

# **Radošas sabiedriskās attiecības**

**Endijs Grīns**

**Rīga 2008**

UDK 005 (075.8)

Gr 614

**Andy Green**

**Creativity in Public Relations**

© Andy Green, 1999, 2001, 2007, Kogan Page Limited

First published in 1999

Second edition published in 2001

Third edition published in 2007

**Endijs Grīns**

**Radošas sabiedriskās attiecības**

No angļu valodas tulkojusi Dace Amsone

Literārā redaktore Valda Zvaigzne

Maketētāja Elīna Ducmane

Vāka noformējums Elīna Ducmane

Grāmatu nodaļas vadītāja Rita Baroniņa

© SIA «Lietišķās informācijas dienests», 2008

Izdevējs: SIA «Lietišķās informācijas dienests»

Adrese: Graudu ielā 68, Rīgā, LV-1058

Tālrunis 67606110

Fakss 67606120

[www.lid.lv](http://www.lid.lv)

ISBN 978-9984-826-06-6 (latviešu val.)

ISBN 10: 0-7494-4823-7 (angļu val.)

ISBN 13: 978-0-7494-4823-3 (angļu val.)

# Saturs

---

Priekšvārds	9	
Pateicības	11	
<b>Ievads</b>	<b>13</b>	
<b>1. nodaļa</b>	<b>«Būt radošam» definīcija</b>	<b>16</b>
	Dažas iespējamās definīcijas	17
	Laiks un vieta	20
	Definīcija sabiedrisko attiecību speciālistiem	20
	Pievienotā vērtība	22
	«Būt radošam» konteksts	25
	«Būt radošam» un inovācijas	27
	Radošā domāšana un neradošā domāšana	28
	Lielais «R» vai mazais «r»?	29
	Kopsavilkums	30
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	30
<b>2. nodaļa</b>	<b>Daži mīti par radošām idejām</b>	<b>31</b>
	Mīts par pēkšņo lielo ideju	31
	Mīts par smadzeņu pusložu atšķirīgo darbību	37

## Radošas sabiedriskās attiecības

---

	Mīts, ka laterālā domāšana nozīmē domāt radoši	39
	Kopsavilkums	40
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	41
<b>3. nodaļa</b>	<b>Domāšana rāmjos</b>	<b>42</b>
	Domāšana tajos pašos rāmjos, mazākos rāmjos un lielākos rāmjos	42
	Kāpēc nepastāv domāšana ārpus rāmjiem	45
	Piemēri domāšanai lielākos rāmjos	46
	Piemēri domāšanai mazākos rāmjos	47
	Iespējas izmantot atšķirīgus rāmjus	49
	Jūsu «radošās domāšanas brilles»	49
	«Radošās domāšanas briļļu» izmantošana ideju attīstīšanā	53
	Jautājumi ir radoša PR speciālista labākie draugi	53
	Kopsavilkums	54
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	54
<b>4. nodaļa</b>	<b>Radošais process</b>	<b>55</b>
	Pieci «i»	55
	Informācija	57
	Inkubācija	64
	Iluminācija (apskaidrība)	66
	Integrācija	70
	Ilustrācija	71
	Kopsavilkums	82
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	83
<b>5. nodaļa</b>	<b>Zaļās gaismas domāšana: radošās metodes</b>	<b>84</b>
	Ieteicamās metodes ideju stimulēšanai	85
	Informācijas apkopošanas, ideju radīšanas un vērtēšanas sistematizēšana	99
	Metodes radoša prāta stāvokļa veicināšanai	103
	Kopsavilkums	106
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	107

---

<b>6. nodaļa</b>	<b>Zaļās gaismas domāšana: prāta vētra</b>	<b>108</b>
	Vispārējie principi	109
	Jauna pieeja: strukturēta prāta vētra	113
	Nominālās grupas tehnika (NGT)	120
	Kopsavilkums	123
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	123
<b>7. nodaļa</b>	<b>Radoša izdoma – konsultāciju rīks</b>	<b>124</b>
	Nosakiet atšķirīgās aptaujājamās grupas	126
	Iesaistiet grūti sasniedzamās grupas	127
	Pārvariet sākotnējos iebildumus	128
	Iegūstiet nozīmīgāko grupu atbalstu	129
	Parādiet un aplieciniet savas personiskās radošās spējas	129
	Izmantojiet iesaistītos cilvēkus, lai rastu jaunas idejas un alternatīvus risinājumus	131
	Iegūstiet vērtīgas ziņas un ieskatu tirgū	131
	Radiet savu ideju aizstāvjus	133
	Galvenie nosacījumi veiksmīgām radošām konsultācijām	133
	Konsultāciju uzdevumi	135
	Informācijas atdeve	136
	Konsultāciju lietderīgums	136
	Pārskats	136
	Kopsavilkums	137
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	137
<b>8. nodaļa</b>	<b>Sarkanās gaismas domāšana: ideju vērtējums</b>	<b>138</b>
	Formālas vērtēšanas metodes	139
	Bendžamina Franklina «saprātīgās algebras» metode	142
	Ārējā vērtēšana	143
	Jūs lemjat	145
	Kopsavilkums	145
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	146

## Radošas sabiedriskās attiecības

---

<b>9. nodaļa</b>	<b>Spēja radīt nav domāta tikai foto sesijām</b>	<b>147</b>
	«Būt radošam» kā stratēģisks rīks	148
	Radošas iespējas kā taktisks rīks: 24 praktiski piemēri	150
	Kopsavilkums	163
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	163
<b>10. nodaļa</b>	<b>Šķēršļi radošai darbībai</b>	<b>164</b>
	Problēmas būtība	165
	Slikta zaļās/sarkanās gaismas domāšana radošajā procesā	167
	Slikta radošā procesa vadība	170
	Kultūras un sociālās problēmas	171
	Šķēršļu pārvarēšana	171
	Kopsavilkums	174
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	174
<b>11. nodaļa</b>	<b>Iespēja nekad neatrodas tālāk par divpadsmit pēdām</b>	<b>175</b>
	Tūkstošgadu tilts	176
	1. Esiet principiāli	179
	2. Ticiet iespējām un esiet tām gatavi	181
	3. Mēģiniet vairāk, mazāk un biežāk	182
	4. Gūstiet plašāku priekšstatu	183
	5. Izmantojiet visus kontaktus	184
	6. Izmantojiet negatīvos notikumus	184
	7. Esiet uzstājīgi	185
	8. Dariet vairāk	185
	Pārskats	186
	Kopsavilkums	186
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	186
<b>12. nodaļa</b>	<b>«Radošais rombs»</b>	<b>187</b>
	Četri koeficienti	188
	Pārskats par četriem Q radošajā procesā –	
	līdzsvara veidošana	191
	Stingrs un nelokāms prāts	191

	<b>Saturs</b>
	193
	194
<b>13. nodaļa</b>	<b>Radošais indivīds 195</b>
	195
	199
	202
	203
	208
	209
	209
	211
	214
	217
	218
	220
	220
<b>14. nodaļa</b>	<b>Radošas kultūras radīšana 221</b>
	221
	223
	226
	234
	237
	238
<b>15. nodaļa</b>	<b>Ētika: meli, sasodīti meli un dezinformācija 239</b>
	240
	245
	251
	252
	252

## Radošas sabiedriskās attiecības

---

<b>16. nodaļa</b>	<b>Radošu iespēju nākotne</b>	<b>253</b>
	Radošās robežas	254
	Pārveidotā informācijas stadija	254
	Pārveidotā inkubācijas stadija	257
	Pārveidotā iluminācijas stadija	257
	Pārveidotā integrācijas stadija	258
	Pārveidotā ilustrācijas stadija	261
	Un visbeidzot – plašāki radošu iespēju pētījumi	261
	Galvenie termini jūsu radošajā vārdu krājumā	262
<b>17. nodaļa</b>	<b>Apbalvošanas ceremonija</b>	<b>263</b>
<b>18. nodaļa</b>	<b>Vēlaties uzzināt vairāk?</b>	<b>265</b>
	Iecienītākās grāmatas par radošu procesu un iemaņu attīstīšanu	266
	Grāmatas par radošām iespējām mārketingā	267
	Grāmatas par radošām iespējām organizācijās	267
	Grāmatas par pašattīstību	268
	Neirolingvistiskā programmēšana	268
	Interneta resursi	268
	Mācību kursi	269
	Organizācijas	269



# Priekšvārds

---

Kas piešķiļ dzirksteli un iedveš dzīvību labi izplānotā un īstenotā sabiedrisko attiecību kampaņā? Tas ir «ak!» faktors – ģeniāli vienkāršais, bet iedvesmojošais radošais paņēmieni.

Kad pienāk lēmuma pieņemšanas brīdis klientam no pašu vai cita uzņēmuma un kad visi pārējie parametri sakrīt, panākumus gūst radošie (nevis glumie) speciālisti.

Spēja būt radošam ir dāvana, kuru mēs visi vēlamies, bet, liekas, tā piemīt tikai dažiem. Tomēr palīdzība ir tuvu, jo šī grāmata pierāda, ka spēja būt radošam nav tikai atsevišķu cilvēku privilēģija, bet var tikt izmantota ikvienā dzīves aspektā. Jā, ir iespējams iemācīties būt radošam, tomēr, tāpat kā citām sabiedrisko attiecību metodēm un iemaņām, arī radošu spēju attīstīšanai ir nepieciešams laiks un piepūle.

Šīs pasaulē pirmās grāmatas par to, kā būt radošam sabiedriskajās attiecībās, trešajā izdevumā Endijs Grīns atspēko dažus izplatītus mītus par radošajām idejām, pēc tam rūpīgi un pamatīgi izanalizē radošā procesa piecus «i». Viņš izveido strukturētu pieeju radošai domāšanai un sniedz praktiskus padomus, kā vērtēt radošas idejas. Aplūkojis dažus šķēršļus, kas kavē

radošo procesu, Endijs apraksta veidus, kādos gan indivīdi, gan organizācijas var stimulēt savas radošās spējas.

Ar uzskatiem bagātā un interesantā nodaļa par dezinformāciju aplūko publicista lomu pretstatā sabiedrisko attiecību speciālistam un aicina mūs skaidrāk noteikt robežas tam, kas ir un kas nav pieļaujams radošu mērķu dēļ.

Visbeidzot autors palūkojas uz radošu iespēju nākotni un rīkiem, kas var tikt veidoti, lai sabiedrisko attiecību speciālistiem palīdzētu uzlabot un atdzīvināt viņu darbu.

Beigās sniegta lietderīga informācija par kursiem, grāmatām un citiem informācijas avotiem, ar to beidzot vienīgo grāmatu sabiedrisko attiecību nozarē par šo tēmu.

Endijs Grīns saka: šī grāmata ir domāta, lai palīdzētu uzlabot jūsu radošās spējas, vadīt radošo dimensiju un izprast radošo procesu. Tas tiek veikts rūpīgi un pamatīgi. Šai grāmatai būtu jāatrodas ikviena speciālista grāmatplauktā, un tā būtu regulāri jālasa, lai stimulētu pelēkās šūnas un veidotu dzīvas, aizraujošas un reālistiskas sabiedrisko attiecību programmas.

*Anne Gregorija,  
sērijas PR in Practice Series redaktore*

# Pateicības

---

Grāmatas tapšanas laikā tika veiktas intervijas ar zinošiem speciālistiem sabiedrisko attiecību jomā. Ja vien nav norādīts citādi, šiem cilvēkiem piedēvētie citāti ir radušies manu interviju laikā. Tie ir:

Marks Borkovskis, «*Mark Borkowski Press and PR*» radošais direktors

Pols Kerols, «*Communique Public Relations*» izpilddirektors

Makss Klifords, «*Max Clifford and Associates*» direktors

Gordons Forbss, «*Ptarmigan Public Relations*» izpilddirektors

Stīvs Gebets, «*Charles Baker BSMG*» radošais direktors

Greiems Lankasters, «*Biss Lancaster*» valdes priekšsēdētājs

Alans Prīss, Austrumanglijas universitātes komunikāciju direktors

Papildu rediģēšana: Hārvijjs Smits

Ar pārlasīšanu palīdzēja: Džūdita Bārbera, Džims Britons, Saimons Klārks, Helēna Ketelboro, Stīvs Makdermots, Deivids Māršs un Hārvijjs Smits.

## Radošas sabiedriskās attiecības

---

Pateicība «*Adline*» redaktoram Tonijam Marijam par stāstu par divām sabiedrisko attiecību speciālistu ciltīm, kā arī Donam Bosvelam, Deividam Holmsam un Duglasam Smitam par viņu radošajiem ieteikumiem.

Sērijas redaktore: Anne Gregorija

Paldies citētajiem autoriem par laipno atļauju izmantot izvilkumus no viņu grāmatām.

# Ievads

---

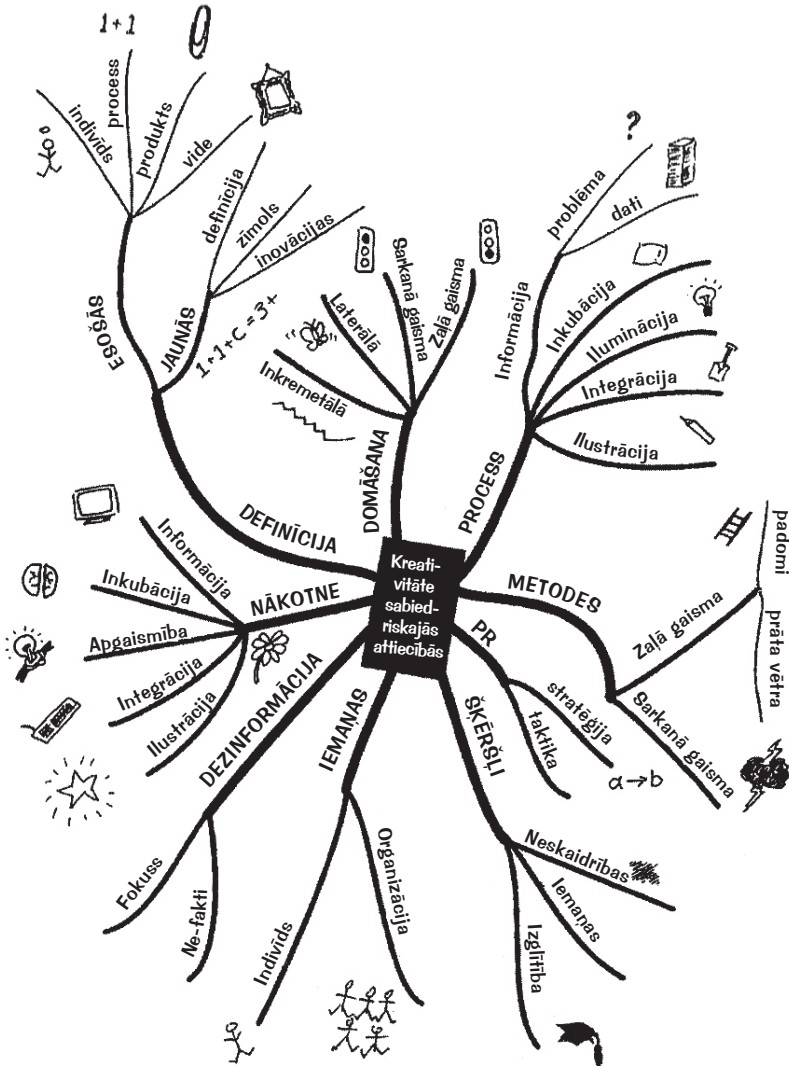
Jautājums, kā būt un kļūt radošam sabiedriskajās attiecībās, ir gluži vai mīkla. Pavaicājiēt jebkuram klientam vai vadītājam, kādas iemaņas galvenokārt ir nepieciešamas PR speciālistam, un viņi vienprātīgi nosauks spēju būt radošam un nodrošināt kreatīvo aspektu viņu darbā.

Apvienotajā Karalistē sabiedrisko attiecību speciālisti strādā industrijā, kurā uzņēmumi un individuālie klienti maksā miljonus sterliņu mārciņu, lai viņi būtu un strādātu radoši. Nozarē pastāv arī virkne ievērojamu profesionāļu balvu, ar kurām individuālais sniegums (vairākumā gadījumu) tiek uzteikts par kreativitāti. Bieži vien radoša pieeja tiek uzskatīta par būtiskāko elementu.

Tomēr, ja pievēršas radošas pieejas izpētei sabiedrisko attiecību jomā, izrādās, par to nav nevienas grāmatas, nav pat nodaļas mācību grāmatās vai vismaz atsauces alfabētiskajā rādītājā.

Grāmata «Radošas sabiedriskās attiecības» ir mēģinājums novērst šo trūkumu. Tā veidota, lai sabiedrisko attiecību speciālistiem palīdzētu izprast radošo procesu – gan to, kā tas noris, gan to, kā to iespējams virzīt. Grāmatā ir skaidroti veidi, kā sabiedrisko attiecību speciālisti var uzlabot savas

individuālās radošās iemaņas, izmantojot un pārvaldot virkni tehniku un paņēmienu kreatīvu ideju radīšanai.



1. attēls Grāmatas ideju karte  
(Citas ideju kartes sk. 101. lpp.)

Grāmata ir domāta sabiedrisko attiecību speciālistu vajadzībām, un tajā ietverti praktiski piemēri no tās autora vairāk nekā 25 gadu pieredzes sabiedriskajās attiecībās, kā arī daudzu citu spēcīgu un šajā nozarē atzītu ekspertu pētījumi. 1. attēls sniedz ieskatu grāmatā aplūkotajās jomās.

Šis nav radošu ideju katalogs, lai gan tiek minēti daudzi izcilas kreativitātes piemēri. Grāmatas galvenā ideja ir palīdzēt PR speciālistiem izprast radošas pieejas būtību, lai to efektīvāk izmantotu savā darbā, kā arī citās dzīves jomās.

Kreatīvās domāšanas pamatlicējs Alekss Osborns teicis: «Pārāk daudz cilvēku pavada savu dzīvi, it kā braukdami ar nospiestu bremzes pedāli.» Šī grāmata jums ļaus palaist bremzes pedāli vaļā.