

Посібник із креативного мислення. Друге видання

Кріс Ґріффітс

ОЗНАЙОМЧИЙ ФРАГМЕНТ

Переклад — Уляна Курганова

© Видавничий дім «Фабула». Усі права застережено.

Фрагмент надано для ознайомлення. Повна книжка — nashaknyga.com.ua

Вступ. Навіщо насправді потрібні нові ідеї?

Не обмежуйтеся цією епохою; прагніть створити нову епоху.

Масайоші Сон, генеральний директор Softbank, підприємець, інвестор, філантроп

Навички майбутнього: ваша особиста машина часу

Чи готові ви до майбутнього? Якщо є один урок, який ми можемо винести з останніх кількох років, то це те, що ми живемо в новому, часом нестабільному світі, що постійно змінюється. Технології продовжують розвиватися швидким темпом, і в нашому пост-пандемічному середовищі традиційні способи роботи змінилися назавжди. Я давно вірю, що майбутнє ринку працевлаштування — це спритність, креативність та інновації, але я далеко не єдиний, хто відстоює такі ідеї.

Викладаючи свої прогнози на 2025 рік, Усесвітній економічний форум визначив такі п'ять навичок, які, на їхню думку, необхідні компаніям для максимізації потенціалу зростання (Whiting, 2020):

1. Аналітичне мислення та інновації
2. Активне навчання та навчальні стратегії
3. Комплексне розв'язання проблем
4. Критичне мислення та аналіз
5. Креативність, оригінальність та ініціативність

Ці навички вказують на тенденцію до активного, творчого та критичного мислення. Неможливо рухатись в майбутнє, тримаючись за хвости колишніх успіхів. Я створив цю книжку, щоб допомогти вам розвинути кожну з таких навичок, щоб ви могли застосовувати їх на практиці у своєму повсякденному робочому житті. Від виявлення помилок у мисленні до визначення справжньої проблеми у складних ситуаціях — ви навчитеся застосовувати креативність для досягнення інноваційних результатів. Якщо ви

маєте великі плани щодо того, чого хочете досягти в майбутньому, вважайте «Посібник із креативного мислення» своєю машиною часу, яка допоможе вам бути на крок попереду.

Знання більше не є силою

Скільки разів у житті ви чули вислів «Знання — це сила»? Існувала епоха, коли володіння інформацією та здатність бути експертом у конкретній галузі надавали переконливу перевагу. Унікальний досвід, професійні навички та знання тоді робили вас одним із перших у будь-якій грі, давали вам «бонус». Але зараз усе це важить не так уже й багато. Що стає очевидним у стрімкому та дикому кругообігу сьогоdnішнього світу це те, що вправно спрацьовувало раніше, більше не працює так ефективно. Так, для процвітання мати знання досить корисно, але не достатньо. Порівняйте сучасне життя з тим, що було 30 років тому: сьогодні ми інакше їмо (напівфабрикати, мультикультурна кухня), інакше спілкуємося (мобільні телефони, електронна пошта, соціальні мережі), інакше купуємо (інтернет-магазини, великі торговельні центри), інакше працюємо (автоматизація і технології, зростання популярності віддаленої та змішаного типу роботи), навіть навчаємось інакше (віртуальні курси, інтерактивні дошки, інтернет-дослідження). Перелік відмінностей можна продовжувати ще довго. Лише за три короткі десятиріччя ми стали жити в зовсім іншому світі! Що це означає? Це означає, що наразі зовсім не важливо, розумні ми чи талановиті: ми маємо пристосовуватися та розвиватися — як у бізнесі, так і особистісно. Дилема полягає в тому, що поки все навколо нас рухається, більшість наших сьогднішніх розумових навичок не міняється. Безліч часу ми маневруємо між робочими сферами, притримуємось уявлень і систем переконань, шаблонів, що ми ретельно добирали за роки власного досвіду реагування на виклики та використання

стандартизованих стратегій, які працювали для нас раніше. Зрештою, нам платять за те, щоб ми знали всі ці відповіді.

Однак бізнес-проблеми ХХІ століття містять занадто багато змінних і невідомих, щоб на них можна було відповісти лише за допомогою наявних знань. Перевірені рішення минулого не підійдуть для подолання теперішніх та майбутніх викликів. Ми потребуємо творчого мислення, щоб знайти інші цікаві шляхи розв'язання. Отже, креативність є новою силою. Успіх більше не є тим, що ми знаємо, а тим, що ми здатні створити. Коли настає час досліджувати невідоме та генерувати нові ідеї, звички нашого розуму заважають нам. Вони блокують наш розум, примушують фокусуватися на тому, що ми вже знаємо, замість того, щоб віднайти щось геть нове й використати його. Урешті-решт вони перетворюються на «помилки» розуму, бо зупиняють пошук оригінальних шляхів досягнення нашої мети. Наступна вправа продемонструє вам, як легко та природно базувати своє мислення на минулих програмах (так званих «знаннях»). Спробуйте це перевірити зараз.

ВПРАВА Місяці року

Назвіть усі місяці року якомога швидше. Я припускаю, що ви, напевно, здатні це зробити менш ніж за п'ять секунд. А тепер назвіть місяці ще раз, але в алфавітному порядку. Зараз це вже не здається таким простим, чи не так?

Джерело: «Думай краще» (Харсон, 2008)

Щоб побачити відповідь, перейдіть у Додаток. За допомогою звичайного шаблону ви здатні назвати місяці дуже швидко та легко. Але без нього ви маєте дійсно замислюватися над інформацією. Ви змушені зруйнувати схему, що є для вас звичною, та подивитися на ситуацію ще раз. Коли це робити, інформація набуває динаміки й у вас з'являється можливість розширити своє мислення. Щоб

побудувати геть новий шаблон.

Мислення — найбільш важка праця, тому, вірогідно, ми так рідко це робимо.

Генрі Форд, американський промисловець і засновник Ford Motor Company

Головна мета цієї книжки — примусити вас мислити інакше, тому я попрошу вас постійно замислюватися під час читання. В усіх розділах є методології, вправи та інструменти, що виведуть вас із зони комфорту, але вони переслідують важливу мету — допомогти вам опанувати власні упередження та мислити чітко, конструктивно і творчо. Тут ви ставитимете запитання, на які ви не маєте миттєвих, швидких відповідей, тож я пропоную вам зняти корону «експерта» перед тим, як ви почнете працювати. Це варте ваших зусиль. Мислити по-іншому — це ключ до пошуку найкращих, найбільш інноваційних відповідей на ваші бізнес-завдання, що постають перед вашим бізнесом. Тож ви не просто «робитимете свою справу», а «зробите її у найкращий спосіб».

Твори або помри!

Згідно з дослідженнями професора Єльської школи менеджменту Річарда Фостера, середня тривалість життя компанії, що належить до індексу S&P 500, 1958 року дорівнювала 61 року і скоротилася до 18 років 2012 року. (Innosight, 2012).

Фостер також підрахував, що з нинішньою швидкістю відтоку у 75 % від спільної кількості до 2027 року фірми (у США) заміняться компаніями, про які ми навіть не чули. У Великій Британії та сама історія. Зі 100 компаній, що є в переліку FTSE 100 1984 року, лише 24 залишилися там до 2012 року.

Такі цифри є сумним уроком. Якщо компанії не прагнуть постійно впроваджувати інновації та переосмислювати себе, вони ризикують бути заскоченими зненацька новими учасниками ринку і

опинитися на узбіччі.

2020 року світ отримав суворе нагадування про те, наскільки мінливим може бути життя. Поява Covid-19 змінила все — зокрема й те, як ми працюємо. З пандемії можна винести чимало уроків, багато з яких ми розглянемо більш детально пізніше, але найважливіший з них полягає ось у чому: відсутність креативності означає відсутність гнучкості. Когнітивна гнучкість є ключовим компонентом як креативного, так і критичного мислення. Саме ці навички дозволяють нам адаптувати власну поведінку та швидко пристосовуватися до нових умов. Тож не дивно, що Всесвітній економічний форум підкреслив саме ці навички.

Усе це свідчить про те, що новий світовий порядок суттєво змінився. Великі компанії, чия сила раніше була в команді наукових знань і досвіді, наразі перебувають на шляху до занепаду. Є відомий вислів: «Якщо ви продовжуватимете робити те, що робили завжди, то отримуватимете те, що завжди отримували». Знову ж таки, це вже не так. У новій економіці, якщо ви не рухаєтеся вперед, ви не просто стоїте на місці, ви залишаєтеся далеко позаду. Пам'ятаєте фірми Blockbuster, Compaq, Blackberry та HMV? Ці успішні багатообіцяючі в минулому компанії, тепер просто покрилися товстим шаром пилу. Дуже просто слідувати їхнім шляхом, якщо не бачити можливостей навколо.

Сучасний бізнес потребує постійного джерела нових ідей, ракурсів і рішень, а також тримання руки на пульсі швидких змін і невизначеності. Креативне мислення необхідне для розв'язання галузевих проблем новими та корисними способами, а також для сміливих стрибків у незвідані сфери. Ще існують професіонали від бізнесу, які вважають, ніби креативність не має реальної ваги. Вони бачать її роль у декорації — щось рожеве та пухнасте, що має прикрашати продукт чи покращувати репутацію компанії. У цьому вони дуже помиляються. Креативність здатна (а насправді й мусить)

фокусуватися на різноманітних цілях так само, як і будь-що інше, від добору персоналу до фінансування компанії та вдосконалення продукту. Мені подобається називати це суворим і перспективним підходом прикладної креативності.

Завдяки прикладній креативності ви можете знайти нові ідеї першопричини проблем, ідеї, які допоможуть вам розв'язати ці проблеми, ідеї для прийняття спільних управлінських рішень, а також ідеї про те, куди ви будете рухатися далі. Але знання й досі є важливими. Вони — найголовніша опора творчого процесу; вони необхідні, щоб узагальнити інформацію й оцінити плідність ідей. Але як і Ferrari без двигуна, цінність знань не може бути використана з користю без креативності, яка керує ними. Креативність дозволяє вам відкривати нову інформацію та свіжі ідеї, і саме ці ідеї є тим, що допоможе вам змінити статус-кво. Та само, як Google змінив способи пошуку інформації, Netflix — шлях переглядання ТВ програм, а Twitter — спосіб комунікації з іншими людьми. Незалежно від розміру чи масштабу нових ідей створення їх — це те, що допоможе вам відкривати нові можливості у сфері вашої діяльності.

ІДЕЇ ДОПОМОЖУТЬ ВАМ ЗНАЙТИ ВІДПОВІДЬ НА ТАКІ ЗАПИТАННЯ:

- Як ми можемо утримати більше відвідувачів / клієнтів?
- Що може призвести до проблеми W?
- Як можна впорядкувати бізнес-процеси?
- Які можливості ми маємо цього року?
- Як ми можемо покращити роботу у відділі X?
- Як можна розв'язати проблему Y?
- На які нові ринки є можливість зайти?
- Як можна скористатися конкретною зміною у законодавстві?
- Які додаткові функції можемо додати до продукту Z?

- Як мотивувати свою команду?

Потроху сила креативності набуває визнання. У звіті «Майбутнє професій», що був опублікований 2016 року, Всесвітній економічний форум визначив комплексне розв’язання проблем, критичне мислення та креативність як три найкращі головні навички на робочому місці, що необхідні для процвітання до 2020 року. На форумі наголосили: «У зв’язку з навалом нових продуктів, технологій і способів праці, робітники мають бути більш креативними, щоб отримати вигоду з цих змін». (Грей, 2016.)

Компанія Adobe провела опитування серед 1000 штатних спеціалістів із вищою освітою щодо того, чи є творчість невід’ємною частиною сучасної праці. Понад 85 % погодились із тим, що креативність має вирішальне значення для розв’язання проблем у їхній кар’єрі (Adobe, 2012). Дев’ять із десяти працівників погоджуються з тим, що креативність є необхідною для економічного зростання, а 96 % вважають її цінною для суспільства. Однак 32 % не відчують себе комфортно під час творчих роздумів у професійній сфері, та значна частина (78 %) бажала б мати більше творчих здібностей.

ТВОРЧА ТРАНСФОРМАЦІЯ

Неможливо заперечувати, що наш новий світ є технологічним. Майбутнє буде визначатися автоматизацією та цифровою трансформацією. Насправді, у період з 2018 до 2020 року пошукові запити щодо цифрової трансформації у всьому світі зросли на 65 % (Walker, 2021).

Тож як нам не відставати? Навколишнє середовище швидко змінюється, і ми не можемо перевершити логіку машини, тому відповідь має бути — і ви правильно здогадалися — креативність!

Як порівняти з маркетингом і рекламними технологіями, звіт компанії Forrester показав, що рентабельність інвестицій (ROI) у

креатив, порівняно з просуванням за допомогою технологій, становить 19 мільярдів доларів (Canneslions, nd).

У звіті також зазначалося, що за шість років ця зміна призведе до 18-відсоткової рентабельності інвестицій.

Коментуючи звіт, Сьюзі Вокер з Google зробила висновок: «Креативність є найбільшим рушієм неінкрементального зростання» (Walker, 2021).

З віком ми втрачаємо креативність

Ні для кого не секрет, що діти більш креативні, ніж ми, дорослі. Варто лише поспостерігати за грою дітей, щоб побачити, як їхня уява органічно поєднується з реальністю, що їх оточує. Проте більшість з нас знають про цю творчу нерівність більше на рівні анекдотів, аніж на рівні фактів. Можливо, вам буде цікаво дізнатися, що це не просто здогадка чи марне спостереження — численні дослідження доводять, що діти справді більш креативні. У буквальному сенсі цього слова. Йдеться не лише про те, що вони мають більше часу на ігри чи свободу від виконання своїх обов'язків — хоча це, звісно, не завадить,— а про категоричну здатність, яка перевершує дорослих на всіх фронтах. Мало того, молодші діти перевершують старших, коли справа доходить до більш творчих здібностей.

Мабуть, найвідоміше дослідження на цю тему було проведене NASA 1969 року, коли вони відібрали 1600 п'ятирічних дітей і провели з кожним із них тест на креативність. Із цих дітей приголомшливі 98 % отримали високу оцінку креативності. П'ять років по тому ті ж самі діти (але тепер їм було по 10 років) пройшли той самий тест, але лише 30 % з них досі можна було назвати «високо креативними». Ще п'ять років, дітям уже було по 15, і лише 12 % з них змогли потрапити до цієї категорії. Однак є ще більш показовий приклад: 250 000 людям у віці від 25 років дали пройти той самий

тест, і лише близько 2 % досягли високого рівня креативності (рис. 0.1).

Рис. 0.1. Креативний тест NASA

Що доводить це дослідження? Зі слів автора інновацій Стівена Шапіро (2003), «Креативність є невивченою, точніше, її не вивчають». І якщо вам цікаво, чи змінилося щось у наш час, то ні. Дослідження, проведене психологами з Каліфорнійського університету в Берклі 2017 року, підтвердило ті самі явища: вони ще раз показали, що креативність зменшується, коли діти дорослішають (Gornik et al, 2017). Хороша новина полягає в тому, що це не обов'язково має бути так. Якщо колись ви могли створювати інший світ із пісочних замків і грати разом зі своїм невидимим другом, ту саму креативність, якою ви органічно володіли в дитинстві, можна відновити й розвинути заново, щоб допомогти вам долати бізнес-виклики та впроваджувати інновації у повсякденному житті.

Але для того, щоб потрапити туди, ми маємо спочатку визначити, що пішло не так на цьому шляху. Подумайте над запитаннями, які наведені на рисунку 0.1.

1. Скільки часу ви витратили на вивчення математики в школі?

Більшість людей, що пройшли крізь стандартну шкільну систему, витратили близько 5000+ годин. Чи було це корисним для вас? Наскільки це відповідає витраченому часу? Скільки з того, що ви вивчили, пам'ятаєте й досі?

2. Скільки часу ви витратили на те, щоб навчитися креативності?

Трішечки? Нічого? Більшість із нас вважає, що таке навчання перебуває поза освітньою системою. Ви колись проходили курс з інновації «101»?

У школі ми маємо нескінченну кількість обмежень, що їх встановлюють для нас учителі. Освітня система спрямована на

розвиток наших навичок зі зберігання й аналізу інформації замість того, щоб розвивати нашу здатність генерувати нові ідеї та втілювати їх у реальному житті. Нас вчать запам'ятовувати правильні відповіді та дають знання, водночас ми «не навчені» знаходити власні відповіді, рішення та самостійно здобувати знання. Не забере багато часу, щоб дізнатися, що помилки це теж дуже погано. Страх помилитися лякає навіть найсміливіших людей, ми боїмося висловитись у дещо нетрадиційний чи інакший спосіб. На той час, коли ми потрапляємо у світ бізнесу, ми вже так звикли обмежувати власне мислення, що воно дуже швидко стає упорядкованим, а також залежним від організаційних форм — інституціоналізованим.

Маленькі діти здатні вигадувати різноманітні оригінальні розв'язання проблем, тому що вони не обмежені жорсткими умовами та методологіями зрілості. Вони не мають тих самих психічних обмежень, як ми, бідні дорослі. Пабло Пікассо, іспанський митець, художник, чудово проілюстрував цю думку, коли сказав: «Мені потрібно було витратити чотири роки, щоб малювати, як Рафаель, але потрібно ціле життя, щоб малювати, як дитина». Такий тип мислення завжди буде відкритим, неспокійним і зацікавленим у тому, щоб роздивлятися різні речі,— саме він надає дітям нові ідеї. Їхнє мислення не має кордонів, воно не обмежене; замість того, щоб відповідати чийсь очікуванням, діти створюють нове.

Через втрату креативності люди поступово починають вірити в те, що вони просто не належать до «творчого типу». Така думка є руйнівною, оскільки вона призводить до сумнівів: чи є сенс хоч намагатися мислити чи діяти креативно. Творчість — то для художників, дизайнерів, музикантів і божевільних богомних типів, а не для нас — професіоналів у білих комірцях. Дехто з нас утратив спортивну форму, але якщо ми почнемо тренуватися та слідкувати за харчуванням, то за декілька місяців ми перетворимося на більш

підтягнутих і здорових людей. До того ж, насправді з віком ми не втрачаємо творчі здібності — є хибне враження.

Креативність просто втрачає форму через невикористання та через нашу хибну думку, що вона не має жодного практичного застосування. Наче м'язи, що ніколи не навантажувались, творчість згасає через нехтування нею. Якщо ми знову навчимося гратися і будемо активно займатися творчістю та розумовим розвитком, ми всі зможемо заново відкрити для себе магію креативності, яку ми знали в дитинстві, щоб знову відчувати її на собі. Уявіть, чого б ви досягли, якщо мали б змогу повернути рівень креативності себе п'ятирічного!

І якщо ви дотепер відчуваєте себе невпевненим щодо цього, дозвольте мені додати трохи науки. У сучасній біології широко визнано, що ми є продуктом як природи, так і виховання; наші гени можуть диктувати нам схильність до певних навичок і рис, але вони не гарантують їх. Так само наше оточення, цінності та переконання мають величезний вплив на те, якими людьми ми є, а також на те, ким ми можемо стати. Якщо ви переконані, що кожна творча й інноваційна людина, яку ви коли-небудь знали або про яку чули, просто мала це «в крові» — можливо, вам варто переглянути свої переконання.

Це правда, що одне дослідження виявило генні кластери, які можуть бути пов'язані з гнучкістю мозку, а отже, зі здатністю людини до творчого мислення (Ukkola-Vuoti et al, 2013). Однак цей зв'язок є радше випадковим, ніж невід'ємним. Інакше кажучи, гнучкість мозку просто означає здатність людини розривати та утворювати нові зв'язки (привіт когнітивній гнучкості!) і є чимось, чого можна досягти завдяки практиці, а не лише генетичній схильності.

Якщо поглянути на це з іншого боку, то набагато більша кількість авторитетних досліджень виявили, що творчі здібності

можна розвивати незалежно від ваших генетичних особливостей. Зрештою, вірогідність того, що кожен творчий геній, який коли-небудь ходив по землі, був таким виключно завдяки своїй природі, а не тому, як його виховували, є малоймовірною. Так багато наших культурних творчих ікон розвивали свій спосіб мислення через практику і застосування в життєвому середовищі. Інакше кажучи, прикладна креативність. Настав час і вам почати робити те саме!

Думай без коробки

Дехто каже, що креативність — це про те, як мислити поза рамками, інші — що це про те, як бути креативним у певних межах. Але що, як я скажу вам, що рамки взагалі не потрібні? Метафорично кажучи, коробка — це ваші власні припущення, звички, упередження та стандартні шляхи мислення. Кожна людина має свої сильні та слабкі сторони, коли йдеться про певні способи мислення, але багато з цих помилок є наслідком того, як нас навчали та соціалізували у дорослому віці.

• • •

Далі — у повній книжці «Посібник із креативного мислення. Друге видання».
nashaknyga.com.ua