

OSNOVNE TEHNIKE KREATIVNOSTI - BRAINSTORMING

Goran Knežević
UD Maksimir, Zagreb



OLUJA MOZGOVA

... je učinkovit i vrlo popularan alat u poslovnom svijetu koji se rabi kako bi se brzo i iznimno kreativno i radikalno riješio problem. Oluja mozgova je lateralni (*koji se nalazi sa strane, bočni*) proces razmišljanja.



SULUDE IDEJE

Od svakog uključenog pojedinca traži da izade s idejom i mišljenjem koje se isprva može doimati sasvim šokantnim ili suludim.



ŠTO VIŠE IDEJA

Zamišljen je tako da se dobije neprekidan i slobodan, bujici nalik, tijek ideja bez ikakve zapreke.

B. podrazumijeva, u kratkom vremenu, što je moguće više ideja od određene skupine ljudi.

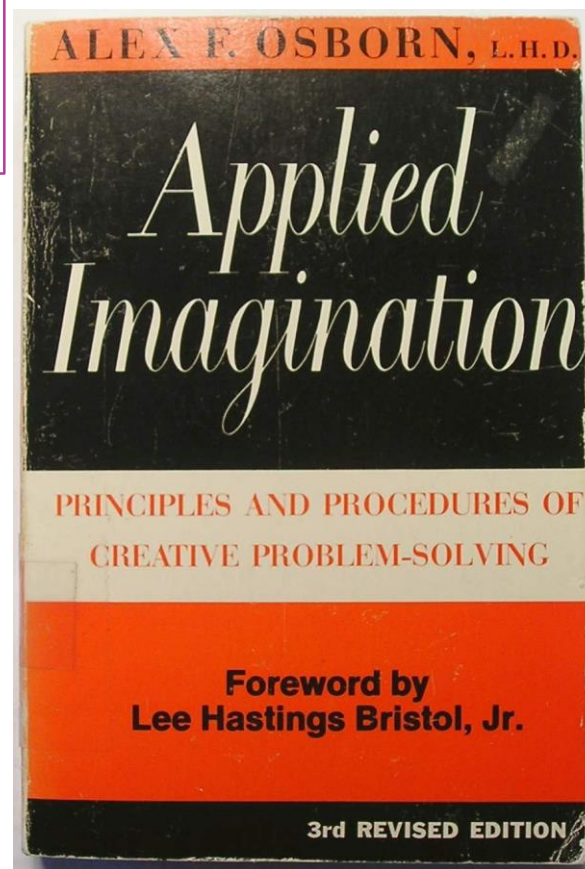


MAŠTA I VIZUALIZACIJA

... dopunjuju b. To su moćni instrumenti za povećanje učinkovitosti i produktivnosti. Djeca su prirodno nadarena za to. I odrasli mogu ponovo otkriti ovu vještinu gledajući filmove znanstvene fantastike i čitajući bajke. Mnoge čuvene ličnosti su i u odrasloj dobi zadržale tu sposobnost.

ALEX OSBORN

Izmislio ju je i koristio Alex Osborn 40-ih godina 20. stoljeća u jednoj reklamnoj agenciji.



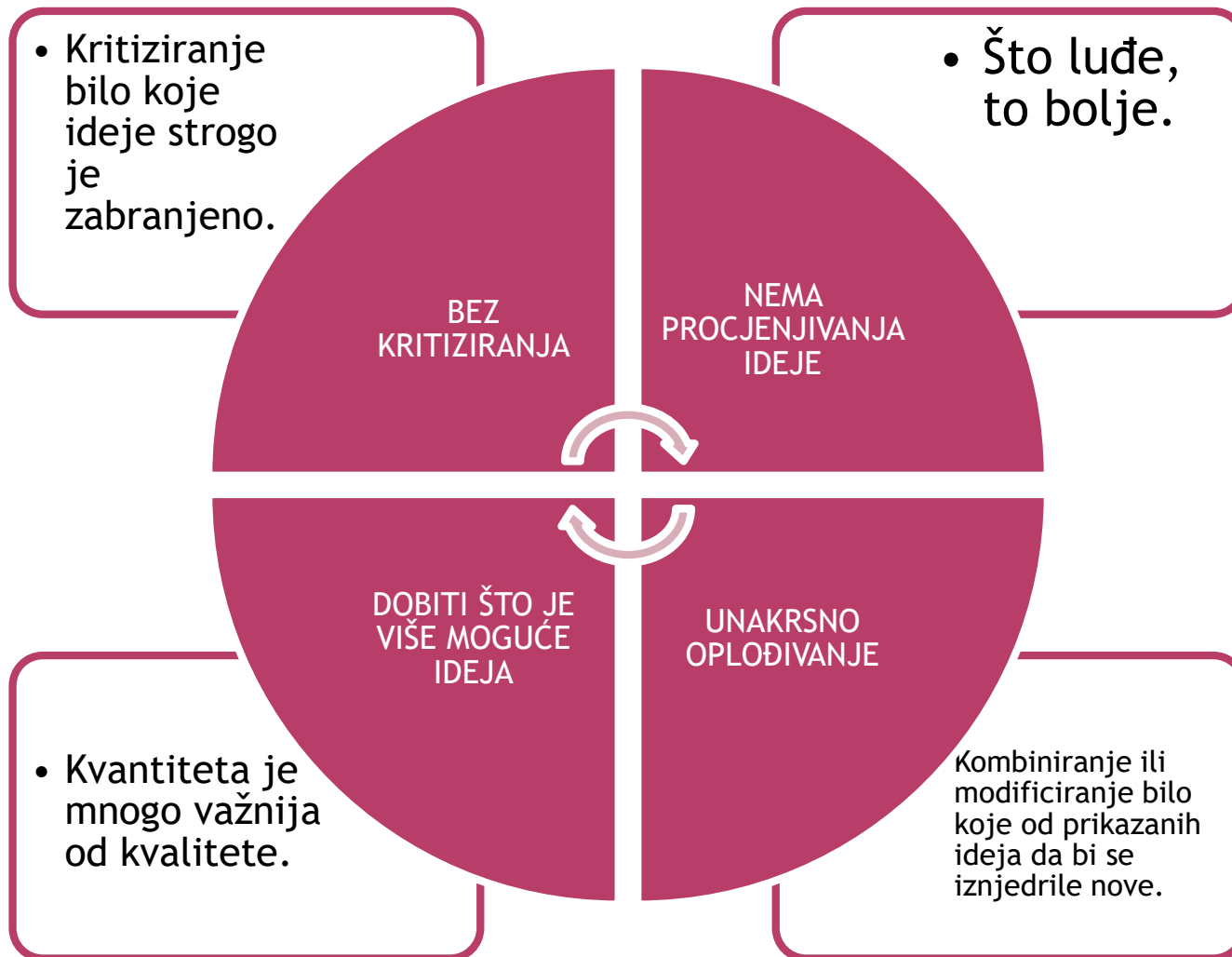
Pojedinosti ove kreativne tehnike objavljene su 1957. u knjizi „Primijenjena mašta“.

SMJERNICE ZA BRAINSTORMING

SMJERNICE ZA BRAINSTORMING

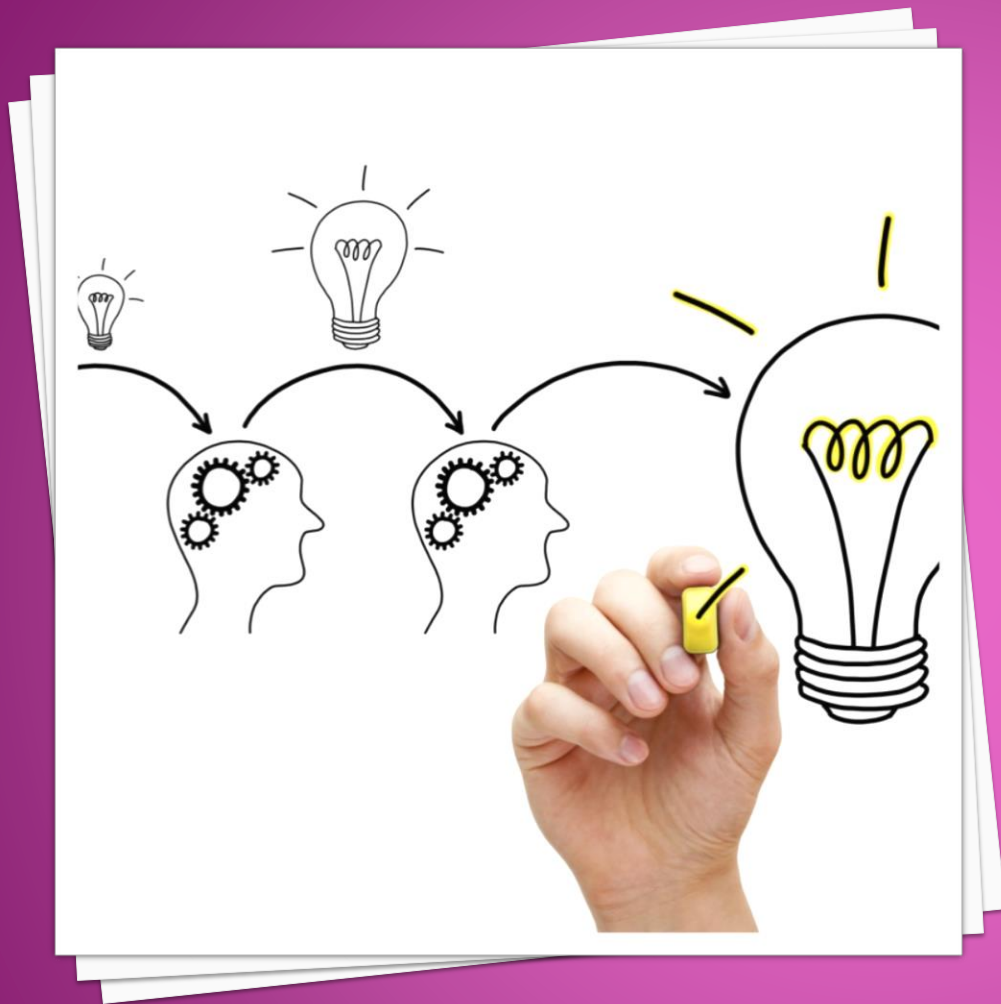
- ◉ **Bez kritiziranja.** Kritiziranje bilo koje ideje strogo je zabranjeno.
- ◉ **Nema procjenjivanja ideje.** U fazi rađanja ideje ne smije biti nikakvog procjenjivanja. Sudionike ohrabrujemo da izgovore sve što im padne na um, bez autocenzure. Ustvari slogan glasi: „Što luđe, to bolje.“
- ◉ **Količina ideja.** Suština b. je dobiti što je više moguće ideja. Kvantiteta je mnogo važnija od kvalitete.
- ◉ **Unakrsno oplodivanje.** Sudionike potičemo da kombiniraju ili modificiraju bilo koju od prikazanih ideja da bi se iznjedrile nove. Ne smije postojati pojedinačno vlasništvo nad pojedinom idejom. Umjesto toga, vlasništvo je kolektivno.

SMJERNICE ZA B.



PREDRADNJE

- Isključite promatrače i sve audio-vizualne uređaje za snimanje. To je važno da bi se sudionici osjećali ugodno, predlažući sulude ideje što bi ih, u slučaju prisutnosti nesudionika, kočilo i brinulo da ne ispadnu glupavo.
- Svaku ideju treba označiti brojem radi lakšeg kasnijeg pozivanja na istu i treba je dati na uvid svim sudionicima da je mogu dopuniti, unakrsno kombinirati i modificirati.
- Ako je potrebno na kraju sjednice raspodijelite sudionicima popis svih iznjedrenih ideja da ga mogu pregledati i razvijati.
- Mora postojati voditelj sjednice i netko tko popisuje ideje.



LUDE IDEJE

Uspješnom b. sjednicom smatra se ona gdje ima više suludih, nego logičnih ideja. Općenito govoreći, lude ideje same po sebi, nisu od koristi. Svrha im je da aktiviraju inventivne ideje koje su krajnje praktične.

FAZE BRAINSTORMINGA

- ◉ **Zagrijavaње.** Opuštanje sudionika s ciljem da uplove u luckasto raspoloženje. U pravilu je dovoljno 5 do 10 minuta. Odabrana tema ne mora nužno imati veze sa stvarnim problemom, no svakako mora među sudionicima izazvati zabavu i smijeh.
- ◉ **Preformuliranje problema.** (1. korak u procesu kreativnosti) Od sudionika tražimo da preformuliraju problem na različite načine. Najčešće je postavljanje pravog pitanja već pola puta do rješenja problema.
- ◉ **Brainstorming** (2. korak u procesu kreativnosti) Ovo je stvarna sjednica b. kao što je opisano prije. Unaprijed treba odrediti vrijeme trajanja.

- ◉ **Inkubacija** (3. korak u procesu kreativnosti) To je prijelomno razdoblje između faze stvaranja ideje i faze evolucije. Ovisno o složenosti problema to može biti kratak predah za kavu ili mnogo dulji prekid od nekoliko dana ili tjedana. Obično treba sudionicima podijeliti popis zabilježenih ideja da ih pregledaju.
- ◉ **Procjenjivanje** (4. korak u procesu kreativnosti) Sad se stvaraju poveznice između ideja i nastaju korisne i praktične ideje. Jednako kao u „eureka“ fazi kreativnog procesa.
- ◉ **Provedba** - plan i strategija (5. korak u procesu kreativnosti) Kad su postavljena moguća rješenja, vrijeme je da izađete s odgovarajućim planom i strategijom za provedbu.



PRIČE O KREATIVNOSTI

Svjetleća obuća s kravljim
očnim jabučicama ...

MENTALNA VJEŽBA 1.

- ◉ Kompanija izvoznik vaza ima problem s radnicima koji umataju vaze u stari novinski papir. Radnici su skloni čitanju novina što utječe na produktivnost. Da ste vlasnik kako biste tome stali na kraj? ...
- ◉ *(Najbesmislenija ideja bila je da se radnicima iskopaju oči kako ne bi mogli čitati. Otuda je poteklo praktično rješenje da se zaposle slijepi radnici. To je učinkovito povećalo produktivnost, a kompanija je usto dobila i priznanje za zapošljavanje osoba s posebnim potrebama.)*

MENTALNA VJEŽBA 2.

- Telefonska kompanija želi nagraditi svoje vjerne pretplatnike jedinstvenim poklonom koji će ih podsjećati na telefon. Pokušajte koristiti b. za nove, inventivne ideje.
- *(Suluda ideja, nakon b., bila je da se vjernim mušterijama pošalju jestivi telefoni. Logička procjena ideje rezultirala je praktičnom primjenom pa su kupci dobili visokokvalitetnu čokoladu u obliku telefona.)*

MARINKO BIŠKIĆ ... ČOKOLADNA PLOČA

- ◉ <https://www.youtube.com/watch?v=NEa0gK92Lwl>

LITERATURA:

- ◉ Stjepan Ozimec, OTKRIĆE KREATIVNOSTI, Tonimir, Varaždinske Toplice, 1996.
- ◉ Andy Green, KREATIVNOST U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU, Hrvatska udruga za odnose s javnošću, Zagreb, 2003.
- ◉ Milka Pašić (uredila), IGROM I SMJEHOM KROZ DJETINJSTVO - potaknite kreativnost i snalažljivost svoje djece, Dušević i Kršovnik, Rijeka, 2007.
- ◉ Dr Yew Kam Keong, BUDITE KREATIVNI, Katarina Zrinski, Varaždin, 2007.
- ◉ Ernst Peter Ficher, SVJETLUCANJE NA TAMNOJ STRANI - kreativnost i spoznaja u prirodnim znanostima, Naklada Ljevak, Zagreb, 2009.