



Zeer beknopte samenvatting van

George Parker's Grote boek van de CREATIVITEIT

René Descartes zei ooit: "Ik denk dus ik ben."

Paul Watzlawick, een communicatiepsycholoog, schreef: "Je bent dus je communiceert." Je kunt niet niet-communiseren!

Ik voeg daaraan toe: "We communiceren dus we creëren." We kunnen niet niet-creëren!

Aan alles dat je om je heen ziet is een gedachte, een gevoel en een handeling voorafgegaan: de stoel waarop je zit, het papier dat je in je handen hebt en de kleding die je aanhebt. En zelfs aan jou zelf is een gedachte en een gevoel voorafgegaan! Je bent tegelijk het gevolg en de oorzaak van een keten aan gebeurtenissen en kunt die keten beïnvloeden door je gedachten, woorden en handelingen te veranderen. Natuurlijk zijn we dat lang niet altijd bewust, maar dat maakt de creatieve kracht van onze gedachten en acties niet minder.

Boek 1: De Psychologie van de Aandacht

"Alles dat Aandacht krijgt gaat Leven."

George Parker's Drie Wetten van Waarneming®

De Eerste Wet van Waarneming: Focus creëert je Realiteit

Focus is geconcentreerde aandacht. Je aandacht is beperkt. Wat je waarneemt is een resultaat van selecties en interpretaties. Waarneming is belangrijker dan realiteit: het gaat er niet om wát je ziet maar om wat je erin ziet. Dat geldt voor heden, verleden en toekomst, en ook voor wat je in anderen en in jezelf ziet.

De Tweede Wet van Waarneming: Perspectief creëert je Focus

De invalshoek van waaruit je kijkt bepaalt wat je zult waarnemen. Dat wordt bepaald door waar je fysiek staat en in nog hogere mate door hoe je denkt. Een mening is immers een standpunt; en dat standpunt levert een zeker perspectief op. En, net als bij een fysiek perspectief, levert dat blinde vlekken op. Op basis van beperkte informatie vul je de rest aan tot een totaalbeeld. De mate waarin je in dat totaalbeeld gelooft kent drie niveaus die ik de drie lagen van zekerheid noem:

- a. Aannames, een lichte vorm die makkelijk te veranderen is
- b. Mening en overtuigingen, een minder makkelijk te wijzigen vorm
- c. Paradigma's, een soort onbewuste grondwetten die de basis vormen van hoe je tegen de wereld aankijkt en waarop je je overtuigingen, meningen en aannames baseert.

De Derde Wet van Waarneming: Je kunt én je zult van Perspectief wisselen

Je zult van Perspectief wisselen omdat er van buitenaf altijd invloeden zijn waar je geen directe invloeden op hebt zoals maatschappelijke en politieke ontwikkelingen, veranderingen in je leef- en werksituatie en dergelijke. Je kunt van Perspectief wisselen omdat je je aannames, meningen, overtuigingen en zelfs je paradigma's kunt veranderen. Door van Perspectief te wisselen, wissel je van Focus en dus wissel je van Realiteit.

Boek 2: Het Handboek Creëren

Waar een wil is ontstaat een weg

Wat wil je?– De CHI-doelstelling

Eigenlijk is het makkelijk om te bepalen wat je wilt. Je verzint gewoon veel situaties die je wilt meemaken en pakt er de meest fascinerende uit. Vervolgens ga je het doen. In de praktijk blijken veel mensen het zich op allerlei manieren moeilijk te maken. In dit hoofdstuk wordt duidelijk wat die drempels zijn en hoe je ze kunt overwinnen. Aan de hand van de Creatieve Lemniscaat® en de CHI-doelstelling leer je hoe je jezelf kunt bespelen. Je maakt gebruik van de Wetten van Waarneming® door een werkelijkheid te verzinnen die je graag wilt. Door te denken in termen van Concrete, Herkenbare en Inspirerende gebeurtenissen verander je je positie waardoor je op nieuwe ideeën zult komen en nieuwe ontdekkingen zult doen. De CHI-doelstelling kun je uitleggen als 'een levendige herinnering van een toekomstig moment waar je intens naar verlangt'.

Concreet en Herkenbaar betekent dat je dat moment direct zult herkennen aan wat je ziet, een sfeer, geluid, smaak, geur, een ervaring, hoe het voelt, en dergelijke. Inspirerend betekent dat je er energie van krijgt (CHI is het Chinese woord voor levenskracht/energie).

Daarna bepaal je wat de primaire elementen zijn in dat toekomstbeeld. Deze primaire focuspunten beschrijven de vitale elementen die niet mogen ontbreken.

Actie– De Survival Versie van je toekomst

Ghandi zei ooit "Be the change you want to see in the world." Lééf de verandering die je tot stand wilt brengen, hier en nu. Dat dwingt je om zeer concreet te worden over wat je wilt. Dat is opnieuw niet moeilijk en opnieuw werpen veel mensen soms absurde drempels op. Zo wilde een gemeente kortere rapporten schrijven en korter vergaderen. Daarover schreven ze lange rapporten en hielden lange vergaderingen. Ze leefden het omgekeerde van waar ze op uit waren en je kunt je voorstellen dat het vervolgens een moeizaam proces wordt om korte rapporten op te leveren. De oude patronen sturen de ideeën terwijl ze Concrete, Herkenbare en Inspirerende beelden zouden moeten verzinnen over wat een kort rapport is om er vervolgens een kort rapport over te schrijven.

Het leven van je toekomst noem ik de Survival Versie van je toekomst. Je verzint een CHI-doelstelling, definieert de primaire focuspunten en creëert, binnen de limieten van tijd, geld en middelen, mini versie van je toekomstbeeld, mét behoud van die primaire, vitale elementen. Als je als kind droomde van een fietstochtje met je vrienden deed je geen haalbaarheidsonderzoek maar probeerde twee stoeptegels ver te komen.

Natuurlijk houden onze oude patronen ons vaak vast in een lus van herhaalde creaties en daar is niets mis mee. Het creëert rust en evenwicht. Maar als er veranderingen gewenst zijn is het goed om CHI-doelstellingen en Survival Versies te gebruiken om deze effectief tot stand te brengen.

De drie niveaus waarop je kunt veranderen lopen parallel met de drie lagen van zekerheid:

1. Transformatie (als je aannames verandert kun je op een oppervlakkig niveau veranderen: vormverandering is als als een klomp klei die eindeloos veel vormen kan krijgen. Of als je besluit een andere eettafel of bank te kopen.)
2. Transmutatie (als je je meningen en overtuigingen verandert kun je wezenlijk anders tegen de wereld en jezelf aankijken; de aard van het materiaal, de klei, verandert. Bijvoorbeeld in steen, hout, goud. Of als je je huis een wezenlijk ander karakter geeft door een verbouwing of volkomen andere benadering t.a.v. de inrichting).
3. Transcendentie (als je je paradigma's verandert ben je in staat om je persoonlijke werkelijkheid te overstijgen; doordat je van diepe grondwetten loskomt kun je vrij kiezen. In het geval van klei voel je je vrij om met andere dingen aan de gang te gaan. In het geval van het huis ontdek je dat je niet vastzit aan de noodzaak van een huis.)

Rust

Elke seconde gaan er 2 miljoen bloedcellen dood en worden er 2 miljoen nieuwe geboren zonder dat je het bewust registreert. Er is al beweging. Creëren betekent dat je op basis van wat je wilt die beweging sturing geeft. Maar je hoeft niets. Je kunt met de beweging meekabbelen. Dat geeft rust en vanuit rust kom je er beter achter wat je wilt. Bovendien is het na creëren goed rusten.

Een greep uit de vele technieken die na deze hoofdstukken worden beschreven:

Hoofdstuk 1: Wat wil je?

- VISION QUEST/LIGHT
De reis naar binnen
- 'JA, MAAR'-ANTIGIF
Angsten zijn normaal, maar richt je er niet op
- DE TIJDREIS
Het Toekomstverhaal en het toekomstscenario
- ZAPPEN DOOR DE STAD
De inspiratie ligt vlak onder je neus

Hoofdstuk 2: Actie

- DE SURVIVAL VERSIE
Het ingebodde commando en de Instant SurvivalVersie
- HET PERSOONLIJK BUREAU VOOR STATISTIEK

Nuchtere informatie over je eigen geschiedenis

- CREËREND ONDERHANDELEN
Van compromis naar co-creatie
- ANGST 2
Als Angst 1 te eng is

Hoofdstuk 3: Rust

- DE VRIEZER
De hype van vandaag is morgen vergeten
- DE KLAAGMUUR
Lucht je hart
- MEDITATIE
Als alles samenvalt

Boek 3: Het ABC van de Creativiteit

Er zijn altijd nieuwe ideeën. Ook als jij ze even niet meer hebt.

In dit deel betekent creativiteit vindingrijkheid en inventiviteit. De kern van elke vorm van vindingrijkheid is gebaseerd op de Derde Wet van Waarneming: als je een onderwerp of probleem vanuit een ander perspectief benadert zult je andere aspecten ontdekken. Omdat we vaste perspectieven kiezen of er gewoon aan gewend zijn zullen we veelal dezelfde werkelijkheid waarnemen en dus op soortgelijke oplossingen komen. Omdat die gewoontes ons veel comfort geven zijn er technieken nodig om uit onze oude patronen los te komen. In het ABC van de Creativiteit wordt een Basistechniek en vele aanvullende technieken beschreven om dit zelf te doen en anderen erbij te helpen. De drie letters staan voor:

A = Associatie, B = Het bouwen van zintuiglijke Beelden, C = De Chemie van het combineren

Associaties zijn als het ware 'hyperlinks' in je hoofd. Die stimuleer je maximaal door op een beeldende, zintuiglijke manier te denken en te handelen. De ene gedachte of ervaring zal leiden tot een andere. Door nieuwe combinaties te maken zullen er nieuwe ideeën ontstaan. De basistechniek maakt gebruik van de Creatieve Lemniscaat® en stelt je in staat om altijd en overal je omgeving te gebruiken om op nieuwe ideeën te komen.

De drie niveaus waarop je in toenemende mate vernieuwend bent lopen parallel met de drie lagen van zekerheid:

1. Andere ideeën – variaties op het bekende.
2. Nieuwe ideeën – structurele veranderingen.
3. Vernieuwende ideeën – fundamentele veranderingen.

Een greep uit de vele technieken die na deze hoofdstukken worden beschreven:

- DE WILLEKEURIGE WOORDENLIJST
Bruggen slaan
- STIJLOEFENINGEN
Eén verhaal, duizend manieren om het te vertellen.
- DE GRENS
Beperkingen simuleren de creativiteit meer dan
- DE KRANT
De wereld loopt over van verhalen
- KRUISVERBAND
Gebruik wat je al in huis hebt!
- HOOFD, HART en HANDEN
Gebruik al je intelligenties
- EEN BOOM MET EEN GEZICHT
Dingen zijn personen
- HET NEGATIEF
Binnenstebuiten en ondersteboven

“Als verbeelding en realiteit elkaar raken, ontstaat magie!”

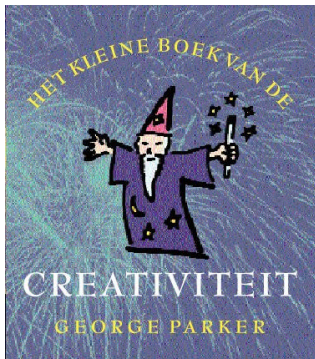
George Parker

www.georgeparker.nl

magus@xs4all.nl

06 – 5110 8415

Het Grote Boek van de CREATIVITEIT (ISBN 90 630 5122 0) is in de boekhandel en via www.bol.com, www.managementboek.nl of www.ako.nl voor € 18,95 verkrijgbaar. Voor bestellingen vanaf 50 exemplaren kunt u contact opnemen met: Mirjam Schouten van uitgeverij Archipel / De Arbeiderspers. U krijgt de volgende kortingen: 50-100 ex.: 10%, 100-200 ex.: 20%, 200-500 ex.: 30%, 500 en meer: 40%.



Bij dezelfde uitgever verscheen eerder het succesvolle Kleine boek van de CREATIVITEIT. Een creatief orakel met tientallen prikkelende stellingen met daaraan gekoppelde creatieve opdrachten die je denken en doen zullen losmaken.

Als extraatje is een veelgebruikte creatieve technieken opgenomen: de 'willekeurige woordenlijst' die ook in Het grote boek van de Creativiteit uitgebreid is beschreven.

Het formaat van 11 cm x 11 cm maakt het tot een ideaal zakboekje dat zijn dienst kan bewijzen tijdens in allerlei werk- en privésituaties.

**Al 5 drukken verschenen.
20.000 exemplaren verkocht!**

Het boekje is in de boekhandel en via www.bol.com, www.managementboek.nl of www.ako.nl voor € 5,79 verkrijgbaar.

Voor bestellingen vanaf 50 exemplaren kunt u contact opnemen met: Mirjam Schouten van uitgeverij Archipel / De Arbeiderspers. U krijgt de volgende kortingen: 50-100 ex.: 10%, 100-200 ex.: 20%, 200-500 ex.: 30%, 500 en meer: 40%.

In het oktober 2002 verscheen De Scheurkalender van de CREATIVITEIT (ISBN 90 6305 045 3) bij dezelfde uitgever. Een eenmalig project waarvan de hele voorraad uitverkocht raakte.

Uitgeverij Archipel/De Arbeiderspers, afdeling Verkoop

* Postbus 2877, 1000 CW AMSTERDAM

(020 – 524 75 52

2 020 – 622 49 37

: m.schouten@Arbeiderspers.nl

