



## Čas je za kreativnost! Kako pa pri vas pridete do ideje?

**Naši možgani so bili narejeni za rutino, je ugotovil že dr. Edward de Bono. A to še ne pomeni, da ne moremo biti kreativni, če se za to odločimo!**

*Nastja Mulej*



svetovalec

### Avtomatiziranje razmišljanja

V najzgodnejših otroških revijah najdete igrice kot Poišči razlike, Najdi pot skozi labirint in Poveži črte. Vse igrice imajo samo en pravi odgovor. Enako velja za križanke in sudoku, ki tudi polnita revalne strani od najzgodnejših let naprej. Vse zahtevajo en sam – pravi odgovor!

V prvem razredu jih učijo šteti do 20, v drugem do 100, v tretjem pa poštevanke. In otroci vadijo in vadijo, dokler seštevanja, odštevanja, množenja in deljenja vsaj do 100 čisto ne ponotranjijo in avtomatizirajo.

Na enak način se učijo igranja na klavir. Začnejo s prvimi tipkami, potem vadijo Kuža pazi in Na planinah, nadaljujejo z Balado za Adelino in po letih in letih vaje pridejo do zahtevnejših klavirskih skladb.

Podobno trenirajo gimnastiko. Prvo leto je vaja na parterju sestavljena iz enega prevala in seda, vaja na gredi pa iz sprehoda po nizki gredi. Vsako leto je za kak element ali dva težja. Mladi gimnastiki ponavljajo in ponavljajo gibe, dokler ne postanejo samodejni.

Še prvi letnik fizike baje naredijo le tisti, ki v tem letu naredijo 10.000 računov.

Si sploh lahko predstavljate, kako kreativni bi bili vi, če bi v letu dni naredili 10.000 vaj, ki bi od vas zahtevale množico različnih možnosti in rešitev? In ne samo enega - pravih odgovora!?

Več o konferenci



Ali ni zanimivo, da se zavedamo pomena redne vaje pri logičnem, vertikalnem razmišljanju, ko pa gre za kreativno, pa se vztrajno zanašamo na navdih? Pa je tudi pri kreativnem (in vsakem namernem razmišljanju: osredotočenem, enostavnem, konstruktivnem) razmišljanju vsa umetnost samo v vaji. In kot za vsako veščino si je za trening kreativnosti potrebno vzeti čas.

### Osnovna tri pravila za lastno in timsko kreativnost

Kaj pa naredite, kadar hočete biti kreativni? Tudi če ne poznate čisto nobene tehnike kreativnega razmišljanja, boste veliko dlje prišli, če se samo držite treh preprostih pravil:

1. Svinčnik in papir (ne pa sprehodi in debate),
2. Količinska in časovna norma (ne pa čakanje na pr(a)vo idejo),
3. Pravilo 3P.

Če boste vsak dan vadili po 20 minut, boste sčasoma dobro (ne pa nujno odlično) igrali tenis. Če se boste vsak dan usedli in si rekli, danes pa se želim spomniti (s svinčnikom v roki) 10 načinov, kako lahko še uporabljamo obešalnik, jutri 12 načinov, kako lahko uporabljamo palčko za čiščenje ušes, in pojutrišnjem 15 načinov, kako lahko uporabljamo vilice, boste nekoč veliko manj okamneli, ko boste morali na hitro

Čas je za kreativnost

# 1. konferenca o kreativnosti

25. april 2019

Gospodarska  
zbornica  
Slovenije

  
nastja mulej  
bornika kreativnega, socialnega,  
poslovnega in učniškega razmišljanja

### Konferenca o kreativnosti

Sveže ideje potrebujemo tako pogosto kot kruh in vodo. Pa vendar le redki vedo, kako priti do njih hitro in enostavno ter v velikih količinah.

Ljudje, ki ne znajo kreativno razmišljati, pogosto preskočijo fazo pridobivanja informacij ali oblikovanja jasnega vprašanja. Včasih 'skočijo v vodo' ne da bi sploh vklopili možgane.

Predavatelji na konferenci so se kreativnosti lotili malce drugače, bolj namerno in osredotočeno. In pripravljeni so to deliti z vami!

### Struktura konference

Zavedamo se, da se udeleženci radi učijo na tujih napakah, zato smo pripravili konkretne primere, zgodbe o (ne)uspehu, recepte in bližnjice ...

Konferenca je razdeljena na dva dela:

**PRAKSA** (kratka predavanja)

**TEORIJA** (delavnice)

Med enim in drugih delom lahko prosto prehajate, vendar se morate na delavnice prijaviti vnaprej.

poiskati množico različnih alternativ resničnega problema. V določenem času (največ 10 minut) si zastavite določeno količino možnih idej, ki se jih želite spomniti. Število alternativ je odvisno od teže izziva – če boste iskali novo ime za konferenčni center, je lahko to število tudi 20, če boste iskali nove načine za prodajo sira v vaši trgovini, je lahko 10. Količinska norma mora biti malce nad stopnjo izvedljivosti – da se zagotovo potrudite.

In kaj je pravilo 3P? To je pravilo, ki vam bo omogočilo generirati veliko število možnih idej v timu. Kajti, iskreno, tim kot sinergičen seštevek posameznikov ve veliko več kot vi sami, a če se pravila 3P ne držite, nikoli ne pridete do sinergije.

- Prvi P je za POZITIVNO. Jemljite vsak predlog in vsako zamisel, ki jo slišite, kot dobronamerno, kot pozitivno. Ne ocenjujte, ne kritizirajte, ne ubijajte idej, kajti s tem ubijate njihovega avtorja. Ko se gremo divergentno razmišljanje (v širino), ni čas za konvergentno (ocenjevanje). In obratno.
- Drugi P je za PLODNO. Poskusite generirati, kolikor se le da idej v določenem času. Čim več, tem bolje. Ne skrivajte idej in omogočajte avtorjem, da jih ne bo strah. Omogočajte nadgradnjo, dopolnjevanje in asociiranje. Kajti ni težko najti slabosti v novi ideji (nova je, torej neznana in obeta spremembo), a s tem se ne pokažete kot veliki mislec. Pokažite, da znate razmišljati ustvarjalno in domiselno ter najдите rešitve v ideji, za katero se vam zdi, da je neizvedljiva!
- Tretji P je za POREDNO. Šele, ko vam bodo ljudje verjeli, da resnično lahko delijo vse, kar jim pade na pamet (ko je čas za generiranje idej in divergentno/lateralno razmišljanje), in da ste: »Da, ampak ...« preimenovali v »Da, in ...« si bodo upali podajati tudi ideje, ki so nespodobne, nepraktične, nemogoče ... Nove! <sup>gg</sup>

### Spoznajte nekatere od predavateljev

na 1. konferenci o kreativnosti, 25. aprila 2019 od 8.30 do 18.30



**Erika Kostanjšek**, najboljša samostojna podjetnica leta 2017, je vodja računovodskega servisa in kot strastna 'številkomanka' v svoje delo redno vključuje kreativno mreženje in večplastno povezovanje ljudi ter idej. Je vzorna predstavnik lateralnega razmišljanja. Z njim, kreativnostjo in inovativnimi storitvami želi postati najboljša na svojem področju, saj verjame, da je le na ta način možno zares parirati poslovnim izzivom.



**Aljoša Bagola**, eden najvidnejših predstavnikov slovenskega oglaševanja, bo predstavil svojo osebno recepturo za ustvarjanje kreativnih presežkov, ki so mu kot ustvarjalcu prinesli že prek 150 priznanj in nagrad na kreativnih festivalih doma in po svetu.



Doktorica farmacevtskih znanosti **Darja Ferčej Temeljotov** je na svoji dolgoletni karierni poti v Leku od raziskovanja in vodenja projektov na področju razvoja in lansiranja zdravil prešla na razvoj znanj, sodelovanj in talentov. Vedno išče nove načine razmišljanja in delovanja, ustvarjanja in uporabe novosti v praksi.



**Roman Pavlovič** večino svoje kariere deluje na področju inovativnosti, tako v velikih mednarodnih podjetjih kot tudi v uspešnih zagonskih podjetjih. Kot velik zagovornik aktivnega pristopa k inoviranju je pred leti kreiral delovno mesto in zaposlil prvega managerja idej v Sloveniji ter vzpostavil celovit sistem zbiranja, preizkušanja ter uvajanja inovativnih idej v prakso.



**Dr. Barbara Viltušnik** je vodja raziskav in inovacij v podjetju Plastika Skaza, kjer skrbi za razvoj novih trajnostnih materialov in tehnologij. Pomembno ji je, da pri inoviranju sodelujejo vsi zaposleni. Pri tem jih spodbuja in poskuša njihove ideje z njihovo pomočjo spraviti v realnost.

### Ciljna skupina

Konferenca je namenjena vsem, katerih naloga je, da skrbijo:

- za transparentno in hitro pretočnost informacij in idej,
- za ustvarjalnost in podjetnost,
- za inovativnost in razvoj,
- za timsko delo.

### Cilj konference

Cilj konference je udeležencem predstaviti, da gre pri kreativnosti za sistematičen in strukturiran proces.

In da je kreativnost odvisna od večine in poznavanja tehnik, predanosti in trdega dela (pri katerem se zabavamo) ...

### Informacije

Kotizacija:

199 € z DDV za člane GZS,  
249 € za nečlane, za vse, za ves dan

Prijave do: 22. 4. oz. zasedenosti mest.

Prijavnica: [www.gzs.si/konferenca-kreativnosti](http://www.gzs.si/konferenca-kreativnosti)

Kontakt: Kaja Konda, 01 5898 169

Na njej pričakujemo vse, ki želite pridobiti čim več informacij in se naučiti čim več veščin, kako pri sebi in drugih spodbujati ustvarjalno, sodelovalno in osredotočeno razmišljanje ter kako vzpostavljati postopke in strukturo, da se zamisli, invencije in potencialne inovacije v podjetju slišijo in udejanjijo.

