

Những Phương Pháp Tìm Kiếm Sự Sáng Tạo

‘Sáng tạo’ là tính từ phổ biến nhất trong thế giới thiết kế. Mọi người đều muốn trở thành một cá nhân sáng tạo, tìm kiếm giải pháp sáng tạo, hoặc khám phá ra một cuốn sách sáng tạo. Có nhiều từ đồng nghĩa với từ ‘sáng tạo’ từ: khéo léo, thông minh, phong phú, sáng tạo, năng khiếu, cảm hứng, phát minh, độc đáo, kích thích.

Nhưng từ này thực sự có ý nghĩa gì? Và làm thế nào chúng ta có thể kích hoạt tính sáng tạo riêng của chúng ta.

Từ creatio – sáng tạo theo tiếng Latin về cơ bản chỉ gắn với những hành động của chúa. Chỉ sau đó, trong thời đại La Mã – khi con người lần đầu tiên nhận ra khả năng riêng của họ là có thể sáng tạo ra một cái gì đó mới từ một cái đã tồn tại – từ đó, từ sáng tạo được sử dụng để miêu tả thành tích của con người.



Sáng tạo là một quá trình mang tính tinh thần và xã hội, nó liên quan đến việc khám phá về các ý tưởng hoặc khái niệm mới. Có khả năng tạo ra hoặc nếu không thì mang một cái gì đó mới mẽ vào những cái đã tồn tại, và có giá trị – như là một giải pháp mới để giải quyết một vấn đề, một phương pháp hay một thiết bị mới, hoặc một vật thể, một hình dáng hay một ý tưởng nghệ thuật mới.

Dù bằng cách nào, kết quả cuối cùng của tư tưởng sáng tạo đều phải độc đáo và thiết thực.

Một số đặc điểm tính cách đã được chứng minh là có liên quan đến năng suất sáng tạo. Một mức độ cao của sự tự tin là một nhu cầu cơ bản đối với một cá nhân có mục đích tạo ra một cái gì đó mới, một suy nghĩ độc đáo và trí tò mò cũng vậy.

Để thực hành khả năng sáng tạo, người ta phải có quyền tự chủ về lĩnh vực cụ thể của họ, tự chủ để khám phá và linh hoạt để vượt ra khỏi những quy tắc thông thường.

Tuy nhiên, việc có những tính cách phù hợp và thậm chí là có những điều kiện làm việc gây cảm hứng nhất cũng không chắc sẽ mang lại một kết quả có tính sáng tạo.

Các kỹ thuật sáng tạo là một quá trình xuyên suốt hoặc là những phương pháp đã được sử dụng để tạo ra những ý nghĩ phân kỳ — một hình thức tư duy, trong đó có nhằm mục đích sản xuất ra rất nhiều các ý tưởng khác nhau trong một khoảng thời gian ngắn.

Các kỹ thuật sáng tạo đã được sử dụng để tạo ra sự sáng tạo từ bộ não và đặt nó vào trong một giải pháp thực tế. Chúng ta hãy hình dung chúng như là “các kỹ thuật có khả năng sản xuất”.

3 kỹ thuật nổi tiếng để nhen nhóm sự sáng tạo:

Brain storming

(Phương pháp vận dụng trí tuệ tập thể để giải quyết một vấn đề phức tạp)

Thuật ngữ này do Alex Osborn phát minh và sử dụng lần đầu tiên trong cuốn sách của ông có tên “[sự tưởng tượng được ứng dụng](#)” – Brain storming hoạt động tốt nhất theo một nhóm nhỏ, nhưng cũng có thể thực hiện theo cá nhân.

Brain storming là một quá trình bắt đầu từ một vấn đề rõ ràng đã được công nhận bởi tất cả những người tham gia. Một người trong nhóm được chọn để viết lại tất cả các ý tưởng được đề xuất nhằm làm cho tất cả mọi người cùng nhìn thấy.

Brain storming đề xuất giải pháp cho vấn đề, bắt đầu từ những câu trả lời rất rõ ràng, và thường sẽ đi đến cực điểm.

Việc chỉ trích các giải pháp đã đề xuất là không được phép. Mỗi ý tưởng đều được chấp nhận và phải được ghi lại.

Những người tham gia được phép xây dựng và phát triển từ các ý tưởng của người khác.



Jean-Michel Basquiat, một nghệ sĩ người Mỹ và một họa sĩ đầu tiên của Châu Phi trở thành một ngôi sao nghệ thuật quốc tế, đã mô tả cuộc đấu tranh gìn giữ bản sắc riêng bằng cách sử dụng các biểu tượng khác nhau từ Haitian, Puerto Rican và những nền văn hóa của người Mỹ gốc Phi theo cách brain storming.

Bắt đầu từ các yếu tố — màu sắc – hình dạng đơn giản – sau đó, bổ sung những biểu tượng phát triển hơn với các từ và các đường nét kết nối chúng lại với nhau.

Lateral Thinking Lối suy nghĩ một chiều

Lối suy nghĩ một chiều là một kỹ thuật sáng tạo khuyến khích việc lập luận không cần rõ ràng ngay lập tức và các ý tưởng không thể đạt được bằng cách chỉ sử dụng từng bước từng bước theo kiểu truyền thống. Nó là về việc tìm ra một giải pháp cho các vấn đề thông qua một quá trình tiếp cận gián tiếp.



[Edward de Bono](#), là người đặt ra thuật ngữ Lối tư duy một chiều (đã được ghi nhận trong cuốn từ điển tiếng Anh Oxford) được xem như là một chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực tư duy sáng tạo, đổi mới và trực tiếp dạy về tư duy như một kỹ năng. Edward de Bono cho rằng điều quan trọng để phá vỡ những mô hình thông thường phải được thông qua bộ não.

Trong các ghi chép, định nghĩa về Lối tư duy một chiều, De Bono nói: “Lối tư duy một chiều được sử dụng để thay đổi các quan niệm và nhận thức thay vì cố gắng một cách cứng nhắc với các khái niệm và nhận thức tương tự”.

Để chứng minh hình thức tư duy này, hãy xem một vấn đề đơn giản như mở một cánh cửa sổ. Bây giờ, hãy đưa ra một số giải pháp mới, ngoại trừ nùm cửa. Điều này buộc bạn phải nghĩ về các giải pháp sáng tạo gần hoặc phía đối diện của một cái nùm cửa. Nó khuyến khích bạn vượt ra ngoài những suy nghĩ thông thường.

Albert Einstein, tên của ông đồng nghĩa với thiên tài độc đáo và sáng tạo, đã từng nói: ““Vấn đề của ngày hôm nay sẽ không giải quyết bằng những tư duy tương tự đã sản sinh ra các vấn đề từ thời điểm ban đầu””.

Rõ ràng, Einstein đã sử dụng Lối tư duy một chiều để quan sát xung quanh những mô hình hiện tại. Ông đã sử dụng Lối tư duy một chiều để giải thích thế giới vật lý với chúng ta.

Problem Reversal Đảo ngược vấn đề

Trong cuốn sách của mình [“Thật là một ý tưởng tuyệt vời”](#), Charles Thomp son cho rằng cách duy nhất để thực sự hiểu thế giới này là học hỏi từ những tích cực cũng như từ những tiêu cực. Ying-Yang, Summer-Winter, Day-Night thực sự là những ví dụ để minh chứng cho điều này.

Phương pháp đảo ngược vấn đề được dựa trên việc nêu rõ các vấn đề được đảo ngược. Thay đổi một tuyên bố tích cực thành một tuyên bố tiêu cực. Tiếp theo, hãy thử xác định những điều không phù hợp là gì, thay đổi phương hướng, vị trí của quan điểm.

Điều này sẽ mang lại cho bạn một cơ hội quan sát các vấn đề từ các quan điểm hoàn toàn khác nhau, trong đó có thể có một quan điểm dẫn đến các giải pháp hoàn toàn mới và bất ngờ.

Rene Magritte, một nghệ sĩ theo chủ nghĩa siêu thực nổi tiếng người Bỉ đã vẽ bức tranh hiển thị một cái tàu thuốc này.



Bên dưới bức tranh, Magritte đã viết – “Cái này không phải là một cái tẩu”. Bằng cách giải thích rõ ràng đây không phải là một cái tẩu, Magritte đã làm cho những người quan sát đặt ra các câu hỏi: nếu không phải là cái tẩu thuốc, nó thực sự là cái gì?

Đương nhiên, câu trả lời là: đó là một bức tranh. Magritte đã sử dụng kỹ thuật đảo ngược vấn đề để nhấn mạnh chủ thể thực trong tác phẩm của ông: một bức tranh, nói đúng hơn đó là những gì bức vẽ đã miêu tả.

Kết luận

Sir Ken Robinson, một nhà tư tưởng thế kỷ 20 trong sự phát triển của sự đổi mới và nguồn nhân lực, tuyên bố rằng theo thời gian những đứa trẻ trở thành người lớn, hầu hết trong số đó đã đánh mất năng lực sáng tạo của họ; họ trở nên lo sợ rằng họ đã sai – họ đã được giáo dục về sự sáng tạo.

Tại sao điều này lại xảy ra? Nhược điểm có trở thành sáng tạo không?

Việc khuyến khích khả năng sáng tạo có nghĩa là khuyến khích vượt ra khỏi những quy tắc và các giá trị thông thường đang tồn tại của xã hội. Mục đích chủ yếu của khả năng sáng tạo là đặt ra những câu hỏi về các phương pháp cũ và tìm kiếm những phương pháp mới và tốt hơn, và chắc chắn những phương pháp không phải lúc nào cũng phù hợp với thế giới mà chúng ta đang sống. Sự tương quan và khả năng sáng tạo luôn đi theo những hướng riêng biệt.

Những người đang làm việc trong ngành công nghiệp sáng tạo biết rất rõ như thế nào là một cuộc chiến đấu lớn. Tuy nhiên, đừng để nó đáng bại bạn, hãy giữ sức mạnh và giữ những đòi hỏi về sự tự do của bạn. Hãy sắp xếp môi trường của bạn để chúng khuyến khích những ý nghĩ tự do.

Hãy mở rộng tư duy của bạn và đón nhận thật nhiều các dữ liệu nhập. Áp dụng “các kỹ thuật có khả năng sản xuất” và hãy để cho tất cả những tư duy của bạn bộc phát.

Sự sáng tạo đang chờ đợi bạn đánh thức! Hãy tận hưởng nó.

Tư duy vượt giới hạn

Tư duy vượt giới hạn (thinking outside the box – hay còn được gọi theo cách khác là thinking out of the box, thinking outside the square) là cách để nói về những tư duy, suy nghĩ khác bình thường, không theo các lối mòn và thể hiện theo hướng mới mẻ.

Khái niệm xuất hiện khi những nhà quản lý thấy cách giải quyết vấn đề hay những ý tưởng thông thường không đáp ứng được yêu cầu. Tư duy này cũng xuất hiện trong những nhóm làm việc sau khi tổng hợp ý kiến của mọi thành viên mà vấn đề cũng chưa được giải quyết.

Tư duy “bên trong chiếc hộp”

Năm 1899, Charles H. Duell, trưởng Văn phòng cấp bằng sáng chế Hoa Kỳ từng nói: “Mọi thứ có thể phát minh được đã được phát minh hết rồi”. Rõ ràng khi nói câu này, tư duy của ông vẫn nằm trong giới hạn hiểu biết lúc đó.

Những người có tư duy chỉ nằm trong “chiếc hộp” thường gặp phải khó khăn khi tìm kiếm những ý tưởng độc đáo và mới lạ. Hiếm khi họ đầu tư thời gian, công sức hoặc dám theo đuổi những ý tưởng không giống người khác.

Theo đánh giá của những người làm quản lý lâu năm, tư duy bên trong “chiếc hộp” là vũ khí hữu hiệu để huỷ hoại những ý tưởng hay và sức sáng tạo. Trong đầu những người này thường có những tư tưởng “điều đó không thể thành sự thật”, “không thể làm được” hoặc “quá mạo hiểm để thực hiện”.

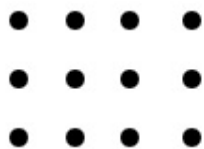
Những người này cũng tin rằng mọi vấn đề chỉ có một giải pháp khắc phục. Vì vậy, tìm ra giải pháp thứ hai thật là lãng phí thời gian và công sức. Câu nói cửa miệng của họ là “Không có thời gian cho giải pháp khác”.

Ngay cả những người vốn có khả năng sáng tạo nhưng sau một thời gian ngừng đào sâu và khai thác khả năng sáng tạo của mình cũng trở thành người có tư duy bên trong “chiếc hộp”.

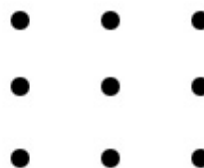
Bạn hãy thử nghiệm bài test của một công ty khi tuyển dụng nhân viên.

01. Với tập hợp 12 điểm tròn và chỉ với 3 đường thẳng nối nhau, bạn hãy tìm cách để 3 đường thẳng trên đi qua hết 12 chấm tròn.

02. Với tập hợp 9 điểm tròn. Hãy cố gắng nối chúng lại với nhau bằng 4 đường thẳng liền nhau.



1



2

Tư duy “bên ngoài chiếc hộp”

Bạn đã thử bài test trên chưa? Rõ ràng với phần lớn mọi người, mặc nhiên họ sẽ dựng cho mình một chiếc hộp bao quanh những chấm tròn. Điều này tương tự bạn đã tự xây cho mình một giới hạn về tư duy. Nếu chỉ quanh quẩn với “cái hộp” đó, bạn sẽ không bao giờ tìm được câu trả lời.

Và đây là đáp án



Chắc bạn sẽ thấy ngạc nhiên. Như đã nói, chúng ta phải mạnh dạn vượt qua giới hạn của “chiếc hộp”. Bạn hãy coi đường thẳng đó không bị giới hạn, kéo dài mãi, khi kéo càng dài thì việc quét hết các chấm tròn càng rõ ràng. Đây là điều mà những nhà quản lý cần nhân viên của mình tư duy và bản thân các nhà quản lý cũng cần phát triển tư duy như vậy. Hãy nhớ, tư duy không có rào cản.

Tư duy ngoài “chiếc hộp” cần những tố chất sau:

- Sẵn sàng đón nhận những nhiệm vụ mới hàng ngày
- Sẵn sàng làm những việc khác nhau và dám làm theo những cách chưa ai làm
- Tập trung tìm hiểu những ý kiến mới và theo đuổi những ý kiến đó Tìm ra những giá trị mới của vấn đề cũ mà chưa ai thấy
- Biết lắng nghe người khác
- Biết hỗ trợ và tôn trọng người khác khi họ đưa ra những ý kiến khác lạ, thậm chí là “điên rồ”

Những người có tư duy ngoài “chiếc hộp” thường là những người dám đón nhận cái mới, nhìn nhận công việc bằng những lăng kính mới, sẵn sàng bỏ thăm dò và tìm hiểu những điều mới mẻ đó. Họ tin rằng những ý tưởng mới dù có thể chưa thuyết phục được phần đông nhưng họ vẫn nuôi dưỡng và ủng hộ ý tưởng của mình. Họ nhận thấy rằng có được ý tưởng là điều tốt nhưng thực hiện ý tưởng còn quan trọng hơn nhiều.

Tư duy bên ngoài “chiếc hộp” chưa bao giờ là việc đơn giản và không phải ai cũng có thể có được, có thể theo đuổi. Thành công chỉ đến với những người dám nghĩ và dám làm.

Nhiều người trong chúng ta đã từng nghe nói đến Copernicus là người đưa ra học thuyết trái đất quay xung quanh mặt trời còn Gallileo dám mạnh dạn ủng hộ quan điểm này ngay cả khi chết với câu nói: “Dù sao thì trái đất vẫn quay”. Vào thời điểm đó, có thể ông là một trong những người, thậm chí là người duy nhất dám vượt rào cản của cả hệ thống tư duy thời bấy giờ khi tất cả đều thừa nhận mặt trời quay xung quanh trái đất.

Nếu không có tư duy vượt giới hạn cả về không gian và thời gian, không dám theo đuổi ý tưởng của mình thì không biết đến bao giờ loài người mới thoát khỏi ảo tưởng trái đất là trung tâm của vũ trụ.

Điều này có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với doanh nghiệp, trong một tổ chức và đối với những nhà quản lý, hoạch định chính sách. Ngoài việc phải nỗ lực tìm kiếm ý tưởng, họ phải biết tạo dựng một môi trường nuôi dưỡng ý tưởng, sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm với ý tưởng.

Việc tư duy theo lối mòn sẽ huỷ hoại thành công đã tạo dựng của bạn. Bạn cần phải biết thay đổi. Phải biết rằng không có gì là tốt nhất. Có thể điều gì đó với bạn lần này là tốt nhất nhưng lần sau sẽ tốt hơn. Và lần sau nữa, điều đó còn tốt hơn nữa. Người Mỹ có câu nói nổi tiếng: “Sống là để thay đổi”.

Hẳn nhiều người trong chúng ta biết đến Michael Dell, người sáng lập đồng thời là Chủ tịch hội đồng quản trị Tập đoàn sản xuất máy tính nổi tiếng thế giới Dell. Dell Computer được thành lập với số vốn ban đầu chỉ 1.000 USD và một ý tưởng chưa từng có: bán các chương trình trực tiếp cho người tiêu dùng, bỏ qua khâu bán hàng trung gian, một điều mà không hãng máy tính nào lúc đó làm.



Kết quả là từ người cung cấp máy tính, Công ty Dell chuyển sang sản xuất máy tính, chuyển sang tập đoàn Dell hùng mạnh với khoảng 41.800 chi nhánh khắp thế giới và là nhà cung cấp các dịch vụ và linh kiện máy tính đầu tiên cho các tập đoàn lớn nhất trên thế giới.

Tư duy ngoài “chiếc hộp” là một khái niệm có ý nghĩa quan trọng, đặc biệt trong thế giới hiện tại luôn thay đổi và các ý tưởng đang ngày càng cạnh tranh hơn. Sẽ không quá khi nói rằng trên thế giới đang có cuộc chiến về ý tưởng. Có thể vào thời điểm đưa ra, một ý tưởng bị coi là điên rồ nhưng không chừng trong tương lai nó lại là cứu cánh cho cả tập đoàn hay cả cuộc đời một người.

Và quan trọng nhất, bạn hãy biết trân trọng khả năng sáng tạo của mình. Đừng xây quanh mình “chiếc hộp” hạn chế tư duy.

Kết thúc bài viết này, tôi muốn đưa ra cho các bạn một số câu hỏi để bạn có thể thử khả năng tư duy của mình.

01. Tại sao các nắp cống lại hình tròn?

02. Có ba công tắc đèn trong một căn phòng không có cửa sổ, 3 công tắc này được nối với ba bóng đèn bên trong căn phòng. Làm thế nào để bạn có thể biết công tắc nào nối với bóng đèn nào mà chỉ đi vào phòng một lần?

03. Một anh muốn cầu hôn một cô gái. Anh ta cầm trên tay một chiếc túi bằng lụa và nói rằng sẽ để vào đó một hòn đá màu đen và một hòn đá màu trắng. Nếu cô gái không nhìn vào chiếc túi mà bốc được viên đá màu trắng thì sẽ thắng, còn nếu bốc phải viên đá màu đen thì sẽ thua và phải lấy anh ta làm chồng. Tuy nhiên, cô gái trẻ xinh đẹp lại thấy anh ta cho cả hai viên đá màu đen vào túi.

Vậy nếu bạn là cô gái xinh đẹp và thông minh này thì bạn sẽ làm gì?

04. Làm thế nào để biết trọng lượng của một chiếc máy bay mà không dùng đến cân?

5 yếu tố để xác định khả năng sáng tạo

Một bài viết trên BusinessWeek đã nói rằng, "Theo một cuộc khảo sát mới trên 1.500 giám đốc điều hành thực hiện bởi Viện IBM, các CEO xác định 'Sáng Tạo' là năng lực lãnh đạo quan trọng nhất cho các doanh nghiệp thành công trong tương lai". Kết quả nghiên cứu thì không bất ngờ, nhưng các doanh nghiệp nêu lên một câu hỏi quan trọng: Làm thế nào để chúng tôi thuê được người có khả năng sáng tạo? Xác định họ bằng cách nào?

Dưới đây chúng tôi phác thảo ra năm phẩm chất đặc của những người sáng tạo. Qua đó bạn có thể phát hiện họ qua tuyển dụng, bạn đồng nghiệp, hay cộng tác viên.

1. Kỹ năng giao tiếp.

Giống như Albert Einstein nói: "Nếu bạn không thể giải thích một cách đơn giản, bạn không hiểu nó đầy đủ." Cho dù bạn đang dẫn đầu một nhóm nghiên cứu, quản lý khách hàng, hoặc đào tạo nhân viên mới, khả năng giao tiếp rõ ràng và chính xác là một kỹ năng hoàn toàn cần thiết.

Đúng. Chúng ta đều phát triển khả năng giao tiếp và quản lý của chúng ta qua các kênh (email, Twitter, Facebook, v.v.), để tập hợp các ý tưởng, và để làm bạn với những người khác, đồng nghiệp và khách hàng của chúng ta.

Làm thế nào để kiểm tra:

Một cách dễ dàng để kiểm tra khả năng này là đề nghị một ứng cử viên giải thích một nhiệm vụ đơn giản. Nếu bạn đã thuê một người quản trị hệ thống, ví dụ, bạn có thể hỏi một cái gì đó giống như, "Hướng dẫn tôi quá trình thiết lập một máy chủ web." Nó không phải là một câu hỏi khó, chỉ là để có được cái nhìn sâu sắc về khả năng giao tiếp rõ ràng của họ.

2. Hành động

Chúng ta có xu hướng đánh giá con người dựa trên kinh nghiệm của họ. Điều này là tất nhiên là phần giá trị nhất của hồ sơ xin việc. Tuy nhiên kinh nghiệm trong công việc có tầm quan trọng nên chúng ta phải đào sâu hơn.

Một dấu hiệu tốt của một người sáng tạo là sẵn sàng hành động, chủ động để đưa một ý tưởng khi có cơ hội.

Làm thế nào để kiểm tra:

Tìm hiểu về quá khứ các trường hợp mà các ứng cử viên đã chủ động hành động. Họ giải thích như thế nào và tại sao họ bắt đầu có câu lạc bộ, tạp chí, hay loạt phim được liệt kê vào lý lịch của họ.

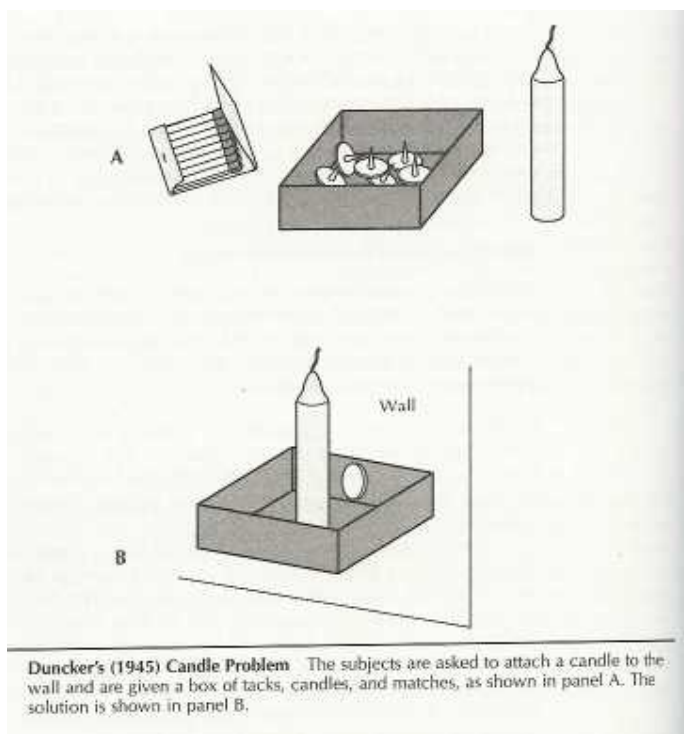
Bạn cũng có thể có được một cái nhìn vào tương lai của họ, bằng cách hỏi những câu hỏi như: "Tôi đặt bạn trong vị trí của tôi ngày hôm nay, điều gì bạn sẽ làm khác? Nếu" hoặc "bạn sẽ về thay đổi gì về sản phẩm (hay quá trình bán hàng, hoặc trang web, v.v.) nếu bạn có cơ hội? "

3. Giải quyết vấn đề.

"[Thinking outside of the box](#)" – "Suy nghĩ bên ngoài cái hộp" – nó cũng là việc giải quyết vấn đề – Khả năng có những giải pháp mới bằng cách vượt qua những cách tiếp cận truyền thống.

Như nhà thiết kế Michael Beirut đã nói "Mỗi vấn đề đều có giải pháp". Theo cách này, những người sáng tạo thành công không bao giờ thấy khó khăn là khó khăn – họ thấy những cơ hội.

Làm thế nào để kiểm tra



A: Tìm giải pháp gắn cây nến lên trên tường với diêm, hộp, ghim. B: Cách thực hiện

Ngoài việc sử dụng phương pháp cổ điển của [Karl Duncker](#) "Candle problem" – "Vấn đề của cây nến" để kiểm tra khả năng giải quyết vấn đề. Khi phỏng vấn ứng cử viên cho team sáng tạo, bạn đừng tập trung vào câu hỏi trực tiếp.

Thay vào đó là các câu hỏi khiến ứng cử viên phải suy nghĩ. Cho một người làm công việc Quan hệ khách hàng, câu hỏi có thể là "Làm thế nào để thương thuyết với một khách hàng khó tính, dễ nổi nóng"

4.Sự tò mò.

Nhà triết học người Pháp Voltaire đã nói "Đánh giá một người qua câu hỏi của họ, chứ không phải câu trả lời". Bất cứ ai đã có một khoảnh khắc "Eureka!" đều có thể táo bạo để hỏi một câu hỏi mới, đi một chặng đường dài hướng tới việc tìm kiếm các giải pháp đúng.

Hơn nữa, một mức độ cao của sự tò mò – thường mang nhiều phẩm chất khác, chẳng hạn như sáng tạo, tháo vát, và can đảm. Họ cũng có xu hướng tránh sự nhầm lẫn và thờ ơ – thứ tình cảm đó sẽ đầu độc bất kỳ nỗ lực sáng tạo.

Làm thế nào để kiểm tra

Hãy chú ý vào những câu hỏi của ứng cử viên. Hoặc đề nghị họ hỏi những câu hỏi về công ty bạn. Hay hỏi họ về cuốn sách họ đang đọc, hoặc một điều gì đó mà họ mới phát hiện ra.

5. Rủi ro

Họ sẵn sàng với rủi ro. Vì thất bại là một phần của thành công. Chúng ta chỉ có thể phát triển khi vượt qua ngưỡng giới hạn của mỗi chúng ta. Biên đạo múa Twyla Tharp nói "Nếu bạn làm những gì bạn biết, tốt thôi. Bạn sẽ không thất bại, nhưng bạn sẽ thấy thiếu hứng thú với công việc và bạn sẽ chẳng bao giờ tiến xa được".

Nhiều người coi thất bại là một dấu hiệu của sự thành công. Nó có nghĩa bạn đã cố gắng để vượt qua giới hạn của mình.

Làm thế nào để kiểm tra

Giám đốc điều hành Linda Heasley thích hỏi: Hãy cho tôi biết một vài tình huống mà bạn thấy bạn đang ở danh giới nguy hiểm hoặc đối mặt với những mâu thuẫn về quan điểm của mình. Hay một câu hỏi thú vị khi đề nghị ứng cử viên nói lên những điều họ cảm thấy hối tiếc vì đã không làm tại công ty cũ.

Như nhà tâm lý học Daniel Gilbert chỉ ra: Người ta thường hối tiếc về những điều không làm hơn là những điều đã làm. Vì vậy sự hối tiếc và sự chấp nhận rủi ro thường tỉ lệ nghịch với nhau.

Kết luận

Tại sao iDesign lại post bài này? Vì khi đọc bài viết này ngay lập tức tôi tự hỏi mình có phải là người sáng tạo hay không? Và tôi cũng nhớ tới một câu hỏi về tính sáng tạo. Đơn giản là: Bạn có phải là người có óc sáng tạo? Nếu bạn trả lời "CÓ" thì bạn là người có óc sáng tạo.

Vậy 5 yếu tố trên đây nếu bạn đã từng trả lời "CÓ" thì bạn hãy nhớ và làm theo nó để là một người luôn sáng tạo.