

UDC 159.95

DOI: 10.34671/SCH.BSR.2020.0403.0009

КРЕАТИВНА МЕНТАЛНА ЕНЕРГИЯ ИЛИ КАК ДА МИСЛИМ КРЕАТИВНО

© 2020

ORCID: 0000-0002-1608-8567

Илиязова Айля Реджеб, PhD, главен асистент

Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“

(9700, България, Шумен, ул. „Университетска“, №115, e-mail: a.iliyazova@shu.bg)

Анотация. Настоящата работа представлява опит да се противопоставят два модела, разкриващи взаимноизключващи се механизми, които влияят на процеса на раждане на нови идеи. Първият от тези модели разкрива основни елементи от механизма на реакция на хората, които са в основата на това, креативният им потенциал да бъде разгърнат и използван, независимо от това, на каква възраст са те, докато вторият модел насочва към определени реакции на хората, които не им позволяват да използват голяма част от креативните си заложби и по този начин те остават скрити както за околните, така и за самите тях. Моментите на изненада, които могат да предизвикат нова идея, приемането на конкуренцията като предпоставка за нови импулси, конфронтирането с проблемите, а не игнорирането им – тези и други базисни елементи представят начини за формиране и развитие на един от основните аспекти на интелигентността: творческите способности. Креативността в това изложение се приема и анализира като процес, който предполага, но и води до мислене на по-високо ниво, както и като способност да се създаде, изобрети, открие и представи нов и същевременно полезен продукт или идея.

Ключови думи: ментална енергия, креативно мислене, проблем, идея, процес на раждане на идеи, креативни резултати, пренареждане на категории, комбиниране на елементи, творчески способности, въображение, стойност на идеите.

CREATIVE MENTAL ENERGY OR HOW TO THINK CREATIVELY

© 2020

Iliyazova Aylya Redzheb, PhD, Chief Assistant

University of Shumen “Bishop Konstantin Preslavski”

(9700, Bulgaria, Shumen, Universitetska №115, e-mail: a.iliyazova@shu.bg)

Abstract. The present work is an attempt to oppose two models, revealing mutually exclusive mechanisms that influence the process of new idea creation. The first of these models reveals the basic elements of people's reaction mechanism, which are the basis for their creative potential to be developed and used, regardless of their age, while the second model directs to certain reactions of people, which do not allow them to use much of their creative talents and thus they remain hidden both from others and for themselves. Moments of surprise that can provoke a new idea, accepting competition as a prerequisite for new impulses, confronting problems, not ignoring them - these and other basic elements are ways to form and develop one of the main aspects of intelligence: creative abilities. Creativity in this exposition is accepted and analyzed as a process that presupposes, but also leads to thinking at a higher level, as well as the ability to create, invent, discover and present a new and at the same time useful product or idea.

Keywords: mental energy, creative thinking, problem, idea, process of idea creation, creative results, rearrangement of categories, combination of elements, creative abilities, imagination, value of ideas.

КРЕАТИВНАЯ МЕНТАЛЬНАЯ ЭНЕРГИЯ ИЛИ КАК ДУМАТЬ ТВОРЧЕСКИ

© 2020

Илиязова Айля Реджеб, PhD, доцент

Шуменский университет им. Епископа Константина Преславского

(9700, Болгария, Шумен, ул. „Университетска“, №115, e-mail: a.iliyazova@shu.bg)

Аннотация. Настоящая работа представляет собой попытку противопоставить две модели, раскрывающие взаимноисключающие механизмы, которые влияют на процесс рождения новых идей. Первая из этих моделей раскрывает основные элементы механизма реакции людей, которые являются основой для развития и использования их творческого потенциала, независимо от их возраста, тогда как вторая модель направлена на определенные реакции людей, которые не позволяют им использовать большую часть своих творческих талантов и таким образом они остаются скрытыми как от окружающих, так и от них самих. Моменты неожиданности, которые могут спровоцировать новую идею, принятие конкуренции как предпосылку для новых импульсов, столкновение с проблемами, не игнорируя их - эти и другие базовые элементы являются способами формирования и развития одного из основных аспектов интеллекта: творческие способности. Творчество принимается и анализируется в настоящей работе как процесс, который предполагает, но также ведет к мышлению на более высоком уровне, а также способность создавать, изобретать, открывать и представлять новый и в то же время полезный продукт или идею.

Ключевые слова: умственная энергия, творческое мышление, проблема, идея, процесс рождения идей, творческие результаты, перегруппировка категорий, сочетание элементов, творческие способности, воображение, ценность идей.

ВЪВЕДЕНИЕ

През далечната 1968г. Джордж Ланд и Бет Джърман провеждат тест с деца, който всъщност има за цел да определи креативността на учениците и инженерите, които работят в НАСА. Двамата решават да направят това проучване за креативност и въображение и с 1 600 деца на възраст между 4 и 5 години, като резултатът е изумителен: 98 процента от децата получават оценка „гений“! Тези деца на 15 години са подложени на същия тест: само 12 процента от децата в групата получават такава оценка. През следващите години Джордж Ланд тества и случайна извадка от възрастни хора: само 2 процента от тях попадат в графа „гений“ [22]!

Анализирайки тези резултати трябва да се има пред-

вид, че тестовете за креативност от 60-те години на 20 век са фокусирани предимно върху дивергентното мислене, което се изразява в способността на човек да намира връзки между привидно несвързани едно с друго неща. Въпросът, който винаги е занимавал умовете на изследователите, е: може ли човек да се научи и да стане креативен?

В търсене на тези 98 процента детска креативност редица изследователи дефинират различни видове мислене: дизайнерско мислене, латерално мислене [18], дивергентно мислене [8, с.233; 13, с. 11], нестандартно мислене [26, с. 5], креативно мислене [1, с. 33-34], спекулативно мислене [1, с. 33], творческо мислене [8, с. 208; 19; 20], метафорично мислене [11, с. 50] .

Разработени са взаимодопълващи се модели [4], техники за креативност [6, с. 21; 20; 24, с.2], стратегии [15, с. 312], креативни карти, стъпки на креативността [2; 21, с. 33]. Анализирани са различни степени на креативност [16, с. 111], както и аспекти на креативността [3] и форми на креативно поведение [10, с. 9].

В книгата си „Техника за раждане на идеи“ Джеймс Уеб Янг дефинира понятието идея като „[...] нищо повече или по-малко от нова комбинация на стари елементи“ [21, с. 15].

Подобна интерпретация води и до отговор на въпроса, дали *можем да станем* креативни. Да, можем, креативността не е запазена територия на малцина избраници, но е необходимо да не забравяме едно важно условие: възможностите да ги превръщаме в способности, в умения. За тази трансформация на възможности в способности е необходима енергия. Браян Клег и Пол Бърч използват понятието *ментална енергия* [6, с. 7].

Един от основните закони във физиката, законът за запазване на енергията, гласи, че пълната енергия на една затворена система е константа по отношение на времето, т.е. запазва се с времето, тя може да се преобразува от една форма в друга, но не може да бъде унищожена. Законът важи за всякакъв вид енергия [23].

Да се върнем към теста на Джордж Ланд: креативната ментална енергия на възрастните се измерва в скромните 2 процента, но тя е *запазена*, т. е. изследванията могат да покажат само това, което човек в момента *разкрива* като свой потенциал, но скритият, *неразвит* потенциал е *запазен*. Как да направим така, че тази запазена енергия в интелигентната система *човек* да не я напуска [9, с.110], а да бъде използвана през годините на съзряване в максимална степен? Освен това, как да увеличим коефициента на полезно действие на креативните ни *мускули* (ако мислим метафорично, тези *мускули* са нашите умствени усилия), защото идеите, освен нови, трябва да са и полезни.

МЕТОДОЛОГИЯ

Въпроси, на които в тази работа се търсят отговори, като се противопоставят два *азбучни модела*: първият е наречен КАТАЛИЗАТОР, който има за цел да промени механизма на реакция на човека като интелигентна система, за да може креативната ментална енергия на тази система да не намалява с времето. Вторият азбучен модел е наречен СТОПЕР, който има за цел да покаже *грешките* в механизма на реакция на човека, да разкрие кои елементи водят до това, интелигентната система да показва все по-малко и по-малко креативни резултати, вследствие на които процентът на креативност на възрастен човек, подложен на тест за креативност, е сведен до минимум.

Позовавайки се на модела на креативния процес на Грахам Уолас [4, с. 79-83, 85-87, 93-95], на основни разбирания на Робърт Стърнбърг за креативността [7, с. 3-15], както и на разработената от Густав Рипке *Азбука на креативната личност* (в която се използва немската азбука) [14, с. 15], в тази работа креативността се разглежда като процес, за чието разгръщане са необходими способности [10, с. 8-10]:

- креативността е процес, обединяващ различни елементи с цел създаване на нещо ново [3, с. 5-7];

- креативността е способност да се извърши работа, дейност, която е неочаквана, но същевременно и полезна [7, с. 3].

До известна степен предложените модели са инспирирани и от възгледите на Алоис Гмайнер [1, с.34] и Едуард де Боно [18; 19; 20; 26]. За разлика от модела на Густав Рипке, в настоящото изложение за основа е използвана кирилицата (без буква Ъ).

АЗБУЧЕН МОДЕЛ „КАТАЛИЗАТОР“

А – адаптивност

Б – безброй нови комбинации, от които ни трябват *ползните*: идеите трябва да се излагат постепенно, като всеки път изваждаме на преден план това, върху което

трябва да се концентрираме

В – висок социален риск: нужно е поемане на висок социален риск [1, с.34]

Г – грешките са необходими: те могат да бъдат причина за генериране на нова идея [1, с.34]

Д – дейностите нямат посока, както и резултатите от тях са непредвидими [1, с.34]

Е – ефективно-визуално мислене (визуално-ефективно мислене) – трансформация на ситуацията

Ж – желание за себеизява в социално обкръжение, въпреки наличието на страхове, дискомфорт [1, с.34]

З – златната точка: тя е малко над това, което са настоящите способности на един човек [25, с. 55-57]

И – избягване на прибрзаното оценяване на стойността на идеята: дори и да ни се стори неефективна и безполезна, така идеята няма да бъде отхвърлена, респ. забравена и вследствие на това тя ще има шанс да бъде по-добре запомнена [1, с.34]

детайли – дребните детайли са важни – да виждаш това, което другите не виждат

К – конфронтиране с проблема

Л – латерално мислене (странично мислене) – такова мислене позволява на мислещия да пренарежда категориите, моделите, за да се родят нови идеи [26, с. 5]

М – моментите на изненада могат да предизвикат раждането на идеи – *потопяне* в тях и пълноценно изживяване

Н – непрофесионалистите също имат своите идеи – приемане и на техните идеи

О – отделяне на нужното време – време за записване на идеята; инкубационен период: отдръпване, откъсване от проблема за известно време; време за повторно връщане към идеята и осъзнато, критично разглеждане на потенциала в нея; време за споделяне на идеята с други; време за пристъпване към нейното реализиране [4, с. 79-83, 85-87]; такова време е възможно да бъде отделено само при стремеж към установяване на баланс на дейностите във времето [5, с.22-23]

П – пренареждане на елементите, рекомбиниране на знание [12, с. 19], интензивизирано от забавление

Р – различни очаквания към стара тема

С – споделяне на идеите с най-различни хора, притежаващи различен социокултурен опит [9, с. 122; 17, с. 80]

Т – търсене на конкуренция, нужда от нея при реализиране на идеята

У – успешно реализиране и представяне на идеята [10, с.7; 12, с. 20; 28, с. 173-182]

Ф – фиксирането в една и съща среда НЕ катализира процеса на раждане на идеи

Х – хората може и да не приемат дадена идея, но това не бива да ни пречи да я „доведем“ до тях, т. е. да я направим приемлива, като изтъкнем *ползата* от нея

Ц – ценни са всички идеи, не трябва да ги групираме по ценност

Ч – честа и бързо настъпваща промяна на средата, на нейната динамика и характеристики

Ш – широчина на мисленето: познавателната дейност обхваща различни области (широк хоризонт)

Щ – ще използваме въображение, ще мислим в „картини“ [11, с. 50]; лавината от информация е фактор, който значително ограничава новите „картини“ [27, с. 149]

Ъ – ъглите за разглеждане на проблема са всички възможни – многовариативност на изходите [26, с. 17]

любопитство – любопитството, спонтанността и чувствителността са най-мощните катализатори при възникване на нова идея [9, с. 116]

Я – ясно ефективно мислене: този тип мислене предполага ясно дадена задача в конкретна форма

Естествено, че няма как хората винаги да реагират така, че да се задейства КАТАЛИЗАТОРЪТ, но те могат да бъдат научени съзнателно да се стремят да *виждат* стойността на идеите си, да не бързат да се разделят с тях, а да се опитват да извличат *ползата* от всяко ново

пренареждане [26, с. 5]. В противен случай се задейства СТОПЕРЪТ – съдейки по резултатите от тестовите за креативност: явно твърде често.

АЗБУЧЕН МОДЕЛ „СТОПЕР“

А – абстрактно мислене: мисля чрез понятия, които не са представени образно

Б – безполезна е тази идея: не я запазвам (съхранявам), не я споделям и поради това я забравям

В – възнаграждение: ако няма награда за тази идея, се отказвам да я реализирам

Г – границите са важни: винаги ги определям, очертавам ги и така се ограничавам

Д – демотивация: дадена идея не ме ентусиазира и не виждам смисъл да я развивам

Е – ефектът на изненада ме фрустрира: губя контрола, а аз искам да владея ситуацията

Ж – желание за стопроцентово приемане от социалното обкръжение: не искам да ме отхвърлят заради идеите ми

З – зоната на комфорта е важна за мен: не искам да я напускам

И – избягване или игнориране на проблема: аз не виждам проблем, аз нямам проблеми

детайли – пропускам дребните детайли, те не са важни

К – критично мислене: не мисля, че това е абсолютно вярно

Л – логично мислене: не виждам никаква логика в това

М – мислите ми са само за мен: не споделям идеите си

Н – невнимание: имам твърде много информация, поради което не внимавам

О – ограничен, минимален социален риск: по-добре да не рискувам с тази идея

П – правилата са важни: винаги ги спазвам

Р – резултатите трябва да са предвидими: какво се очаква да се случи

С – социално приемане: изключително важно за мен е това, как другите ще приемат идеите ми

Т – толериране на малко на брой грешки: те не трябва да се допускат; те не са необходими

У – усилието е губене на енергия: не се напругам в опит да убеждавам някого в ценността на дадена идея

Ф – фиксираност върху това, което вече се прави, за да се подобри производителността: фокусирам се в една и съща среда

Х – характеристики на средата: устойчиви и непроменящи се

Ц – целите изискват отдаденост: нямам време за това

Ч – човешкият фактор: избягвам конкуренцията

Ш – шесто чувство: не вярвам и не се опирам на интуицията си

Щ – щом не са професионалисти, идеите им не са приемливи за мен

Ъ – въгълът на разглеждане на проблема е този: не търся други алтернативи

Юбознателност – не се нуждаю от повече, информацията ми е повече от достатъчна

Я – явленията и новото знание за тях не ги използвам, за да предизвикам бъдещи събития.

ИЗВОДИ:

Не е възможно да съществува интелигентен човек, който непременно да надминава другите по отношение на всички аспекти на интелигентността. В креативен план всъщност се очаква хората да се стремят да откриват начини за вътрешно удовлетворение за онова, което правят, защото са вътрешно мотивирани. Ако към това се прибави и фактът, че творчески мислещите хора често генерират идеи, които са подценени от околните и които те въпреки всичко успяват да популяризират, защото са видели картината по нов начин, от друг въгъл, тогава творческият профил на интелигентния човек би изглеждал като нещо, което би могло да бъде научено, защото

може да се демонстрира, да се преподава, да се насърчава и моделира [7, с.232-233; 10, с. 8-9]. Преподаването на творчество, позволяването на грешки, насърчаването на поведение за разумно поемане на рискове: тези и много други начини биха разрешили до голяма степен спорните въпроси за степента на унаследяване и за степента на модифициране на интелигентността.

СПИСЪК НА ЛИТЕРАТУРАТА:

1. Gmeiner, A. *Hotel kreativ. 333 kreative Hotel- und Gastronomiekonzepte aus Las Vegas und dem Rest der Welt*. Wien: BoD - Books on Demand GmbH. 2003.
2. Clegg, B., Birch, P. *Crash Course in Creativity – Fresh ideas, new solutions*. London: Kogan Page. 2002.
3. Green, A. *Creativity in Public Relations*. London: Kogan Page Publishers. 2001.
4. Wallas, G. *The Art of Thought*. New York: Harcourt, Brace and Co. 1926.
5. Клег, Б., Бич, П. *Интенсивный курс: Развитие личности. Свежие идеи. Новые решения*. Москва: АСТ. Астрель. 2004 <https://epdf.pub/queue/-24f0a2fcf49445dbb7a4ef0d9c19eaea45497.html> достъп на 31.05. 2020.
6. Клег, Б., Бич, П. *Интенсивный курс: Развитие творческого мышления. Свежие идеи. Новые решения*. Москва: АСТ. Астрель. 2004 https://naturalworld.guru/kniga_intensivniy-kurs-po-razvitiyu-tvorcheskogo-mishleniya.htm достъп на 31.05. 2020.
7. Sternberg, R.J., Lubart, T. I. *The concept of creativity: Prospects and paradigms*. // R.J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. 1999. 3-15 p.
8. Стернберг, Р. Дж., Уильямс, У. М. *Педагогическая психология*. София: Изток-Запад. 2014.
9. Hüther, G. *Neurobiologische Grundlagen von Neugier und Kreativität. Vortrag beim 6. Interdisziplinären Symposium „Ressourcenorientierte Psychotherapie und zeitgenössische Kunst“ anlässlich der Documenta 12 im Jahr 2007*, hg. v. Bernd Ulrich. Müllheim-Baden. Auditorium Netzwerk. 2008. 110-123 p.
10. Хасид, Дж. *Креативност и иновации. Обучителен модул №1*. Олужб Солоушнс. 2015. http://www.fiereproject.com/files/5414/4890/1754/FIERE_Learners_Package_Module_1_pilot_rev_CESIE_BG.pdf достъп на 05.06 2020.
11. Левчев, Л. *Поетическото изкуство*. София: Труд. 2003.
12. Bliersbach, M. *Kreativität in der Chemie. Erhebung und Förderung der Vorstellungen von Chemielehramtsstudierenden. Studien zum Physik- und Chemielernen*. Berlin: Logos Verlag. 2017.
13. Sabitzer, B. *Sprachbegabung und Kreativität: Eine empirische Studie an der Höheren Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe. St. Veit. Wien: BoD – Books on Demand*. 2012.
14. Ripke, G. *Kreativität und Diagnostik*. Münster: LIT Verlag. 2005.
15. Андреев, Р. *Креативни стратегии и тактики за тяхното реализиране*. http://unwe-research-papers.org/uploads/ResearchPapers/Research%20Papers_vol3_2018_No17_R%20Andreev.pdf достъп на 04.06 2020
16. Petersen, U. *Kreativität und Willensfreiheit im Zwielficht von sinnlicher Erfahrung und theoretischer Leugnung*. Würzburg: Königshausen&Neumann. 2007.
17. Petersen, J. *Why Don't We Listen Better? Communicating & Connecting in Relationships*. Tigard. USA: Petersen Publications. 2007.
18. Bono, E. de. *Lateral Thinking for Management – a handbook*. New York: American Management Association. 1971.
19. Боно Е. де. *Научете детето си как да мисли. Ръководство за творческо мислене*. София: Кубеа. 2001.
20. Боно Е. де. *Как да развием творческото мислене*. София: Локус Пбблишинг. 2008.
21. Young, J. W. *A Technique for Producing Ideas*. New York. USA: McGraw Hill. 2003.
22. Land, G., Jarman, B. *The Failure Of Success*. TEDxTucson. December. 2011, Published on Feb. 16. 2011 <https://bsahely.com/2017/10/30/the-failure-of-success-and-natures-hidden-force-joining-spirituality-with-science-by-george-land-and-beth-jarman/> достъп на 05.06. 2020.
23. Mayer, R. *Remarks on the Forces of Nature. 1841; as quoted in: Lehninger, A. Bioenergetics - the Molecular Basis of Biological Energy Transformations*, 2nd. Ed. London: The Benjamin/Cummings Publishing Company. 1971.
24. Бошнакова, Д. *Всеки може да мисли (креативно), но иска ли? Годишник, 2016, Департамент „Масови комуникации“* http://ebox.nbu.bg/mascom17/view_lesson.php?id=8 достъп на 21.05. 2020.
25. Койл, Д. *Златна книга на таланта. 52 съвета как да развием таланта в себе си и в своите деца*. София: Софт прес. 2013.
26. Боно, Е. де. *Рождение новой идеи*. Москва: Прогресс. 1976.
27. Koestler, A. *Der göttliche Funke. Der schöpferische Akt in Kunst und Wissenschaft*. Bern-München-Wien: Scherz Verlag. 1966.
28. Фостър, Д. *Как се раждат идеите*. София: Рой Комюникейшън. 2002.

The article was received by the editors 04.07.2020

The article was accepted for publication 27.08.2020