

Как найти «Чем удивлять будем»? (стратегия поиска идей на примере написания статей)

Статья опубликована в журнале Вестник НЛП №37.

Авторы: Илья Геральдович Селютин, Леонид Борисович Тимошенко

Темы, затрагиваемые в статье: Техники НЛП

Бывало ли у вас, что, отправившись в кинотеатр, привлеченные броским названием нового фильма, и посмотрев его, вы понимали, что все сюжетные линии и сцены уже давно известны и заезжены? Такое разочарование может постигнуть и читателя, если он «купился» на оригинальное название статьи или книги, а, прочитав, не нашел в ней ничего необычного. А как же тогда создать «необычное»? Проблема поиска и создания уникальности очень важна. По сути, это двигатель прогресса в любой науке. А задумывались ли вы, как обеспечивать его старт? На каком топливе он работает? Как найти то, что никто другой не заметил? Есть ли проверенная технология по конструированию оригинальных идей для текстов, рекламных плакатов или семинаров? Как избежать повторения чужих мыслей? Чем новизна отличается от банальности? Почему одни «находки» востребованы людьми, а другие пылятся на полках?

В этой статье мы дадим ответы на все эти вопросы и очень структурно разложим по полочкам стратегию, позволяющую будущим и настоящим авторам каждый раз заинтересовывать читателей результатами своего творчества. Если вы хотите развивать собственный личный стиль и обогащать арсенал своих писательских приемов, то в этом тексте у вас есть возможность найти, чему

научиться и удивиться. А особо любопытствующие с легкостью смогут перенести описываемую технологию на любую другую сферу деятельности, будь то создание тренинговых программ или рекламы.

Хотим сразу сообщить вам о том, что статья насыщена разнообразной и полезной информацией, и из-за ее обилия в голове после быстрого и первого чтения у некоторых может возникнуть перенасыщение или даже легкое ощущение «интеллектуальной каши». Поэтому для вашего удобства в завершении каждого смыслового блока мы приводим обобщающую часть в виде инструкций, таблиц или краткого итога. А в конце текста мы поместили ментальную карту, систематизирующую все описанные шаги данной стратегии «создания уникальности». Это позволит вам обрести кристально ясное понимание предлагаемой технологии. Поэтому вы можете сконцентрироваться на более глубоком понимании материала и получать удовольствие от чтения, отмечая все интересные мысли и инсайты, возникающие по ходу. Быть может, это будут идеи для ваших будущих статей.

Распространено мнение о том, что оригинально мыслить и генерировать идеи дано не каждому. И в то же время есть люди, у которых это получается невероятно легко. Как они это делают? В этой работе мы хотим поделиться с вами инструментами, помогающими находить «крупницы золота» — идеи, так необходимые для качественных работ.

А для начала давайте задумаемся: в чем выгода креативного мышления? Какую пользу приносят уникальные идеи авторам статей и их читателям?

- *Во-первых, многие люди любят новую информацию.* Она вызывает удивление и разжигает интерес и любопытство, а это влияет на количество ваших читателей.
- *Во-вторых, оригинальное содержание позиционирует вас как первооткрывателя, оригинального мыслителя, профессионала своего дела — это ваш имидж.*

- *В-третьих*, занимаясь поиском уникального материала, *вы еще глубже изучаете область собственных знаний*, а это способствует вашему личностному и профессиональному росту.
- *В-четвертых*, создавая новое, вы вносите *собственный вклад в развитие своей профессиональной области*, способствуете обогащению знаний человечества в данной сфере.
- *В-пятых*, если вы поделитесь с миром оригинальной и полезной информацией, стратегиями и знаниями, *люди будут благодарны вам*. И потом ваши труды трижды вернутся и материальными, и духовными благами.

Особенно хочется остановиться на последнем пункте. Интересно, что иногда достаточно сложно создать что-то уникальное, что будет известным и востребованным, если делать это только из личной выгоды. Действительно, перспективные открытия и разработки совершаются прежде всего для других, а не только для себя. Вспомните Альберта Эйнштейна, Николу Тесла, Милтона Эриксона, Дмитрия Ивановича Менделеева. Эти имена говорят сами за себя. Задумывались ли вы о том, какой вклад вы можете внести в развитие всего человечества своим трудом и знаниями? Как вы можете помочь прогрессу в своей профессиональной области? И не важно, будет ли это НИП, бизнес-консалтинг, кулинария, выращивание редких видов цветов или инженерное дело. Если у вас есть уникальный и полезный опыт, то, передав его другим, вы сможете окупить и приумножить свои вложения в будущем. Бывает, что люди обладают действительно ценными знаниями и стратегиями, но из жадности или страха, что «идею украдут», скрывают их от мира. Только в таком случае не понятно, кого можно удивить и восхитить таким ярким бриллиантом, запрятанным в «сундуке под кроватью». Не говоря уже о том, можно ли на этом заработать. В современном мире большей ценностью становится не только сама информация, но и приносимая ей польза, и скорость её распространения. Если «взлететь еще выше», то можно задуматься о том, что современный мир перешел к функционированию в новом информационно-финансовом пространстве — в экономике знаний. Это показывает, что значимость идей, мыслей и технологий сейчас высока как никогда раньше. Чем быстрее создаются и передаются знания, тем это выгоднее для

каждого конкретного человека и общества в целом. Ключевые глаголы здесь — придумывать, делиться, использовать и внедрять (можно задуматься, какие ценности за ними скрываются). Немногие еще это поняли в полной мере, а значит, у самых проворных есть все козыри на руках.

Поэтому, если вы хотите стать признанным профессионалом в своей области, *нужно исследовать собственный опыт, находить в нем уникальные элементы, создавать из них рабочие технологии и полезные знания, а потом передавать миру*. Статьи — это один из ключевых инструментов для реализации такой цели.

Перед тем как продолжить погружение в тему «поиска нового» исследования собственных стратегий творчества, мы хотим спросить вас: «А что же это такое? Как вы понимаете, что ваши идеи и действия на самом деле оригинальны?» Без ответов на эти вопросы бывает сложно сделать первые шаги. Ведь чтобы «что-то найти», нужно знать, «что» конкретно мы ищем.

«Я УЗНАЮ ЕЕ ИЗ ТЫСЯЧИ...»

Определение и критерии уникальности

Если обратиться к толковому словарю Ожегова, то мы найдем следующее лаконичное определение уникальности: «единственный в своем роде, неповторимый, редкий предмет (мысль, концепция, человек и т.д.)».

Получается, что уникальность характеризуется новизной и «нулевой повторяемостью». Андрей Плигин любит говорить, что оригинальная мысль отличается тем, что «такую» идею больше нигде не найдешь либо не найдешь в таком виде. Отсюда можно сделать вывод, что **уникальность может быть как в содержании, так и в форме**. Не только вино может иметь особый запоминающийся вкус, но и бокал, в который оно налито, может быть оформлен в неповторимом дизайне. Например, в сфере автомобилестроения это прослеживается очень явно: если бы производители не уделяли внимание внешней форме автомобиля столько же, сколько они уделяют внутреннему оснащению, то вряд ли можно было бы поддерживать устойчивый интерес потребителей к тем или иным маркам. Также можно

привести в пример модель Т.О.Т.Е., изучаемую на курсе «НЛП-Практик». Многие пишут о ней последовательно, сначала излагая суть, а потом описывая каждый шаг. А что будет, если сделать по-другому? Изложить всю цепочку шагов в другой форме? Дать верную структуру, но в совершенно другом направлении. Например, сначала объяснить критерии выхода (Е), заострив внимание на том, что есть определенная категория людей, не осознающих, когда и как «цель будет достигнута» (актуализация проблемы в вашей статье). Они могут надолго застревать в процессе после того, как результат уже достигнут. Потом логично будет сказать о критериях точки Т₁, где и закладывается видимость, звучание и ощущение результата (раскрытие главной идеи). А после показать элемент, осуществляющий взаимосвязь между входом и выходом — точка проверки (Т₂). Ведь именно постоянная проверка того, «насколько мы уже приблизились к результату», покажет нам, достигаем ли мы цель и правильно ли мы идем к ней. А может быть, привести примеры действий, где точка Т₂ должна быть отсрочена. И, конечно же, после этого перейти к последовательности шагов, показав через точку операций (О), какими стратегиями можно достичь итога (и этим подвести итог вашей работы). Как изменится восприятие и понимание модели при таком изложении? Как люди посмотрят на Т.О.Т.Е. по-новому? Конечно, такое нестандартное преподнесение материала можно использовать, если вы глубоко осознаете преследуемую цель. В этом и заключается **уникальность как содержания** (в нашем случае — какое-то новое слово в модели Т.О.Т.Е.), так и **формы** (новое изложение уже известной последовательности шагов).

Еще один критерий того, что ваша идея уникальна, может проявляться **во внешней реакции** людей на созданный вами текст. Для вас она может быть сигнальным маячком, если вы попали в точку. Чаще всего при восприятии нового у людей возникает инсайт. Это некое редчайшее эмоциональное состояние, связанное с озарением, обычно характеризующееся учащенным дыханием, возможно, с задержкой после вдоха, расширение глаз и быстрой речью. Такой эмоциональный всплеск может возникнуть у читателя по нескольким причинам:

- он никогда не думал о концепции «Х» так, как вы ему предложили поразмыслить;
- он не осознавал, что предлагаемая вами идея или технология возможна;
- он нашел в вашей работе ответ на вопрос, проблему или задачу, терзавшую его долгое время.

Хорошая новость заключается в том, что мы можем создавать такие «магниты» в тексте (подробнее мы обсуждали данную тему в статье «Чем еще не удивляли?»). А после, давая почитать свой труд другим людям, наблюдать за их реакцией.

Также стоит сказать об еще одной важной детали. Например, когда Андрей пишет, придумывает новые идеи, то одна из главных задач — это **не повторять ни других, ни самого себя**. Согласитесь, если вы читаете уже третью книгу подряд, а там варится одна и та же мысль, то она уже не удивляет, а скорее наоборот — заставляет задуматься о том, что автор больше ни на что не способен, кроме как «зажигать и тушить фонарь». Важно давать людям «оригинальность», а не одну и ту же конфетку. Попробуйте на завтрак каждый день в течение месяца есть только манную кашу. Точно так же и читателям будет интересно найти в ваших следующих статьях омлет, салат или что-то уникальное вроде медвежатины с малиновым соусом.

Важный элемент, на котором хочется остановить свое внимание, — это то, что информация, найденная вами, **должна резонировать с личным опытом**. Это не просто идея, взявшаяся с потолка, а мысль, прошедшая через ваше тело, разум и чувства. Когда мы спросили у Андрея Плигина, как он понимает, что может натолкнуть других на новую идею, то он ответил: «Просто я мысленно в рамках заданной темы «пролистываю» конкретные ситуации и помню, какие вопросы меня терзали, какие инсайты меня посещали. Осознав свой опыт, я могу провести других по этому пути». Иногда мы можем не замечать своих талантов и полезных стратегий, отсутствующих у других людей. Не всегда бывает просто проанализировать путь собственных открытий. У Андрея есть по этому поводу любимая метафора из бытовой сферы. Начинающие хозяйки не всегда могут приготовить

борщ аппетитного красного цвета. Они не знают важного секрета. Если понаблюдать за опытной хозяйкой, то можно заметить, что она в определенный момент выжимает в готовящееся блюдо сок лимона. И именно это придает ему такой насыщенный красный цвет. На что мы хотим намекнуть? *Часто то, что мы делаем постоянно, нам уже не кажется новым и уникальным.* Но делают ли так другие? А умеют ли так все? Возможно, что именно этим и можно будет поделиться.

И последний момент, на который стоит обратить внимание в процессе поиска уникальности: что делать, если в начале вашей статьи вам хочется сделать **обзор** мыслей конкретных авторов, материалов или проведенных исследований? Что если вам нужно говорить о вещах, которые в любом случае нужно упомянуть? Например, ваши идеи опираются на концепции, разработанные другими, и написать «пару слов» просто нельзя (иначе будет непонятен ваш посыл). «Разве это будет уникально?» — спросите вы. Андрей отвечает на этот вопрос так: *«Если вы пишете обзор, то сделайте и его уникальным».* Есть интереснейшие книги, не описывающие ни одной новой идеи, но зато обзор там сделан совершенно необычно. Например, можно собрать абсолютно ВСЮ информацию об актуальной для вас задаче в одной книге. Или добавить свои комментарии по каждому блоку, помогающие подвести самого искушенного критика к новой мысли. А может быть, попробовать иную хронологическую последовательность? Или пойти к первоисточникам и сравнить различные интерпретации указанных там концепций? Если вы не можете придумать, как преподнести известную идею в неповторимом варианте, или не получается привнести новое в «хорошо забытое старое», то, следуя стратегии написания статей Андрея, не пишите об этом или просто упомяните вскользь.

Если подвести краткий итог, то уникальность можно узнать по следующим признакам:

- этого нигде больше нет (хотя бы в таком виде);
- реакция других людей — большой интерес или инсайт;
- новое — это еще и «неповторение» самого себя (особенно в ходе изложения).

Важный момент:

- если вы пишете обзор, то он тоже должен быть уникальным (либо просто упомяните или не пишите об этом совсем);
- ключевой момент резонирует с вашим опытом; тогда вам проще будет находить примеры для иллюстрации найденных «фишек»;
- новизна может проявляться как в содержании, так и в форме.

Для сравнения мы предлагаем вам ознакомиться с **критериями банальности**:

- это везде есть, можно всюду прочитать;
- реакция других людей — уныние, скука, отсутствие интереса, «сон»;
- многократное повторение самого себя в ходе изложения (как «заезженная пластинка»);
- вы ни разу не пробовали это в своей практике или делаете по-другому, но все равно пишете об этом, ведь об этом пишут все.

Какие критерии вам нравятся больше? Чем вы хотели бы делиться с миром? Быть первооткрывателем или обычным репродуктором? Конечно, и те, и другие нужны миру: благодаря первым мы движемся вперед и развиваемся, а вторые помогают сохранять стабильность. Вот только *стабильность в передаче одних и тех же знаний не очень вдохновляет на чтение до конца*.

Теперь, фокусируясь на разнице между уникальностью и банальностью, их отличиях, нам будет легче начать поиск новых идей. А с чего он начинается? С определения границ и областей, в которых мы будем искать, а также с настроек на поиск.

Где применить камертон уникальности?
Определение области поиска и настройка фильтров восприятия

Как-то раз ко мне за консультацией (Леонид) обратилась девушка с проблемой самоопределения. Она уже оканчивала институт, но все никак не могла решить, идти ей дальше по специальности или попробовать себя в чем-то другом. С помощью метамоделных вопросов мы выяснили, что она просто не задумывалась над тем, что у нее вообще есть в жизни, чем она интересуется и что происходит вокруг. Про таких могут говорить, что «они плывут по течению» (позже мы нашли ее «любимую» метапрограмму «процессы» и «включенное время»). Наша задача состояла в том, чтобы разобраться

в ее увлечениях, ее профессиональных интересах и выстроить систему целей. Для подобной задачи мы находили ответы на самые различные вопросы: чему вы уделяете больше времени, в какой области вы являетесь профессионалом, что вас цепляет и увлекает? В результате мы выявили несколько основных контекстов в ее жизни, которым она уделяла большее внимание. Чем нам интересен этот пример? Он иллюстрирует, что, размышляя над подобными вопросами, находя «свои любимые» области в жизни, мы можем знать, где конкретно вы компетентны, где вы можете быть «первооткрывателем».

Какие это могут быть области?

- сфера ваших профессиональных интересов, где проявляются ваши знания, умения и навыки;
- смежные области, еще не знакомые вам;
- увлечения и хобби, а для кого-то и собственные таланты; пространство интересов и другие направления, куда вы инвестируете свое время;
- знания, полученные в общении и взаимодействии с другими людьми (а иногда и с самим собой);
- если вы занимаетесь моделированием, то, конечно же, это ваши законченные проекты и вдохновляющие идеи, найденные по пути.

Эти и другие области помогут вам сконцентрировать внимание не на всем земном шаре или целой вселенной, а на конкретном объекте. Эти контексты объединяются обязательным наличием в них вашего личного жизненного опыта, полученного в результате проживания различных ситуаций и событий. Ведь если вы пишете о том, с чем сами лично не знакомы, а просто придумали (например, о сферическом коне в вакууме), то ни о какой «конгруэнтной уникальности» не может быть и речи. **Важно обозначить территорию, где мы будем раскапывать новые идеи, чтобы не растекаться «мыслию по древу».** Задумайтесь на некоторое время о сферах, описанных выше. Подумайте, в рамках какой из них вам хотелось бы найти то интересное, чем можно поделиться с другими людьми. И как только вы определите такую область, мы предлагаем вам продолжить чтение.

«Чем удивлять будем?» — одна из самых изысканных фраз у Андрея, позволяющая настроиться на поиск нового в выбранном контексте. При написании статьи, при разработке тренинга, во время общения со студентами на семинаре... Каждый раз он задает себе эту любимую задачу. А если вы будете аналогичным образом спрашивать себя во время размышлений о будущей статье? Каким содержанием тогда захочется наполнить свою будущую работу? С этими и другими схожими вопросами стоит обращаться к самому себе в начале создания идеи, они помогут вам уже на этапе подготовки (в точке T₁ модели Т.О.Т.Е.) заложить семена будущих находок:

- Что нового я скажу?
- Что оригинального будет в моем тексте по форме и по содержанию?
- Зачем людям читать эту статью?
- Чем я могу удивить своих читателей?
- Как можно «развернуть» модель (идею, мысль) так, чтобы у людей был инсайт?
- Чему я могу научить людей, чего нет в других источниках (семинарах, книгах и т.д.)?

Такого рода вопросы помогают настроить фильтры восприятия на нужный аккорд, взяв который, вы начнете играть собственную мелодию, вдохновляющую других как на прочтение статьи, так и на посещение тренинга.

Вы, наверное, заметили, что для того, чтобы получить подобные ответы, порой необходимо иметь определенные «базовые» знания. Например, о самой области, о мнениях и точках зрения других людей, об уже проведенных исследованиях. Для того чтобы обладать подобной информацией, ее необходимо почерпнуть из книг, семинаров, статей, общения с людьми и др. Давайте узнаем, как можно находить уникальные мысли в текстах на примере элементов стратегии чтения Андрея Плигина.

ТРОПЫ ЛИТЕРАТУРНЫХ МЕНЕСТРЕЛЕЙ

Стратегия нахождения идей в текстах

Читая различную литературу, вы можете преследовать конкретные цели — научиться, узнать новое, погрузиться в великолепный и

любимый художественный мир, найти новые речевые обороты для вашего текста, редкие синонимы и т.д. Мы предлагаем использовать еще один фильтр, позволяющий буквально сканировать книгу в поисках ценных мыслей, запыленных автором. Ведь именно чтение может дать вам столь необходимый «срез знаний» в выбранной области для написания статьи. Тогда вы сможете не повторять чужие идеи, а удивлять читателей собственными находками. Вы, как рентген, можете исследовать, «а что вообще происходит в вашей сфере (профессиональных и личных интересов)», «что актуально в данный момент», «о чем пишут другие и о чем можете написать вы, чтобы не повторяться»? Это можно сделать, задавая самому себе во время чтения следующие вопросы:

- А чего нет в этом тексте? Чего тут не хватает? Чего нет в этой книге, что «так и просится на стол»? Что автор не заметил? О чем писатель не подумал, когда создавал статью?

Часто «достраивание» идей и незаконченных мыслей буквально «переворачивает понимание модели в неожиданную сторону» и открывает новые перспективы.

- А как об этом думаю я? Как это проявляется в моей жизни? Как я это делаю по-другому? Где я могу применить это особым образом?

В таких вопросах есть и неявное второе дно. Задавая их по ходу чтения (в конце главы, абзаца, строки), вы рефлексируете (задумываетесь, применяете к себе) по поводу прочитанного. Таким образом, вы можете не только узнать о своем мнении по поводу изученного, найдя в нем то, чем можно поделиться, но и лучше усвоить материал. Часто соотнося полученную информацию со своим опытом, делая ее «личностной», мы лучше осознаем ее и можем думать, «а как еще можно применить добытые знания?». И еще один главный плюс — нам будет проще говорить с другими на данную тему и писать собственные работы.

- Чего все остальные не заметили в первоисточнике?

Часто мнения двух авторов, пишущих об одной и той же проблематике, могут не совпадать, а порой и конкурировать. В чем тут может быть польза для вас? В том, что каждый имеет свое собственное

понимание исходной информации, а это значит, что, возможно, было упущено какое-то знание, недопонято содержание. А это, в свою очередь, новая возможность найти то, что другие не заметили.

Если объединить все вышесказанное, то для поиска «нового» можно применить следующие элементы предложенной стратегии:

1. Вначале дайте себе установку, что **«вы читаете, чтобы не повторяться», вы изучаете область.**
2. По ходу задавайте себе вопросы, наталкивающие вас на новые мысли (*Чего тут нет? Что не заметили остальные? Где и как я могу это неожиданно применить?*).
3. Изучайте книги из различных источников, сравнивайте идеи разных авторов.
4. Помните, что вы, как рентген, делаете срез состояния дел в данной сфере.
5. Если вы изучаете конкретную область, то можно читать книги перекрестно, изучая схожие разделы (пр.: о лидерстве из одной книги, из другой, из третьей или о рефрейминге из разных книг). Это поможет более явно делать анализ и сопоставлять мысли разных авторов.
6. Найдя полезные для вас мысли, спросите себя, а что вы думаете по этому поводу? Что не так в этой книге, статье? Что резонирует с вашим опытом, а что различается?

Читайте, чтобы найти то, чем можно удивить и чему можно удивиться, — это всегда будет стартовым механизмом для создания текстов. А если вы любите сразу применять полученные знания, то, изучая нашу статью дальше, используйте эту стратегию или ее элементы по ходу нашей работы.

Как многие уже могли догадаться, этим шагам можно следовать не только во время изучения литературных источников. Ведь исследование какой-либо области можно делать как по книгам, так и по видео, в процессе общения с людьми и обучения на семинарах.

Посещая театры, смотря кино, вы можете искать ту новую информацию, на основе которой можно будет написать статью или создать целый тренинг. И теперь, когда мы определились с тем, где искать и как **настраиваться**, мы хотим сконцентрироваться на том, **что** может быть находкой.

ИССЛЕДУЕМ СОЛЬФЕДЖИО УНИКАЛЬНОСТИ Что именно искать в выбранных областях

Итак, мы уже поняли, что для поиска уникальных идей нужно фокусироваться на своем собственном практическом опыте в конкретных областях. Однако пока не понятно, **что** именно там можно найти. Например, я профессионально занимаюсь переговорами и люблю свое дело, или у меня хорошо получается придумывать новые идеи. Что мне стоит искать в этих областях? Ответить на этот вопрос нам поможет одна из моделей НЛП, а именно Логические Уровни (далее ЛУ), разработанные Робертом Дилтсом. Модель ЛУ отражает иерархию субъективного опыта человека и позволяет сортировать его. Она представляет собой пирамиду, состоящую из шести уровней (*снизу вверх: окружение, поведение, способности, убеждения/ценности, личностное своеобразие, миссия*). Используя их как «призму», мы можем фокусироваться на отдельных аспектах выбранной нами сферы и рассматривать ее в рамках каждого ЛУ. Анализ производится с помощью специальных вопросов, адресованных отдельным блокам пирамиды. Таким образом, мы получаем возможность задать структуру опыту и рассмотреть каждый кусочек детально. Такая технология позволит нам найти уникальные находки на каждом ЛУ. Давайте рассмотрим данную стратегию поиска нового на примере выбранной нами области **«творчество в писательстве»**. Вы же можете выбрать собственное направление и, ориентируясь на примеры ответов, находить свои идеи. Рассмотрение некоторых уровней мы ограничим описанием вопросов, применяемых для их исследования, другие же изучим более подробно. Итак, начнем двигаться с верхних ЛУ к нижним.

Миссия/Видение:

- Какую большую пользу всему миру (бизнесу, системе образования и т. д.) приносит креативность как явление?
- Какие выгоды получают люди благодаря развитым стратегиям творчества?
- Какой вклад в функционирование бизнес-среды, системы образования, вашей области вносят креативщики, генераторы идей, первооткрыватели?
- Осознают ли современные «креаторы» свою миссию как профессионалы?
- Каким видением будущего обладают современные творцы? Как это влияет на их деятельность?

Идентичность/Роли:

- Какие основные роли задействует писатель в во время «творческого процесса»?
- Чем они отличаются друг от друга и как связаны между собой?
- Как осуществляется переход от одной роли к другой?
- Каждый ли писатель является хорошим генератором уникального содержания?
- Что отличает «хорошего писателя-творца» от «посредственного»?

Первый вопрос помогает непосредственно выявить роли, а остальные концентрируются на различиях и связях между ними. Давайте сконцентрируемся на уровне идентичностей, чтобы на примере показать возможные уникальные ответы.

Свежая информация может находиться на уровне личностных своеобразий или субличностей (по Р. Ассаджиоли, «Психосинтез: теория и практика». — М., 1994). Возможно, что новое содержание находится именно в том, кем человек себя считает (или какая субличность сейчас «активна»). Часто именно сочетание определенных шагов, подкрепленных ключевыми убеждениями и ценностями, создает «новую фигуру». Давайте рассмотрим пример уникальных ролей Андрея Плигина, используемых в его стратегии написания статей.

Во время моделирования, обобщая и сравнивая различные паттерны и последовательности шагов, мы обнаружили, что некоторые из них можно объединить в более полные и целостные блоки, следующие друг за другом. Начав соединять найденные элементы, мы обнаружили, что у него есть определенные «позиции» или

«субличности», отвечающие за различные этапы написания текстов. И каково было наше удивление, когда мы нашли измененную модель творчества «Уолта Диснея», где присутствовали личности, похожие на мечтателя, реалиста и критика! Конечно, это был «Плигинский Уолт Дисней». Так в чем же было отличие? В чем интересные «изюминки» этих изменений? Если вы читали статью Андрея Плигина о том, как они совместно с Александром Герасимовым моделировали стратегию творчества Михаила Шемякина, то сможете найти в рассматриваемой ниже модели элементы ролей и этого великого скульптора. Что вполне естественно, так как стратегии творчества имеют общие основания. Заинтригованы? Так давайте приоткроем завесу тайны!

«С чего начинается Родина? С картинки в твоем Букваре!» И, чтобы эту картинку нарисовать, нужно войти в позицию мечтателя и позволить себе фантазировать, как ребенок. Это первая субличность, из которой исходит Андрей. А точнее — целый блок ролей, потому что в нем присутствуют две составляющие: «поисковик» и «креативщик». «Поисковик» ориентирован на исследование того, о чем еще не сказали другие, о чем еще не думал он сам. Эта идентичность направлена на детали, она исследует все доступные материалы (статьи, книги, видео, театры, разговоры и т.д.) на предмет того, что еще неизвестно в мире. Как вы поняли, ключевая метапрограмма этого профиля — «различие на нет». Важно найти то, чего еще нет, откидывая то, о чем говорят все остальные. Любопытно, что «поисковик» в данной стратегии является также и хранителем накопленных знаний. Помимо запоминания, он сравнивает полученное с уже известным. Не напоминает ли он роль «исследователя» в творчестве Михаила Шемякина? Только в данном случае он начинает работу первым, в отличие от стратегии художника.

Любопытно, что после нахождения множества различных идей, вступает в свою роль «аналитик». Его задача состоит в сравнении найденного с собственным опытом и возможностями в создании уникальности. На основе подобных сравнений он решает, новшество будет больше по форме, содержанию или комбинации того и другого. Любопытно, что «аналитик», в сравнении со стратегией Уолта Диснея, будет больше относиться к «реалисту». Такая детальная субличность вклинивается между двумя «мечтателями». А сразу после него вступает в свои права «креативщик».

Его задача состоит в сопоставлении известной информации с новым опытом, идеей. Именно из этой роли Андрей смотрит через призму найденной мысли на собственный опыт. Креативщик придумывает неожиданное применение мыслям, распространяет их на другие контексты жизни и рассматривает, насколько они попадают в «новизну». Также в этой позиции проще придумывать конкретные метафоры, рефрейминги, жонглировать информацией и т.д. Как мы видим, тут присутствует «диснеевский мечтатель» в несколько дополненной форме.

Следующий блок ролей (похожих на «реалиста»), как оказалось, тоже состоит из двух подролей: «структурищик» и «писатель». Как легко догадаться, это личности, берущие на себя функции реализатора, делящие их между собой на «как» и «что». «Структурищик» обращает внимание на последовательность, на скелет статьи. Из чего он будет состоять? В какой очередности выстроить информацию? Помимо ее создания, он будет следить и за ее соблюдением в процессе написания текста. Также он будет обращать внимание на следование шагам самого процесса написания статьи. «Писатель» же реализует идеи относительно содержания, собственно в его роли и происходит само написание работы. Его задача — писать, используя все имеющиеся навыки, — от создания речевых оборотов до воплощения всех мыслей на бумаге.

«Блок критика» будет включать в себя всего одну субличность — «редактора». Он следит за языком написания, за логичностью связок, разнообразием синонимов и всем, что включается в процесс редактирования текста (см. статью «Чем еще не удивляли?»).

Конечно, было бы слишком просто, если бы на этом роли кончились. Есть еще две позиции, активно помогающие в процессе написания. Одна из них, назовем ее «Миссионер», отвечает за мотивацию, давая на старте мощный толчок к созданию работы. В самом начале пути определите для себя, к каким целям вы станете ближе, выпустив очередной материал? Сколько «нового» вы получите в процессе? Что даст вам результат? Какие ценности будут реализованы в этом деле? Как это повлияет на вашу миссию, на ее воплощение? Найдите как можно больше выгод и для себя, и для других, нарисуйте себе яркими красками целостную картину. Другая же роль чем-то будет похожа на

предыдущую. Это своеобразный «Маэстро», постоянно хвалящий вас за тот или иной речевой оборот, за очередную уникальную структуру или идею, за еще одну качественно написанную метафору. Важно заливать бензин не только в начале пути, но и во время путешествия: остановка на несколько суток будет только тратить ваше время.

Теперь, зная роли и их основные функции, вы можете задуматься, как еще они могут проявляться? Если бы вы «примерили» такие костюмы, то в чем бы проявилась ваша особенность «креативщика» или «писателя»? Ведь, одевая «форму» другого человека, важно оставить свой индивидуальный стиль, чтобы люди узнавали ваш почерк. И, чтобы вам было легче, мы хотим привести следующую таблицу, обобщающую информацию о ролях.

Роль		Действия	Убеждения	Метапрограммы
Мечтатель	Поисковик	- ищет новое во всем; - не повторяет сам себя.	Всегда есть то, что пропускают в первоисточнике. Я никогда не беру чужую идею. Всегда есть различия — их легко найти.	различие на нет
	Креативщик	- придумывает метафоры, рефрейминги и т.д.; - ищет применение новым идеям	Все всегда можно понять по-другому, развернуть с другой стороны даже то, что все уже знают.	различие на новое, традиция

Роль		Действия	Убеждения	Метапрограммы
		«поисковика» ; - жонглирует информацией и структурой.		
Реалист	Структурщик	- следит за соблюдением структуры как самой статьи, так и структуры процесса.	Четкая структура — мое ноухау. Структура повторяется в общих и частных моментах.	процедуры
	Писатель	- воплощает задуманное на бумаге (пишет, редактирует, пишет).	Написание и редактирование — это два разных этапа.	процессы, включенное время
	Аналитик	- сравнивает найденное с собственным опытом; - решает, новшество будет по форме или содержанию.	Анализируй, и всегда найдутся уникальные крупинки!	от общего к частному, от частного к общему, детали, сравнение по сходству

Роль		Действия	Убеждения	Метапрограммы
Критик	Редактор	- редактирование статьи (поиск синонимов, соблюдение логичности связей, соответствие блоков целям статьи).	Важно подобрать слова и выражения под того, с кем общаешься.	детальный, различия на нет, процедуры
Вспомогательные роли	Миссионер	- создает мотивацию и видение всех плюсов перед написанием статьи.	Необходимо удивить, иначе зачем писать статью. Важно первым отыскать полезные ресурсы и поделиться ими с другими людьми!	мотивация (ОТ и К)
	Маэстро	- хвалит себя на протяжении написания всей статьи за «изюминки» (уникальная метафора, красивый оборот и т.д.).	Полезно сначала восхититься и удивиться самому! При помощи вдохновения создает творческие	мотивация К

Роль		Действия	Убеждения	Метапрограммы
			идеи, его можно и нужно вызывать у себя в процессе работы!	

А особо жаждущим открытий будет интересно задуматься о взаимодействии субличностей, о последовательности их участия в процессе создания статьи. Кто за кем идет? Может быть, есть действия, в которых они участвуют совместно? Что интересного будет, если «усадить» за одну работу креативщика и структурщика? Мы оставляем эти инсайты на ваше усмотрение.

Как вы уже заметили, таблица содержит в себе ряд убеждений, интегрированных в роли, поэтому мы не стали заострять внимание на этом ЛУ. Он слишком глубокий, чтобы уделять ему несколько абзацев, и заслуживает отдельной статьи. Поэтому мы предлагаем продолжить путешествие и перейти к следующему ЛУ.

Уровень способностей (стратегий)

Каждый из нас обладает полезными навыками, не всегда известными другим. Например, один человек знает, как эффективно управлять автомобилем в экстремальных условиях, а другой — нет. Более того, читатель тоже может обладать навыком экстремального вождения, но у автора, например, больше опыта, или он просто умеет то, о чем даже не думали другие люди. Понятно, что порой сложно обучить с помощью статьи, но в ней можно легко описать саму технологию или передать микро-навык.

Для того чтобы выявить структуру эффективной стратегии, сначала надо определить, с какими способностями в рамках выбранной области (см. выше) мы будем работать. Предлагаем вам ответить на несколько вопросов, чтобы точнее определить ваши умения:

Инвентаризация (в рамках выбранной области):

- Что я умею делать хорошо?
- Какой мой навык достоин копирования?
- Каким своим умением я могу гордиться?
- Что у меня получается лучше всего?

Примеры ответов:

- Я умею виртуозно комбинировать ингредиенты и придумывать новые блюда! (Кулинария).
- Другие не могут так же эффективно, как я, организовывать и проводить переговоры в сжатые сроки. (Переговоры в бизнесе).
- Я горжусь тем, что в ситуации аврала умею быстро координировать работу множества отделов компании. (Менеджмент).
- Лучшее всего у меня получается организовывать и систематизировать свою домашнюю библиотеку, где уже более 2000 книг (Самоорганизация).

После того как искомый навык найден, мы будем более глубоко исследовать его, чтобы найти ключевые элементы и фишки исследуемой стратегии. Ведь, чтобы статья была действительно качественной, нужно четко видеть, что мы собираемся описывать в ней. В этом нам поможет еще одна из моделей НЛП, уже упоминавшаяся выше, а именно Т.О.Т.Е. Как мы уже сказали, этот простой инструмент помогает описать любой процесс, разделяя его на 4 основные фазы:

- Начало (Test1).
- Основные шаги и операции (Opertation).
- Проверка (Test2).
- Завершение (Exit).

Каждой точке соответствует ряд вопросов, позволяющих быстро понять, в чем состоит компетенция, и увидеть ее структуру. Ниже мы приводим вопросник и показываем, как им пользоваться, формулируя ответы на примере навыка «генерации новых идей для статьи». Ознакомившись с данной техникой само моделирования, вы сможете легко проанализировать любое из своих умений. Тогда сразу станет понятно, что можно описать в тексте, на что сделать акцент, в чем будет заключаться уникальность предоставляемой информации.

**Детализация выбранного умения/стратегии (на примере навыка
«генерация новых идей»)**

Вопросы для самоанализа (по блокам)	Примеры ответов
Начало (Test 1)	
<i>Как я формулирую цель, перед тем как начать?</i>	Придумать интересную новую идею для статьи в рамках НЛП-консультирования (выбранная область).
<i>Каким важным критериям должен соответствовать будущий результат?</i> <i>Что нужно обязательно учесть?</i>	Идея должна быть новой для меня и других. (Критерии новизны уже известны). Хорошая мысль всегда вызывает мое восхищение и удивление.
<i>Что побуждает меня начать?</i>	Вначале я рисую себе будущие перспективы и эффекты, возникающие после написания статьи.
Мои действия и основные операции (Operation)	
<i>С чего все начинается?</i> <i>Какой первый шаг в моей стратегии?</i>	0. Начинается все с того, что я вхожу в состояние «вдохновения», помогающее генерировать идеи.
<i>В чем заключаются основные шаги?</i> <i>Какая точная последовательность действий?</i> <i>Во-первых, во-вторых...?</i>	1. Выписываю на листок «области» и темы, о которых могу написать. 2. Выбираю ту тему, которая мне сейчас более интересна. 3. Исследую отдельно каждый логический уровень в поисках интересного материала. 4. Выписываю весь найденный материал на отдельный лист.
<i>Что можно сделать еще?</i>	Если попутно рождаются вопросы, лучше их просто выписывать и потом искать ответы, чтобы не

	отвлекаться.
Проверка (Test2)	
<i>Как я понимаю, что все идет так, как надо?</i>	Все идет нормально, если на каждом логическом уровне я нахожу что-то интересное.
<i>Что я делаю, если понимаю, что не достигаю успеха?</i> <i>Шаг 1, шаг 2, шаг 3 и т.д.</i>	Если идеи не приходят, значит, я не полностью вошел в состояние «вдохновения» и нужно сделать это еще раз. Если и это не помогает, то проще всего отвлечься на 10 – 15 минут и потом вновь приступить к генерации идей. В крайнем случае, можно изменить тему, в рамках которой я веду поиск.
Завершение (Exit)	
<i>Что убеждает меня в том, что пора закончить процесс?</i> <i>Как я понимаю, что пора остановиться?</i>	Когда у меня есть 4 – 5 идей на выбранную тему, то я могу остановиться. И далее можно приступить к созданию структуры и написанию статьи.

Как вы могли убедиться, данная серия вопросов помогает разобраться, «что к чему» в выбранном вами навыке. Проанализировав себя таким образом, вы сразу получаете информацию, готовую для использования в статьях. В тексте можно описать как весь навык целиком, так и отдельные его элементы.

Удобство предложенных вопросов стоит в том, что их можно использовать для детального описания любого умения. Вот **примеры способностей** для такого анализа:

- ü создание рецепта креативного вегетарианского блюда;
- ü управление лошадью во время езды верхом;
- ü экстремальное вождение в условиях холода;
- ü рисование портретов акварелью;
- ü группировка тела при прыжках с парашютом;

ü совершение трюков на сноуборде;
 ü навык фотографирования на свадьбе;
 ü быстрое чтение научной литературы и т.д.

Можно анализировать как свои, так и умения другого человека. Также можно дополнить данную таблицу своими вопросами или составить полностью свой вопросник. После подобного само моделирования вы получите уникальную стратегию, которая может пригодиться другим. А мы переходим к исследованию на следующем ЛУ.

Уровень поведения и состояний

В данном блоке пирамиды ЛУ также содержатся свои ключевые факторы, без которых зачастую невозможно достижение результата. Эмоциональные переживания наполняют любую нашу деятельность, «склеивая» стратегии с конкретными шагами. Например, такая способность, как «флирт», подразумевает систематическое вхождение в ощущение «игры» и «страсти» при общении с противоположным полом. А без состояний «концентрации» и «осознанности» сложно изучать боевые единоборства или восточные энергетические практики. Или, например, некоторые люди совершенно не осознают важности эмоциональной составляющей, из-за чего у них могут возникнуть проблемы в общении. Подобные «ключевые элементы» можно найти в работе многих профессионалов: ораторов, переговорщиков, режиссеров, водителей, борцов единоборств, пилотов, писателей и др. Для примера исследуем цепочку состояний, помогающих писателю в навыке «генерация идей для статьи».

Состояния	
Вопросы	Примеры ответов
Какие ключевые состояния задействованы в этом навыке?	При генерации новых идей особенно важны вдохновение, сосредоточенность, предвкушение, удивление и радость.
В какое эмоциональное состояние я вхожу в самом начале?	Сначала я вхожу в состояние сосредоточенности, формулируя цель, для которой генерирую идеи.

<i>В какой последовательности состояния сменяются дальше?</i>	1. Сосредоточенность. 2. Предвкушение. 3. Вдохновение. 4. Удивление. 5. Радость.
<i>Какую функцию выполняет каждое состояние?</i>	1. <i>Сосредоточенность</i> настраивает на результат и концентрирует энергию в нужном мне русле. 2. <i>Предвкушение</i> дает заряд мотивации, когда я размышляю о своих грядущих мыслях и открытиях. 3. <i>Вдохновение</i> запускает поиск и генерацию идей, когда я ставлю перед собой вопросы и ищу ответы. 4. <i>Удивление</i> озаряет меня каждый раз и доставляет удовольствие, когда я нахожу новую изюминку. 5. <i>Радость</i> появляется после каждой успешной идеи и дает энергию для продолжения процесса!

Уровень окружения

Этот уровень также может содержать в себе важные ресурсы и идеи. Это могут быть определенные места, вещи и конкретные личности. Как мы уже писали выше, многим может быть известно, что действительно красный борщ получается только в том случае, если помимо свеклы добавить туда сок лимона. Казалось бы, совершенно простой элемент, однако не все хозяйки и повара о нем знают. И таких ключевых факторов хватает в каждой области. Для примера исследуем окружение, которое можно использовать при генерации идей для статьи.

Окружение	
Вопросы	Варианты ответов
<i>Как пространство влияет на эту деятельность?</i>	В принципе, можно креативить везде: в метро, в машине, даже на ходу. Но лучше и удобнее дома в проветриваемом помещении.
<i>Какие предметы и люди задействуются при этом?</i>	Пригодится все, что можно использовать для записей и рисунков: листы А4, ручки, флипчарт, маркеры, стол, планшет. Можно устроить мозговой штурм с несколькими людьми, если мы вместе пишем статью.
<i>Какие дополнительные ресурсы я еще использую?</i>	Музыка — один из основных ресурсов, особенно если она любимая. Также неплохо иметь под рукой удобное кресло или диван, чашку с чаем и что-нибудь сладкое для лучшей работы мозга.

Если подвести общий итог по исследованию уникальных идей по всей пирамиде ЛУ, то можно заметить, что новое может находиться на каждом уровне: это могут быть ключевые роли и их убеждения. Могут быть конкретные стратегии и состояния, а может быть, это просто важное окружение. Например, некоторые писатели любят во время своего творчества приходить только в определенное кафе, где они заказывают любимый кофе, открывают ноутбук и пишут. Такого рода «якорение» для кого-то может быть открытием, а для кого-то — будничностью. На что мы намекаем? Не следует искать и описывать все подряд. *Ищите «ключевой фактор», проявляющийся в некоем «тайном знании».* Оно может быть тем, что другие не знают или знают, но не используют. Например, если человек хочет изучить английский язык, но не делает конкретных шагов, то в чем проблема? И как ее решить?

После детального разбора, где и что искать, мы хотим продолжить «копать» еще глубже и разобраться, как искать эти ключевые моменты?

ТРИ ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ОДНОЙ МЕЛОДИИ

Стратегии поиска уникальных идей

Как найти уникальную идею, которая может быть востребована другими людьми? Что нужно сделать, чтобы совершить открытие? Существует ли проверенная технология, чтобы постоянно придумывать новое?

Почему эти вопросы так важны? Давайте воспользуемся метафорой. Представьте, что вы недавно влюбились, и у вас начался захватывающий роман. Прошло некоторое время, и вы решили сделать своему любимому (-ой) сюрприз в виде праздничного ужина, но не знаете, как его приготовить. Даже если у вас есть современная кухня и все нужные рецепты и ингредиенты на руках, все равно необходима технология (в виде пошаговых действий). Если вы не умеете пользоваться плитой и сковородой, не знаете, как правильно тушить овощи и смешивать соусы, ничего не получится. Именно поэтому так важно иметь ответ на вопрос «**Как?**»

Есть и другой интересный аспект: требуется знать вкусы вашего любимого, чтобы приготовить ему прекрасный ужин. Что если вы совсем недавно знакомы и плохо знаете друг друга? Вдруг у него аллергия на какие-то продукты? Или он уже пробовал устрицы, которые вы собираетесь приготовить, и ему не понравилось? А может, в свое время он переел моркови и уже терпеть ее не может?

Именно *владение информацией и умение глубоко анализировать ее позволяет находить уникальные идеи*, необходимые людям. Как сделать это и избежать повторения других авторов? Что должно быть в вашей идее, чтобы она заинтересовала людей?

Мы предлагаем вам попробовать **три простых инструмента**, позволяющих откопать ту уникальную изюминку, необходимую людям именно сейчас:

1. Ищите «пропасти».
2. Используйте контрастный анализ.
3. Смотрите через призмы.

А теперь давайте рассмотрим каждый способ отдельно.

I. Ищите пропасти.

Пропасть — это то, что отделяет 0 от 1, проигравшего — от победителя. Часто люди могут не знать, как преодолеть препятствие, как справиться с ним. Оно вызывает страх, непонимание, желание не думать о проблеме. Если в вашей статье люди увидят способ перебраться на другую сторону «пропасти», они будут искренне благодарны вам, а потом расскажут своим друзьям и знакомым о замечательном человеке (т.е. о вас), поделившись такой полезной информацией. Так, шаг за шагом, у вас появятся постоянные читатели, приверженцы, и вовсю начнет работать «сарафанное радио», способствующее вашему пиару.

Какие «пропасти» бывают?

1. Между теорией и практикой.

a. Есть некая теория, но не понятно, как применить ее на практике.

Бывает, что исследователь придумывает теорию, пишет на эту тему книгу, но в ней не дает никаких практических рекомендаций и советов, а тем более детальных инструкций. Так было с системным мышлением, пока не появились адекватные тренинги и статьи на эту тему. Аналогичная ситуация произошла со спиральной динамикой, введенной Кэном Уилбером, пока не появились материалы, описывающие ее практическое применение. Когда вы объясните людям, как использовать ценное знание, они будут вдвойне благодарны вам.

b. Отсутствует объяснение и теоретическое обоснование конкретного явления, способности или стратегии.

Что может нуждаться в теоретическом фундаменте? Это могут быть любые навыки и умения людей в сфере бизнеса, творчества, коммуникации. Точно так же в живой и неживой природе существует масса неисследованных явлений, ждущих своего часа. Именно в таких случаях нужна некая схема, раскладывающая все по полочкам. Если речь идет о человеческих способностях, то модель в идеале должна давать возможность другим воспроизвести ее на практике и получить результат. В свое время у искусства ведения

переговоров не было никакой научной базы. Однако, по мере развития психологии и бизнеса, стали появляться люди, готовые изучить эту сферу, писать статьи, книги и проводить тренинги. Благодаря им теперь каждый желающий может научиться вести переговоры, ведь есть масса практической информации на этот счет.

2. Межу проблемой и решением.

Один из путей человеческого прогресса лежит через преодоление возникающих сложностей. На любом пути могут находиться «ямы», преграждающие дорогу к результату. И чем больше людей сталкивается с подобным препятствием, тем острее стоит вопрос его преодоления. Если существует проблема, а у вас — ее решение, напишите статью и подарите ее миру. Легче всего найти пропасть в той области, в которой вы сами «крутитесь» или работаете. Задумайтесь о сфере вашей деятельности или выбранной для работы темы:

- Какие постоянные препятствия встают на пути людей?
- Что им мешает и вызывает трудности?
- На какие «грабли» они регулярно наступают?
- Решений для каких проблем людям не хватает?
- Какие ситуации вызывают больше всего споров и негодований?
- Что тормозит процесс и заставляет буксовать на месте?
- Какие проблемы возникают у тех, кто находится в начале пути?

Как только вы определили «яму», подумайте, на каком логическом уровне она находится и как можно из нее выйти. Найдите в своем опыте ответы на следующие вопросы:

- Кем нужно быть, чтобы разрешить эту проблему?
- Какие убеждения и верования необходимы для решения?
- Какими стратегиями нужно обладать для преодоления «ямы»?
- Что нужно делать для достижения цели?
- Какое окружение нужно иметь, чтобы справиться с препятствием?

Если вы поможете одному человеку, он будет вам благодарен; если вы подскажите решение сотне людей, они будут вам благодарны, и есть шанс, что ваше имя останется в истории человечества; если вы

откроете путь тысячам и миллионам, ваше имя останется в истории. Для примера: вспомните такие изобретения, как производственный конвейер Генри Форда или лампочку, изобретенную Томасом Эдисоном. Все эти «решения» возникали при формулировке проблем, а иногда даже предвосхищали их возникновение.

3. Между «практикой и практикой».

Отличие этой пропасти от других состоит в том, что ее преодоление не меняет ничего кардинальным образом, а лишь сглаживает и улучшает уже существующую деятельность. Если одна проблема может тормозить всю деятельность, то данная «неровность» в практике выражается в низкой эффективности самого процесса. Большинство людей вообще могут не замечать такую «шероховатость». Например, планирование своего расписания на день эффективно, однако если вы делаете это на компьютере, и у вас нет возможности в течение дня смотреть его, то ведение бумажного или электронного ежедневника, находящегося рядом с вами, будет эффективнее, чем записывание все на домашнем стационарном компьютере.

Размышляя о выбранной теме, спросите себя:

- *Каких мелочей люди не замечают в процессе деятельности?*
- *Как можно сделать процесс еще более эффективным?*
- *Что стоит изменить или трансформировать, чтобы улучшить результат?*

Исследуя свою область, задумайтесь о «пропастях», появляющихся на вашем пути. Какие новые идеи можно найти и какие проблемы вы уже можете разрешить? Ищите подобные мысли на каждом логическом уровне. А мы переходим ко второй стратегии поиска уникальных идей.

II. Используйте контрастный анализ.

Изучая модели, теории и мнения, можно искать несостыковки в разных источниках, касающихся одного и того же вопроса. Часто можно найти две совершенно противоречащие друг другу точки зрения. Тогда вы сталкиваетесь с классической моделью «тезис –

антитезис – синтез». Например, автор «Х» говорит, что управление должно быть жестким и иерархичным, а автор «У» считает, что только демократия может быть основой менеджмента. В реальном же бизнесе можно поочередно использовать разные стили управления в зависимости от той ситуации, которая складывается. Тогда результатом контрастного анализа может быть вопрос: какая стратегия эффективнее в той или иной ситуации? Хорошая его проработка будет вашим личным уникальным вкладом в исследуемую область. Решение более высокого уровня состоит в том, что оба типа управления имеют свои плюсы и минусы и должны применяться в зависимости от конкретных обстоятельств. Или же, читая двух разных авторов, пишущих об одной тематике, вы явно замечаете различие в интерпретации первоисточника. Тогда, используя контрастный анализ, мы можем найти свое мнение на этот счет, на подобных различиях построить свою идею. Думая о противоположных точках зрения, спросите себя:

- В чем здесь будет состоять синтез?
- Как объединить два противоречивых мнения?
- В чем состоит решение более высокого уровня, включающее и тезис, и антитезис?
- Что более глубокое не заметили оба автора?
- Что другие не заметили в первоисточниках?

III. Смотрите через «призмы».

Третья стратегия основывается на удивительной способности человеческого сознания порождать многообразие новой информации, приумножая ее объем в геометрической прогрессии. Данную технологию можно разделить на два вида.

Первый способ основывается на том, сквозь какие фильтры восприятия мы смотрим на объект. Меняя эти «призмы» в нашем сознании, мы становимся способны замечать новые элементы, процессы и идеи. Каждая наука, созданная человеком (физика, химия, биология, социология, география, математика и т.д.), показывает нам «свою» сторону общей реальности. И, если ученые из всех этих областей посмотрят на один и тот же цветок, каждый увидит в нем что-то свое. Интересно, что в качестве «призм» для сознания могут

выступать не просто разные науки, а конкретные модели, идеи и концепции, из которых они состоят.

Давайте для примера изучим «область статей» с разных сторон. Если мы посмотрим на данный феномен через призму психологии, то увидим, что, воздействуя текстом на человека, можно менять его убеждения, взгляды и верования. Используя как фильтры «всю человеческую историю», можно заметить роль письменности в развитии и прогрессе человечества. Если же смотреть с позиции химии, то можно поразмышлять о том, какие материалы и носители использовались людьми для передачи информации, а потом поинтересоваться тем, как на письменную форму передачи знаний влияет прогресс разных наук и что нас ждет в будущем. Теория эволюции продемонстрирует, как строение человеческого мозга и тела привело к возникновению письма вообще. Подобное увлекательное исследование можно продолжать бесконечно. Главное найти новый интересный взгляд на объект и написать об этом свою работу. С какой точки зрения вы еще не думали о вашей области или идее?

Второй способ смотреть через призмы можно выразить в идее Леонардо Да Винчи: *«все похоже на все»* или, как говорил Грэгори Бэйстон, *«все является метафорой для всего»*. Как это работает? Мы берем любой контекст, хорошо изученный нами. Выбираем из него стратегию (убеждение, роли и т.д.), а после переносим ее в совсем другую область. Давайте разберем пример, взятый из нашего тренинга по написанию статей. Участница выбрала тему для своего текста, звучащую как *«Построение эффективной финансовой системы компании»*. Выйдя на демонстрацию, мы спросили об одном из ее любимых увлечений, и она выбрала театральную сферу. Тогда мы начали исследовать: в театре есть режиссер, сценарист, конечно же, актеры. Осветители, звукорежиссеры, помощники... Потом мы спросили ее: «Если взглянуть через «призму театра» на построение финансовой системы в компании, то такой элемент, как «актеры», кем или чем является в твоей идее? А режиссер? А сценарист?» После этого мы продолжили развивать метафору. Ведь есть еще гримеры и ответственные по костюмам. Будет ли грим и костюмы в «финансовой системе»? А еще подобного рода заведения каждый вечер дают спектакли, на которые хотят зрители. Есть «долгоиграющие»

постановки, а есть премьеры. А взглянув на театр с точки зрения большей системы, мы заметим, что есть Большой театр, Малый театр (с сетью филиалов), содружество театров на Таганке. Или, например, театры, не имеющие своей сцены... И каждый раз мы спрашивали: «Если бы театр был метафорой к финансовой системе, то чем бы мог являться этот конкретный элемент?» Было очень приятно наблюдать, как нашу участницу посещают озарения, а содержание ее статьи разрастается прямо на глазах.

Теперь, чтобы самим попробовать этот способ, подумайте об идее или модели, взятой вами для текста. Спросите себя:

- Сквозь какие призмы я еще не смотрел на это?
- Что нового я увижу, если изменю свои фильтры?
- Как мне изменить свой фокус внимания, чтобы заметить новые грани?
- С какими другими идеями/моделями я могу «скрестить» или соединить свою находку?
- Какую метафору я могу развить и найти в ней аналогии своей идее?

Подводя итог стратегиям поиска, давайте вспомним о возможных стратегиях:

1. Ищите «пропасти».

а. Между теорией и практикой:

- i. Есть теория, но не понятно, как ее можно применять.
- ii. Есть практика, но нет соответствующей теоретической базы.

б. Между проблемой и решением.

с. Между «практикой и практикой».

2. Используйте контрастный анализ.

а. Два различных мнения по поводу одного вопроса.

б. Разные мнения по поводу первоисточника.

3. Смотрите через призмы:

а. Что думают о вашей области другие науки?

б. «Все является метафорой для всего».

Итак, используя все три или несколько из описанных способов, вы нашли уникальную идею, и этап поиска пройден. Тут начинается один из последних этапов работы, подразумевающий глубокое изучение своей находки. Ведь пока она все еще, как водная гладь океана, под поверхностью которого скрыты диковинные рыбы и забытые сокровища. Поэтому очень важно разукрупнить и детализировать «ядро» своей статьи. Для этого можно задуматься о следующих вопросах:

- *Из каких более мелких элементов состоит эта идея, модель, стратегия?*
- *Как еще она может проявляться в разнообразных жизненных контекстах?*
- *Как меняется эта идея в зависимости от места и времени?*
- *Как это будет работать у других людей?*

Ответы на эти вопросы и будут составлять содержание вашей будущей статьи, разукрашенной живыми примерами из собственной практики, многоуровневыми метафорами и глубокими цитатами.

ФИНАЛЬНЫЙ

Обобщение всего материала

АККОРД

Если обобщить все описанные шаги поиска новых идей и вывести в виде инструкции, то она будет выглядеть так:

1. Установите область поиска (заданный контекст).
2. Поставьте проблему/цель/вопрос.
3. Настройтесь на поиск нового, войдите в нужное состояние.
4. Задавая себе вопросы, найдите новые ответы, они могут быть на любом логическом уровне (решения).
5. Примените один или несколько способов поиска («пропасти», «контрастный анализ» или «призмы»).

6. Разукрупните свои находки, исследуйте их применение в других контекстах.

Хочется добавить, что все указанные выше приемы можно использовать в связке или каждый по отдельности. Мы предлагаем «поиграть» с тем, что было исследовано, и узнать, как данные элементы стратегии могут работать конкретно у вас. Например: как вы думаете, какие секреты могут быть запрятаны в жонглировании последовательностью и содержанием поиска уникальности? Ваш ответ может быть темой статьи!

Конечно, это не все имеющиеся способы поиска уникальных идей. В данной работе мы описали лишь часть из них. На нашем тренинге по написанию статей мы разбираем более подробно каждый шаг предложенной стратегии. Участники придумывают собственные идеи для статей и находят в своем опыте то, чем хотят поделиться с другими людьми. Как говорится, знание, не пропущенное через тело, всего лишь слухи.

И в конце нашей работы, посвященной одной из вечных проблем, мы хотим привести ментальную карту, показывающую всю структуру написанного. Это позволит вам уложить в своей голове полученную информацию, а заодно поможет вспомнить, о чем мы рассуждали на протяжении всего путешествия.

