



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



STUDIJNÍ MATERIÁLY

projekt NEW START UPS



Kreativita v podnikatelské praxi

Bc. Pavlína Langerová
autorka

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evroské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.

Programme: Erasmus+
Key Action: Cooperation for innovation and the exchange of good practices
Action: Strategic Partnership

Strategic Partnership for vocational education and training
Project title: NEW START UPS
Project reference number: 2019-1-CZ01-KA202-061157

Obsah

1. Kreativita.....	3
2. Analogram.....	3
3. Rozvoj kreativních schopností	3
4. Nepřátelé kreativního myšlení - stereotypy	4
5. Jak kreativně využít obě mozkové hemisféry – myšlenková mapa	7

1. KREATIVITA

Kreativita = schopnost produktivního myšlení, rozbíjení strnulých pohledů na svět, myšlení ve vyjetých kolejích a myšlenkových blokáde. Nové možnosti řešení jsou podmíněny schopností neotřelého pohledu na nové kombinace informací.

2. ANALOGRAM

Jak začít bourat bariéry kreativity.

Všichni lidé bez výjimky mají potenciál kreativního myšlení. Tvořivost je nám v dětství vlastní, s dospělostí však na ni zapomínáme. Možná si myslíte, že vaše kreativní myšlení nestojí ani za zlámanou grešlí, ale chtěli byste ho zlepšit. Jednoduchá a praktická technika pro začátečníky se jmenuje analogram a vystačí si s tužkou a papírem.

Co je to analogram?

Asociace na slovo. Ke každému písmenu libovolného slova, *např. ZDRAVÍ*, je připisována asociace, která se vám vybaví a nějak s daným slovem souvisí: *Z - záda, D - dostatek, R - relaxace, A - aktivita, V - vitamíny, Í - infarkt.*

Analogramy mohou být psané nebo kreslené a jsou prvním krokem k myšlenkovým mapám. Pomáhají uvědomit si vlastní podvědomé pochody a vytvářet nová spojení. K jednomu slovu se můžete vracet i vícekrát, s odstupem času vás budou napadat odlišná spojení. Slovní analogram je momentka toho, co se vám honí hlavou.

Co získáte trénováním analogramů?

- odbouráte bariéru nízké důvěry ve vaše kreativní schopnosti
- začínáte jednoduchou technikou, se kterou jistě uspějete a postupně si budete více věřit
- budete rozvíjet tvořivé myšlení, procvičovat své mozkové buňky
- snadněji si zapamatujete jména a pojmy
- ujistíte se, že jste pochopili (vy nebo někdo jiný) informace
- můžete ho použít jako rozcvičku před kreativními technikami na hledání nápadů

Doporučení pro vytváření analogramů:

1. Pokud se jedno písmeno vyskytne ve slově vícekrát, můžete pro něj použít stejné slovo. Především pro začátečníky je to jednodušší varianta.
2. Je jedno, kde začnete: od začátku, z konce nebo ze středu slova. Přeskakování z písmene na písmeno je možné a spíše žádoucí, dopisujte slova tak, jak vám plynou asociace. Nenuťte se dodržovat posloupnost.
3. Netrapte se tím, že vás k některému písmenu nic nenapadne. Pro inspiraci můžete použít třeba slovník nebo ho prostě vynechejte.
4. Pokud chcete vyjádřit asociaci a nemáte k ní slovo, použijte krátké slovní spojení začínající písmenem, které máte k dispozici.

Zdroj: Vera F. Birkenbihl, *Nebojte se myslet hlavou*

3. ROZVOJ KREATIVNÍCH SCHOPNOSTÍ

Klíčové komponenty kreativity:

- ▣ **Flexibilita** – Pružnost v myšlenkách, schopnost „přepínat“
- ▣ **Plynulost** – Schopnost rychlého a prostého nalézání řešení
- ▣ **Originalita** – Původnost a novost výsledku i celého procesu
- ▣ **Analýza** – Schopnost analyzovat problém, proces i výsledek, včetně zpětné vazby
- ▣ **Produktivita** – Množství řešení, množství nápadů, nulová fixace na první nápad
- ▣ **Konstruování** – Schopnost spojování starých jevů s novou situací
- ▣ **Přetváření** – Schopnost nahrazovat staré vazby novými
- ▣ **Uspořádávání** – Schopnost organizovaného a strukturovaného vytváření řádu
- ▣ **Síla vyjádření** – Schopnost formulovat zadání, proces i výsledek
- ▣ **Realizace** – Kvalita v přímém provádění celého procesu, schopnost plánovat a jednat
- ▣ **Kombinace** – Schopnost nalézání řešení ve vztazích mezi existujícími prvky
- ▣ **Transformace** – Schopnost náhrady starých dat novými, schopnost výpovědi
- ▣ **Rozhodování** – Schopnost stanovení kritérií hodnocení a podle nich určit postup
- ▣ **Přiřazování** – Schopnost sladit výsledek a se stávající situací
- ▣ **Organizování** – Schopnost řešit problém ve vztahu k cíli, plánu a účelu

Rysy kreativní osobnosti

- ▣ tolerance
- ▣ stimulační + funkční svoboda
- ▣ flexibilita
- ▣ ochota riskovat
- ▣ preference zmatku
- ▣ uspokojení z činnosti
- ▣ oproštění od stereotypu
- ▣ vytrvalost
- ▣ odvaha

Mýty o tvořivosti

- ▣ kreativní lidé jsou geniální
- ▣ kreativita je vrozená
- ▣ kreativitu je možné zvýšit alkoholem
- ▣ kreativita je krůček k šílenství
- ▣ kreativitu lze vyvolat speciálními technikami

4. NEPŘÁTELE KREATIVNÍHO MYŠLENÍ - STEREOTYPY

Stereotyp je zevšeobecňující mínění o skupinách nebo objektech. Jde o šablonovitý způsob vnímání, posuzování a hodnocení toho, k čemu se vztahuje. Není výsledkem přímé zkušenosti, je přebírán a udržuje se tradicí.

Stereotyp je navyklý způsob jednání.

Významnou roli při soužití a interakci lidí v multikulturní realitě hrají předsudky a stereotypy. Naučit se zacházet s vlastními stereotypy, poznat jejich kořeny, povahu, fungování a zároveň si uvědomit, v čem nám stereotypy pomáhají a v čem naše vnímání světa omezují, patří k prioritám vzdělávání.

Stereotypů se člověk špatně zbavuje, zvláště pokud jsou dlouhodobě ukotvené.

Možná všechny tyto myšlenky vypadají pravdivě, ale ve skutečnosti jsou to jen VÝMLUVY.

Stereotypy bohužel tvoří značnou část našeho názorového vnímání, a jsou odolné vůči času, mají dlouhodobou stabilitu, což souvisí s tím, že jsou téměř nezávislé neaktuální zkušenosti a přetrvávají dlouho ve vědomí lidí, než je nejlépe zážitkem či zkušeností prokázán opak.

Stereotypní představy o lidech mají často reálný základ.

"Stereotypy nebo předsudky prvotně vznikají většinou na základě pozorování často se opakujících jevů. Například Němci. Máme o nich vžitou představu, že jsou pořádní a spolehliví. Můžeme se mýlit?"



Jaké stereotypy znáte ve vnímání Čechů?

1. Všichni Češi mají zlaté ručičky
2. Co Čech, to muzikant, Češi jsou kreativní, Všichni Češi mají smysl pro humor, Češi jsou pracovitý národ,...
3. Uveďte vlastní příklad:.....

A jaké stereotypy máme ve vnímání svých spolupracovníků, kolegů, nadřízených či členů týmu?

**Percepční klíče
„stereotypy“, které zapojujeme při vnímání druhých lidí**

Haló efekt	Pozorovatel se dá ovlivnit celkovým dojmem nebo dominujícím rysem osobnosti.
Projekce	„Podle sebe soudím tebe.“
Citový vztah	Čím bližší citový vztah má pozorovatel k vnímané osobě, tím pozitivněji ji hodnotí a naopak.
Předsudky	Posuzování je ovlivněno dříve vytvořenou předpojatostí ke konkrétnímu člověku (rase, pohlaví, barvě vlasů). Nehodící informace jsou minimalizovány.
Generalizace	Pozorovatel na základě náhodného nebo nedostatečného počtu pozorování zobecňuje závěry nebo aplikuje na situace, které neplatí.
Efekt novosti	Nová informace má větší vliv na vytvoření dojmu.
Efekt pořadí	Dominuje první a poslední dojem (argument...)

I když známe své stereotypy ve vnímání lidí, přesto se těchto stereotypů většina z nás drží. "Když vedle sebe dáte herce Seana Conneryho a Dannyho DeVity, většina lidí řekne, že Sean Connery by se na křeslo šéfa hodil lépe. Proč? Na rozdíl od 152 centimetrů vysokého DeVity

je Connery vysoký, atletické postavy, charismatický a už svým impozantním vzhledem vyvolává respekt," popisuje autor knihy Stop výmluvám, Dr. Dyerer, jak fungují naše stereotypní úsudky.

Zrovna tento stereotyp je dokonce vědecky podložen. Výzkum opravdu prokázal, že lidé na vedoucích postech jsou v průměru o něco málo vyšší než ostatní.

Podobně fungují i jiné stereotypy.

Ženy jsou podle nich vhodné na administrativní pozice, ale nehodí se na IT. Zatímco muži vždy uspějí ve vedení firem, ženy se nikdy nebudou tolik věnovat kariéře, protože středem jejich zájmu vždy budou děti a rodina...

Pokud jde o práci, nejčastěji si vytváříme stereotypní představy v těchto oblastech:

věk, vzhled, barva pleti, vyznání, národnost a pohlaví. Na stereotypech by nebylo nic špatného, pokud by jejich důsledkem nebyla diskriminace. Navíc se podle vědeckých studií lidé, kteří jsou na pracovišti obětmi předsudků svých kolegů, ocitají ve stresu, když se se značným úsilím neustále snaží dokazovat, že jsou jiní než skupina lidí, k níž je ostatní zařadili.

Na druhou stranu je těžké se stereotypů zbavit, už jen proto, že na nás působí automaticky, aniž bychom si to uvědomovali. Stereotypní myšlení je podle psychologů důsledek naší lenosti dát si tu práci a více uvažovat nad tím, jak se osoba, se kterou pracujeme nebo jednáme, liší od těch, ke kterým jsme ji přiřadili.

"Pokud si své automatické představy - stereotypy a předsudky - uvědomíme, můžeme jejich vliv omezit a změnit je!"

Všechno dobré a všechny nemoci v našem životě jsou **výsledkem myšlenkových stereotypů**, které formují naše prožitky. Všichni máme mnoho pozitivních myšlenek, které dávají vznik dobrým a **pozitivním** prožitkům, z nichž máme radost.

Negativní myšlenkové návyky ovšem produkují nepříjemné a neúčinné prožitky, s nimiž máme starosti. Naší touhou je změnit všechny životní nepříjemnosti a choroby na dokonalé zdraví.

5. JAK KREATIVNĚ VYUŽÍT OBĚ MOZKOVÉ HEMISFÉRY – MYŠLENKOVÁ MAPA

Postup tvorby mapy

Myšlenkové mapy jsou výborným pomocníkem při řešení situací, problémů, při rozhodování, při plánování úkolů a činností.

Co budete potřebovat:

- bílý papír, bez linek či čtverečků, vhodný je formát A3, A4
- psací potřeby - barevné tužky, pastelky, fixy, zvýrazňovače
- klidné místo na práci

1. PŘIPRAVTE SI PROSTOR A POMŮCKY

Udělejte si místo na pracovním stole, připravte si k ruce psací potřeby. Zajistěte si na práci klid. Budete potřebovat barevné tužky různých velikostí, klasické fixy, značkovače. Čím barevnější mapa bude, tím více bude stimulovat mozek, lehčeji si vybavíte a zapamatujete souvislosti.

2. DEFINUJTE TÉMA

Než začnete tvořit myšlenkovou mapu, měli byste mít ujasněné:

- téma nebo problém, který má mapa pomoci vyřešit,
- úkol či činnost, kterou má mapa pomoci naplánovat.

3. PAPÍR

Čistý bílý papír si před sebe položte na šířku. Do mapy se tím vejde více informací a bude lépe odpovídat zornému poli očí.

Tip

Pokud myšlenkovou mapu tvoříte sami, měl by stačit formát A4. Je však lepší zvolit větší formát A3, kde budete mít více místa pro zaznamenávání a nemůže se pak stát, že nebudete mít kam poznačit všechny informace, myšlenky, souvislosti, které vás napadnou a které nakonec zapomenete, protože budete hledat další papír A4.

Pokud myšlenkovou mapu tvoří skupina lidí je vhodný flipchartový nebo balicí papír. Vyplatí se mít raději místa více, než aby chybělo.

4. CENTRÁLNÍ OBRÁZEK NEBO SLOVO

Psát nebo malovat začínejte vždy uprostřed papíru, tam napište slovo nebo namalujte obrázek vyjadřující hlavní téma. S centrálním slovem/obrázkem si pohrajte. Zvýrazněte ho, domalujte mu perspektivu. Využijte tvořivosti. Použijte nejméně 3 barvy. Důležité je, aby vždy jako první upoutal pozornost. Je to základní kámen myšlenkové mapy.

5. ZAMYSLETE SE NAD STRUKTUROU MAPY

Myšlenková mapa by měla:

- být přehledná a inspirující,
- mít strukturu a systém.

Většinou nemáme dopředu přesnou představu, kolik mapa zabere místa, kolik bude mít hlavních čar a kolik podlinek.

Pomůže odpovědět si na následující otázky:

- Co je cílem?
- Co chci zjistit?
- Co chci naplánovat? (centrální obrázek nebo slovo)
- Kdybych měl říct šest důležitých oblastí, které potřebuji vyřešit (zajistit) k dosažení cíle, které by to byly? (základní čáry)
- Odpovězte si na základní otázky: proč, co, kde, kdo, kdy, jak? (větvení - tenké linky)

Počet důležitých oblastí se rovná počtu hlavních tlustých čar. Základní otázky pomohou odhadnout větvení. Pokud ani teď nemáte představu jak uspořádat mapu, namalujte od centrálního slova/obrázku čtyři až šest tlustých čar a napište na ně první, co vám přijde na mysl. Správná struktura mnohokrát přijde sama od sebe díky asociacím při kreslení mapy. Výhodou map je volný pohyb z větve na větev, můžete se různě vracet a přidávat.

Vytvořte si a používejte vlastní systém barev, značek, symbolů (hvězdičky, křížky, šipky) nebo zkratk, který zachovávejte u všech vytvořených map. Červenou barvou můžete například zaznamenávat kritické body, modrou barvu mít pro priority, zelenou pro úkoly či vazby ve vztahu k lidem. Pomáhá střídání velikostí textu, symbolů i obrázků. Klíčová slova pište vždy velkými tiskacími písmeny nad hlavními čarami. Nezapomínejte na přiměřené mezery, aby se poznámky neslévaly v jedno chaotické klubko.

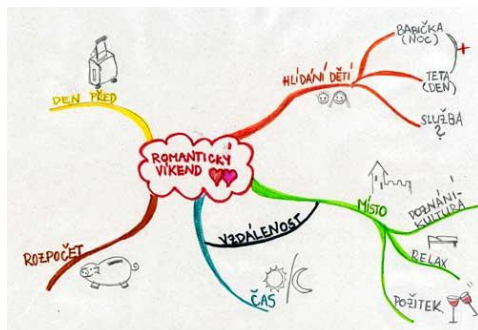
6. DOKONČENÍ MAPY

Na závěr se na mapu podívejte z ptáčích perspektivy, možná si uvědomíte další souvislosti, spojení, vztahy. Můžete je propojit šipkami.

Takto vytvořenou mapu je někdy nutné „přemalovat“, protože během jejich tvorby se vám vybaví další důležité nosné myšlenky, pro které již nemáte místo.

Tip

Do myšlenkové mapy zaznamenejte vše – informace, myšlenky, náměty, asociace, úkoly, termíny, spolupracující či odpovědné osoby. Zaznamenejte i bláznivé nápady. Kolikrát právě ony pomohly vyřešit složité případy, vytvořit nové postupy, objevit vynálezy.



Funkce stereotypu

Budování solidarity v pracovním týmu, ve firmě či velké společnosti se málokdy obejde bez obrazu toho, kdo ke skupině nepatří.

Zvláště v dobách sociálních a ekonomických krizí mají lidé sklony zjednodušovat a personifikovat příčiny svých nesází, jako objekt personifikace se pak nabízejí nejbližší stereotypní „jiní“. Nedůvěra a nepřátelství vůči např. novému pracovníkovi, novému úkolu, vyúsťují v předsudek, který filtruje náhledy a vynucuje pouze negativní interpretace jejich chování, a tak zpětně prohlubuje, zmnožuje nepřátelství a nedůvěru.

Práce se stereotypy

Ačkoliv jsou stereotypy iracionální, jejich nositelé mají sklony prezentovat je jako výsledky logických úvah či „zdravého selského rozumu“ (proto racionální argumenty narážejí na hradbu protiargumentů, silnější důkazy pak vyvolávají hněv, agresi nebo reakce typu: „To jsou takový chytrý řeči, ale každé přece vidí, že...“).

Kreativita a zkušenosti získané při školení

Předsudek získáváme v procesu sociálního učení, ať už toto učení probíhá spontánně nebo řízeně. Zkušenosti při interaktivním semináři s lektorem, získané společně s ostatními studenty, tak výrazně nastavují vnímání a činí tak lidi v pracovním prostředí připravenějšími, protože filtrují jejich „zobecnělé“, sdílené zkušenosti, tedy to, na jaký typ zpráv „z druhé a třetí ruky“ jsou naladěni.

Pokud chce potom student obstát v praxi, potřebuje umět přijímat nové informace a umět je zároveň porovnat s vlastními zkušenostmi a vybrat to nejlepší pro svůj typ práce.

Pomocí rozvíjení svého **kreativního potenciálu** je připraven obstát v dnešní hektické době a využít potenciál pro sebe sama i skupinu lidí, za které nese zodpovědnost. Proč? Protože kreativita je produktivní styl myšlení.

„Je-li mysl jednou rozšířena o novou myšlenku, nikdy už se nevrátí do původních rozměrů“

(Oliver Wendell Holme)