

ГОЛОД ПО ИДЕЯМ

Выберите цель и каждый день делайте что-то для приближения к ней. «Моцарт, Бетховен, Шуберт, Мендельсон, Шуман сочиняли свои бессмертные творения совершенно так, как сапожник шьет свои сапоги, – изо дня в день, и в большей части по заказу. В результате выходило нечто колоссальное. Будь Глинка сапожником, а не барином, у него вместо двух (правда, превосходных) опер было бы их написано пятнадцать, да в придачу к ним штук десять чудных симфоний» (П. Чайковский). Помните, что «цель разумной жизни – понимать, что справедливо, чувствовать, что прекрасно, и желать, что хорошо» (А. Платен). Развивайте в себе эти качества.

Развивайте в себе дух творчества и инициативности. Учитесь пропагандировать свои идеи. Помните, что «если вы хотите стать более креативным, вам необходимы вызовы, а не глаженье по головке и забота о комфорте. Креативность должна порождать действия, а не только красивые идеи. Она должна обеспечивать возможность изменить мир» (А. Рэнд). «Помните, что обычно все, к чему вы стремитесь, находится за пределами “зоны комфорта”» (И. Пинтосевич). Там же находится и бизнес. «Вылезайте из своей зоны комфорта и держитесь от нее подальше» (Б. Парсон) и знайте, что «кем бы вы ни были, старайтесь быть еще лучше» (А. Линкольн). «Проблема экономики не в кадрах, а прежде всего в отсутствии креатива – дефиците новых идей. Именно в этом – способности генерировать идеи, создавать новые интеллектуальные продукты – и состоит главная особенность одаренности, на которую в ближайшем будущем спрос резко возрастет». «Без регулярной инъекции креативности есть риск, что рутина засосет нас и переварит» (Д. Хьюз).

«Другие увидели то, что было, и спросили, почему. Я увидел то, что могло бы быть, и спросил, почему бы нет» (П. Пикассо). «Креативность связана с нестандартным мышлением. Креативность – это преодоление границ, движение за их пределы. Она не должна быть комфортной или приятной – иногда должна быть похожа на занозу. Трудно, непопулярно, некомфортно – вот девиз креативного мышления. Можно и дальше совершать лишь то, что делает



АВТОР

Анатолий Шалыто

заведующий кафедрой
НИУ ИТМО,
наставник
чемпионов мира по
программированию,
автор книги
«Заметки
о мотивации»

**ОБЫЧНО ВСЕ, К ЧЕМУ ВЫ СТРЕМИТЕСЬ,
НАХОДИТСЯ ЗА ПРЕДЕЛАМИ «ЗОНЫ КОМФОРТА».
ТАМ ЖЕ НАХОДИТСЯ И БИЗНЕС**

вас довольным, спокойным и счастливым, но это не обязательно полезно для вашего мышления и уж точно вредно для ваших творческих способностей» (А. Рен). И еще. «Я не верю в неизбежность. Я не жду, пока все само образуется, и считаю, что все можно изменить. Не позволяйте никому устанавливать для вас границы – делайте это сами» (В. Рометти).

«Креативная разработка начинается с мечты о непредставимом, а заканчивается конкретным продуктом. При этом обычно заранее никто ничего просчитать не может. Более того, над авторами креативных идей окружающие часто смеются, как это было, например, с И. Кампрадом, который предположил, что люди готовы покупать мебель в плоских коробках и собирать ее сами, и не ошибся» (А. Рен). Р. Иошида и С. Учидо, основатели компании Canon, захотели делать фотокамеры не хуже немецких, что по тем временам было дерзостью неслыханной, и сделали их. В общем, если вы сумеете воплотить свою мечту в реальность, то за это вам, скорее всего, воздастся.

Надеюсь, что нашим олигархам подошли бы Билл Гейтс со Стивом Балмером, о

которых писал Пол Аллен: «Они сверхэнергичны, суперумны и маниакально беспощадны. Билл обладает гипе-

рактивностью и суперустремленностью. Я знал только двух человек, которые хотели не просто победить тебя, а уничтожить, если получится. Это Билл и баскетболист Майкл Джордан». «Гейтс – потрясающий и вместе с тем очень сложный руководитель. Как многие креативные личности, он высокомерен, самовлюблен, совершенно нетерпим к чужому мнению, не выносит некомпетентности и медлительности, ненавидит, когда собеседники его не понимают».

Помните, что «вы должны испытывать голод по идеям, по осуществлению чего-либо, по воплощению вашего видения в реальность» (А. Роддик). Помните еще слова Г. Форда: «Бизнес надо вести так, чтобы он был прибыльным, иначе он умрет. Но когда кто-то пытается вести бизнес только ради прибыли, он тоже должен умереть, потому что у него больше нет повода к существованию». ♦