

Татьяна АНДРЕЕВА

Гуманитарный университет,
г. Екатеринбург

Поиск идей в PR-работе

Суть работы PR-специалиста состоит в том, чтобы подать в необычной форме, в общем-то, обычную информацию. Можно выделить два способа «поиска идеи»: метод мозгового штурма и метод синектики.

Метод мозгового штурма.

Этот метод появился в Соединенных Штатах Америки в конце 30-х годов, а окончательно оформился и стал известен широкому кругу специалистов с выходом в 1953 году книги А. Осборна «Управляемое воображение». Осборн предположил, что рождение новых, нестандартных идей «тормозит» особенность человеческого сознания, которая проявляется в подсознательном желании «подвергать критике» любую идею. Кроме того, каждый из нас, выдвигая ту или иную идею, опасается попасть под критический обстрел коллег. Чтобы избежать этого необходимо разделить во времени и пространстве два процесса: генерирование идей и их критический анализ. При этом, идеи, рождаясь в группе генераторов, теряют персональное авторство и становятся продуктом коллективного творчества. На этапе генерации идей есть три основных правила:

1. Запрет критики
2. Запрет обоснования выдвигаемых идей.
3. Поощрение всех выдвигаемых идей.

Для участия в этапе генерации идей целесообразно привлекать людей, отличающихся хорошими творческими способностями, большой скоростью мыслительных процессов, легкостью включения в новые ситуации, гибкостью, способностью быстро переключать внимание с одного аспекта на другой. К участникам штурма обращаются с просьбой разработать исходные идеи. Для этого в одной комнате собираются 4 — 7 человек. Ведущий представляет стратегию позиционирования, которая должна лежать в основе творческих идей, а затем действует как наблюдатель. На первом этапе участники получают два указания: выдавать количество, а не качество и выдавать не менее 10 решений, при этом на каждое дается не более 15 минут.

Метод синектики.

Слово «синектика» — греческого происхождения и буквально означает соединение воедино различных, зачастую несовместимых элементов.

Синектика имеет много общего

с методом мозгового штурма. Ее идея состоит в объединении отдельных творцов в единую группу для совместной постановки и решения конкретных творческих задач. Метод основан на использовании бессознательных механизмов, проявляющихся в мышлении человека в момент творческой активности. В ситуации, когда люди — «синекторы» объединены в группу, от них требуется высказывать свои мысли и чувства по поводу поставленной творческой задачи. Нерациональная форма обсуждения является причиной проявления в памяти метафор, образов. Расторможенность мышления в группе синекторов приводит к стимулированию подсознания и к проявлению творческой интуиции.

Важным критерием для отбора

членов группы является эмоциональный тип. Он влияет на то, как человек подходит к поставленной задаче.

То есть если подбор группы генераторов мозгового штурма состоит в выявлении активных творцов, обладающих различными знаниями. Их эмоциональные типы особо не учитываются. В синектике же совсем наоборот. Скорее будут выбраны два человека с одним и тем же багажом знаний и опыта, если при этом они различны в эмоциональной сфере.

В обоих методах важную роль играет руководитель, который следит за процессом, выступает, если надо в роли «адвоката», записывает идеи и помогает участникам говорить «на одном языке», примиряет чрезмерные творческие амбиции.