



Walter Elias Disney byl geniální americký podnikatel počátku minulého století, který se proslavil zejména díky stejnojmenné společnosti Walt Disney Company a jejím legendárním kresleným postavičkám. Kromě nich je však tato společnost známa zejména ve světě managementu ještě jednou věcí – metodou řízení kreativního procesu prozaicky nazývanou Disney Creativity Strategy.

Tři místnosti pro tři názory

Walt Disney Method je doslova ideálním lékem na typicky český negativistický přístup. Naprosto totiž odděluje fáze „bylo by super kdyby...“ a „to je blbost, to nikdy nevyjde.“ Tuto metodu využívaly a dost pravděpodobně i nadále využívají studia Walt Disney při tvorbě nových příběhů notoricky známých komiksových postaviček. V praxi ji lze ale využít i v libovolném jiném kreativním procesu, ať již připravujete reklamní kampaň anebo se třeba chystáte vyrazit někam na dovolenou.

Základem Disneyho strategie je fakt, že v každém z nás se nacházejí tři různé „trpaslíky“, kteří se podílejí a navzájem perou při vzniku každé naší myšlenky. Těmi trpaslíky jsou Snílek, Realista a Kritik. Převáděno z pohádkové formy do běžné mluvy je to optimista, realista a pesimista. Klíčový problém, který brzdí naši kreativitu, i ochotu k inovacím je ten, že všichni tři se hlásí o slovo naráz a že každý z nich má v určité fázi našeho života navrch. Zatímco u dětí je Snílek v jednoznačné převaze a Kritik se krčí kdesi v nedohlednu, tak u velké části dospělé populace v České republice je Snílek zapomenut kdesi za dveřmi dětského pokoje, Kritik sedí na trůnu a Realista se musí vždy hlásit o slovo. Disney ale přišel s doslova revolučním nápadem – všechny tři skřítky rozsadil a každému dal jeho místnost, kde se může plně projevit.

Na návštěvě u Snílka

Každý kreativní proces tak začíná v místnosti u Snílka. Ta ve studiích Walta Disneyho skutečně existovala, byla patřičně prostorná a její vybavení nijak nelimitovalo představivost tvůrců komiksu. Klíčovým mottem Snílka je: „já chci.“ Pro Snílka je každý jeho nápad možný. Když bude chtít Snílek, aby prase mělo křídla, tak se bude snažit zajistit, aby křídla mělo a navíc aby létalo lépe než ptáci. Snílek nemůže vymyslet žádnou hloupost. Snílek jen vymýšlí dokonalé sny, které by sám chtěl prožít. Od toho, aby se prase naučilo létat, jsou tu jiní skřítki.

Realista není pesimista

Jakmile je hotový váš sen o tom, co byste chtěli a jak by to v ideálním světě mělo fungovat, přichází na řadu Realista. Ten sídlil u Disneyho v jiné místnosti, která svým vybavením i vzezřením inspirovala k realistickým myšlenkám a otázkám. Úkolem Realisty totiž je, postarat se o to, aby šel sen realizovat. Realista neřeší, že je nemožné, aby prase mělo křídla. Realista řeší, co všechno udělat pro to, aby prase opravdu létalo a jak mu křídla zajistit. V reálném světě je tak úkolem realisty pro prase zajistit kluzák, uchycení k němu a způsob, jak prase dostat do vzduchu. Realista proto hledá konkrétní kroky k naplnění plánu i metriky ke zjištění, zda byl plán skutečně splněn. Aby měl pro svoji práci dostatek informací, musí komunikovat se Snílkem. Snílek na základě této komunikace upřesňuje své sny a přibližuje je více realitě. OK, praseti nemohou narůst křídla, nicméně s kluzákem může bez problémů létat.

V Kritikově komůrce

Poslední z místností Walta Disneyho byla tmavá, mrňavá a celkově nepříjemná komůrka, ve které přicházel ke slovu Kritik. Nebyl to ale ten typický český rejpal, byl to Kritik, který se snažil upozornit na reálná rizika neúspěchu. Je možné to stihnout? Vejdeme se do rozpočtu? Proč je důležité udělat všechny navrhované kroky? Atd. Všimněte si, že ani Kritik nikde neříká: „je blbost, aby prase mělo křídla.“ Úloha Kritika je spíše v tom upozornit na to, jak velký kluzák bude potřeba, jakou by měl mít nosnost, kde se sehnat prase pro daný projekt a jak bude vypadat bezpečný start a přistání takového prasete. Kritik přitom své otázky klade Realistovi a nikoliv Snílkovi, kterému by podobné „rýpání“ mohlo zkazit jeho současné, ale zejména i budoucí sny a nápady. Kritik tudíž ani neposuzuje prvotní myšlenku, ale plán její implementace, což je radikální rozdíl.

S Disneyem může i prase létat

Klíčovým prvkem Disney Creativity Strategy je tedy rozdělení kreativního procesu do tří fází, striktní dodržování příslušných rolí a hlavně také postupná zpětná vazba. Velice důležitý je také fakt, že všichni tři trpaslíci chtějí, aby se projekt podařilo úspěšně realizovat. Pokud však Kritik

Napsal uživatel Martin Zikmund

Neděle, 03 Leden 2010 12:03 - Aktualizováno Pondělí, 29 Březen 2010 18:02

zjistí, že by úspěšná realizace nebyla za daných podmínek možná, pak nejprve Realista zkusí upravit implementační plán a pokud ani potom Kritik nebude vidět dostatečnou pravděpodobnost úspěchu, upraví Realista po diskusi se Snílkem původní zadání. V celém procesu tak nikdo „není úplně padlej na hlavu,“ nikdo nevymýšlí „totální hlouposti,“ a nikdo jen „blbě nekecá.“

Ostatně zkusme si zrekapitulovat náš plán s létajícím prasetem:

Snílek: *„Chci, aby prase mělo křídla.“*

Realista: *„Bohužel se mi nepodařilo najít způsob, jak praseti křídla zajistit. Nicméně, kdyby ti šlo o to, jak zajistit, aby prase létalo, tak to bych uměl.“*

Snílek: *„To nevadí, já od začátku hlavně chtěl, abych mohl vidět prase létat. Ale přesto bych chtěl, aby tam nějaká ta křídla zůstala, i když praseti přímo nenarostou.“*

Realista: *„Naším úkolem je, aby prase létalo a mělo při tom křídla. Vymyslel jsem, že při použití prasete o hmotnosti do 70 kg lze využít kluzák XY. Ten by roztáhlo motorové letadlo a prase by pak létalo.“*

Kritik: *„Jak ale zajistíme, aby prase na zemi za motorovým letadlem nabralo dostatečnou rychlost, když má malé nožičky. A jak zajistíme jeho bezpečné přistání?“*

Realista: *„Tak to uděláme ve vodě. První bude sloužit k roztažení a řízení kluzáku s prasetem a druhého člunu prase vzlétne a zpátky na něj přistane, jako se to dělá běžně s lidmi.“*

Snílek: *„Super, máme létající prase s křídly!“*

Kritik: „*Super, našli jsme ověřený způsob, jak běžně bezpečně létají a přistávají živé objekty i těžší než 70 kg.*“

Použitá literatura a další zdroje

[1] CAPODAGLI, Bill, JACKSON, Lynn. The Disney Way : Harnessing the Management Secrets of Disney in Your Company. United States of America : Center for Quality Leadership, 1998. 244 s. Dostupný z WWW: <<http://www.scribd.com/doc/3123654/The-Disney-Way>>. ISBN 0-07-012064-1 .

[2] TRICKEY, Keith V. The Walt Disney Creativity strategy. [s.l.] : [s.n.], 2004. 6 s. Dostupný z WWW: <<http://www.wiredportfolio.com/blog/wp-content/uploads/2008/10/DisneyPaper.pdf>>.

[3] Disney Creativity Strategy [online]. 2006 [cit. 2009-12-02]. Dostupný z WWW: <http://www.mycoted.com/Disney_Creativity_Strategy>.