

ורד מוסנזון

ארגז הכלים הצהוב

מדריך לגידול רעיונות

Vered Mosenzon
The Yellow Tool Box

מהדורה 1 2008

Copyright and registered trademark © 2008
by Identity & Language, Tel-Aviv
Printed in Israel

זהות ושפה – הוצאה לאור
עריכת טקסט: כרמל שרייר
עריכה לשונית: אהרון לירון
ייעוץ, וניהול הפקה: OPEN T.B.E
עיצוב ואיור: מיכל־זהר וקסלר
הפקה: רוני ראזוניץ / נאו פרודקשן
צילום כריכה אחורית: גולי כהן
צילומים ודימויים באדיבות: ביטוח ישיר, OPEN T.B.E, orange, שלמור אבנון
עמיחי / Y&R, שחל, משרד התירות

אין להעתיק, לשכפל, לצלם, להקליט, לתרגם, לאחסן במאגר מידע או להפיץ
ספר זה, או חלקים ממנו בשום צורה ובשום אמצעי, אלקטרוני, אופטי או מכאני
(לרבות צילום, הקלטה, אינטרנט ודואר אלקטרוני) ללא אישור בכתב מהמחברת
והמוציאה לאור.

vered@mosenzon.com

נדפס בישראל תשס"ח / 2008
דאנאקוד 0-2030000001-2-203-1

לאמא שלי, על המובן מאליו, ולאבא שלי, על הבלתי צפוי

על ארז הכלים הצהוב

ג'עון עמיחי

"כשאני יוצר פרסומת, אינני רוצה שתאמר לי שהיא "אמנותית" או "יצירתית", אני רוצה שהיא תגרום לך לקום ולקנות את המוצר." זוהי תפיסת היסוד של דייוויד אוגילבי, כפי שבאה לידי ביטוי בעבודתו רבת השנים ובספרו הבינלאומי "הפרסום על פי אוגילבי".

דומה שאין אמירה מתאימה יותר לפתוח את ההקדמה ל"ארז הכלים הצהוב". ארז הכלים הזה איננו מבקש שנחמיא לו או לבעליו, ובוודאי שלא נרעיף עליו מחמאות מסוגים שונים. הוא שימושי, נוח לבריות, וכל כולו ממתין לנו, פתוח לרווחה, מזמין אותנו להשתמש בו.

הארז הזה צנוע ממדים והליכות, שכן אלמלא היותו כזה, לא ימצא ולו אגו אחד בסביבה, שיעשה בו שימוש. לא חלילה בשל חוסר יכולתו לעזור, אלא דווקא להיפך.

בדיוק כאן מגיעה ורד מוסנזון. לאט לאט ובחוכמה היא מפרקת את כל ההתנגדויות שלנו לאימוץ ארז הכלים. ורד נמצאת בסביבת עולם הפרסום יותר משני עשורים. היא למודת קרבות ואגואים. לא במקרה, ארז הכלים הזה צנוע ולא קורא תיגר על הסיבה. כמי שמלווה את הארז הזה מספר שנים, אני יכול להעיד על יעילותו הרבה והשימושיות שלו כמעט בכל רגע נתון.

לכל אדם יש ארגז כלים משלו. חלקם ישנים, חלקם חדשים. חלקם אף יצא מכלל פעולה, אך האדם שומר עליהם בגלל הקשר הרגשי שהתפתח בקרבם עם השנים. (איקאה כבר עשתה קמפיין מנצח בהשראת התובנה הזו.) יש מי שמוסיף לו כלים עם הזמן או גורע את חלקם. אני ממליץ בחום לכל יוצר לאמץ את ארגז הכלים הזה.

במשך שנים אספה ורד את כלי העבודה שנמצאים בארגז הזה, ויתרה על אחדים, הוסיפה אחרים, ליטשה וצחצחה, וכעת מגישה לנו אותו באהבה. מעטים נוהגים כך, שהרי אין טוב מארגז כלים פרטי ונסתר, המשמש רק אותך בעתות הצורך.

ורד מוסנזון גדולה מכל אלה.

מונח לפניך ארגז כלים צהוב

במבט ראשון, הארגז הזה אולי לא נראה מעניין במיוחד, ובכל זאת הייתי ממליצה לשמור עליו, למקם אותו בפינה הימנית העליונה בדסקטופ הפרטי שלך, במקום נגיש. הוא עומד לשרת אותך ביעילות. הארגז הזה מיועד לכל מי שרוצה לגדל רעיונות, לדייק ולפתח אותם, לשלוח אותם לעבוד.

בתקופה בה אנו חיים, המסרים המקיפים אותנו מתקיפים מכל עבר, הופכים תובעניים וטובעניים יותר ויותר. התחרות על תשומת הלב שלנו הופכת כל נסיעה בחוצות העיר, דפדוף בעיתון, האזנה לרדיו או צפייה בטלוויזיה, כל שיטוט או חיפוש באינטרנט, למרדף ומנוסה. כל מייל ובאנר שאנחנו פוגשים, כל שלט, כל תשדיר, מנסה לספר לנו משהו, לשכנע, למכור. למעשה אנחנו נמצאים בג'ונגל אינסופי, משתנה ללא הרף, של מניפולציות מטרידות – לעתים משעשעות, לפעמים מתוחכמות – וכולן ממוקדות רק בדבר אחד: תשומת לבנו. תשומת הלב שלנו היא המצרף המבוקש ביותר, היא התנאי הראשון לכל מסע, שיחה, היכרות, פעולת שכנוע או מכירה. במציאות החדשה הזאת כולנו ציידים וניצודים, כולנו גם המדענים וגם עכברי המעבדה הלבנים שרצים במירוץ הבלתי נלאה אחרי הרעיון, אחרי הטרנד, אחרי הדבר הבא, חוקרים את מדעי תשומת הלב, את מסתרי העברת המסר, מחפשים את התמהיל הסודי למציאת הרעיון המנצח, את הפרק הבא. כולנו מצקצקים בהתפעלות מרעיונות מבריקים, כאלה שהצליחו להוציא את יוצריהם מפיתולי המירוץ, כאלה שהפכו לאייקונים, שינו את סביבת החיים. מה שמתסכל ברעיונות הגדולים הוא עד כמה הם פשוטים, פשוטים כל כך, הרי גם אנחנו יכולים. זה נכון.

גם אנחנו יכולים

כדי לצאת מהמירוץ המייאש הזה, מהמרדף אחרי רעיונות חומקים, כדאי שיהיו לנו מתחת ליד כלי עבודה. עדיף שיהיו אלה כלים חזקים ויעילים, נוחים לשימוש, כאלה שאת הוראות ההפעלה שלהם ניתן לזכור בעל פה ולהעביר הלאה בכמה משפטים.

למטרה הזאת בדיוק נוצר ארגון הכלים הזה – לעשות סדר ברעיונות, לעזור בגידול, בייעול ובבחינת תהליכי יצירה. כיוון שהוא בסיסי ופשוט מאוד, הוא מתאים כמעט לכל סוג של אתגר ולרוב המטרות. הוא גם לא כבד במיוחד, ואחרי שמבינים אותו אפשר להשאיר אותו על הדסקטופ הפרטי ולצאת לדרך, לחשוב הרבה יותר בקלות מחוץ לערמת הארגזים.

כלים הם דבר מצוין. הם מאפשרים לעשות דברים. הכלים המאכלסים את הארגז הצהוב הזה לוקטו במהלך יותר משני עשורים בהם אני עוסקת ביצירה וניהול של תהליכים קראטיביים, בהפיכת רעיונות לדברים ממשים. היו כלים שניסיתי את כישוריהם והחלטתי לוותר על שירותיהם או לשנות את ייעודם. אחרים השתנו כמה וכמה פעמים עד שקיבלו את צורתם הנוכחית. כל הכלים האלה נולדו מתוך צורך, תוך כדי עבודה.

הכלים האלה נולדו מתוך צורך

האירוע שהביא אותי להבנה בדבר נחיצותם הדחופה של כלים ומדדים ברורים התרחש חודשים ספורים אחרי שהתקבלתי לעבודה כקופירייטרת צעירה ואחוזת תזזית במשרד פרסום גדול. הייתי מאושרת מגילוי התחום החדש הזה שמצאתי, חדורת רצון לכבוש אותו, ולהיות הכי טובה שאפשר בזמן הקצר ביותר, ושכולם יידעו. הייתי נחפזת להראות כל פיסת משפט שכתבתי לכל מי שגילה עניין, מנסה ללמוד תוך כדי תנועה איך יוצרים רעיונות מנצחים. לא הרבה זמן

אחרי שהתחלתי, הגיעה ההזדמנות. קיבלתי בריף לקמפיין תדמית גדול עבור חברת מוצרי חשמל, תקציב חדש במשרד, לחץ גדול 'להביא הברקה שתפיל אותם מהכיסא'. (אף פעם לא הבנתי את הסיפור הזה של 'ליפול מהכיסא'. מדד משונה במקצת, האין זאת?) ישבתי בחדר שלי, הקטן, כיליתי נייר אחרי נייר בחיפושים אחרי סיסמה, ופתאום הגיע רעיון, ולא סתם רעיון: גם חרוז, גם משחק מילים עם משמעות כפולה. זה נראה לי מאוד שנון וחכם. כתבתי את הסיסמה בגדול, לרוחב הדף, בטוש שחור, ומיד רצתי להראות את פאר יצירתי לשאר העולם. אחרי שקיבלתי את אישורה של התקציבאית, נקשנו, הדף ואני, על דלתו של אחד המנהלים. גם הוא חשב שזו סיסמה מעולה והורה לי לפתח אותה למודעות ולחשוב על כיוון לתסריט. נישאת על גלי ההצלחה (ואם להודות על האמת, בעיקר משום שהבנתי שיש הזדמנות למחמאות נוספות), נקשתי על דלת חדרו של הבוס הגדול (שבלי לציין שמות, רק ארמוז שקוראים לו מושיק תאומים). הוא, תוך כדי שיחת טלפון, העיף מבט מהיר בדף שהנחתי על שולחנו, כיסה את פומית הטלפון והניד בראשו בתנועה של "זה ממש לא זה – תמשיכי לחפש". יצאתי מהחדר שלו מבולבלת משהו, בלי שמץ של מושג מה צריך לעשות.

'הברקה שתפיל אותם מהכיסא'

הזדמנות למחמאות נוספות

אירוע זניח זה הבהיר לי את הצורך ביצירת פרמטרים ברורים, כלים שיעזרו לי לדעת מתי עשיתי עבודה טובה ומתי פספסתי בגדול. בעיקר רציתי לדעת מתי אפשר יהיה להניח סוף סוף לערמת הדפים האינסופית הזאת, ההולכת ומצטברת (מדובר בתקופת העט התיכונה, זאת שקדמה להמצאת המחשב) ולחשוב על משהו אחר, לדעת שמצאתי כדי שאפשר יהיה להפסיק לחפש. הבנה נוספת שרדפה אחרי ההבנה הזאת הייתה שאף אחד, כנראה, לא עומד להעביר לידי ארגז כלים מוכן, לכן כדאי שאתחיל ליצור אותו בעצמי.

מתודולוגיה שיטתית

שנים (ומשרדי פרסום) מאוחר יותר, הצטרפתי לצוות ההקמה של משרד פרסום חדש. המשימה שעמדה לפניי הייתה להקים מחלקה קראטיבית ולבנות מערכת תוך כדי תנועה. הייתי חייבת להגדיר כלים ברורים כדי להכניס שיטה ברורה ומוסכמת לתהליך העבודה. הבנתי גם שמעבר ליצירתיות המובנת מאליה, הרבה תלוי במהירות וביעילות זרימת העבודה. בתקופה ההיא, אי שם באמצע שנות התשעים, התחלתי לכוון את הכלים הראשונים בשמות ולהביא לצוותים הקראטיביים יותר ויותר דוגמאות והסברים הנשענים על דבריו של הדייר. כיוון שיצירתיות היא לכאורה תחום נטול גבולות, הייתי חייבת ליצר לעצמי סדר ומשמעות, מתודולוגיה שיטתית. נתתי לכלי העבודה שלי שמות וצירפתי דף הוראות כדי שיהיה פשוט יותר להפעיל אותם מחדש בהתמודדות הבאה. הכלים הגדירו תהליך ושיטה, קודם כול בשבילי, אחר כך גם בשביל האחרים. היה חשוב לי שהכלים שיוגדרו יהיו פשוטים ביותר, ברורים ואמינים, מדויקים, ובאותה מידה גם גמישים.

כשהוזמנתי ללמד במחלקה לתקשורת חזותית בבצלאל, הרגשתי שמה שהיה חסר לי כל כך כסטודנטית כושלת באותה מחלקה, ממשיך להיות חסר. התחלתי לאסוף את הכלים האלה, שכבר היו מפוזרים על השולחן שלי. צירפתי אותם אחד לאחד. בהתחלה שמתי אותם בשקית, אבל לא היה נוח לסחוב אותם כך ממקום למקום, ואז הגיע לידי, לגמרי במקרה, ארגז כלים צהוב כזה, של סטנלי, מלבני ומושלם. היו בו מדפים ומגירות, ומספיק מקום לשכן את הדייר, שהיווה את ההשראה לגיבוש התפיסה שפיתחתי בעזרתו, גם אם ללא ידיעתו.

למרות שארגז הכלים הזה נוצר במקור לשימושי העצמי, במטרה להתמודד עם משימות מתחום הפרסום והמיתוג, עם השנים הוא התגלה כרחב יותר ומאפשר

לדייק תהליכים בכל מקום בו נוצר צורך לזהות, לפתח ולדייק רעיונות. בעזרת הכלים האלה אפשר לפתור הרבה מאוד בעיות בתחומים שונים ומגוונים. כידוע, כלי עבודה טובים יכולים לעזור בבניית שולחן או כיסא, בתיקון חלון או בפירוק דברים הדורשים תיקון. מצאתי כי שיטת העבודה הזאת יעילה בהרבה מקרים בהם דרושים כלים להגדרת משימות ומציאת פתרונות, זיקוק רעיונות והפיכתם ממחשבה תועה למסר ברור מגובש.

היום, אחרי שנים של ליטוש וצחצוח, אני שמחה להעביר את ארגז הכלים הצהוב הזה לידיים שלך. יש לי הרגשה שהוא יהיה לעזר גם לך.

שנים של ליטוש

כמה הבהרות בנושא ארגזים, כלים ורעיונות

לפני שיוצאים לדרך יש כמה נקודות שחשוב לי להבהיר. לא המצאתי שום דבר חדש בארגז הזה. כל מה שעשיתי היה לשרטט תהליכים, להגדיר שיטות ככלים, לצרף הוראות שימוש, ולסדר יפה בארגז. הייתי אומרת שיותר משאני מצאתי את הכלים האלה, הכלים מצאו אותי. הידע הזה הגיע לידי, כמו לידיהם של רבים אחרים, פשוט כי היו בעיות שדרשו פתרון. הרי אין דבר חדש תחת השמש והכול כבר נאמר, ואפילו פעמים רבות, אבל... בכל פעם בדרך אחרת. יש אינספור דרכים להגיע למטרה. השאלה היא איך מחפשים.

הכלים שבארגז הזה, כמו ברוב הארגזים, לא נועדו לייצר רעיונות. מטרתם היא לעזור לך לבנות, לעשות סדר, להכניס שיטה למיון המחשבות, להוסיף משמעת ולעורר את אותו מרכיב פלאי שהאינטואיציה יודעת לספק בנדיבות. ההשראה, הניצוץ, אותו קסם מופלא – היו ויישאו הדרך היחידה בה רעיונות באים לעולם. ארגז הכלים הצהוב, כשמו כן הוא, מספק כלי עבודה בלבד. קשה לאכול מרק בלי כף ולדפוק מסמר בלי פטיש. סרגל מאפשר לך לדעת כמה חסר ופולס עוזר לדעת באיזה צד צריך ליישר. כלים מוסכמים מאפשרים לקדם תהליכים, מספקים מדדים לבחינת העבודה המוגמרת, משפרים ומדייקים את הדברים. זה תפקידם. הם אינם יכולים ליצור רעיונות, אבל ביכולתם להזמין אותם לבוא, להפוך את העבודה אתם לנעימה וידידותית הרבה יותר.

איך מחפשים

כלים מוסכמים

התועלת המרכזית של ארגז הכלים הזה, הצהוב, היא בבניית שיטת עבודה ברורה ומוסכמת במקום בו דרושה חשיבה יצירתית, ממוקדת ומדויקת, במקום בו קיים

מסר אותו צריך להעביר, שיח תקשורתי המבקש להתעורר, במקום בו דרושה תשומת לב, פתיחות והקשבה.

כלים אלה מאפשרים הגדרה, מיון ובדיקה, מדידה ושיוף רעיונות – שיטה. שיטה פשוטה מאוד אגב, כל כך פשוטה שיתכן ויהיו כאלה שיתקשו להאמין שהיא עובדת. אבל היא עובדת מעולה, דווקא מפני שהיא כל כך פשוטה. זה הסוד שלה, כמו של הרבה דברים הנראים ממבט ראשון מורכבים מאוד. בבסיס, הדברים הרי פשוטים להפליא.

בבסיס, הדברים הרי פשוטים להפליא

ארגז הכלים הזה נוצר במקור עבור העוסקים בפרסום, אולם גם בתחומים אחרים תהליך היצירה הוא אותו תהליך. הכלים האלה מיועדים לכל מי שמבקש לגדל ולעבד רעיונות, להפוך התחלות ראשוניות להצלחה. הכלים שבארגז הזה מצוינים לטיפול במקרים בהם נחוץ דיוק או נחוצה בדיקה של רעיונות מכל הסוגים.

ארגז כלים טוב מפשט את התהליך ומאפשר להתמודד עם כמות גדולה של משימות בפחות רגעים אבודים, לפתור במהירות וביעילות מספר גדול של פרויקטים, לעתים גדולים ומורכבים, אחד אחרי השני. זו תוצאה ישירה של השיטתיות: לדעת להציג את השאלות הנכונות, לא לבזבז זמן על גחמות וגימיקים נטולי בסיס, לנוע קדימה בביטחון, הלוך וחזור, בשבילים לא מוכרים. לנתח, להבין, לדעת מה נכון, לקבל החלטות במהירות. תפיסה ברורה, שיטה, נקודת מבט רחבה השומרת על אותה מקריות מבורכת, מאפשרת לנוע מנקודה לנקודה בצעדים יציבים.

ארגז כלים טוב מפשט תהליכים

היום נראה לי פשוט בלתי אפשרי להתרוצץ ממקום למקום במרדף אחרי בועות סבון, לקבל או לא לקבל החלטות לפי גחמות, פחדים או תחושות בטן עלומות.

חשוב להדגיש: תחושות בטן הן חלק משמעותי ביותר מהתהליך, בתנאי שהן אינן תוצאה של מה שאכלת אתמול. צריך ללמוד להרגיש מראש: מה יעצור, מה יקדם, מה יפתיע, מה ייתקל בקשיים ומה יעבוד. צריך להפנים את ההבנה שתהליך היצירה אינו רק נס, הוא גם שיטה. טיפשי להשאיר ליד המקרה את השאלה אם המטרה אכן הושגה.

כלי מדידה ברורים ומוסכמים עוזרים לשפוט את מה שמונח לפניך, לקבוע מה להחליש ומה דורש חיזוק, איפה חביות העוצמות. להבנת המשימה על כל צדדיה, להפרדה בין עיקר לטפל – חשיבות מכרעת. חשוב לשאול, חשוב להקשיב, חשוב לחפש וחשוב לא פחות לברור בין התשובות. כשיש כלים טובים ומטרות מוגדרות, הדברים הופכים פשוטים יותר, ומלאכת החיפוש והדיוק יכולה להיות פחות מתסכלת.

היסחפות חסרת שליטה

תהליך היצירה יכול להפוך לשיט על נהר רחב, ביום שמש אביבי, במקום להיסחפות חסרת שליטה בסירה, לכיוון המפלים.

זוהי נקודה נוספת ביכולותיו של ארגון הכלים הצהוב, יש לו דרך משלו לטפל בחרדות ובפחדים. הוא מאפשר להיפרד מאותם תסכולים ודאגות שכל אדם העוסק ביצירה מכיר היטב. אפשר להירגע. חשוב לדעת שכולם עוברים את זה, גם זה חלק מהתהליך. צריך ללמוד לזהות את האימה כשהיא מתקרבת, להתיידד אתה, ואז, כשהיא לא שמה לב, להכניס

אותה למגירת הפחדים המיותרים בארגז הכלים, ולסגור היטב. לפחדים יש נטייה לדהות כשהשיטה ברורה ויש כלים. נסו את זה בבית, זה בדוק.

לטשטש את הפחדים

אבל, גם אם נניח לרגע לנוחות, ליעילות ולמהירות, להתגברות על מכשולים ופחדים, קיימת סיבה נוספת, חשובה לא פחות, המניעה אותי להעביר לידך את ארגז הכלים הצהוב שלי. כשאני בוחנת את המצב המתקיים ברגע זה ממש, סביבנו, בכל ערוצי התקשורת הקיימים, ללא יוצא מהכלל, אני מרגישה שחייבים לעשות משהו כדי לשפר את המצב. מגיע לנו הרבה יותר ממה שאנחנו מקבלים. ארגז הכלים הצהוב הזה הוא התרומה שלי להתמודדות מול מה שמרצד על המסך, צועק מכותרות העיתונים ומעליב אותי פעם אחרי פעם בשלטי החוצות האגרסיביים בשפה הבלתי נסבלת בעליל של הטוקבקים, בשימוש הבלתי פוסק במניפולציות רדודות, סקסיסטיות ומתאמצות, בבנאליות הצעקנית בה מתנהלת חלק גדול מהתקשורת המופנית כלפיי. ההתקפה המילולית והוויזואלית הזאת האורבת מכל עבר מעבירה את התחושה שאפילו מי שיצר אותה לא האמין בה. במקרים רבים ברור שמול עיני היוצרים לא עלו כלל מילים כמו כנות, יושר והקשבה. יש לי הרגשה שאלה העומדים מאחורי המסרים האלה לא מעריכים באופן מיוחד את הטעם שלי, לא מייחסים לי כל יכולת שיפוט.

מניפולציות רדודות, בנאליות צעקנית

אני רואה את ההסתערות הזאת, נטולת הכבוד, על תשומת הלב של כולנו, כפגיעה ישירה באיכות החיים. אני לא יכולה להתעלם מאותה תחושה מטרידה הקובעת שהמסרים המשודרים אלינו מונעים בעיקר מזלזול ומבלבול, מכך שאיש לא מנסה לנהל אתי שיחה, לגעת בעדינות, להקשיב, להעלות חיוך. זה לא חייב להיות כך. יש במקומותינו משאיות מלאות כישרון, רק שלפעמים חסרים נהגים.

להעלות חיוך

ועוד דבר, כמעט אחרון.

אני מאמינה שאדם שמקבל מתנה ולא מחזיר, מסכן את זכותו להמשיך לקבל מתנות. השנים לימדו אותי כי זה שמפחד ש'יגנבו לו רעיונות', עתיד להישאר חסר רעיונות. רעיונות הרי קיימים לאינספור. ככל שתחלק מהם יותר, יהיו לך יותר. ככל שתצמד אליהם ותסרב להרפות – יהיו לך פחות.

להישאר חסר רעיונות

זה עדיין מצליח להפתיע אותי באיזו קלות דברים מתקדמים, כמה קל לקבל החלטות ולזוז קדימה כשעובדים לפי שיטה. וחשוב לא פחות – כשיש מתחת לידיים כלים יעילים, מצוחצחים וזמינים לעבודה, מחייכים לעתים הרבה יותר קרובות. כמו שמייקל ג'ורדן אמר פעם: **"זורקים פחות, קולעים יותר"**.

שימוש נכון בארגז הכלים הצהוב הזה מתחיל בהבנה שצריך כלים

"כלי עבודה, או־קי, ברור שזה חשוב למי שעוסק בנגרות או בנפחות, אבל ביצירתיות?
למה צריך כלים? מספיק ש..."
"מי צריך כלים? מספיק שיש לך רעיונות, לא?"
"כלים מסרסים את החדווה הראשונית, נטולת הגבולות, הופכים את היצירה לשבלונית, טכנית, חוזרת על עצמה."
"האם יצירתיות יכולה בכלל לחיות בתוך מסגרת? מה עם החופש היצירתי, הניצוץ? האם גם הוא נכנס לארגז שלך?"
"הרי ברור שיש סתירה בין משמעת להשראה. ובכלל, מי אמר שכלים צריכים ארגז? ולמה צהוב?"
"האם קיים בארגז הכלים הזה מרשם לייצור רעיונות?"
"יצירתיות אינה מדע מדויק," אני שומעת אתכם מתמרדים. "איך אפשר לקבוע מדדים לדבר נטול גבולות?"
אלו הן חלק מהתגובות הקבועות שאני שומעת בכל פעם שאני מעבירה את ארגז הכלים הזה לידיים חדשות. ואחרי שעתיים בערך מגיעה, בדרך כלל, השאלה הבאה:
"מה, את רוצה להגיד שזה כל כך פשוט?"
והתשובה היא: "זה יכול להיות פשוט מאוד או מסובך מאוד. זה תלוי בך."

לא מספיק שיש רעיונות?

נכון, זאת לא מתמטיקה, אבל יש מכנה משותף ברור לרעיונות שמצליחים לייצר עניין לאורך זמן. יש קווי מתאר משותפים למה שמכונה 'רעיונות גדולים'.

לרעיונות גדולים יש קווי מתאר משותפים

זה ממש לא מסובך ללמוד. אולי לא כל אחד יכול ליצור אותם, אבל כל אחד יכול לדעת מה הפך אותם לכאלה ומה צריך לעשות כדי לתקן. כל אחד יכול להיעזר בכלים שאומרים בצורה ברורה ונחרצת: 'נכון' או 'לא נכון'.

הנטייה שלנו לסבך באה ברוב המקרים ממקומות של חוסר ביטחון, חוסר אמון שהדבר אפשרי. כולנו סובלים מרעש סביבתי מטריד מבחוץ ורעש מטריד לא פחות בפנים. זרם התודעה שלנו רצוף רעיונות שלא מצליחים להשתרש, סובל מהתפזרות ובלבול. ורטיגו הוא דבר מסוכן ביותר, גם לצועדים על האדמה. מסגרת הינה דבר חיוני לאלו שרוצים ליצור בלי גבולות.

ליצור בלי גבולות

המשימה הראשונה שלנו היא לעצור את הבלבול ולסגור את הפחדים במגירה, להבין את העומד בפנינו, ללמוד לזהות את הזווית, ולהמשיך קדימה.

"יצירתיות בלי משמעת היא כמו ציפור בלי רגליים"

נתקלתי במשפט הזה לפני שנים, באמרה היומית של אחד מדפיי הסְבֵּנְסְטָאר. גזרתי ותליתי אותו מולי על לוח השעם. בעיניי הוא משפט ששווה שינון.

כשפותחים ארגז כלים חדש כדאי לבחון אותו מכל הצדדים, להתבונן בו היטב, לשקול איפה מניחים אותו כדי שיהיה נוח ונגיש. ארגז כלים שלא עומד לרשותך ברגע הנכון הוא ארגז כלים שלא עובד. יש לך מספיק מהסוג הזה.

ארגז הכלים החדש שלך הוא מלבני וצהוב, הוא מכיל שבעה כלים עיקריים, שאִתָּם מצטופפים כמה תרגילים וסרגלי מדידה. יש בו שלושה מדפים. המדף העליון מיועד לכלים, בשני יש מגירות, ובקומה התחתונה, המרווחת, מתגורר דייר. עוד ידובר רבות באותו דייר שגר בקומה התחתונה של ארגז הכלים הצהוב, העתיד לעבור לידך. הדייר שלך מדבר בשקט. הוא מאיר פנים ונוח לבריות, אם כי דעתן ומושחז, ויש דברים שפשוט מוציאים אותו מכליו. יש לו הרבה מה להגיד, לדייר הזה שלך. הוא לא מוותר בקלות. הוא יודע להיות נחרץ ופסקני. הוא מאמין שיש דרך טובה יותר לעלות במדרגות, ומוכן להסביר בסבלנות ובחן למי שמוכן להקשיב. ככה זה עם הדיירים שבקומה התחתונה, תמיד יש להם משהו להגיד כשפוגשים אותם, בכניסה או ביציאה.

הדייר שלך מדבר בשקט

ארגז הכלים הצהוב הזה עומד ללוות אותך לאורך זמן ולתת לך כלים בהתמודדויות הצפויות לך עם אתגרים הקשורים בחשיבה יצירתית מכל צדדיה. הכלים שבו מיועדים לעזור לך באיתור רעיונות ודיוקם, ובדרך המובילה להתממשותם. הכלים האלה גם יעזרו לך לשפוט עבודה מוגמרת – לדעת אם היא אכן הגיעה ליעדה ומה השלב הבא הנחוץ. ככה זה עם כלים טובים, הם אוהבים לעזור.

כלים טובים אוהבים לעזור

שבעת הכלים המרכזיים שבארגז הופכים את החשיבה היצירתית מתהליך מופשט ואינטואיטיבי, מקרי משהו, לתהליך מובנה, לשיטה המבוססת על עקרונות, לדרך

עבודה פשוטה וקלה להבנה ולתפעול. שלוש המגירות המיותרות, אלו שבמדף השני, עוזרות לך להיפטר ממשקלים עודפים.

אני חוזרת ומדגישה בפני כל הגבות המורמות כרגע בחשדנות: מדובר בכלים המיועדים להגדרת רעיונות ולדיוקם, לא בהוראות ייצור. בניגוד לאמונות הרווחות, שיטה אינה פוגעת בהשראה, ביכולת לעוף גבוה, ולחשוב מחוץ לערמת הקופסאות. כלי העבודה שלפניך ניזונים מאותה השראה, אולם עוזרים להגדיר איך עפים, לאן רוצים להגיע, ועם מה אמורים לחזור במקור.

והדייר מבהיר:

**“בלתי אפשרי לפתור בעיה
לפני שמגדירים אותה במדויק.
ההבנה הזאת מחייבת שיטה ומשמעת.
זה הדבר החשוב ביותר בתהליך הקראטיבי.”**

שיטה אינה פוגעת בהשראה



01

פליס מים

פּלס מים UR1: Unexpected, Relevant, 1 Idea

הכלי הראשון והמרכזי במדף העליון של ארגז הכלים הצהוב הוא פלס מים.
 בצד ימין חרוטה האות R – הרלוונטי.
 בצד שמאל חרוטה האות U – הבלתי צפוי.
 ליד החלון של הבועה יש למקם את הספרה 1.

פלס המים הזה, המכונה UR1, הוא הכלי המשמעותי ביותר בארגז הכלים הצהוב שלך. הוא מהווה מכשיר חיוני ביותר להגדרה ודיוק של תהליכי יצירה, מעולה לניתוח ותיקון התוצרים.

פלס ה-UR1 משמש גם ככלי הראשון לבקרה. כדי לדעת אם הרעיון שלך עובד, צריך פשוט להניח עליו את הפלס – ולראות:
 כל עוד הבועה ממוקמת בדיוק באמצע, בין הרלוונטי לבין הבלתי צפוי, אין אפשרות לטעות משמעותית. נשמע פשוט מדי? אולי, אבל זה עובד. לא תדעו אם לא תנסו.

איך לומדים לעבוד עם הפלס הזה? לוקחים, לדוגמא, מוצר חדש שמשך את תשומת לבך, פרסומת שראית אתמול בטלוויזיה, מודעה מהעיתון, רעיון ששמעת. מניחים עליו את הפלס ובוחנים: האם הוא רלוונטי לדעתך? האם הוא בלתי צפוי, כלומר – מפתיע? מרגש? תופס את תשומת הלב? ובאיזה יחס?

האם הבועה טסה ימינה, לכיוון האות R? זה אומר שהעבודה כנראה נכונה, אבל צפויה מאוד. סביר להניח שהיא אינה זכירה במיוחד. במקרה זה אומרת הבועה שגם אם כל המסרים נכונים ורלוונטיים, עדיין חסר אותו טוויסט, ניצוץ, ברק.

עכשיו הניחו את הפלס על דוגמה המייצגת מקרה הפוך, בו הבועה מתמקמת בבירור בקוטב הנגדי, הבלתי צפוי. במקרים בהם הבועה נמשכת אל הקוטב השמאלי של הפלס, לכיוון ה-U המייצג את ה-Unexpected, מדובר במקרה בו הבלתי צפוי השתלט על הרלוונטי וטשטש את המסר אותו רצית להעביר.

הבלתי צפוי השתלט על הרלוונטי

לעומת זאת, כשהבועה ממוקמת בדיוק באמצע, בין הרלוונטי לבין הבלתי צפוי, אז, ורק אז, כשהצלחת גם למשוך תשומת לב וגם להעביר את המסר שאליו התכוונת, רק אז זה מצליח באמת. למרבית הפלא, זה עובד תמיד. זה סודו של ה-UR1. הוא מדייק פעם אחר פעם, בלי יוצא מהכלל. נוסחה. הרעיון שלך לא ישיג את המטרה בלי הרלוונט, ולא יעורר תשומת לב או ייצור שיחה בלי האנאקספקטד. מביך עד כמה זה פשוט.

והדייר מוסיף:

**”כדאי שתזכור:
פרסום משעמם לא ימכור את המוצר שלך,
אבל גם פרסום מבריק שאינו רלוונטי
לא יצליח למכור.”**

הרלוונט, קווים לדמותו

כדי להגיע לאותו unexpected relevant נחשק, צריך, לפני הכול, להגדיר את הרלוונט. משם הכול מתחיל. מה המוצר, מהו עולם התוכן, מה היא המטרה, אל מי מדברים, מה אומרים, איך אומרים, מי המתחרים, מה היתרונות, מה החסרונות, מה חשוב לשאול.

להבהיר ולמקד את התמונה

איסוף נתונים מחקריים יכול להבהיר ולמקד את התמונה. צריך ללמוד את הנושא באופן מעמיק, לאסוף כמה שיותר נתונים ולנתחם, להבין את סביבת הפעולה. הגדרת הרלוונט היא השלב הראשון והמכריע בתהליך העבודה. רק אחרי שיש לך רלוונט מוצק וברור, שאפשר למשש, להרגיש בידיים, רק אז מתחיל החיפוש אחרי הבלתי צפוי. הרלוונט הוא זה שדורש ממך לשאול את השאלות הנכונות. לשאול אותן שוב ושוב, מכל מיני זוויות.

השאלות, בהרבה מקרים, חשובות יותר מהתשובות.

הדרך אל הרלוונט עוברת בבריף מוגדר ומדויק. למעשה, הבריף הוא המתכון, הוראות ההכנה, מסמך המגדיר את חומרי הגלם, המטרות, ומסמן מה אמור התהליך להניב.

עבודה המדלגת על שלב השגת המידע, המחקר ואיסוף הנתונים, מתרשלת בהגדרת המטרות, יכולה בקלות להפוך לסיוט. מכירים את זה? היום לא נגמר. הולכים הלוך וחזור, קפה ועוד קפה (פעם היו גם סיגריות, לפני שהגלו את

המעשנים לארץ גזרה), וככל שהזמן עובר, מה שנראה בהתחלת היום פשוט ומלהיב, הופך בסיומו למשימה בלתי אפשרית.

לעבוד בלי הגדרות ברורות זה כמו לירות לכיוון השמים, אולי במקרה יעבור ברוז. לא דרך יעילה במיוחד אם תכננת להזמין אורחים לארוחת הערב.

הבריף אומר: קצר והגדר

בריף הוא השלב הראשון שבו צריך להיפתח כל מסע יצירתי ממוקד מטרה. שם מתחילה הדרך לקמפיין מבריק, לבניית שולחן, תכנון צ'פ או מציאת רעיון יוצא דופן למסיבת יום הולדת. הבריף מפרט כל מה שרלוונטי למשימה שהוגדרה, כולל הגדרה מדויקת של המטרות הנחשקות והסבר על הדרך בה נדע שהגענו לשם. משמעות המילה 'בריף' היא תקציר של הגדרות. הבריף מפרט את הגדרת המשימה: עבור מי היא נעשית, מי הם המתחרים, מה הן תוצאות ניתוח SWOT הבודק את העוצמות והחולשות, ההזדמנויות והאיומים. כל מה שיכול להיות רלוונטי להרחבה ומיקוד של הנושאים שהוגדרו יכול לעזור.

ניתוח SWOT:

בחינת החוזקות והחולשות,
ההזדמנויות והאיומים.
(Strength, Weaknesses,
Opportunities and Threats)

חשוב לדעת על הנושא בו אנחנו עוסקים כמה שיותר, להכיר את הערכים והמהויות, כמו גם את צבעי האריזה של המתחרים. לא יזיק לדעת גם כמה פרטים על האישיות ודרכי ההתנהגות של הדמויות המשמעותיות לתהליך. כל אינפורמציה – מילולית, ויזואלית, עסקית, צרכנית, מחקרית, סוציולוגית וכלכלית – יכולה לעזור. חשוב להבין את התחום בו עוסקים, להבין את השינויים והמגמות. כל זה קורה לפני שניגשים בכלל לכתיבת הבריף. מומלץ לאסוף כמה שיותר מידע, ללמוד את התחום, השפה, להבין את ההיסטוריה, לנתח הצלחות וכישלונות. מחקרים כמותיים יכולים לצייר תמונה סטטיסטית ברורה של המצב הנוכחי. מחקרים איכותיים יכולים להאיר את מה שלא תמיד נאמר – את התקוות, הפחדים, הציפיות... אבל חשוב לזכור: המחקר מספק מידע בלבד, הוא אינו מנסח את הפתרון.

לפני שניגשים לכתיבת הבריף

בכל נושא בו בחרת לעסוק, חובה לגרד את השכבה העליונה, להבין למה באמת דברים קורים. מהות ועומק הן מילים משמעותיות בתהליך. להבין אל מי מדברים,

התמצית של הסיפור כולו

מה הם הערכים המשמעותיים, מה רוצים שיקרה. הבריף הוא התמצית אליו אמור להתכנס הסיפור כולו.

הדייר מהקומה התחתונה מקיש על הדלת, מצטרף לדיון, כמו תמיד. יש לו מה לתרום:

“אנחנו מעולם לא ציפינו מהמחקר לעשות את מה שהוא אינו מסוגל לעשות – לתת רעיונות.”

והוא לא שוכח להזהיר:

**“אין דבר כזה רעיון טוב או רע.
אין לבחון דבר במנותק מהסובב אותו.
מה שהיה טוב בנקודת זמן אחת יכול להיות רע
בנקודת זמן אחרת.
מחקרים עלולים להפיל אותך למלכודות העבר.”**

הרלוונט הוא הבסיס

חשוב לזכור ולהפנים: הרלוונט חשוב מאין כמוהו, ולא מסתתר בסיום המשפט הזה שום 'אבל'. הרלוונט הוא הבסיס, שם חפורים היסודות, זה המקום בו הכול מתחיל. אם לא הבנת לעומק ולא הגדרת כיאות את הרלוונט, אפילו לא קיבלת הזדמנות לעלות על המסלול.

תשובה מבריקה לשאלה הלא נכונה

טעית ברלוונט? ייתכן שבדרך מקרה תיפול לידיך תשובה מבריקה, אבל לא בהכרח לשאלה הנכונה. רק בריף ממוקד, כתוב היטב ובהיר, הכולל מטרות ברורות ומנומקות, נטול קלישאות ואמירות לא מבוססות, בריף המפרט את האסטרטגיה, פורס את הטקטיקה ומתווה את הדרך בה נכון לפעול, הוא בריף שאתו צריך לצאת לדרך.

יש מקומות בהם מגבילים את הבריף המועבר לצוות הקריאייטיב לעמוד אחד. מחמירים פחות יקבלו גם 2 עמודים. מכל מקום, בריף ארוך יותר איננו מומלץ. כאשר השאלות הנכונות נשאלות, תשובה של כמה שורות לכל שאלה תספק את המידע הדרוש. ברור שניתן להוסיף מידע והרחבות מכל הסוגים, אבל זה לא חלק מהבריף.

הבריף חייב לעמוד בפני עצמו, יציב, מתמצת וברור.

הרלוונט הוא תנאי סף, לא מותרות. חובה עליך לבחון את שלפניך בכנות, לדעת איך לחמוק ממלכודות, מחשיבה קפריזית השבויה בהנחות לא מבוססות.

בנספח הנמצא בעמ' 157 מחכה לך 'בריף תשע השאלות'. שווה להעיף בו מבט, לנסות למלא אותו בהתייחס למשימה שכבר נעשתה. זה תרגול חשוב.

הבריף הוא המפה שלנו. ה־UR1 הוא המצפן.

עכשיו, כשענינו על כל השאלות שבבריף, כשהרלוונט ארוז בכלינו, ברור ומובן, בנקודה המשמחת הזאת של התהליך לובשים מעיל, לוקחים מטרייה, מברשת שיניים, רשת לאיסוף פרפרים, חכה וקופסת שימורים, ויוצאים במסע אל הקוטב השני, אל ערבות הבלתי צפוי בהן מתגורר ה-Unexpected. דרך צלחה.

מצאנו רק דברים לא ברורים

יצאנו, חזרנו, הרמנו אבנים, מצאנו כל מיני דברים לא ברורים, בדרך קצת שכחנו מה באנו לחפש. קראנו לו והוא לא בא. צעקנו, לחשנו, איימנו, התחננו, ובכל זאת לא מצאנו אותו, את אותו בלתי צפוי סורר. איפה, לכל הרוחות, הוא מסתתר? האם צריך להרחיק לעומק היערות החשוכים? לטפס על הרים? להילחם במפלצות? לשתות עד איבוד הדעת בבארים אפלוליים? לעשן, לבלוע, לאיים על עוברים ושבים? ללבוש בגדים משונים? לשקוע בדיכאון קיומי? אולי להעמיק בנבכי הספריות? לצלול לתוך גוגל? לבכות? לצעוק? לעזוב את הכול וללכת לשחות? אולי פשוט יותר לחפש עבודות מעולות שעשו אחרים, שכבר הוכח שהן עונות לכללי ה-UR1... 'לשאוב השראה' (או בשפה ברורה יותר, פשוט להעתיק).

בהחלט אפשר, אפילו מקובל, אבל לא חייבים. יש דרכים פשוטות ומהירות המביאות תוצאות מפתיעות לא פחות, והרבה יותר מקוריות ומדויקות.

איך מגיעים למחוזות ה-Unexpected? פשוט, בלי מאמץ.

האנאקספקטד, הבלתי צפוי, הוא הרעיון, הטוויסט שעושה את העבודה, הוא המטרה של התהליך היצירתי.

כל הרעיונות, ללא יוצא מהכלל, באים מהבלתי צפוי, מתהומות האינטואיציה, נובטים בערבות הלא נודע. שם הם בוקעים כמו דשא רך. אין ספור רעיונות מבלבלים בכל מקום, בכל שעה. הם צומחים, פורחים, מבשילים, נעים עם הרוח ממקום למקום. יש רעיונות טרף האורבים בפינות, יש אוצרות חבויים, סמויים מהעין. לא תמיד הרעיון הקולני מכולם הוא זה שיעשה את ההבדל. צריך להסתכל מסביב ולא לשכוח לאיזו מטרה הגענו למחוזות האלה. דרושה מפה טובה, קל מאוד ללכת לאיבוד.

קל ללכת לאיבוד

אחרי שתופסים את השיטה מגלים דבר משמח מאוד. אם ביצעת כראוי את השלב הראשון, הוא יביא אותך אל המקום בו צומחים הרעיונות הנכונים. בכך הדשא הזה אפשר לשוטט, לבחון אפשרויות שונות. גשם קל, אור רך וסבלנות מאפשרים לרעיונות הרכים להתפתח, להצמיח פירות. אם הזרעים הנכונים נזרעו והרלוונט הוגדר כיאות, הזווית האחרת, הבלתי צפויה, כבר תבוא ותציג את עצמה, כמעט מאליה. חופש מוחלט ומשמעת ברורה, שניהם כאחד, אלה הם שני הקטבים של הפלס. רק שניהם ביחד יעזרו לך להגיע אל הרעיון המדויק, שהרלוונטי והבלתי צפוי כאחד משחקים בו תפקיד ראשי. לא להרים גבות, זה אפשרי ופשוט יותר ממה שזה נראה.

סבלנות

‘רעיונות מאומצים’

שיטת עבודה מקוממת במיוחד הנפוצה במקומותינו, שכבר הזכרתי בחטף, אומרת שברגע שמקבלים את הברייף, הפעולה הראשונה היא לפתוח בחיפוש. ואני לא מתכוונת לחיפוש מבורך אחרי מידע או אחרי מקורות השראה. אני מתכוונת לחיפוש אחרי פתרונות מוכנים. אנשי קריאייטיב חסרי ביטחון או שיטה יוצאים לציד אחרי ‘משהו מדליק’, או במילים אחרות – מחפשים משהו מוצלח שמישהו אחר, שמתגורר על פי רוב מעבר לים, כבר עשה בעבר, ולא הותיר להם אלא “לצטט” את עבודתו, או במילה מדויקת יותר, לגנוב.

ברור שקל לקחת יצירה שכבר עשתה את שלה, שזכתה בפרסים ובוצעה להפליא, ולאנוס אותה בברוטאליות עד שתתאים לברייף הנתון. ברור באותה מידה שאם זה מה שנעשה, התוצאה אליה נגיע תהיה לעולם ‘על יד’. ברור שהתפרים יורגשו. הרי לא עבור המטרה הזאת נוצרה העבודה מלכתחילה. לרוב מדובר בתשובה מצוינת לשאלות אחרות לחלוטין.

אין קיצורי דרך

אני לא מאמינה בסוג כזה של ‘פתרונות מאומצים’, ומעולם לא עודדתי את הסטודנטים או אנשי הקריאייטיב אתם עבדתי לפעול בדרך הזאת.

“אין קיצורי דרך למקומות אליהם באמת שווה לך להגיע”

ראיתי פעם כתוב. הדרך הנכונה היא לצאת ממהות המשימה ולמצוא את הזווית האחרת. זה תמיד יהיה מדויק ורלוונטי יותר מרעיון שאולץ ואומץ. בנוסף, הרבה יותר מענג ומשמח למצוא את הרעיון שלך, לא לקחת רעיון ממוחזר, יד שנייה, מבית יוצר אחר, ולפחד מהרגע שמישהו יעלה על זה. העולם שלנו, כידוע, נגוע ברכלנות ‘טובת לב’.

והדייר מוסיף:

**ללכת "על בטוח" יכול להתגלות כדבר מסוכן ביותר.
בשעה שאתה מציג לאנשים רעיונות שהם כבר ראו,
אתה למעשה מוותר על העוצמה, על אותו אימפקט
של הראשונות, שאין לו תחליף."**