордона Олпорта и Лео Постмана испытуемым показывали картинку, на которой изображены белый и негр. Белый держит в руках нож. Испытуемые должны были пересказывать друг другу сюжет этой картинки по цепочке. После шести пересказов нож от белого человека «переходил» к черному. Люди сперва опускали детали, а потом их просто дорисовывали.

Эта интересная особенность мозга способна как помочь в творчестве, так и помешать. Посмотрим, каким образом ваша креативность может быть задушена буквально на корню.

Большинство действий человека повторяется многократно. Чистка

зубов или застегивание пуговиц – это обязательный ежедневный ритуал. Чтобы мозг не сильно напрягался, такие повторяющиеся действия уходят в подсознание и далее совершаются на автопилоте. Человек уже не думает о том, чем он сейчас занят. Это удобно, так как освобождает мозг от лишней работы.

Но теперь представьте, что вся жизнь человека становится однообразной. Каждый день он выходит из дома, едет в автобусе, потом на работе совершает одни и те же действия, после работы смотрит один и тот же сериал и ложится спать. Такой человек со временем просто перестает осознавать, что, собственно говоря, происходит в его жизни. Никакое творчество при этом невозможно – подсознание будет услужливо подсказывать только типовые автоматические действия. И даже если человеку прямо поставить творческую задачу, он не сумеет придумать ничего оригинального.

Как только процесс уходит в подсознание, мы начинаем реагировать не на реальность, а на мысленный стереотип. С одной стороны, это упрощает восприятие реальности, но, с другой стороны, изолирует нас от непосредственного восприятия и тормозит творческое начало.

Многочисленные исследования показывают, что повседневная жизнь большинства людей состоит из набора стереотипных реакций, которые воспроизводятся раз за разом – и при том, что самое поразительное, не являются ни рациональными, ни эффективными. Они просто усвоены раз и навсегда. Сами эти схемы весьма примитивны – они сводятся буквально к одному-двум суждениям и при всей абсурдности большинства из них подкрепляются стойким убеждением в их правильности.

Наша задача заключается в том, чтобы научиться управлять подсознанием и заменить эти простые автоматические реакции другими, творческими – то есть, по сути, вернуться к естественному способу работы мозга. И добиться этого можно даже на самой скучной работе.

Фармацевт Агата Миллер работала в аптеке. Посетителей было мало, и большую часть дня Агата томилась от безделья. Чтобы как-то развлечь себя, девушка решила что-нибудь написать. Единственное, в чем она хорошо разбиралась, были яды, поэтому она решила отравить своего персонажа – так родился детективный сюжет. Рассказ был опубликован и очень хорошо встречен публикой. Окрыленная успехом девушка-фармацевт решила стать писателем. В своих произведениях она использовала отравление ядом 83 раза. В историю литературы она вошла под именем Агата Кристи.

Как видите, даже самая нетворческая профессия может дать толчок

для развития креативности. Отсюда **третий принцип:**

*Постоянно ищите поводы сделать что-то необычное.*

Зачастую программы «как себя вести», «как одеваться», «о чем говорить» настолько крепко встроены в наше подсознание, что мы по-настоящему боимся перемен. Если вы попробуете сделать что-то новое – сменить стиль одежды, рассказать анекдот непривычной для вас тематики, самостоятельно организовать вечеринку, – скорее всего, первой вашей эмоцией окажется ужас: «Я же этого никогда не делал!» Но стоит лишь начать действовать, как выясняется, что ничего страшного не происходит. Наоборот, все это может быть очень весело.

Кстати говоря, юмор – это прекрасная тренировка креативности. Израильский психолог Авнер Зив взял две группы десятиклассников. Одна группа слушала записи выступлений популярного комика, а другая занималась обычной серьезной деятельностью. Та группа, которая слушала комика, показала в тестах на креативность более высокую способность выдавать оригинальные идеи.

Когда вы приучаете себя делать что-то необычное, со временем ваши находки накапливаются и у вас начинает формироваться собственный стиль, уникальный и неповторимый.



## Как появляются новые идеи

Теперь посмотрим, в результате каких мысленных операций мозг создает нечто новое.

Любое творчество начинается с желания. Представьте ситуацию: вы находитесь где-то в деревне. Лето, жара, хочется пить, и тут у дороги вы очень удачно замечаете колодец. Вы подбегаете и начинаете крутить ворот. Ведро опускается вниз, плюхается в воду, и вы опять быстро крутите ворот, чтобы его поднять. Да вот беда – ведро оказалось дырявым. Пока вы его поднимали, вся вода вытекла. Привычный шаблон не сработал.

Здесь включается мышление и формулируется задача: как достать воду из колодца, если ведро прохудилось?

Обратим внимание на следующий момент: вы будете решать эту задачу только в том случае, если очень хотите пить. Иначе вы махнете рукой, подумаете: «Не очень-то и хотелось», – и пойдете дальше. Чем сильнее желание, тем больше энергии вы потратите на решение задачи. Это важно, потому что творчество – весьма энергоемкий процесс.

Сейчас ваше сознание столкнулось с противоречием: «нужно достать воду – нельзя достать воду». Это служит толчком для запуска процесса мышления. Сам процесс протекает в подсознании.

После того как вы формулируете желание, лобные доли мозга фиксируют его, и дальше начинается сбор впечатлений, связанных с этим желанием. В коре головного мозга создается так называемое креативное поле, в которое подсознание набрасывает возможные варианты. Они могут быть самыми разными:

- залатать ведро;
- использовать вместо ведра другую емкость;
- найти другой колодец;
- попросить напиться в ближайшем доме;
- купить воду в магазине.

Обратите внимание, что эти идеи хотя и позволяют решить поставленную задачу, но требуют для своего осуществления различных ресурсов. Если вы решите залатать ведро, вам понадобится материал для латания, а если выберете вариант покупки в магазине – вам нужны деньги.

Вы можете либо выбрать один из вариантов, либо продолжать думать. При этом в мозгу создается напряжение, благодаря которому между нейронами устанавливаются новые связи. Чем напряженнее вы думаете, тем связей становится больше. Имеющиеся у вас предметы сочетаются в

креативном поле самыми причудливыми способами.

В какой-то момент приходит решение: поместить в ведро полиэтиленовый пакет-маечку и снова опустить его в колодец. Решение принимается – и вот вы уже пьете холодную колодезную воду.

Одна из особенностей нашего мыслительного процесса заключается в том, что готовое решение запоминается. Если вы окажетесь у этого колодца через год и увидите, что ведро так и осталось дырявым, на сей раз вы не будете раздумывать, а сразу полезете за пакетом.

Подведем итог.

**Процесс творчества – это цепочка:**

**Желание – Проблема – Комбинация понятий – Решение.**

Готовая идея имеет такое важное качество, как **применимость**. Один из вариантов решения задачи утоления жажды – дожждаться, пока пройдет дождь. Идея в принципе правильная, но практически бесполезная. Когда еще дождь соберется? Можно еще придумать такое решение: сжечь водород, собрать водяной пар, охладить и получить воду. Понятно, что этот вариант требует такого количества экзотических ресурсов, что также не имеет практического смысла.

Как же зарождается новая идея? У этого процесса есть своя особенность.

Очень редко идея приходит сразу в полном объеме. Ее формирование похоже на появление фотографии в проявителе. В эпоху пленочных аппаратов фотограф опускал в раствор фотобумагу, и сначала на ней становились видны смутные контуры, потом они обрастали деталями, а потом, наконец, появлялось все изображение.

Этот процесс можно проследить на таком изобретении, как ушко для открывания консервных банок. Американец Эрмал Фрейз в 1959 году во время пикника обнаружил, что забыл открывалку и не может открыть банку с пивом. В то время в продаже как раз появилось пиво в алюминиевых банках, которые открывались консервным ножом.

Сам Эрмал Фрейз был изобретателем и выполнял заказы по ремонту различных механических устройств, поэтому у него имелись навыки работы с металлом. Тогда на пикнике он быстро справился с задачей, открыв банку с помощью инструментов, которые нашлись в багажнике автомобиля.

Но сама ситуация заставила его задуматься: «Нет ли способа сделать такую банку, которую можно открыть без открывалки?»

Через пару месяцев Фрейз, мучившийся от бессонницы, решил

поразмышлять над проблемой. Первая идея оказалась совсем простой: прикрепить к банке рычажный ключ. Но у нее был недостаток: ключ может отлететь, и тогда банку опять нельзя будет открыть.

Тогда появилась идея номер два: прикрепить ключ к крышке банки обычной заклепкой. С этим изобретением Фрейз уже вышел на рынок. Но тут же возникла проблема: когда рычаг пробивал крышку банки, образовывалось отверстие с опасными острыми краями, о которые покупатели ранили губы.

И после этого возникла третья идея: не пробивать крышку, а сделать на крышке лепесток с кольцом. Чтобы открыть банку, достаточно потянуть за кольцо и оторвать лепесток. В 1963 году Фрейз запатентовал свою находку и продал ее компании Alcoa. Изобретение ждал бешеный успех. К 1965 году более 75 % всех банок, продаваемых в США, были снабжены ключом для открывания.

Изобретение стало применяться не только в банках для пива, но в самых разных алюминиевых емкостях: от контейнеров с пищевыми продуктами до упаковок теннисных мячей.

Обратим внимание, что от первой идеи до окончательного варианта прошло четыре года. Но на этом процесс доработки идеи не прекратился. Защитники природы стали возражать против того, что лепесток отрывался и выбрасывался, и в 1975 году изобретатель Дэниел Кудзик придумал вариант лепестка, который после открывания остается на крышке. Именно он и стал основным. К 1980-му годовой доход компании Dayton Reliable Tool, которую основал Фрейз, составил более полумиллиарда долларов.

В этом примере хорошо видно, как сначала приходят общие контуры решения, а затем оно постепенно проявляется во всех деталях. Но есть важный момент. Когда идея только зарождается, ее легко можно испортить критикой. Почему? Потому что она еще не оформилась окончательно, так что в ней легко найти изъяны, раскритиковать в пух и прах и сразу же отвергнуть. Как видим, в изобретении Фрейза имелись серьезные недостатки: сначала покупатели ранили губы, а потом алюминиевые лепестки загрязняли окружающую среду. Но здесь важно двигаться последовательно. Сперва надо придумать идею, которая решает проблему, пусть и с недоработками, а затем уже отдельно думать про их устранение.

Поэтому когда вы только начинаете заниматься генерацией идей, критическое состояние нужно убирать. Сначала дайте идее проявиться. Со временем вы научитесь генерировать много идей и не будет ничего страшного в том, что какая-то из них окажется слабой, – когда идей много, даже среди слабых можно найти настоящие жемчужины.

## Ключи к подсознанию

Теперь мы переходим к процессу управления зарождением идей. Сами идеи рождаются в подсознании, и непосредственно влиять на этот процесс мы не в состоянии. Но можно делать это косвенно.

Что же происходит на подсознательном уровне? Там идет постоянная работа по переработке впечатлений. Все, что человек видит, воспринимает, чувствует, переживает, – все идет в обработку. Каждое переживание разделяется на элементы, которые группируются определенным образом.

Чтобы мысленно отследить этот процесс, попробуйте ответить на вопрос: «Чем отличается здание больницы от здания пожарной части?»

Обратите внимание, что в вашей памяти сразу активно проявились отдельные элементы виденных зданий:

- красный или белый цвет;
- пожарная вышка или приемное отделение;
- цифры «01» или «03».

Все эти элементы вместе и дают законченный образ, по которому мы мгновенно можем узнать больницу или пожарную часть. Точно так же по совокупности отдельных элементов можно отличить готический архитектурный стиль от стиля барокко.

Поэтому в момент, когда архитектору поручают разработать проект пожарной части, в его памяти уже возникает из подсознания множество элементов зданий, которые он когда-либо видел на картинке или вживую.

Это относится ко всем творческим профессиям. Когда копирайтер садится писать рекламу, в подсознании у него сразу же отзываются тысячи, а может быть, сотни тысяч элементов рекламных текстов, которые он читал.

Конечно, можно дожидаться, пока подсознание что-то выдаст само. Но на самом деле оно не предназначено для этого, у него другие цели. Так что нам предстоит познакомиться с инструментами, которые позволяют нам работать с подсознанием – иначе говоря, позволяют нам обращаться к подсознанию, анализировать то, что в нем находится, и при необходимости использовать в нашем творческом процессе.

Для этого нужно освоить три инструмента:

- символы;
- штампы;
- шаблоны.

Что такое символ? **Символ** – это ключ к подсознанию, который дает возможность быстро вызвать нужное ощущение. Можно сказать, что это своего рода ярлычок, позволяющий быстро вытащить что-либо из подсознания. Представьте себе ярлычки на рабочем столе компьютера, которые позволяют быстро запустить программу или открыть документ, хранящийся на жестком диске. Если бы мы искали документ другим способом, процесс оказался бы гораздо более сложным, а так мы можем открыть документ сразу же. Символ работает по тому же принципу.

Например, нам надо обозначить опасность. Мы можем очень долго расписывать, в чем она состоит, – а можем нарисовать череп и скрещенные кости, и это будет символ опасности. Как только мы берем в руки пузырек, на котором нарисованы череп и скрещенные кости, или смотрим на табличку «Не влезай, убьет!» с тем же символом, подсознание сразу сигнализирует нам об опасности, причем происходит это мгновенно.

То есть символ позволяет быстро обращаться к какому-то элементу подсознания.

Зная это, мы можем намеренно собирать символы, которые относятся к нашему проекту, и затем с их помощью активно переключать подсознание.

Посмотрим, как это работает. Давайте сравним два описания. Первое: лето, жара, вы сидите на берегу лесной реки, слышите журчание воды, вам жарко и хочется искупаться. Всего несколько слов, и вы уже представляете себе определенную картинку, определенное ощущение. А теперь я просто поиграю символами и дам второе описание: место то же самое, но уже наступил вечер, стемнело, зажглись звезды, с реки потянуло прохладой и в темной воде появилось отражение луны. Чувствуете – ваше ощущение тоже поменялось. Уже нет желания искупаться, наоборот, хочется накинуть на плечи что-нибудь теплое. Вот так на примере этих двух описаний вы почувствовали, как работают символы.

Символами могут быть самые разные объекты: геометрические фигуры, растения, животные, архитектурные памятники. К примеру, символом Парижа является Эйфелева башня. Это узнаваемый силуэт. Поэтому в статью о Париже можно добавить этот символ, и читатель сразу настроится на необходимый лад.

Символические системы весьма распространены в религиозных и культурных идеологиях. Ученый Эрнст Ленер собрал более 60 000 символов и знаков различных культур и эпох. Многие символы

повторяются: звезда, концентрические круги, круг с выделенным центром. Но в каждой культурной системе они имеют разные значения. Например, треугольник вершиной вверх в одних системах означает мужчину, в других – стихию огня, в третьих – духовный мир.

Для работы с подсознанием вам понадобятся собственные символы, которые позволят активно запустить нужные процессы. Приступая к творческому проекту, поищите символы, которые, как вам кажется, больше всего к нему подходят. Для этого ответьте на вопросы:

Какой цвет больше подходит?

Какая геометрическая фигура?

Какой архитектурный стиль?

Какое время года?

Вы можете использовать существующие наборы символов, но давать им собственные обозначения. Допустим, ваш проект состоит из четырех разделов. Вы можете взять за основу символы четырех стихий:

огонь – треугольник вершиной вверх;

вода – треугольник вершиной вниз;

воздух – треугольник усеченной вершиной вверх;

земля – треугольник усеченной вершиной вниз.

Обозначьте ваши четыре раздела этими символами. Тогда каждый раз тот или иной символ будет мгновенно вызывать из памяти нужный раздел.

Затем соответственно оформите свое рабочее место по этому проекту. Если вам кажется, что для него подходит красный цвет, заведите красную папку для хранения материалов, помечайте задачи к этому проекту красным маркером и т. д. Через некоторое время красный цвет начнет переключать вас в нужное состояние.

На самом деле играть символами очень интересно. Это то, что называется «будить фантазию». Пробуя разные символы, вы погружаетесь в различные творческие состояния. Поначалу это кажется непривычным, но на самом деле это легко и приятно.

Итак, мы научились быстро вызывать нужные состояния подсознания. Идем дальше.

## Штампы

Следующий элемент управления подсознанием называется **штамп**. Штамп – это мгновенная интерпретация той или иной жизненной ситуации. В отличие от символа, штамп – это ответ на вопрос «что это и что с этим делать?». Штамп похож на подпись под фотографией.

Например, выйдя из дома, мы замечаем, что что-то забыли, и вдруг у нас в памяти проявляется такой штамп: «Возвращаться – плохая примета». Соответственно, мы не пойдем за забытой вещью, потому что штамп нас напугал.

Чашка разбилась – срабатывает штамп «это к счастью». Отмечаем понедельник в календаре – сразу активируется штамп «с понедельника начну новую жизнь». Уронили что-то в грязь – сразу первая мысль: «Ну что же я неудачник такой...»

Чем хорош штамп, чем он удобен? Он удобен тем, что позволяет быстро, не задумываясь, практически на автомате выдать некоторую интерпретацию событий. Допустим, вам нужно поехать на автобусе. Вы оглядываете улицу и видите привычные контуры автобусной остановки. Подходите к ней и ждете автобуса. Заходите в автобус, видите человека в форме, понимаете, что это билетер, и покупаете у него билет. Иначе говоря, штампы позволяют быстро-быстро вытащить из окружающей среды то, что нам нужно в данный момент. Для привычной повторяющейся деятельности штампы – это, собственно, как раз то, чем эта деятельность направляется.

Но для человека творческого штампы – главный враг. Если ваше подсознание нацелено только на поиск автобусной остановки, то в этот момент вы рискуете не заметить распускающийся цветок, или интересную рекламу, или группу школьников с красивыми шарами.

Так же происходит и с творческим поиском. Вы размышляете над задачей, и тут у вас включаются штампы – которые мешают вам заметить промелькнувшую в мыслях хорошую идею.

Даже если в вашей голове возникла отличная идея, что с ней сделает штамп? Он перехватит живую реакцию и вместо этого выдаст привычную интерпретацию – даже если речь идет о чем-то необычном. Корней Чуковский описывает, как солидный господин нагнулся к плачущей девочке и спросил: «Ты по какому вопросу плачешь?»

Этот человек так привык к деловым разговорам, что, даже утешая плачущего ребенка, выдал бюрократический штамп.

Есть у штампов еще одна особенность, которая сильно портит жизнь именно креативному, творческому человеку. Дело в том, что функция штампов – защищать нас от опасностей. Этот защитный механизм выражается штампом «все незнакомое опасно». Вообще-то это логично – ведь привычные вещи, как правило, опасности в себе не несут. А если появляется что-то незнакомое, то вероятность, что оно способно нам навредить, намного выше. Поэтому в процессе генерации идей штампы «стараяются» оградить нас от всего нового, и как только появляется

сильная, но экзотичная идея, включается штамп «это уж слишком!».

Генрих Альтшуллер даже отдельно выделил эту проблему как «страх сильных решений». Его методика ТРИЗ позволяет выдавать набор самых разнообразных приемов для решения изобретательских задач. Но часто ученики начинали протестовать, потому что решение по данной методике оказывалось слишком необычным.

Как-то раз изобретателям поставили задачу придумать новый вариант ледокола. Один из приемов методики ТРИЗ состоит в том, что устройство нужно разделить на две части. И кто-то из участников обсуждения предложил ледокол, состоящий из надводной и подводной частей, соединенных двумя пилами. С помощью этих пил корабль разрезает лед – то есть был предложен уже не ледокол, а ледорез. Но, что интересно, остальные участники тут же запротестовали, сказали, что это безумная идея и вообще ерунда, и даже отказались ее додумывать. Почему? Потому что включился страх сильных решений.

В искусстве штампы называются клише. Какой-нибудь удачный кадр начинает тиражироваться разными режиссерами. Так, во многих фильмах:

бомба с часовым механизмом снабжена большим табло с секундомером и обезвреживается всегда на последней секунде;

в фильмах о войне самолеты пикируют с одним и тем же звуком;

вражеские солдаты при любом вооружении не могут попасть в главных героев, в то время как главные герои попадают всегда с одного выстрела.

Существуют и речевые клише. Они часто встречаются в новостных репортажах:

«желтая пресса»;

«закулисная сделка»;

«злободневность темы».

Часто журналисты настолько привыкают использовать клише, что начинают свои материалы с одних и тех же привычных фраз: «Кто из нас не оказывался свидетелем того, как...»

Именно поэтому важно на этапе творческого мышления отключать штампы, сознательно направлять себя в область нового и незнакомого.

Джозеф Пристли, английский химик XVIII века, вошедший в историю как человек, открывший кислород и углекислый газ, утверждал, что великие открытия способны делать лишь ученые, которые дают полный простор своему воображению.

Штампы портят нам жизнь еще по одной причине. Еще в 1970 году футуролог Элвин Тоффлер написал книгу «Футурошок», в которой



предсказал, что в будущем постоянные перемены станут одним из стрессовых факторов. Тоффлер считал, что сознание человека попросту не готово к тому, что жизнь начнет меняться так быстро. На самом деле для людей со свободным сознанием перемены не представляют никакой проблемы, а вот для тех, кто мыслит штампами, перемены ужасны.

Как же бороться со штампами? Можно подсмотреть, как поступают дети. Ведь изначально человек – очень творческая натура. В самом деле, для ребенка вообще все, что его окружает, – новое, но это его совершенно не пугает. Мозг прекрасно ориентируется в мире, правила которого еще неясны. Поэтому, чтобы избавиться от штампов, скажите себе: «Я это вижу в первый раз. Я вообще об этом ничего не знаю, я смотрю на это, как ребенок». Такое внутреннее состояние – состояние игры, состояние взгляда ребенка – лучшая защита от штампов, ограничивающих наше творчество.

Теперь поговорим о том, какую пользу могут принести штампы. Главное их преимущество – скорость интерпретации ситуации. Следовательно, один раз решив творческую задачу, мы можем мгновенно найти решение в сходных случаях.

Для этого после решения задачи запишите, какой прием помог вам ее решить. При этом запись необходимо сформулировать в общем виде.

Допустим, вам нужно повесить небольшую картину на стену. Вы оглядываетесь в поисках того, чтобы могло бы вам помочь, и ваш взгляд падает на двусторонний скотч. Через пару минут картина висит там, где нужно. Потратьте еще пару минут и запишите в блокноте: «Крепление мелких предметов – двусторонний скотч».

Таким образом вы наработаете свой личный набор штампов для решения творческих задач.

## Шаблоны

Замыкают нашу группу инструментов для работы с подсознанием **шаблоны**. Шаблон – это двигательная автоматическая реакция. Когда мы умываемся, чистим зубы или завязываем шнурки, срабатывают двигательные шаблоны, позволяющие осуществлять эти действия практически на полном автомате – сознание здесь не участвует. Если нас спросить, как конкретно мы сегодня почистили зубы, мы даже не вспомним – потому что все делалось на чистом подсознании. Можно вспомнить только начало шаблона – момент, когда мы приступаем к чистке зубов или завязыванию шнурков. Дальше включается «автопилот».

Двигательные шаблоны тоже сопровождают нас с утра до вечера. Встретили знакомого – срабатывает шаблон-приветствие:

– Привет!

– Привет!

Повстречали начальника – включается другой шаблон. Он вам говорит:

– Доброе утро!

Вы ему отвечаете:

– Доброе утро, Иван Петрович!

Перед праздниками шаблон меняется – вместо «привет» мы говорим: «С наступающим!» Это удобно: не надо каждый раз придумывать приветствие. То есть шаблоны имеют и положительную, и отрицательную сторону.

Положительная сторона шаблона в том, что нам нет нужды каждый раз заново учиться завязывать шнурки. Иначе каждое действие занимало бы невероятно много времени. В мозгу даже есть специальный раздел – он называется мозжечок, – который нужен, чтобы эти двигательные реакции сохранять для последующего воспроизведения.

Отрицательная сторона шаблона в том, что, если шаблон уже включился, дальше он воспроизводится автоматически. И никакое творчество в момент срабатывания шаблона невозможно.

Иногда шаблоны настолько мешают творчеству, что люди могут следовать им годами и десятилетиями, совершенно ничего не меняя в привычной деятельности.

На островах Полинезии живут два племени. Одно племя делает маленькие лодки с противовесом, а другое – большие катамараны, то есть спаренные лодки. Маленькие лодки очень удобны в прибрежной зоне, потому что у них мелкая осадка и их легко втаскивать на берег. Но если такая лодка выходит чуть дальше в океан, она может и перевернуться – слишком уж маленькая. Большие лодки-катамараны устойчиво ведут себя в океане, но с ними тяжело управляться.

Время от времени на островах устраиваются большие праздники, на которые съезжаются разные племена, в том числе и эти два племени. Одно племя приплывает на праздник на маленьких лодочках, другое на катамаранах. Этнографы, которые изучали полинезийцев, подошли к людям из первого племени и спросили:

– Почему вы делаете только маленькие лодки?

Те отвечают:

– Потому что лодки делаются только так.

Ученые настаивают:

– Но ведь другое племя делает большие лодки.

– Они дикари, ничего не понимают, и вообще у них жизнь неправильная. Лодки делаются только так.

Этнографы едут к другому племени, задают тот же вопрос и получают тот же ответ:

– Лодки делаются только так и никак иначе.

Итак, чтобы быть способным творить, нужно уметь отключать шаблоны. Для этого используется прием **«Необычная ситуация»**. Если вы представите, что находитесь в необычной ситуации, шаблон не включится.

Например, вы завязываете шнурки. Попробуйте сказать себе: «Я – краб. У меня вместо рук клешни. Как теперь завязывать шнурки?» Подсознание моментально остановится, и привычный шаблон не сработает. Теперь включается ваше сознание – а значит, вы можете придумать что-то креативное. Чтобы научиться при необходимости отказываться от шаблонов, вам нужно специальным образом ставить себя в нестандартные ситуации.

Как это можно делать в реальной жизни? Например, вы ходите на работу привычным путем – можете выбрать другой маршрут. Вы определенным образом надеваете обувь или завязываете шнурки – попробуйте это сделать по-другому. То есть каждый раз, когда должен сработать шаблон, вы меняете поведение, ставите себя в незнакомую ситуацию.

\* \* \*

А теперь сведем все вышесказанное вместе. Мы узнали, что привычное поведение человека определяют следующие элементы:

символы – переключают внимание на определенный диапазон восприятия;

штампы – позволяют быстро интерпретировать ситуацию;

шаблоны – позволяют автоматически выполнить сложное действие.

Нужно научиться использовать символы, штампы и шаблоны себе во благо. Достаточно только настроить их так, чтобы они переводили вас в творческое состояние.

Креативность – это такой подход ко всем жизненным задачам, когда вы сами себе говорите: «Я могу достичь цели сотней разных способов. И я буду это делать каждый раз по-новому». Есть такое выражение: талантливый человек талантлив во всем. Это правильное выражение.

Почему? Потому что, как правило, талантливые и креативные люди не просто творят в одной теме, а всю свою жизнь превращают в один большой творческий процесс.

Допустим, вам поручили придумать новый логотип компании. Попробуем применить те приемы, которые нам уже известны. Начнем с цели. Помните, что творческий процесс запустится только при наличии проблемы. Кроме того, цель нужно уточнить.

Возьмите чистый лист бумаги и напишите сверху название: «Новый логотип компании».

Дальше перечислите уточняющие требования.

Например:

в логотипе должно присутствовать название компании;

логотип должен быть строгим;

цвета логотипа должны быть классическими (черный, белый, красный).

Как вы помните, идея начинает проявляться постепенно. Поэтому продолжайте уточнять детали:

Название компании писать полностью или сокращенно?

Что значит «строгий»?

Другие цвета могут присутствовать?

Причем если вы работаете для заказчика, этот начальный этап делайте вместе с ним.

Как только вы определите требования к результату, переходите к следующему шагу. Сейчас мы зайдем с противоположной стороны. Набросайте черновой вариант логотипа. А теперь ответьте на вопрос: «Чем этот эскиз отличается от идеального логотипа?»

В этот момент начинает запускаться творческий процесс. Например, вы сказали себе: «Этот эскиз слишком банален». Хорошо, набросайте экзотический эскиз. И вот теперь смоделируйте необычную ситуацию. Вы можете задавать вопросы типа:

«Если бы этот логотип был для марсиан, каким бы мы его сделали?»

«Если бы этот логотип нужно было определять на ощупь, как бы он мог ощущаться под пальцами?»

«Если бы этот логотип нужно было сделать размером с человека, из какого материала его лучше изготовить?»

То есть вы начинаете помещать этот логотип в разные нестандартные обстоятельства. Шаблоны уже не могут запускаться, и начинается процесс творческого поиска. На самом деле это очень веселый и приятный процесс. Стоит только втянуться в него, почувствовать удовольствие, и вы вскоре

начнете предвкушать работу с такими новыми задачами – приблизительно так же, как берете газету со свежим кроссвордом. Это замечательный способ провести время. Поэтому если вы научитесь запускать этот процесс, ваши творческие способности начнут раскрываться, вы войдете в творческое состояние.

## Ассоциативная доработка идей

Как правило, идея возникает в виде смутной догадки – непонятно, как вообще можно применить то, что пришло на ум. Чаще всего мы отказываемся от таких идей ввиду их практической бесполезности. Но это неверный подход.

Каждую идею можно попробовать покрутить в воображении и довести до некоторого практического результата.

В этом нам помогут приемы ассоциативного мышления. Они не предназначены для решения задач и нужны только для рассмотрения идеи с разных сторон. В этот момент и может прийти понимание, как применить эту идею в реальной жизни.

Итак, вы зафиксировали некую смутную мысль. Теперь запишите:

- противоположную идею (белое-черное, быстрое-медленное);
- на что это похоже (земля похожа на шар, лампа на грушу);
- что является причиной (причина молнии – гром);
- что находится рядом в пространстве (рядом со столом обычно находится стул);
- как зависит от времени (звезды видно ночью, снег идет зимой);
- частью чего является (двигатель – часть автомобиля).

Рассмотрим пример. Вам пришла в голову неясная идея гаджета для кухни, который помогает в приготовлении блюд. Но дальше этого мысль не идет. Попробуем применить ассоциативную доработку идеи:

- противоположная идея – гаджет, который делает ненужным приготовление пищи;
- на что это похоже – на кухонные весы;
- что является причиной – хочется быстро что-то приготовить, а идей нет;
- что находится рядом в пространстве – плита, холодильник, кухонные принадлежности;
- как зависит от времени – еду обычно готовят для завтрака, обеда и ужина;
- частью чего является – частью кухни.

Играя с этой идеей дальше, можно повести ее в любом направлении: от гаджета, по которому можно заказать пиццу, до гаджета, который предлагает рецепт блюда в зависимости от имеющихся в доме ингредиентов.

## Прайминг

Творческим людям следует обязательно учитывать психологический эффект, получивший название **прайминг**. Прайминг (от англ. to prime – предшествовать, управлять) – это процесс, во время которого усиливается доступность определенных воспоминаний.

Впервые это явление описал выдающийся русский адвокат Анатолий Федорович Кони. В частности, он обратил внимание на то, что муссирование в обществе темы самоубийства может повлечь за собой учащение случаев суицида. А уже в наше время было установлено, что после просмотра сцен агрессии по телевизору люди намного чаще отвечают агрессивно.

Это означает, что некий раздражитель – **прайм** – может переключить человека на совершенно другую психологическую реальность.

В рамках нашей темы важно, что прайминг может быть как положительным, так и отрицательным.

Психологи из университета в Суссексе (Великобритания) одной группе женщин показывали нейтральные картинки, а другой группе – изображения фотомоделей с идеальными формами.

После этого обе группы попросили заполнить вопросники, в которых участницы оценивали собственное тело. Эксперимент показал, что те женщины, которые смотрели на фотомоделей, в гораздо большей степени выразили неудовольствие своим телом, чем те, которые смотрели на нейтральные картинки.

Это пример отрицательного прайминга.

Очень интересны результаты противоположного эксперимента, в котором двум группам участников нужно было описать типичное поведение двух людей: профессора и секретаря. Сразу после этого им предлагали прочесть описание некой игры и ответить на вопрос: «Насколько вы уверены в своих силах, чтобы победить в этой игре?» Результат поразительный: та группа, которая описывала профессора, оказалась намного увереннее в своих силах, чем та группа, которая описывала секретаря.

Это пример положительного прайминга.

Зная об этом эффекте, вы можете обратить его себе на пользу. Для того чтобы стать творческим человеком, читайте биографии творческих людей, узнавайте историю изобретений, знакомьтесь с креативными идеями. Все это вместе будет создавать положительный прайминг для вашего

творчества.

Еще один важный практический совет для творческого человека: с самого утра лучше не читать и не слушать новости, потому что они создадут отрицательный прайминг. Начинать лучше всего с примеров удачного решения задач в вашей области. И уже затем можно приступать непосредственно к творчеству.



## Большие творческие проекты

Творческие задачи бывают разные. Одно дело сообразить, как починить сломанную ручку, и совсем другое – как создать принципиально новый вид транспорта.

Возникает вопрос: а что, если проблема реально серьезная и перед вами стоит нечто грандиозное? Как тогда быть?

Большие задачи невозможно решить наскоком. Требуется планомерно их обдумывать. А для этого нужно научиться управлять самим процессом творчества.

Конечно, нужно понимать, что творческие процессы проходят в подсознании и разработать строгий алгоритм действия не удастся. Но мы можем наметить направление, в котором нужно двигаться. Сам же путь творчества, даже если мы начнем управлять этим процессом, мало будет похож на асфальтированную дорогу – скорее на лесную извилистую тропинку.

Невозможно приказать себе: «Я сейчас спроектирую уникальный небоскреб, или напишу гениальную симфонию, или создам бизнес, который принесет много денег». Так подсознанием управлять не получится.

Но есть косвенные методы управления. Вы начинаете постепенно настраиваться на достижение грандиозных целей. Через некоторое время вы замечаете, что к вам приходят идеи, пусть пока слабые, но ориентированные в нужном направлении. Постепенно эти идеи трансформируются в устойчивое знание того, как вам двигаться к намеченной цели.

А теперь перейдем к методике. Для начала нужно понять, что любому творческому процессу предшествует определенная подготовка. В чем суть этой подготовки? Дело в том, что поток сознания несется очень быстро – его можно сравнить с горной рекой. Как нельзя остановить реку, так нельзя остановить и свое мышление, так что прямо ответить на вопрос «о чем я сейчас думаю?» практически невозможно.

Даже если мы просто закроем глаза и минуту посидим спокойно, в сознание хлынет поток ассоциативных образов. Эти образы обычно связаны с тем, что нам нравится в жизни, или с тем, чего мы боимся, и в основном содержат какую-то эмоциональную компоненту. Нам что-то нравится, что-то не нравится – это и крутится в голове. Чаще всего это совершенно бесплодный поток, навязчивое повторение одних и тех же

мыслей.

Особенно трудно думать творчески в тех областях, где уже имеется простое решение, которым все пользуются. Оно настолько привычное, что любые попытки что-то изобрести приводят к тому, что поток мыслей снова возвращается в накатанную колею.

Наша задача – сделать так, чтобы этот поток шел в сторону решения нашей творческой проблемы. Для этого нужно немного подняться над ситуацией, применить системный подход.

Весь мир вокруг нас состоит из систем. Возьмем, к примеру, фотоаппарат. Фотоаппарат – это техническая система. Если мы внимательно посмотрим на его устройство, то сможем четко выделить входящие в нее более мелкие системы – объектив или матрицу, – которые влияют на получаемый результат. Мы можем управлять этими системами – устанавливать диафрагму, выдержку, то есть менять какие-то элементы.

Фотоаппарат в руках фотографа – это уже часть большей системы. В этой системе есть фотограф, модель и приемы съемки. Освещение, фон, поза – это все влияет на снимок. Можно привезти модель в красивое место – на берег моря или на вершину горы. Можно нарядить ее или сделать макияж. Можно сделать что-то с фотоаппаратом – например, поставить другой объектив. Элементов много, и всеми можно управлять.

Но результат нас устроит, и мы назовем этот результат хорошим, творческим только в том случае, если то, что получится в итоге, будет обладать свойством завершенности. То есть нам нужна именно завершенная система. Что это такое?

Завершенная система характеризуется тем, что она что-то производит. Если, например, наш конечный результат – фотография, в которой соединились модель, фон и взгляд художника, то эта фотография будет производить впечатление.

Получается, что для создания креативной фотографии нужно уметь ориентироваться в самых разных темах – от настройки фотоаппарата до тонкостей работы с моделью. И в каждой теме имеется еще куча мелких нюансов.

Как же не утонуть во всех этих деталях?

Начните с **книги идей**. Это может быть обычный блокнот или программа Evernote, которая без проблем устанавливается на любой смартфон. В эту книгу вы будете заносить все материалы по вашему творческому проекту: идеи, статьи, полезные ссылки. Важно накопить определенный объем материала и затем приступить к творческой работе.

Один из основных инструментов управления творческим

подсознанием называется **метапонятие**. Что такое метапонятие? Есть обычные, всем знакомые предметные понятия из реального мира: стол, стул, дерево, фотоаппарат, стена и т. д. А есть метапонятия – например, имя существительное, глагол, местоимение. Этим понятиям нет соответствия в материальном мире. Это мысленная конструкция, которая позволяет управлять другими понятиями.

Как работают метапонятия? Рассмотрим на примере. На небе нет никаких созвездий – есть просто звезды, которые мы видим как белые точки. Но люди объединили эти звезды в созвездия, которые являются в чистом виде метапонятиями. Нет такого природного объекта, который можно назвать созвездием, – есть просто условный рисунок, нанесенный на звездное небо. Но тем не менее это метапонятие существенно облегчает указание на конкретные звезды. Например, говоря «альфа Кассиопеи», мы даем понять, что имеется в виду самая яркая звезда в созвездии Кассиопеи. Созвездие Кассиопеи мы можем найти на небе довольно быстро, соответственно, так же быстро мы находим в нем самую яркую звезду, – и вот уже наше внимание направлено именно туда, куда нужно.

Поэтому при работе с вашей творческой областью важно сделать так называемое **картирование**. Картирование – это составление схемы предметной области, которая описывает все ее ключевые моменты.

Есть исторический анекдот о пользе картирования. Давным-давно венгерское воинское соединение после маневров в Альпах попало в снежную бурю и солдаты заблудились. У одного солдата в кармане случайно оказалась карта местности. До этого в соединении царил паника, а сейчас солдаты успокоились. Они наметили на карте маршрут, по которому будут выходить к своей части. Так как вокруг бушевала метель, пришлось ждать до утра. Утром снежная буря улеглась, солдаты приготовились к походу, командир взял эту замечательную карту, на которой был уже нанесен маршрут, и стал ее внимательно рассматривать. И тут выяснилось, что это была не карта Альп, а карта Пиренеев! Однако хотя карта была не та, она все равно оказалась полезной. В данном случае она сыграла успокаивающую роль.



Картирование – отличный прием для управления творческим процессом в условиях неопределенности. Даже если вы столкнулись с совершенно необычной задачей и вообще не представляете, что делать, вам пригодится любая карта. Дело в том, что карта дает нам психологическую опору, дает спокойствие. Вы берете лист бумаги и начинаете выписывать или схематически зарисовывать все, что относится к вашей предметной области. Для чего? Для того чтобы в конце на этой картинке появилась некая модель ситуации. Естественно, эта модель будет весьма приблизительной, но она уже есть.

На следующем шаге после картирования вы начинаете выявлять **элементы творческой области**. Если мы посмотрим на природные процессы, то обнаружим интересный факт: все природное разнообразие построено всего лишь из ста элементов, описанных в таблице Менделеева. А ДНК, определяющая строение человека, состоит вообще из четырех букв. Это означает, что действующих элементов в любой ситуации не так много – обычно не более десятка. Вот эти элементы вам нужно выявить и записать.

Это нетривиальный процесс, но он задает направление творческого поиска.

Следующий шаг весьма интересный. Когда у вас уже есть карта проблемы и выявлены действующие элементы, вы начинаете **задавать вопросы**.

Итак:

**первый шаг творческого процесса – составить карту проблемы;**

**второй – выявить действующие элементы;**

**третий шаг – задавать вопросы.**

Эдвин Лэнд, изобретатель, рассказывал, как в 1943 году он гулял по городу Санта-Фе со своей дочерью, которой было три года, и фотографировал ее. В те времена все фотографии делались по одному принципу: снять на пленку, проявить пленку, засветить фотобумагу, проявить ее, – и тогда получится готовый снимок. Вдруг малышка спросила Лэнда: «Папа, почему нельзя сразу увидеть снимок?» Изобретатель вспоминал, что этот простой вопрос просто поставил его в тупик. Во время следующей прогулки его мысли крутились вокруг устройства фотоаппарата, пленки, химических реакций, законов физической химии. И в какой-то момент все эти элементы сложились в решение – фотоаппарат с сухой проявкой, который может выдать фотографию сразу после съемки. Так был изобретен Polaroid. Обратите внимание на слова Лэнда: «В голове выстроилась настолько реальная и подробная картина, что ее описание заняло несколько часов».

Смотрите, что произошло. Все элементы химического процесса по производству фотографий были изобретателю известны. Но ему даже в голову не приходило думать в каком-то новом направлении. В данном случае вопрос был задан дочерью – при ответе на него элементы фотографического процесса сложились в другой комбинации и появился фотоаппарат Polaroid.

Рассмотрим подробнее, как работает этот прием. Когда у вас есть картированная предметная область, вы задаете следующие вопросы:

Чем я сейчас занимаюсь?

Что я хочу выяснить?

Что я хочу получить в итоге?

Для чего нужен этот элемент, какую роль в системе он играет?

Для чего нужна эта система?

Для чего ее используют?

Какие преимущества у этой системы?

Какие недостатки у этой системы?

Как можно эту систему сделать лучше?

На самом деле вопросов может быть больше, потому что каждый из них выводит нас на следующий уровень понимания. Когда вы начинаете задавать вопросы, это вынуждает вас начать думать в сторону решения.

Следующий прием называется «**Немножко бреда**». Он заключается вот в чем. Те системы, которые уже есть в нашей жизни, привычны нам и воспринимаются как самоочевидные – то есть дела обстоят именно так и по-другому нельзя. Но есть интересный эксперимент. Возьмем большую бутылку и запустим в нее пчел, а в другую большую бутылку запустим мух. Бутылки направим основанием к свету, потому что насекомые стремятся к свету. Через пару минут все пчелы соберутся возле основания и будут пытаться выбраться там – потому что там свет, это очевидно. Но мухи к этому моменту уже вылетят из бутылки. Почему? Потому что мухи ведут себя иначе, чем пчелы. Мухи постоянно меняют направление полета, у них нет четких путей, они летят куда угодно, и, столкнувшись с препятствием в виде дна бутылки, они полетят во все стороны, в том числе к горлышку, и покинут бутылку. А пчелы начинают, условно говоря, упорствовать в своем поведении.

Поэтому завершающий шаг в управлении нашим творческим мышлением заключается в том, чтобы задать себе вопрос: а что «бредовое» мы можем сделать в этой ситуации? Что-то необычное, что делается не так, чего никто никогда не делал, что запрещено делать?

Хороший пример – геометрия Лобачевского. При ее создании был использован именно этот прием. Исходная формулировка пятого постулата Эвклида заключается в том, что через точку можно провести только одну прямую, параллельную данной. Пятый постулат Эвклида очевиден, он лежит в основе классической геометрии. Русский математик Николай Иванович Лобачевский применил прием «немножко бреда». Он предположил, что через точку можно провести сколько угодно прямых, которые будут параллельны данной. Это кажется невозможным, но Лобачевский стал развивать идею до логического конца, надеясь выйти на противоречие. К своему удивлению, никакого противоречия он не нашел, а сформировал целую теорию, которая получила название неэвклидовой геометрии. Поначалу эта теория казалась не более чем игрой ума, но позже обнаружилось, что ее принципы действуют в физическом мире на изогнутых поверхностях.

В больших творческих проектах постоянно приходится сталкиваться с тем, что последовательный, рациональный анализ всех взаимосвязей невозможен. Их слишком много. При увеличении числа рассматриваемых

факторов сложность задачи возрастает экспоненциально. Простой иллюстрацией проблемы является шахматная партия. После первого обмена ходами на доске возможны 400 комбинаций фигур. При желании можно планомерно изучить их все. После второго обмена ходами у нас есть уже 20 000 комбинаций. Дальше их число быстро растёт, и общее количество комбинаций в шахматах превышает количество атомов во вселенной. Ричард Беллман назвал эту ситуацию «проклятием размерности».

В подобных случаях нужно действовать, опираясь не на планомерное рассмотрение всех возможных комбинаций, что невозможно, а на выбор некоторого общего направления поиска. Шахматисты называют такие направления «развитие фигур» или «борьба за центр». Данный подход не гарантирует выигрыша, но облегчает анализ позиции. Мы формулируем так называемую **эвристику** – порядок принятия решений в неясной ситуации. Если шахматист не видит в позиции явного пути к выигрышу, он применяет эвристику «поставь фигуру в такую позицию, чтобы она контролировала максимальное количество полей».

Известной эвристикой для прохождения лабиринтов является правило «правой руки». Оно означает, что на всех развилках вы выбираете поворот направо. Правило гарантирует, что вы пройдёте весь лабиринт и гарантированно из него выйдёте. К сожалению, оно работает только для односвязных лабиринтов, то есть не содержащих замкнутых маршрутов. Но в этом недостаток всех эвристик – они не дают гарантий достижения цели.

Выше мы говорили о пользе штампов для творческого поиска. Эвристика – разновидность такого штампа. Она даёт возможность в непонятной ситуации быстро придумать первый шаг, сразу сделать пробу и получить результат. По мере накопления опыта эвристики можно корректировать с учетом текущей ситуации.

Поэтому чем сложнее и объёмнее стоящая перед вами задача, тем больше эвристических правил вам следует сформулировать.

По мере знакомства с предметной областью набор эвристик перерастает в **интуицию** – подсознательное решение задач. Развитая интуиция требует хорошей базы, которая накапливается по мере попыток решить задачу разными способами, после чего исследователь способен интуитивно оценить, будет ли предпринимаемый шаг успешным.

Психологи Т.А. Барышева и Ю.А. Жигалов писали: «Механизм интуиции – это объединение нескольких информативных признаков разных модальностей в комплексные ориентиры, направляющие поиск решения, поэтому успешность результата зависит не от одного информативного

признака, а от сложившейся в ходе поиска мозаики признаков. Этот механизм притягивает к себе информацию и энергию до тех пор, пока они не приобретут критическую массу. И тогда разрушаются сложившиеся стереотипы и преобразуются в новый образ, мысль или систему мыслей».

Поэтому если в начале творческого поиска вы действуете абсолютно спонтанно и просто накапливаете материал, то по мере погружения в предметную область вы начинаете интуитивно чувствовать верное направление. Именно этим объясняется тот факт, что многие исследователи полностью самостоятельно разрабатывали целые отрасли знаний.

Чтобы вам не мешали стереотипы, старайтесь во время решения новых задач отбрасывать предыдущий опыт и смотреть на задачу так, как будто видите ее впервые. Сознательно направьте внимание на то, чтобы увидеть нечто новое и интересное. Ищите странные и непонятные явления. Фиксируйте их.

Если найдете такие явления, попытайтесь понять их причину. Как только у вас появится новая идея, попробуйте сразу сформулировать и проверить противоположную ей.

Накапливайте удачные методы решения задач. Создайте свой мысленный «инструментарий» – набор удачных приемов для анализа проблемы.

### ***Итоги главы***

✓ *Креативность – это способность к комбинаторной игре с элементами впечатлений. Развитие креативности похоже на детскую игру с кубиками. Впечатление – это картинка, сложенная из кубиков. В памяти эта картинка рассыпается на отдельные кубики, и при желании из них можно сложить другую картинку. Творческие люди активно учатся этому процессу, поэтому у них хорошо развито воображение.*

✓ *Процесс творчества – это цепочка:*

*Желание – Проблема – Комбинация понятий – Решение.*





✓ Привычное поведение человека определяют следующие элементы:  
символы – переключают внимание на определенный диапазон восприятия;

штампы – позволяют быстро интерпретировать ситуацию;

шаблоны – позволяют автоматически выполнить сложное действие.

✓ Креативность – это такой подход ко всем жизненным задачам, когда вы сами себе говорите: «Я могу достичь цели сотней разных способов. И я буду это делать каждый раз по-новому».

✓ Этапы творческого процесса:

первый шаг – проанализировать проблему;

второй шаг – выявить действующие элементы;

третий шаг – задать вопросы.

✓ Вопросы для творческого поиска могут быть такими:

Чем я сейчас занимаюсь?

Что я хочу выяснить?

Что я хочу получить в итоге?

Для чего нужен этот элемент, какую роль в системе он играет?

Для чего нужна эта система?

Для чего ее используют?

*Какие преимущества у этой системы?  
Какие недостатки у этой системы?  
Как можно эту систему сделать лучше?*

## Глава 3

### Готовность к творчеству

В предыдущей главе мы рассмотрели первые шаги творческого процесса:

- анализ предметной области;
- выявление действующих элементов;
- ответы на вопросы.

Однако это была только подготовка материала для творчества. Можно сказать, мы набрали горючего. Но творческий процесс сам по себе не запустится. Чтобы проскочила искра и воспламенила горючее, нужно войти в творческое состояние

Стать творческим человеком невозможно по команде. Даже если от удачной идеи зависит ваше финансовое положение, вы все равно не сможете себя заставить выдавать идеи как на конвейере.

Профессор Дункан Уоттс выявил интересный факт. Оказывается, денежное вознаграждение является эффективным стимулом только в случае выполнения простых однообразных функций. Как только работа становится творческой, денежное вознаграждение теряет силу.

В декабре 1952 года в университете штата Огайо прошла конференция по творчеству. На ней присутствовали самые разные творческие люди: художники, писатели, танцоры, музыканты, а также преподаватели этих видов искусств. Кроме того, присутствовали и те, кто интересуется процессом творчества: философы, психиатры, психологи. Участники конференции сошлись во мнении, что главным побудительным мотивом творчества является возможность проявить себя, реализовать свои возможности.

В основе любого творческого процесса лежит мечта. Известный критик и публицист Дмитрий Иванович Писарев замечал: «Если бы человек был совершенно лишен способности мечтать... если бы он не мог изредка забегать вперед и созерцать воображением своим в цельной и законченной картине то самое творение, которое только что начинает складываться под его руками, – тогда я решительно не могу представить, какая побудительная причина заставляла бы человека предпринимать и доводить до конца обширные и утомительные работы в области искусства, науки и практической жизни...»

Часто человек не может реализовать свои желания, потому что живет и работает в однообразной обстановке. Ничего не меняется, поэтому нет

особых причин выдавать креатив. Как же перейти в другое состояние, как стать готовым к творчеству?

## Чувство интереса

Готовность к творчеству начинается с чувства интереса. Это особенность работы мозга: если вам скучно, то интеллект не включается. Ваши творческие способности угасают в условиях тоски и однообразия. Только там, где вам интересно, вы можете чего-то достичь. Поэтому ищите те области, которые вас зажигают, заводят. Ищите темы, от которых вас реально бросает в дрожь. Вы можете спросить:

– А если мне ничего не интересно?

Если вам ничего не интересно, значит, вы отрабатываете сейчас чужие программы – ваших родителей, ваших воспитателей, учителей и т. д., живете не своей жизнью.

Интерес возникает при сочетании двух факторов.

Первый фактор – это новизна. Что-то яркое, блестящее и незнакомое.

Второй фактор – успех. Попробовали что-то сделать сами. Если получилось, то интерес сразу растет.

Простейший пример. Допустим, вы первый раз едете на машине с навигатором. Вы попробовали, и у вас получилось. И тогда у вас тут же возрастает интерес к поездкам по навигатору и вообще к автопутешествиям. Ведь с навигатором можно комфортно ездить по незнакомым местам.

И наоборот. Люди иногда говорят: «Я не знаю, что мне интересно». Это означает, что человек еще не испытал успеха ни в одном деле. В таком случае можно попробовать любое занятие, но главное – добиться в нем реального достижения. Тогда и интерес появится.

Поэтому для того, чтобы усиливать интерес, нужно делать что-то такое, чтобы получалось. И чем больше у вас будет что-то получаться, тем больше интереса у вас это будет вызывать.

*Творческий интерес = новизна темы + успех в ней*

Чтобы быть открытым к творчеству, нужно воспитать в себе свойство, которое мы будем называть восприимчивостью к новому. Обычно люди привыкают к рутине и очень не любят, когда что-то меняется, когда что-то идет не так. Но для творческого человека проблема – отличный предлог для креатива.

Допустим, перестал работать какой-то прибор. Сразу можно задать себе вопросы:

«Почему он не работает? Как починить?»

«Может быть, давно пора отказаться от используемой технологии?»

«Может быть, функцию прибора можно выполнить без этого прибора?

Почему нет?»

В состоянии восприимчивости реакция на проблемы становится иной. Вместо прежнего глухого раздражения появляется творческий азарт.

Важно знать, что попытки подменить чувство интереса другой мотивацией снижают креативность. Исследователи творчества Тереза Амабиле и Бет Хеннесси поясняют: «Люди будут более креативны, когда их мотивацией в первую очередь является не внешнее давление, а интерес, наслаждение, удовлетворение и вызов, которые бросает им работа». В эксперименте Амабиле студенты создавали наиболее творческие художественные произведения, когда им *не говорили заранее*, что эксперты будут оценивать их работы.

Если мы обратимся к жизни известных художников, композиторов, ученых, то найдем множество подтверждений этого правила. Все они любили то, чем занимались, и постоянно работали, познавая то, что было сделано до них.

То же самое справедливо и для предпринимательства. Если вы в бизнесе совершенный ноль, а вам хочется начать свое дело, идите к тому, кто уже делает бизнес, в тусовку к предпринимателям. Разговаривайте с ними, будьте на побегушках. Беритесь за какие-то поручения, чтобы понять, что это такое, почувствовать, что все нормально. Как мы уже говорили, повторение уменьшает страх. Начиная что-то делать, вы продвигаетесь к своей мечте.

## Планирование творческого процесса

Теперь посмотрим, как правильно планировать творческий процесс. Ведь творческий человек всегда находится в определенных обстоятельствах, и ему нужно не просто выдумать что-то необыкновенное, а нечто конкретное.

Это хорошо показано в романе Жюль Верна «Таинственный остров». Герои романа, оказавшись на необитаемом острове, огляделись и увидели только горы, море, деревья и песок. Больше никто из них ничего не увидел – за исключением инженера Сайреса Смита, который обнаружил на острове именно те ресурсы, которые позволили героям изменить жизнь.

В начале 1960-х годов в компании Dupont работала химик Стефани Кволек. Она пыталась найти новый полимер для шин. В ходе испытаний один из экспериментальных материалов стал желеобразным. Для производства шин он явно не подходил. Эксперимент получился очевидно неудачным, и полученное желе нужно было попросту выбросить, но Стефани решила изучить его свойства. И вот тут ее и ее помощников ждал сюрприз. При попытке вытянуть новый материал в нить исследователи не смогли эту нить порвать. Материал не удавалось сжечь, а при замораживании он не становился хрупким. Ткань из этого материала оказалась прочнее всех существовавших в тот момент тканей. Так был открыт кевлар, который в настоящее время применяется для производства бронежилетов.

В этой истории важно то, что у Стефани было совершенно конкретное задание: разработка материала для шин. Но при этом она находилась в творческом поиске и внимательно следила за всеми необычными явлениями, попадающими в поле ее внимания. Поэтому она и смогла заметить материал с необычными свойствами.

Обычно люди на работе настолько привыкают к однообразным условиям, что творческое состояние у них выключается.

Для начала мы научимся простому приему, который сразу покажет вам, находитесь ли вы в творческом состоянии прямо сейчас.

Наше сознание очень избирательно. Оно может удерживать одновременно не более семи различных объектов. Хитрость в том, что это за объекты.

Если все объекты неподвижны или меняются ритмично, то это навеивает скуку. Особенно если ритм постоянный – тогда мы вообще засыпаем. К примеру, усыпляюще на нас действует стук колес поезда.

Как только что-то меняется, это уже вызывает у нас интерес. А резкая перемена по-настоящему приковывает наше внимание. Например, салют – мы заворожено смотрим, как ракета со свистом взмывает в воздух и превращается в сноп искр.

Поэтому критерий можно сформулировать так: если нам что-то интересно, то мы совсем рядом с творческим состоянием. Если же это «что-то» полностью захватило наше внимание, то мы сейчас можем творить. По-другому это называется «быть поглощенным» чем-то.

В такой момент все наши чувства обострены и мы воспринимаем мир совсем иначе: ярче, глубже, насыщеннее. Все выглядит по-другому. По-новому. Нам не нужно специально напрягаться, чтобы придумать что-то новое. Мы уже это видим.

Итак, вы чувствуете легкость и вам хочется выразить свои чувства через слова, музыку, образы. Это и есть творческое состояние.

Как только вы вошли в это состояние, начинайте творить.

Если прямо сейчас идей нет, начинайте творческий поиск: читайте книги, ищите информацию в Интернете, смотрите фильмы, слушайте курсы.

Ваша эрудированность растет, и постепенно вы становитесь специалистом в выбранной области. Не следует торопиться и ждать моментальных результатов. Так вы лишь замедлите свое развитие. Следите только за тем, чтобы у вас сохранялся интерес. Если вы читаете книгу, но вам стало скучно, закройте книгу и отложите в сторону – потому что если вы выпали из творческого процесса, то смысла в чтении уже нет. Вы забьете память лишней информацией, но она не пойдет на пользу.



## Свобода мышления

Важная особенность творческого человека – свобода мышления. Когда вы пытаетесь изобрести что-то новое, всегда находится железобетонное возражение: «Раз этого сейчас нет, то и сделать это нельзя».

Например, в XIX веке считалось, что человек не может летать, но к концу XIX века был изобретен самолет и человек полетел.

В начале XX века считалось, что невозможно полететь в космос. Все же знают, что самолет летает, опираясь на воздух, а в космосе нет воздуха, поэтому и слетать туда нельзя. Но Циолковский нашел способ летать в космос с помощью ракеты – и в XX веке возникла и развилась космонавтика.

Но если бы братья Райт думали только о том, что человек не может летать, они никогда бы не изобрели самолет. Именно тот факт, что до вас чего-то не было, и есть начальная точка для творчества. Ну подумаешь, не было! А теперь будет!

Генри Форд писал: «Я наотрез отказываюсь считать что-либо невозможным. Я не нахожу, чтобы на земле был хотя бы один человек, который был бы настолько сведущ в известной области, что мог бы с уверенностью утверждать, что что-то невозможно».

Для выработки свободы мышления нужно завести полезную привычку. Как только вы слышите некое заявление, задайте себе вопрос: «А что я об этом думаю?» Ведь чужое мнение – это только мнение. Любой, даже самый авторитетный эксперт может ошибаться.

Яркий пример. В 1930-е годы к владельцу фирмы Warner Brothers пришел изобретатель, который сказал, что может сделать звуковое кино. Владелец сначала хмыкнул и сказал: «Во-первых, это невозможно, а во-вторых, кому интересно знать, что там болтают актеры?»

Для проверки того, насколько свободно ваше мышление, сделайте следующее упражнение.

Возьмите ту область, в которой вы сейчас работаете, и напишите несколько тезисов, которые считаются очевидными. Например, если вы строитель, можете написать такие утверждения:

- ✓ строить дома в воздухе невозможно;
- ✓ для отопления дома к нему нужно провести трубы с горячей водой;
- ✓ для доставки жильцов дома на верхние этажи нужен лифт.

А потом попробуйте придумать другие решения.

Поначалу это очень сложно. Очевидные знания сразу отсекают

возможность думать. Мозг выдает привычное и знакомое решение в качестве единственно правильного.

В 1863 году великий фантаст Жюль Верн написал повесть «Париж в XX веке», где подробно описал автомобиль, факс и электрический стул. Издатель вернул ему рукопись, назвав идиотом.

Есть удивительная история появления вещи, которую вы все знаете и практически каждый день держите в руках. Однако человечество не могло додуматься до ее изобретения более ста лет. Эта вещь – пластиковый пакет.

Началось все с того, что в 1862 году был получен первый пластик – паркезин. Он был создан Александром Парксом в Лондоне и представлял собой органический материал, полученный из целлюлозы. С этого момента химики получали все новые и новые виды пластиков. Из самых известных дат можно назвать:

1862 год – открытие целлулоида;

1908 год – открытие целлофана;

1926 год – открытие винила;

1935 год – открытие полиэтилена.

Каждый открываемый пластик тут же получал широкое распространение. Целлулоид применялся для производства киноплёнки, целлофан – для упаковки, винил – для изолирования проводов, полиэтилен – для изготовления плёнок.

И только в 1965 году шведский инженер Стен Густав Тулин догадался, что из полиэтилена можно изготовить сумку для продуктов. Он предложил эту идею шведской компании Celloplast. Фирма запатентовала изобретение и выпустила партию пакетов на рынок. Спрос был колоссальным, и вскоре компания построила заводы по производству пластиковых пакетов на всей территории Европы и США. Конкуренты быстро нашли способы обойти патент, и производство пластиковых пакетов стало мировым. В настоящее время ежегодно используется от 500 миллиардов до одного триллиона пластиковых пакетов.

В этой истории удивительно то, что пластики видели и держали в руках миллиарды людей, но никто не мог додуматься до пластикового пакета – настолько велика сила стереотипов. Люди видели отдельно сумки и отдельно пластики, но совместить эти два понятия не могли.

Вполне возможно, что сейчас рядом с вами тоже есть два привычных предмета, которые вам прекрасно известны, но вам даже не приходит в голову соединить их вместе. Хотя это могло бы стать величайшим изобретением.

История изобретения пластикового пакета показывает, что люди

ограничивают себя сами. Идея настолько проста, что ее мог бы придумать практически любой. Но не придумал – потому что не думал в эту сторону.

Расширьте ваше пространство ума как можно больше. Сейчас для вас есть много очевидных ограничений. Но парадокс заключается в том, что **вы не можете знать, чего именно вы не знаете.**

Когда появились первые телефонные станции, абонентов соединяли девушки-телефонистки вручную. Число телефонов быстро росло, и ученые подсчитали, что при таких темпах расширения телефонной сети вскоре все население земного шара должно будет работать телефонистками, а следовательно, рост телефонизации имеет предел. Но этот предел был только в голове, так как довольно скоро изобрели автоматические телефонные станции.

Те, кто считал, что телефонная сеть имеет предел, видели только текущее положение дел, но не думали о том, что его можно изменить. Что могут существовать совершенно другие способы соединения абонентов.

Интересно, что стереотипы мешают не только изобретателям, но и тем, для кого изобретения предназначены. В начале XX века покупатели не набирали много продуктов в магазине, так как холодильников еще не было. В 1930-х годах в семьях стали появляться холодильники, что привело к возникновению супермаркетов – теперь людям было удобно заехать в большой магазин и закупить продуктов про запас. Но эта хорошая идея натолкнулась на проблему. Привычные покупательские корзинки по мере заполнения становились настолько тяжелыми, что люди прекращали покупки и шли к кассе. Владельцы супермаркетов увидели эту проблему и стали предлагать решения. Одна сеть супермаркетов в Бостоне пустила по торговому залу настоящий конвейер. Но он оказался не очень удобным – ведь у каждого покупателя свой маршрут по магазину, и приспособливаться люди не захотели.

И вот в 1937 году Сильван Голдман, владелец сети супермаркетов Humpty Dumpty, предложил покупателям торговые тележки. А дальше произошла удивительная вещь: люди не хотели их брать. Брали только привычные корзинки. Тогда Голдман поставил у входа специальных девушек, которые предлагали воспользоваться тележками. Покупатели однообразно отказывались, некоторые мужчины даже обижались и говорили, что у них хватит сил поднять корзинку. Но постепенно все оценили удобство торговых тележек.

Поэтому не стоит отчаиваться, даже если сначала ваша идея не получила признания. Возможно, люди еще не поняли всех ее достоинств.

## Упорство и настойчивость

Конечно же, для творческого человека незаменимым качеством является упорство – готовность двигаться к цели, несмотря на трудности. Аристотель писал: «Лучший путь, который может выбрать для себя человек, – это добиваться самого высокого результата, на который он способен».

Когда мы слышим игру выдающегося пианиста, мы знаем, что за этим филигранным исполнением стоят годы репетиций. И все начиналось с повторения одних и тех же простых гамм. Постепенно, с ростом мастерства, сложность произведений увеличивалась, пока исполнитель не пришел к своему современному уровню.

Чтобы развить уверенность в себе, читайте биографии великих людей. Вы увидите, что все они очень скромно начинали. На старте их жизненного пути даже помыслить нельзя было о том, каких высот они смогут достичь.

Великий полководец Александр Суворов, не знавший поражений, в детстве был слабым и болезненным ребенком. По военной службе он продвигался очень медленно. Только в 26 лет Суворов стал офицером, на шесть лет задержался в звании полковника, и лишь потом начался его блистательный взлет, приведший к званию генералиссимуса.

Великий американский изобретатель Томас Альва Эдисон был отчислен из первого класса школы за «умственную отсталость». Его мать стала учить ребенка сама. В детстве Эдисон помогал матери продавать фрукты и овощи, а потом стал разносить газеты. Но он постоянно ходил в библиотеку и где только возможно проводил свои опыты. Эдисон получил 1093 патента в США и около 3000 в других странах мира. Он усовершенствовал телеграф, телефон и киноаппаратуру. Изобрел угольный микрофон, железо-никелевый аккумулятор и фонограф.

Альберт Эйнштейн не говорил ни слова до трех лет.

Гоголь получал неудовлетворительные оценки за сочинения.

Читая биографию известного человека и видя, в каких обстоятельствах он начинал, вы можете совершенно по-другому оценить собственную ситуацию.

Возможно, вам кажется, что ваше окружение совсем не подходит для творчества. Но сравните себя с известными творческими людьми – и вы поймете, что путь большинства из них вовсе не был устлан коврами дорожками.

Даже если вы уже делали попытки творить, но у вас ничего не

получалось, это тоже ничего не значит. Особенность творческих задач в том, что к ним сразу не подступишься. И могут проходить дни, недели и даже месяцы, в течение которых вы не в силах будете сдвинуться с места.

На самом деле это говорит только о трудности задачи, за которую вы взялись. Однако любая проблема может быть решена. Ведь, в сущности, вам нужно только построить мысленный мост между проблемой и решением. Если это мост через маленький ручей, его можно перебросить за пару минут, а если это мост через большую реку, то его строительство может занять годы. Но и в том и в другом случае задача решается.

Часто человек отступает от творчества только потому, что уверен в своей неспособности создавать новые идеи. В этом случае нужно поставить себе цель как можно более простую. Не подниматься сразу на Эверест, а хотя бы прогуляться на вершину небольшого холма. Ищите простые и даже глупые идеи. Но поставьте цель: придумать как можно больше глупых идей. Суть в том, что как только у вас появится навык создавать что-то новое, он начнет совершенствоваться.

Исследования психологов показывают, что даже у творческих людей бывают периоды, когда задачу никак не удастся решить. В этой ситуации некоторые вообще отказываются от дальнейшей работы над проблемой, а некоторые довольствуются первым попавшимся решением. Только настойчивые люди снова и снова продолжают попытки, пока не получат желаемый результат.

Основатель фирмы Sony Акио Морита начинал с самого нуля. Первым товаром компании стала электрическая рисоварка. Но мечтой Мориты было сделать первый японский магнитофон. Несмотря на то что у него не было для этого практически никаких условий – ни хорошей лаборатории, ни качественных материалов, – он не сдавался. В 1950 году на свет появился первый магнитофон. Для изготовления пленки Морита лично резал целлофан и покрывал его магнитным составом, а сам состав изготавливался на сковороде. Магнитофон весил 35 килограммов и был абсолютно никому не нужен. Любой на этом месте отступил бы, но не Морита. Он стал искать тех, кому действительно необходим магнитофон, и нашел. Прибор оказался очень нужен судам – ведь процессы должны фиксироваться, а стенографистки не всегда успевали записывать речь участников.

Постепенно продажи магнитофонов росли, и вскоре Sony превратилась в серьезную компанию и даже начала экспортировать свою продукцию.

Как-то Акио Морита летел в самолете и подумал о том, что хорошо бы

иметь небольшое устройство, с помощью которого можно слушать музыку. Он любил оперу и хотел бы наслаждаться любимыми композициями во время многочасовых перелетов. В те времена магнитофоны были еще очень большие, но Мориту это не остановило. Он дал задание инженерам компании разработать переносной плеер, который позже получил название Walkman (в переводе с англ. «Гуляй-человек»). Отдел продаж компании воспротивился новинке и решил убедить шефа, что этот продукт никто не купит. Сотрудники предложили провести маркетинговые исследования, но Морита приказал разрабатывать устройство без них. В своей книге «Сделано в Японии» Морита написал: «Мы не верим в рыночные исследования того, что еще не известно публике, поэтому незачем их проводить». Летом 1979 года Walkman был выпущен в продажу и с первого же дня стал пользоваться бешеным успехом.

Это – пример человека, который уверен в своих силах и настойчиво идет к цели. Да, на пути встречаются трудности, но это не повод отступить.

Именно упорство и настойчивость Мориты вывели Sony в мировые лидеры. Среди товаров, которые впервые выпустила именно компания Sony, можно видеть:

- первый транзисторный телевизор;
- первый телевизор на жидких кристаллах;
- первый бытовой видеоманитофон;
- первый компакт-диск (разработан совместно с Philips);
- первая игровая консоль PlayStation.

За 1990 год Sony выпустила около 500 новых продуктов, то есть изобретались почти две новинки в день.

Другой пример настоящего упорства дает Томас Эдисон. Для того чтобы создать щелочной аккумулятор, он провел около 50 000 опытов.

Когда Эдисону было 67 лет, его лаборатория в Нью-Джерси сгорела, а с ней и все записи – результаты труда всей его жизни. На следующее утро, обходя дымящиеся руины, изобретатель сказал своему сыну: «Несчастье принесло нам пользу. Сгорели все наши ошибки. Слава Богу, мы можем начать все сначала!..»

Развить в себе упорство вам поможет понимание того, что любой значимый результат никогда не появляется сразу. За одну тренировку невозможно накачать мышцы. Только регулярно тренируясь, вы станете сильнее. С тренировкой упорства то же самое. Ключевой момент упорства – это регулярные усилия. Вы намечаете цель и идете к ней день за днем. Пока результатов не видно, но это неважно. Это похоже на строительство плотины. В воду бросают камни, и сначала они проваливаются в глубину,

не оставляя следа на поверхности. Но если продолжать, то скоро возникнет плотина и перекроет реку.

Надо только упорно, шаг за шагом, штурмовать творческую вершину. Поэтому каждый день вам нужно делать шаг к решению вашей проблемы – не спеша, не гонясь за быстрым результатом, планомерно и спокойно.

Если цель большая, лучше завести дневник ее достижения. В нем вы будете записывать ваши шаги, отмечать успешные и неуспешные приемы.

Со временем вы научитесь выстраивать стратегию достижения цели.

Другой проблемой творческого человека является социальное давление, выражающееся в сопротивлении новому. Мы уже говорили, что множество людей не только сами отказываются от творчества, но и считают все новое опасным и непредсказуемым. Исследование А.Г. Газаряна выявило любопытный факт: чем старше становится человек, тем реже он выбирает нетривиальное решение.

Как правило, когда творческий человек начинает предлагать что-то нестандартное, он тут же подвергается критике со стороны скептиков. И чем больше и значительнее идея, тем большее сопротивление она вызывает.

Часто для новаторов это становится полной неожиданностью. Вроде придумал что-то хорошее – а получил порцию критики. Поэтому лучше заранее подготовиться к тому, что даже самая лучшая идея может быть воспринята в штыки, воспитывать постоянную уверенность в себе и быть готовым выдержать социальное давление.

Для того чтобы выработать устойчивость от критики, нужно сначала самому стать уверенным в том, что делаешь. Критика страшна только для сомневающегося человека. Если вы постоянно склоняетесь то в одну сторону, то в другую, ваша мысль похожа на весы. Тогда любой критик может бросить гирьку сомнений, и вы опять передумаете. Но если вы приняли твердое решение, ваша мысль похожа на таран. Никакие упреки со стороны вас не остановят. Есть хорошая пословица: «Топор своего дорубится!»

## Творческое пространство

Для высокого уровня творческой активности имеет большое значение организация **творческого пространства**. В это понятие входит не только ваш рабочий стол. Это все визуальное пространство вокруг. Все канцелярские принадлежности на вашем столе, мебель в комнате, картины на стенах. Чтобы понять важность всего этого, достаточно представить обстановку больничной палаты. Серые стены и унылые кровати, застеленные казенным бельем, моментально подавят всю вашу креативность. Поэтому старайтесь сделать так, чтобы ваше рабочее место было ярким, красивым, приятным, чтобы вам было удобно сидеть, чтобы перед вами находились красивые предметы. Даже ручка, которой вы записываете гениальные идеи, должна вам нравиться.

Задавайте себе вопросы:

Мне лучше думается в кресле или на диване?

Помещение достаточно просторное или мне не хватает воздуха?

Хочу ли я сидеть у окна или мне приятнее, когда светит лампа?

Автор детективов Дарья Донцова своим кабинетом считает... спальню. Она пишет: «Я очень люблю улечься в постели с ноутбуком. У меня спальня уютная, сразу настраивает на спокойный рабочий лад».

Писатель и историк Эдвард Радзинский сделал из своего кабинета настоящий музей. На стенах висят картины XIX века, на многочисленных книжных полках собрана букинистическая литература со всего мира. И хотя работает Эдвард Станиславович за ноутбуком, но рядом с ним расставлены... гусиные перья в специальных подставках.

Знаменитый фантаст Рэй Брэдбери устроил из своего рабочего кабинета детскую комнату. Все помещение было завалено игрушками. Все игрушки были на тему фантастики.

Важно, чтобы ваше рабочее помещение было максимально гибким и имело возможность быстро настраиваться. Иными словами, оно должно быть организованным так, чтобы вы в любой момент смогли переместить любой предмет куда вам хочется. Так вы избежите однообразия в своей работе, поскольку однообразие всегда снижает способность к творчеству.

Захламление пространства ведет к захламлению мышления, поэтому желательно убрать все лишнее из той области, где постоянно находится ваше внимание. Все вещи должны лежать в ящиках стола или находиться в той зоне рабочего места, где они не попадают вам на глаза. Регулярно проводите ревизию и те документы, предметы и принадлежности, которые



вам уже не нужны, выбрасывайте или убирайте подальше.

Обычно эта процедура вызывает сложности. Поэтому для каждого предмета имеет смысл задавать вопросы:

Зачем мне нужно это сейчас?

Понадобится ли это в ближайшем будущем?

Использовал ли я этот предмет в прошлом году?

Что случится, если я этот предмет выброшу?

Чем проще ваше творческое пространство, тем проще вам мыслить творчески. Поэтому сразу выбрасывайте неисправные приборы, сломанные инструменты, непонятные запчасти (разве у вас есть время разбираться, что это тут валяется?). Захламленное пространство вызывает внутренний стресс. Если вам никак не удастся выделить время для полной уборки кабинета, то вы можете действовать по правилу «убирать на свое место один предмет в день». Это легко, но очень эффективно. Через пару месяцев даже самый захламленный кабинет превратится в чистый, аккуратный и опрятный. Когда вы знаете, где что находится, то получаете ощущение спокойствия и расслабленности. Вам не приходится каждый раз перерывать весь хлам, восклицая: «Куда же я это засунул?»

Если вы сомневаетесь, понадобится ли вам какой-либо предмет в будущем, можете положить его в коробку, надписать текущий год и убрать на антресоли. Если в течение пары лет вы его не используете, то, скорее всего, не используете никогда. Установите также крайний срок хранения архивных документов. Кому нужны журналы десятилетней давности?

Огромное значение имеет наличие под рукой специальных средств для творчества:

- маркерная доска;
- флипчарт (доска для презентаций);
- набор цветных маркеров;
- блокноты;
- ручки, карандаши и ластик;
- цветная бумага;
- каталожные карточки;
- пробковая доска и булавки;
- ножницы и клей;
- журналы для вырезок;
- спички;
- пластилин.



В момент, когда вам в голову приходит идея, вы должны иметь возможность зафиксировать ее любыми доступными средствами. Идеи возникают спонтанно и часто имеют вид смутных образов, эскизов. С помощью изобразительных средств вы выплескиваете эти идеи на бумагу и можете тут же начать работать над ними: править, модифицировать, дорисовывать. Даже если идея настолько расплывчата, что вы не понимаете, где и как ее можно использовать, она не пропадет, если будет записана и вы каждый день будете видеть ее на флипчарте. Постепенно мысль созреет, и наконец оформится все решение целиком.

Подумайте также об атмосфере вашего рабочего места. Необходимую атмосферу можно создавать и менять с помощью следующих декоративных предметов:

красивые фото;  
картины;  
экзотические предметы;  
украшения и статуи;  
растения (живые или искусственные);  
камни;  
настольный фонтан;  
декоративная лампа;  
цветные светильники.

Важно, что сам процесс подбора и расстановки этих декоративных предметов уже является творческим. Вы творите свой собственный визуальный ряд.

### **Итоги главы**

✓ Для того чтобы усиливать интерес, нужно делать что-то такое, что у вас получается. И чем лучше что-то будет получаться, тем больший интерес это будет вызывать.

✓ Творческий интерес = новизна темы + успех в ней.

✓ Для выработки свободы мышления заведите полезную привычку. Как только вы слышите некое заявление, задайте себе вопрос: «А что я об этом думаю?»

✓ Если цель большая, желательно завести дневник ее достижения. В него вы записываете ваши шаги, отмечаете успешные и неуспешные приемы.

## **Глава 4**

### **Зарождение идеи**

Ну что ж, вы достаточно подготовились к творчеству. Вы выбрали интересную для себя тему, составили список творческих вопросов и, собственно, готовы творить.

Начнем с общего подхода к решению творческой задачи.

## Идите и думайте

Мультимиллионер Питер Дэниелс рассказывал, что к нему однажды пришла сотрудница с сообщением, что перед ней встала неразрешимая задача и она не знает, как быть. Что ответил Дэниелс? Он, конечно, мог бы разобраться в ситуации и сам, но его время слишком дорого. Поэтому он приказал сотруднице: «Сейчас вы уходите из офиса, идете гулять и думаете над этой проблемой. Когда придумаете, вернетесь». Она возразила: «Я не знаю, что тут можно придумать». «Ваша зарплата сохраняется, – сказал Дэниелс, – поэтому вы можете гулять до вечера, можете гулять завтра, послезавтра, но придете тогда, когда эта проблема решится». Кончилось дело тем, что сотрудница буквально полчаса погуляла и прибежала обратно в офис радостная – она нашла отличное решение, абсолютно незатратное, и спокойно продолжила работать.

Этот прием можно назвать «**Я занимаюсь только этим**». Именно такой настрой – основное условие для решения творческой задачи.

Ведь на самом деле миллионы людей не могут придумать ничего нового совсем не потому, что они слабо развиты или чего-то не знают. Вовсе нет. Они просто отступают при первых трудностях. То есть они начинают думать, но задача кажется им слишком серьезной, и тогда находится другое, более легкое занятие: проверить почту, позвонить коллеге, почитать новости. А задача так и остается нерешенной.

Не давайте себе повода убежать. В момент, когда вы приступаете к работе, все отвлекающие факторы нужно исключить. Уберите лишние документы со стола, закройте ненужные программы, переведите все средства связи в беззвучный режим.

Ученые подсчитали, что в среднем человек думает 50 000 мыслей в день. Подавляющее большинство из них не только бесполезны, но и делают нас несчастными.

Намного лучше и полезнее размышлять о своих мечтах и желаниях – и, конечно, заниматься творчеством. Каждый раз, когда вы замечаете, что настроение испортилось, скажите себе:

– О чем таком неприятном я сейчас думаю? Не лучше ли мне подумать о моей задаче?

Иногда от навязчивых неприятных мыслей трудно избавиться. В этом случае помогает **техника зазора**. Задайте самому себе неожиданный и трудный вопрос: «Что это там на стене?» В этот момент поток мыслей немного прервется и среди них как бы возникнет зазор. Вот в этот зазор

можно «вставить» мысль, которая вам нужна.

Собственно, именно такой привычкой объясняется поразительная работоспособность гениальных людей. Они не крутят каждую свободную минуту однообразную и горькую мысленную жвачку, а всякий раз ищут повод поразмышлять над интересной проблемой.

## Письменная формулировка

Перед тем как решать любую задачу, возьмите лист бумаги и запишите то, о чем вы сейчас будете думать.

Письменная формулировка задачи имеет практический смысл. Мозг склонен отвлекаться, поэтому мысли постоянно убегают от того, что вы хотите сделать. Часто бывает, что человек не может решить проблему вовсе не потому, что глуп, а потому что не может сосредоточиться.

В этом и заключена магическая сила приема. Простая фраза на листе бумаги все время находится перед глазами и не дает мышлению убежать от темы, постоянно возвращая его в нужное русло. Иногда даже простое разглядывание формулировки приводит к решению.

Прием **«Письменная формулировка»** эффективен, потому что повышает концентрацию. Именно концентрация на задаче и отличает эффективное мышление от неэффективного.

Когда задача сформулирована, мозг находится в состоянии умственного напряжения. Оно возникает из-за того, что в мозгу возник некий образ того, что нужно получить, но непонятно, как это сделать. Мысль не может плавно перетечь от условия задачи к ее решению. В этом и состоит трудность.

Решить задачу – значит построить нейронный путь от образа задачи к образу решения. Для этого существуют два пути, которые мы сейчас и рассмотрим.

Сильное мышление переходит от одной мысли к другой строго в направлении результата. У вас на листочке написано, о чем нужно думать, – об этом вы и думаете, не бросаясь из стороны в сторону.

Частая ошибка выглядит так. Вы уже что-то решили, набросали план действий, а потом испугались: «Ой, а вдруг не получится!» – и начали обдумывать другой вариант. Это неверный подход. Вы так и будете бродить по кругу. Узнать, получится или не получится, вы сможете, только попытавшись что-то сделать.

Если же идеи пока не появились, ни в коем случае не бросайтесь в панику: «У меня ничего получится! Задача неразрешима!» Эти мысли ничем вам не помогают, а только отвлекают внимание.

Откройте ваш блокнот для идей (неважно, бумажный или электронный) и приготовьтесь записывать.

Начните с метода свободных ассоциаций. Сформулируйте сверху проблему и записывайте все варианты, даже самые странные.

Дальше произойдет удивительная вещь. Если вы не будете себя останавливать, через некоторое время список начнет быстро расти. Это запустился творческий процесс. Между вариантами станут постепенно проявляться взаимосвязи, и в конце концов оформится решение в целом.

У этого подхода есть полезное свойство: ваш мозг привыкает к тому, что вы его не останавливаете, поэтому в любой ситуации он будет генерировать идеи. Вам лишь останется их записывать.

Специальные приемы для генерации идей мы рассмотрим далее.



## Ресурсы задачи

Важной частью подготовки к креативному решению является анализ ресурсов задачи, а именно – чем вы в данный момент располагаете, чтобы достичь цели. Самая лучшая идея бесполезна, если у вас нет ресурсов, чтобы ее осуществить.

Перед вами могут стоять самые разные задачи, поэтому для их решения могут понадобиться самые разные ресурсы. Поэтому рассмотрим общую классификацию ресурсов:

- временные;
- пространственные;
- вещественные;
- энергетические;
- финансовые.

## Временные ресурсы

Первый ресурс, который нужно всегда принимать во внимание, – это время. Имеется в виду не время работы над идеей, а время, которое существует в самой задаче. Например, мы создали прекрасную систему для анализа дорожной ситуации. Она сканирует все предметы вокруг автомобиля и выдает сигнал, если возникает угроза безопасности. Система замечательная... но вот беда – скорость реакции составляет минуту. То есть сигнал об опасности прозвучит через минуту после того, как эта опасность возникла. Представьте: пешеход неожиданно выскочил перед вами на дорогу, а через минуту раздастся сигнал. Очевидно, что эта система абсолютно бесполезна.

Поэтому первый вопрос, который стоит задать: «Каково приемлемое время реакции системы?»

В некоторых задачах имеется цикличность. Если мы проектируем новый будильник, то должны учитывать, что он должен звонить каждые сутки. При анализе задач для земледелия нужно учитывать годовые циклы. Вопросы резервного копирования или анализа безопасности тоже лучше привязывать к временным периодам. Так, ежедневное копирование и годовое копирование должны выполняться по разным сценариям.

## Пространственные ресурсы

Пространственные ресурсы – это тоже важный параметр.

Если нам нужно решить задачу обогрева помещения, то одно дело – обогрев комнаты в обычной квартире, а другое дело – обогрев концертного зала. А планирование поездки на дачу сильно отличается от планирования путешествия в другую страну.

## **Вещественные ресурсы**

Если перед нами стоит задача придумать или модернизировать некий объект, следует рассмотреть, какими материалами мы располагаем. Первые самолеты были сделаны из дерева, потом использовались легированная сталь, титан, дюралюминий. Каждый из этих материалов имеет свои достоинства и недостатки.

Поэтому внимательно проанализируйте, какие материалы используются в конструкции вашего изделия сейчас, и подумайте, какие новые материалы можно использовать. Например, японский дизайнер мебели Токуджин Йошиока делает мебель из... бумаги. Только он использует особую прессованную бумагу.

Ресурс может оказаться совершенно неожиданным. Весной 1928 года потерпел крушение дирижабль «Италия» с 16 пассажирами на борту, возвращавшийся от Северного полюса к Шпицбергену. Поисковым самолетам никак не удавалось обнаружить людей во льдах. И тогда механик дирижабля нашел ресурс, который спас всем жизнь: из фольговой обертки шоколада он сделал зеркальце и стал посылать самолетам солнечные зайчики. Так своевременное нахождение ресурса оказалось критически важным в угрожающей ситуации.

## **Энергетические ресурсы**

Энергетические ресурсы – это то, что приводит в движение ваше устройство. Вы можете использовать электрический или бензиновый двигатель. Запасать энергию с помощью аккумуляторов или получать ее с помощью солнечных батарей. В любом случае полезно записать весь список потенциальных источников энергии, которые вы можете использовать.

## **Финансовые ресурсы**

Если вы хотите сделать что-то креативное для дома, в большинстве случаев вашу задумку вполне можно реализовать бесплатно с помощью подручных средств. Но чем масштабнее идея, которой вы занимаетесь, тем больше финансов она потребует. Если же вы выполняете задание на работе, то будете ограничены выделяемым бюджетом.

На самом деле анализ финансов необходим всегда. Вы должны дать себе точные ответы на вопросы:

Какой фактический бюджет у вас есть на решение задачи?

Можете ли вы привлечь заемные средства?

При каких условиях вы можете получить дополнительное финансирование?

В современных условиях есть много способов получить финансирование интересного проекта: специальные кредиты, гранты, премии изобретателям. В последнее время появился новый вариант привлечения средств для креативных проектов – **краудфандинг** (от англ. crowd funding – «народное финансирование»). Это добровольное сотрудничество людей, которые объединяют силы для совместного финансирования интересных проектов. Автор проекта заявляет цель, на которую собираются деньги, и требуемую сумму. Если сумма набирается, то проект запускается. Если сумму набрать не удалось, то все участники получают свои деньги обратно. Самая популярная платформа для краудфандинга – сайт Kickstarter в 2014 году привлек к различным проектам более 500 миллионов долларов.

## Методика потока

Итак, вы уже научились входить в творческое состояние и можете легко набрасывать различные варианты решения. Теперь перейдем к общей методике генерации идей.

Будем называть ее **методика потока**.

Представьте, что с вершины горы течет бурный поток, но в каком-то месте произошел обвал и русло завалило.

Что произойдет дальше? Вода начнет прибывать, пока не достигнет места, где уровень запруды наиболее низок. Дальше она весело перельется через преграду и продолжит свой бег к морю.

Метод потока состоит из двух последовательных процессов.

1. Если вы не знаете, что делать дальше, то просто выписываете все, что знаете. Это процесс накопления фактов.

2. Накопив достаточно фактов, постарайтесь выдвинуть гипотезу об их взаимосвязи и тут же подумайте, как можно проверить эту гипотезу. Это процесс апробирования. Если проба дает положительный результат, значит, вы получили новое знание. Тогда вновь переходите к первому шагу.

Во время накопления фактов вы делаете следующие шаги:

внимательно рассматриваете факты и стараетесь объединить их в группы;

выясняете связи между фактами и между группами;

внимательно смотрите на факты с учетом их отношения к вашей цели.

В процессе проверки идеи старайтесь как можно быстрее получить результат. Поэтому:

делайте минимальную пробу и как можно скорее;

фиксируйте в письменном виде ожидаемые и фактические результаты;

если минимальная проба оказалась удачной, повторите пробу в большем масштабе.

А сейчас давайте поговорим об очень интересной проблеме. Часто нам бывает нужно понять: в данный момент, раздумывая над решением какой-то творческой задачи, мы и вправду мыслим творчески или просто действуем по шаблону? Это замечательный вопрос, правильный ответ на который позволяет не терять времени зря. Поэтому сейчас мы научимся определять, когда мы мыслим шаблонно, останавливать этот процесс и возвращаться к творческой мысли.

Возьмем для примера распространенную ситуацию – наверняка вы не раз становились свидетелем чего-то похожего. Не работает какой-нибудь прибор (или автомобиль), вокруг него столпились инженеры, техники, слесари, каждый дает какие-то советы и никто, по большому счету, не понимает, в чем дело. И все говорят, что нужно позвать эксперта. Эксперт приходит, производит осмотр и точно называет причину поломки. Затем он совершает несколько уверенных движений – и проблема решена: прибор починен, машина заработала и т. д.

Возникает вопрос: чем же эксперт отличается от остальных людей? Почему этот человек сумел быстро разобраться в проблеме? Как он действовал?

Психологи долго изучали этот феномен и пришли к интересным выводам. С помощью хитрых приемов анкетирования они выяснили, что у неудачников, которые часами что-то делают, но так ничего и не могут добиться, имеется внутренняя установка следующего типа:

«Честно говоря, я не думал, что можно что-то починить»;

«Еще до начала у меня были дурные предчувствия»;

«Да, в общем, я не удивился, когда дело сорвалось».

Дело в том, что с самого начала они пытаются решить проблему стандартными средствами. Если же ничего не выходит, их мозг автоматически отказывается думать дальше. Более того, иногда эти люди даже говорят прямым текстом: «Ну ладно, я попробую, все равно ничего не выйдет». Соответственно – ничего и не выходит. Попытка найти готовое решение в памяти, если она не увенчалась успехом, для них означает конец мышления.

Как же уйти от поражения в самом начале? Допустим, вам предложили сделать креативную рекламу одежды. Так как вы видели множество подобных реклам, скорее всего, ваше воображение будет крутиться среди привычных шаблонов и ничего нового придумать вы не сможете.

Но теперь попробуйте сделать по-другому. Не бросайтесь сразу думать про создание рекламы. Немного отвлекитесь и почитайте про деятелей эпохи Возрождения, про Италию, про ее храмы, про ее музеи, про то, как работали великие художники.

Все эти действия дадут очень интересный эффект. Внутри вашего сознания в этот момент возникнут совершенно другие картины, совершенно другие контексты, чем те, к которым вы уже привыкли. И когда вы вернетесь к задаче создания рекламы, вас посетят интересные идеи – потому что вы поменяли контекст мышления.

Творческий ступор означает, что вы в данный момент остаетесь в привычном контексте мышления. Вы можете что-то слегка изменить, но ничего нового не получите. Будет только суета – можно сказать, творческая суета, – похожая на беготню белки в колесе.

Для избавления от творческого ступора необходима намеренная **смена рабочего «фона»**. Если продолжить предыдущий пример с рекламой, имеет смысл некоторое время побыть в контексте Италии, а потом резко сменить его – например, погрузиться в контекст альпинистов, которые штурмуют горные вершины. В течение некоторого времени вы смотрите фильмы про альпинистов, читаете книги про альпинистов. Можно зайти на форумы альпинистов и почитать, какие темы их интересуют. Соответственно, у вас снова меняется фон, вы начинаете немножко по-другому мыслить, а когда возвращаетесь к своей задаче, видите ее тоже чуть по-другому.



Существует еще более сильная методика, которую можно назвать **очисткой фона**. Иногда ее также называют «слушать тишину». В этом случае вы вообще отключаетесь от вашей текущей деятельности, перестаете что-либо читать и слушать. Все, что вы воспринимаете, – это какие-то природные процессы: шум листвы, течение реки, шорох прибора. Иными словами, вы слушаете тишину. В этот момент вы вообще выпадаете из привычных контекстов с присущими им ограничениями, ваше сознание полностью очищается и вы погружаетесь в состояние умиротворения и

ощущения неограниченных возможностей. В результате вы начинаете мыслить и рассуждать совершенно на другом уровне.

## Управление воображением

Теперь познакомимся со следующей методикой. Предположим, у вас уже родилась некоторая идея, но она пока смутная, непонятная, и стоит вопрос, как довести ее до ума.

В этот момент вам потребуется умение управлять своим воображением. На самом деле у вас хорошо это получалось, когда вы были ребенком. Вы могли взять спичечный коробок и представить, что это танк. Чем-то в этом роде мы сейчас и займемся.

Конечная цель – получить законченную идею во всех деталях, несмотря на то что пока у вас есть только слабый росток. Вы начинаете мысленно представлять итоговый результат, а там, где пока существует неясность, добавляете выдуманные элементы – можно даже фантастические или сказочные. Главное, чтобы была видна картина в целом.

Процесс очень похож на то, как архитекторы строят макеты из бумаги. К примеру, нужно спроектировать жилой квартал. В самом начале вообще непонятно, как он будет выглядеть. Тогда архитектор берет простые бумажные формы и расставляет их на столе. Несмотря на то что получившаяся модель очень примитивна, она уже дает волю воображению. Через некоторое время простые модели домов заменяются на более детальные, добавляются деревья из спичек и ваты, потом малые архитектурные формы – и в какой-то момент на столе возникает готовый проект микрорайона.

Этот подход можно применить в решении любой проблемы. Воспользоваться им будет проще с помощью метафоры **«Президент компании»**.

Представьте себе, что вы – президент крупной компании и можете отдавать приказы вашим отделам. Допустим, у вас есть какая-то идея. Попробуйте сделать следующее: мысленно вызвать начальников отделов, одного за другим, и дать им задания. Вы не знаете, как конкретно они их выполняют, но, пройдясь по всем отделам, сможете мысленно получить первоначальный эскиз идеи.

Например, вы решили открыть новое направление бизнеса: катание на слонах. Идея совершенно сырая. Понятно, что в Индии людей на слонах катают, но можно ли это сделать в России? В голове сразу возникает масса вопросов:

Где взять слонов?



Как их кормить?

Как все будет происходить?

Обычно такие экзотические идеи отвергаются с порога – а зря! Если не сдаваться сразу, смутная задумка может перерасти во что-то стоящее.

Итак, вы – президент компании.

Мысленно вызываете начальника отдела маркетинга и говорите ему: «Мы открываем новое направление бизнеса – будем катать людей на слонах. Как вы собираетесь рекламировать эту услугу?»

В этот момент из вашего сознания уходят все проблемы, касающиеся того, где закупать слонов и чем их кормить. Сейчас важен только один вопрос: как вы будете рекламировать свою услугу? Если ответ пришел сразу, запишите его.

Дальше вызываете начальника отдела кадров. Какие сотрудники нужны для этой бизнес-идеи? Погонщики слонов, кормильщики, слоновьи повара?

Затем вызываете начальника транспортного цеха, начальника цеха готовой продукции... Ваше воображение работает на полную катушку.

И постепенно, по мере того как вы шаг за шагом рассматриваете идею в разных контекстах и с разных сторон, она превращается во что-то более практическое – например, катание на игрушечных слонах в торговом центре. Это так называемый **инкрементный способ**.

Теперь рассмотрим следующий прием управления воображением, который можно назвать **визуализацией творческой мысли**. Психологи выделяют пассивное и активное воображение. Пассивное воображение похоже на разглядывание облаков в небе. Представьте: вы лежите на пляже и смотрите на проплывающие облака. Какое-то похоже на верблюда, какое-то на огурец. Эти образы возникают самопроизвольно, вы ими управлять не можете.

Часто бывает, что в творческом поиске идеи приходят и во время работы пассивного воображения. Всем известна история о том, как на голову Ньютону упало яблоко, после чего он сразу придумал закон всемирного тяготения. Трудно сказать, имело ли место это происшествие, но даже если так, полагаться на случайности все же не стоит.

Мы рассмотрим другой вариант, а именно – активное воображение. Это сознательный процесс управления возникающими образами, который вы направляете в нужную вам сторону.

Трудность в том, что мысленные образы пролетают в мозгу очень быстро, и стоит больших усилий не то что точно направлять их, а даже просто фиксировать.

Поэтому нам нужно сделать внутренний процесс воображения внешним. Для этого вы начинаете писать, рисовать, лепить, делать модели того, о чем думаете.

Простейший вариант этого приема заключается в том, что во время творческой работы вы делаете записи и эскизы.

Начать можно с самого элементарного. На листе бумаги напишите следующую фразу: «Я уже точно знаю, что...» – и сразу запишите те базовые соображения, которые к этому моменту у вас уже выкристаллизовались.

Дальше можно сделать наброски идеи, а к этим наброскам добавить пометки:

«Удачно»;

«Не то»;

«Надо подумать».

Пометки могут быть и более сложными:

«Меня раздражает, что...»;

«Мне не нравится в этом то, что...»;

«В этой картине есть какая-то негармоничность».

Но лучше придумать набор символов, обозначающих те или иные пометки. Тогда вы задействуете подсознательные процессы, о которых мы говорили во второй главе.

С помощью этих пометок вы визуализируете творческий процесс. Вы можете видеть всю картину уже не в мыслях, а на бумаге. Получается, что вы постоянно держите эту проблему в зоне внимания, докручиваете ее и доделываете. В какой-то момент возникшие у вас мысли обретают гладкость и завершенность – фактически это и будет готовая идея.

## Модельное творчество

В более сложном варианте управление воображением происходит через **модельное творчество**. Иначе говоря, вы не записываете слова на листе бумаги, а строите модели того, о чем в данный момент думаете (вспомните архитектурные макеты, о которых мы говорили в предыдущем разделе). Для более сложных задач можно брать специализированные конструкторы. Военные стратеги давно используют модели танков и пушек, чтобы на трехмерной карте симулировать ход сражения по различным сценариям.

Модельное творчество имеет дело не с мысленными конструкциями, а с физическими моделями, которые активируют вашу мысль. Если вы работаете над большим проектом, нелишним будет заготовить целый набор специализированных элементов, из которых вы постепенно соберете вашу схему.

Интересно, что такая замечательная вещь, как пластилин, была изобретена именно для модельного творчества. Преподаватель английской школы искусств Уильям Хэрбатт в середине 1890-х годов столкнулся с проблемой. Во время занятий по скульптуре студенты использовали глину, а так как они неизбежно допускали ошибки, преподавателю необходимо было на эти ошибки указать. Но глина быстро высыхает, поэтому исправить учебную модель уже не представлялось возможным. Приходилось начинать работу с самого начала. Хэрбатт решил предложить студентам альтернативный материал для творчества. Он перепробовал сотни смесей, пока не нашел такую комбинацию мела, вазелина и стеариновой кислоты, которую мы сейчас знаем под названием пластилина. Главное достоинство пластилина в том, что он не высыхает и модель можно поправить в любой момент. Поэтому спички и пластилин – идеальный вариант для модельного творчества.

Хотя, конечно же, не единственный. Можно использовать уже готовые элементы для наглядного отображения процессов, которые вы обдумываете. Например, если вы постоянно сосредоточены на разработке бизнес-процессов, имеет смысл купить или изготовить фигурки сотрудников, рабочие столы, стрелки, которые показывают перемещения документов.

Как только на вашем рабочем столе окажется наглядная трехмерная модель, вы сможете размышлять предметно. Перемещаете фигурки – и сразу видите новую картину.

Существует интересный вариант модельного творчества для интернет-проектов. Это специальные программы для создания прототипов сайтов, которые позволяют быстро сделать динамические макеты страниц. Макет не обладает никакой функциональностью, но все элементы сайта на нем работают: кнопки нажимаются, списки прокручиваются. Его можно набросать очень быстро и оценить, насколько будет удачен готовый дизайн.

Отдельное направление модельного творчества – компьютерные модели. В настоящее время компьютерное моделирование стало фактическим стандартом при разработке любой сложной техники.

Однако и у этого приема есть недостаток: работать с моделями легко и приятно, но совершенно непонятно, насколько адекватно модель воспроизводит реальную действительность.

Поэтому в процессе модельного творчества желательно постоянно проверять свои предположения в реальной жизни. И помните: даже если эксперимент не подтвердил вашу гипотезу, это все равно хорошо. Вы получили драгоценный опыт.

Хорошенько поразмыслив, можно обратить себе во благо не только собственный неудачный опыт, но и неудачи других людей. Полезно включать творческий подход при рассмотрении любых примеров, в том числе неудачных, чтобы активизировать мышление.

Начнем с самого простого. Представьте, что вы оказались в зрительном зале на премьере какого-то фильма. Начало вроде неплохое, и завязка есть, но дальше пошло что-то невыносимо скучное.

Вы включаете творческое воображение и спрашиваете себя:

Почему фильм такой скучный?

В чем ошибка режиссера?

Как можно было сделать лучше?

Этот подход применим где угодно. К примеру, вы приехали на конференцию и возникла заминка с обслуживанием. Вы начинаете думать, как менеджеры принимающей стороны могли бы лучше организовать процесс.

Более сложный вариант – проанализировать примеры неудач в своей профессиональной сфере. Если вы кораблестроитель, задайте себе вопрос: почему затонул «Титаник»? Что именно сделали бы вы для исключения подобной аварии?

Если вы разработчик пылесосов, найдите самые плохие пылесосы на рынке и подумайте: почему они оказались худшими? Что можно исправить?

Использованию неудач для дальнейшего развития можно поучиться у

авиастроителей. Есть выражение: «В авиации не бывает одинаковых катастроф». Дело в том, что после каждого инцидента с самолетом собирается комиссия, которая определяет причину, но самое главное – дает рекомендации по улучшению полетов, которые должны исключить повторение подобного происшествия.

### **Итоги главы**

✓ *Миллионы людей не могут придумать ничего нового вовсе не потому, что они слабо развиты или чего-то не знают. Они просто отступают при первых трудностях.*

✓ *Основное условие для решения творческой задачи – настрой «Я занимаюсь только этим».*

✓ *Когда совсем неясно, что делать, начните с метода свободных ассоциаций. Сформулируйте вверху листа проблему и начинайте выписывать все варианты, даже самые странные.*

✓ *Общая методика генерации идей – метод потока. Он состоит из двух процессов.*

1. *Если не знаете, что делать дальше, запишите то, что уже знаете. Это накопление фактов.*

2. *Если появилась идея, тут же приступайте к ее реализации.*

✓ *В более сложном варианте управление воображением происходит через модельное творчество. Его суть в том, что вы не пишете на листе бумаги, а строите физические модели того, о чем в данный момент думаете.*

## Глава 5

### Приемы генерации идей

В этой главе мы рассмотрим приемы, которые позволяют генерировать идеи в больших количествах.

Есть такое заблуждение – что новые идеи возникают в результате счастливого стечения обстоятельств. Ньютон сел под яблоню, яблоко упало ему на голову, и он открыл закон всемирного тяготения. А не сел бы под яблоню – и не открыл бы ничего.

Соответственно, что должен делать творческий человек? Дождаться счастливого стечения обстоятельств.

Конечно, это миф.

## Творческий поиск

Если вам нужно создать нечто креативное, не надо ничего ждать. Вы можете возразить:

– Но ведь прямо сейчас у меня нет никаких идей. Что же я буду делать?

Следующий пример поможет вам понять, в чем тут ошибка. Допустим, мы знаем, что на некой территории имеется месторождение золота.

Сравним два подхода. Один золотоискатель приехал в тот район. Здесь копнул, там копнул, ничего не нашел и уехал.

Второй золотоискатель приехал, взял карту местности, разбил ее на квадраты и стал планомерно искать золото. Конечно, его шансы намного выше.

Точно так же обстоит дело с идеями. Ждать, что идея случайно придет в голову, не стоит. Количество удачных идей зависит от вложенных усилий. Поэтому для креативного человека творческий поиск – это не ожидание чуда, а постоянная и привычная деятельность.

Пусть сегодня у вас появилась не очень сильная идея, но она может стать фундаментом для новой, намного более мощной. Нобелевский лауреат Лайнус Карл Полинг сформулировал эффективную стратегию работы с идеями так: «Лучший способ придумать хорошую идею – придумать множество идей».

Как только у вас возникает необходимость придумать что-то новое, берите ручку, лист бумаги и начинайте генерировать идеи.

## Выбор системного уровня

Наш мир – это совокупность систем. Приступая к решению задачи, важно обрисовать систему, в которой вы сейчас будете работать. Например, вы решили подумать над тем, как улучшить автомобиль. Но в рамках какой системы?

Вы можете подумать над тем, чтобы водитель мог управлять музыкальным центром с помощью голосовых команд. Это система «Водитель – автомобиль».

Вы можете подумать над тем, чтобы каждый автомобиль обменивался с другими данными о средней скорости движения, чтобы автоматически выявлять и объезжать пробки. Это система «Дорожное движение в городе».

Вы можете заняться проблемой снижения уровня токсичности выхлопных газов автомобиля. Это система «Экология страны».

Вы можете заняться защитой от угона. Это система «Автомобиль – злоумышленник».

Каждая из этих систем предполагает совершенно разные источники необходимой информации и принципиально разные варианты решения.

Если взять самую общую классификацию систем, то можно выделить следующие уровни:

Цивилизационный. Это проблемы, связанные с существованием цивилизации.

Природный. Экологические проблемы.

Политический. Проблемы функционирования государства.

Региональный. Проблемы функционирования районов, областей, городов.

Административный. Проблемы работы управленческого персонала.

Коммерческий. Проблемы управления бизнесом.

Социальный. Отношения между людьми.

Технический. Принципы построения технических систем.

Физический. Принципы использования физических процессов.

Квантовый. Манипуляция атомами и молекулами.

Проблемы в технических системах решаются совершенно по-иному, чем проблемы в социальных системах. Кроме того, сильно отличается сама научная база. Яркий пример – Теория решения изобретательских задач (ТРИЗ), созданная для генерации идей на техническом уровне. Ее автор, Генрих Альтшуллер, разработал алгоритм работы изобретателя, основанный на общих принципах развития технических систем.



На техническом уровне точка приложения усилий постоянно меняется. В XIX веке главным направлением научно-технического прогресса была металлургия. В начале XX века бурное развитие получил сначала транспорт (железные дороги, авиация, автомобилестроение), а потом, как следствие, стала развиваться нефтехимическая промышленность. В конце XX века появились компьютеры, Интернет, мобильная связь.

Каждая смена курса требует своего уровня развития изобретений и собственных точек приложения умственных усилий. Например, успешный стартап в Интернете может создать и студент. В то же время нанотехнологии – это уже квантовый уровень – пока еще относятся скорее к области серьезных научных исследований, чем практического использования. В настоящее время больше всего креативность востребована на коммерческом уровне. Требуются идеи для создания новых товаров, маркетинговых акций, рекламных материалов.

Начиная творческую работу, нужно хорошо представлять себе тот уровень, на котором вы хотите получить идеи. У каждого уровня есть свои особенности. Например, если вы хотите на региональном уровне решить проблему городских пробок, то под такую работу могут быть выделены гранты от государства. Но при этом необходимо заранее зарекомендовать себя в данной области, а для получения гранта придется месяцами обивать пороги государственных учреждений.

С другой стороны, если вы предложите идею новой игрушки, то с легкостью найдете фирму, которая согласится быстро изготовить пробную партию и попытаться ее продать.

Кроме того, каждый уровень требует глубокого погружения в проблемную область. Вы не можете сразу начать генерировать идеи на любом уровне. Сначала вам необходимо набрать материал, проникнуться ситуацией.

Лучше всего начинать на том уровне, который вам известен.

Для быстрой генерации идей опишите систему, в которой вы хотите создать что-то новое. А затем запишите преимущества и недостатки элементов этой системы.

Например: система – мобильная связь, элемент – мобильный телефон.

**Преимущества:** всегда под рукой, связь в любом месте города, есть календарь и т. д.

**Недостатки:** требует подзарядки, не работает вдали от города, при попадании на него воды портится.

Уже при выписывании преимуществ и недостатков вы начинаете

видеть, что можно улучшить. Для этого достаточно задавать вопросы:

Как улучшить достоинства?

Как убрать недостатки?

Теперь начнем рассматривать мобильный телефон в рамках других систем. Возьмем большую компанию. Когда приходит новый сотрудник, ему приходится вручную заносить в память телефона номера коллег. Можно рассмотреть вопрос автоматической загрузки всех контактов компании. Или возьмем систему мобильной связи в масштабах страны и посмотрим, какие еще функции может выполнять телефон – например, функции паспорта.

Пойдем дальше и рассмотрим другой элемент мобильной связи – мобильный Интернет.

**Преимущества:** доступ с телефона, работа в любом месте, дистанционное управление компанией.

**Недостатки:** высокая цена, низкая скорость, не все сайты поддерживают мобильные устройства.

Вы постепенно набираете набор вопросов для дальнейшего обдумывания. Чем больше преимуществ и недостатков вы найдете, тем больше идей вы можете впоследствии получить.

Помещая ваш объект в разные системы, вы начинаете видеть самые разные ситуации, где можно что-то применить или улучшить.

Допустим, у вас задача – улучшить обслуживание посетителей кафе. В одной системе «Кафе – посетитель» вы можете предусмотреть удобство связи с официантом. Например, поставить на стол колокольчик или кнопку вызова официанта.

Систему можно сузить: «Посетитель – готовое блюдо». Как сохранить блюдо горячим?

Систему можно расширить: «Кафе – обслуживание банкетов». Тут будут другие проблемы: как эффективно обслужить сразу группу посетителей?

Расширяя и суживая системы, можно поворачивать ситуацию под разными углами и видеть узкие места каждой системы.

Чтобы научиться быстро определять систему, в которой вы будете работать, начните с описания тех элементов, которые вы будете менять. Допустим, вам поручили сделать рекламу холодильника. Вы можете работать на самых разных уровнях системы:

От вас требуется только поменять цены.

От вас требуется поменять текст и изображения.

От вас требуется поменять рекламный слоган.

От вас требуется поменять всю маркетинговую стратегию компании.

Зная, в рамках какой системы вы сейчас работаете, можно сфокусироваться на достоинствах и недостатках этой системы и направить фокус внимания на то, что изменить важнее всего.

Уточнив требования к результату, можно приступить к генерации идей.

## Приемы генерации идей

Как же происходит процесс генерации идей?

Сначала рассмотрим общий подход. Исследования психологов показывают, что человек обычно придерживается одной схемы рассуждений. То есть, столкнувшись с любой задачей, идет по проторенной дорожке. Если это срабатывает, то прекрасно. Если не срабатывает, то человек, как правило, отступает, решив, что не может решить проблему. Схема рассуждений меняется очень редко.

Поэтому если просто попросить человека выдать идею, то ничего не выйдет. Он переберет привычные шаблоны и на этом остановится.

На привычный вопрос мозг выдаст привычный ответ.

В учете этого обстоятельства и состоит секрет генерации большого количества идей. Вам нужно специально направить ваш ум по другой, более длинной дорожке. Не ищите решение сразу, а сначала примените особые приемы, чтобы увести себя с привычной мысленной колеи.

Мы рассмотрим приемы, которые направят ваш мыслительный процесс по иному пути. Они могут выглядеть глупыми, но это как раз очень хорошо. Как только вы начинаете их использовать, ваш ум уже не может скатиться на привычные рельсы и начинает активно искать другие варианты решения задачи.

Также не следует ограничиваться поиском только «правильных» идей, а идеи «странные, бредовые, сумасшедшие» отвергать с порога. Как мы знаем, очень многое из того, что нас окружает, в момент своего изобретения было объявлено странным и невозможным. Считалось, что нельзя создать летающий аппарат тяжелее воздуха, нельзя поговорить с человеком, если он находится в другом городе, нельзя полететь на Луну. А сейчас мы совершенно спокойно воспринимаем авиацию, телефон и полеты в космос. Поэтому будьте благодарны за любые идеи, которые приходят вам в голову.

Перед тем как вы начнете пользоваться новыми приемами, у вас должно быть подготовлено описание системного уровня и той задачи, которую вы хотите решить. Простое изучение приемов ничего не даст. Без привязки к конкретной задаче они будут восприниматься как нечто отвлеченное.

Можно сформулировать задачу более абстрактно:

«Мы занимаемся продажей мобильных телефонов, и я хочу найти новые методы их продвижения»;

«Мы производим игрушки, и мне нужна идея для новой игрушки»;

«Я хочу начать новый бизнес, и мне хочется придумать товар, использующий новые технологии».

А можно – более конкретно:

«Я делаю рекламу утюга, и мне нужна интересная подача столь обычного изделия»;

«Мне поручили придумать новый дизайн брючного ремня»;

«Мне нужна идея по доработке будильника».

Главное – приступая к работе по генерации приемов, не ищите сразу супергениальные идеи. Наоборот, пусть они будут простенькими, даже примитивными, зато вы сможете набрать **банк идей**. Впоследствии из простых идей вы сможете скомбинировать более сложные, но попытка сделать это сразу приведет к неудаче.

В качестве примеров к нижеследующим приемам мы будем использовать две предметных области:

✓ **Улучшение чемодана.** Предположим, что вы работаете в компании, которая производит чемоданы, и вам поручили создать новый чемодан.

✓ **Идея для стартапа.** Предположим, что вы хотите запустить свой стартап, то есть новый интернет-проект, и вам нужно набросать идеи для него.

Надо только пояснить, чем отличается стартап от обычного бизнеса. Стартап – это бизнес, рассчитанный на быстрый рост. Таким образом, подразумевается, что у него будет широкая география пользователей. В перспективе – весь мир. Поэтому стартап – это обычно или интернет-проект, или проект, связанный с мобильными устройствами. Если же, к примеру, открыть мойку машин, это будет бизнесом, но не будет стартапом, так как география посетителей мойки ограничена.

Преимущество этих примеров в том, что они просты и наглядны. Приступим к рассмотрению приемов.

## **Прием «Жалобная книга»**

Мы уже говорили о том, что чаще всего изобретения делаются мастерами по ремонту оборудования. Потому что именно в момент, когда какой-то прибор или механизм отказывает, запускается мыслительный процесс, направленный на то, чтобы сделать эту вещь более надежной.

Именно поэтому в самом начале творческого поиска стоит ознакомиться с типовыми жалобами на тот процесс, который вы хотите

улучшить. При грамотной организации работы с жалобами вы можете найти множество объектов для усовершенствования.

Часто анализ жалоб в бизнесе показывает совсем не те проблемы, о которых думают руководители. Вице-президент First Chicago Bank Оскар Фостер решил опросить бывших клиентов банка, чтобы выяснить причины отказа. Было проведено около сотни интервью. К удивлению Фостера, считавшего, что клиенты уходят из-за высоких процентных ставок, на самом деле они уходили, потому что не могли добиться желаемого уровня обслуживания от сотрудников банка.

Поговорите с техниками по ремонту оборудования. Задайте им вопросы:

Что чаще всего отказывает?

На что жалуются покупатели?

Какие нарушения правил использования встречаются чаще всего?

Предложите недовольным покупателям обращаться непосредственно к вам. Для этого на сайте компании можно сделать специальную форму: «Недовольны обслуживанием? Напишите нам почему».

Поищите жалобы на форумах, где обсуждают ваше оборудование. Поговорите с теми, кто отказался от ваших услуг.

Изобретатель Сергей Малевинский пришел к идее благодаря статистике Google Trends. Он увидел, что самый популярный запрос в США в 2013 году в разделе «Как...?» – это запрос «Как завязать галстук?» («How to tie a tie?»). Сергей перепроверил этот запрос по статистике Google AdWords и выяснил, что количество запросов «How to tie a tie?» составляет более 600 000 в месяц! Выяснив проблему, он занялся ее решением, и результатом стало изобретение шаблона для галстука. Достаточно прислонить этот шаблон к галстуку, сделать несколько необходимых движений по указанным направлениям – и галстук будет правильно завязан.

**Улучшение чемодана.** Посмотрим, как можно использовать жалобы на чемодан. Английская компания Intelligent Luggage обратила внимание, что чаще всего пассажиры жалуются на неожиданный перевес багажа. В результате они выпустили чемодан Self-Weighing Suitcase, который имеет внутренние весы. Если включить дисплей рядом с ручкой и поднять чемодан, на дисплее высветится его вес.

**Идея для стартапа.** Использовать жалобы как идею для стартапа можно в прямом смысле – создать книгу жалоб онлайн. Американский стартап TalkBin предложил пользователям оставлять мгновенные отзывы о различных заведениях в своем городе. Идея была настолько успешной, что

впоследствии этот стартап был куплен компанией Google.

## **Прием «Пластилин»**

Если речь идет о физическом устройстве, то прием «Пластилин» позволяет снять шаблон мышления, говорящий, что предметы нужно использовать именно в той форме, в какой они существуют. Представьте, что предмет сделан из пластилина. Его можно лепить, раскатывать, придавать любую форму.

Возьмем ноутбук. Было бы удобно, если бы ноутбук сворачивался, как газета, в трубочку. Или из него можно было сделать зонтик.

Существует строительный материал, получивший название «гибкий камень». Сырьем для производства гибкого камня является натуральная мраморная крошка, которая пропитывается акрилово-водными дисперсиями. После застывания получаются листы материала, который выглядит как камень, но при этом гнется. Лицевая поверхность гибкого камня зернистая, внутренняя – гладкая, что позволяет монтировать листы практически на любую поверхность. Чаще всего гибкий камень применяется для отделки криволинейных поверхностей: колонн, арок и т. п.

Существует также материал, который иногда называют «гибкое стекло». Это поликарбонат – прозрачный пластик, весьма прочный. Он позволяет создавать светопропускающие конструкции: крыши, мансарды, террасы, теплицы, оранжереи.

**Улучшение чемодана.** Чемодан – это настолько громоздкий предмет, что изобретатели постоянно думают над тем, чтобы уменьшить занимаемое им место. Одной из решений стало изобретение чемодана Skyroll Wrinkle-free Luggage Carrier, который можно скрутить в рулон, что позволяет сэкономить много места при хранении.

**Идея для стартапа.** К интернет-проекту, казалось бы, нельзя применить этот прием, но если подумать, то можно. Существуют скрипты, которые создают на веб-странице эффект загнутого листа бумаги, что привлекает внимание. Можно заняться разработкой скриптов, которые будут производить с веб-страницей различные метаморфозы.

## **Прием «Другая форма»**

Более простой вариант предыдущего приема, который состоит в том,

что одному предмету придается форма другого. Например, тарелка в форме шляпы или часы в форме мотоцикла.

Особенно хорошо работает эта идея в бизнесе и рекламе.

Ханс и Пол Райгели из Германии придумали жевательные конфеты в форме героев комиксов. Эта идея принесла им полтора миллиарда долларов.

Компания Kedo придумала обычную чашку для чая сделать в виде рукава рубашки с пуговицей. Конструкция с пуговицей предназначена для того, что намотать на нее веревочку от чайного пакетика.

Компания Kuhl Design Build предлагает детскую комнату, выполненную в виде пиратского корабля.

**Улучшение чемодана.** Чемодан хорош тем, что ему можно придать контуры любого предмета или существа. Можно сделать чемодан в виде бегемота или в виде автомобиля.

А можно поступить и наоборот – придать другому предмету форму чемодана. Дизайнеры компании Condor-Paris придумали ванну Voyageurs, которая похожа на старый дорожный чемодан.

**Идея для стартапа.** Для интернет-проектов применение этой идеи ничем не ограничено. Современные технологии позволяют оформлять сайты в абсолютно любом ключе – от сюрреалистических тем до внутренностей подводной лодки.

## Прием «Другое название»

Название предмета или процесса, о котором вы сейчас думаете, уже направляет ваше мышление по накатанной дороге. Например, если вы проектируете новый вариант ледокола, то вам будут приходить в голову механизмы, которые именно раскалывают лед. Методика ТРИЗ рекомендует называть то, над чем вы размышляете, нейтрально: «устройство», «механизм», «штуковина».

Особое значение этот прием имеет в маркетинге. Многие товары, которые сейчас весьма популярны, в момент своего появления на рынке назывались совсем по-другому.

Бельгийский мастер Адольф Сакс изобрел новый инструмент – «мундштучный офиклеид». Через два года друг Сакса композитор Берлиоз назвал инструмент саксофоном, и именно это название стало популярным.

В 1950-х годах из Новой Зеландии в США стал поставляться фрукт «китайский крыжовник». Продажи были очень низкие. Тогда его переименовали в честь символа страны – птицы киви. Продажи выросли, и



сейчас мы все покупаем киви, а не китайский крыжовник.

**Улучшение чемодана.** Слово «чемодан» очень скучное и настраивает на прозаический лад. Можно дать более веселые названия:

«друг путешественника»;

«универсальноеместилище»;

«собиратель диковин».

Каждое название стимулирует полет фантазии. Можно создавать чемоданы только для сувениров, чемоданы, которые превращаются в шкаф, музыкальные чемоданы.

**Идея для стартапа.** Мы привыкли, что сайт – это нечто вроде журнала с текстом и иллюстрациями. Но если уйти от этого шаблона, то рождаются совершенно новые идеи. Например, существует сайт «пузырчатая упаковка». На вид это просто кусок полиэтиленовой упаковки с пузырьками, которые можно «лопать» мышкой.

## Прием «Самый-самый»

Хороший прием для снятия мысленных барьеров. Он состоит в том, что вы берете любое свойство и думаете, как сделать его «самым» лучшим.

Например, вы решили усовершенствовать часы. Можно подумать о том, как сделать:

самые точные часы;

самые легкие часы;

самые заметные часы;

самые прочные часы.

Такой подход исключает из рассмотрения привычные подходы к конструированию часов и заставляет мысль идти в другом направлении.

Например, задумавшись над увеличением скорости поездов, изобретатели столкнулись с ограничениями, которые накладывает сила трения. Поэтому стали искать другие способы движения. В результате самый быстрый поезд «Синкансэн» на магнитной подвеске установил в 2003 году рекорд скорости – 581 км/ч.

Изобретатель Джеймс Дайсон решил изобрести пылесос, который всасывает с невероятной скоростью. В 2010 году оборот компании Dyson составил более полутора миллиардов долларов.

Мы все привыкли к вендинговым автоматам, которые продают чипсы, шоколадки и газированную воду. Китайская компания Kandi Technologies предлагает самый большой в мире вендинговый автомат, который продает... автомобили. Точнее, не продает, а выдает в аренду. Чтобы взять

автомобиль напрокат, достаточно провести банковской карточкой по сенсору. С помощью автоматического подъемника автомобиль поднимается из гаража и доставляется покупателю.

Можно не только самому сделать что-то выдающееся, но и собрать информацию о самом-самом. В 1955 году по заказу ирландской пивоваренной компании Guinness была напечатана книга рекордов. Впоследствии этот проект превратился в самое масштабное ежегодное издание о выдающихся достижениях и природных явлениях. «Книга рекордов Гиннеса» издается более чем в ста странах мира на двух с лишним десятках языков.

**Улучшение чемодана.** Самые дорогие чемоданы в мире – это дорожный набор от фирмы Louis Vuitton общей стоимостью 600 000 долларов. Он включает:

- бронированный чемодан;
- кофр;
- четыре одинаковых плоских чемодана;
- коробку для шляп;
- дорожную сумку;
- футляр для драгоценностей.

**Идея для стартапа.** Здесь идей масса! Достаточно выбрать нишу и сделать сайт, на котором будут отображены самые выдающиеся люди, замечательные достижения, необычные рекорды.

Подбирать информацию для подобных сайтов легко:

- самые известные романы о...
- самые популярные фильмы о...
- самые лучшие места для...

Пока в Сети нет аналога «Книги рекордов Гиннеса», поэтому есть все шансы создать такой интернет-проект.

## **Прием «Исключить элемент»**

Если вы сейчас размышляете над улучшением какого-либо процесса, например, обслуживания клиента, то распишите подробно все шаги, из которых этот процесс состоит. А потом попробуйте к каждому из них по очереди задать вопрос: «Нужен ли этот шаг?»

Например, при анализе документа стоит посмотреть на число подписей для согласования и задать вопрос: «Что такого страшного может случиться, если пропустить это согласование?» Часто в бюрократических системах лишняя подпись нужна только для перестраховки. Никакого

смысла в ней нет.

Калифорнийская компания ChargeAll предлагает беспроводной зарядный киоск. Если вам нужно зарядить телефон, провод уже не понадобится. Достаточно положить устройство на зарядную панель. Особенно удобны такие киоски в кафе и ресторанах. Положил телефон, перекусил, а телефон в это время зарядился.

Хорошим примером использования приема «Исключить элемент» являются лоукостеры – бюджетные авиакомпании. Первой в мире бюджетной авиакомпанией стала Southwest Airlines. В 1971 году начались первые рейсы. На борту не было бесплатного питания, нельзя было забронировать места заранее, был только один класс комфорта. Для перевозок используется только один класс самолетов. Все это позволило снизить издержки, а следовательно, и цены на билеты. Уже с 1973 года компания стала получать прибыль. Позже лоукостеры появились во многих странах мира, а Southwest превратилась в одну из самых крупных авиакомпаний США. В 2010 году ее выручка достигла 12 миллиардов долларов.

**Улучшение чемодана.** Если мы думаем о чемодане, то возникает вопрос: а нужен ли он вообще? Отель может предложить клиенту взять в аренду все, что нужно для отдыха: одежду, обувь, кремы для загара и т. п. Турист может приехать на отдых без вещей и получить на месте все необходимое.

**Идея для стартапа.** На сайтах часто предлагают зарегистрироваться, заполнить профиль и совершить еще множество подобных шагов. Задайте вопрос: можно ли обойтись без этого?

Гай Кинг создал онлайн-сервис BugMeNot.com, который предоставляет логины и пароли для бесплатных сайтов.

## Прием «Минимализм»

Это вариант предыдущего приема, только доведенный до логического конца. Минимализм – это способность достигать цели самым эффективным способом. Наиболее важен минимализм в бизнесе. Обычно бизнес представляют так: большой офис, много сотрудников, секретарша, у подъезда стоит лимузин с водителем.

Но в современном мире для бизнеса ничего этого не нужно. Достаточно иметь компьютер, подключенный к Интернету. Работать можно и дома, и на даче. В последнее время получили популярность так называемые **коворкинги**. Коворкинг – это совместный офис, который

оснащен всей необходимой инфраструктурой: от рабочего стола до переговорной комнаты. Стоимость рабочего места в коворкинге намного ниже, чем аренда отдельного офиса.

Этот же подход можно распространить на все стороны бизнеса. Зачем покупать в собственность станки, автомобили, залы для совещаний, когда все это можно арендовать при необходимости?

С помощью этого приема можно пересмотреть все стороны жизни. Как правило, окружающая нас среда сильно перегружена. В основном наше жизненное пространство заполняет бесполезный хлам. Минимализм – это выбор максимально полезных инструментов и отказ от избыточности.

Применение минимализма в интерьере означает, что все мелкие предметы убираются, на виду остаются только крупные формы. В результате получаем максимум пространства, обилие света и воздуха.

Минимализм на рабочем столе – это избавление от всего, чем вы не пользуетесь, и соблюдение принципа «одна функция – один предмет». Не нужно иметь пять молотков, три фена и два пылесоса. Это сильно сокращает время на обслуживание вещей, ведь каждый предмет требует ухода за ним.

**Улучшение чемодана.** Если применить этот прием к чемодану, то от него останется только ручка. Точнее, ручка с ремнями. Вы собираете вещи в большой пакет и стягиваете его ремнями. Багаж готов. Взяли за ручку и понесли.

**Идея для стартапа.** Применительно к интернет-проектам этот прием выглядит как сверхлегкие сайты. Например, для поиска можно использовать [www.ua.ru](http://www.ua.ru) или [www.r0.ru](http://www.r0.ru) – упрощенные страницы «Яндекса» и «Рамблера». Они быстро загружаются и не содержат ничего лишнего. Также можно создавать простые сайты для решения строго одной задачи.

## **Прием «Еще и с бантиком»**

Этот прием – антипод предыдущего. Он состоит в том, что вы добавляете элемент, который по сути не нужен, но дает декоративный эффект.

Одним из ярких приемов в ландшафтном дизайне является устройство декоративного огорода. Для этого берутся растения, которые эффектно выглядят: декоративная капуста, перец, кабачки, кукуруза. В результате получается не только вкусный урожай, но и красивый огород.

Садовые дорожки можно украсить ярким гравием, а контуры клумбы – декоративным камнем.

Во французском замке Вилландри пошли еще дальше и сделали грядки в виде правильных геометрических фигур. Весь сад в целом представляет законченный геометрический орнамент.

Масса идей может появиться, если вы начнете рассматривать свою квартиру как основу для украшения. Положите на кровать декоративные подушки. Купите обои с необычным рисунком или украсьте стены цветными пластиковыми панелями. Выберите необычные светильники, облицовочные материалы, аксессуары.

Три молодых человека – Морган Ньюман, Джон Джефф и Георгий Аваллон – придумали... прозрачную краску. Казалось бы, зачем нужна прозрачная краска? Но если покрыть ею любую поверхность, то после высыхания на этой поверхности можно рисовать фломастерами, а потом стирать нарисованное. Изобретатели назвали свой проект IdeaPaint. Эту удивительную краску можно использовать в любом помещении: в детской спальне для развития творческих способностей ребенка, в детском саду для коллективного творчества детей, в учебном заведении, в офисе, в виде сменной декорации или при оформлении интерьеров. Идею ждал оглушительный успех. Заказы на необычную краску стали поступать пачками. Каждому покупателю хотелось превратить свое помещение в красивое и нарядное.

Точно так же можно подойти к обустройству рабочего пространства. Необычные элементы оформления создадут в офисе творческую атмосферу.

Подход «Еще и с бантиком» хорошо работает и при выборе новых направлений бизнеса. Вы берете обычный товар и думаете, как его украсить. Затем продаете комплект «стол дизайнера» или «стол художника».

Для любого товара можно попробовать представить праздничный вариант:

- праздничный торт;
- праздничный офис;
- праздничное путешествие.

Затраты на украшение невелики, а в результате есть шанс получить неплохую прибыль.

Крис Холмс, таможенник в лондонском аэропорту, параллельно с основной работой стал печь свадебные торты на заказ. Заказов стало так много, что Холмс решил уволиться с работы и заняться кондитерским бизнесом. Заявление об увольнении он написал... кремом на большом шоколадном торте.

**Улучшение чемодана.** Конечно же, для чемоданов эту идею применить легко. Можно предложить специально украшенные чемоданы для молодоженов, чемоданы яркой расцветки для поездки на праздник или чемоданы с наборами для проведения праздников – в них могут лежать фейерверки, забавные украшения, реквизит для проведения праздничной программы. Можно поступить и наоборот: предложить праздничный торт в виде чемодана.

**Идея для стартапа.** В году большое количество праздников: Новый год, Рождество, День влюбленных, 23 Февраля, 8 Марта... У каждого праздника свои особенности. Можно открывать сайты прямо с названиями этих праздников и предлагать там все, что нужно для конкретного события. Сайт, посвященный встрече Нового года, будет предлагать елки и Дедов Морозов, а сайт Дня влюбленных – валентинки.

## Прием «Кентавр»

Попробуйте соединить два любых объекта и посмотрите, что получится. Этот прием часто используется изобретателями. Из привычных вещей можно вспомнить молоток-гвоздодер.

Простота приема позволяет быстро комбинировать любые вещи:

- стул-грелка;
- стол-сундук;
- ручка-карандаш;
- очки-телефон.

Для туристов предлагается вешалка-сушилка. Все, что требуется, – это повесить на нее мокрую одежду и включить в розетку. Через некоторое время одежда высыхает.

Для создания приятной атмосферы в офисе создан органайзер, соединенный с аквариумом. Этот прибор позволяет не только держать в порядке все канцелярские принадлежности, но и давать отдых глазам.

Майк Миллер соединил в одном столовом приборе вилку и нож. Первый прототип он сделал из вилки с помощью точильного круга. Через 10 лет вилок-ножей Knork было продано на сумму более двух миллионов долларов.

Компания TravelTeq предлагает чемодан-стул. Это весьма удобно, если в зале ожидания нет свободных мест.

Автомобиль Toyota Prius имеет и двигатель внутреннего сгорания и электродвигатель. Токсичность выхлопа этого автомобиля на 90 % ниже, чем у обычных машин.

Существуют темные очки, соединенные с рацией. Это устройство очень удобно для группы велосипедистов. Очки защищают от яркого солнца, а рация помогает общаться с друзьями. Кроме того, рация дает возможность отставшему велосипедисту быстро найти группу.

Роджер Адамс додумался совместить обычные кроссовки с роликами. В результате реализации этой идеи его компания продала более 20 миллионов пар обуви и заработала более 50 миллионов долларов.

Перед использованием приема «Кентавр» рекомендуется составить таблицу: в первой строке напишите те товары или услуги, которые у вас сейчас есть, а в первом столбце – повседневные товары: телефон, кошелек, часы и т. п. Затем начинайте заполнять таблицу парами «строка – столбец». Если вы предлагаете товары для рыбалки, то у вас могут получиться такие пары:

- удочка-телефон;
- блесна-кошелек;
- поплавок-часы.

Какие-то пары не дадут никакой пищи для ума. Но другие сочетания способны стать весьма оригинальными идеями. Возьмем, например, «поплавок-часы». Представьте себе поплавок с секундомером, который будет показывать, сколько времени прошло с последней поклевки. Рыбак может поставить удочки и отлучиться, а вернувшись, увидеть, что несколько секунд назад был клев.

**Улучшение чемодана.** В случае с чемоданом вариантов множество:

- чемодан-стул;
- чемодан-стол;
- чемодан-часы.

**Идея для стартапа.** Для интернет-проектов – это объединение двух различных сервисов в одном:

- Фотохостинг – фоторедактор;
- Социальная сеть – таск-менеджер;
- Файлохранилище – корпоративный портал.

Обычно в стартапах начинают с одного сервиса, но как раз двойной сервис сразу дает проекту уникальность.

## **Прием «Полный набор»**

Это продолжение предыдущего приема, когда вы предлагаете все, что необходимо, в одном комплекте.

Есть популярный бренд модной одежды Next. В чем его особенность?

Один из основателей этой компании обратил внимание, что когда мужчина покупает костюм или брюки, у него возникает большая проблема с подбором галстука, рубашки или ботинок. Тогда бизнесмен подумал: «А что, если продавать костюмы вместе с рубашкой и галстуком и внизу поставить ботинки?» Тут же появилось название бренда – Next (одно из значений этого слова – «рядом»). Казалось бы, совершенно примитивная идея, но она привела к успеху. В данном случае продается обычная одежда, добавился только прием «Полный набор».

Вы можете использовать этот прием, предлагая различные наборы:

набор для тенниса;

набор для рыбака;

набор для жениха.

**Улучшение чемодана.** В случае с чемоданами очевидная идея – набор для путешественника. Уже сейчас продаются дорожные комплекты, в которые входят чемодан и сумка в едином оформлении, при этом сумку обычно можно крепить на ручку чемодана. А есть вариант расширить эту идею и подумать, что может пригодиться путешественнику: крем для обуви, щетка для чистки одежды, ножницы, нитки, набор иголок и т. д.

**Идея для стартапа.** Применение приема «Полный набор» можно видеть на крупных порталах. Например, компания Google предлагает набор Google Apps, который включает корпоративную почту, файловохранилище, общие календари, видеоконференции и многое другое.

## Прием «Использовать тело»

Этот прием основан на том, что когда человек чем-то пользуется, всегда можно использовать его тело как ресурс. Например, экран смартфона разблокируется, если приложить палец.

Американская компания Bionic разработала переносные аккумуляторы, которые подзаряжаются во время ходьбы. За один час прогулки система может подзарядить четыре мобильных телефона.

Ткань, разработанная в университете Wake Forest, превращает разницу в температуре разных частей одежды в электричество. Одежда из этой ткани может служить источником энергии для мобильных электронных устройств. Надел майку – и MP3-плеер будет всегда заряжен.

Финская компания Myontec разработала нижнее белье для спортсменов. Оно снабжено датчиками, контролирующими работу ягодичных мышц. Данные передаются на компьютер, который выдает рекомендации по проведению тренировок.



Команда голландских и итальянских ученых выяснила, что движение, которым человек подносит телефон к уху, уникально. Каждый человек делает это с определенной скоростью и под определенным углом. Эта информация позволяет разработать универсальный пароль: телефон разблокируется только тогда, когда его к уху поднесет хозяин.

В США предлагается ручная скакалка PULS, которая может заряжать гаджеты. С этой скакалкой сначала интенсивно делает зарядку хозяин, а потом – его мобильный телефон.

«Умный» чехол для матраса Luna контролирует сон и может управлять системой отопления. Чехол содержит датчики измерения температуры тела и, если она поднимается слишком сильно, дает задание системе климат-контроля снизить температуру в комнате.

Компания Opel работает над системой отслеживания взгляда водителя, позволяющей управлять фарами. Свет фар будут направляться туда, куда смотрит водитель. В военной области есть схожие технологии, которые позволяют наводить орудия самолета по траектории взгляда пилота.

Компания Mitsubishi предлагает дверные ручки со встроенными датчиками температуры тела и частоты сердечных сокращений. Ручки связаны с компьютером, который на основании полученной информации способен быстро оценить физическое состояние человека. Достаточно зайти в дом, чтобы компьютер уже выдал предупреждение о неполадках со здоровьем. На ручке холодильника также имеются датчики – собранная с них информация позволяет дать рекомендации по выбору блюд и даже рецепты их приготовления.

**Улучшение чемодана.** Чемоданы серии The BioCase Collection открываются только отпечатком пальца владельца. Чтобы чемоданом могла пользоваться вся семья, в его память можно добавить до восьми различных отпечатков.

**Идея для стартапа.** Что касается стартапов, то соединение уже привычных электронных технологий с датчиками, которые могут реагировать на человеческое тело, открывает прекрасные перспективы. Одной из подобных технологий будущего является разработанная компанией Ericsson технология Connected Me, позволяющая обмениваться информацией. С ее помощью можно напечатать файл, просто прикоснувшись рукой к принтеру, а два человека, обмениваясь рукопожатием, одновременно передают друг другу электронные визитки.

**Прием «Известный персонаж»**

Этот прием состоит в том, что мы берем известного эксперта в нужной нам области, например Альберта Эйнштейна, задаем вопрос: «Как бы он думал в этой ситуации?» – и начинаем сразу записывать все, что приходит в голову. Соответственно, если нам нужен бизнесмен, можно взять Генри Форда или Дональда Трампа. Если нужен писатель – подойдет Стивен Кинг или Лев Николаевич Толстой, нужен изобретатель – Томас Эдисон или Леонардо да Винчи и т. д. С этим персонажем вы начинаете смотреть на эту же самую проблему, но уже другими глазами.

Для эффективного применения этого приема рекомендуется регулярно читать биографии великих людей, а особенно их мемуары.

Очень интересны в этой связи опыты врача-психотерапевта Владимира Леонидовича Райкова. Он исследовал, как меняются творческие способности человека под гипнозом. Эксперименты показали, что если испытуемому дать команду «рисуйте как можно лучше», то его способности к рисованию не меняются. Но если дать команду «вы – художник Репин!», качество рисунков резко возрастает.

В одном эксперименте участвовал гроссмейстер Михаил Таль. Испытуемый сначала сыграл в шахматы с гроссмейстером, чтобы тот оценил уровень игры этого человека. Затем испытуемого погрузили в гипнотический сон, внушив ему, что он – известный американский шахматист Пол Морфи. В этом состоянии он опять сыграл с гроссмейстером. По заключению Михаила Таля, уровень игры вырос на два разряда.

Конечно, гипноз – это слишком сильный прием, для которого требуются определенные условия, но здесь интересен сам принцип: человек не может просто так думать эффективнее, но может это делать «в образе». Это значит, что люди, как правило, сильно себя ограничивают, считая обычными людьми.

**Улучшение чемодана.** Возьмем чемодан и применим данный прием.

Альберт Эйнштейн. Сразу приходит в голову чемодан с набором физических приборов. Удобно для выездных экспериментов.

Генри Форд. Чемодан в качестве транспортного средства. Такая идея уже реализована – китаец Хи Лианкай изобрел чемодан-скутер, на котором можно ездить по городу.

Стивен Кинг. Можно сделать чемодан с набором реквизита для игры в комнату ужасов.

**Идея для стартапа.**

Дональд Трамп. Сервис для начинающих предпринимателей, где собрана вся необходимая информация для создания своего бизнеса.

Лев Толстой. Сайт для начинающих писателей.

Леонардо да Винчи. Сайт для начинающих изобретателей.

## Прием «Взгляд со стороны предмета»

Прием выглядит так: вы берете некий предмет, например мобильный телефон. Затем формулируете свою проблему и задаете себе вопрос: как могут быть связаны мобильный телефон и эта проблема? Как вы понимаете, мобильный телефон – это устройство широкого спектра действия, и всегда можно придумать какую-то связь между ним и той проблемой, которую вы решаете.

Возьмем проблему доставки еды в офис или на дом. Очевидная связь в том, что доставку можно заказать по телефону. Но можно продолжить идею и доставлять еду куда угодно – например, заказчику, который застрял в автомобильной пробке.

Или проблема в том, чтобы извлечь ржавый гвоздь. Мобильным телефоном этого не сделаешь – легко повредить хрупкий аппарат. Но можно придумать металлический футляр для мобильного телефона, снабженный устройством для извлечения гвоздей.

Усложним задачу и возьмем специализированные предметы: воронку, степлер, флипчарт. И опять зададим вопрос: как это связано с проблемой, которую я сейчас обдумываю?

## Улучшение чемодана

Мобильный телефон и чемодан. Тут появляется достаточно очевидная идея снабдить чемодан GPS-маячком и отслеживать его местонахождение на своем смартфоне. Еще один вариант – дистанционный замок: чтобы открыть чемодан, нужно ввести со смартфона код.

Воронка и чемодан. Воронка нужна для переливания жидкостей, поэтому приходит в голову идея чемодана для жидкостей – нечто вроде канистры на колесиках и с ручкой.

Флипчарт и чемодан. Флипчарт нужен для демонстрации надписей и рисунков в аудитории. Для деловых людей удобно было бы иметь чемодан, одна из стенок которого подходит для нанесения и стирания надписей. Тогда они могли бы делать презентацию своих товаров прямо в дороге.

Как видите, прием очень прост и при этом позволяет породить практически неограниченное число вариантов.

**Идея для стартапа.** На любом сайте можно размещать материалы о

нестандартном применении обычных предметов. Это привлечет посетителей и поможет продать ваши товары другой целевой аудитории.

## Прием «Органы чувств»

Этот прием позволяет оценить задачу с помощью разных органов чувств:

зрение;  
слух;  
вкус;  
осязание;  
обоняние.

Суть приема в том, что вы ставите вопросы «от имени» органов чувств:

Как это выглядит? Можно ли сделать ярче, заметнее, красочнее?

Какие звуки издает? Можно ли их убрать или использовать как сигнал?

Каково это на вкус? Можно ли использовать разные вкусы?

Каково оно на ощупь? Можно ли сделать удобнее, легче, мягче?

Как оно пахнет? Какие ароматы можно поменять?

Посмотрим, например, какими могут быть ответы для мобильного телефона.

**Зрение.** Сделать мобильный телефон светящимся, чтобы легче было найти его в темноте.

**Слух.** Увеличить громкость настолько, чтобы можно было использовать как мегафон.

**Вкус.** Сделать съедобный телефон. Если нельзя съесть его целиком, добавить съедобную часть – шоколадный чехол.

**Осязание.** Сделать изменяемую текстуру корпуса. Во время звонка от близкого человека телефон на ощупь становится мягче. Звонок от начальника – телефон становится жестким.

**Обоняние.** Во время звонка телефон начинает источать разные запахи.

Этот прием не так прост – срабатывает психологическая инерция, но именно поэтому его и стоит применять.

**Улучшение чемодана.** Берем чемодан и начинаем применять прием.

**Зрение.** Сделать одну стенку чемодана экраном, чтобы можно было смотреть фильмы.

**Слух.** Добавить в чемодан динамики и использовать в качестве

усилителя.

*Вкус.* Сделать чемодан-холодильник. Путешественник всегда будет иметь возможность выпить холодного кваса.

*Осязание.* Сделать одну из стенок мягкой, как подушка. Можно будет вздремнуть в зале ожидания, подложив чемодан под голову.

*Обоняние.* Для защиты от злоумышленников добавить в чемодан источник неприятного запаха. Вор решит, что в чемодане что-то испортилось, и не станет его брать.

**Идея для стартапа.** Непосредственно для стартапов этот прием не очень подходит, так как контактировать с сайтом напрямую пока еще невозможно. Но вот применительно к гаджетам есть где разгуляться!

*Зрение.* Очки Google Glass – это гарнитура, которая включает и камеру, и дисплей. Поэтому может записывать все, что видит владелец, а также выводить на экран различную информацию. Существует масса разновидностей подобных очков. Например, компания Oakley предлагает очки Airwave для лыжников и сноубордистов. Эти очки имеют встроенный дисплей, предоставляющий полную информацию о местонахождении.

*Слух.* Китайский инженер Сяо-бин создал электронные беруши Kill Noise. Их особенность в умении пропускать звуки определенной частоты. Поэтому хозяин устройства может отрегулировать его так, чтобы слышать только человеческий голос.

*Вкус.* Этаи Гранит предложил идею гаджета BitBite, который контролирует пищевые привычки хозяина. Гаджет крепится к уху и отслеживает укусы и глотки. Впоследствии на основе собранных данных можно сделать выводы о пищевом поведении и дать рекомендации людям, страдающим лишним весом.

Гаджет TellSpec необходимо направить на еду, и через несколько секунд на экране вашего смартфона появится подробное описание состава и питательных свойств продукта, который вы собираетесь съесть.

*Осязание.* Исследователи отделения промышленного дизайна Национального университета Сингапура представили устройство, получившее название Roly Poly. Внешне оно напоминает яйцо и служит для эмоциональной связи двух людей, находящихся далеко друг от друга. В комплект входит два «яйца». Принцип работы прост: при прикосновении к одному Roly Poly второй гаджет начинает раскачиваться, показывая, что один человек думает о другом.

*Обоняние.* Гаджет PERES, который прозвали «электронным носом», умеет сканировать мясо и определять, подходит ли оно для приготовления пищи. Достаточно поднести устройство к куску мяса и нажать кнопку.

Исследовательская группа Foundry предложила подключаемый к компьютеру гаджет Olly, представляющий собой своего рода «раздатчик ароматов». Разработанная ими технология позволяет кодировать интернет-сообщения запахами. Иначе говоря, как только на компьютер приходит сообщение: обновление RSS-подписки, электронное письмо, приватное сообщение с Твиттера, Фейсбука или форума, – Olly начинает источать определенный запах. Так что пользователь может заранее «унюхать», что именно ему пришло.

### **Прием «Подсмотри у природы»**

Как следует из названия, используя этот прием, вы смотрите, как решается ваша задача в живой природе. Существует целая наука бионика, которая занимается изучением принципов организации природных объектов. Природные решения отличаются простотой и экономией ресурсов.

Известный путешественник Жак-Ив Кусто наблюдал за жучком, который при погружении в воду брал с собой пузырек воздуха. Природная идея дала толчок творческой мысли, и в результате был изобретен акваланг.

На Всемирной выставке в Париже инженер Александр Эйфель представил башню, которая поразила всех красотой форм и впоследствии стала символом города. Интересно, что конструкция Эйфелевой башни в точности повторяет конструкцию большой берцовой кости, на которую ложится основной вес тела.

Английский инженер Сэмюэль Браун размышлял о том, как построить мост через реку Твид. Прогуливаясь по своему саду, он обратил внимание на паутину. В ту же минуту ему пришла мысль о висячем мосте на железных цепях.

Инженер и изобретатель Александр Михайлович Игнатъев играл на даче с котенком. Котенок царапнул Игнатъева, и тот задумался: а почему когти животных всегда остры? Анализ строения когтей привел изобретателя к открытию. Оказывается, когти состоят из твердой основы и более мягких окружающих слоев, что позволяет им всегда быть острыми. Идея получила воплощение в самозатачивающихся резцах.

**Улучшение чемодана.** Применительно к чемодану можно обратить внимание на сумку кенгуру и сделать подобный аксессуар.

**Идея для стартапа.** Стартапы с применением этого приема делать пока нельзя, но можно делать гаджеты. Изобретатель из Сан-Франциско Кэхи Сеймур предложил механическую обувь Bionic Boots, позволяющую

без значительных усилий достигать скорости 40 км/ч. В основе изобретения лежит строение ноги страуса. Известно, что страусы могут развивать скорость до 70 км/ч. Им помогает строение ноги, которое способствует накоплению энергии в момент касания земли. В отличие от страуса человек при контакте с землей теряет практически всю энергию. Ботинки Vionic Boots с помощью пружин сохраняют энергию приземления и потом отталкивают ногу от земли. В результате энергия не только сохраняется, но и добавляется. Это позволяет быстро бегать даже обычным людям, не спортсменам.

### **Прием «Сделать для животных»**

Суть приема в том, что вы берете любой товар или услугу для людей, а потом придумываете точно такой же, но для животных. Еще недавно это казалось бредом, но сейчас появилась целая индустрия товаров для домашних животных.

Если зайти в интернет-магазин для собак, мы увидим консервы, игрушки, пленки, шампуни, лежаки, переноски, туалеты. Существуют парикмахерские для собак, гостиницы для собак. С каждым годом появляются все более экзотические товары. Есть собачьи зонтики, рюкзаки, ванны, беговые дорожки.

Американцы Кен и Рони ди Луло заметили, что их собака щурится на солнце. Тогда они разработали солнцезащитные очки Doggles для собак. Несмотря на то что очки были внесены в список самых бесполезных изобретений, квалифицированные ветеринары рекомендовали их всем собаководам. А партия таких очков даже была отправлена в Ирак для защиты глаз армейских собак от песчаных бурь. Сегодня годовой доход Doggles составляет три миллиона долларов. Это одна из крупнейших компаний, торгующих аксессуарами для собак. Так что даже если окружающие посмеются над вашей идеей, вы все равно сможете неплохо на ней заработать.

Есть простой способ придумывать подобные идеи. Открываете список услуг и дальше добавляете слово «анималист»:

фотограф – фотограф-анималист;

художник – художник-анималист;

дизайнер – дизайнер-анималист.

Подобные профессии широко входят в наш быт и становятся весьма популярными.

Карлотта Леннокс решила открыть вендинговый бизнес для собак. В

2005 году в парке Далласа она установила первый автомат по продаже собачьей одежды, корма и аксессуаров. Чтобы привлечь посетителей, Карлотта оформила автомат в виде большой собачей будки. Уже через два года оборот ее компании превысил 100 000 долларов.

**Улучшение чемодана.** Конечно же, существуют чемоданы для перевозки собак. Они обычно стоят на четырех колесах, чтобы хозяину было удобно их перемещать, и снабжены окошком-сеткой, чтобы собаке не было скучно.

**Идея для стартапа.** Для стартапов в этом направлении тоже открывается широкое поле идей. Можно делать сайты, посвященные разным аспектам жизни животных: кормлению, тренировкам, лечению, развлечениям и т. д.

## Прием «Статья в журнале»

Вы открываете журнал, читаете статью и откладываете журнал в сторону.

Затем кратко записываете содержание того, что вы прочитали, и задаете себе вопрос: «Как эта новость связана с моей предметной областью?»

Желательно брать журнал по близкой тематике, но не обязательно. Чем дальше выбранный журнал от вашей темы, тем больше креатива.

На первый взгляд может показаться, что никакой связи нет. Но в этом и состоит суть приема – найти то, что объединяет. В момент поиска связи вы как раз и начинаете получать оригинальные идеи.

Для примера я возьму статью, в которой рассказывается о графене. Графен – это самый тонкий материал, известный человечеству, в миллион раз тоньше бумаги. Его толщина всего один атом. Интерес к графену растет с каждым годом, потому что он обладает необычными свойствами: высокая механическая прочность, электро- и теплопроводность, непроницаемость для газов, прозрачность.

Одно из применений графена – создание гибких аккумуляторов.

**Улучшение чемодана.** Попробуем применить графен к улучшению чемодана. Можно сделать чемодан из графена, но это слишком дорого. Правда, это сейчас дорого, а как только графен начнут производить в промышленных количествах, он, скорее всего, будет стоить намного дешевле. Пока что можно добавить в чемодан графеновые аккумуляторы, чтобы всегда иметь возможность подзарядить мобильный телефон.

**Идея для стартапа.** Пока что в области стартапов можно придумать



только информационные сайты, где будут размещаться новости о применениях графена. Но технологии развиваются быстро, и, возможно, скоро мы услышим о самых разных товарах, в которых используется графен.

## Прием «Случайная картинка»

Этот прием – разновидность предыдущего. Сначала возьмите картинку, связанную с задачей, над которой вы сейчас работаете. Это может быть дизайн сайта, фото нового образца продукции, фото комнаты, для которой нужно сменить обстановку.

После этого откройте любой гляцевый журнал или проведите поиск картинок в Интернете. Выберите случайную картинку, распечатайте ее и поставьте рядом с первой или соедините их в графической программе.

Мне попала случайная картинка, на которой пловец ныряет в воду.

**Улучшение чемодана.** Сразу пришли в голову следующие идеи:

- водонепроницаемый чемодан;
- чемодан для аквалангистов;
- чемодан со спасательным жилетом;
- чемодан со встроенным феном.

Интересно, что сначала идеи пошли в сторону воды. Но потом я заметил, что на фото присутствует удочка, и сразу появились другие идеи:

- чемодан рыбака;
- чемодан для улова;
- чемодан-лодка.

Внимательно разглядывая картинку, можно придумать много интересного.

**Идея для стартапа.** Тут возникли следующие идеи:

- сайт для обучения плаванию;
- сайт с описанием лучших пляжей;
- интернет-магазин аксессуаров для пловцов.

И то же самое для рыбаков:

- сайт для обучения рыбалке;
- сайт с описанием лучших мест для рыбалки;
- интернет-магазин принадлежностей для рыбалки.

Прием можно усилить, если взять несколько случайных картинок и объединить их вместе.

## Прием «Не отходя от...»

Суть приема в том, что некоторая услуга оказывается не в специальном месте: магазине или банке, а прямо там, где находится человек. Например, одной из востребованных услуг является кейтеринг – доставка пищи на рабочее место. Постепенно услуги кейтеринга стали распространяться на все ситуации, где человек может оказаться: пикник, свадьба, выпускной вечер, выставки, презентации.

Вы можете развить эту идею и предлагать на рабочем месте что угодно: фитнес, йогу, фокусы, обучение танцам, массаж, маникюр, – вообще все услуги, в которых люди нуждаются.

Компания SpyLight предложила интересную идею: ее клиенты могут заказать ту одежду, которую носят герои любимых сериалов, не вставая с дивана. Достаточно загрузить специальное приложение на смартфон и навести камеру на экран телевизора во время демонстрации очередной серии. Программа распознает сериал и актера и выдаст название бренда и модели одежды, которая на нем надета, после чего появляется возможность сделать заказ. Для реализации этого проекта компания работает со студиями, получая от них точную информацию о брендах и моделях одежды актеров. Причем вещи можно заказать сразу же, как только очередная серия выходит на экран.

Поисковые системы также демонстрируют примеры реализации этого приема. Мало кто знает, что в адресной строке поисковой системы Google можно произвести арифметические вычисления, конвертировать валюты и узнать текущее время в любом городе мира.

Мы привыкли к тому, что на вокзалах и в аэропортах есть камеры хранения. Но американский предприниматель Брэд Хьюз обратил внимание, что миллионам людей, которые каждый день ездят на работу и обратно на машине, тоже могут понадобиться услуги камер хранения. Поэтому он решил разместить автоматические камеры хранения на обочинах автомагистралей. Эта идея принесла своему создателю более пяти миллиардов долларов.

**Улучшение чемодана.** Здесь можно пойти в двух направлениях. С одной стороны, мы можем добавить чемодану дополнительные функции исходя из того, что может потребоваться в дороге, и сделать из него, например, мобильный офис.

С другой стороны, мы можем сделать из чемодана шкафчик для обычного офиса. В этом случае бухгалтер или юрист будет хранить всю документацию по клиентам в особых шкафчиках. Когда возникает

необходимость ехать к клиенту, специалист подходит к шкафчику, закрывает его, и шкафчик превращается в чемодан. Все нужные бумаги с собой!

**Идея для стартапа.** На любой сайт можно добавлять так называемые виджеты – информационные блоки, располагая их в любом разделе по выбору. Виджеты помогают сделать страницу удобной для использования: вся необходимая информация собирается в одном месте.

Очень популярны различные сервисы, доступные пользователю и на настольных компьютерах, и на смартфонах. В этом случае можно начать какую-либо работу, сидя за офисным компьютером, а продолжить ее в вагоне поезда на планшете.

Интересную идею предложили создатели сайта [www.rei1440project.com](http://www.rei1440project.com). Это фотохостинг, который каждую минуту показывает, где находятся участники проекта. Девиз сайта: «Празднуя каждую минуту снаружи». Не отходя от компьютера, вы можете каждую минуту видеть фотографию из другого места планеты.

## **Прием «Экстремальная ситуация»**

Представьте, что задача, которую вам нужно решить, возникла на фоне экстремальной ситуации: пожара, наводнения, схода лавины. Что вы будете делать в этом случае?

Например, для спасения людей во время пожара была изобретена специальная веревка из полимерного материала. Она выдерживает нагрев до 400 градусов.

Лондонская архитектурная фирма Carl Turner Architects очень остроумно подошла к проблеме стихийных бедствий. Она предложила для защиты от наводнений использовать плавучие дома, установленные на прорезиненных поддонах. Как только уровень воды повышается, дом сам всплывает.

Английская компания STORM выпустила на рынок часы Navigator, предназначенные для эстремалов. Они сделаны из единого куска железа и укомплектованы также компасом и термометром.

В дальнем походе зарядка мобильных устройств становится большой проблемой. Компактное устройство FlameStower решает эту задачу за счет генерации энергии от пламени костра или горелки. Вы готовите ужин и одновременно подзаряжаете свой телефон – очень удобно!

Прием «Экстремальная ситуация» также хорош при создании креативной рекламы. Экстремальная ситуация хорошо привлекает

внимание зрителя. В одном рекламном ролике водитель, перед которым на дороге появились утята, нажал на педаль тормоза, но тормоза отказали. Тогда он открыл дверь и остановил автомобиль, упираясь ногой в асфальт. Это была реклама обуви.

Американский предприниматель Ник Вудман обратил внимание на то, что в экстремальных видах спорта, в частности в серфинге, практически невозможно сделать хорошие фотографии. В течение четырех лет он экспериментировал с различными камерами, пока наконец не разработал камеру для экстремалов, которая получила название GoPro. Камеру ждал ошеломительный успех. С 2004 года доход компании от продаж ежегодно удваивался. В 2012 году компания Ника Вудмана была оценена в два миллиарда долларов.

**Улучшение чемодана.** Сразу приходит в голову идея аварийного чемоданчика, где собрано все, что необходимо в экстремальной ситуации. А еще – чемодан-палатка или чемодан-огнетушитель.

**Идея для стартапа.** Можно сделать «тревожный сайт», на котором будет размещена карта с указанием адресов различных спасательных служб и краткие памятки по поведению в аварийной ситуации.

## **Прием «Защита от исполнителя»**

Этот прием весьма полезен при построении надежных процессов и стабильных бизнесов. Вы берете некий процесс и задаете себе вопрос: «Как защититься от ошибки исполнителя?»

Прием также часто применяется в целях обеспечения техники безопасности. Например, если необходимо защититься от травмы рук во время работы станка, используют включение станка с помощью двух рукояток, которые нужно повернуть одновременно. В этом случае мы гарантируем, что рабочий не протянет случайно руку, чтобы поправить заготовку на работающем станке.

Существуют три уровня защиты от ошибок исполнителя:

- чек-лист;
- устройство контроля;
- автоматизация.

Самый простой способ защиты состоит в подготовке чек-листа процесса, в котором пошагово расписано, что и как нужно проверить. Этот прием часто используется в авиации, где цена ошибки очень высока.

Следующий уровень защиты – это специальное устройство, сделанное с учетом того, что человек может совершить ошибку, и защищающее от ее

последствий. Ванны оборудованы отверстиями перелива, страхующими от забывчивости человека, открывшего кран. Многие станки имеют датчики, которые предупреждают, что деталь установлена неправильно. Автомобиль подает звуковой сигнал, если водитель открыл дверь, но оставил ключ в замке зажигания. Во время регистрации данных в программе форма не будет принята, если неверен формат телефона или адреса электронной почты.

На третьем уровне процесс идет полностью автоматически, человек только запускает его. Обычный чайник на газовой плите можно выкипеть, если человек забудет выключить газ. Электрический чайник достаточно только включить – он сам выключится, когда вода закипит.

**Улучшение чемодана.** Попробуем защититься от забывчивости владельца чемодана. Снабдим крышку мощной пружиной и запираемым замком. В этом случае чемодан будет закрываться и защелкиваться сам. Или добавим в замок электронный таймер, который будет устанавливать код через некоторое время после того, как мы оставили чемодан в покое.

На крышке чемодана с обратной стороны можно прикрепить фото предметов, которые в нем должны находиться. Это позволит ничего не забыть при сборе вещей.

**Идея для стартапа.** Можно сделать сайт с набором чек-листов на все случаи жизни: подготовка к путешествию, генеральная уборка, диагностика машины и т. д. Другой вариант – сайт, который будет напоминать о том, что нужно сделать.

## Прием «Прошлое и будущее»

Вы смотрите на проблему, в которой сейчас работаете, и задаете себе вопрос: как бы эта проблема решалась в прошлом – например, в XX или в XIX веке? Зная уровень материального развития тех времен, вы понимаете, что сильно ограничены в выборе ресурсов, поэтому сразу появляются совершенно другие идеи. А можно заглянуть в будущее: как эта проблема будет решаться в XXII веке? Тоже очень интересно.

Для усиления эффекта попробуйте выбрать еще и страну: Древний Египет или самурайскую Японию. Как проблема решалась бы в этих культурах? Представьте: сидят индейцы с томагавками у костра, и вождь говорит: «Вы знаете, у нас такая проблема...» Что бы предложили эти индейцы?

Можно использовать идею и с другой стороны: предложить клиентам информацию о прошлом и будущем некоторой темы. Проект

PIVOTtheWorld позволяет увидеть, как раньше выглядели города. Для этого достаточно навести смартфон на какой-либо исторический объект – после чего можно листать картинки, показывающие, как выглядел этот объект в прошлом.

Такой прием особенно важен в случае с технологиями, которые стремительно меняются: Интернет, телефон, компьютеры.

**Улучшение чемодана.** В прошлом путешественники нанимали носильщиков. Так возникает идея службы доставки чемоданов. Вы выходите из дома, вас встречает такси, везет вас к самолету, а потом водитель сдает ваш чемодан в багаж. По прибытии эта же служба доставляет багаж в ваш отель. Таким образом, вы в путешествии вообще не притрагиваетесь к чемодану.

В будущем вы можете идти по улице, а за вами будет лететь дрон, который тащит ваш чемодан по воздуху. Появляется идея летающего чемодана.

**Идея для стартапа.** Еще несколько лет назад компьютерная сеть предприятия включала центральный сервер, который находился в корпоративном дата-центре, и персональные компьютеры сотрудников на их рабочих местах.

Сейчас корпоративные данные находятся на веб-сервере, и сотрудники могут работать со своих ноутбуков и планшетов откуда угодно. В ближайшем будущем все корпоративные данные переместятся в облачные сервисы, а сотрудники будут получать к ним доступ с любых мобильных устройств, включая электронные очки Google Glass.

Поэтому можно уже сейчас заниматься технологиями, позволяющими иметь единый вход с любых устройств в базу корпоративных данных.

## **Прием «Профессия»**

Представьте, как бы решал вашу задачу представитель другой профессии – например, слесарь, врач, юрист или исследователь морского дна? Как бы он подошел к решению?

В названии многих товаров присутствует название профессии:

часы «Командирские»;

консервы «Завтрак туриста»;

палатка «Рыбак».

Составьте таблицу, указав по горизонтали названия ваших товаров или услуг, а по вертикали – название профессий. Начните заполнять таблицу и ищите сочетания, которые разбудят вашу фантазию.

**Улучшение чемодана.** С чемоданом этот прием получается легко. Достаточно добавить профессию, а потом подумать, что там может лежать.

	<b>Слесарь</b>	<b>Торговый агент</b>	<b>Журналист</b>	<b>Стилист</b>
<i>Чемодан</i>	<i>Инструменты</i>	<i>Ноутбук и проектор</i>	<i>Камера и диктофон</i>	<i>Расчески, щипцы, фены, заколки, держатели</i>

**Идея для стартапа.** Придумать сайт несколько сложнее. Для этого нужно понять, как Интернет может помочь в данной профессии.

	<b>Слесарь</b>	<b>Торговый агент</b>	<b>Журналист</b>	<b>Стилист</b>
<i>Информационный сайт</i>	<i>Набор приемов для работы</i>	<i>Списки компаний с адресами</i>	<i>Списки известных людей</i>	<i>Образцы причесок</i>

### **Прием «Двойное использование»**

Этот прием основан на том факте, что каждый предмет можно использовать для самых разных целей.

Например, существуют жалюзи с солнечными батареями. Днем они аккумулируют солнечную энергию и затеняют помещение, а ночью освещают его с помощью светодиодов.

Профессор Дэвид Эдвардс изобрел упаковку, которую можно есть. Упаковка WikiCells состоит из натуральных пищевых мембран и может использоваться для хранения твердых и жидких продуктов.

Компания Technogym предлагает кресло-мяч Wellness Ball, которое может использоваться и как кресло для рабочего места, и как мяч для тренировок. При этом сами упражнения совершенно незаметны – просто человеку приходится напрягать мышцы, чтобы сохранить равновесие.

Существуют темные очки, одновременно предназначенные для обзора того, что происходит сзади. Для этого в углах линз есть особое рефлексивное покрытие, которое превращает очки в зеркало заднего вида.

**Улучшение чемодана.** В случае с чемоданом в голову сразу приходит идея двойного дна. Сверху обычные вещи, а второе дно – для профессиональных инструментов или оборудования.

**Идея для стартапа.** Здесь можно комбинировать самые разные виды

сайтов. Например, на сайте можно продавать мебель и в то же время дать возможность спроектировать планировку комнаты с этой мебелью.

Или, с одной стороны, сайт может содержать инструкции для автомобилистов по уходу за автомобилем, а с другой – давать возможность заказать подобную услугу в ближайшем автосервисе.

### **Прием «Для пар»**

Этот прием основан на том простом факте, что чаще всего люди живут вдвоем. Суть приема в том, чтобы взять любой предмет или услугу и придумать вариант для пары.

Одной из подобных идей является будильник для пар Wake, предложенный американской компанией Lucera Labs. Он решает следующую проблему: нередко супругам нужно вставать в разное время, но звонок будильника будит обоих. Будильник Wake предназначен для раздельного пробуждения спящих в одной постели. Устройство посылает сфокусированное ультразвуковое излучение в сторону того человека, которого требуется разбудить.

**Улучшение чемодана.** Комплекты чемоданов для пар известны давно. Когда жена складывает свои вещи отдельно, а муж отдельно, это помогает избежать путаницы, ускоряет процесс поиска вещей.

**Идея для стартапа.** Самый простой способ реализации этой идеи – создать сайт, где собраны все вещи и услуги, предназначенные для пар.

### **Прием «Неограниченный бюджет»**

Как бы решалась ваша задача, если бы на ее решение вам дали миллион долларов? Или миллиард долларов? Или триллион долларов?

Этот прием хорошо раскрепощает мышление.

**Улучшение чемодана.** При неограниченном бюджете чемодан вообще не нужен. Все необходимое можно купить на месте. Отсюда идея – вместо чемоданов организовать при отелях сеть магазинчиков «Для туриста» и продавать там все, что может понадобиться путешественнику.

**Идея для стартапа.** Видимо, самый простой способ продать что угодно – это дать рекламу вообще везде: телевидение, радио, Интернет, уличные щиты. Но можно применить еще более сильный прием: дать рекламу на любой одежде. Отсюда идея – услуга печати рекламы на футболках. Заказчики присылают рекламный модуль и получают футболки



с изображением. Они могут бесплатно раздавать эти футболки на выставках и обеспечивать себе ходячую рекламу.

### **Прием «Бесплатные ресурсы»**

Этот прием противоположен предыдущему: представьте себе, что при решении вашей задачи вы должны пользоваться только бесплатными ресурсами: вода, песок, деревья, – словом, то, что можно взять в природе.

**Улучшение чемодана.** Получаются разные экзотические чемоданы: из камыша или из бамбука. Впрочем, это хорошие сувениры.

**Идея для стартапа.** Это самые разные сайты, посвященные выживанию, где даются советы, как выжить в дикой природе.

### **Прием «Предложи бесплатно»**

Еще одна вариация предыдущего приема, но с обратным подходом: вы бесплатно предлагаете своим клиентам какой-то товар или услугу.

Этот прием часто используется в такой форме: сначала вы предлагаете что-то получить у вас бесплатно. За это вы получаете контакт клиента и уже можете выслать ему рекламное описание своих товаров и услуг. Итак, сначала вы даете рекламу, в которой обещаете нечто бесплатное. Например:

- буклет с обзором товаров и услуг;
- анализ проблемы клиента – например, бесплатный анализ сайта или диагностику автомобиля;
- интересную техническую информацию;
- полезные советы, например: «12 способов сэкономить на...» – и дальше укажите ваше оборудование;
- разбор реальной ситуации, так называемый кейс, когда человек, столкнувшийся с некой проблемой, решил ее с помощью вашего товара.

Стоит лишь учесть, что собственные затраты на эту бесплатность нужно постараться свести к минимуму.

Например, если вы отправляете бесплатный доклад на какую-то интересную тему, настройте вашу рассылку так, чтобы когда человек подписывается на рассылку, он первым же письмом автоматически получал бесплатный доклад.

То есть вы не тратите лишнего времени и вообще не совершаете лишних действий – один раз настроили систему и получили контакт в базу, а человек получил бесплатный доклад, причем все произошло автоматически, без вашего дальнейшего участия.

То же самое относится, например, к анализу сайта. Вы создаете

быструю методику, ваш сотрудник делает 10-минутный экспресс-анализ и высылает клиенту. Затраты минимальные. Принципа минимальных затрат нужно придерживаться в каждом таком случае.

**Улучшение чемодана.** Для увеличения продаж чемоданов можно добавить услугу «доставка бесплатно».

**Идея для стартапа.** Создание сервисов-автореспондеров. Это почтовые сервисы, которые могут выслать клиенту серию писем сразу после подписки.

## Прием «Мгновенное решение»

Мы привыкаем к тому, что многие процессы нашей жизни имеют определенную продолжительность, и спокойно ждем, пока наш автомобиль заправляют бензином или пока на принтере печатается большой документ. А если поставить вопрос: «Можно ли это сделать мгновенно?» К примеру, подъезжаем к заправке, меняем пустой бак на полный и едем дальше.

Ученые Стэнфордского университета разработали аккумуляторную батарею для мобильного телефона, для полной зарядки которой требуется всего одна минута.

Даже если обеспечить мгновенное решение невозможно, размышления в этом направлении помогут вам придумать, как ускорить процесс.

**Улучшение чемодана.** Для мгновенного сбора вещей можно снабдить чемодан набором специальных сумочек на лесках. Когда человеку что-то нужно, он берет сумочку и достает предмет. Когда вещь больше не нужна, она убирается обратно в сумочку, и сумочка автоматически уезжает назад в чемодан. Получается, что чемодан все время собран – в любой момент закрыл крышку и пошел.

**Идея для стартапа.** Здесь можно думать в сторону автоматических сервисов. Общий принцип: пользователь вводит свои данные – сервис автоматически формирует комплект услуг. Например, по страхованию автомобиля. Тогда уже не нужно идти в офис страховой компании, ждать в очереди. Главное – чтобы введенные параметры сохранялись и дальше у пользователя была только одна кнопка: «Продлить на следующий срок». Подобного рода сервисов сейчас очень мало, так что это отличная идея для стартапа.

## Прием «Дробление»

Суть приема в том, чтобы нарушить стереотип восприятия предмета рассмотрения как целостного объекта. Вы мысленно делите предмет на части и смотрите, имеют ли ценность отдельные фрагменты.

Этот прием используется очень часто. Начнем с классических примеров. На заре автомобилестроения цена автомобиля была настолько высокой, что позволить себе его купить могли только очень богатые люди.

Генри Форд задумался над тем, как можно удешевить автомобиль. В те времена машины собирались индивидуально и очень долго. Это и приводило к высокой цене. Форд решил, что нужно пойти другим путем, и предложил схему конвейера: автомобили собирались из отдельных блоков по мере того, как они передвигались по конвейеру. Это существенно увеличило скорость сборки и снизило цену. Но Форд пошел дальше: в модели «Форд-Т» были убраны все лишние, по мнению автомобилестроителя, детали, а те, что остались, были максимально унифицированы. В результате был достигнут двойной эффект: с одной стороны, машины получились дешевыми, что резко подняло продажи, с другой стороны, Форд первым начал продавать автозапчасти, которые позволяли осуществлять ремонт даже непрофессиональным механикам. Идея продавать не только автомобили, но и запчасти к ним привела к фантастическому успеху. В 1914 году был выпущен 10-миллионный автомобиль!

Другой известный пример использования приема «дробление» – история успеха компании Kodak. В конце XIX века процесс получения фотографий был весьма трудоемким. Истман Кодак решил разбить его на две части: собственно фотографирование и получение готовых отпечатков. Покупатель получал камеру с заряженной пленкой. Отсняв пленку, он почтой высылал аппарат в Eastman Kodak Company, где пленку вынимали, проявляли, печатали, а аппарат заново заряжали. Слоганом компании Kodak стал девиз: «Вы нажимаете на кнопку, а мы делаем все остальное».

В современной истории также можно найти много примеров использования этого приема. В 2004 году компания Ludicorp запустила проект Flickr, созданный для игры Game Neverending. Цель проекта заключалась в том, чтобы игроки могли размещать изображения и обмениваться ими. Но оказалось, что этот функционал ценен и сам по себе. В результате разработчики решили выделить фотохостинг как самостоятельный сервис, который впоследствии стал мировым лидером.

Весьма оригинальное применение этого приема нашла компания Reebok. Когда она открыла заводы по производству кроссовок в Таиланде и на Тайване, то столкнулась с проблемой заводских краж. Попытки усилить

меры безопасности ничего не дали. Причина в том, что в условиях стран с дешевой рабочей силой воровство – весьма заманчивый вариант мошенничества. Рабочие стали искать и находить чрезвычайно хитрые схемы. Этим воспользовались скупщики краденого, и скоро на американские рынки стали поступать партии ворованных кроссовок. Воровство приняло такой размах, что требовалось кардинальное решение. И вот тут компания применила прием «дробление»: она приняла решение, что в одной стране будут выпускаться только левые кроссовки, а в другой – только правые. В пары они собираются уже в США. Воровство прекратилось полностью. Кому нужна одна левая кроссовка?

**Улучшение чемодана.** Применим идею дробления к чемодану. Можно предложить чемодан, который состоит из нескольких самостоятельных фрагментов: чемодана, сумки и сумочки. Все это крепится на одной тележке и может перемещаться как вместе, так и раздельно. Можно пойти дальше и предложить целый набор сумок и сумочек, которые можно соединять вместе в переносную конструкцию любого размера. В этом случае отпадет необходимость всегда таскать с собой большой чемодан – для каждой поездки можно собирать чемодан нужного объема, а на отдыхе откреплять, например, сумку для прогулок и идти гулять, зная, что внутри все необходимое уже есть.

Существуют чемоданы серии Salsa Deluxe, изготовленные по принципу конструктора LEGO. Одну сумку можно присоединять к другой, что заметно облегчает транспортировку и экономит место. Чемоданы Salsa Deluxe пользуются большой популярностью у голливудских съемочных групп, которым во время съемок постоянно приходится переезжать с места на место.

Несмотря на кажущуюся легкость этого приема, его трудно применить к тому, чем вы занимаетесь долгое время. Привычка воспринимать предмет в целом мешает видеть его в виде набора из отдельных частей. В то же время статистика показывает, что пользователи платят больше за продукт, который решает одну определенную проблему. Поэтому лучше сконцентрироваться на одной функции и сделать ее хорошо, чем пытаться улучшить все сразу.

Для упрощения приема возьмите лист бумаги и напишите ответы на вопросы:

Из каких частей состоит мой объект?

Какие части имеют самостоятельное значение?

Как их можно использовать по отдельности?

Так работа этого приема станет более эффективной.

**Идея для стартапа.** Идею для стартапа на этом приеме можно придумать очень быстро. Достаточно взять любой успешный проект и посмотреть, можно ли реализовать только его часть. Например:

*Википедия.* Создавать отдельные википедии по различным отраслям знаний: по туризму, по саморазвитию, по разведению орхидей.

*Фейсбук.* Создавать социальные сети для различных сообществ: филателистов, футбольных болельщиков, ювелиров.

*Скайп.* Создавать системы обмена сообщениями только для специальных групп: туристов в походе, велосипедистов, аквалангистов.

Другой вариант использования этого приема в стартапе – предлагать части товаров как отдельный товар. В 2002 году Натан Сейдл попытался найти запчасть для сломавшейся электроники. Это оказалось совсем непростым делом – ассортимент электронных запчастей был крайне скуден. Сейдл решил создать собственный сайт SparkFun.com, продающий электронные запчасти, оснастить его качественным контентом и хорошими изображениями. Как только сайт заработал, заказы начали поступать сразу же. Через 10 лет в компании SparkFun работало уже 150 сотрудников.

## Прием «Фиксация»

Увидев красивую сцену в жизни, например роскошный закат, мы достаем фотоаппарат и сохраняем эту сцену на снимке. Похожий подход применяется для решения самых разных задач.

В компьютере делается «снимок» удачной конфигурации операционной системы, к которой можно потом вернуться.

В кулинарии готовое блюдо замораживается, и потом остается только разогреть его.

Видеокарта GeForce GTX 780 может фиксировать приключения игрока в компьютерной игре. В режиме фиксации видеокарта записывает сценарий прохождения игры, и потом геймер может просмотреть пройденный маршрут еще раз.

**Улучшение чемодана.** Применим идею фиксации к чемодану. Один вариант заключается в том, что мы добавляем в чемодан электронные весы. После сбора чемодана владелец нажимает кнопку, и вес чемодана фиксируется. После того как багаж получен, можно опять нажать на кнопку – теперь система не только взвесит чемодан, но и сравнит с зафиксированным весом. Так мы сразу узнаем, если из чемодана что-то пропало.

**Идея для стартапа.** Есть популярный сайт [archive.org](http://archive.org), который

называют «архивом Интернета». С 1996 года он в автоматическом режиме сохраняет через определенные промежутки времени копии сайтов. По состоянию на февраль 2015 года в архиве содержится 452 миллиарда веб-страниц общим объемом 10 петабайт.

На сайте архива нужно ввести адрес требуемого сайта, а затем выбрать дату. После этого можно увидеть, как выглядел этот сайт много лет назад.

Это один из примеров применения приема «Фиксация». Вообще прием можно использовать для самых разных целей:

- фиксировать состояние помещения с помощью веб-камер;
- сохранять статистики сайта на определенные даты;
- записывать действия посетителей сайта.

Последующий анализ этих данных может принести много пользы.

### **Прием «Обеспечить безопасность»**

Этот прием заключается в том, что мы берем обычный товар и добавляем к нему «безопасный вариант».

Смартфон Blackphone – это аппарат с защитой от слежки. Он шифрует голосовую связь, переписку и интернет-активность пользователя.

К товарам можно добавить противокражную сигнализацию. Существуют разные варианты. Это может быть передатчик, который кладется в сумку, и брелок, который находится в кармане. Если расстояние между брелоком и передатчиком превысит несколько метров, сработает сигнализация. При приближении на необходимое расстояние сигнал прекращается.

Есть датчики, которые реагируют на открывание сумки или дипломата. Есть датчики, которые срабатывают, когда предмет начинает двигаться.

Для водителей, которые долгое время проводят за рулем, существуют гаджеты «антисон». Устройство крепится к уху водителя и реагирует на наклон головы. Если водитель начинает дремать и наклоняет голову, устройство издает звуковой сигнал.

Американская компания IndieGoGo предлагает женские трусики... защищающие от изнасилования. Для этого снизу и по поясу они оторочены специальным материалом, который невозможно разрезать ни обычным ножом, ни даже обычными ножницами. Для того чтобы снять трусики, предусмотрен специальный замочек, причем открыть его одной рукой не получится.

Американская компания Good Technology решила заняться системами

безопасности для мобильных устройств. Ее основные клиенты – компании, которые хотят контролировать корпоративную информацию на мобильных телефонах сотрудников. В 2014 году стоимость акции компании Good Technology составила один миллиард долларов.

**Улучшение чемодана.** Противокражная сигнализация отлично подходит для чемодана. Другие варианты – бронированный чемодан, чемодан с наручниками, чтобы крепить к руке. Можно установить датчики открывания или даже прикосновения к чемодану. Сделать замок, который открывается только с пульта дистанционного управления. Добавить кенсингтонский замок – специальное отверстие, позволяющее прикрепить чемодан тросиком. Такие замки устанавливаются в ноутбуках. Кенсингтонский замок эффективен против краж «на рыбок», когда злоумышленник хватается за чемодан и убегает с ним.

Кроме того, можно предложить чехлы для чемодана. Они дают несколько преимуществ: по внешнему виду становится невозможно определить, что чемодан дорогой; при случайном открытии чемодана содержимое не выпадет; невозможно увидеть, какой тип замка установлен на чемодане.

**Идея для стартапа.** Идей для стартапа очень много. Можно сделать сайт с описанием типовых уловок мошенников и способов защиты от них. Или сервис, позволяющий разместить объявление о пропаже вещей.

Отдельная тема – безопасность в Интернете. В настоящее время Интернет стал источником всевозможных угроз:

- распространение компьютерных вирусов;
- вредоносные скрипты на сайтах;
- сайты-ловушки, которые создаются для сбора паролей;
- кража персональных данных и многое другое.

Каждая опасность порождает необходимость в противодействии, поэтому в качестве идеи для стартапа вы можете выбрать защиту от какой-либо сетевой угрозы.

## **Прием «Клонирование»**

Клонирование – это точное воспроизведение какого-либо объекта. Сила приема в его простоте. Если просто повторить ряд геометрических объектов, мы получим узор – то есть уже что-то новое. В рекламе часто используется повторение однотипных фото.

В дизайне можно клонировать что угодно: форму, цвет, модель, текстуру, линии и даже целые блоки. Повторяющиеся элементы дизайна

создают единый стиль оформления.

В бизнесе идея клонирования привела к созданию франчайзинга. Вместо того чтобы создавать дело с нуля, можно купить франшизу – готовую модель. Эффективность франчайзинга доказывает статистика: если среди самостоятельных предприятий почти 80 % исчезают после пяти-семи лет работы на рынке, то среди франчайзинговых компаний 90 % успешно действует.

**Улучшение чемодана.** Вместо одного большого чемодана можно продавать комплект из одинаковых маленьких чемоданов. Можно выпускать множество чемоданов, но с одинаковым рисунком, чтобы, если чемоданы поставить в ряд, образовывался узор. Можно нанести на чемоданы рисунок в виде переплета книги, тогда чемоданы, поставленные рядом, будут выглядеть как книжная полка.

**Идея для стартапа.** Многие успешные стартапы в момент своего появления повторяли уже известные сервисы.

В частности, основатель Dropbox Дрю Хьюстон решил сделать свой проект в тот момент, когда файловые хранилища уже были хорошо известны и приносили мало прибыли. Идея Дрю Хьюстона фактически повторяла обычный подход любого облачного файлохранилища: если скопировать файл в облако, то потом можно получить к нему доступ с любого устройства. Изюминка подхода Хьюстона заключалась в том, что пользователю не нужно было разбираться с работой хранилища файлов. На компьютере просто появлялась папка Dropbox. Достаточно было скопировать туда файл, и он появлялся на всех устройствах, подключенных к аккаунту Dropbox. Простота работы привлекла миллионы пользователей. В свою очередь, успех Dropbox вызывал появление десятков похожих сервисов.

Поэтому для использования приема клонирования берите любой успешный сервис и делайте такой же.

## **Прием «Конструктор»**

Суть приема в том, что вместо готового решения вы предлагаете пользователю набор элементов, из которого он сам соберет готовый товар. Успех компании ИКЕА был основан на том, что она впервые в мире стала предлагать не готовую мебель, а набор для ее самостоятельной сборки. Это позволило сократить расходы на сборку и, как следствие, снизить цены на мебель.

Конкуренты сначала посмеялись над таким подходом, а потом стали



его повторять.

Этот прием универсален. Компания Google в 2015 году анонсировала выпуск смартфона Aга, который представляет собой своего рода конструктор. Это набор модулей, из которых покупатель может собрать свой личный смартфон.

Всем известны тренировочные программы. Но они слишком громоздки, их трудно запомнить, и многие из них требуют наличия спортивных тренажеров. Фитнес-инструктор Фил Блэк предложил создавать тренировочные программы с помощью специальной колоды из 50 карт. Каждая карта содержит описание одного упражнения, для которого не нужны тренажеры. Их легко комбинировать, формируя свои личные тренировочные программы. Блэк уже продал сотни тысяч колод и заработал на этой простой идее несколько миллионов долларов.

На том же приеме построила свой бизнес 16-летняя школьница Линдси Филипс. Она хотела иметь в своем гардеробе много пар обуви, но не обладала достаточными средствами для этого. Тогда ей пришла идея: а что, если сделать обувь в виде конструктора? Ведь так можно каждый раз надевать новые туфли. Линдси тут же приступила к пробам. Купила обычные шлепанцы, срезала верхнюю часть и начала примерять к ним различные ремешки. Причем ремешки были настолько разными, что, поменяв их, можно было добиться ощущения, что на ноге новая обувь. На патентование идеи ушло четыре года. Линдси заказала пробную партию в Китае, после чего открыла небольшую точку со своей обувью в торговом центре. Ее идею ждал успех. Сегодня бизнес Линдси Филипс стоит более 30 миллионов долларов, а ее обувь продается в 4000 торговых точек по всему миру.

**Улучшение чемодана.** Конструктор для чемодана сделать легко. Достаточно разделить чемодан на элементы и выпускать их в самых разных размерах и расцветках. Для каждого путешествия можно собирать чемодан такого размера и вида, который лучше всего подходит к путешествию.

**Идея для стартапа.** Сейчас весьма популярны сайты-конструкторы. Они позволяют новичку быстро создать собственный сайт, не обладая никакими навыками программирования. Достаточно мышкой выбрать нужные элементы и разместить на странице, а потом заполнить основу текстами и фотографиями.

## Прием «Контраст»

Этот прием позволяет привлечь внимание. Контраст предполагает

большую разницу:

- в размерах (большой – маленький);
- в форме (квадратный – круглый);
- в возрасте (юный – взрослый).

Видов контраста существует очень много, и каждый из них можно использовать при создании новых товаров и услуг. Мы привыкли к тому, что кружки круглые. Квадратная кружка сразу будет выделяться среди привычных круглых кружек.

Если кружку сделать размером с ведро, она тоже моментально привлечет внимание.

В рекламе можно показать оранжевые апельсины. Среди них один апельсин сделать синим, да еще написать на нем число «15». По контрасту такой апельсин сразу привлечет внимание. Если еще добавить фразу «Почему пятнадцатый – синий?», внимание зрителей будет гарантировано!

**Улучшение чемодана.** Если сделать чемодан размером с книгу или даже с кошелек, то внимание он привлечет сразу. Это хороший вариант сувенирной продукции.

**Идея для стартапа.** На сайте легко играть с формами и размерами, поэтому можно создавать необычные «дизайнерские» сайты.

## Прием «Информирование»

Суть приема состоит в том, что вы ничего не меняете в процессе, но добавляете информирование о его состоянии.

В Великобритании частный таксист Джон Гриффин добавил всего лишь один элемент к привычному процессу заказа такси – сообщение по SMS.

Сейчас в парке таксомоторной компании Addison Lee, которую основал Джон Гриффин, имеется 2500 современных автомобилей, а ее оборот превышает 180 миллионов фунтов в год.

При заказе машины вы автоматически получаете SMS, в котором указано имя водителя, номер машины, время прибытия и цена поездки. Такая простая идея привела к созданию большого бизнеса.

Сейчас появилась новая технология, которая называется геолокация. Суть ее в том, что автомобиль или груз можно снабдить GPS-приемником и точно определять его местонахождение. Вы можете проанализировать разные стороны своего бизнеса и подумать, где можно применить геолокацию.

В 2004 году Дэниел Бейкер, работавший в качестве частного пилота,

решил создать систему, которая позволяла бы родным узнать, где он сейчас находится. Вместе со своими помощниками он создал сайт FlightAware.com. Бизнес начал развиваться необычайно быстро, и сайту компании требовалось все больше ресурсов и пропускной способности в связи с постоянно растущей посещаемостью. Скоро сайт стало посещать более двух миллионов человек в месяц.

**Улучшение чемодана.** Можно снабдить чемодан электронным дисплеем, который будет показывать различные параметры: вес, температуру, координаты GPS, время последнего открывания.

**Идея для стартапа.** По сути, большинство сайтов в Интернете – это информационные сайты. Самый простой способ применить данный прием – предоставить пользователям возможность подписаться на обновления сайта.

## **Прием «Использование гаджетов»**

Суть приема в том, что вы придумываете электронное устройство, которое добавляет новое качество в привычный процесс.

Люди любят вести дневник. Но это дело весьма трудоемкое. Журналисты Wired придумали новую систему документирования своей жизни и назвали ее Quantified Self («Измерение себя»). Суть в том, чтобы вместо субъективного ведения дневника собирать объективные и измеряемые данные о себе и своей жизни. После этого на основе собранной информации можно делать прогнозы на будущее. В качестве источников информации могут выступать разные спортивные гаджеты, устройства, следящие за фазами сна, программы, контролирующие ваши расходы, и тому подобное.

Для боксеров изобретена «умная» перчатка Puncho. На ее верхней стороне размещен гибкий OLED-экран, который отображает силу и скорость удара. По замыслу разработчиков, «умная» перчатка позволяет оценивать успешность тренировок и следить за развитием боксерских навыков.

Для водителей разработан гаджет CarVi, который помогает улучшить качество и безопасность вождения. Гаджет, снабженный камерой и акселерометром, крепится к лобовому стеклу. Он распознает движущиеся объекты и предупреждает водителя, если тот приближается слишком близко к впередиидущему автомобилю. Кроме того, CarVi отслеживает слишком резкие ускорения и торможения автомобиля и рекомендует более плавный стиль вождения.

Сейчас этот прием кажется экзотическим, но по мере удешевления электроники он станет все больше использоваться в нашей жизни. Гаджеты применяются даже там, где, казалось бы, им совсем делать нечего. Студент факультета биомедицинских технологий Университета Куинса Джастин Ли задумался над тем, как можно обычный предмет превратить в гаджет. Для экспериментов он выбрал обычную кружку. Через несколько лет работы он представил «умную» чашку Vessyl. Она умеет определять название напитка, который в нее налит, его состав, калорийность, уровень сахара, протеинов и жиров и передавать эти данные на смартфон.

К слову, смартфон – очень удобное устройство, но если руки заняты, например, готовкой пищи, воспользоваться им уже не получится. В лаборатории MIT Media Lab разработано устройство NailIO, которое представляет собой небольшой сенсор наподобие тачпада. Устройство крепится на ноготь большого пальца и позволяет указательным пальцем управлять смартфоном даже в тех случаях, когда руки заняты.

Когда нам нужно о чем-то сообщить отсутствующим родственникам, мы оставляем им записки. Существуют электронные портативные аудиозапоминалки, которые позволяют записать 30-секундные устные сообщения. Записанное сообщение можно прослушивать неоднократно, пока оно не будет перезаписано новым. Если же нам важно знать, кто именно оставил сообщение, есть видеозапоминалки – они отличаются тем, что говорить нужно в камеру и при воспроизведении можно видеть того, кто оставил сообщение.

**Улучшение чемодана.** Американский сервис [globalbagtag.com](http://globalbagtag.com) предлагает специальный гаджет, позволяющий найти чемодан в случае необходимости. Гаджет представляет собой чип с номером, который регистрируется на сайте. Если вы потеряли чемодан, то через сайт сможете найти место, где он сейчас находится. Удобно и то, что если кто-то нашел утерянный вами чемодан, он может связаться с вами через сайт.

**Идея для стартапа.** Общая идея для стартапа состоит в том, чтобы связать гаджет и сайт. В этом случае с помощью сайта можно управлять информацией, получаемой с гаджета.

## **Прием «На полном автомате»**

Технологии развиваются очень быстро. То, что недавно казалось фантастикой, уже демонстрируется на выставках, а иногда и продается в магазинах.

Еще недавно для получения денег в банке клиентам приходилось

приходить в отделение и выстаивать очередь в кассу. Еще одно ограничение состоит в том, что банки обслуживают посетителей только в рабочие часы. В такой очереди в 1969 году стоял вице-президент компании Docutel Дон Ветцель. Ему и пришла в голову мысль придумать устройство, которое могло бы выдавать деньги автоматически и круглосуточно. Он поставил задачу инженерам компании, и уже в 1971 году был разработан первый банкомат. Сейчас в мире насчитывается около двух миллионов банкоматов.

В самых смелых прогнозах фантастов присутствовали роботы, которые все делали за человека. Уже привычными стали роботы-пылесосы, которые прибирают квартиру полностью автоматически. Распространены также роботы для чистки бассейнов и роботы для стрижки газона.

Подумайте, какие идеи использования роботов вы можете придумать в своей предметной области.

**Улучшение чемодана.** Изобретатель из Испании Родриго Гарсиа Гонсалес придумал чемодан без ручки под названием The Nor. Ручка ему не нужна, потому что это – чемодан-робот. Он движется за своим хозяином, как собачка.

Перемещается робот-чемодан при помощи гусениц, которые приводятся в движение сжатым воздухом, а управляется с помощью смартфона. Если связь чемодана со смартфоном прерывается, чемодан сам блокирует замки, а смартфон подает тревожный сигнал.

**Идея для стартапа.** Робот Clothbot, разработанный Китайской академией наук, умеет взбираться вверх по человеческому телу. Создатели робота еще не знают, для чего его приспособить, но уже есть одна идея – совместить робота с мобильным телефоном. Как только раздастся звонок, робот быстро залезет вам на плечо и обеспечит функцию беспроводной гарнитуры.

## Прием «Универсальное решение»

Этот прием весьма сложен. Суть его в том, что вы придумываете некое универсальное решение для целой группы вопросов.

В последнее время стала популярной концепция «умного дома». Она предполагает, что все домашние системы должны управляться из единого центра. Современный дом включает следующие системы:

- система электропитания;
- система отопления;
- система кондиционирования;
- система освещения;

система безопасности.

Традиционно эти системы развивались независимо, что иногда приводит к конфликтам. Например, хозяин дома может по ошибке включить одновременно систему отопления и систему кондиционирования. Кроме того, для управления системами требуется множество пультов и выключателей от разных производителей.

Универсальное решение сводит управление всеми системами в единый пульт управления, позволяющий задавать режимы комфортного проживания. В то же время система гарантирует, что конфликтных ситуаций не будет, и обеспечит безопасность и энергосбережение.

Используя этот прием, вы находите в своей предметной области все необходимые процессы и системы, после чего даете покупателю возможность управлять всем из одного места.

Допустим, вы продаете шины. Это вполне нормальный самостоятельный бизнес, но если вы хотите предоставить универсальное решение, то оно должно включать:

- продажу шин;
- шиномонтаж;
- мойку;
- хранение шин;
- утилизацию шин.

В этом случае автовладельцу не нужно будет ездить по разным местам, чтобы в одном месте шины купить, в другом заменить, а в третьем – хранить.

Если вы продаете товары для здорового образа жизни, стоит продумать все возможные трудности, с которыми человек может столкнуться, и предложить единое решение:

- диагностику здоровья;
- рекомендации по выполнению упражнений;
- спортивную экипировку;
- напоминания о необходимости занятий;
- отслеживание результатов.

Насколько сложно обеспечить универсальное решение, хорошо видно на примере проблемы BYOD. Концепция BYOD (Bring Your Own Device – «принеси на работу свой гаджет») – это самая обсуждаемая проблема IT-безопасности компаний. Суть проблемы в том, что все чаще сотрудники компании хотят входить в корпоративную сеть, используя свои личные гаджеты. Но разнообразие современных гаджетов и их постоянное обновление приводят к тому, что обеспечить безопасность данных

становится невероятно трудно.

Дело не только в том, что за пределами офиса невозможно обеспечить контроль над доступом к конфиденциальной информации, – в случае кражи устройства злоумышленник может добраться до любой информации в корпоративной сети.

Поэтому некоторые компании категорически запрещают BYOD. Однако другие считают, что возможность для сотрудников работать на своих любимых устройствах где угодно полезна для бизнеса.

В 2013 году корпорация Microsoft провела исследование уровня лояльности к BYOD. Исследование показало, что наиболее лояльно к концепции BYOD относятся китайские компании (86 %), а наименее лояльно – японские (30 %).

Пока не существует единого универсального решения этой проблемы. Но многие компании предлагают решения на разных уровнях доступа:

- технологии шифрования корпоративной информации;
- разработка MDM (Mobile Device Management – управление мобильными устройствами);

- специальные клиенты для мобильных устройств, которые определяют нестандартные действия пользователей при работе в корпоративной сети.

Специалисты в области IT-технологий считают, что мир движется к единому рабочему пространству. В этом пространстве каждый сотрудник будет работать с неким виртуальным рабочим местом, вообще не зависящим от устройства, с которым человек физически взаимодействует.

Возможно, вы тоже сумеете придумать идеи по организации такого пространства.

**Улучшение чемодана.** В последнее время новые технологии добрались и до чемоданов. Умный чемодан Bluesmart – это пример того, как в одном товаре реализуется множество самых разных функций. Чемодан можно подключить к мобильному устройству и управлять им: контролировать и отслеживать перемещение. Можно заблокировать чемодан, а если кто-то попытается его открыть, мобильное приложение предупредит об этом. Чемодан содержит встроенные цифровые весы, а также снабжен мощными аккумуляторами, которые позволят при необходимости зарядить мобильный телефон.

**Идея для стартапа.** Универсальные онлайн-сервисы разрабатывать достаточно трудно – такое решение требует больших затрат. Но начать можно и с малого. В 1997 году голландец Герт-Ян Бруинсма создал сайт, на котором можно было самостоятельно забронировать номер в отеле. На

сайте тогда было представлено всего 10 отелей. Герт-Ян самостоятельно обзванивал отели с просьбой прислать ему рекламные буклеты, а потом сканировал их и выкладывал на сайт. Впоследствии его компания выросла во всем известную Booking.com. В 2105 году в базе данных сайта содержалось примерно 320 000 отелей в 184 странах, сайт доступен в 43 языковых версиях. Сервис предлагает универсальное решение для любого путешественника: можно спланировать путешествие, забронировать отели, получить информацию о погоде, скачать путеводители. Именно такой подход привлекает на сайт Booking.com более 20 миллионов пользователей каждый месяц.



## Работа с приемами

Итак, вы познакомились со множеством приемов для генерации идей. Как правильно их применять?

Главная цель каждого приема не в том, чтобы у вас сразу появилась готовая к применению идея. Такое возможно, но рассчитывать на это не стоит. Скорее после прочтения описания приема у вас появится смутная догадка, что он вам, возможно, и подойдет, но непонятно как. Или же идеи появятся, но настолько странные и нелепые, что сразу захочется от них отмахнуться. Не делайте этого!

Правильный алгоритм работы с приемами генерации идей таков.

Приступайте к генерации идей в спокойной обстановке. Мышление любит тишину.

Работа с приемами выполняется только письменно!

Берите лист бумаги и пишите сверху название проблемы.

Выберите случайным образом один прием и запишите его название.

Внимательно прочитайте описание приема и начинайте размышлять, как приложить его к вашей проблеме.

Записывайте все идеи, которые приходят в голову.

Никаких оценок на этом этапе давать не нужно. Что пришло, то и пришло. Вычеркнуть всегда успеете.

Пишите быстро, не сдерживая себя. Если идей много и вы не успеваете их записывать, можете использовать диктофон.

За один подход попробуйте применить не более трех приемов. Это уже перегруз. Гораздо лучше на следующий день повторить генерацию идей со свежей головой.

Полезность этих приемов в том, что вы направите размышления о ваших проблемах по новой дорожке. Странными идеи кажутся только потому, что вы не представляете, как их применить. Но ведь это – только начало мышления. Дальше мы будем говорить о том, как идеи обрабатывать и доводить до практической реализации. Однако на этапе генерации идей об этом думать не стоит.

Приемы генерации идей обладают свойством **отложенного эффекта**. Это означает, что первое использование приема может вообще не дать никакой идеи. Это не страшно. Через некоторое время вы с удивлением заметите, что идеи начинают приходить. Поэтому, даже если никаких мыслей у вас не возникло, все равно внимательно прочтите описание приема и сопоставьте с вашей темой. Это запустит подсознательные

процессы мышления.

Важный совет по работе со списком приемов: если вы применили прием и получили идеи, это не значит, что прием потерял ценность. На самом деле рекомендуется через полгода опять попробовать применить те же приемы. Вы удивитесь, но идеи появятся совсем другие! Дело в том, что вы постоянно учитесь и получаете новую информацию. Сам по себе прием не дает решения, а будит ваше воображение. А через полгода вы обогатитесь новым опытом и знаниями, поэтому и идеи будут отличаться.

### ***Итоги главы***

✓ *Для креативного человека творческий поиск – это не ожидание чуда, а постоянная и привычная деятельность.*

✓ *Когда вы начинаете решать задачу, вам нужно обрисовать систему, в которой вы сейчас будете работать.*

✓ *Для быстрой генерации идей опишите ту систему, в которой вы хотите создать что-то новое. А затем запишите преимущества и недостатки элементов этой системы.*

✓ *Секрет генерации большого количества идей в том, чтобы направить ум по более длинной дорожке. Не ищите решение сразу, а сначала примените особые приемы, чтобы увести себя с привычной мысленной колеи.*

✓ *Во время применения приема не бойтесь странных или даже нелепых идей. Это только основа для последующих доработок.*

✓ *Приемы генерации идей обладают свойством отложенного эффекта. Это означает, что первое использование приема может вообще не дать никакой идеи. Это не страшно. Через некоторое время вы с удивлением заметите, что идеи начинают приходить.*

## Глава 6

# Обработка идей

После применения приемов, описанных в предыдущей главе, у вас появилось большое количество идей и набросков. Все эти задумки нужно тщательно сохранить в банке идей. Это ценный капитал.

Теперь научимся обрабатывать идеи. Когда мы во множестве генерируем идеи, в большинстве случаев они еще сырые. Их нельзя сразу применить. Для применения идеи на практике нужно привязать ее к реальным условиям.

Процессы генерации идей и их обработки нельзя смешивать. Мы генерируем идеи, находясь в состоянии потока и полной свободы творчества. Но обработка идей требует совершенно иного настроения. А именно – конкретики и здорового скептицизма.

Перейти к конкретному мышлению несложно. Приступая к анализу идеи, задайте себе вопрос: «Как конкретно применить эту идею?» И спрашивайте до тех пор, пока ответ не станет вам полностью очевиден.

Итак, начнем анализ. Возьмите список ваших идей и двигайтесь по нему сверху вниз. Прочитали идею, спросили себя о ее применении. Если ответ сразу не возник, переходите к следующей идее.

Задача на этом этапе – отобрать наиболее ценные идеи, чтобы сразу приступить к их внедрению.

## Принципы оценки идей

Сформулируйте идею таким образом, чтобы выразить ее суть одной фразой. Далее возьмите чистый лист бумаги. Сверху напишите краткое название идеи. Разделите лист вертикальной чертой пополам и начинайте записывать в этих столбцах преимущества и недостатки идеи по следующим критериям:

- новизна;
- эффективность;
- простота внедрения.

## Новизна идеи

Творческий поиск предполагает нахождение новых идей. Идея является новой, если она изменяет текущие процессы. Например, если вы предложите поменять цвет чемодана, ничего нового в этой идее нет. Чемоданы и так бывают разных цветов.

Но если идея приводит к тому, что меняется процесс производства или открываются новые перспективы использования, новизна есть. Например, вы предлагаете снабдить чемодан GPS-датчиком, чтобы можно было легко отыскать его в случае, если ваш багаж нечаянно отправили другим рейсом.

Если ваша идея представляет собой просто вариант чего-то уже известного, дальше ее рассматривать нет смысла. Никакого заметного эффекта от повторения не будет, а вот затраты на внедрение могут оказаться существенными.

Поэтому на данном этапе полезно будет поискать аналоги или посоветоваться со специалистами. Они скажут, пробовал ли уже эту идею кто-то другой.

Новизна присутствует еще и в том случае, когда вещь, обыденную в одной сфере, применяют в другой. Сейчас весьма популярна идея **геймификации** – применения подходов, характерных для компьютерных игр, в различных программных продуктах. Для любого игрока идея собирать баллы абсолютно привычна, а вот для бухгалтера собирать баллы при работе в бухгалтерской программе – это что-то новое.

Но нужно ли это делать? Как оценить, имеет ли смысл подходить с позиций геймификации к разработке бухгалтерских программ? Для этого переходим к другому критерию – эффективности.

## Эффективность идеи

Эффективность – это применимость идеи для решения конкретной задачи. Какую задачу, например, мы можем решить, если геймифицируем бухгалтерскую программу? Возможные варианты ответа:

снизим усталость бухгалтера за счет игрового подхода;  
повысим производительность труда за счет добавления игрового азарта;

увеличим коммуникацию в бухгалтерии за счет соревнования.

Все эти задачи имеют ценность и позволяют оценить эффективность идеи. Но если мы внедрим игровой подход просто так, то вполне можем получить обратный эффект: идея вызовет раздражение и ничего хорошего не выйдет.

Для оценки эффективности всегда нужно понимать, какую именно задачу мы решаем. Может оказаться, что цена внедрения идеи превышает прибыль, которую можно получить от внедрения. Или сама идея принесет не прибыль, а убытки. Например, часто бывает, что создатели рекламы используют скандальные образы для привлечения внимания. Внимание-то они привлекают, но совсем не то, на которое рассчитывали. Покупателей эта реклама раздражает, и продажи падают. Или реклама делается настолько запутанной, что мало кто вообще может ее понять.

Для оценки эффективности выберите конкретный фактор, значение которого вы можете подсчитать: скорость, посещаемость, прибыль. Затем зафиксируйте текущее значение этого фактора. Тогда вы можете сделать пробу и сравнить то, что было раньше, с тем, что получится в результате применения идеи.

## Простота внедрения

Для оценки по этому критерию нужно составить список действий, необходимых для внедрения. Иногда этот список весьма прост. Но если идея революционная, сразу оценить сложность ее внедрения невозможно. Как можно оценить, например, сложность внедрения новой транспортной системы? Ведь нужно учесть и временные затраты, и бюджет, и перестройку производственных мощностей, и переучивание потребителей. В некоторых случаях может потребоваться получение сертификатов, справок или лицензий, что, в свою очередь, влечет многочисленные затраты времени и ресурсов. Но для упрощения процесса оценки сложности внедрения рассмотрим принципы, которые позволят это

сделать более эффективно:

принцип глобуса;

принцип фанатов;

принцип минимальной стоимости.

## **Принцип глобуса**

Часто идея отбрасывается на том основании, что она не полностью решает проблему. Но это еще не значит, что ее действительно нужно отвергнуть. Возьмем в пример географические карты. Из-за того что Земля имеет форму шара, правильно отображает ее только глобус. Любая карта – это двумерное изображение, а следовательно, искаженное. Но если мы посмотрим вокруг, то увидим поразительное множество карт, которыми пользуются абсолютно все. Военные, туристы, автомобилисты, кто угодно – пользуются двумерными картами. И никого это не смущает. Мы знаем, что плоские карты имеют искажение. Но абсолютная точность нам и не нужна.

Поэтому при анализе недостатков идеи задайте такой вопрос: «Хорошо, у этой идеи есть недостатки, которые не позволяют воплотить ее на 100 %. Имеет ли ценность эта идея, если она внедрена не на 100 %?»

Во многих случаях приблизительное решение оказывается даже лучше, потому что дешевле. Например, система геолокации GPS обеспечивает точность определения положения до 5–10 метров. Подавляющее большинство людей это устраивает. Теоретически можно сделать GPS с точностью до сантиметра, но это очень дорого, и такая точность мало кому будет нужна.

## **Принцип фанатов**

Следующий прием оценки идей учитывает фактор интереса. Выпускается много сувенирной продукции специально для определенной категории покупателей – например, майки и мячи с изображением футболистов. Эти сувениры нацелены именно на фанатов. Для человека, далекого от спорта, клюшка или ракетка с автографом известного спортсмена не имеет большого значения, но для фаната имеет.

Поэтому задайте себе следующий вопрос: есть ли какая-нибудь группа людей, заинтересованных в этой идее? Вполне возможно, что такая группа есть, и вполне возможно, что она достаточно многочисленна – к примеру, если взять тех же фанатов футбола, то их количество исчисляется сотнями

МИЛЛИОНОВ.

## Принцип минимальной стоимости

Третий принцип оценки простоты внедрения идеи – это проверка минимальной стоимости реализации. Насколько дорого реализовать эту идею?

Зададим еще усиливающий вопрос: можно ли это сделать существенно дешевле или бесплатно? Например, знаменитый английский инвестор и серийный предприниматель Джеймс Каан, который основал десятки бизнесов, пишет, что часто люди, желающие начать свое дело, стараются закупить некоторую партию товара на продажу. Но так как еще неизвестно, будет ли этот товар продаваться, такие затраты – совершенно бессмысленная, рискованная трата денег, которая ничем не оправдана. Каан пишет, что если бы ему пришлось начинать бизнес с нуля и он хотел бы что-нибудь продавать, первым делом он попросил бы у производителя этой продукции модель данного товара для демонстрации. Например, если вы собираетесь продавать экскаваторы, вам нужна модель экскаватора. Модель лучше всего, – но если ее нет, просите у производителя фотографию, видео, и продавайте это. Зачем идти на сделку, имея в руках настоящий большой экскаватор? Это лишнее.

## Сортировка по ресурсам

В конце процесса оценки у вас получится список идей на внедрение. Теперь вы начинаете сортировать идеи в порядке использования ресурсов.

На первое место ставьте те, которые требуют минимум ресурсов – например, не требуют материальных затрат и занимают мало времени. А вот идеи, которые требуют очень больших временных, денежных или материальных затрат, переносите в конец списка.

Наконец, переходим к шагу, который называется **«Окончательный отбор»**. Вы берете верхнюю часть списка – больше пяти строчек брать не стоит, у вас просто не хватит времени, чтобы реализовать все. Берете пять листов бумаги, по одному листу на идею. И на каждом листе пишете:

- название идеи;
- краткую формулировку идеи;
- плюсы и минусы;
- ресурсы для внедрения;

сроки, в которые можно реализовать;  
первые шаги по реализации.

Помните, мы в самом начале книги говорили о ситуации, когда вас вызывает начальник и дает задание придумать что-то креативное?

Вот теперь у вас есть пять листов, с которыми вы можете пойти к начальнику.

Идея на стадии задумки – это просто догадки и предположения. Но хорошая идея может принести грандиозный эффект. Известный бизнес-консультант Джей Абрахам рассказывал удивительную историю одной идеи.

В 1970-е годы в штате Миннесота работал почтовый клерк Джим Кук. Каждый день он занимался тем, что сортировал корреспонденцию. Как вы понимаете, на такой работе много заработать нельзя. У Кука было хобби – он коллекционировал раритетные монеты. Но жалование почтового служащего не позволяло собрать солидную коллекцию.

Тогда Кук решил открыть фирму по продаже редких монет. Бизнес тоже не пошел.

И вот тут он обратился к Джею Абрахаму.

Джей Абрахам посоветовал Джиму Куку писать статьи о том, что такое редкие монеты и как с помощью этих редких монет делать деньги, как не ошибиться в выборе, как их коллекционировать и т. д., и посылать эти статьи в различные журналы. Через некоторое время Джим Кук стал известным авторитетом в данной области. Обращения в его офис стали исчисляться тысячами. Через полтора года оборот фирмы, которая начиналась фактически с одного человека – Джима Кука, – достиг пятисот миллионов долларов. То есть за полтора года эта идея принесла полмиллиарда!

Поэтому относитесь к вашему банку идей как к сундуку с золотыми монетами. Каждая идея может потенциально принести целое состояние. Вот только вопрос – какая именно?

Для выбора перспективных идей нам понадобится такая полезная вещь, как прагматичный подход.



## Прагматизм

При оценке и выборе идей будьте прагматичны. Этот принцип можно проиллюстрировать на примере детской задачи.

Разговаривают два человека.

Один говорит:

– Я сегодня шел по парку, увидел белку и хотел ее обойти. Я обхожу вокруг дерева, а она тоже крутится и смотрит все время на меня. Так мне вокруг белки обойти и не удалось, хотя все дерево обошел.

Второй собеседник возражает:

– Раз ты вокруг дерева обошел, значит, и вокруг белки обошел.

Первый не соглашается:

– Раз я не видел белку целиком, значит, не обошел.

И начинается спор. В задаче спрашивается, кто из них прав. Но прагматик скажет, что этот спор вообще лишен всякого смысла. Какой ответ ни выбери, оба собеседника ничего от этого не получают. То есть их разговор – простое сотрясение воздуха.

Прагматизм – это подход, при котором надо делать то, что приносит результат. Все, что результата не приносит, прагматиком отвергается.

Для оценки идеи у прагматика есть только один вопрос: «Какой результат принесет ее внедрение?»

## Анализируйте результаты

Для прагматичного подхода к внедрению идей с самого начала нужно настраиваться на анализ результатов. Возьмем, например, маркетинг. По этой теме написана масса книг. Множество авторов советуют разные маркетинговые приемы, уверяя, что все они работают.

Но вот те практики, которые считают деньги и поэтому привыкли все тестировать, приводят крайне любопытную статистику. В частности, 90 % рекламы, которую использует малый бизнес, не приносит никакого результата, а если конкретно – ноль звонков, ноль продаж!

В крупных фирмах реклама дает отклик, но отдача на затраченные деньги мизерна.

Поэтому люди часто действуют вслепую, совершенно не обращая внимания на результаты.

Джеймс Каан, инвестирующий как раз в начинающие бизнесы, говорит: «Мои многолетние наблюдения свидетельствуют о том, что 95 %

людей, опытных в жизни, пытаясь заняться бизнесом, снова и снова попадают на одних и тех же ошибках».

Профессор экономики Терри Одеан изучил отчетность по 10 000 брокерских счетов частных инвесторов за семилетний период и пришел к поразительным результатам. Любой частный инвестор чувствует себя компетентным в инвестировании человеком, поэтому принимает решение о покупке или продаже акций, думая, что делает это с выгодой. Множество частных инвесторов следят за курсами и постоянно покупают и продают свои акции, думая, что они оказываются в плюсе.

Но бесстрастная статистика показывает, что в среднем доходность проданных акций оказалась на 3,2 % выше купленных. То есть если бы инвесторы не занимались постоянной куплей-продажей акций, они имели бы больше денег! А анализ причин, повлиявших на решения о покупке и продаже акций, показал, что в большинстве случаев эти причины были совершенно иррациональными. Даже руководители инвестиционных фондов постоянно принимают убыточные решения, хотя полностью уверены в своем финансовом чутье.

Лауреат Нобелевской премии по экономике Даниэль Канеман рассказывал об удивительном случае. Его пригласили в крупную финансовую компанию, чтобы оценить качество работы 25 лучших консультантов. Канеман получил доступ к статистике за последние восемь лет их работы. Результат оказался впечатляющим. Корреляция рейтингов консультантов и финансовых успехов клиентов оказалась нулевой! То есть никакой разницы между советами лучших и худших консультантов не было. Ценность советов и тех и других оказалась одинаковой и крайне низкой. Но руководители компании, которые, собственно, и заказали исследование, не поверили цифрам. Они проигнорировали результаты Канемана и продолжили работу, ничего не меняя.

Поэтому после внедрения любой идеи вы прежде всего должны подвести итоги. Что конкретно вы сделали и какой результат это принесло?

### **Ловушка интуиции**

Часто люди начинают действовать, опираясь на интуицию. Если проект заканчивается неудачей, мы объясняем это внешними факторами: кризис, биржевая паника, плохая погода. Но возникает вопрос: как определить, когда мы ошиблись – в момент интуитивной оценки или в момент придумывания объяснения, почему проект не удался?

Чтобы не попадать в эту ловушку, нужно перед внедрением какой-либо

идеи записать ваши предположения относительно результата:

Что именно вы ожидаете получить?

К какому сроку?

Каких цифровых показателей вы хотите достичь?

Почему все будет именно так?

Сохраните этот листок с прогнозами. Именно он поможет вам не попасть в ловушку интуиции. Ведь когда вы сравните ваши прогнозы с реальным положением вещей, может оказаться, что прогнозы были неверными с самого начала.

В ряде детских садов в Израиле администрация решила бороться с опозданиями родителей – те часто не успевали забирать детей в установленное время, и персоналу приходилось задерживаться сверхурочно. Для борьбы с опозданиями администрация ввела штрафы. После этого число опозданий... увеличилось. На первый взгляд непонятно, почему так получилось, но если подумать, уже зная результат, все становится очевидным. Если раньше родители чувствовали за собой вину и старались прибежать в детский сад как можно быстрее, то теперь они знали, что можно не торопиться – ведь они фактически восприняли штраф как плату за поздний приход.

## **Скрытые выгоды и скрытые потери**

Есть еще один вид анализа, которым не стоит пренебрегать. Он называется «скрытые выгоды и скрытые потери».

Представьте себе ситуацию. Вы собирались на футбольный матч, но вам не очень хотелось идти, а когда все-таки решили купить билет, цена показалась слишком высокой. Вы решили отказаться от просмотра матча. И вдруг вам звонит приятель и сообщает, что у него есть билет на этот матч, но пойти он не может и хочет подарить вам этот билет.

Казалось бы, все сложилось очень удачно. Но если проанализировать ситуацию чуть поглубже и задать вопрос «нет ли здесь скрытых потерь?», тут же выяснится несколько дополнительных моментов:

вы уже обязаны пойти на этот матч, хотя не очень и хотите;

приятель вам сделал подарок, и вам нужно будет ответить тем же.

Правильно будет задать себе два вопроса:

Пошел бы я на матч, если бы цена не была такой высокой?

Комфортно ли мне быть обязанным моему приятелю?

Если вы утвердительно отвечаете на оба вопроса, то все хорошо.

Другой пример. Вы вкладываете некоторую сумму в проект, который

оказался убыточным. Вам это неприятно, и вдруг появляется возможность вложить еще и предположительно вернуть свои деньги. Сделка кажется вам удачной, и вы собираетесь совершить дополнительную трату.

Но тут самое время задать вопрос: «Если не думать о первой потере денег, стал бы я вкладывать деньги в этот проект?» Если нет, то и сейчас вкладывать нет смысла. Именно так и попадают игроки в казино, которые после крупного проигрыша начинают лихорадочно делать новые ставки, пока не лишаются всех денег, какие у них есть.

Чтобы воспользоваться этим видом анализа, нужно убирать все привходящие обстоятельства и смотреть только на суть идеи. Допустим, кто-то врывается в ваш кабинет и кричит: «Быстрее, быстрее, надо закупать товар. Скидка сегодня заканчивается!» Убираете фактор спешки и задаете вопрос: «А нужна ли вообще закупка этого товара?» И получается, что, несмотря на явную выгоду в виде скидки, вы получаете одновременно скрытую потерю в виде связанного капитала.

Еще пример. Вы не успеваете закончить доклад ко времени выступления. Вы быстро дописываете текст, и в оставшиеся несколько минут вам нужно его напечатать. Обычно вы используете принтер, стоящий на вашем столе. Но он старый и печатает медленно. Вашему коллеге только что поставили новый принтер, и вам кажется, что распечатать на нем будет быстрее. Вы отправляете задание на печать к нему, но ничего не происходит. Вы с коллегой начинаете выяснять, что не так, лезть в настройки принтера, и время оказывается упущено. Вы опоздали. Вы начинаете ругать себя и переживать, что выступление сорвется.

Посмотрим, нет ли здесь скрытых выгод. Конечно, есть! Выступление по бумажке воспринимается гораздо хуже, чем живая речь. Поэтому ваша неудача с принтером дает возможность показать себя хорошим оратором.

Во многих случаях скрытые выгоды заставляют человека действовать нерационально. Например, так загружать себя работой, чтобы буквально валиться с ног. Казалось бы, к чему такой перегруз? Если разобраться, то там прячется скрытая выгода: уйти от домашних дел, сославшись на занятость.

Каждый день вы принимаете множество решений. Детально проанализировать все невозможно, но для важных решений время на подобный анализ найти стоит. Особое значение в теме креативности имеет поиск скрытой выгоды при отказе от творчества. Ведь когда вы начинаете творческий проект, то в самом начале чувствуете подъем и воодушевление. Вам радостно, что вы начали что-то новое и интересное. Но через некоторое время воодушевление спадает и начинается самосаботаж.

Почему? Вот тут самое время поискать скрытую выгоду от самосаботажа. Как правило, она состоит в том, что вы избегаете решения проблем. То есть ваш душевный подъем был связан с приятными сторонами проекта, а самосаботаж связан с тем, что вам не хочется заниматься неприятными сторонами. Когда вы это ясно увидите, появятся все шансы изменить положение дел. Для этого достаточно задать вопрос: «Что для меня важнее – явная цель или скрытая выгода?» В этот момент вы начинаете управлять ситуацией.

## Ищите новые пути

Иногда все усилия бывают напрасны и ваши результаты замирают на одном месте. В этом случае нужно иметь смелость попробовать что-то новое.

Многие крупные компании в начале своего пути занимались совсем не тем, что они делают сейчас. Например, фирма Sony сначала производила рисоварки и электрогрелки и только потом стала производить электронику. Компания Marriott сначала открывала пивные магазины, а уже потом возникла сеть известных на весь мир отелей. Билл Гейтс начинал с языка программирования Basic, а деньги сделал на операционной системе. Знаменитая American Express начинала как перевозчик грузов, то есть транспортная фирма, а стала финансовой компанией.

Таких примеров сотни. Но даже если компания с самого начала делала то, что делает и сейчас, конкретные способы со временем могли сильно поменяться.

Самый большой в мире розничный магазин Wal-Mart организовал Сэм Уолтон. Его сотрудники как-то сказали: «Мы потешаемся, когда Сэма Уолтона называют гениальным стратегом», – потому что они прекрасно знают, что он все время пробовал что-то новое и все время ошибался. Девизом Уолтона было: «Сделай что-нибудь; заработало – оставь, не заработало – сделай что-нибудь другое».

То же самое касается и людей. Борис Гмыря до 40 лет работал грузчиком в одесском порту. Иногда пел в художественной самодеятельности. Там его случайно услышал московский педагог. Через два года бывший грузчик стал солистом Большого театра.

Кроме того, у вас может быть несколько талантов. Возможно, подошло время заняться следующим.

Хорошая иллюстрация того, как человек раскрывал свои способности одну за другой, – история Арнольда Шварценеггера.

Он начинал как талантливый спортсмен. К раскрытию своего таланта Арнольд подошел очень серьезно. Каждый день по две тренировки. Общая нагрузка – до 50 тонн за тренировку. Такой серьезный подход привел Шварценеггера к победам и мировой славе. Сначала он завоевал титул «Мистер Вселенная», после чего подтвердил этот титул пять раз.

Затем перешел на более высокий уровень в мире бодибилдинга – к соревнованиям на титул «Мистер Олимпия», где стал семикратным чемпионом. После столь впечатляющего успеха стало очевидно, что

Шварценеггер достиг в бодибилдинге всего, чего может достичь человек в этом направлении.

Тогда он решил стать актером. И точно так же, как он серьезно работал в зале, стал серьезно работать на съемочной площадке. В отличие от многих других статистов, которых туда приглашали, он находился на площадке постоянно, следил, как работают актеры, пытался им подражать, тренировался, снимал дубли и т. д. Он поставил себе цель – стать лучшим актером Голливуда. Очень скоро его стали приглашать в самые серьезные кассовые боевики, пока, наконец, в 1992 году не вышел фильм «Терминатор-2», за который Шварценеггер получил премию как исполнитель лучшей мужской роли. А гонорар за фильм «Терминатор-3» – 35 миллионов долларов – стал на тот момент абсолютным рекордом и сделал Арнольда самым высокооплачиваемым актером Голливуда. Соответственно, цель снова была достигнута.

Следующее направление, выбранное Шварценеггером, – государственная деятельность. Он стал заниматься политикой, участвовать в политической борьбе, и в 2003 году был избран губернатором Калифорнии.

Поэтому не останавливайтесь в своем развитии. Выбирайте новые пути и достигайте новых вершин!

### **Итоги главы**

✓ *Когда мы во множестве генерируем идеи, в большинстве случаев эти идеи сырые. Их нельзя сразу применить. Для применения идеи на практике нужно привязать ее к реальным условиям.*

✓ *Каждая идея оценивается по следующим критериям:*

*новизна;*

*эффективность;*

*простота внедрения.*

✓ *После отбора идей на внедрение их нужно отсортировать в порядке использования ресурсов. На первое место ставьте те, которые требуют минимум ресурсов.*

✓ *При оценке и выборе идей будьте прагматичны. Прагматизм – это подход, при котором надо делать то, что приносит результат. Все, что результата не приносит, прагматиком отвергается.*

✓ *После внедрения любой идеи прежде всего подведите итоги. Что конкретно вы сделали и какой результат это принесло?*

✓ В случае важных решений проведите анализ на «скрытые выгоды и скрытые потери».

✓ Не останавливайтесь в своем развитии. Выбирайте новые пути и достигайте новых вершин!



## **Глава 7**

# **Мастерская творца**

В предыдущих главах мы научились генерировать идеи в ответ на конкретное задание. Но ведь мы можем пойти дальше и не просто сделать своей целью умение генерировать идеи в ответ на конкретную ситуацию. Мы можем сделать это умение своей жизнью, то есть окружить себя идеями, организовать себе творческую мастерскую и создавать новые идеи каждый день.

## Концептуальное мышление

Чтобы добиться того, о чем говорилось выше, необходимо поменять сам принцип мышления. Когда вы начинаете думать творчески только в момент появления конкретной задачи, ваше мышление подчиняется внешним обстоятельствам.

Если вы хотите выдавать идеи постоянно, придется реструктурировать сам процесс мышления. То есть независимо от текущих задач перед началом этого процесса вы задаете порядок того, о чем будете думать.

Ваше внимание будет последовательно перемещаться по важным элементам ситуации, что позволит мыслить намного эффективнее. Для этого вам нужно будет овладеть **концептуальным мышлением** – мышлением, направленным на достижение цели.

Основной элемент концептуального мышления называется **концепцией**. Концепция – это согласованный набор понятий, которые позволяют влиять на окружающий мир.

### **Каждая концепция состоит из трех частей:**

- текущее состояние;**
- целевые возможности;**
- приемы влияния.**

Понять их можно на таком примере. Вы едете на машине, и у вас спустило колесо. Это текущее состояние. Ваши целевые возможности: поехать на другом транспорте, поставить докатку, поменять колесо на запасное, починить колесо.

В зависимости от выбора цели существует набор приемов, с помощью которых вы начнете влиять на ситуацию: вызвать такси, позвонить в шиномонтаж, взять домкрат.

Каждый прием – это набор типовых операций, которые требуют наличия определенных ресурсов.

Если вы решили позвонить, у вас должен быть мобильный телефон и вы должны знать нужный номер.

Если вы решили поменять колесо, у вас должен быть домкрат, баллонный ключ, запасное колесо. Кроме того, желательно иметь колесный башмак и технический аэрозоль, например WD-40, для откручивания заржавевших крепежных гаек.

Концептуальное мышление предполагает, что вы начинаете мыслить

не отдельными шагами «если так – то так», а сразу концепциями. Это делает мышление намного более эффективным.

Хорошей иллюстрацией служат шахматы. Новичок в начале игры долго думает над каждым ходом, повторяя мысленно: «Если я схожу так, то он сходит так, а я потом схожу эдак». Гроссмейстер начинает игру с выбора дебюта и затем делает первые ходы, практически не размышляя, а просто воспроизводя заранее продуманное решение.

Как же научиться мыслить концептуально?

**Концептуальное мышление состоит из трех этапов.**

- 1. Диагностика ситуации. Вы отвечаете на вопрос: «Что я сейчас имею?»**
- 2. Выбор цели: «Что я хочу иметь?»**
- 3. Приемы: «Как я хочу это получить?»**

Если в случае с заменой колеса вы сразу выбрали концепцию «шиномонтаж», то уже нет смысла искать баллонный ключ. Имеет смысл искать телефон шиномонтажа, а после вызова мастера забыть про спущенное колесо и заняться другими делами. Например, размяться и подышать свежим воздухом.

И наоборот, если вы выбрали концепцию «меняю колесо сам», то не нужно отвлекаться на поиск такси. Сразу открывайте багажник и доставайте домкрат.

При этом не забывайте о важности для каждой концепции конкретных ресурсов. Если у вас спустило колесо и при этом выяснилось, что мобильный телефон в данной местности не работает, а домкрата у вас нет, то привычные концепции не сработают. Придется придумать что-то новое.

Концептуальное мышление предполагает, что в каждый момент времени вы управляете своими мыслями и точно знаете, что именно вы обдумываете и зачем. Мышление становится целенаправленным, то есть движется в сторону цели.

Каждый этап концептуального мышления имеет свои особенности.

**Диагностика ситуации** – это объективный анализ того, что есть. Здесь имеет смысл отключить эмоции и сосредоточиться на фактах. Лучше всего пользоваться объективными показателями: показаниями приборов, статистикой, метриками. Чем более объективно вы подойдете к ситуации, тем более прочный фундамент для мышления создадите. Типовая ошибка на этом этапе – представление «я и так все знаю». Это далеко от истины. Для эффективного мышления нужна полная картина ситуации. Так как

внимание человека все время скачет, большую часть времени вы смотрите на мир фрагментарно. В этом случае можно что-то упустить. Так начинающий шахматист, увлеченный борьбой за пешку, может «зевнуть» ферзя.

**Этап выбора цели**, напротив, более субъективен. Помечтайте о том, чего вы хотите. Не ограничивайте себя – ведь для творческого человека нет преград. Только позаботьтесь о том, чтобы ваши мечты были как можно более детальны. Чем яснее вы представляете результат, тем проще его достичь. Здесь типовой ошибкой является смешивание цели и путей ее достижения. На самом деле в первую очередь нужно определить, чего именно вы хотите. А как это получить – совсем другая задача. И размышления о способе получения желаемого во время выбора цели приведут к тому, что вы будете ограничивать себя только теми желаниями, дорогу к которым вы уже знаете.

**Набор приемов** – это квинтэссенция вашего опыта. Чем больше у вас реализованных проектов, тем больше вы накопили приемов влияния на ситуацию. Если дело совершенно новое, рекомендуется начать с экспериментов: попробовать разные воздействия и посмотреть, что получится.

## Концептуальное мышление и креатив

С точки зрения концептуального мышления решать отдельные творческие задачи – это неразумная трата времени. Намного более эффективно сначала выбрать область специализации, а дальше решать задачи... до того, как они возникнут.

В случае с запасным колесом вы заранее выбираете, как именно будете реагировать на эту ситуацию. В зависимости от решения вы либо еще перед поездкой вбиваете в телефон номер шиномонтажа, либо тренируетесь в спокойной обстановке менять колесо и готовите весь набор инструментов и материалов.

Точно так же и с идеями. Вы выбираете предметную область и каждый день обдумываете концепции, относящиеся к этой области.

И тут вас поджидает существенная трудность. Прокол колеса – это типовая ситуация. К ней можно подготовиться на 100 %. А как же применять концептуальное мышление в творческих задачах?

На этот важный вопрос нам поможет ответить пожарная команда. В работе пожарных всегда есть элемент непредсказуемости. Они не знают, когда будет пожар, где он будет и что именно будет гореть.

Поэтому решение проблемы тушения пожаров разделено на две части.

С одной стороны, пожарные имеют под рукой все, чтобы максимально быстро отреагировать на вызов, и регулярно проводят тренировки по пожаротушению.

С другой стороны, как только происходит пожар, они используют готовые и отработанные схемы поведения.

Налицо полная аналогия с творческими задачами. Вы не можете знать, какая именно проблема может возникнуть, но вы можете заранее создать весь инструментарий и постоянно тренироваться в его применении.

Тренировать творческое мышление нам помогут такие интересные особенности мозга, как **детекторы ответа** и **интерпретаторы ситуации**.

### Детекторы ответа

Детектор ответа – это набор ожиданий, который реагирует на возможное появление готового результата. Так, например, когда школьник решает задачу из учебника и получает целое число в ответе, то он радуется, потому что чаще всего в школьном задачнике встречаются задачи с простыми ответами.

Понять работу детектора ответа можно на примере начинающего грибника. Человек первый раз идет за грибами. Более опытный грибник показывает ему картинки со съедобными грибами. Проблема в том, что красивый рисунок на картинке не совсем совпадает с грязным грибом в естественных условиях. Поэтому нельзя сказать, что новичок по картинке сразу научится определять съедобный гриб. У него только-только сформировался детектор ответа. Когда новичок пойдет по осеннему лесу, то, скорее всего, пропустит множество грибов. Он увидит только те, которые максимально соответствуют картинке. Если же рядом с ним будет идти опытный грибник, он будет подсказывать, куда смотреть. И первый же гриб, который попадет в детектор ответа, моментально вызовет узнавание. После каждого правильного узнавания детектор ответа становится все более и более точным, пока, наконец, этот детектор не начнет безошибочно выявлять съедобные грибы и отсекал несъедобные. Собственно, в этот момент из новичков человек переходит в группу опытных грибников.



У детекторов ответа есть замечательное свойство: если один раз настроить детектор, то он уже не забывается. Поэтому опытный грибник на всю жизнь остается опытным.

Применительно к творчеству детекторы ответа – это максимально

подробное описание того, что вы хотите получить. Чем яснее результат, к которому вы стремитесь, тем проще сообразить, как его получить. Профессионал отличается от любителя тем, что имеет в голове набор готовых результатов. Как только возникает похожая ситуация, сразу активизируются готовые детекторы ответа. Профессионал знает, куда смотреть, чтобы получить подсказку.

В сентябре 1983 года музей Пола Гетти в Калифорнии приобрел мраморную статую, датируемую VI веком до н. э. Это был *курор* – скульптурное изображение мужской фигуры. Сумма сделки составила 10 миллионов долларов. Работники музея были осторожны и перед покупкой тщательно провели анализы курора с помощью электронного микроскопа, электронного микроанализатора, масс-спектрометрии, рентгенографии и рентгенофлюоресценции.

Через несколько месяцев после этого музей посетил бывший директор нью-йоркского музея Метрополитен Томас Ховинг. Первой его реакцией на увиденную статую было слово: «Новенькая!»

После чего Ховинг спросил:

– Вы уже заплатили? Если да, постарайтесь вернуть деньги, если нет, не вздумайте платить.

Работники музея были растеряны. Было проведено следствие, которое установило, что статуя – подделка. Как же Томас Ховинг с одного взгляда смог определить подделку, а работники музея с помощью современной аппаратуры – не смогли?

Секрет таится как раз в детекторах ситуации. Ховинг позже вспоминал: «Я вел раскопки на Сицилии, и мы часто находили фрагменты куроров. Они никогда не выглядели так. Этот имел такой вид, словно его окунули в лучший кофе латте от Starbucks».

Много раз Томас Ховинг видел настоящие куроры. Поэтому его детекторы уже были настроены на их обнаружение.

Как же правильно подготавливать детекторы ответа? Для этого каждый раз, когда вы уже решили задачу, неважно, учебную или реальную, внимательно смотрите на ответ. Суть этого процесса в том, чтобы вы «впитали» в себя готовое решение. Оно должно стать для вас самоочевидным. После того как вы проделаете это упражнение несколько раз с разными ответами, в вашем мозгу появятся детекторы ответа на основании схожих элементов из разных решений.

## **Интерпретаторы ситуации**

Теперь разберемся, что такое интерпретаторы ситуации.

Продолжим наш пример про поиск грибов. Есть места, которые более подходят для сбора грибов, чем другие. Никакой детектор грибов такие места определить не сможет. Но каждый раз, когда грибник замечает определенный растительный покров, вид почвы и рельеф местности, в его мозгу постепенно формируется **интерпретатор ситуации**, то есть воспринимаемый набор признаков, по которому можно сделать определенные предположения. Интерпретатор, в отличие от детектора, не дает готовое решение. Но позволяет сделать определенные выводы даже на основании неполных данных.

Интерпретаторы ситуации помогают упростить творческий процесс. В любой новой ситуации вы уже не растерянно смотрите по сторонам, а имеете некоторый предварительный план действий.

Что же нужно для наработки интерпретаторов? Для этого нужно самостоятельно решить ряд серьезных задач в вашей предметной области. Пусть даже с чужой подсказкой, но важно, чтобы вы сами полностью понимали решение.

В этом случае вы получаете интерпретаторы, которые теперь будут работать для решения многих задач. Даже в незнакомых условиях вы сможете увидеть кирпичики ответа.

Интерпретаторы полностью определяют мастерство человека. Мастер обладает целым багажом готовых схем, которые моментально разбивают сложную ситуацию на ряд типовых элементов. А дальше – дело техники. Обработать элемент за элементом и получить нужный результат.

Стоит один раз потратить время на решение трудной проблемы, и затем можно очень быстро приходить к решению целого класса задач. Поэтому не бегите от проблем. Они ваше благо. Источник силы вашего ума.



## Человек-бренд

Решение творческих задач – это очень трудоемкий процесс. Поэтому желательно построить вашу жизнь так, чтобы получать максимальный результат от приложенных усилий.

Лучший и гарантированный способ сделать так, чтобы интеллектуальные усилия не пропадали даром, – это превратить себя в человека-бренд. Это означает, что вы будете не только заниматься решением задач в определенной предметной области, но и заявлять себя как эксперта в этой области.

В качестве примера человека-бренда можно привести американского предпринимателя Дональда Трампа. Он первым начал ставить свое имя на тех домах, которые построил. В то время скептики говорили, что это – полная глупость, потому что так никто не делает. А сейчас многие застройщики платят Трампу за то, чтобы на их домах красовалась надпись Trump.

Вы можете сделать свое имя широко известным, если приложите для этого усилия. К счастью, совершенно не обязательно, чтобы вас знали все. Вполне достаточно, чтобы вы стали популярным в выбранной нише.

Если вы подходите к творчеству серьезно и действительно умеете генерировать качественные идеи, то можете применить этот же подход, то есть подход к генерации идей, к самому себе, к своему финансовому положению. Соответственно, вы можете делать деньги таким образом, каким до вас еще никто не делал. Причем начать вы можете абсолютно с любой творческой профессии, которой сейчас владеете. Допустим, вы дизайнер, или копирайтер, или фотограф, или музыкант, или писатель, или представитель любой другой творческой профессии, и прямо сейчас работаете по найму. Но если вы сделаете себя брендом, то ничто не помешает вам находить заказы со стороны.

Сначала вы будете их выполнять в свободное от работы время, но по мере того как ваше имя будет приобретать известность, вы сможете увеличивать стоимость своего времени. В конце концов вы начнете зарабатывать достаточно, чтобы быть самому себе хозяином. Ну а если вы снова примените приемы креатива, на этот раз для привлечения все большего числа клиентов, то, возможно, в будущем откроете собственную студию, где будете целиком погружены именно в творческий процесс.

С чего же начать становление себя как человека-бренда? В эпоху Интернета это достаточно простая вещь. Вы можете создать персональный

сайт, который будет решать сразу две задачи.

Во-первых, персональный сайт станет инструментом для вашего продвижения и создания бренда.

Во-вторых, как это ни странно, сам сайт – это прекрасный источник новых креативных идей. Сама работа с сайтом и его организация являются хорошим стимулом для создания чего-то нового. Но, конечно, ключевым моментом в этой системе является то, что вы начнете получать обратную связь от посетителей сайта, от заказчиков, от коллег. Соответственно, все это станет фундаментом вашего профессионального роста. Если эта идея кажется вам слишком новой и сложной – ничего страшного. Ведь в этом и состоит наша цель – научить делать что-то новое, сложное, то, чего вы никогда не делали.

Итак, как вообще подступиться к этой мысли, к этому процессу – превращению себя в бренд? Сделать это легко, если посмотреть на себя как на фирму – например, Microsoft, или Google, или Coca-Cola – и подумать, как эти большие и богатые компании стали известными.

Сначала они выбрали предметную область:

Microsoft – операционная система;

Google – поисковая система;

Coca-Cola – газированная вода.

Обратите внимание, что впоследствии эти компании осуществили еще множество проектов, но главный проект всегда оставался приоритетным.

Затем они предложили собственное решение привычной проблемы и стали приводить причины, почему их решение – лучше.

Это и есть общий принцип создания бренда. Итак, представьте, что вы – это компания. И дальше берите лист бумаги и отвечайте на вопросы:

Кто я?

Что я делаю?

Какова моя предметная область?

Чем я отличаюсь от других?

Что я делаю лучше, чем другие?

По мере того как вы записываете ответы на эти вопросы, вы начинаете выстраивать свой бренд. Эта деятельность ведется ежедневно. Вы каждый день задаете себе подобные вопросы и записываете ответы.

Конечной целью станет разработка мини-презентации себя. Вы будете в состоянии быстро и ясно рассказать, в чем именно вы специалист и какие проблемы можете помочь решить.

Как только вы определились с выбором ниши, следует постепенно перевести вашу текущую активность в выбранную нишу и отказаться от

других проектов, чтобы не распыляться понапрасну.

Если вы работаете над каким-то проектом, задавайте себе вопросы:

Этот проект подходит под мой бренд?

Правильно ли то, что я им занимаюсь?

Кем я хочу стать в итоге?

Какое значение имеет моя работа сейчас?

Как именно я ее делаю?

Что будет происходить дальше? Представьте, что вы работаете в рекламном отделе крупной компании и ваши должностные обязанности заключаются в подготовке корпоративных рекламных материалов. Выполняя эту работу для компании, параллельно задавайте себе вопросы:

Как бы я рекламировал себя?

Как бы я рекламировал свои услуги?

Какой формат рекламы я бы использовал?

Где бы рекламировался?

Какой бюджет я бы заложил на это?

В самом начале не обязательно даже делать это, чтобы не сильно рисковать деньгами. Вы просто ведете эту работу мысленно, начинаете думать в эту сторону. При этом, возможно, вы возразите: «Я на работе занимаюсь банальными вещами». Например, хотя вы и работаете в рекламном отделе, но ваши обязанности заключаются только в том, чтобы звонить в разные журналы и газеты и договариваться о размещении рекламы, то есть конкретно в вашей деятельности креатива нет. Но ведь никто не мешает вам эту креативность привнести! Никто не мешает вам выполнять ту же самую работу, но совершенно по-другому: поинтересоваться отдачей от рекламы, посмотреть, сколько реклама приносит денег, подумать, во что лучше вкладываться.

Соответственно, в процессе работы параллельно задавайте себе вопросы:

Как я бы вел свою рекламную кампанию?

Какие рекламные объявления я бы протестировал, какие рекламные кампании проверил?

Какие виды медиарынка я бы задействовал (радио, телевидение, пресса)?

Попутно не забывайте применять те приемы, о которых мы говорили в предыдущих главах. Попробуйте представить, что у вас неограниченный бюджет или что вы – некая уже известная личность. Как бы вы действовали в этом случае? На самом деле, если на работе вы не заняты ничем особенным, если ваши обязанности абсолютно рутинные, то, каким

бы хорошим работником вы ни были, вас в любой момент могут уволить и заменить другим.

Но если вы – человек креативный, если у вас уже есть известность, такого не произойдет, потому что творческого человека очень трудно заменить. Так что самое время заняться продвижением самого себя.

И здесь нужно сказать еще несколько слов о важности собственного сайта. В первую очередь такой сайт – это ваша визитка. Вы можете просто давать его адрес всем вашим знакомым, старым и новым. Сайт будет работать на ваш имидж просто самим фактом того, что он у вас есть.

Кроме того, вы можете с его помощью делать следующие вещи. Если вам поручают какой-то проект, вы можете сообщить в своем блоге, что столкнулись с определенной задачей, рассказать, как именно собираетесь ее решать, и попросить читателей оставить комментарии.

Что происходит дальше? Люди, заинтересовавшиеся темой, в комментариях дают свои варианты того, как можно решить задачу, рассказывают об инструментах, с помощью которых они это делают, о своих приемах. Иными словами, вы погружаетесь в творческую атмосферу общения и обмена опытом. Фактически каждый ваш шаг становится площадкой для обсуждения каких-то идей. А о том, что вы уже умеете делать и что у вас хорошо получается, вы можете писать статьи и выкладывать в блоге. Именно эти статьи и будут делать вам имя. Есть много примеров того, как люди выкладывали в блоге свои заметки и наблюдения, а потом из них получалась книга. А книга – это уже весомый вклад в создание вашего имиджа.

## Масштабное мышление

Переходим к следующему шагу продвижения себя. Этот шаг называется «**масштабирование**».

Ранее мы уже рассматривали прием «**Известные люди**», когда вы пытались представить, как бы решал задачу какой-то известный человек.

Но теперь, когда у вас уже есть собственный бренд, задавайте себе противоположный вопрос: что бы сделал я, если бы стал известным человеком?

Как бы я подошел к выполнению задачи при условии, что я известен, у меня заказчики стоят в очереди, у меня вышли книги, у меня хорошо посещаемый сайт. Как бы в этом случае я действовал?

Эти вопросы меняют фокус вашего внимания. Если вы привыкли смотреть на себя как на маленького человека, который занимает маленькую должность и отвечает за простые вещи, то теперь вы начинаете смотреть на себя совершенно по-другому – как на человека солидного и состоявшегося.

Это существенно повышает ваши шансы придумать что-то более значительное. И тема, которой вы в данный момент занимаетесь, начинает раскрываться совсем с другой стороны. Вы с удивлением обнаруживаете, что вам приходят не мелкие идеи, как раньше, а серьезные и глобальные.

Конечно, вы можете возразить: «Зачем себя обманывать? Я же знаю, что я простой менеджер по рекламе». Все правильно. Сегодня вы работаете на этой должности. Но все известные люди с чего-то начинали.

Альберт Эйнштейн работал экспертом в бюро патентов.

Жан Рено был рабочим сцены.

Сильвестр Сталлоне работал уборщиком звериных клеток.

Президент компании Dell Майкл Делл был мойщиком посуды в китайском ресторане.

Основатель компании Amazon Джефф Безос начинал с работы в ресторане McDonald's.

Это было только начало. Первая ступенька на пути к успеху. Поэтому самое время задуматься о том, куда ведет ваша лестница? К какому успеху вы хотите прийти?

Лучше всего подробно расписать желаемый результат. Чего вы хотите достигнуть, как жить, чем заниматься.

Создатель самого знаменитого рекламного агентства в мире Дэвид Огилви в самом начале написал названия пяти фирм, с которыми ему

больше всего хотелось работать: General Foods, Bristol-Myers, Campbell Soup, Lever Brothers и Shell. Через некоторое время все они стали клиентами фирмы Огилви.

Сам Дэвид Огилви постоянно думал о том, как сделать свое агентство лучшим в мире. Многие кампании, проведенные Огилви, вошли в золотой фонд рекламы.

Однажды Дэвиду Огилви довелось рекламировать целую страну! Ему заказали рекламную кампанию для Пуэрто-Рико, в результате которой на местные курорты хлынул поток туристов.

Создание собственного бренда работает по принципу взаимоусиления. С одной стороны, вы можете на своем сайте рассказать о том, какие задачи вас вдохновили бы – например, провести, как и Огилви, рекламную кампанию для целой страны, – и о том, как бы вы это сделали. Это интересно и привлечет посетителей на ваш сайт.

С другой стороны, вы можете таким образом привлечь заказчиков, которые ищут исполнителей для масштабных проектов. Но даже если и не брать столь высокую планку, результатом описания ваших идей может стать предложение о новой работе с более высокой зарплатой и более интересными задачами.

Сама постановка масштабной цели уже мотивирует на ее достижение. В качестве примера приведем удивительную историю знаменитого тренера Лу Хольца. В 1966 году никому не известный молодой человек сел и записал список жизненных целей. Следует учесть, что на тот момент у Лу Хольца не было ни денег, ни работы. В список вошли такие экзотические цели, как:

- отобедать в Белом доме;
- принять участие в качестве гостя в популярном шоу The Tonight;
- встретиться с папой римским;
- стать тренером футбольной команды «Нотр-Дам»;
- победить в общенациональном чемпионате;
- стать тренером года;
- высадиться на палубе авианосца;
- получить орден...

Звучит как фантастика? Тогда вам будет интересно узнать, что на протяжении своей жизни Хольц достиг 102 из 107 целей.

В настоящее время благодаря Интернету можно очень быстро раскрутить себя, участвуя в различных сетевых проектах.

Например, вы хотите стать известным писателем. Для таких целей есть интересный проект – писательский марафон «Нанораймо»

(NaNoWriMo), который проходит под девизом «Напиши роман за месяц». Сотни тысяч участников этого проекта, который стартует ежегодно в ноябре, одновременно пишут роман.

Это своеобразный писательский флешмоб. Конечно, написать роман за месяц – очень большая нагрузка. Но сознание того, что одновременно с вами это делают сотни тысяч человек, дает необходимый азарт. Каждый день вы должны указывать на сайте «Нанораймо» количество написанных за день слов. К концу месяца их должно быть 50 000. Это здорово мотивирует и вносит дух соревнования.

В частности, черновик этой книги был написан в рамках проекта «Нанораймо». И скажу как участник, что написать 50 000 слов невероятно трудно – зато и страшно интересно.

## Стать «номером один»

Переходим к завершающей стадии формирования персонального бренда. Можно сказать, что вы стали брендом, если после вашего имени люди добавляют: «Он номер один в...»

В какой теме вы хотели бы стать номером первым? Обычно люди называют себя менеджерами, дизайнерами, фотографами. Это слишком широкое определение. Стать менеджером номер один или фотографом номер один невероятно трудно, если вообще возможно. Чересчур размытые понятия. Но вот если сузить рамки – например, стать свадебным фотографом номер один, – цель становится более реальной.

Зачем быть номером первым? Это вытекает из особенностей психики. Вы хорошо помните имя первого космонавта, но можете ли назвать имя второго? Человеческой памяти проще зафиксировать лучшего. Поэтому заказчики любят обращаться к тому, кто номер один в теме. Более того, номер один всегда может поставить любую цену на свои услуги. Почему? Потому что он номер один.

Становясь первым номером, вы автоматически привлекаете богатых заказчиков, готовых платить за то, что они имеют дело именно с вами. Поэтому ищите вашу нишу и становитесь номером первым. Причем так и заявляйте – прямо на главной странице вашего сайта напишите: «Я – номер один в нише такой-то». И чем ниша уже, тем лучше. Допустим, вы напишете: «Я – фотограф номер один в съемке мобильных телефонов». Это очень узкая ниша, но зато все интернет-магазины, которым нужны хорошие фотографии мобильного телефона, или журналы, которым нужны дизайнерские, необычные, креативные фотографии, будут знать, к кому обращаться, потому что вы уже им это подсказали. Таким образом, становясь номером один, вы делаете завершающий шаг в формировании собственного бренда.



## Сценарий успеха

В прошлых главах мы долго говорили о том, как создавать идеи. Но идея хороша своим воплощением. Теперь мы начнем превращать идеи в реальность. Как поется в известной песне: «Мы рождены, чтоб сказку сделать былью». Посмотрим, как это сделать на практике.

Итак, идея у вас есть. Желание внедрить тоже. Все начинается с первой пробы. Старайтесь первую пробу сделать совсем крошечной, с минимальными затратами времени и сил. Как только у вас что-то получится, остановитесь и отметьте это. Ведь получилось!

После этого вы должны сесть и записать сценарий успеха. Сформулируйте кратко, что именно вы делали и как. Иначе вы скоро все забудете, и совершенно не факт, что сумеете свой успех повторить.

Неудачники тратят время на ошибочное повторение того, что когда-то делали правильно. Забытые мелочи никак не дают им воспроизвести нужный результат.

Допустим, вы заказали пиццу. Ее быстро привезли, и она вам понравилась. Прошло три месяца, вам снова захотелось пиццы, но вы уже не помните, где ее заказывали. Вы начинаете тратить время на поиски телефона. Потом ищете в Интернете. И потом заказываете не ту. Казалось бы, пустяк, но из таких пустяков складывается жизнь. И наоборот – стоило потратить минуту, чтобы занести в смартфон номер телефона доставки пиццы с кратким комментарием, и это потом сэкономило бы вам кучу времени и нервов.

Что уж говорить о более масштабных мероприятиях, вроде сборов в отпуск или организации дня рождения! Чем более подробно и детально вы все запишете, тем более простым делом это окажется впоследствии.

Впоследствии сценарий успеха уточняется и детализируется. Каждая мелочь учитывается, и порядок выполнения становится все более ясным и четким. Идеальный сценарий успеха – это такой алгоритм действий, который можно дать новичку, и он гарантированно получит нужный результат.

*Итак, последовательность создания сценария успеха такова:*

*сделали пробу – кратко записали основные моменты;*

*повторили – записали подробно;*

*делайте постоянно – доведите до детальной инструкции.*

Чем детальнее инструкция, тем качественнее результат. Сценарий успеха дает еще одно важное преимущество. По нему хорошо видно, делаете вы сейчас что-то важное и творческое или занимаетесь ненужной суетой. Если вам нужно что-то сделать и вы знаете, что и как именно делать, – все хорошо. Если же вы все время заняты поисками нужной информации, постоянно переделываете работу, бросаете проекты незаконченными из-за отсутствия нужных материалов – это бессмысленная суета.

И наконец, сценарий успеха дает возможность масштабировать ваш проект. Если готова подробная инструкция, вы можете нанять человека, который будет выполнять рутинную работу за вас. А у вас высвободится время для других творческих проектов.

Есть косвенный признак того, что в вашей жизни много суеты, – это сильная усталость после работы. Человек устает на работе главным образом из-за того, что нервничает по поводу различных нестыковок, которые вынуждают его постоянно отвлекаться.

При наличии сценариев успеха воплощение в жизнь ваших идей идет легко и естественно. Это можно видеть на таком примере. Допустим, вы забежали в кафе выпить чашечку кофе, уселись за столик и сделали заказ. Вы ожидаете, что кофе вам принесут в разумные сроки. Если вам скажут, что время исполнения заказа пять часов, вы тут же уйдете.

То же самое происходит со многими интересными идеями. Вам захотелось что-то внедрить, но процесс пошел так тяжело и медленно, что скоро он станет вам неинтересен.

Поэтому скорость внедрения идей имеет существенное значение. Как же повысить эту скорость? Для этого нужно применить принцип «слабого звена». Вы должны выяснить, какой именно процесс съедает больше всего времени. И попробовать его оптимизировать.

Скорость эскадры определяется скоростью самого тихоходного корабля. То есть самый медленный корабль сдерживает всю эскадру, пусть даже все остальные корабли будут быстроходными.

*Концепция – это согласованный набор понятий, которые позволяют влиять на окружающий мир.*

Ищите, что сдерживает вас. Устраняйте слабое звено и устремляйтесь вперед!

## ***Итоги главы***

✓ Если вы хотите выдавать идеи постоянно, вам нужно реструктурировать сам процесс мышления. То есть независимо от текущих задач перед началом этого процесса вы задаете порядок того, о чем будете думать.

✓ Концептуальное мышление предполагает, что вы начинаете мыслить не отдельными шагами «если так – то так», а сразу концепциями. Это делает мышление намного более эффективным.

✓ Основной элемент концептуального мышления называется концепцией. Концепция – это согласованный набор понятий, которые позволяют влиять на окружающий мир.

✓ Каждая концепция состоит из трех частей:  
текущее состояние;  
целевые возможности;  
приемы влияния.

✓ Тренировать творческое мышление нам помогут такие интересные особенности мозга, как детекторы ответа и интерпретаторы ситуации.

✓ Детектор ответа – это набор ожиданий, который реагирует на возможное появление готового результата.

✓ Интерпретаторы ситуации помогают упростить творческий процесс. В любой новой ситуации вы уже не растерянно смотрите по сторонам, а имеете некоторый предварительный план действий.

✓ Решение творческих задач – это очень трудоемкий процесс. Поэтому желательно построить вашу жизнь так, чтобы получить максимальный результат от приложенных усилий.

✓ Лучший и гарантированный способ сделать так, чтобы интеллектуальные усилия не пропадали даром, – превратить себя в человека-бренд. Это означает, что вы будете не только заниматься решением задач в определенной предметной области, но и заявите о себе как эксперте в этой области.

✓ Становясь первым номером, вы автоматически привлекаете богатых заказчиков, готовых платить за то, что они имеют дело именно с вами.

## Глава 8

Сейчас мы поговорим о тех помехах, которые мешают творческому человеку. Даже если вы полностью готовы к творчеству и чувствуете, что где-то вокруг вас уже витают интересные идеи, все может пойти не так. Творчество – это тонкий процесс, и его легко сбить.

Посмотрим, по каким причинам творческий процесс может быть нарушен.

## **Внешние помехи**

Внешние помехи – это те причины, по которым вы никак не можете приступить к творческому процессу.

### **Помеха «Постоянный поток новостей»**

Самая частая причина, из-за которой вы не можете ничего придумать, – это непрерывная лавина новостей, которая рушится на вас со всех сторон. Есть люди, у которых постоянно включен телевизор или радио. Они окружают себя совершенно безумным потоком информации. В этих условиях стать творческим человеком невозможно.

На своих курсах я даю задание в течение недели исключить все внешние источники информации: не смотреть телевизор, не ходить в Интернет, не читать новости в газетах, не слушать радио.

Через пару дней информационной тишины наступает поразительный эффект: у участников появляется желание что-либо сделать, причем сделать как раз что-то новое, креативное, интересное.

В этих условиях мозг полностью концентрируется на задаче, и это способствует высокой работоспособности и сильной творческой активности.

Новости – это одна часть проблемы. Другая часть проблемы – наличие множества коммуникационных средств: электронные письма, новости с сайтов, телефонные звонки, сообщения по скайпу или другим средствам мгновенных сообщений, соцсети и прочие коммуникаторы. Все они порождают определенный поток сообщений:

«Программа обновилась»;

«Участник сменил статус»;

«Пользователь вошел в систему».

Казалось бы, подобные сообщения вполне безобидны, ведь они не требуют никакой реакции, но внимание-то они отвлекают! В результате получается вот что: человек пришел на работу, сел, включил компьютер, а дальше он занимается только реагированием на непрерывно идущий поток непонятно чего.



Представьте, что вы хотите пить, открываете кран, и вдруг мощная струя воды ударяет вам в лицо и сбивает с ног. Фактически, конечно, вы уже ничего не можете сделать. Поэтому старайтесь максимально оградить себя от лишних сигналов. Ставьте фильтры, задавайте «черные списки», выключайте лишние уведомления.

### **Помеха «Лишние разговоры»**

Так получилось, что мы совершенно не ценим время другого человека. Считается в порядке вещей зайти и долго разговаривать на посторонние темы. Обычно это обсуждение новостей или сплетен. Опять же считается невежливым прекращать такие разговоры.

С появлением мобильного телефона эта помеха стала стихийным бедствием. Человека можно отвлечь в любую минуту, где бы он ни находился.

Но эти разговоры отнимают уйму времени и не приносят никакой пользы. Творческому человеку нужно научиться почаще говорить: «Я занят».

Не могу разговаривать».

## **Помеха «Суета»**

Следующая помеха творчеству – это суета, то есть желание сделать много в один момент. Вам кажется, что вы сделаете много, если будете сразу браться за все дела. Но это ошибка. Из-за постоянного переключения внимания вы не сумеете сосредоточиться ни на одном деле в достаточной мере, чтобы сделать его хорошо.

Это очень похоже на то, как если вы бы попытались собрать два пазла одновременно. У вас совершенно точно ничего не выйдет, а на столе вскоре образуется полный хаос. Поэтому, как только вы захотите войти в творческое состояние, необходимо уйти от суеты. Не торопитесь. То, чем вы заняты, делайте постепенно, плавно, с удовольствием. Старайтесь, чтобы ничто этому не препятствовало, чтобы у вас не было больше никаких срочных дел, чтобы вы могли плавно войти в нужный настрой и размеренно творить и делать то, что вы собирались делать.

Иногда мне возражают: «Но мне реально нужно сделать много всего!» На самом деле это заблуждение. Вы не можете успеть все и сразу. В любом случае вы ограничены вашим временем и вниманием. Даже если вы сильно загружены, то все равно не способны прыгнуть выше головы. Поэтому гораздо лучше признать, что ваше время ограничено, и выработать привычку говорить «нет» на любые попытки загрузить вас еще больше.

Творческий процесс требует тишины и внутреннего спокойствия.

Еще одно частое возражение: «Мой начальник постоянно меня загружает мелкими поручениями. Я не могу избавиться от постоянной суеты». В подобной ситуации желательно, а иногда даже обязательно дисциплинировать вашего начальника.

Для этого, получив первое задание, зафиксируйте его письменно и попросите утвердить. После второй просьбы занесите ее в тот же список. Когда вы сочтете, что уже перегружены, покажите начальнику список его же заданий и скажите: «Я сейчас выполняю вот эти ваши задания. Если вы считаете, что новое задание важнее, то скажите, что из списка можно исключить, потому что выполнить все я просто не успеваю».

Как показывает практика, в подобных случаях, когда начальник видит, что вы отказываетесь аргументированно, лишние задания исчезают.

Сколько же проектов на самом деле можно вести одновременно?

Ответ приблизительно тот же, что и ответ на вопрос «Сколько чемоданов вы можете нести?». Тут все просто. Один чемодан нести

нормально; два – тоже можно, но уже руки заняты. Три и больше – нужен носильщик. Поэтому вы можете вести много проектов, но для этого вам понадобятся помощники или подчиненные.

### **Помеха «Все держать в голове»**

Часто люди пытаются всю информацию держать в голове. Начальник дает указание подчиненному, тот запоминает. Официанты не записывают заказ. Техники проводят диагностику и пытаются запомнить результаты. То есть фактически люди превращают свою голову в свалку бессмысленных фактов.

Американский предприниматель Джон Вишневский начинал свое дело, когда у него в кармане было 200 долларов, а построил громадную корпорацию с оборотом в 250 миллионов долларов. Когда его спросили, в чем секрет его успеха, он дал весьма парадоксальный ответ: «С самого начала я приучил себя ничего не запоминать».



Ответ совершенно правильный. Человеческая память не приспособлена для хранения лишней информации. Во время сна все ненужное и неиспользуемое уходит в самые дальние «закрома», поэтому полагаться на память нельзя.

В моей жизни была такая история. Мы с другом поехали на компьютерный рынок. Он собирал себе компьютер, и ему нужно было купить комплектующие. Перед поездкой я его спросил:



– У тебя есть список того, что нужно купить?

Он удивился:

– Зачем список? Я и так все помню.

Мы долго ходили по рынку, накупили кучу всего. Но когда вернулись домой, приятель воскликнул:

– Ой, самое главное-то я и забыл!

Поэтому на следующий день он опять поехал на рынок. Иначе говоря, из-за попытки все запомнить он потерял целый день.

Часто люди жалуются на перегруз, но если внимательно посмотреть, видно, что большинство из них суетится абсолютно нерационально. Они по многу раз делают одни и те же вещи, что-то забывая, постоянно возвращаясь и переделывая.

Поэтому не нужно ничего держать в голове. Любая информация, которая не нужна прямо сейчас, но может понадобиться в будущем, заносится в компьютер. Если под рукой нет компьютера, можно записать на бумаге, но потом все равно перенести информацию в компьютер.

## **Помеха «Скучное занятие»**

Вам скучно на работе, и вы не видите новых возможностей. Вы просто отсиживаете положенное время, поглядывая на часы. Такое настроение совсем не способствует творчеству.

Скучные занятия истощают вас, и энергии на творчество уже не остается. Существует хороший признак «протухшего проекта», то есть проекта, который вам точно нужно закрыть. Он обозначается модным словечком «прокрастинация». В переводе на русский – это состояние, когда человек постоянно откладывает выполнение какого-то дела. Если вы заметили у себя похожее состояние, это говорит о том, что проект вам скучен. Не нужно бороться с этой «прокрастинацией». Просто закрывайте проект.



Если там, где вы работаете, больше нет интересных для вас проектов, меняйте работу. Ничего творческого вы на скучной работе не создадите.

### **Помеха «И так сойдет»**

Следующую помеху можно назвать «И так сойдет» – это привычка постоянно все делать тяп-ляп, без достаточной требовательности. Обычно она возникает как раз из-за недооценки себя. Даже когда человек знает, что может сделать лучше, он сам себя останавливает словами: «И так сойдет, зачем напрягаться».

Существует хороший способ противодействовать этому. Задайте себе вопрос: «Как можно сделать это хорошо?» Причем делать даже не обязательно, но вопрос задать нужно.

В этот момент почувствуйте себя не исполнителем, а заказчиком. Если бы вам пришлось пользоваться результатом, он бы вас устроил?

## Помеха «Сделаю потом»

Разновидность предыдущей помехи. Вам сейчас не очень хочется что-то делать, поэтому вы себе говорите: «Я сделаю это потом». Но это «потом» так никогда и не наступает. У вас скапливаются горы незавершенных дел, которые пугают уже своим объемом, и к ним не хочется возвращаться.

Обычно это касается совсем простых дел: ответить на письмо, скопировать видео с видеокамеры на компьютер и т. д.

Возникают такие мысли:

сделаю потом;

потом сделаю уже все сразу;

потом сделаю как следует;

потом будет время, и уж тогда я буду заниматься только этим.

Такой подход – типичная ловушка мышления. Эти дела простые и занимают немного времени, поэтому вроде бы их можно отложить. Но завтра будут еще мелкие дела, а потом еще прибавятся. Даже мелкие дела начинают расти как снежный ком. Нужно приучить себя действовать сразу, как только возникла необходимость.

Но часто люди не могут принять решение даже по самым пустяковым вопросам. Есть веселая история: на совещании в некой корпорации сначала обсуждалась сделка на несколько миллионов долларов, а потом – вопрос, какое из подразделений должно покупать новое ведро для уборки. Суммарная зарплата людей, которые это обсуждали, позволила бы купить 10 000 таких ведер.

Многие из нас ведут себя точно так же: пустяковым вопросам уделяют преувеличенное внимание. Чтобы избавиться от подобной привычки, каждый раз, когда вы собираетесь что-то сделать, особенно если это дело не очень значительное, задавайте себе три вопроса:

Насколько это серьезно?

Зачем это мне?

Готов ли я потратить на это часть моей бесценной жизни?

Очень часто люди делают что-то не потому, что это имеет хоть какую-то значимость, а потому что это делают все. Когда-то существовало всеобщее помешательство на кубике Рубика. Когда он только появился, все крутили этот кубик. Мало кто умел его собирать, но крутить должны были все. Зачем? Непонятно. Но крутили! И этот кубик был страшным дефицитом. Сейчас кубик Рубика продается в любом киоске, но никто его не крутит.

Зато сейчас все делают селфи. Непонятно зачем, но все делают. Однако если вы будете ясно понимать, что любое занятие уносит часть вашей бесценной жизни, множество пустых дел отпадут сами собой.

Когда вы начинаете задавать себе вопросы, приведенные выше, куча дел резко уменьшается, потому что реально значимых дел, которые вас куда-то продвигают, не так уж и много.

## **Внутренние барьеры**

Внешние помехи убрать довольно просто, если решение принято и есть воля для претворения этого решения в жизнь. Но есть еще внутренние барьеры, которые портят жизнь творческому человеку. Их не так просто убрать. Они лежат глубоко в подсознании. Единственный способ убрать эти барьеры – постоянно наблюдать за своими мыслями и пресекать ненужные размышления.

### **Барьер «Постоянные сомнения»**

Есть большая проблема, связанная с проектной работой: люди начинают долго раздумывать. Это время, потраченное совершенно зря. Почему? Потому что жизнь стремительно меняется и многие проекты устаревают. Чем быстрее вы начнете действовать, тем быстрее получите какие-то результаты.

Даже если не все ясно – как только вы приступите к конкретным действиям, ясность появится.

Сомнения возникают из страха: «Вдруг я ошибусь?» Запомните: лучше сделать ошибку, понять, что вы движетесь неверным путем, и тут же исправить ее, чем долго-долго сидеть и не делать ничего.

Среди участников моих курсов множество людей хотели бы сделать что-то творческое: много желающих написать книгу, стать дизайнером или попробовать себя в бизнесе, – но страх неудачи блокирует все. Люди годами думают об этом и не могут приступить.

Главная причина вашей нерешительности заключается в том, что вы ждете от себя абсолютно безошибочного поведения. Вы хотите быть безупречным. Страх ошибки намертво приковывает вас к одному месту. Вы постоянно думаете: «Я сделаю что-то не то, и все будут смеяться».

Но представьте себе, что вы учитесь ездить на велосипеде и при этом говорите себе: «Я хочу поехать на велосипеде сразу и безошибочно!» Абсурд. Любое новое дело заставляет вас ошибаться. Это условие развития.

Психологи провели интересное исследование. Они поговорили с президентами крупных корпораций и попросили составить два списка: успешных менеджеров компании и неудачников. Этим менеджерам были предложены письменные тесты по поводу тех или иных бизнес-ситуаций. Нужно было дать некоторое решение. Исследователи предполагали, что неудачники дадут худшие решения.

Результат опыта был поразителен. И та и другая группа дала приблизительно равные результаты, причем правильные. Исследование было продолжено. Хотелось понять, чем отличаются эти люди. В итоге обнаружился неожиданный факт: оказывается, группа успешных менеджеров отличалась от неудачников только одним качеством – решительностью.

Успешные люди сразу претворяют свои решения в жизнь. А неудачники постоянно ходят к начальству, спрашивая, как им поступить, и опасаясь совершить ошибку. Они тоже умные, но они сомневаются и боятся сделать ошибку.

Поэтому ничего не бойтесь и ждите. Каждый день вы активно создаете то, что вам нужно: генерируете идеи, предлагаете рацпредложения и тут же их внедряете. Не ждите удобных случаев, не ждите какого-то особенного события.

Но на самом деле желание избежать ошибок и не принимать никаких решений – это тоже принятие решения. Как только вы посмотрите на ситуацию с этой точки зрения, то поймете, что гораздо лучше принять какое-то решение и ошибиться, чем не принять никакого. То есть вы гораздо больше рискуете, не принимая никаких решений. Ведь жизнь меняется, и то положение, которое вы сейчас считаете надежным, может перестать быть таковым. Жизнь вытолкнет вас с насиженного места и заставит что-то предпринять. Но вам уже придется делать это в стрессе.

Для подобных ситуаций есть хороший прием, который называется «не старайтесь сразу запрыгнуть на пятый этаж». Не старайтесь сразу взяться за какой-то большой проект, не старайтесь сразу написать книгу или создать бизнес буквально в течение дня, – это все бессмысленно и, кроме неудачи, ничем кончиться не может.

Один успешный миллионер как-то сказал совершенно замечательные слова: «Я всегда боялся новых шагов в своем бизнесе, но мне даже в голову не приходило, что меня это может как-то остановить. Я просто делал то, что считал нужным, не обращая внимания на то, насколько сейчас я этого боюсь».

Попробуйте каждый день делать какой-то маленький шаг. Даже взять лист бумаги и написать, чего именно вы хотите, – это уже маленький шагочок.

Если вы пойдете этим путем, страх неудачи резко уменьшится. Ведь если вам нужно подняться всего на одну ступеньку, что тут такого? Во-первых, это не страшно; во-вторых, если подняться не удалось, тоже ничего ужасного – ну попробовали, что тут такого? Набросали эскиз. Пусть он

получился хуже, чем ожидалось. Но ничего страшного не произошло. Такими маленькими шажочками вы преодолеваете страх неудачи.

### **Барьер «Прожектерство»**

Некоторые люди проводят дни в размышлениях о целях, для реализации которых у них нет ни способностей, ни ресурсов. Они постоянно рассуждают об абстрактных идеях, фантастических планах, утопических проектах. При этом все рассуждения вообще никак не связаны с их реальной деятельностью. Идут годы, а они ни на шаг не продвигаются к своим целям.

Хороший образ прожектера выведен в поэме Гоголя «Мертвые души». Помещик Манилов постоянно мечтает, но мечты его далеки от реальности: «Как хорошо было, если бы вдруг от дома провести подземный ход или через пруд выстроить каменный мост».

### **Барьер «Перфекционизм»**

Это весьма парадоксальный барьер. Он возникает в тот момент, когда человек решает сделать что-то идеально. Вроде бы желание хорошее. Но парадокс в том, что сначала человек долго думает, что такое «идеально», а потом, испуганный грандиозностью задачи... не делает вообще ничего.

Эта психологическая ловушка называется **перфекционизм** – убеждение, что несовершенный результат работы неприемлем.

Психолог Дэвид Бёрнс описал перфекционистов как «людей, чьи стандарты выходят далеко за пределы достигаемого или разумного, людей, которые изо всех сил упорно и неустанно совершают усилия ради невозможных целей, определяют собственную ценность исключительно категориями продуктивности и успеха».

Чтобы понять бессмысленность перфекционизма, представьте себе, что вам поручили сделать «идеальный бутерброд». Если вы хоть немного подумаете над этой задачей, то поймете, что она не имеет решения. Сколько людей, столько будет и мнений по поводу того, что считать идеальным бутербродом. Даже если взять только вас, идеальность бутерброда будет меняться от того, насколько вы голодны. Сытому человеку никакой бутерброд не покажется идеальным.

На самом деле никакого «идеала» не существует. Это субъективное восприятие. Что для одного человека «идеал», то для другого «недоделка». Поэтому пока вы думаете об идеале и переживаете, что никак не можете

его достичь, вы могли бы уже закончить один проект и взяться за другой.

Если мы посмотрим на знаменитых писателей-классиков, то увидим интересную вещь. Их собрания сочинений составляют десятки томов. Но классическими произведениями стали совсем немногие. Причем зачастую не те, которые сами писатели считали своими лучшими романами.

Представьте, если бы какой-либо классик не писал роман за романом, а выбрал один и пытался довести его до идеала. Узнали бы мы вообще об этом писателе?

Поэтому нужно идти прямо противоположным путем. Сначала сделать что-то простое и полезное, опробовать его в деле, а потом уже при необходимости доделывать и дорабатывать.

## Барьер «Депрессия»

Этот барьер часто появляется именно у творческих людей. Творчество – очень энергозатратный процесс. И сама суть творчества заключается в том, что вы не знаете, получится у вас что-либо или нет.

Если начать требовать от себя результатов, загонять себя в рамки сроков или планов, можно ощутить разочарование и потерю энергии. Когда человек начинает постоянно подгонять себя, вскоре его силы иссякают и он опускает руки. Нет внутреннего драйва, внутренней энергии, творческого порыва.

В подобной ситуации перестаньте себя загонять. Если вы чувствуете, что не получается, так и скажите: «Сейчас не получается. Возможно, получится позже». Если чувствуете, что устали, отдохните.

Философ, биолог и энтомолог Александр Любищев, который очень много сделал за свою жизнь, сформулировал следующие правила работы:

*Я не беру обязательных поручений.*

*Не беру срочных поручений.*

*В случае утомления сейчас же прекращаю работу и отдыхаю.*

*Сплю много, часов десять.*

*Комбинирую утомительные занятия с приятными.*

Эти простые правила позволили ему сохранять творческую активность всю жизнь.

Иногда люди ошибочно думают, что устают из-за множества дел. Совсем нет. Когда после работы они идут на танцплощадку, то могут весело отплясывать до полуночи. Усталость возникает оттого, что человек ругает себя за невыполненные дела. Это поразительно, но вы устаете и утомляетесь не потому, что много делаете, а потому что не выполняете



данные самим себе обещания. Вот почему!

Поэтому если вы что-то не успеваете, спокойно переносите дела на потом и идите отдыхать. Если перегруз случился на работе, то так и говорите начальнику и коллегам: «Не могу сейчас работать, я в стрессе, голова болит. Я выйду». Потом просто идите на улицу и погуляйте полчаса. Если сильно загрузились – возьмите отгул на один день, ничего страшного.

Перегрузка на работе – это вообще бессмысленное дело. Вы себя гоните-гоните, потом заболеваете и попадаете в больницу. В результате все равно пропустите работу из-за болезни, и дела так и окажутся неделанными.

Если так получилось, что все запланированные дела вы сделали, на этом ваш рабочий день закончен. Можете идти домой и как следует отдохнуть.

Тогда вы будете всегда в форме, спокойны и готовы к работе.

### ***Итоги главы***

- ✓ *Творчество – это тонкий процесс, и его легко сбить.*
- ✓ *Творчеству мешают внешние помехи: суета, лишние разговоры, постоянный поток новостей и т. п.*
- ✓ *Также мешают творчеству внутренние барьеры: постоянные сомнения, стремление к перфекционизму, депрессия.*

## Глава 9

В этой главе мы научимся выстраивать творческий конвейер – особое состояние подсознания, которое позволяет нам творить постоянно.

Есть интересный феномен, присущий творческим людям, когда они входят в своеобразный поток и могут творить без перерыва. В историю литературы вошла знаменитая «болдинская осень» Пушкина. Поэт, вынужденный из-за эпидемии холеры задержаться в деревне Болдино, творил с раннего утра и до поздней ночи. За все время пребывания в деревне Пушкин написал:

более 30 стихотворений;  
одну повесть октавами;  
пять повестей в прозе;  
несколько небольших трагедий;  
две последние главы «Евгения Онегина».

Великий русский композитор Петр Ильич Чайковский писал: «Я могу сказать, что сочиняю всегда, в каждую минуту дня и при всякой обстановке. Иногда это бывает какая-то подготовительная работа, т. е. отделяются подробности голосоведения какого-нибудь перед тем проектированного кусочка, а в другой раз является совершенно новая, самостоятельная музыкальная мысль и стараешься удержать ее в памяти. Откуда это является? Непроницаемая тайна».

О самом состоянии вдохновения он отзывался так: «Не требуется никакого, хотя бы малейшего усилия воли. Остается повиноваться внутреннему голосу... забываешь все, душа трепещет от какого-то совершенно непостижимого и невыразимо сладкого волнения, решительно не успеваешь следовать за ее порывом куда-то, время проходит буквально незаметно».

Знаменитый изобретатель Никола Тесла писал о творческом порыве: «Я бился над этой проблемой несколько лет. Это был вопрос жизни и смерти. Я знал, что умру, если не решу его. Мой мозг был напряжен до предела, и в какой-то момент случилось немыслимое – я слышал тиканье часов в трех комнатах от меня, приземление мухи на стол глухим стуком отдавалось в моих ушах, в темноте я обладал чувствительностью летучей мыши и мог определить местонахождение предметов благодаря особому покалыванию во лбу. Солнечные лучи так давили на мой мозг, что я едва не терял сознание. Прносящийся вдали экипаж сотрясал мое тело, и вдруг я увидел вспышку, похожую на маленькое солнце. В одно мгновение истина

открылась мне. Это было состояние абсолютного счастья. Мысли шли нескончаемым потоком, и я едва успевал фиксировать их».

Такие погружения бывают у многих творческих людей.

Моцарт написал «Женитьбу Фигаро» за один месяц. Большой финал второго акта композитор писал день и две ночи без передышки.

Сотрудник Генри Форда Чарльз Соренсон вспоминает: «Один раз мистер Форд и я работали, не вставая, 42 часа подряд».

Когда в 1998 году создавалась система электронных платежей PayPal, ее основатели поставили в офисе раскладушки и работали вообще без остановки. Темпы развития PayPal были настолько высокими, что в 2002 году она уже была куплена eBay за полтора миллиарда долларов.

Как же это происходит? Как войти в состояние творческого конвейера?

На самом деле для нашего мозга придумать что-то новое или создавать новые идеи – достаточно естественное состояние. То есть мы не придумываем нового не потому что для нас это трудно, а потому что эта способность не развита. Это похоже на то, как ребенок учится ходить. Способность к ходьбе у него есть. Но в самом начале он еще не развил ее в себе, поэтому все время падает. Но если не останавливаться перед трудностями и продолжать двигаться вперед, то постепенно творить будет столь же просто, как и ходить.

## Самоограничение

Что же мешает развивать творческие способности? Здесь нужно понять парадоксальную вещь. Мы в предыдущих главах говорили о том, что человек живет шаблонами, даже не подозревая, насколько глубоко они проникли в подсознание. Штампованные мысли в силу своей простоты начинают управлять личностью не только в бытовых вещах – мы поворачиваем ключ в замке и открываем дверь автоматически. Но шаблоны выходят на уровень нашей жизни в целом. Мы автоматически выносим суждения о своей бесталанности, никчемности, неспособности к изучению языков или овладению танцами. Подобные суждения даже не подвергаются сомнению.

Мы думаем о себе намного хуже, чем мы есть на самом деле. Что дальше получается? Получается, что некоторые наши суждения, обычно вследствие своей простоты, начинают доминировать. Мир делится на черное и белое – на то, что совпадает с нашим шаблоном, и то, что противоречит шаблону. А теперь посмотрим, что происходит, когда человек находится в некоем обычном состоянии, но при этом руководствуется шаблоном, и ему нужно по работе придумать что-то новое. Он считает, что у него нет способностей, и отказывается от поручения. И дальше – не способен к творчеству, не способен к рисованию, не способен к математике... А поскольку он никак не двигается в данном направлении, возникает положительная обратная связь – то есть человек, придумав, что он не способен к творчеству, не делает попыток творить, что и подтверждает исходную посылку.

В результате человек сам устанавливает для себя очень жесткие рамки, за которые боится заглянуть. Фактически он строит вокруг себя своего рода клетку, на прутьях которой написаны такие слова:

- «Я не знаю»;
- «Я не умею»;
- «У меня не получится»;
- «Я не могу того»;
- «Я не могу этого» и т. д.

Такая клетка получается достаточно прочной, потому что она позволяет все события, которые происходят с человеком, трактовать именно в этом ключе. И если человек пытается выйти за пределы клетки – например, пробует что-то нарисовать, написать или заняться бизнесом – и терпит неудачу, это становится новым аргументом в пользу сложившегося

шаблона. Соответственно, с каждым новым поступком человек находит все новые и новые аргументы для подтверждения отсутствия у него творческой жилки. Самое поразительное, что даже если попытаться поговорить с этим человеком, он аргументированно и на основе фактов докажет, что не способен творить.

## Правило 10 000 часов

На самом деле все это выстраивание клетки и все ваши мысли о том, что вы не творческий человек, – всего лишь субъективное мнение, которое – и это важно! – не имеет никакой практической ценности.

Даже если вы можете сослаться на отсутствие достижений, данный аргумент полезным не становится. Вы можете считать себя совершенно шаблонным человеком, но это неверно. Более того, этот шаблонный взгляд еще и вредит вам. Если ваша жизнь поменяется – например, вас уволят, или вы потеряете свои сбережения, или переедете в другую страну, – в подобной ситуации новизны вы будете страдать, так как считаете, что вам трудно жить в нестабильных условиях.

Намного лучше посмотреть на себя именно как на творческого человека и понять, чего вам не хватает для получения реальных результатов. Возможно, вы удивитесь, но все, чего вам не хватает для творчества мирового класса, – это... опыта.

Великий певец Федор Шаляпин писал: «Я вообще не верю в одну-единственную силу таланта, без упорной работы. Выдохнется без нее самый большой талант, как заглохнет в пустыне родник, не пробивая себе дороги через пески...»

Исследования подтверждают эту мысль. Психолог Андерс Эриксон изучал достижения скрипачей. Он хотел установить, что именно отличает солиста мирового класса от простых исполнителей. В исследовании учитывалось много факторов, но в конце концов остался только один: количество часов, уделяемых музыке. У лучших скрипачей было за плечами 10 000 часов занятий музыкой, у слабых – не более 4000.

Затем Эриксон с коллегами сравнили профессиональных пианистов и пианистов-любителей. Была выявлена та же закономерность. У любителей было не более 2000 часов практики. Профессионалы, напротив, каждый год играли все больше и больше, и к 20 годам каждый из них имел в багаже по 10 000 часов упражнений.

Это заветное число затем было подтверждено для самых разных областей.

Невролог Даниель Левитин пишет: «Из многочисленных исследований вырисовывается следующая картина: о какой бы области ни шла речь, для достижения уровня мастерства, соразмерного со статусом эксперта мирового класса, требуется 10 000 часов практики. Кого ни возьми – композиторов, баскетболистов, писателей, конькобежцев, пианистов,

шахматистов, отпетых уголовников и т. д., – это число встречается с удивительной регулярностью. Десять тысяч часов – примерно три часа практики в день, или 20 часов в неделю на протяжении 10 лет. Это, разумеется, не объясняет, почему одним людям занятия идут на пользу больше, чем другим. Но пока еще никому не встретился случай, когда высочайший уровень мастерства достигался бы за меньшее время. Складывается впечатление, что ровно столько времени требуется мозгу, чтобы усвоить всю необходимую информацию».

Считается, что успех группы The Beatles – это полет творческих гениев. Но если посмотреть внимательнее, то выясняется совсем другая картина. В 1960 году, когда четверо школьников были еще никому не известной рок-группой, их пригласили в Германию, в Гамбург.

«В те времена в Гамбурге не было рок-н-рольных клубов, – писал в книге «Крик!» историк группы Филипп Норман. – Нашелся один владелец клуба по имени Бруно, у которого возникла идея приглашать различные рок-группы. Схема была одна для всех. Длинные выступления без пауз. Толпы народа бродят туда-сюда. А музыканты должны беспрерывно играть, чтобы привлечь внимание публики. В американском квартале красных фонарей такое действо называли стриптизом нон-стоп».

Джон Леннон вспоминает об этом времени: «Мы становились все лучше и набирались уверенности. Иначе и быть не могло, ведь нам приходилось играть вечера напролет. То, что мы играли для иностранцев, было весьма кстати. Чтобы достучаться до них, мы должны были стараться изо всех сил, вкладывать в музыку душу и сердце».

В Ливерпуле мы выступали в лучшем случае по часу, да и то играли только хиты, одни и те же на каждом выступлении. В Гамбурге нам приходилось играть по восемь часов кряду, так что хочешь не хочешь, а надо было стараться».

За полтора года группа отыграла 270 вечеров. К тому моменту, когда музыкантов настиг первый шумный успех, они дали уже около 1200 живых концертов. Большинство современных групп не дают столько концертов за все время своего существования.

Норманн писал: «Они уезжали, ничего собой не представляя, а вернулись в прекрасной форме. Они научились не только выносливости. Им пришлось выучить огромное количество песен – кавер-версии всех произведений, какие только существуют, рок-н-рольных и даже джазовых. До Гамбурга они не знали, что такое дисциплина на сцене. Но вернувшись, они играли в стиле, не похожем ни на один другой. Это была их собственная находка».

Попробуем правило 10 000 часов перевести в ежедневные усилия. Если работать по четыре часа в день пять дней в неделю, получится более восьми лет упорного труда. Так что если вы хотите и на скрипке играть, и программистом быть, и книги писать, учтите, что на каждое из этих умений вам нужно отвести восемь лет вашей жизни. Поэтому выбирайте продуманно. Реальность такова, что ваше время ограничено. Вы можете преуспеть только в чем-то одном, и лучше не разбрасываться, а сделать выбор. И добиться успеха.

Важно заметить, что в 10 000 часов не входит чтение книг по специальности или прослушивание лекций. Нет. Речь идет о практике и только о практике. Просто держа в руках кисточку, нельзя стать художником. Нужно рисовать. Но и этого мало. Если вы будете 10 000 часов подряд рисовать треугольник, это вам тоже ничего не даст. Каждый раз вы должны поднимать планку, решать все более сложные задачи.

Люди часто говорят фразу: «Я не знаю, в чем мой талант». Еще бы! Конечно, не знаете. Потому что его пока нет. Он появится только через 10 000 часов практики. Пока у вас есть только ростки способностей, а не талант. Впрочем, так долго ждать не обязательно. Начните двигаться вперед, пробовать, ошибаться – и лишь тогда сможете почувствовать, ваше это занятие или не ваше.

В правиле 10 000 часов есть ловушка, в которую часто попадают те, кто о нем слышит. Эта ловушка выглядит так: «Раз я уже 10 лет работаю бухгалтером, то я самый лучший в данной области». Это далеко не так. Рассмотрим на примере: вы начали учиться водить машину. Сначала все ваше внимание приковано к рулю и педалям, а уж переключение передач – это просто катастрофа. Я прекрасно помню, что когда я первый раз на ходу попытался переключить передачу, машина чуть не свалилась в канаву, потому что я смотрел не на дорогу, а на рычаг переключения передач и педаль сцепления. Но постепенно навык управления рулем и педалями становится автоматическим. В этот момент вы переходите на новый уровень вождения. Но одновременно ваши навыки вождения... перестают развиваться.

Только в тот момент, когда появляется новая ситуация на дороге, требующая внимания, они становятся новой ступенькой в вашем развитии.

Поэтому, если вы просто повторяете автоматические действия, развития не происходит. Для развития нужна ситуация, которая для вас необычна и требует вашего внимания.

Проблема в том, что внимание – ресурс ограниченный. Если вы попытаетесь сосредоточиться на одном предмете, то очень скоро



почувствуете утомление. Есть только одно исключение из этого правила – интерес. Именно благодаря интересу футбольный болельщик может смотреть полтора часа матча с неослабевающим вниманием.

Поэтому развивать способности в неинтересной для вас теме не получится. Внимание будет убегать.

Но даже интересное занятие имеет предел. В среднем человек может удерживать внимание на некоторой деятельности всего четыре часа в день. Это предел. Поэтому при планировании творческих периодов выделяйте на них не более половины дня. Остальное оставляйте для рутинной работы.

## Изменение взгляда на творчество

Кажется, что правило 10 000 часов задает слишком высокую планку и требует невероятных усилий.

Но на самом деле, если внимательно посмотреть на жизнь творческих людей, мы увидим интересный момент: те люди, которые глубоко поглощены творческой работой, не считают, что они чрезмерно нагружены. Они просто занимаются тем, что им нравится.

Да, в начале карьеры им пришлось как следует поработать. Но что происходит дальше? Дальше их жизнь меняется в соответствии с выбранным направлением. Они постоянно находятся в таких условиях, которые способствуют повышению творческой активности. Более того, даже в те периоды жизни, которые обычно считаются периодами отдыха – например, на море или в путешествии, – они получают колоссальный заряд для новых идей. Казалось бы, человек отправился отдохнуть – но ведь он остается творческим человеком, у него активно работает воображение. И он продвигается все выше и выше в своей области.

Более того, творческий человек развивается, даже если пробует себя совсем в новой области. Например, когда музыкант начинает рисовать, эта ситуация дает ему новый источник идей. Непривычная область, как ни странно, раскрепощает идеи в той области, где человек обычно творит.

Важно понять, почему же человек так упорно загоняет себя в клетку шаблонности, в клетку обыденности? Потому что им движет сильный страх стать не таким, как все.

Главная проблема творческой личности заключается в том, что общество не всегда готово к появлению новых идей. И не всегда творцы встречают всеобщее одобрение, чаще происходит совсем наоборот. Есть выражение: «Торчащий гвоздь забивают». Некоторая необычность, нестандартность уже воспринимается как опасность. Боязнь критики вынуждает человека отказаться от творческого пути.

Но есть простой выход из кажущейся неразрешимой проблемы. Вам совершенно не обязательно убеждать в своих идеях кого-либо. Как только вы достигнете явного успеха, все ваши критики тут же умолкнут. Поэтому вообще не стоит думать, как отнесутся к вашим идеям недоброжелатели. Да, будут критиковать, ну и что?

Как пишет одна из ведущих мировых экспертов в области мотивации, преподаватель Стэнфордского университета Кэрол Дуэк: «Зачем тратить время на то, чтобы снова и снова доказывать, какие вы великие, если вы

можете использовать это время для самосовершенствования? Зачем скрывать недостатки, если их можно преодолевать? Зачем искать друзей или партнеров, которые будут тешить ваше самолюбие, если можно найти тех, кто будет провоцировать вас на рост? И зачем цепляться за то, что уже проверено, если можно опробовать неизведанное, что раздвинет ваши горизонты? Стремление к развитию своих возможностей и упорство в этом стремлении, даже (или особенно) тогда, когда у вас не очень получается, и есть главный признак установки на рост. Той самой установки, которая позволяет нам расти и преуспевать, порой даже в самые тяжелые периоды своей жизни».

Поэтому не будем оглядываться на других и поговорим о вашем творческом росте.

Попробуем сейчас пойти в обратную сторону. В предыдущих главах мы рассказывали, как генерировать идеи в ответ на конкретную задачу. Но теперь поговорим о пути творца. Как применить правило 10 000 часов для ежедневного развития вашего таланта?

Для этого мы рассмотрим другие приемы раскрепощения мышления. Они не предполагают решения конкретной задачи, а направлены на вас лично. Эти упражнения помогут вам развить ваши творческие способности в целом.

### **Упражнение «Что дальше?»**

Допустим, вы читаете книгу. В какой-то момент остановитесь и попробуйте кратко записать, что будет дальше. Например, читаете детектив – десять страниц прочитали, взяли блокнот и поместили, кто убийца и как он это сделал. Точно так же смотрите художественные фильмы. Остановитесь и попробуйте написать развязку сюжета. Кстати, это упражнение было любимым развлечением Джорджа Бернарда Шоу.

### **Упражнение «Я бы сделал так!»**

Возьмите любой учебник из той области, которой вы никогда не занимались. Например:

«Как ремонтировать автомобили»;

«Как сделать табуретку»;

«Как выращивать помидоры на подоконнике».

Откройте эту книгу на случайной странице, потом найдите описание какой-то проблемы и подумайте: а как бы вы решили эту проблему?

На первый взгляд вам покажется, что это невозможно, ведь вы ничего не знаете про садоводство, столярное дело или ремонт автомобилей. Но это совсем не так. На самом деле вы даже не представляете, какие обширные познания хранятся в вашем мозгу. Ведь мозг запоминает все, что вы когда-либо видели и слышали. Он помнит все, что с вами происходило.

Да, сами вы этого не помните. Потому что для упрощения мышления мозг прячет «лишнюю» информацию в подсознание, и просто так она уже не может быть доступна. Но стоит начать творческую деятельность, как подсознание перестроится и начнет снабжать ваш мозг этой информацией.

### **Упражнение «Мой способ»**

Для выполнения этого упражнения найдите списки советов. Они часто публикуются в популярных журналах или на сайтах. Например:

- «10 способов похудеть»;
- «15 способов накачать бицепсы»;
- «30 способов общаться с людьми».

Прочитав этот список, попробуйте добавить свой способ. Например, прочитали статью «7 способов познакомиться с девушкой» – допишите восьмой способ знакомства. Прочли статью «9 способов приготовить морковку» – допишите десятый. Чем меньше вы знаете о предмете, тем лучше. Это хорошая тренировка мышления. Потому что, начиная что-то пробовать, вы в этот момент даете возможность своему подсознанию перейти в творческий режим.

### **Упражнение «Годовой прогноз»**

В начале года сделайте прогноз: что, по вашему мнению, может произойти в наступающем году. Возьмите ту область, в которой вы специалист. Запишите, каких достижений удастся добиться, кто станет лидером, что может произойти нового.

Если не страшно помечтать, можно увеличить диапазон. Что произойдет в ближайшие три года, десять лет?

В конце года подведите итоги и сравните с реальностью. Это хороший способ избавиться от излишней самоуверенности.

### **Упражнение «Я в ближайшем будущем»**

Это вариант предыдущего упражнения, но только теперь вы записываете ваши ближайшие достижения. Что вы получите через год, как вы это получите, что для этого нужно делать уже сейчас.

Это прекрасное мотивирующее упражнение, которое быстро настроит вас на деловой лад.

## Творческий рудник

Переходим к построению творческого конвейера, то есть к вхождению в особое состояние, в котором творчество – естественное явление.

Существует ошибочный взгляд, что человек творит на пустом месте. Как говорил персонаж Ростислава Плятта из кинофильма «Весна»: «Сел, задумался, открыл!» Так не бывает. Для того чтобы у вас появилась некая идея, сначала должен накопиться определенный материал: знания, впечатления, опыт. Можно все это вместе назвать творческой рудой. В этом случае творца можно сравнить с горно-обогатительным комбинатом. На входе – творческая руда, на выходе – креативный продукт.

Бывает, что первая книга писателя становится откровением. Она популярна, читатели с нетерпением ждут продолжения. Но продолжение оказывается намного слабее. Причина в том, что в первой книге писатель использовал материалы, накопленные за всю предыдущую жизнь. А следующую книгу он попытался выдать из себя – а это невозможно. Обычно в таких случаях начинается повторение одних и тех же идей.

Если вы каждый день делаете одно и то же, то творческой руды у вас нет и, следовательно, творческий конвейер запуститься не может.

Поэтому первая задача творческого человека – это организация собственного **творческого рудника**, набора источников интересной и небанальной информации по вашей тематике. Творческий рудник нельзя найти готовым, его можно только постепенно накопить.

Создатель ТРИЗ Генрих Альтшуллер для первой версии теории проанализировал более 40 000 изобретений. Он писал: «Слушатели на занятиях иногда спрашивают: могло ли случиться все наоборот, могла ли ТРИЗ возникнуть сначала, скажем, в литературе, а потом уже распространиться на технику? Этого не могло случиться потому, что информационный фонд, упорядоченный и собранный в единую систему, достаточно подробный и в то же время обширный, фонд, в каждой «карточке» которого четко оговаривался элемент новизны, – такой фонд был только в технике. Именно его анализ положил начало новой науке».

Но сам по себе патентный фонд еще не мог быть творческим рудником, ведь он создавался для других целей, а не для разработки теории изобретательства. Поэтому Альтшуллер создал сводную картотеку технических решений, перечень указателей применения физических, химических и геометрических эффектов, а также банк типовых приемов устранения технических и физических противоречий.

Позже он занялся разработкой теории развития творческой личности (ТРТЛ) и опять начал с создания творческого рудника: на этот раз им были собраны и проанализированы тысячи биографий творческих людей.

Первый шаг к созданию творческого рудника состоит в **сборе фактов**. Картотека фактов – это главный отличительный признак серьезного подхода к творчеству. Чарльз Дарвин сообщал о себе: «Когда я просматриваю списки книг, которые я прочел и законспектировал, то я поражаюсь собственному трудолюбию».

Картотека Жюль Верна насчитывала более 20 000 карточек. Николай Иванович Вавилов собрал крупнейшую в мире коллекцию семян культурных растений – 300 000 образцов с пяти континентов мира.

Николай Васильевич Гоголь еще в гимназии начал вести картотеку под названием «Книга всякой всячины, или Подручная энциклопедия», в ней он собирал фольклорные записи, выписки из исторических документов, этнографические заметки о быте украинских крестьян, записи поверий, свадебного обряда, описания различных блюд и т. д. Многие из материалов, имеющих в «Книге всякой всячины», были использованы Гоголем в «Вечерах на хуторе близ Диканьки» и в «Миргороде».

Как только вы решили встать на путь творчества, начните собирать факты и сводите их в картотеку. Для начала это будет простой список, но периодически вам необходимо просматривать его и искать закономерности.

Получится двойная польза: с одной стороны, вы постепенно выстраиваете картину изучаемого явления, а с другой стороны, у вас в подсознании запускается процесс вызревания идей.

Возможно, вам покажется, что нет необходимости в создании личного творческого рудника – ведь можно воспользоваться готовыми справочниками или энциклопедиями. К сожалению, нельзя. Любой справочник основан уже на известных методах структурирования информации. Вам же необходим другой взгляд на вещи. Суть творческого рудника в том, чтобы найти свое собственное видение реальности. Обрести другой взгляд.

Даже простое сопоставление интересных фактов уже дает толчок воображению. Академик Владимир Иванович Вернадский как-то вычитал в журнале Nature за 1890 год заметку английского путешественника Дугласа Каррутерса о пролете тучи саранчи. Она летела над ним целый день. Путешественник прикинул вес тучи – у него получилось около 42 миллионов тонн. Вернадский был геологом. Он решил взглянуть на пролет тучи саранчи как на перемещение вещества по воздуху. Ученый подсчитал,

что эта туча по весу равна количеству меди, цинка и свинца, извлеченного человечеством из недр за целое столетие. Позже этот факт приведет к созданию принципиально новой науки – биогеохимии.

Каждый факт можно сравнить с зернышком, которое вы бросаете в землю, а каждый анализ – с поливом. Если вы постоянно сеете и ухаживаете за посевами, то и рост ваших идей становится постоянным.

Константин Паустовский об этом процессе написал так: «Каждая минута, каждое брошенное невзначай слово и взгляд, каждая глубокая или шутивная мысль, каждое незаметное движение человеческого сердца, так же как и летучий пух тополя или огонь звезды в ночной луже, – все это крупинки золотой пыли. Мы, литераторы, извлекаем их десятилетиями, эти миллионы песчинок, собираем незаметно для самих себя, превращаем в сплав и потом выковываем из этого сплава свою «золотую розу» – повесть, роман или поэму».



## Структура творческого конвейера

Из чего же состоит творческий конвейер? Творческий конвейер – это три процесса, которые идут параллельно.

**Работа с творческим рудником.** Вы собираете новую информацию, заносите ее в картотеку, а затем ищете закономерности.

**Заметки и эскизы.** У вас появляются интересные мысли, идеи, наброски, пока еще весьма расплывчатые. Но творческий процесс уже подсознательно идет.

**Творческий поток.** Через некоторое время у вас сами собой начинают идти творческие озарения. Вы можете садиться и записывать. Этот поток уже не будет связан с конкретной задачей. Вы будете творить вообще всегда.

Если вы писатель, то благодаря этому творческому конвейеру у вас постоянно будут появляться идеи новых произведений – то есть вы пишете одну книгу, а у вас уже есть идея следующей. Пока вы записываете один захватывающий сюжет, к вам приходят десять новых. Если вы дизайнер, то практически любой предмет, попадающий в фокус вашего внимания, будет породить десятки идей нового дизайна. Этот процесс не требует умственного напряжения, вы просто творите постоянно. В этом и смысл творческого конвейера.

Вернемся к проблеме «белого листа», о которой мы говорили в начале книги. Теперь понятно, почему эта проблема вообще возникает. Если творческого рудника нет, то попытки сделать «что-то гениальное» окажутся безуспешными. Творческому процессу не на что опереться. Творец без творческого рудника похож на автомобиль с пустым топливным баком: как его ни толкай, он все равно не поедет.

Набрасывайте заметки сразу, как только возникла идея, иначе забудете. Потом постоянно пересматривайте и дополняйте их.

Начинайте всегда с выбора ключевых слов по вашей тематике. Это основные кирпичи вашего здания. Владимир Маяковский писал, что одной из обязательных частей поэтической работы является «постоянное пополнение хранилищ, сараев вашего черепа нужными, выразительными, редкими, изобретенными, обновленными, произведенными и всякими другими словами».

Этот совет применим к любой сфере творчества. Любое новое явление требует для своего описания новых слов. Пушкин когда-то писал: «Но «панталоны», «фрак», «жилет» – всех этих слов на русском нет!» Но теперь

они уже есть. И жизнь постоянно подкидывает новые: мерчандайзер, копирайтер, кейтеринг, клининг.

После списка слов следующий шаг – список ключевых положений в вашей теме: тезисы, статистика, цитаты известных людей, список книг. Это все необходимо для создания прочного фундамента. Вы собираете здесь те знания, которые считаете точными, достоверными и подтвержденными опытом.

И наконец, идут списки ваших идей, разбитые по рубрикам так, чтобы их можно было легко найти, то есть своеобразный банк идей.

Из этого творческого рудника вы сможете быстро выбирать необходимые идеи для следующего проекта и внедрять их.

Но этим преимущества творческого рудника не заканчиваются. Лучший способ творческого саморазвития – это регулярное создание различных материалов по вашей тематике: статей, заметок в блоге, аудиозаписей, видеороликов, обзоров, книг.

Это дает вам статус эксперта в выбранной области и повышает вашу компетентность. Сама подготовка к написанию книги уже предполагает структурирование тех знаний, которые вы накопили. Поэтому даже составление плана дает мощный толчок вашему воображению.

## Управление банком идей

Когда идеи появляются ежедневно, важно иметь работающую систему управления ими, иначе они будут забываться и вся работа по их генерации окажется проделана впустую.

Важно не только запомнить идею, но и найти ее в нужный момент. Банк идей – это определенная система их хранения, которая позволяет быстро находить нужные. Работа с банком идей должна вестись ежедневно.

*Банк идей – это определенная система их хранения, которая позволяет быстро находить нужные.*

*Работа с банком идей должна вестись ежедневно.*

Дэн Кеннеди – известный бизнес-консультант, который подготовил множество миллионеров. Главный секрет своего успеха он формулирует так: «Более 30 лет я придерживаюсь ежедневного правила: каждый день, неважно, чем я занят – лечу на самолете, или у меня отпуск, или у меня очень загруженный работой день, – в любом случае я делаю одну вещь. Эта вещь предназначена для будущего дохода. Вещь маленькая – например, черкнуть пометку на журнальной статье, взять кусочек из рекламного факса, который мне прислали, написать email, который повлияет на будущий доход, сделать звонок потенциально полезному контакту, набросать небольшую идею о будущем бизнесе. Ни один день не проходит без того, чтобы я этого не сделал».

Именно такой подход и позволит вам стать профессионалом в области разработки идей. Мы уже говорили, что наиболее удобной программой для ведения заметок является программа Evernote.

Если вы выработаете привычку постоянно пользоваться этой программой, скоро у вас в Evernote накопится реальная база знаний по вашей профессиональной деятельности.

Когда вам нужно будет что-то вспомнить, вы будете знать, что это нужно искать в Evernote. Так как с каждым днем информации поступает все больше, то и ценность вашей справочной системы становится выше. Это очень ценный актив, который я рекомендую начать разрабатывать не мешкая.

Профессионал отличается от любителя тем, что он в своей нише знает все. То есть вы в курсе всех событий, тенденций и новинок. Если вам это не удастся и поток новостей зашкаливает, значит, ниша выбрана слишком широко и нужно ее сузить.

Поток информации идет каждый день, но вам не нужно ничего запоминать. Альберт Эйнштейн, который был признанным профессионалом в своей области, ничего не запоминал принципиально, даже номера телефонов и адресов. Он даже не знал собственного телефонного номера. Когда его спрашивали, он улыбался и говорил: «Вы всегда можете посмотреть в телефонном справочнике, зачем забивать голову?»

Организация справочной системы строится по этому же принципу. Вы ни в коем случае не забиваете себе голову, а организуете входящий поток информации так, чтобы он выстраивался в нужную вам структуру, но при этом не нагружал вашу память.

Интернет – это гигантская база знаний всего человечества. В Интернете можно найти ответ на любой вопрос, если только этот вопрос не творческий.

А нас интересуют именно такие ответы. Что же делать?

Начнем с простого копирования. Когда вы работаете с почтой, читаете книги, посещаете сайты, знакомитесь с новостями, у вас под рукой должна быть программа Evernote.

Все, что вам показалось интересным, но при этом совершенно непонятно, что с этим делать в данный момент, вы копируете в Evernote в папку «Входящие».

Долго не размышляйте: «Ой, интересный факт! Копирую». Скопировали в Evernote – и читайте дальше. Причем лучше сохранять не закладки, а интересный отрывок целиком. Интернет меняется, и отмеченный вами сайт может исчезнуть. Лучше сразу поместить нужный фрагмент в Evernote – тогда он уже никуда от вас не денется.

Теперь начинаем от заметок переходить к идеям. Для этого вы регулярно просматриваете сохраненные заметки и обрабатываете их.

Откройте заметку и проанализируйте ее. Задайте себе вопросы:

Почему я это скопировал?

Что именно меня заинтересовало?

Где я могу это применить?

Эти вопросы стимулируют вашу творческую активность. И ответы вы можете писать прямо в заметке.

Теперь это уже не просто заметка, а заготовка для будущей идеи. Дальше вы можете поместить заметку в соответствующий блокнот, проставить теги. Это сильно упростит процесс нахождения заметок в будущем.

На основании первичных заметок вы записываете те мысли, которые у

вас появились. Одна первичная заметка может породить несколько заметок-идей. Заметки-идеи вы также помещаете в нужные блокноты и снабжаете тегами.

Важно эту работу делать регулярно, тогда конвейер обработки заметок и превращения их в идеи будет двигаться постоянно. Как только заметка-идея была использована в какой-либо книге или статье, вы можете пометить ее плюсиком и переместить в архив.

## Творческие шаблоны

Ключевое место в творческом конвейере занимают творческие шаблоны. Для того чтобы понять, что это такое, сначала разберемся с тем, как вообще могут быть организованы знания. Знания, которые нужны творческому человеку, делятся на две категории:

- декларативные знания;
- процедурные знания.

**Декларативные знания** – это знания о связях материального мира. Например: атом состоит из ядра и электронного облака, электроны движутся по орбитам, Волга впадает в Каспийское море, лошади кушают овес и сено. Особенность декларативных знаний в том, что они не дают подсказки, что делать. Допустим, мы узнали, что атом состоит из протонов, нейтронов и электронов. И что дальше?

От декларативных знаний нельзя перейти к практическим результатам.

**Процедурные знания** – это порядок действия для достижения результата. Пример процедурного знания: разбить яйца, вылить их на сковородку, перемешать и поставить на огонь, получится омлет.

Процедурные знания говорят о том, как действовать. На первый взгляд кажется, что эти категории знаний равноценны. Но на самом деле разница между ними колоссальна.

Это можно понять на следующем абсурдном примере. Представьте, что вы вышли на улицу, а там выпал снег. Предположим, что у вас куча сотрудников, готовых выполнить любой ваш приказ. Вы говорите: «Хочу узнать про снег». Ваши помощники тут же приступили к работе. Они измерили величину снежного покрова, его плотность, рассчитали объем снега, который лежит на заданной территории. Вы говорите: «Нет, мне мало информации, надо больше информации». Сотрудники наняли еще сотрудников и собрали информацию о каждой снежинке, которая лежит у вас во дворе.

Вы смотрите на эту гору цифр и говорите: «Все равно я не понимаю, что с этим делать. Мне надо еще больше информации».

Вам приносят фотографию каждой снежинки и описание ее кристаллической структуры. Несут тома и тома описаний снежинок, уже целый дом заполнился этими отчетами. И конца этому нет.

А теперь – процедурная информация. Вы вызываете дворника и говорите: «Возьми лопату и убери снег». Очень короткая информация – но

ее использование приведет к тому, что двор будет чист.

Вот поэтому общий принцип таков: старайтесь не собирать декларативную информацию. Это всего лишь справка. Она вам не нужна, и разбираться в ней не нужно. Разбираться в декларативной информации – все равно что учить наизусть Большую советскую энциклопедию или Википедию.

То есть – совершенно не нужно.

В творческой жизни имеют значение только процедурные знания. Почему? Потому что они ведут к результату.

Для организации творческого конвейера вы должны регулярно писать и дополнять инструкции, шаблоны и чек-листы.

Чисто интуитивно многие творческие люди иногда пытаются навести какой-то порядок в своей деятельности и что-то записывают, но все это делают бессистемно. Поэтому каждый раз при работе над новым проектом им приходится заново придумывать то, что они уже делали, но потом забыли.

Вы можете возразить: «У меня творческая профессия – арт-директор, дизайнер, фотограф. Шаблонов здесь не может быть, каждому клиенту нужно что-то особенное».

Все правильно. Творчество как раз и состоит в том, чтобы сделать что-то новое и особенное. Но кто сказал, что это нужно делать в тот момент, когда вы уже получили заказ? Мы говорили, что главный принцип концептуального подхода – решать проблемы до того, как они возникли.

И вот тут нам поможет **творческий шаблон** – набор заготовок, из которых можно собирать неограниченное количество готовых комбинаций.

Рассмотрим это на примере. Допустим, вы архитектор и к вам пришли два заказчика. Одному нужно спроектировать пожарную часть, а другому – больницу.

Обратите внимание: несмотря на то что оба проекта нужно сделать с нуля, на самом деле все прекрасно знают, для чего нужна пожарная часть и для чего – пожарная часть. В своей основе эти здания уже имеют обязательные типовые элементы. Архитектор не может произвольно выбрать их конструкцию. Он построит что-то новое, но основываться будет на классических и узнаваемых шаблонах, чтобы люди не перепутали пожарную часть с театром.

Так вот, любой творческий коллектив с течением времени начинает накапливать определенный набор готовых элементов, которые сами по себе обладают новизной, но могут быть вставлены в разные готовые проекты.

Например, рекламная студия по производству видеороликов прекрасно понимает, что клиент захочет такой ролик, которого ни у кого не было. При этом обязательно яркий, красочный и с нестандартной концовкой. Однако у студии уже есть заготовки ярких кадров, интересных ракурсов и матрица сюжетов. Когда поступает заказ, сотрудники студии могут быстро собрать готовый ролик по творческому шаблону.



## Метасистемы

И наконец, заключительный шаг для построения творческого конвейера – объединение всех творческих процессов в одну творческую метасистему.

**Метасистема** – это виртуальная конструкция, которая позволяет генерировать идеи в большом количестве.

Чем отличается творческая метасистема от обычного творчества? В обычном творчестве вы работаете всегда над конкретной задачей, которую можете кратко описать:

«Я пишу книгу»;

«Я создаю дизайн сайта»;

«Я изобретаю новую конструкцию велосипеда».

Как только вы переходите в метасистему, конкретная задача исчезает. Вы погружаетесь в виртуальный мир – например, мир вашего романа. Вас сейчас не интересует конкретная книга и конкретный сюжет. Вы думаете о мире и о том, что и как там может происходить.

В качестве примера можно привести мир Средиземья из произведений Джона Рональда Толкина. В свое время писатель подготовил несколько карт Средиземья и отдельных его областей, где происходят события его произведений. В результате он так хорошо описал свой воображаемый мир, что по сей день его многочисленные поклонники стараются пожить в этом мире.

Подход через метасистему всегда дает готовый запас идей. Если писатель хорошо продумал свой воображаемый мир, он с легкостью будет писать новые романы. Его герои уже прекрасно проработаны и воспринимаются как живые. Остается только записывать их похождения.

Действуя через метасистему, мы должны сначала детально представить ту область, в которой работаем.

**Пространство.** В каком мире все происходит? Это может быть воображаемый мир у писателя или реальный технический мир у изобретателя автомобилей.

**Время.** Какие временные периоды нас интересуют? Это могут быть столетия для историка или доли секунды для фотографа.

**Элементы.** Конкретные элементы ситуации, с которыми мы будем иметь дело: детали машины, люди, деньги, сайты... То есть те элементы, которые мы можем брать, менять, модифицировать и т. д.

**Управление.** Кто этим управляет и как это управление

осуществляется?

С помощью метасистем мы можем быстро описать некоторый абстрактный мир. А потом на этой основе быстро набросать идеи для конкретной задачи.

Применим метасистемный подход к некой реальной задаче. Допустим, у нас имеется агентство по проведению праздников.

В соответствии с метасистемным подходом мы сначала, еще до всяких заказов, продумываем какой-то виртуальный мир. Допустим, это мир сказочных персонажей: баба-яга, добрый молодец, избушка на курьих ножках... Готовим костюмы, декорации, тексты.

И тут мы получаем заказ на проведение корпоратива. Наша задача – с минимальными усилиями составить план мероприятия.

Тут же приложим наш воображаемый мир к реальной задаче:

**Пространство.** Где будет проходить корпоратив? В кафе? В офисе? Нужно подготовить декорации и продумать игровые зоны.

**Время.** Около двух часов. Пишем план мероприятия.

**Элементы.** Гости, костюмы, аксессуары, тексты.

**Управление.** Корпоратив будет идти по запланированному сценарию. Назначаем ведущего.

Так же быстро и с минимальными усилиями мы можем спланировать и корпоратив, и детский утренник, и день рождения. Каждое мероприятие будет новым и уникальным, но подготовка к проведению пройдет легко и без напряжения.

Итак, что произошло? Некая метасистема задает направление мышления. Мы начинаем не с полного нуля, а уже имеем своего рода каркас, который легко наполнить конкретикой.

Конечно же, у серьезной компании должно быть разработано несколько таких метасистем: пиратская вечеринка, Золушка на балу, бразильский карнавал...

После проведения мероприятия нужно подвести итоги и внести изменения в метасистему: добавить ярких деталей, неожиданных поворотов сюжета и т. д.

Попробуем теперь применить наш метаалгоритм в совершенно другой области. Возьмем рекламное агентство, которое специализируется на видеороликах. Мы разработали метасистему, включающую в себя спортивную команду. Для этого у нас заключен договор со стадионом, договоры со спортсменами, есть спортивные костюмы. Приходит заказ на рекламу обуви – правда, не спортивной. Но мы все равно можем применить свою метасистему для решения конкретной задачи.

**Пространство.** Где пройдет действие видеоролика? На стадионе и на выходе из него.

**Время.** Несколько минут.

**Элементы.** Рекламуемая обувь, спортсмены, спортивный инвентарь.

**Управление.** Речь будет идти от имени спортсмена.

Суть ролика в том, что спортсмены чувствуют свое тело и хотят после тренировки носить удобную обувь. Поэтому сначала мы показываем фрагмент тренировки, а потом в раздевалке главный герой надевает рекламируемую обувь и, выходя на улицу, опять проделывает спортивный трюк – потому что в этой обуви он чувствует себя прекрасно.

Смотрите, что получается. Действуя через метасистему, мы можем решать совершенно разные по содержанию задачи. На каждом этапе мы легко генерируем идеи, зная, в какую часть системы они вписываются.

В качестве метасистемы может выступать абсолютно любой виртуальный мир. Единственное требование – мы должны хорошо этот мир представлять и иметь возможность его моделировать в реальной жизни. А дальше мы можем с этим миром играть, прикладывая его как угодно к текущей задаче.

Более того, одна из особенностей метасистем в том, что их можно применять многократно, просто меняя воздействие на входе – то есть, возвращаясь к нашему примеру, не просто снять рекламный ролик про обувь, но создать целый набор роликов с одними и теми же персонажами, действующими в разных сценах.

### **Итоги главы**

✓ Для нашего мозга придумать что-то новое или создавать новые идеи – достаточно естественное состояние. Мы не придумываем нового не потому, что для нас это трудно, а наоборот – потому что у нас выключена эта способность.

✓ Для достижения уровня мастерства, соразмерного со статусом эксперта мирового класса, требуется 10 000 часов практики.

✓ Первая задача творческого человека – организация собственного творческого рудника, набора источников интересной и небанальной информации по выбранной тематике.

✓ Творческий конвейер – это три процесса, которые идут параллельно.

**Работа с творческим рудником.** Вы собираете новую информацию,

*заносите ее в картотеку, а затем ищете закономерности.*

**Заметки и эскизы.** *У вас появляются интересные мысли, идеи, наброски, пока еще весьма расплывчатые. Но творческий процесс уже подсознательно идет.*

**Творческий поток.** *Через некоторое время у вас сами собой начинают появляться творческие озарения. Вы можете садиться и записывать. Этот поток уже не будет связан с конкретной задачей. Вы будете творить вообще всегда.*

✓ *Когда идеи появляются ежедневно, важно иметь работающую систему управления ими, иначе они будут забываться и вся работа по их достижению окажется проделанной впустую.*

✓ *Знания, которые нужны творческому человеку, делятся на две категории:*

*декларативные знания;*

*процедурные знания.*

✓ *Заключительный шаг для построения творческого конвейера – объединение всех творческих процессов в одну творческую метасистему. Метасистема – это виртуальная конструкция, которая позволяет генерировать идеи в большом количестве.*

## Глава 10

В этой главе мы рассмотрим, как связаны творчество и личность человека. Есть очень интересная проблема, к которой часто обращались ученые. Она заключается вот в чем: при одной и той же системе воспитания и обучения у одних людей формируется шаблонное мышление, а у других вырабатывается самостоятельный творческий стиль мыслительной деятельности.

Джон Локк писал: «Мы рождаемся на свет со способностями и силами, позволяющими делать почти все, – во всяком случае, эти способности таковы, что могут повести нас дальше, чем можно себе легко представить; но только упражнение этих сил может сообщить нам умение и искусство в чем-либо и вести нас к совершенству».

Тогда возникает вопрос: что же происходит, почему некоторые личности сопротивляются шаблону, почему у них проявляются такие качества, как независимость, самостоятельность, стремление к достижению именно своих целей?

## Качества творческой личности

Ученые неоднократно делали попытки выяснить, почему в сложной ситуации одни люди стараются занять пассивную, оборонительную позицию, а другие – творческую. Иначе говоря, какими особенностями личности отличаются творческие люди?

Английский писатель Кен Робинсон отзывался об этом так: «Творческие люди испытывают настоящее пристрастие к средствам, которые используют в процессе творчества. Музыкант навсегда заморожен звуком, писатель – словом, танцор – движением, математик – магией цифр, предприниматель – продвижением удачной сделки, педагог – процессом преподавания... Вот почему люди, которые по-настоящему любят свое дело, не думают о нем как о работе в обычном смысле этого слова. Занимаясь любимым делом, такие люди счастливы, потому что пребывают в своей стихии».

Как же стать таким человеком? Что для этого нужно? Разберемся по порядку. Сначала выясним, какие свойства характера сопровождают творческую личность. Исследования психологов показывают, что у творческих людей, как правило, встречаются следующие качества:

- оптимизм;
- чувство прекрасного;
- чувство юмора.

Этот личностный набор связан с восприятием жизни.

Второй личностный набор связан с тем, как творческие люди общаются. Как правило, они полагаются главным образом на свое мнение, а уже во вторую очередь – на мнение окружающих. Интересно, что это свойство тесно пересекается со следующим качеством творческой личности – готовностью выслушать другого человека, восприимчивостью к новому и необычному, толерантностью к людям других рас, национальностей, культур и т. д.

И наконец, третий личностный набор связан с поведением в неопределенной ситуации. Творческие люди сохраняют спокойствие и высокую исследовательскую активность.

В центре же находится главное качество – Я-концепция, которая позволяет индивиду ощущать себя способным создавать новое, творить, находить интересные идеи и нестандартные решения.

Ростки сопровождающих творческую личность качеств есть у каждого в детстве. Правда, сохранить их непросто, так как общество в основном

построено на стереотипах. Но вот развить в себе творческую Я-концепцию может только взрослый и самостоятельный человек. И сделать это можно только одним способом: ставить самому себе творческие цели и достигать их.

Никто этого не сделает за вас. Если сам человек не захочет быть творческим, никто больше об этом заботиться не станет.

Именно поэтому творческие люди так редки. Как правило, еще в детстве они отличались любознательностью и желанием сделать что-то новое. Причем сложившаяся культура никак этому не помогала, скорее наоборот.

То же касается и образования. Как вы понимаете, образование едино для всех и совершенно не учитывает персональные особенности каждого ученика. Оно, как правило, однообразно, рутинно и шаблонно. Очень трудно оставаться собой в таких условиях. Есть редкие учителя, вносящие творческую нотку в обучение, но их катастрофически мало.

Что же происходит, когда творческий человек сталкивается с шаблонным образованием?

Во время участия в образовательном процессе такие личности сами выбирают темы, в которых им интересно развиваться. Как правило, они демонстрируют ярко выраженные наклонности в определенных областях и вместе с тем прохладное отношение к темам, которые им не очень интересны.

На самом деле в первую очередь они начинают развивать себя сами. Внутри образовательного процесса можно выделить два вида учеников:

одни просто запоминают то, чему их учат, – это пассивное обучение; другие активно «учатся» (учат себя), сами выбирают те знания, которые им интересны.

Кстати, второй вид поведения более естествен для человека. Маленькие дети любознательны и хотят знать все о том, что их окружает. На детские вопросы не так просто ответить и взрослому:

Почему взрослые большие, а дети маленькие?

Почему дует ветер?

Куда прячется солнце?

Дети пытаются разобраться в этом непростом мире. Если близкие поддерживают их в этом начинании, это уже первый шаг к творческому человеку. Любознательность и интерес – база творческой личности.

Если же мы посмотрим на тех учеников, которые пассивно относятся к учебе, то увидим, что взрослые в большей степени нацеливают их на хорошие оценки.

Когда школьники вырастают, у них уже сформированы две различные мотивации к творчеству.

*Одна мотивация – любознательность к окружающему миру и желание проявить себя.*

*Вторая – стремление получить некоторую оценку или вознаграждение за творчество.*

Что же происходит дальше? Если человек нацелен на получение оценки своей деятельности, на получение значимых социальных результатов, в своем развитии он начинает зависеть от мнения других людей. Кроме того, он начинает достаточно болезненно переживать неудачи, которые вполне естественны для творческого процесса. Отсюда возникает мнение, что творчество – это нечто сложное и недоступное. Именно так формируется Я-концепция, которую можно выразить словами «мне не дано быть креативным».

Для людей же с внутренней мотивацией к творчеству творить так же естественно, как дышать.

Возникает вопрос: как восстановить естественный порядок вещей? Как вернуть человеку творческую направленность?

Для этого нужно понять, что такое уверенность в себе, чем она отличается от неуверенности и откуда берется.

Уверенность человека в себе – это своего рода прогнозирование вероятности достижения цели. Когда начинается футбольный матч, мы можем спрогнозировать, какая команда выиграет. Делается это на основании прошлых результатов.

*Уверенность человека в себе – это своего рода прогнозирование вероятности достижения цели.*

Если команда-лидер играет с командой-аутсайдером, можно смело ставить на победу лидера. Но даже в футболе результаты могут быть непредсказуемы, и есть множество примеров, когда чемпионы мира проигрывали командам, которые до этого никак себя не проявляли. Получается, что неправильно оценивать свой творческий потенциал по тем результатам, которые были достигнуты до этого. Ведь вы накопили опыт и стали сильнее. В момент, когда вы осознали, в чем была ошибка, ваши творческие способности выросли, и теперь вы готовы на большее.

Поэтому независимо от той работы, которой вы сейчас занимаетесь, нужно целенаправленно перевести внимание на творческие задачи.



Поставить себе цели, которые вы никогда не ставили. И начать их достигать. Вполне вероятно, что поначалу вас может постигнуть неудача. Но, как ни парадоксально, хотя неудача не очень хороша для творческой карьеры, она весьма полезна для Я-концепции. Ведь в момент, когда что-то идет не так, ваше внимание переключается на оценку себя: «Готов ли я к этой неудаче? Что я буду делать? Почему это произошло?» И дальше важно принять решение: «Я к неудаче готов. Я продолжаю. И я ищу новый путь». В этот момент и происходит становление творческой личности. Неудача в данном случае играет роль оселка, на котором затачивается острейший нож.

Все это остается справедливым не только для новичков, но и для признанных мастеров. Возьмем ситуацию, когда известный и популярный режиссер снимает новый фильм. С одной стороны, можно спрогнозировать, что новый фильм также окажется популярным. Но есть и другая сторона. Режиссер уже достиг определенного уровня и может захотеть не повторять привычный успех, а попробовать что-то принципиально новое. Но какова вероятность того, что этот новый фильм понравится публике? Ведь публика уже привыкла к определенной подаче.

Ярким примером подобного восприятия можно считать первую постановку пьесы Антона Павловича Чехова «Чайка». Премьера состоялась 17 октября 1896 года в Александринском театре в Петербурге и вошла в историю театра как небывалый провал.

Однако не все восприняли пьесу плохо. Юрист А.Ф. Кони писал Чехову: «“Чайка” – произведение, выходящее из ряда по своему замыслу, по новизне мыслей, по вдумчивой наблюдательности над житейскими положениями. Это сама жизнь на сцене, с ее трагическими союзами, красноречивым бездумьем и молчаливыми страданиями, жизнь обыденная, всем доступная и почти никем не понимаемая в ее внутренней жестокой иронии, – жизнь, до того доступная и близкая нам, что подчас забываешь, что сидишь в театре и способен сам принять участие в происходящей перед тобою беседе».

По словам В.И. Немировича-Данченко, «“Чайка” – единственная современная пьеса», захватывающая его как режиссера, а Чехов – «единственный современный писатель», который представляет большой интерес для театра с образцовым репертуаром».

Вскоре режиссеры Художественного театра Константин Сергеевич Станиславский и Владимир Иванович Немирович-Данченко ставят эту же пьесу. И 17 декабря 1898 года постановку ждал оглушительный триумф.

Станиславский рассказывает в своей книге «Моя жизнь в искусстве»:

«Как мы играли – не помню. Первый акт кончился при гробовом молчании зрительного зала. Одна из артисток упала в обморок, я сам едва держался на ногах от отчаяния. Но вдруг, после долгой паузы, в публике поднялся рев, треск, бешеные аплодисменты. Занавес пошел... раздвинулся... опять задвинулся, а мы стояли как обалделые. Потом снова рев... и снова занавес... Мы все стояли неподвижно, не соображая, что нам надо раскланиваться. Наконец, мы почувствовали успех, и, невероятно взволнованные, стали обнимать друг друга, как обнимаются в пасхальную ночь. М.П. Лилиной, которая играла Машу и своими заключительными словами пробила лед в сердцах зрителя, мы устроили овацию. Успех рос с каждым актом и окончился триумфом. Чехову была послана подробная телеграмма».

Силуэт летящей чайки стал эмблемой театра, а Чехов – его постоянным автором.

История провала и триумфа «Чайки» показывает, что, если бы Чехов стал ориентироваться только на прошлые удачные творческие ходы, провала бы не было – но и выхода на новый уровень тоже. Поэтому уверенность в себе нужно основывать не на том, что говорят окружающие, а на своих собственных эмоциях и чувствах.

Чем сильнее ваша увлеченность предметом, тем выше ваш творческий потенциал. Чем глубже вы погружаетесь в себя, тем более новым и свежим будет ваше творение. Полная отдача творчеству приводит к экстраординарным результатам.

Случаи, когда новая вещь художника была сначала встречена в штыки, совсем нередки. Премьера балета Игоря Стравинского «Весна священная» закончилась скандалом. Через год музыка балета была сыграна в концертном исполнении. В этот раз композитора ждал триумф. Зрители устроили овацию, а потом торжественно вынесли автора на руках.

После публикации «Преступления и наказания» Федора Михайловича Достоевского была масса не просто критических, но даже оскорбительных отзывов. Критики называли роман «дребеденью», «позорным измышлением», «произведением самым жалким».

В подобных ситуациях чрезвычайно важна вера творческого человека в то, что он делает. Если он начнет опираться на мнение других, то будет ощущать беспокойство и тревогу, потому что не сможет спрогнозировать поведение другого человека.

Таким образом, мы приходим к важному выводу. Когда в процессе творческой деятельности человек начинает опираться только на себя, только на свои суждения, только на свое чувство прекрасного, в этот

момент он начинает обретать уверенность в себе. Почему? Потому что совершенно очевидно, что, опираясь на себя, он всегда может довести результат до своего уровня.

Не случайно Пушкин в стихотворении «Поэту» дает наказ:

Поэт! не дорожи любовью народной.  
Восторженных похвал пройдет минутный шум;  
Услышишь суд глупца и смех толпы холодной,  
Но ты останься тверд, спокоен и угрюм.

Ты царь: живи один. Дорогою свободной  
Иди, куда влечет тебя свободный ум,  
Усовершенствуя плоды любимых дум,  
Не требуя наград за подвиг благородный.

Они в самом тебе. Ты сам свой высший суд;  
Всех строже оценить умеешь ты свой труд...

В то же время, если человек привыкает опираться на оценки других, он постепенно начинает сомневаться в собственной компетентности. Как следствие, возникает неуверенность в своей работе, раздумья о правильности выбранного направления, неудовлетворенность результатами. Это противоречивое эмоциональное состояние усиливается и фактически подавляет творческое начало.

Если эмоциональный разлад к тому же подтвердится отрицательными отзывами, это приведет к разочарованию, неудовлетворенности собой и, соответственно, подтверждению собственной некомпетентности. Особенно опасна такая ситуация, когда творец испытывает прилив вдохновения – ведь в этот момент он открыт и восприимчив к миру. Если он будет обращать внимание на отрицательные оценки, то лишится сил.

Для защиты от критики нужно понять, что каждый человек смотрит на мир по-своему. Критик всегда хочет свести творца к своему уровню. Но это значит, что художнику придется отказаться от себя.

Сомерсет Моэм писал: «Особенность художника состоит в том, что он чем-то отличен от других людей, а значит, и мир, построенный им, будет особенный. Эта особенность – самая ценная часть его багажа».

Поэтому мы подходим к следующему выводу: творчество способствует развитию творческой личности и вообще личности в том случае, если оно

основано на интересе и любознательности к тому, чем человек занимается. Тогда каждое творческое действие будет вести к развитию творческого начала.

К оценкам других людей нужно относиться спокойно. Творческий процесс уже предполагает возможные неудачи.

## Новые вершины

Теперь поговорим о том, как правильно творчески развивать себя и достигать все новых целей.

Биографии известных людей показывают, что их творческая жизнь похожа на покорение горных вершин. В начале своей карьеры они ставили себе яркую и интересную цель и все силы направляли на нее. Потом достигали успеха и делали паузу. Пересматривали свою жизнь и отношение к творчеству, а затем ставили уже принципиально иную цель.

Иногда поиск нового требует серьезной душевной работы. Иван Алексеевич Бунин в автобиографической повести «Жизнь Арсеньева» так описывает эту ситуацию: «Теперь у меня было еще одно тайное страдание, еще одна горькая «неосуществимость». Я опять стал кое-что писать, – теперь больше в прозе, и опять стал печатать написанное. Но я думал не о том, что я писал и печатал. Я мучился желанием писать что-то совсем другое, совсем не то, что я мог писать и писал: что-то то, чего не мог. Образовать в себе из даваемого жизнью нечто истинно достойное писания – какое это редкое счастье – и какой душевный труд! И вот моя жизнь стала все больше и больше превращаться в эту новую борьбу с «неосуществимостью», в поиски и уловление этого другого, тоже неуловимого счастья, в преследование его, в непрестанное думанье о нем».

Зная о том, что может появиться тяга к совершенно иному творчеству, мы можем заранее подготовиться к этому. Отнеситесь со вниманием к любым проявлениям скуки, усталости, нервозности. Часто это говорит о том, что ваша текущая жизнь уже не совсем вам соответствует. Вы поменялись, и жизнь тоже нужно менять.

Мы уже говорили, что рабочее место творца очень важно и следует серьезно подойти к его обустройству. Но не менее важны и все те места, в которых вы живете и отдыхаете или которые вы посещаете.

Имеет значение все, что вы смотрите, слушаете, чувствуете. Окружайте себя образцами великого искусства. Слушайте прекрасную музыку, читайте хорошие книги, посещайте красивые места.

Все это помогает вам установить тот уровень качества, которого вы хотите добиться. Чем более насыщена и красива ваша жизнь, тем более содержательно будет ваше творчество.

Особое значение имеет ваше окружение. Выбирайте общение с людьми, которые поощряют ваше желание развиваться и двигаться вверх.

Применяйте ваш творческий потенциал ко всему, что вас окружает.

Задайте себе вопросы:

Почему я живу именно в этом городе?

Почему я живу именно в этой квартире?

Почему у меня такой рабочий день?

Почему я работаю над этим?

Почему я так отдыхаю?

И так далее. Можете так спрашивать себя обо всем: о еде, привычках, одежде, автомобиле, телефоне...

Это не такие уж простые вопросы, как может сперва показаться. Ведь колоссальное множество людей каждое утро с отвращением просыпаются в квартире, которая им не нравится, и идут на работу, которую они ненавидят.

Их раздражает грязь на улице, переполненный транспорт, пробки на дорогах. Они ненавидят своего начальника. Они ненавидят коллег, с которыми вместе работают. И что самое поразительное – они продолжают это делать.

Но ведь они уже взрослые люди и могли бы жить как им хочется, выбрать любую альтернативу! Мы уже говорили, что все это – следствия шаблонного отношения к жизни. Люди привычно делают то, что им не нравится, но не в силах ничего изменить, потому что в голове у них крутится стереотип «делать нужно именно так».

Но раз вы человек творческий, вы можете освободиться от стереотипов. В том числе и касающихся вашей жизни.

Поэтому начните мечтать. Лучше всего мечтать «сверху вниз».

Самый верхний уровень – это то, чего вы хотите от жизни по максимуму. То есть как выглядела бы ваша жизнь, если бы вас ничто не ограничивало. Помните прием генерации идей «Неограниченный бюджет»?

Представьте, что вы утром проснулись.

Где вы живете?

Что у вас на завтрак?

Куда вы идете после завтрака?

Чем вы занимаетесь?

Как вы развлекаетесь?

Обратите внимание на важный момент: вы меняетесь, и ваши желания и мечты тоже меняются. Если сейчас вы вспомните свои детские желания, они покажутся вам наивными. Но и во взрослом состоянии мечты не остаются неизменными. Автовладельцы, должно быть, хорошо помнят то чувство, которое возникает, когда первый раз покупаешь машину. Думаешь,

что жизнь с этого момента пойдет совершенно иначе: «Я же теперь с машиной!» Но вот проходит несколько лет, и та же самая машина теперь воспринимается просто как часть жизни, и ничего такого особо выдающегося в ней уже нет. Взгляды на жизнь меняются постоянно.

Поэтому не воспринимайте ваши мечты как жесткий план. Наоборот – относитесь к ним как к некоему приятному варианту жизни: «Почему бы мне не пожить вот так?»

Во время таких мечтаний вы развиваете творческое воображение, и одновременно к вам приходят ответы, как всего этого достичь.

## Творчество как подарок

Подводя итоги книги, кратко сформулируем ее основные положения.

Творчество – это, по сути, умение. Пусть самое сложное и трудное, но умение. Его можно сравнить с производством: на входе – заметки, наблюдения, жизненные впечатления, на выходе – креативный продукт.

Работа творческого человека должна вестись ежедневно. Состоит она в генерации идей и творческих шаблонов.



Фундамент постоянной творческой работы – организация творческого конвейера, когда все процессы идут параллельно: накопление впечатлений, генерация идей, формирование банка идей и внедрение.

Но самое главное, творчество – это подарок вам от природы. Американский философ и психолог Уильям Джеймс писал: «По сравнению с тем, какими мы должны были бы быть, мы пребываем еще в полудремотном состоянии. Мы используем только незначительную часть своих физических и умственных ресурсов. В общем, можно сказать, что человек живет, таким образом, далеко не в меру своих возможностей. Он



обладает способностями самого различного рода, которые им обычно не используются».

Самое интересное в жизни – это раскрывать себя и свои способности. Но не стоит это делать насильно. Не стоит загонять себя в рамки планов, целей и прочей суеты.

Чем легче достигается результат, тем более он гармоничен. В идеале результат должен достигаться сам. Естественным образом.



Ведь если вы выращиваете цветы, вы не пытаетесь их «делать». Просто готовите почву, сажаете семечко и поливаете его. Все! Прекрасный цветок вырастает сам. Каждая ваша идея – это такое же семечко. Вы не должны натужно пыхтеть и что-то из себя выдавливать. Достаточно создать условия и наблюдать, как растет ваш сад.

Посмотрите творчески на всю вашу жизнь.

Как только у вас возникает желание что-либо сделать, прежде всего подумайте, как это сделать красиво.

*Искусство жить – это искусство достигать желаемого самым простым и гармоничным способом.*

Не всегда этот способ виден сразу. Но он всегда существует. Все, что вы делаете, старайтесь делать с хорошими чувствами. Это может быть интерес, азарт, радость. Ушли чувства – остановитесь, найдите ошибку. Зачем вам безрадостное существование?

Самый яркий пример натужной упертости – зарабатывание денег на нелюбимой работе. Только посмотрите на это со стороны: умный, взрослый, красивый человек превращается в какое-то офисное растение, которое высиживает на месте положенный срок и получает за это копейки. Это негармонично и совсем не красиво.

Причем если посмотреть на тех, кто живет так годами, кажется, что они уже мхом поросли. Взгляд давно потух, а из всех чувств остался только страх потерять свое унылое место.

Но ведь в это же самое время можно заниматься **своим делом**. Развивать **свои таланты**. И получать за это деньги. И это красиво!

Да возьмите просто любой свой день.

Вы проснулись и сели завтракать. Как вы это делаете? Весело или мрачно?

Вы идете на работу и любуетесь тем, что происходит вокруг, или часами стоите в пробке, проклиная все на свете?

Вы живете с удовольствием или тащите на себе груз нерешенных проблем? Вы хотите заставить ваш талант работать или хотите почувствовать, как талант проявляется в вас?

Как писал Чехов: «Кто испытал наслаждение творчества, для того все другие наслаждения уже не существуют».

Когда вы обращаете внимание только на свои чувства, творчество – очень приятный процесс. Когда вы летите на крыльях вдохновения, когда все творческие задачи решаются с легкостью, когда проступают контуры будущего произведения – это прекрасно.

Творчество – это подарок, который вы можете дарить себе каждый день