

Дэвид Голдстайн, Отто Крегер

Творческая личность

Как использовать сильные стороны
своего характера для развития
креативности

Перевод с английского к. ф. н. Светланы Кировой



Москва
«Манн, Иванов и Фербер»
2014

Оглавление

Предисловие.....	9
Предисловие автора	13
Введение	19
ЧАСТЬ I. ПОЗНАКОМЬТЕСЬ СО СВОИМ КРЕАТИВНЫМ «Я».....	33
Глава 1. Так какая же она — креативность?	35
<i>Распространенные мифы о креативности</i>	<i>36</i>
Глава 2. Какой у меня тип креативности?	49
<i>Четыре вопроса Индикатора типа личности</i>	<i>52</i>
Глава 3. Восемь предпочтений и особенности креативности	63
<i>Экстраверсия (E) или интроверсия (I) — как протекает ваш энергетический поток</i>	<i>64</i>
<i>Сенсорика (S) или интуиция (N) — полная картина или общая картина</i>	<i>76</i>
<i>Логика (T) или этика (F) — принимать решения головой или сердцем</i>	<i>95</i>
<i>Рациональность (J) или иррациональность (P) — какой образ вы являете миру</i>	<i>107</i>
Глава 4. Четыре темперамента креативности	119
<i>Интуиты-этики (NF) — поэтичные и чуткие</i>	<i>122</i>
<i>Интуиты-логики (NT) — пытливые и сложные</i>	<i>127</i>
<i>Сенсорики-рационалы (SJ) — реалисты и традиционалисты</i>	<i>132</i>
<i>Сенсорики-иррационалы (SP) — гибкие и все драматизирующие</i>	<i>137</i>
<i>Другие пары предпочтений</i>	<i>145</i>
ЧАСТЬ II. ШЕСТНАДЦАТЬ ТИПОВ КРЕАТИВНОСТИ	153
Глава 5. Ваш тип креативности: найдите свою хрустальную туфельку	155

Творческая личность

Организатор (ISTJ) — интроверт, сенсорик, логик, рационал	161
Помощник (ISFJ) — интроверт, сенсорик, этик, рационал	168
Провидец (INTJ) — интроверт, интуит, логик, рационал	172
Вдохновитель (INFJ) — интроверт, интуит, этик, рационал	177
Мастер (ISTP) — интроверт, сенсорик, логик, иррационал	181
Придумщик (ISFP) — интроверт, сенсорик, этик, иррационал	186
Аналитик (INTP) — интроверт, интуит, логик, иррационал	191
Созерцатель (INFP) — интроверт, интуит, этик, иррационал	197
Реалист (ESTJ) — экстраверт, сенсорик, логик, рационал	201
Учитель (ESFJ) — экстраверт, сенсорик, этик, рационал	206
Командир (ENTJ) — экстраверт, интуит, логик, рационал	211
Увещеватель (ENFJ) — экстраверт, интуит, этик, рационал	217
Непоседа (ESTP) — экстраверт, сенсорик, логик, иррационал	222
Аниматор (ESFP) — экстраверт, сенсорик, этик, иррационал	227
Изобретатель (ENTP) — экстраверт, интуит, логик, иррационал	234
Медиатор (ENFP) — экстраверт, интуит, этик, иррационал	238
ЧАСТЬ III. КАК ВЗРАСТИТЬ СМЕЛУЮ КРЕАТИВНОСТЬ	245
Глава 6. Как использовать свой тип креативности по максимуму	247
Глава 7. Как наладить сотрудничество	251
Глава 8. Как интерпретировать слова критиков	259
Глава 9. Искусство во мне: как дать выход креативности	267
Глава 10. Как добиться успеха в работе, используя свой тип креативности	295
Глава 11. Юность в искусстве: как помочь детям сохранить свою креативность	327
Глава 12. Вкусы аудитории и восприятие вашей работы	351
Глава 13. Креативный дух	359
Глава 14. Смелая креативность	367
Благодарности	373
Глоссарий	377
Выборочная библиография	383
Примечания	389



Посвящается Гевину и всем детям его возраста,
которые, будем надеяться, смогут сохранить
свою креативность, даже когда вырастут



Часть I

Познакомьтесь со своим креативным «я»





Думать нестандартно, выходить за рамки, находить новые пути — все эти популярные образные выражения используются для описания креативного мышления. Но картина, которую они рисуют, неполна — в нее не попадают многие из нас. Леонардо да Винчи с его фантастической точностью в передаче анатомических и архитектурных деталей не придумывал ничего «нестандартного»; Чарльз Шульц* рисовал целые миры, довольствуясь тремя маленькими прямоугольничками; и любой водитель автобуса, который успешно делает виражи, объезжая внезапные препятствия на пути, тоже действует креативно и артистично.

* Чарльз Шульц — американский карикатурист, автор одной из самых успешных в мире серий комиксов — про мальчика Чарли и его собаку Снупи, над которой художник работал более 50 лет. *Прим. пер.*

Во введении мы упоминали тот прискорбный факт, что большинство людей не считают себя креативными, хотя они таковы по рождению. Наша задача — показать вам, что существует множество путей реализации креативности независимо от того, выходит она за некие «рамки» или вполне укладывается в них. В нашей книге мы составили «карту» всех этих путей, чтобы вы могли воспользоваться нашими знаниями и открыли новые истины о своей личности, распознали врожденную креативность в самом себе и в окружающих людях.

Прежде чем вручить вам ваш собственный «кусочек мела», используя который вы сможете проявить дремлющую в вас креативность, мы должны сначала стереть с «классной доски» всю чепуху, которая на ней написана. Вокруг креативности возникла масса заблуждений. Как мудрый Гудвин из Изумрудного города скрывался за занавесом, так и креативность и творческий процесс всегда были укутаны вуалью тайны и вызвали благоговейный трепет. Считалось, что они уготованы лишь для избранных муз. Пора развеять эти мифы.



Распространенные мифы о креативности

Благодаря современной астрономии мы больше не верим в то, что древнегреческий бог Гелиос ежедневно перевозит солнце по небосводу в своей колеснице. Мифы пытаются объяснить необъяснимое, а креативность часто кажется чем-то неподдающимся объяснению. Даже при всех революционных открытиях в области нейробиологии, произошедших в последнее время, нам все еще трудно сказать, как именно возникают идеи. Вопрос о том, откуда берется креативность и не является ли она даром муз, продолжает оставаться открытым. Однако если мифы о космосе сегодня можно считать более или менее безвредными, некоторые заблуждения относительно креативности реально тормозят нас.

Миф № 1

Я от рождения лишен креативности

Чтобы быть креативным, придется сломать рамки, в которые вы сами себя загнали, и начать думать о себе как о человеке креативном. Правда состоит в том, что вы постоянно творите, не ведая того: вы творец своей жизни, и каждый ваш день уникален. Разве вы не придумали, как следовало бы перестроить ваш дом? Разве вы не привели футбольную команду своего ребенка к победе? Разве не нашли способ починить машину вдвое дешевле той суммы, которую затребовал ваш автослесарь? Разве не догадались приложить к подарочной карточке еще и купон на скидку и таким образом купить платье вообще за гроши? Кто бы ни был тот человек, который внушил вам мысль о вашей некреативности, он ошибался. Вы проявляете креативность каждый раз, когда придумываете, чем заменить отсутствующий продукт, чтобы блюдо все равно получилось; что посадить в саду, чтобы пространство «заиграло»; как разместить вещи в чулане, чтобы хватило места; как организовать вечеринку, чтобы совместить графики всех приглашенных, и как разработать меню, чтобы учесть все их диеты.

Миф № 2

Если я способен что-то сделать, значит, это не требует особой креативности

Мы нередко приходим к такому выводу, когда сопоставляем сделанное другими с тем, что мы сами, по нашему мнению, могли бы сделать. Например, когда видим логотип, похожий на произведение «абстрактного искусства», и решаем, что «такое» мы и сами могли бы нарисовать. Или когда съедаем в кафе кусочек лимонного торта, который легко могли бы испечь и дома. Почему нам так трудно принять свою креативность? Почему, когда мы видим проект или продукт, который вполне можем создать сами, нам не приходит в голову, что мы креативны? Почему мы начинаем считать его слишком простым? В следующий раз, когда

Часть I. Познакомьтесь со своим креативным «я»

вы увидите доказательство того, что способны сделать то же самое, что делают креативные люди, попробуйте взглянуть на себя по-новому, как на человека креативного (особенно если вы можете сделать это лучше). Именно такие факты вдохновили Джеймса Миченера* на творчество: «Я понимал только одно: что способен писать лучше многих авторов, книги которых читал, и решил попробовать»⁶.

Миф № 3

Существует только один тип креативности

Многие из нас допускают и другую роковую ошибку: они решают, что мы все одинаковы. Но разве креативность Генри Форда была такой же, как у Пикассо? Форд был человеком консервативным и творил в рамках очень строгой модели, в то время как стиль Пикассо намного подвижнее. У каждого из нас есть свои уникальные опыт и знания; каждый способен осваивать новые техники и приемы; и творить способен каждый — каждый по-своему. Попросите класс написать сочинение на некую тему и посмотрите, сколько вариантов ее разработки вы получите. Каждый видит мир по-своему и действует соответствующе. Наша креативность столь же индивидуальна, сколь и наши отпечатки пальцев, и она оставляет свой след на всем, что мы делаем.

Миф № 4

Предоставьте креативность креативщикам

Нельзя давать другим думать за нас, и не стоит рассчитывать, что другие проявят за нас креативность. Каждый человек способен — и обязан — вносить свой вклад в дело, принимая в нем участие и оказывая поддержку другим. Сегодня любой продавец, программист или хозяин малого бизнеса, желающий добиться успеха, должен использовать свою природную креативность. Чтобы адаптироваться к меняющейся экономике,

* Джеймс Миченер (1907–1997) — американский писатель, автор более 40 произведений, мастер исторической саги, обладатель Пулитцеровской премии. *Прим. пер.*

приходится изобретать новые способы выполнения даже самых рутинных своих задач — причем изобретать в рамках отведенного бюджета, графика и на должном уровне качества. Если вы переложите на других ответственность за проявление креативности, вы немногого добьетесь и в итоге останетесь не у дел. Недавние исследования, посвященные всеобщей нехватке креативности, показывают: восемь из десяти человек осознают, что креативность имеет решающее значение для экономического роста, а две трети респондентов чувствуют, что креативность важна для общества. Но, повторюсь, только один из четырех человек считает, что его жизнь соответствует его творческому потенциалу⁷.

Миф № 5 Креативности нельзя научиться

Каждый из нас воспринимает мир по-своему и каждый способен осознать: то, что он видит, уникально, а еще понять, что у него есть творческий потенциал. Оставьте в прошлом мифы и добровольные самоограничения, которые не дают многим из нас возможности использовать свои природные таланты. Искры креативности вспыхивают и роятся вокруг нас, как светлячки, и их можно ловить голыми руками, если, однако, мы сами не будем отмахиваться от них или давить. Креативность хрупка, и научиться быть креативным означает научиться дорожить своим уникальным видением и быть достаточно уверенным в себе, чтобы действовать в соответствии с ним.

Миф № 6 Креативные люди — чудаки

Вы обращали внимание на то, что у каждого человека, когда мы узнаем его поближе, обнаруживаются какие-то причуды? Однако у большинства людей эти странности выражены не настолько сильно, чтобы мешать им вести нормальную жизнь. Как правило, люди счастливы, когда творят. Так, уже доказано, что невротики, например, реже

испытывают состояние потока* — ощущение счастья, вечности и цельности, которое считается важным стимулом креативности⁸. Если вы создали нечто новое, прежде не существовавшее, тогда вы по определению действовали не как все. Творя, мы все выходим за рамки «нормы», и в этом нет ничего плохого — до тех пор, пока человек в состоянии управлять собой и удерживать свою жизнь в пределах социальных норм. Но во всех случаях «норма» — понятие относительное. Единственные люди среди наших знакомых, о которых нельзя сказать даже то, что они *слегка* эксцентричны, — это те, которых мы недостаточно хорошо знаем.

Миф № 7

Креативные люди импульсивны, неорганизованны и ничего не делают вовремя

Это ложное убеждение, а возникло оно из-за различий между отдельными психологическими типами. Креативные люди не менее других способны к планированию, не хуже умеют соблюдать сроки и отнюдь не меньше любят порядок. Одним из наших величайших достижений является космическая программа НАСА, во время реализации которой приходилось решать не имеющие аналогов проблемы космического же масштаба. Успех программы был достигнут благодаря тщательному планированию, жесткому выполнению графиков и блестящей организации, осуществленных руководителями программы — людьми, в чьей креативности сомневаться не приходится.

* Поток, потоковое состояние — психическое состояние, впервые описанное профессором психологии Михайлом Чиксентмихайи. Оно характеризуется исключительно высокой концентрацией внимания на объекте деятельности, полным «растворением» в ней и потерей чувства времени и самосознания, причем сама деятельность воспринимается субъектом как награда, а потому выполняется без усилий. Свое название термин получил благодаря метафоре, использованной некоторыми респондентами, описывавшими свои переживания как состояние человека, которого несет поток (не путать с выражением «плыть по течению»). *Прим. пер.*

Миф № 8

Креативностью нельзя управлять

В корпорациях Google и 3М креативностью управляют методом активного неуправления ею. Эти компании разрешают своим служащим посвящать часть оплачиваемого рабочего времени тому, что интересно лично им. А в компании Facebook устраивают ночные «хакатоны»*, во время которых сотрудники испытывают собственные новые идеи⁹. Руководство в этих фирмах поощряет корпоративную культуру, при которой люди всех типов креативности получают необходимое им вдохновение и поддержку, что, в свою очередь, приводит и сами корпорации к успеху. Вы также сможете управлять своей креативностью, и мы покажем вам, как это делать.

Миф № 9

Мне слишком много лет, чтобы становиться креативным

Мы превозносим детей-вундеркиндов за их талант, восхваляем молодых художников и писателей за иной, новый взгляд на знакомые, казалось бы, вещи. А что если подойти к тем же самым «знакомым» вещам с точки зрения людей взрослых, «снаряженных» многолетним жизненным опытом и глубоким пониманием мира и человеческой природы? Разве мы не расширим наш арсенал инструментов для демонстрации креативности?

Многие сделали величайший вклад в культуру уже в зрелом возрасте. Писатель Джеймс Миченер написал первый роман, «Сказания юга Тихого океана», когда ему было уже за сорок. Джулия Чайлд выпустила первую поваренную книгу в возрасте пятидесяти лет. Полковник

* Хакатоны (реже «хакафоны») — от англ. *hack* (хакер) и *marathon* (марафон) — мероприятия, во время которых специалисты из области разработки программного обеспечения трудятся вместе над решением какой-нибудь задачи; своеобразные марафоны программирования, которые могут длиться от одного дня до недели.
Прим. пер.

Сандерс начал продавать права на ведение бизнеса под маркой KFC, разменяв седьмой десяток. Бабушка Мозес начала рисовать в семьдесят с лишним. Многие люди находят свое подлинное увлечение, только выйдя на пенсию. Креативно объясняя свой «поздний старт», Альберт Эйнштейн очень точно описал особый тип проницательности, которой именно зрелость придает креативности:

«Нормальный взрослый никогда не станет забивать себе голову проблемами пространства и времени. По его мнению, он уже обдумал все, что стоило обдумать, в раннем детстве. Я же, наоборот, развивался так медленно, что стал задумываться о времени и пространстве только тогда, когда вырос. Благодаря этому мне удалось закопаться в проблему глубже, чем получилось бы у обычного ребенка»¹⁰.

Когда мы взрослеем, мы «копаем глубже» — гораздо более глубоко, чем могли предположить в молодости. И наука этот вывод подтверждает: исследования показывают, что наш мозг нейропластичен, то есть наш мозг может изменяться сообразно текущим потребностям. Никогда не бывает слишком поздно для креативности!

Миф № 10 Креативностью правят деньги

Немногие из тех, кто допоздна засиживается за рукописью или до утра занимается в танцевальных студиях, делают это за деньги. Немногие ученые просиживают ночи напролет в своих лабораториях, будучи одержимыми мечтой о покупке нового навороченного автомобиля. Креативность стимулируют не деньги — ею движет страстная увлеченность. Этот принцип действует и в отношении бизнеса. Опрос, проведенный компанией Booz & Company, доказал, что компании, тратящие больше всего денег на научные разработки, в большинстве своем не считаются передовыми. Три самые инновационные компании — Apple, Google и 3M — даже не вошли в двадцатку компаний с крупнейшими бюджетами, выделяемыми на исследования и развитие¹¹.

Миф № 11

Креативные люди — голодающая богема

Искусство ради искусства — случай особый, его действительно непросто продвигать, а вот наша креативная экономика — экономика знаний — отнюдь не сидит голодной. Она приносит плоды, производит продукты, захватывает рынки, удовлетворяет потребности и создает блага для покупателей, принадлежащих к самому что ни на есть мейнстриму. И если среди людей пера и фотокамеры конкуренция велика, то все потому, что их услуги пользуются спросом. Да, креативность действительно чаще связана с большой страстью, а не с большими деньгами, но есть креативные люди, которые работают инженерами, учеными, дизайнерами, маркетологами и вполне способны оплачивать свои счета.

Миф № 12

Креативность — врожденное качество одаренных людей, каковых единицы

Это утверждение отчасти верно: креативность действительно является качеством врожденным. Однако с ним рождается каждый. Как мы уже говорили во введении, у некоторых из нас есть особые природные таланты, но для обретения мастерства всегда требуется практика. Посмотрите на ранние работы Винсента Ван Гога, и вы увидите, что его шедевральная манера рисования родилась не вместе с ним. Страстная увлеченность гораздо важнее врожденной способности. Многие певцы, музыканты и актеры производят впечатление людей более увлеченных, нежели одаренных, но от этого их успех не меркнет. Творчество — процесс естественный, он происходит в *каждом* из нас.

Миф № 13

Креативность — она только для людей искусства

Креативность, повторим, выходит далеко за рамки искусства. Мы все проявляем креативность, когда шутим, руководим, решаем математические

задачи, организуем людей и т. д. Ее можно разбудить в себе в любой момент, а технике ее применения нужно учиться. Причем начать можно в любой момент.

Миф № 14

Креативность доступна только гениям

Не надо быть членом Менсы*, чтобы оказаться действительно креативным человеком. Многие великие открытия и достижения были сделаны людьми «среднего интеллекта» — хотя это понятие относительное. Гораздо важнее быть человеком многосторонним, обладать знаниями в нескольких областях, которые можно сочетать и использовать для развития собственной креативности, причем именно таким способом, какой подходит лично вам.

Миф № 15

Креативность означает заново изобретать велосипед

Чтобы быть эффективной, креативности не надо совершать революции. Иногда ее задача — просто продвинуть вас на пару делений вперед. Например, мы постоянно проявляем креативность, адаптируясь к изменчивой среде, внося небольшие поправки и оптимизируя свой распорядок дня. А если собрать воедино множество мелких изменений, то можно добиться больших перемен — креативность кумулятивна.

Миф № 16

Проявлять креативность рискованно

Конечно, предпринимать новые шаги всегда рискованно. Однако в условиях быстро меняющейся среды не менее рискованно и ничего

* Менса — крупнейшая и старейшая международная некоммерческая организация для людей с высоким коэффициентом интеллекта (с IQ выше, чем у 98 процентов сдававших аналогичный тест). Основана в Великобритании в 1946 году. *Прим. пер.*

не менять. Как говорилось в рекламных роликах одной лотереи: «Кто не играет, тот не выигрывает». К тому же все мы действуем в рамках своих сил и опыта и то, что рискованно для одного, совершенно не рискованно для другого. Например, рутинная для врача процедура может быть весьма рискованной, если мы решим осуществить ее самостоятельно. Зная свои сильные стороны, мы можем действовать, экспериментировать и приобретать новый опыт с наиболее выгодной для нас позиции, а не с той, которая делает нас уязвимее.

Креативность нелинейна, ошибки будут происходить, и их следует ждать — и это верно для всех нас. Но если взвешивать возможные последствия и сопоставлять их с возможной выгодой, тогда риском можно управлять. Начинайте проверку плавучести с бассейна и лишь затем отправляйтесь в плавание в открытый океан.

Миф № 17

Лучше не срывать завесу тайны с моего творческого процесса

Мы часто слышим от креативных людей, что они не хотят вникать в тайны творческого процесса или боятся потерять свою креативность, если люди будут о ней слишком многое знать. Однако такое суеверие опасно. Сравним ситуацию с вождением автомобиля: чтобы управлять им, не обязательно детально разбираться в устройстве двигателя. Однако нам *необходимо* знать, как пользоваться сигналом поворота или как поворачивать руль. Элементарное знание того, каким горючим следует заправлять свою машину, также поможет нам продолжать движение. А понимание основ творческого процесса позволит вам продвинуться дальше.

Миф № 18

Чтобы проявить креативность, нужно выйти из своей зоны комфорта

На самом деле, чтобы найти свою зону комфорта, нужно быть самим собой. Будучи самим собой, вы находитесь в сильной позиции и можете

принимать взвешенные решения. Найдите выступ, способный вынести ваш вес, и можно смело взбираться на эту высоту и даже танцевать на ней.

Миф № 19

Креативность — нечто глубоко личное и эмоциональное

Проявлению креативности не обязательно должно сопутствовать чувство боли или радости. Вы можете страстно излагать свои мысли, идеи и при этом сохранять объективность. Можно оставаться объективным даже в процессе рисования. Работы Джексона Поллока* не назовешь «глубоко личными» рисунками — он даже не давал им названия, а лишь присваивал номера. Более того, закон Мура**, верно предсказавший удвоение мощности компьютеров каждые восемнадцать месяцев, обобщает историю технического прогресса, которым движет вовсе не чувство любви или утраты.

Миф № 20

Типология личности загоняет меня в рамки

Этот последний миф порожден ошибочным пониманием теории психологических типов. Идея о типологизации людей не всем приходится по душе. Некоторые люди воспринимают ее как средство стереотипирования и, возможно, даже дискриминации окружающих. Однако практическое применение разного рода типологий бывает весьма полезным, и мы постоянно ею пользуемся, описывая себя, скажем, как брюнета, живущего в пригороде и принадлежащего к среднему классу. На самом деле чем больше вы будете знать о своем типе, тем свободнее

* Джексон Поллок (1912–1956) — американский художник, идеолог и лидер абстрактного экспрессионизма. *Прим. пер.*

** Гордон Мур — основатель и почетный председатель корпорации Intel, одного из крупнейших в мире производителей компьютерных компонентов, в том числе микропроцессоров. *Прим. пер.*

Глава 1. Так какая же она — креативность?

будете себя чувствовать. Не думайте, что вас загоняют в рамки, — считайте, что вам вручают подарок, перевязанный ленточкой. Развернув его, вы найдете набор специализированных инструментов, подобранных под ваш личный стиль креативности. Они лягут вам в руки как влитые.



Теперь, когда все эти мифы развенчаны, мы можем двигаться дальше и сфокусироваться на основных аспектах вашей личности — на ваших предпочтениях и темпераменте. Разобравшись в них, вы сможете определить свой тип креативности.



Вам когда-нибудь доводилось путешествовать с другим человеком по незнакомой стране? Наверняка вы ожидали, что во время поездки столкнетесь с некоторыми культурными различиями. Но, возможно, самое большое удивление вызвали не местные жители и их обычаи, а то, что ваш спутник воспринимал все вокруг совершенно не так, как вы сами! Как могло случиться, чтобы вы и ваш друг оказались настолько разными людьми?

Когда вы знакомитесь с человеком поближе (как и бывает в совместных путешествиях), вы получаете более ясное представление о его личности. Но вы также узнаете больше и о себе самом, о своем «видении» мира — через своего друга. Чем лучше вы будете понимать уникальные особенности собственной креативности, тем лучше будете знать себя и тем лучше сможете управлять собой и проявлять свою креативность.

Итак, каков ваш тип личности и стиль креативности? Самый надежный способ ответить на этот вопрос — пройти тест MBTI.

Индикатор типов Майерс-Бриггс не занимается измерением способностей, интеллигентности, умений, вероятности успеха, зрелости или психического здоровья. Этот инструмент фиксирует ваши индивидуальные предпочтения в том, что касается восприятия мира и принятия решений на основе собранной информации. Подобного типа предпочтения очень важны, так как все, что мы создаем — не важно где: в мастерской, в лаборатории или на кухне, — проистекает из нашей индивидуальности. И понимание того, как именно вы предпочитаете собирать и обрабатывать новую информацию, усиливает вашу способность творить. Это все равно что повернуть все паруса под оптимальным углом, чтобы поймать попутный ветер: зная свой курс и действуя в естественной для себя манере, вы можете выйти на совершенно новый уровень.

Выделите несколько минут и запишите на листе бумаги несколько видов деятельности, которые вам больше всего по душе. В этом списке есть занятия, в которых вы когда-либо отличились? Ваши друзья говорили когда-нибудь, что вы прекрасный рассказчик, или что вы организуете отличные званые обеды, или что вы разбираетесь в автомобилях лучше, чем кто-либо еще? Ваши действия демонстрируют, какой вы — тип вашей личности проявляется каждый раз, когда вы делаете в жизни какой-либо (вполне естественный для вас) выбор.

Наличие предпочтений не говорит о наличии умений — наши умения развиваются вместе с опытом. Иными словами, мы обретаем мастерство в том, чем нам нравится заниматься и чему мы отдаемся со всей страстью. Если вы будете проводить больше времени на горных склонах, нежели на корте, тогда со временем ваши результаты в области лыжного спорта, вероятно, окажутся выше тех, которых вы добились в теннисе. Чем вы предпочитаете заниматься в свободное время — ходить в музеи или на стадион? Тут не бывает правильных и неправильных ответов. Летом в Нью-Йорке после полудня вы можете сходить или в «Мет» (Метрополитен-музей), или

на стадион посмотреть, как команда «Метс» играет в бейсбол. Если вам «Мет» милее сердцу, нежели «Метс», тогда вы, возможно, знаете об Энди Уорхоле больше, чем о чемпионе США по бейсболу 1969 года. И опять-таки это не плохо и не хорошо. Важно понять другое: то, чему мы отдаем предпочтение, зависит от особенностей нашей личности. Делая выбор в пользу любимого занятия, мы бываем и самими креативными, и самыми счастливыми.

Подумайте о типах личности как о парах обуви в своем шкафу. Если у вас, как у большинства людей, больше одной пары, то вы надеваете в разных ситуациях разную обувь, скажем, модельные туфли — в театр, а ботильоны — в дождь или снег. У вас может быть даже больше одной пары обуви, предназначенной для одной и той же цели. Но, скорее всего, одна из этих пар вам наиболее удобна. Вам нравится надевать именно ее. Тогда стоит ли удивляться, что именно эта пара обуви находится в употреблении большую часть времени и она больше всего разношена? Так же как любимую пару обуви, можно «вычислить» и тип личности — по тому, какой ответ на следующие четыре вопроса вам наиболее свойствен:

1. Откуда вы черпаете энергию и на что ее направляете?
2. Как вы собираете информацию об окружающем мире?
3. Как вы принимаете решения?
4. Каков ваш образ жизни?

В следующем параграфе этой главы мы поможем вам определить свой тип и продемонстрируем, как эти четыре основных предпочтения предопределяют то, что и как мы творим. И хотя вам может показаться, что мы пытаемся убедить вас покинуть свою зону комфорта, на самом деле мы постараемся показать вам, как ее *найти*. Ведь человек наиболее креативен, когда действует свободно, в полном согласии с предпочтениями своего типа — тогда он естественно и радостно применяет наиболее развитые умения.

Поскольку тест Майерс-Бриггс очень популярен, вы, вероятно, уже знаете свой тип. А если нет, то вы можете определить его, ответив на четыре простых вопроса, изложенных в следующем параграфе. Для каждого вопроса есть два основных варианта ответа, и, как и с выбором между «Мет» и «Метс», ни один из них нельзя считать ошибочным. Ваш тип личности определяется тем, как вы смотрите на мир и какие решения принимаете, исходя из своих ощущений. В жизни мы постоянно ведем наблюдение за чем-то и принимаем некие решения — так мы функционируем. «Механизм» функционирования нашей креативности точно такой же. Именно эту удивительную связь мы и будем исследовать.

Четыре вопроса Индикатора типа личности

Ответив на четыре простых вопроса, вы получите о себе гораздо больше информации, чем могли бы почерпнуть из любого другого источника. Этот «ускоренный» метод определения психотипа позволит вам заглянуть в «закулисы» своей личности и узнать, как вы предпочитаете: 1) восполнять энергию, 2) собирать информацию, 3) принимать решения и 4) взаимодействовать с миром. Ваши ответы понадобятся вам в следующих главах, чтобы узнать, как максимизировать свою креативность для достижения нового уровня успешности в работе и в жизни.

Ради удобства использования ваши ответы, или предпочтения, будут сокращены до одной буквы. Поскольку ежегодно миллионы людей проходят тестирование по системе Майерс-Бриггс, вам, возможно, уже знакомы эти условные обозначения. Усвоить их несложно, к тому же владение ими позволит вам подключиться к огромному сообществу людей и широкой базе знаний. «Когда вы отточите технологию приготовления блюда, вам вряд ли понадобится заглядывать в рецепт»¹², — говорила Джулия Чайлд. Так и здесь: как только вы усвоите значение этих аббревиатур, оно станет для вас очевидным.

Глава 2. Какой у меня тип креативности?

Чтобы помочь вам с ответом на вопросы, мы дополнили их перечнями слов, из которых вы можете выбирать более близкие вам. Перечни взяты из книги Отто «Типы людей и бизнес»¹³. На протяжении уже нескольких десятилетий они успешно помогают людям определить свой тип. Вы заметите, что словесные пары в списках не являются полными антонимами — они подбирались таким образом, чтобы обеспечить выбор и не вызывать предвзятости. Вы также увидите, что у каждого психологического типа есть свои уникальные достоинства, а потому, отвечая на вопросы, будьте честны по отношению к себе. Не отвечайте на них так, как, по вашему мнению, ответит ваш начальник, клиент или супруг. И еще: не отвечайте так, как, по вашему мнению, *следует* отвечать. Говорите как есть. Просто выберите то, что вам ближе.

Итак, поехали!



Источник энергии

Когда у вашего автомобиля кончается горючее, вы заезжаете на заправку. А что вы делаете, когда вы сами чувствуете себя истощенными? Откуда черпаете силы? Иногда мы ощущаем усталость даже после того, как вкусно поели и хорошо выспались. Если мы будем знать, как эффективно заряжаться, то сможем избежать личного энергетического кризиса. Мы наиболее креативны, когда полны энергией. И если колесо вашей креативности будет активно крутиться, то вы надолго сохраните инерцию. Ответ на первый вопрос станет ключом к пониманию того, как вы взаимодействуете с миром и как вы предпочитаете творить.

Вопрос № 1

Вы экстраверт или интроверт?

Вы становитесь наиболее энергичными тогда, когда находитесь среди людей (Е) или когда проводите время наедине с собой (И)? Если вам

Часть I. Познакомьтесь со своим креативным «я»

нужна помощь, вы можете посмотреть перечни слов в двух столбцах следующей таблицы и определить, в каком из них вы скорее распознаете себя:

Характеристики экстравертов и интровертов

Экстраверты (Е)	Интроверты (I)
Общительность	Сдержанность
Взаимодействие	Концентрация
Внешнее	Внутреннее
Широта	Глубина
Экстенсивность	Интенсивность
Широкий круг связей	Ограниченный круг связей
Расход энергии	Сохранение энергии
Внешние события	Внутренние реакции
Контактность	Вдумчивость
Слова опережают мысль	Мысль предшествует словам

Таким образом, в четырехбуквенной аббревиатуре, обозначающей ваш тип креативности, первая буква будет Е или I.



Сбор информации

Чтобы понимать себя, нам необходимо осознавать, каким образом мы собираем сведения из окружающей среды. Сбор информации можно сравнить с поставкой сырья для выстраивания наших отношений с людьми и вообще для всего, что мы создаем. Существует два отличных друг от друга способа сбора информации, и каждый из нас использует оба. Здесь, однако, мы спрашиваем, какой из них вы применяете чаще всего.

Глава 2. Какой у меня тип креативности?

Вопрос № 2

Вы предпочитаете воспринимать все органами чувств или постигать интуитивно?

Когда вы собираете информацию, вы в большей степени интересуетесь практическими деталями (S) или скорее стараетесь ухватить общую картину и рассмотреть различные предположения (N)? Используйте приведенные ниже перечни слов, чтобы понять, какой из подходов вам ближе?

Характеристики сенсорики и интуиции

Сенсорика (S)	Интуиция (N)
Напрямую	Наугад
Настоящее	Будущее
Реалистичность	Концептуальность
Осязаемость	Вдохновение
Действительность	Умозрительность
Приземленность	Витание в облаках
Факт	Воображение
Практичность	Изобретательность
Конкретика	Обобщение

Буква, которую вы выберете — будь то S или N, — займет вторую позицию в четырехбуквенной аббревиатуре вашего типа.



Принятие решений

У вас возникали ситуации, когда вы просто диву давались, как два человека, обладая одной и той же информацией, могут прийти

к диаметрально противоположным выводам? Надо полагать, причина столь разных заключений коренится отчасти в особенностях их психологического типа. После того как вы собрали информацию — будь то метод, предпочитаемый сенсориками, или тот, которому отдают предпочтение интуиты, — следующим вашим шагом станет принятие неких решений. И сделаете вы его в рамках одной из двух очень разных внутренних «систем координат».

Каждый из нас пользуется и той и другой, но, как правило, склонен отдавать предпочтение одной из них. Творчество предполагает принятие бесчисленных решений, касающихся структуры произведения, материала, основного послания, темы и множества других элементов. Каждый мазок кистью, сюжетный ход, нота, слово, танцевальное па появляется на свет в результате принятия вами некоего решения. Более того, каждый раз, когда вы выбираете, что надеть, процесс принятия решения вносит свой вклад в развитие вашего личного стиля креативности. Ответ на следующий вопрос поможет вам понять, чем вы предпочитаете руководствоваться при принятии решений, и осознать, как вы делаете творческий выбор.

Вопрос № 3

*Чем вы предпочитаете руководствоваться:
логикой или этикой*?*

Когда вы принимаете решение, что для вас важнее: то, насколько ваше решение логично и справедливо (Т), или то, как оно скажется на людях и на гармонии отношений с ними (F)? С каким из следующих двух столбцов слов вы чаще всего идентифицируете себя?

* Здесь и далее для обозначения последних двух пар предпочтений по системе Майерс-Бриггс — «мыслящие—чувствующие» (thinking—feeling) и «решающие—воспринимающие» (judging—perceiving) — будут использованы термины, принятые в российской (советской) школе соционики (при всей разности этих двух подходов к типологии личности) и «прижившиеся» в некоторых более ранних переводах книг Отто Крегера, а именно: «логики—этики» и «рационалы—иррационалы». *Прим. пер.*

Глава 2. Какой у меня тип креативности?

Характеристики логиков и этиков

Логики (Т)	Этики (F)
Объективность	Субъективность
Здравомыслие	Милосердие
Правила	Обстоятельства
Твердость	Увещание
Справедливость	Человечность
Ясность	Гармония
Аналитичность	Восприимчивость
Линия поведения	Общественная значимость
Беспристрастность	Отзывчивость

Теперь вы можете поставить третью букву — Т или F — в вашу четырехбуквенную комбинацию. Она будет обозначать предпочитаемый вами стиль принятия решений.



Образ жизни

Какое впечатление о себе вы оставляете у других? Человека организованного и пунктуального, умеющего хорошо структурировать среду, в которой он функционирует (J)? Или же вокруг вас всегда царит атмосфера спонтанности и беспорядка, а сами вы кажетесь человеком, делающим все тогда, когда ему вздумается (P)? Здесь опять-таки нет правильных и неправильных ответов, и вы сами убедитесь в том, что у каждого типа есть свой собственный путь к реализации своей креативности.

Вопрос № 4

Вы рационал или иррационал?

Как вы предпочитаете поступать: принимать некие окончательные решения и добиваться их реализации (J) или продолжать собирать информацию и оставлять вопрос открытым (P)? Ни один из подходов нельзя считать лучше или хуже другого — люди обоих типов могут быть креативными. Если вам нужна помощь, посмотрите следующие перечни слов и решите, какой из них лучше вас описывает?

Характеристики рационалов и иррационалов

Рационалы (J)	Иррационалы (P)
Решительность	Незавершенность
Непоколебимость	Поживем — увидим
Постоянство	Гибкость
Контроль	Адаптация
Завершенность	Непредвзятость
Планомерность	Открытость к изменениям
Структура	Поток
Определенность	Эксперимент
График	Спонтанность
Крайний срок	Какой такой крайний срок?

Если вы, прочитав оба перечня, все еще не уверены, какому из них отдать предпочтение, то вы, скорее всего, иррационал, так как рационалы склонны принимать решение еще до того, как закончат читать вопрос. Теперь уже вы, наверное, в состоянии определить, какую букву — J или P — следует поставить в конце кода вашего психологического типа.



Глава 2. Какой у меня тип креативности?

Сложите все вместе

А теперь, пожалуйста, впишите ниже свои ответы:

1. Экстраверт или интроверт _____
2. Сенсорик или интуит _____
3. Логик или этик _____
4. Рационал или иррационал _____

Получив свою четырехбуквенную комбинацию предпочтений, вы можете узнать, какой у вас стиль креативности. Во второй части книги мы рассмотрим каждый из вариантов и присущие ему уникальные особенности.

Шестнадцать (четырёхбуквенных) креативных типа*

ISTJ Организатор (Organizer)	ISFJ Помощник (Facilitator)	INFJ Вдохновитель (Inspirer)	INTJ Провидец (Visionary)
ISTP Мастер (Crafter)	ISFP Придумщик (Dreamer)	INFP Созерцатель (Muser)	INTP Аналитик (Idea Mill)
ESTP Непоседа (Adventurer)	ESFP Аниматор (Entertainer)	ENFP Медиатор (Socializer)	ENTP Изобретатель (Brainstormer)
ESTJ Реалист (Realist)	ESFJ Учитель (Teacher)	ENFJ Увещатель (Persuader)	ENTJ Командир (Commander)

* Кодовые обозначения типов уже устоялись, а вот вариантов названий (псевдонимов) типов множество. Здесь мы используем собственную версию. В любом случае псевдонимы типов условны и диагностического значения не имеют. *Прим. пер.*

Если вы все еще колеблетесь

Если вы по-прежнему не уверены в том, какой тип ваш, значит, самое время объяснить одно часто возникающее недоразумение. Ваши ответы не отражают степень соответствия, а показывают лишь то, насколько вы уверены в вашем решении. Например, если вы можете опознать себя в *каждом* слове из перечня, описывающего экстравертов, то это не означает, что вы более ярко выраженный экстраверт, чем другие ваши «собратья» по типу. Данное обстоятельство следует воспринимать просто как подтверждение, что вы экстраверт. Более того: если вы можете «увидеть» себя в словах из обеих колонок — и экстравертов, и интровертов, — это не делает вас немного и тем и другим, а означает лишь то, что вы не уверены, какому типу следует отдать предпочтение.

Необходимо также учитывать и то, что общество толкает нас в сторону букв E, S, T и J. Если у вас «пограничный» вариант, тогда, возможно, ваше настоящее «я» находится под влиянием окружающих и, возможно, вы отдали бы предпочтение буквам I, N, F и P (а также T, если вы женщина). Поэтому почитайте характеристики различных типов, изложенные в следующих главах, и решите, какие из них лучше всего описывают ваше поведение. В целом же экстравертные рационалы (EJ) бывают наиболее уверены относительно своего типа, а экстравертные иррационалы (EP) — наименее. Но существует и другой хороший способ убедиться в принадлежности к тому или иному типу, а именно: прочитайте описания всех типов и исключить те, к которым вы точно не относитесь.

И еще одно важное замечание: понимание своего психологического типа может служить исключительно действенным инструментом реализации креативности, но оно не является панацеей от всех жизненных проблем и не может объяснить нашу личность во всей ее полноте и сложности. Определение психологического типа — лишь один из возможных методов выяснения стиля креативности. Вашу личность формируют еще множество других качеств, часть из которых врожденная, а другая приобретена с опытом. Поэтому важно воспринимать

Глава 2. Какой у меня тип креативности?

психологический тип просто как отправную точку, с которой стоит начинать изучение самого себя, а также всего того, что у вас получается особенно хорошо и что позволяет вам быть наиболее креативным. Осознав, что все мы разные и творим по-разному, вы уже сделаете огромный шаг в сторону большей креативности, продуктивности и активности именно в вашем стиле.

Помимо прочего, тип никогда не следует использовать в качестве оправдания своей непродуктивности или плохого поведения. Никогда не позволяйте себе высказываний в духе: «Я логик, а потому мне позволено пренебрегать мнением окружающих». Или: «Я этик и поэтому не обязан поступать логично». Нельзя говорить: «Я иррационал, а потому мне можно всюду опаздывать». Или же: «Я сенсорик, так что мне не нужно думать о будущем». Используйте знания о своем типе не для того, чтобы загонять себя или других людей в некие рамки, а для того, чтобы лучше понимать свои сильные и слабые стороны, а также естественные отличия в креативности, которые делают вас — и каждого из нас — уникальным.



Как двигаться дальше

Теперь, когда вы вооружены своим четырехбуквенным кодом — или считаете, что хотя бы получили неплохое представление о своем типе, — вы готовы подняться на более высокую ступень понимания себя и своей креативности. Но перед этим вам стоит узнать, что к следующим нескольким главам можно подойти по-разному.

В главе 3 представлено подробное «творческое досье» восьми типов людей (по основным типам предпочтений), о которых мы только что говорили, — экстравертов (E), интровертов (I), сенсорики (S), интуиты (N), логики (T), этики (F), рационалы (J) и иррационалы (P). И, что самое важное, в этой главе мы покажем вам, к чему нас ведут

Часть I. Познакомьтесь со своим креативным «я»

врожденные предпочтения, а именно: 1) какого типа инновации получаются у нас лучше всего; 2) какие у нас возникают «слепые зоны»^{*} и как их сузить и 3) как нам эффективнее использовать свои сильные стороны для повышения креативности. Не забывайте: книга создавалась с учетом того, что читатель будет обращаться к ней многократно. Поэтому, если у вас нет настроения штудировать каждый отдельный тип и тем более делать это в один присест, вы можете просто пролистывать по нескольку страниц, медленно продвигаясь вперед и постепенно впитывая всю информацию. А еще вы можете посмотреть сначала только свои четыре предпочтения и уже позже вернуться к параграфам, которые в первый раз пропустили, — может быть, когда захотите узнать о типе креативности близкого вам человека или коллеги.

От главы 3 мы перейдем к главе 4 — от однобуквенных *предпочтений* к двухбуквенным *темпераментам* (различным парам предпочтений, которые оказывают свое особое, мощное влияние на нашу личность, творчество и жизнь). Здесь вы узнаете, какой из четырех творческих темпераментов подходит вам больше всего (а еще позже, во второй части, подробно ознакомитесь с особенностями шестнадцати типов креативности). Изучая эти двух- и четырехбуквенные типы, имейте в виду, что правила остаются в силе: вы вольны что-то пропустить, а к чему-то возвращаться снова и снова — каждый раз, когда вам захочется узнать больше о себе или о людях вокруг вас.

^{*} Слепой, или мертвой, зоной называют пространство, которое не просматривается с места водителя (пилота, оператора машины), а потому является источником повышенной опасности. *Прим. пер.*



Почитать описание и заказать
в МИФе

Смотреть книгу

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

Взрослые книги:



Проза:



Детские книги:

