

MAREK STĄCZEK

KREATYWNOŚĆ

Jak ją rozwijać w sobie i w organizacji?



czy umiesz wyjść poza ramy?

MAREK STĄCZEK

Kreatywność

Jak ją rozwijać w sobie i w organizacji?

Warszawa 2012

EdisonTeam.pl

© EdisonTeam.pl

Wszelkie prawa, włącznie z prawem do reprodukcji tekstów oraz ilustracji
w całości lub w części, w jakiegokolwiek formie – zastrzeżone.

ISBN 978-83-61485-17-9

Korekta:
Zofia Jurkowlaniec

Ilustracje, w tym ilustracja na okładkę:
Elżbieta Dudziak

(w ilustracji na okładce wykorzystany motyw dzieła J. F. Milleta pt. *Kobiety zbierające kłosa*)

Projekt okładki i skład komputerowy:
Aneta Krzywicka – ARTEMA, e-mail: artema-projekty@o2.pl

Wydawca:
EdisonTeam.pl

Spis treści

Przedmowa	7
Wstęp	8
Rozdział pierwszy. Moje cztery pytania do twórczych osób	13
Rozdział drugi. Kreatywność i proces twórczego myślenia, czyli o roli dobrej definicji i procesie poszukiwania rozwiązania	43
Rozdział trzeci. Sześć złotych zasad kreatywności, czyli o czym warto pamiętać podczas poszukiwania pomysłu	56
Rozdział czwarty. Kreatywność jako warunek przetrwania w zmiennym świecie, czyli o burzliwym związku zmiany i twórczości	65
Rozdział piąty. Cechy osób twórczych, nic z romantyzmu – wiele z pozytywizmu	76
Rozdział szósty. Szklany tunel, czyli o tym, co hamuje naszą kreatywność	101
Rozdział siódmy. „Stymulator 6/14” – nasz pomysł na sesję kreatywnego myślenia	107
Rozdział ósmy. Technika: „Analiza i Synteza”, czyli o pożytkach z dzielenia włosa na czworo	112
Rozdział dziewiąty. Technika: „Problem – Kierunek – Poszukiwanie”, czyli dyskretny urok podróży w nieznanie	121
Rozdział dziesiąty. Technika: „Mapa Myśli”, czyli moc skojarzeń przelanych na kartkę	131
Rozdział jedenasty. Technika: „Analiza Pola Sił”, czyli o możliwości przewidywania przyszłości	136
Rozdział dwunasty. Społeczne uwarunkowania kreatywności, czyli jak rozwijać twórcze myślenie w firmie	141
Rozdział trzynasty. Kreatywność jako sposób na funkcjonowanie w świecie zawodowym i nie tylko zawodowym, czyli o roli emocji w twórczym procesie	176
Zakończenie – Daj sobie szansę i bądź bardziej kreatywny... ..	185
Dodatek – opis procesu poszukiwania pomysłu na produkt	188

Przedmowa

W 1772 roku Józef Haydn, dyrygent dworskiej orkiestry węgierskiego księcia Mikołaja Józefa Esterházy von Galántha, stanął przed karkołomnym zadaniem. Księżę ciągle przesuwiał datę rozpoczęcia urlopu całego zespołu. Muzycy uporczywie nalegali na kompozytora, aby zajął się ich sprawą i wptynał na arystokratę. Haydn wiedział, że prosząc mecenasa, niewiele wskóra. Przemysłał swoje położenie i postanowił, aby w jego sprawie przemówiła... muzyka. Skomponował Symfonię pożegnalną (symfonia nr 45 fis-moll). To 25-minutowe dzieło rozpoczęła orkiestra w pełnym składzie. W miarę trwania utworu stopniowo cichły kolejne instrumenty, kończyły się bowiem napisane dla nich partie. Kolejni muzycy wstawali, gasili swoje świece i cicho wychodzili. Scena stopniowo pustoszała, aż do momentu, w którym symfonię zakończył duet skrzypcowy, a nie – jak to było w zwyczaju – cała orkiestra. Podobno – jak podają źródła – księżę zrozumiał aluzję i dał upragniony urlop swojej orkiestrze.

Haydn znalazł sposób... i właśnie o tym jest ta książka. O szukaniu rozwiązań, twórczym działaniu, zarówno indywidualnym, jak i zespołowym. Marek Stączek dzieli się w niej spostrzeżeniami dotyczącymi kreatywnego myślenia i innowacji.

Zachęcam do lektury.

Jack Brown, EdisonTeam.pl

Wstęp

Wszystko, co nas otacza, miało swój początek w czyjeś głowie.

Harry Adler

Do zastanowienia. Potężne metropolie, Apple, Google, strzelisty gotyk, nowoczesne technologie, demokracja, penicylina, ekspresjonizm, V symfonia Beethovena, szachy, *Zbrodnia i kara...* wszystko to miało swój początek, rozwinięcie i zakończenie w ludzkim umyśle.

Do kogo. Książkę tę dedykuję tym wszystkim, którzy podzielają pogląd, że przez stworzenie ciekawych, oryginalnych i użytecznych koncepcji możemy kształtować nasze *tu i teraz*. Główne przesłanie tych rozważań adresuję do osób potrafiących budować układy społeczne, zespoły, firmy, w których panuje atmosfera tworzenia i przedsiębiorczego działania.

Do zastosowania. Dawno temu przeczytałem zdanie, które ma w sobie coś uwodzącego: *Kiedy wieje wielki wiatr, większość ludzi szuka schronienia, a tylko niektórzy budują wiatraki.* Zatem nie czekaj, rozpocznij budowanie.

Podczas pisania tej książki starałem się podzielić doświadczeniem, jakie zgromadziliśmy w zespole EdisonTeam.pl, prowadząc sesje kreatywnego myślenia oraz projekty wdrażania innowacji w organizacjach.

W treść książki wpisali się moi goście, których poprosiłem o rozwinięcie haseł związanych z kreatywnym myśleniem („słownik kreatywności”). Czytelnik odnajdzie tu wypowiedzi osób reprezentujących różne profesje, np.: aktora, pisarza, naukowca, trenera koszykówki, kompozytora, terapeuty, reportera, muzyka, prezesa spółki finansowej... Ten wybór podyktowany jest przekonaniem, że proces twórczego myślenia i zasady rozwijania kreatywności mają uniwersalny charakter. Uważam, że sposób poszukiwania pomysłów – niezależnie od miejsca, w którym się odbywa – przebiega w bardzo analogiczny sposób i ma w sobie coś *ponadprofesyjnego, ponadbranżowego*.

Sądzę, że Czytelnika zainteresowanego tematem twórczego myślenia szczególnie zaciekaWi rozdział pierwszy – zadaję w nim cztery pytania o *kreatywność* osobom, które uważam za twórcze. W tej części spotkamy ludzi wywodzących się z trzech obszarów: świata mediów, biznesu i sztuki.

Wszystkim Wam, Drodzy Goście, serdecznie dziękuję za to, że zechcieliście podzielić się swoją wiedzą.

Większość rozdziałów zakończona jest dygresją, którą można by opatrzyć tytułem „przesłanie od naszego patrona”. W ten sposób chciałem upamiętnić postać wielkiego wynalazcy, autora 1093 patentów – Thomasa Edisona.

Książka, czego nie starałem się ukrywać, ma charakter nieco osobisty. Opowiadam w niej o tym, czego się dowiedziałem na temat kreatywnego myślenia, co rozumiałem, co poznałem oraz z czym polemizuję.

Życzę miłej i inspirującej lektury.

Marek Stączek, EdisonTeam.pl

Warszawa, 20 stycznia 2012 roku

Ps. Ciąg dalszy rozważań o kreatywności można odnaleźć na blogu www.e-kreatywnosc.pl.



Dla mojej żony Małgosi

Rozdział pierwszy.

Moje cztery pytania do twórczych osób

Zaproszenie do rozmowy przyjęło dwanaście osób. Pytania koncentrowały się wokół znaczenia kreatywnego myślenia w środowisku, w którym dana osoba pracuje. Chciałem się dowiedzieć, jak każda z nich rozumie kreatywność. Próbowałem wydobyć od moich rozmówców pewien sekret. Prosiłem, aby podzielili się praktycznymi sposobami, które ułatwiają im tworzenie ciekawych pomysłów, oraz opowiedzieli, co robią, aby wspomagać innych w twórczym myśleniu.

Wszystkim rozmówcom zadawałem następujące pytania:

1. Skąd czerpie Pan pomysły?
2. Jakie znaczenie ma kreatywność w Pana działaniu?
3. Jak Pan inspiruje innych do tego, by byli kreatywni?
4. Czym dla Pana jest „kreatywność”?

Norbert Biedrzycki

Prezes Zarządu Sygnity S.A.

1. Skąd czerpie Pan pomysły?

Moja metoda to wysiłek fizyczny. Po kilkugodzinnej wyprawie rowerowej z synami, po spływie kajakowym czy np. po treningu przychodzi czas na wypoczynek, ale tylko mięśni... Wtedy do pracy „włączają” się intensywnie szare komórki. To się u mnie sprawdza. Dlatego nie rezygnuję z aktywności fizycznej. Już parę fajnych pomysłów przyszło mi do głowy właśnie w takich sytuacjach.

2. Jakie znaczenie ma kreatywność w Pana działaniu?

Od lat pracuję w branży IT, w której stałą jest zmiana. Na pewno praca zespołowa jest jedną z metod wyzwolenia kreatywności. Członkowie ta-

kiego zespołu, nie krytykując żadnych swoich pomysłów, są w stanie po pierwsze dość szybko rozwiązać dany problem, a po drugie zweryfikować jego przydatność. Ale zespół musi mieć dużą autonomię, a niekiedy trzeba dać mu czas na wyzwolenie kreatywności. Są też jednostki, które wolą takie kwestie rozwiązywać samodzielnie w zaciszu gabinetu czy laboratorium. I tu też liczy się ich autonomia. Nie można jednak zapominać o egzekwowaniu rezultatów takiej kreatywności. Bo brak widocznych wyników może zniechęcić kolejne kreatywne jednostki.

3. Jak Pan inspirował innych do tego, by byli kreatywni?

Zawsze byłem pełen podziwu dla twórców programów kosmicznych w NASA. Zaczynali prawie od zera, bazując raczej na beletrystyce niż na szczegółowo przygotowanych projektach. Musieli ogarnąć wiele wątków jednocześnie, nie brakowało też czasami dramatycznych w skutkach błędów. Ale ludzki umysł (albo raczej setki umysłów) był sobie w stanie poradzić z podróżami w kosmos. Sam zresztą kiedyś brałem udział w projekcie związanym z przygotowaniem strategii wynoszenia ładunków na orbitę pozaziemską. Wiem, ile kreatywności, przedsiębiorczości wymaga ten temat. Nie mogę się doczekać kolejnego kroku po rezygnacji przez NASA z lotów wahadłowcami. To dopiero będzie wyzwanie wymagające kreatywności!

4. Czym dla Pana jest „kreatywność”?

Dla mnie synonimem słowa „kreatywność” jest termin „przedsiębiorczość”. Nie chodzi tylko o innowacyjne pomysły, takie rodem z literatury science-fiction. Pomysł, inicjatywa musi jednocześnie zawierać realne zastosowanie, najlepiej oferować kilka propozycji. I bardzo często ważniejszy od samej idei jest pomysł, jak ją zrealizować. Czyli kreatywność jako trampolina do zmiany, a nie sztuka dla sztuki. Pomysły muszą być osadzone w realiach tu i teraz.

Dariusz Bugalski **dziennikarz, prezenter Polskiego Radia „Trójka”**

1. Skąd czerpie Pan pomysły?

Dosłownie (prawie) – z powietrza, a dokładniej – z eteru. Bardzo wiele tematów programów pochodzi z listów i z wypowiedzi moich radiowych rozmówców. Udało mi się zdobyć sobie przez tych kilka lat pracy w radiu pewien zasób zaufania – ludzie proponują mi tematy. Potem trzeba spróbować je przetransponować na antenę – najlepiej, gdy również kreatywnie. Mój sposób polega na słuchaniu tego, co się mówi: co oznacza sformułowanie, gest, zachowanie?

Przykład: prowadziłem warsztaty z dziennikarstwa dla bardzo młodych ludzi, licealistów, którzy nie mieli radiowego doświadczenia. Ćwiczyliśmy różne elementy radiowego fachu. Jednym z nich jest tzw. hook – coś, co pomaga utrzymać uwagę słuchacza, kiedy nadaje się np. reklamy. Pewna dziewczyna zastosowała „hook” następujący: *za chwilę posłuchamy rozmowy z..., a w tym czasie napijmy się razem herbaty* (to znakomity sposób nie tylko na przeniesienie uwagi, ale i na stworzenie radiowej wspólnoty: herbata–dom–intymność–ciepło...). Ta dziewczyna jednak powtarzała tę zapowiedź co chwila. Dlaczego? Bo nie miała doświadczenia i panikowała? Owszem, ale też i dlatego, że jej nie szło, a ona to czuła. Program był nudny, a herbata zawiera przecież teinę! Dziewczyna mówiła: *wiem, że to nudne, ale spróbujmy nie zasnąć*. Ryzyko nadinterpretacji? Kreatywność niesie ze sobą ryzyko, nie przeczę.

Jeśli chodzi o pisanie – jest podobnie. Noszę ze sobą papier i ołówek i zapisuję, co usłyszę. A ponieważ bazgrzę, nie mogę czasem tekstu rozczytać. Często tracę, co napisałem, ale bywa, że zyskuję, np.: „słoiwa” – ze „słów”. Piękna, „międzyludzka” metafora.

2. Jakie znaczenie ma kreatywność w Pana działaniu?

W moim zawodzie kreatywność jest istotna, bo... jest istotna. Stanowi podstawę i dziennikarstwa, i poezji. Trudno i darmo.

3. Jak Pan inspirowa innych do tego, by byli kreatywni?

W dziennikarstwie zauważam pewną istotną zmianę: staje się ono coraz bardziej domeną i równocześnie ofiarą propagandy, zarówno w sensie komercyjnym, jak i politycznym. Informacji jest za dużo, a my jako „cognitive misers” ulegamy jej z pocałowaniem ręki. „Kreatywne” staje się dziś coś, co kiedyś było po prostu „rzetelne”: trzeba uważnie słuchać, badać, analizować i pokazywać (nie)konsekwencje. To jest tak rzadkie, że staje się kreatywne. Staram się wypracować tę postawę u siebie i u moich słuchaczy.

4. Czym dla Pana jest „kreatywność”?

Mistrzem kreatywności jest dla mnie Głupi Jasio z bajki: czujność, ryzyko, *flow*, intuicja, chwywanie współzależności.

Michał Kiciński

Prezes Zarządu CD Projekt

1. Skąd czerpie Pan natchnienie/pomysły?

Oczywiście mówimy o dobrych pomysłach, a o takie wcale nie jest łatwo. Niestety, złych i przeciętnych pomysłów jest dużo więcej niż tych naprawdę dobrych. I tu w zasadzie kryje się sedno problemu, bo najlepsze pomysły przynoszą największe benefity, gwarantują sukces, natomiast te złe... gwarantują porażkę. Według mnie, dobrych pomysłów nie da się wymusić czy urodzić na siłę. Bardzo rzadko udaje się też wypracować je w sposób rzemieślniczy, powoli robiąc kolejne iteracje dokumentów czy projektów. Ciężko jest też je wymyślać w trakcie burz mózgowych czy zebrań lub narad. Lata doświadczeń zawodowych pomogły mi wypracować pewne metody, wytyczyć drogi postępowania, które znacząco zwiększają szansę na wymyślenie czegoś naprawdę dobrego, a czasem... wręcz przełomowego. Przede wszystkim, aby zmierzyć się z zadaniem o charakterze kreatywnym, potrzebuję odpowiedniego stanu ducha i ciała. To znaczy stanu relaksu psychicznego i fizycznego.

Mam na to kilka wypróbowanych sposobów. Najczęściej stosuję lekki trening na siłowni, połączony z basenem i sauną. Mam ze sobą notatnik, bo właśnie wtedy, zupełnie nagle wpadają mi do głowy bardzo dobre pomysły. A ja podążam tym tropem. Czasem – w ten właśnie sposób – udaje mi się rozpracować dane zagadnienie w dużych szczegółach i niejako samoczynnie. Notatki sporządzam dość pobieżnie, ale na tyle drobiazgowo, aby złapać główną ideę pomysłu. Bywa też tak, że notuję drobne detale, które choć nie są tak znaczące, ale stanowią wartość dodaną całości, a często byłyby trudne do wymyślenia w pośpiechu, w normalnym trybie pracy w biurze. Te detale to czasem pojedyncze zdania do reklam, pomysły na grafiki na koszulki, czy informacje na stronie www. Są to drobne, dobre pomysły, które świetnie wpasowują się w całość i sprawiają, że jest ona ponadprzeciętna. Generalnie proces twórczy trwa do wyczerpania tematu i potrafi to czasem znacząco przedłużyć mój pobyt na basenie. W kolejnych dniach przelewam idee na formę elektroniczną, jednocześnie recenzuję ją i oceniam chłodnym okiem. Na ogół to, co wcześniej wymyśliłem, wciąż wydaje mi się bardzo dobre, choć niektóre szczegóły, te najbardziej szalone, muszę ucywilizować. Zazwyczaj całość wymaga też wygładzenia i uzupełnienia, co jest już pracą bardziej rzemieślniczą. Dopracowanie dobrego pomysłu, gdy uchwyci się już jego ducha, jest zadaniem stosunkowo prostym. Zdarza mi się powierzać to współpracownikom, którzy następnie sami rozwijają i dopracowują zaproponowaną im ideę.

Wspomniany zestaw „siłowniano-basenowy” jest moją sprawdzoną metodą. Jest on o tyle skuteczny, że pozwala pozbyć się stresu i napięć nawet po najcięższym dniu i daje szansę dobrego rozgryzienia problemu nawet w trudne i męczące dni. Nie jest to oczywiście jedyna moja metoda. Świetnie sprawdzają się również medytacje oraz ćwiczenia oddechowe. Jest bardzo wiele rodzajów medytacji i każdy z nich powinien prowadzić do stanu głębokiego relaksu i odprężenia. Praktykowałem również ćwiczenia oddechowe, które szybciej przynoszą efekty zbliżone do medytacji, choć oczywiście doświadczenie to nie jest tak głębokie. Dodatkowo, dostarczenie organizmowi wielkiej dawki tlenu wspaniale rozświetla umysł. Czasem wystarczy zwykły spacer. W przypadku mojego Taty, którego aktywność zawodowa opiera się na nieustannej pracy intelektualnej (jest profesorem socjologii), jest to wręcz podstawowa metoda, która bardzo dobrze się sprawdza. Jeśli chodzi o mnie, to spacer nie do końca mi wystarcza, nie zawsze pozwala dostatecznie zredukować stres i uzyskać stan pełnego

odprężenia. Czym innym są wyjazdy w góry, w które wybieram się często sam i zawsze z notatnikiem. Z ostatniego wypadu w Tatry wysłałem przez komórkę szkic strategii i planu działań firmy na najbliższe 4 lata. Wszystko idealnie i bardzo szybko ułożyło mi się w głowie podczas wędrówek, a siedząc w biurze, męczyłbym się nad tym dużo dłużej i – co najważniejsze – wynik byłby pozbawiony tej magicznej iskierki, która sprawia, że coś wyrasta ponad przeciętność.

Podsumowując, uważam, że każdy powinien odnaleźć własną metodę, w której uwalnia się kreatywność. Przy czym zachęcam do tego, by nie zamykać się w szablonach. U mnie jest to centrum rekreacyjne albo góry, a ktoś inny może dobrze myśleć, prowadząc samochód, biorąc prysznic, czy uprawiając jogging. Patrzmy po prostu, kiedy i w jakich sytuacjach dobrze nam się myśli i kiedy wpadają nam do głowy najlepsze pomysły. A potem starajmy się odtwarzać te sytuacje. Mamy szansę zaobserwować wtedy, że te dobre pomysły jednak nie wpadają nam do głowy w zupełnie losowy sposób, lecz są powiązane z sytuacją lub stanem, w którym się znajdujemy.

2. Jakie znaczenie ma kreatywność w Pana działaniu?

Kreatywność jest dla mnie wartością najwyższą, fundamentem, na którym buduję dalsze działania. Dobry pomysł realizuje się przyjemnie i sprawnie. Dobry pomysł wręcz inspiruje i pomaga w tym, aby go urzeczywistnić w najlepszy możliwy sposób. Z tego względu mam niską tolerancję na pomysły średnie, o słabych nie wspominając. Zdarza mi się przeciągać lub wydłużać proces twórczy aż do czasu, gdy uznam, że pomysł i plan na jego wykonanie jest dostatecznie dobry. Czasem skutkuje to pracą z napiętymi terminami lub wręcz po terminach, ale z drugiej strony gwarantuje to dobry efekt ostateczny. A to jest dla mnie najważniejsze.

Muszę jednak zrobić tu pewne wtrącenie i przyznać, że nie wszystkie sukcesy są efektem dobrych pomysłów. Czasem potrzebny jest też łut szczęścia. Nasza gra „Wiedźmin 2” została wręczona przez premiera Tuska prezydentowi Obamie. Co oczywiście można uznać za szczytowe osiągnięcie PR. Informacje o tym obiegły cały kraj oraz wiele serwisów informacyjnych na całym świecie. Osiągnięcie tego wymagało nie tylko odpowiedniego nagłośnienia „Wiedźmina 2”, ale po prostu zwykłego szczęścia. Gdyby produkt był nieznanym, nikt by nie wpadł na pomysł, aby podarować go Prezydentowi USA. Jednak w żaden sposób nie można

Myśl pierwsza – fenomen gry i subiektywny stan przepływu

Paul Dirac, jeden z najwybitniejszych fizyków XX wieku, odkrywca antymaterii, twórca mechaniki kwantowej – słowem osobowość twórcza w najwyższym stopniu – powiedział tak o swojej pracy: *To była gra. Bardzo ciekawa gra, w którą się bawiliśmy.* Mógłbym się teraz zastanawiać, co Dirac miał na myśli, ale wyciągnę jeden – potrzebny mi w tym momencie – wniosek. Otóż **twórcza praca bliźniaczo podobna jest do zajmującej i wciągającej gry.**

A co charakteryzuje dobrą grę? Myślę, że musi tam być sześć elementów:

1. uczestnicy gry są mocno zaangażowani (np. mecz tenisa ziemnego),
2. cel jest jasno określony (trzeba wygrać),
3. informacja zwrotna o jakości działania dostarczana jest na bieżąco (piłka trafia za linię albo ląduje w polu),
4. grający zatapiają się w działaniu (świat zewnętrzny nie istnieje, jestem skoncentrowany na piłce),
5. przed graczem stoi wyzwanie (ma przed sobą dobrego przeciwnika),
6. poziom trudności jest optymalny (nie gram z kimś początkującym).

Każdy z nas ma doświadczenie uczestniczenia w grze, która nas wessała, czuliśmy się wtedy całkowicie pochłonięci i skoncentrowani, z całych sił walczyliśmy o wygraną.

Fascynujące przedsięwzięcie o nazwie „gra” jest ponadczasowe i ponadkulturowe. Wystarczy wspomnieć o igrzyskach w słonecznej Grecji, balu w zamożnej Wenecji, szachach na dworze władcy z Dalekiego Wschodu. Gra uwalnia w nas energię, doświadczamy tego, co znany psycholog Maslow nazwał „szczytowym doświadczeniem”.



tworzenie jest jak wciągająca gra

KREATYWNOŚĆ

Jak ją rozwijać w sobie i w organizacji?

Marek Stączek w sposób konkretny i uporządkowany pokazuje metody, dzięki którym organizacja może przejść od stadium rozwojowego „Pomysłowego Dobromira” do etapu, w którym mikro i makro innowacje spowodują skok wartości firmy. Autor „Kreatywności” podaje managerom i pracownikom konkretne narzędzia, dzięki którym kreatywność przestanie być świętem, a stanie się codziennością. Pokazuje, jak ważna jest rola środowiska sprzyjającego innowacjom, jak bardzo opłacalne jest stworzenie i rozwijanie takiego klimatu pracy.

Monika Lech, Dyrektor Pionu Informacje, Grupa Onet.pl S.A.

Książkę Marka Stączka otwiera intrygujące zadanie: *„Kiedy wieje wielki wiatr, większość ludzi szuka schronienia, a tylko niektórzy budują wiatraki”* i rzeczywiście, autor w dalszej części swoich rozważań podaje sposoby na budowanie. Dzieli się doświadczeniem związanym z rozwijaniem kreatywnego myślenia i przedsiębiorczego działania. Ciekawym zabiegiem jest zaproszenie do dyskusji ludzi ze świata biznesu, sztuki, organizacji, nauki. Czytelnik bez wątpienia znajdzie wiele praktycznych pomysłów i inspiracji. Gorąco polecam!”

Edyta Brykała, Dyrektor Zarządzająca Noble Concierge

Kolejna, i znów świetnie napisana, książka Marka Stączka. Tym razem autor „wziął na warsztat” jeden z procesów umysłowych – szczególnie wyróżniających ludzi w całym świecie przyrody a jednocześnie niezwykle skomplikowany – kreatywność. Stączek nie tylko przystępnie tłumaczy, co współczesna psychologia o nim wie, ale pokazuje, jak go rozwijać. Ten praktyczny aspekt książki będzie niezwykle cenny dla każdej osoby, dla której twórcze myślenie jest podstawą aktywności zawodowej. A może nie tylko... Bo bez kreatywności trudno wyobrazić sobie satysfakcjonujące życie, nie tylko to profesjonalne.

Marcin Rotkiewicz, *Polityka*

EdisonTeam.pl

ISBN 978-83-61485-17-9

