

КРЕАТИВНОТО МИСЛЕНЕ В СВЕТЛИНАТА НА ПОВЕДЕНСКАТА И КРЕАТИВНАТА ИКОНОМИКА

Румен Андреев*

Резюме:

Целта на тази студия е да докаже, че в основата на съвременната икономика е креативното поведение, което не е само резултат от интелигентността, но и на нестандартното дясно мислене, което се изучава от невронауката. Изучаването на креативното поведение изисква анализ на човешкото мислене, което е основата за постигане на креативност в икономиката. Изследването е посветено на въпросите на креативното мислене, като са разгледани основните условията за творческо решение на икономически проблеми, определени са необходимите елементи на креативното поведение, методите и техниките на индивидуалното и групово креативно мислене. За нуждите на изследването е направен сравнителен анализ на различни концепции от поведенската икономика, които са съпоставени с парадигми от креативната икономика, за да се направи синтез за креативното поведение. Използван е интердисциплинарен подход, като са съчетани и анализирани изследвания на интелигентността, психологията и невроикономиката. Въпреки че вече съществуват публикации за поведенска икономика в България, тя е сравнително слабо позната, а креативната икономика е анализирана от гледна точка на интелектуалната собственост. В развитите икономически държави творчеството става основен икономически ресурс, който става решаващо предимство в конкуренцията. развитието на поведенската и креативната икономика дава възможност за изследване на креативното поведение, в основата на което е творческото мислене резултатите от което са иновациите, творческите продукти, маркетинга, предприемачеството и др.

Ключови думи: креативност, поведение, мислене, интелигентност, креативна икономика, поведенска икономика

JEL: DO, D 03, NO

Abstract:

The objective of this paper was to prove that in the core of modern economics stayed creative behavior that was not only the result of intellect but also of right lateral thinking, studied by neuroscience. The study of creative behavior required analysis of human thinking, which was the basis for achieving creativity in the economy. The investigation was devoted to the issues of creative thinking, and addressed the main conditions for a

* Румен Андреев е доктор, главен асистент в катедра "Политическа икономия", УНСС, email: randreev@mail.bg

creative solution to the economic problems. The necessary elements of creative behavior, methods, and techniques of individual and group creative thinking had been identified. A comparative analysis of different concepts from behavioral economics was performed for the purpose of the study as they were compared with the creative economy paradigms so that creative behavior synthesis could be made. An interdisciplinary approach was used as investigations of intelligence, psychology, and neuroeconomics had been combined and analyzed. However, the already existing publications on behavioral economics in Bulgaria, it had been relatively inadequately known, while the creative economy had been analyzed in terms of the intellectual property. In the economically developed countries creativity became a major economic resource providing crucial competitive advantage. The behavioral and creative economy development enabled the study of creative behavior and the creative thinking in its core, with its results such as innovation, creative products, marketing, entrepreneurship, etc.

Key words: creativity, behavior, thinking, intelligence, creative economy, behavior economics

JEL: DO, D 03, HO

Увод

Динамиката на съвременния свят отхвърля много от икономическите теории, тъй като техните модели все по-често обясняват минали процеси и явления, които вече не са актуални. Съвременната икономическа теория възприема икономически школи и направления, които преди е отхвърляла като ненаучни. Променя се коренно методологията, изчезват общите икономически теории, изследват се конкретни икономически проблеми, като се залага на интердисциплинарността. Според известния икономист Джон Кейнс /който е живял до средата на миналия век, когато не са съществували информационните технологии и разпространението на информацията е значително по-бавно/ действителността е променяща се и сложна, за да може на базата на опита да се създават теоретични модели, в които се прилага математическия апарат. Значение за теорията има интуицията на изследователя, който трябва да се игнорира както от статистиката потвърждаваща създадения модел, така и от вече съществуващите теоретични модели. Анализът е за краткосрочен период, който все пак може да продължи достатъчно дълго време.

Представата за рационалността на човешкото поведение е в основата на икономическата теория. Този фундамент, позволява да се използват математически методи за максимизация, което обезпечава условия за валидизация на теорията. Моделът на рационалния избор дава точни и удобни за

тестове данни. Рационалността позволява да се направят важни нормативни изводи и допускането на моделите на неокласическата теория "при други равни условия". Класическата икономическа теория твърди, че "икономическият човек" (*homo economicus*) винаги мисли и избира безпогрешно, поведението му е предвидимо, като максимизира полезността и се стреми към печалба. Поведенската икономика показва, че има съществено разминаване между реалното поведение на хората и рационалното им поведение в икономическата теория. Поведенският икономист Ричард Талер, който тази година получи Нобелова награда по икономика, прави разграничение между "икономическия човек", който *"мисли като Айнщайн, помни като Буг Блу и има воля като Махама Ганди"* и ***homo sapiens*** - който забравя, не може да направи избор и греши без да максимизира полезност и повтаря грешките си. Талер нарича първия вид екони, а втория - хора (Талер, 2014, с. 15).

Икономическата теория се разработва на допускането, че човешкото поведение може да се обясни с максимизирането на полезността, рационалността и следването на личния интерес. Изследванията и експериментите, които се правят след появата на поведенската икономика отхвърлят този постулат на икономическата теория. Според това ново направление на икономическата теория хората са нерационални и въпреки че се стремят да подобрят възможностите си, допускат много грешки от които почти не се учат. Развитието на информационните технологии увеличи ирационалността на човешкото поведение, а задоволяването на материалните потребности в икономически развитите страни насочи човешкият ресурс към творчеството. Човек твори във всички сфери на своя живот, като го изгражда на икономическа основа. Парадокс е, че съвременният човек в развитите икономики е все по-задоволен и има все по-малко свободно време. Все по-голямо значение за икономическата теория придобива креативността, която е ресурс, който дава предимство в конкуренцията.

Културата и креативността придобиват все по-голямо значение в съвременната икономика, която цялостно се променя като се създава капитализъм от нов вид, който отговаря на новите потребности в обществото. Въпреки че се смята, че живеем в условията на икономика на знанието, в действителност в съвременното стопанство се налага човешката креативност. Креативността, способността да създаваме, е основно предимство в конкуренцията, като побеждава този, който притежава творчески потенциал. Креативността има много измерения и се проявява по различен начин. Съвременното стопанство става все креативно по своя характер и са необходими нови теории, които да го обяснят. Креативността често се смята за нещо мистично. Изследването на творческите процеси през последните десетилетия се увеличава. Изследователи наблюдават и анализират творчество на учени, художници, писатели и дори на маймуните, като създават различни компю-

търни модели на творческите процеси. По своята същност творчеството е присъщо на хората. Компютрите не проявяват творчество, дори най-бързият и умен компютър не е способен да твори като машини, те са способни да произвеждат, но не и да творят. Компютрите разполагат с информацията, която хората им предоставят и те я обработват по начин, който човека им задава. Човешките емоции са основа на мисленето. Ние мислим това, което чувстваме. Според изследвания на невробиолози лишаването на човека от чувства го лишава и от мислене и способност за вземане дори на елементарни решения.

Съществуват много измерения на креативността, които се проявяват в различни форми. Според погрешно разпространеното мнение, креативността се ограничава до технически изобретения, разработването на нови продукти и създаване на нови фирми. Креативността е непрекъсната практика, при която хората постоянно подобряват продуктите, процесите и технологиите. Техническата и икономическата креативност си взаимодействат с културната креативност, при което се появяват нови индустрии, като компютърна графика и анимации, цифрова музика и др. Историците и икономистите признават че съществува значителна разлика между *homo economicus* и *homo creativus*. Първият се старае максимално да използва това, което му дава природата, а вторият възстава срещу диктата на природата. Техническата креативност, както и въобще творчеството, е акт на протест (Мокут, 1990).

Психология на креативността: мотивация, интелигентност

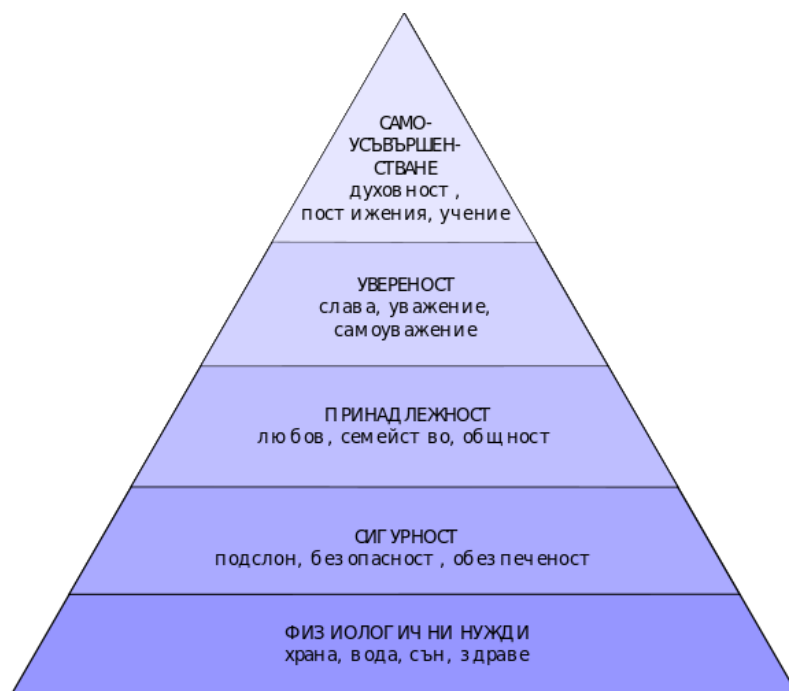
Мотивация на творчеството

Изследването на психологията на човешкото творчество започва през втората половина на деветнадесети век. Творческият процес е възможен при ярко изразена мотивация за постижение и вътрешна мотивация. Интеграцията между двете мотивации определя творческата дейност. Първите теории за влиянието на мотивацията върху творчеството са от психодинамичното направление в психологията. Тези теории обясняват творчеството като начин за намаляване на напрежението, което се появява при опит да се подтиснат определени обществено неприемливи пориви или потребността да се компенсират несъзнателни агресивни и деструктивни импулси (Десев, Салех, Десев, 2011, с. 260).

Хуманистичното направление в психологията обяснява мотивацията с удоволствието и удовлетворението, което получава човек по време на творческия процес. Според тези теории творчеството е мотивирано от желание за реализиране на вътрешния потенциал на човека, т.е. себеактуализация.

Според Ейбрахам Маслоу себеактуализацията означава човек да оползотвори пълния капацитет на своите възможности. Той обяснява творческия процес като спонтанно изразяване на човека, първичните потребности на който са удовлетворени, Маслоу илюстрира това с известната си пирамида, на върха на която е творчеството (Маслоу, 2010).

Схема 1. Пирамида на Маслоу



Източник: Маслоу, Ейб., 2010. Мотивация и личност, Кибеа.

Мотивацията е основа за творческия процес. Постигнатието в резултат от творческата дейност, доставя на човек чувството за успех, и реализация на неговия потенциал. Най-важните психологически фактори, които влияят върху мотивацията за постижение са: потребност от сила, склонност към риск, настойчивост, конформизъм, амбиция, самооценка, обучение и интелигентност.

Творческият процес изисква от човека увереност в собствените възможности и склонност да поема рискове. Необходима е смелост и увереност, за да се представят новаторски идеи, да се правят грешки и да не се обръща внимание на критиката, която може да е полезна но не трябва да е разруши-

телна. Увереността е необходима, за да може да се нарушават общо приети правила и да не си приемат скептицизма и насмешките (Boden, 2004, p. 255).

Според философа Фридрих Ницше изключителните психологически състояния обуславят твореца, те са преплетени с болестни явления, така че едва ли е възможно да си творец и да си здрав.

Тези психологически състояния са:

- *опиянение*, породено от вътрешната необходимост да превърнем нещата в нашата собствена пълнота и съвършенство;

- *крайна изостреност на определени сетива*, породена от излишно вътрешно напрежение;

- *необходимост да се подражава*.

Творецът има висша точка на дразнимост в даването, а не в приемането (Ницше, 2009, с. 568).

Понякога хората изразходват значителни усилия през продължителни периоди от време, без да е необходимо да прилагат силата на волята. Психологът от Чикагския университет Михали Чексентмихали нарича това състояние "поток". Това е състояние на концентрация без усилия, при което хората загубват чувство за себе си, време, проблеми, като техните описания за радостта от това състояние Чексентмихали определя като "оптимално преживяване". Много творчески дейности са такова "оптимално преживяване, но изискват много усилия – концентрация върху задачата и съзнателен контрол върху вниманието. В потока запазването на фокусирано внимание не изисква упражняване на самоконтрол и свободните ресурси се насочват с настоящата задача (Канеман, 2012, с. 52).

Михали Чексентмихай, е автор на книгата "*Креативност: потокът и психология на откритието и изобретението*", в която изучавайки живота на творческите хора, открива, че креативността предполага преминаване на границите между различните области на познание. Най - креативните хора виждат връзки, които другите не забелязват. Според Чексентмихали талантливите хора не се включват и в стереотипа на своя пол, като креативните момичета са по-доминантни и грубовати в сравнение с другите момичета, а креативните момчета по-чувствителни и по-малко агресивни (Csikszentmihalyi, 1998).

Според Чексентмихали креативният процес не е линеен, а цикличен. Броят на взаимодействията, през които преминава, обратите, които включва, интуициите, които съдържа, зависят от дълбочината и широчината на обсъжданите теми. Понякога инкубационният период може да продължи години, а друг път няколко часа. В първоначалното формулиране на теорията на Дарвин, интуицията се появява бавно с отделни несвързани проблясъци, като минават години преди да ги обедини в обща идея. Но когато Дарвин ясно прозира какво предполага неговата теория, това вече не е интуиция,

защото всички минали моменти се свързали в едно цяло (Csikszentmihalyi, 1998),(Басат, 2016, с. 41).

Способността да се постигат големи скокове на ума е общо качество на всички епохални идеи. Обикновено тази способност се намира в хора с разнообразна ерудиция, мултидисциплинарни умове и хора с широк спектър на личен опит. Много инженерни проблеми са разрешени от хора, които не са инженери. Това се случва, тъй като перспективата е по-важна от коефициента на интелигентност (Пинк, 2011, с. 140).

Креативност и интелигентност

Интелигентността отличава човека от останалите видове. А неговата креативност, която е възникнала от инстинкта за оцеляване променя хода на историята. Много изследвания отделят креативността от интелигентността. Според тях креативността е когнитивна способност, отделна от другите умствени функции и отличаваща се от групата способности наречени интелект. Въпреки че интелекта като способност да се обработва и усвоява голямо количество информация, способства за развитието на творческия потенциал, той не е едно и също с креативността. Според Р. Флорида креативността включва способността за синтез, като за да се създадат нови форми, е необходимо да се комбинират и анализират данни, концепции и факти. Резултат от творческия синтез могат да бъдат разработки на технологии, теории, решаване на проблем или произведение на изкуството (Флорида, 2007, с. 45).

Творчеството е синтез на идеи, за да можем да синтезираме и творим, са ни необходими стимули, части от старото, които съединяваме в нещо ново, в различни комбинации, отхвърляме съществуващи модели и създавайки нови. Стремим се да увеличим изборът, без да се задоволяваме с постигнатите резултати. Този синтез на идеи изисква наличие на различни видове интелигентности.

Изследването на творческия процес е свързано с различните интелигентности. Според изследователя на множествената интелигентност Хауърд Гарднър отделният човек притежава не една, а различни интелигентности, които не могат да бъдат измервани със стандартни тестове. Тъй като интелигентностите са малко на брой, разнообразието в човешките способности се основава от разликите в профилите на интелигентностите. Не съществуват хора с еднакъв интелектуален профил, тъй като нашият житейски опит е различен. Притежаването на една по-висока сред множеството интелигентности не означава, че човек може винаги да я приложи (Гарднър, 2014, с. 37).

Теорията на Хауърд Гарднър за множествената интелигентност се различава от психометричните измервания на интелигентността, според които коефициента на интелигентност IQ е показател на индивидуалната обща ин-

телигентност /Съществуват различни тестове, които измерват интелигентността, първият от тях е създаден през 1916 г., в момента най-масово се прилага тест на Дейвид Уечслър, създаден през 1955г. През 1965 г. Уолак и Коган от университета в Индиана създават тест за измерване на креативността. виж. http://www.indiana.edu/~bobweb/r546/modules/creativity/creativity_tests.html/. Като прилага биология, неврология, антропология и психология, Гарднър дефинира интелигентността като потенциал за обработване на информация, за да се решават проблеми и създават продукти, които са ценни за една култура. Интелигентностите винаги са във взаимодействие между биологичните дадености и възможностите за учене, които съществуват в дадена култура (Гарднър, 2014, с. 276 -277).

Различните видове интелигентности предполагат и различни форми на креативност. Креативността във физиката е напълно различна от тази в литературата, политиката, мениджмънта и др. Креативността се определя от областта и твореца, което изключва обобщено понятие за креативност. Според Хауърд Гарднър, човек не може да е творец, ако не владее свършено областта, в която работи. Придобиването на умения в определена област е продължителен процес, който може да отнеме много години. Креативността зависи повече от характера на личността, отколкото от нейната интелигентност. Откритията се правят от хората които са привлечени от предизвикателствата, рискуват и не се боят от провала. Креативността не зависи само от отделната личност, тя е взаимодействие на три фактора:

- личността с неговите качества и мотивация;
- домейнът- областта в която той работи;
- социалната среда – хората с които работи и институциите, които оценяват креативността (Гърднър, 2014, с. 88).

Според Гарднър надареността е знак за преждевременно развит биопсихологичен потенциал в домейна на определена култура. Човек е "надарен", когато напредва бързо в определена област. Децата чудо като Моцарт напредват изключително бързо, като интелигентността им е в определена област, и само изключения като Леонардо да Винчи притежават универсална интелигентност в различни области. Времето, през което човек овладява умения и опит за представянето на най-високо ниво на домейна. Човек става експерт само след като е работил в определена област десет и повече години. Експертността обаче не е оригинална и може да се разглежда като техническо съвършенство. Креативността е новост в домейна, която може да бъде преценена от неговата общност. Креативният човек решава проблеми и създава продукти по нов начин. Съществуват разлики между експертност и креативност, като човек може да е експерт без да е творец, а креативност може да се изяви преди някой да стане експерт. Гениалността според Гарднър притежават тези личности, които са не само експерти и творци, работата на

които има универсално значение. В науката това са хора, открили универсални принципи като Нютон, Дарвин, Айнщайн и др., а в изкуството – автори, творбите на които са издържали проверката на времето като Моцарт, Гьоте, Шекспир и др. Гените оказва съществено влияние върху очертаването и същността на домейна (Гарднър, 2014, с. 58-61).

Повечето теоретици допускат, че креативността налага идеи, поведение или продукти, които са нови и ценни. Така конструирана креативността се тълкува да е за уникални хора. Наистина тя изглежда доста рядко явление сред хората. Не съществуват креативни животни, а и не всички хора притежават креативност, поради което тя може да се разглежда като мистична затова как тази способност се е развила и как се е появила в периода на развитието на детето. Гарднър изследва креативността през различните възрасти. Децата са креативни без значение от областта, в която креативността им се проявява. Възрастта до десет години може да постави основите за креативен живот. Децата, които са отчуждени от своята култура и са амбициозни и упорити, е възможно да станат творци, докато тези, които се чувстват добре като част от групата, вероятно ще станат експерти. Повечето от младежите на възраст от петнадесет до двадесет и пет години стават експерти, но някои от тях не остават на нивото на експертността, те поемат голям риск, търсят предизвикателства и се стремят да постигнат нещо повече от това, което е постигнато. След тридесет и пет години повечето хора стават удовлетворени или неудовлетворени експерти. Някои от тях надхвърлят нивото на експертност и търсят творческа реализация. Според проучванията на Гарднър най-креативните личности от всички области са с високи изисквания, амбициозни, самоуверени, леко невротични, авантюристични и вгълбени в себе си.

Изследванията на Гарднър водят до създаването на модел на проявление на изключително креативния индивид. След десетилетието на експертност той прави радикално изявление, с което разтърсва областта, в която работи. След още едно десетилетие, той прави по-синтезирано твърдение, с което се изчерпва перспективата да прави пробиви. Съществуват области, в които е възможно няколко десетилетия да се правят пробиви, а в някои важните приноси се правят през последните десетилетия от живота (Гарднър, 2014, с. 65-67).

Хората живеят в общество, като основният проблем в социалната среда е това, че прехвърлят върху другите своите емоционални нужди и моментни желания, и погрешно схващат тяхното поведение и намерения, и така възникват обръквания и конфликти. Отношенията ни с другите хора имат най-голямо значение за емоционалното ни състояние, повече от работата, парите и преодоляването на трудностите. Хората са погълнати от това какво са казали другите хора, какво мислят, какви са причините за тяхното пове-

дение, мотивация и др. и как трябва да реагират. Необходимо е да притежаваме социални умения, за да различаваме изражения на лица, разгадаваме мисли и чувства, да оценяваме приемливо и неприемливо поведение. Нашите мозъци са еволюирали като социални органи, заради изключителната важност на социалните ни взаимоотношения. Социалното интелигентност ни помага за създаване на умения, с които да общуваме с другите хора. Подобрата социална интелигентност не само помага за избягване на конфликти и справяне на взаимоотношенията с останалите хора, но оказва положителен ефект върху начина на мислене и увеличаване на творческия потенциал. Според Карл Албрехт социалната интелигентност е способността да се разбираш с останалите хора и да ги привличаш за съдействие. Тя е част от цялата система от отделни интелигентности, а не отделна черта на човека както смятат привържениците на коефициента на интелигентност. Множествената интелигентност в теорията на К. Албрехт включва шест основни типа интелигентности: абстрактна, социална, практическа, емоционална, естетическа, кинестетична. Социалната интелигентност намалява и смекчава конфликтите, изгражда сътрудничество и мобилизира хората за осъществяването на обща цел, което е необходимо за осъществяването на творческия процес (Албрехт, 2006, 15, 16).

Особеност на съвременното общество е това, че талантът от норма на развитие на отделния индивид става норма на развитие на много хора. Креативността вече не принадлежи на определен елит, а може да се развива от всички в обществото. В съвременното общество развитието на креативното мислене разширява човешките възможности. Това е особено важно за хората, които не се боят да поемат отговорност и да правят революционни промени в обществото. Съществуването на различни интелигентности, допуска и различни видове креативност, което прави сложна пряката връзка между интелигентност и креативност. Повечето автори, изследващи креативността я смятат за умения, които могат да бъдат придобити, възможно е усъвършенстването на някоя от съществуващите интелигентности, но това не води автоматично до повишаване на креативността на индивида. Креативният автор и практик в областта на рекламата Луис Басат прави извода, че за да бъдеш креативен, не трябва да имаш по-голям мозък или да си на определена възраст. Изследвания в областта на неврологията показват, че хора със средни способности могат да успеят да решат проблеми по много оригинален начин. Психологични проучвания, като тези на Якоб Гетцелс и Филип Джаксън, показват че интелигентността и креативността не са свързани, както и че няма връзка между креативността и възрастта (Geltzels, Jackson, 1962). Децата правят много креативни неща, а строежът на проекта на Франк Лойд Райд за нюйоркски музей е приключил когато, той бил на 99 години (Басат, 2016, 36) .

Невробиологични основи на креативното мислене

Ляво и дясно мозъчно мислене

През 60-те години на миналия век психологът Саруф Медник смята, че открива същността на креативността, като прави извода, че креативността е асоциативна памет. Медник създава тест на далечната асоциация, който е използван по-късно от немски психолози, които изследват как настроението влияе на креативността. Според получените резултати доброто настроение, интуицията, креативността и лековерието образуват клъстер. Противоположните чувства също образуват клъстер от тъга, бдителност, подозрение, аналитичен подход и повишено усилие. Хората с доброто настроение стават интуитивни и по-креативни, но и по-малко бдителни и правят логически грешки. Доброто настроение показва, че нещата вървят добре, няма опасност, така че може да се намали бдителността. Лошото настроение показва, че нещата не вървят много добре, съществува заплаха и е необходима бдителност (Канеман, 2012, с. 93).

Настроенията, емоциите, чувствата са присъщи състояния на хората. Креативността зависи от емоционалните ни състояния и се осъществява в нашето подсъзнание. Психолозите твърдят, че нашето подсъзнание е по-умно, по-бързо и по-силно от съзнанието. Нашите мозъци ни заблуждават, като защитават и възхваляват нашето его и постоянно изкривяват и деформират реалността. За да се опитаме да обясним произхода на креативността, е необходимо да разберем как работи нашия мозък. Човешкият мозък се състои от две полукълба, всяко от които е огледално на другото. Нормално двете са свързани с група от клетки, които осъществяват диалога между тях. Информацията, която е достигнала до едното полукълбо е едновременно на разположение и на другото. Всяка половина на човешкия мозък има своя сила и слабост, начин на пренасяна на информация и специфични умения. Лявата половина на мозъка е направила човека най-успешния от всички видове. Тя изчислява, комуникира, измисля и изпълнява сложни планове. Тази половина е подложена на силен натиск в съвременността и представя лошото на западния свят: материализма, контрола, безчувствието. Дясната половина на мозъка е по-благородна, емоционална и близка до природата, начина на мислене, които се свързва с Изтока. Лявата половина е аналитична, логична, точна, има усещането за време, докато дясната е мечтателна, преработва информацията по холистичен начин, като при нея се включват сензорните рецептори (Carter, 2010, p. 48-50).

Разделянето на мозъчната дейност на две различни работни половини поражда цяла мини индустрия за това как да използваме дясната половина на мозъка. Съществуват самоучители и книги, които ни съветват как с

дясната половина, да рисуваме, да свирим, яздим кон, да правим бизнес, наемаме персонал др. Мозъчните специалисти дори наричат това явление "дихотомания". В действителност мозъкът е удивително сложен, като двете му половини постоянно си прехвърлят работа, което прави трудно прецизното тяхно разделяне. Въпреки това изследванията потвърждават, че двете полукълба работят по-различен начин и въпреки че са тясно свързани, определени умения винаги се развиват в едно от двете полукълба.

Конвергентното (ляво) мислене е логическо мислене. Негов предмет е да се намерят единствени, логични и правилни решения на ясно изразени проблеми. Това е праволинейно мислене, чрез което се постигат вече известни отговори и решения. При него ясно се разграничават правилно и погрешно, поради което е възприето в образованието и приложната наука (Watson, 2010, р. 70). Дивергентното (дясно) мислене е насочено към намиране на множество нови решения на непознати и слабо артикулирани проблеми. Отличава се с оригиналност, гъвкавост, изобретателност и създаване на нови идеи и решения (Watson, 2010, р. 71). Когнитивни невролози са открили, че откритията са свързани с огромен изблик на нервна дейност в дясното полукълбо на мозъка. Активирането на дясната половина на мозъка става все по необходимо (Jung-Beema, 2004).

Таблица 1. Видове мислене

<i>Когнитивно мислене (ляво полукълбо на главния мозък)</i>	<i>Дивергентно мислене (дясно полукълбо на главния мозък)</i>
Обработване на вербална информация (способности за говорене, четене, писане, запомняне на факти, имена, дати и др.) Аналитично мислене (логика, анализ, планиране) Последователно мислене (информацията се обработва последователно, на етапи) Способности за математиката и точните науки	Обработка на невербална информация (символи и образи) Образно мислене (синтез, идея) Паралелна обработка на информацията (едновременно обработване на различна информация; проблема се разглежда цялостно, без прилагане на анализ) Въображение, творчески способности

Източник: О. Дьяченко, Деструктивная природа кретивной деятельности, Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 15 (306). Экономика. Вып. 41. с. 123.

Двете мозъчни полукълба (ляво и дясно) работят по различен начин, което се отразява и на стопанската дейност на хората. В епохата на масово производство се използва лявото полукълбо, докато дясното е почти ненужно. В периода на икономиката на знанието, дясното полукълбо е второстепенно в сравнение с лявото. В съвременната икономика дивергентното (дясно) мислене става равнопоставено с конвергентното (ляво) и ключ към постигане на успех и лично удовлетворение. Всяка епоха от стопанското развитие се характеризира с различно мислене. В съвременната икономика физическите усилия са отстъпили на умствените. *"Развили сме се от икономика построена на гърбовете на хората, към такава построена върху левите страни на мозъците им, и най-сетне към онова, което се заражда днес: икономика и общество, построени все повече върху дясното полукълбо на човешкия мозък"* (Пинк, 2011, с. 57-58).

Коефициентът на интелигентност може да повлияе при изборът на професия, но след това ляво ориентираното мислене, което се измерва с него има сравнително малко значение. По-голямо значение имат качества като въображение, жизнерадост и социални умения. Според изследване направено от Даниел Голман и "Хей Груп" в организациите най-ефективните лидери са забавни (Пинк, 2011, с. 66). Понякога най-големите идеи идват от комбинация от вече съществуващи идеи, които никой преди това не се опитвал да съедини. Способността да се създават такива връзки е функция на дясното полукълбо на мозъка. Проблясъкът на проникателност е придружен от огромен изблик на нервна дейност в дясното полукълбо на мозъка. Когато работим по един проблем по методичен начин, дясното полукълбо на мозъка остава спокойно, нашият "Еврика" център. Способността за активиране на тези десни способности сега е все по-необходима. Сега хората със способности и кураж трябва да експериментират и да приемат множеството грешки, които неизбежно следват, за да създадат нещо ново (Пинк, 2011, с. 142).

Интуитивно мислене

Освен ляво и дясно мислене, според когнитивна психология съществуват две системи на мислене, които са фундамент и на поведенската икономика в изследванията на Даниел Канеман и Амос Тверски (Даниел Канеман (1934 г.) – израело-американски икономист. През 2002 г. получава Нобелова награда по икономика "за внедряване в икономическата наука на психологически изследвания, формиране на човешките разсъждения и приемане на решения в условия на неопределеност. Работи заедно с Амос Тверски, и повечето от трудовете, за които получава Нобелова награда, са тяхна съвместни разработки. Амос Тверски (1937-1996) – израелски психолог пионер на поведенската икономика). Човешкият мозък функционира, като разли-

чава две системи на мислене: автоматична и разсъдъчна. Автоматичната е бърза и е инстинктивна, и тя обикновено не се свързва с думата мислене. Дейността на тази система се свързва с най-старите /от гледна точка на еволюцията на мозъка/ участъци на мозъка, които притежават и гущерите /това е лимбична мозъчна система включваща амигдалата, която управлява за човешкото поведение, първичните инстинкти, емоциите, страхът и др. Това е несъзнателното мислене, което е интуитивно и има връзка с натрупаният опит. Говорим майчиния си език, като използваме автоматичната система. Идеите, които се раждат докато са разхождаме, под душа и други места, са резултат от действието на тази система.

Разсъдъчната система е по-бавна, това е по-задълбочено мислене изискващо усилие. Използваме тази система, когато пишем книги, решаваме задачи, решаваме къде да учим и др. Автоматичната система е нашата интуиция, а разсъдителната съзнателните ни мисли. Интуицията може да бъде точна, но и погрешна. Уменията, които придобиваме с учене и тренировки, обучават автоматичната система, като накрая може да разчитаме изцяло на нея. Причината младите хора да са по-лоши шофьори е, че автоматичната им система не е натрупала достатъчно опит и използват повече разсъдителната се система, която е по-бавна (Талер, 2014, с.32-34).

Таблица 2. Когнитивни системи на мислене

Автоматична система (Система 1)	Разсъдъчна система (Система 2)
Неконтролирана Неизискваща усилие Асоциативна Бърза Несъзнателна Основаваща се на усвоени умения	Контролирана Изискваща усилие Дедуктивна Бавна Самоосъзната Следваща правилата

Източник: Ричард Талер, Кас Сънстейн, Побутване По добрите решения за здраве, дълголетие и щастие, Изток запад, 2014.

Интуитивното /автоматично/ мислене е в основата на нашите решения, които вземаме въз основата на малко количество данни. То ни позволява да използваме натрупания си опит, за да решаваме различните проблеми. Същностен елемент на познавателния процес е това, че не анализираме всеки логически отговор, а се стараем да отгатнем най-вероятния. Според Даниел Канеман не можем да живеем вечно в съмнение и затова измисляме най-

добрата възможна приказка и живеем така, сякаш е истина. Интуитивното мислене се основа на оценка на вероятности, от което следва, че понякога вземаните решения са грешни.

В паметта се съдържат *множество умения*, които сме придобили през живота си, които автоматично произвеждат адекватни решения. За придобиването на умения е необходима подходяща среда, с възможност за практика и бърза и недвусмислена *обратна връзка* за мислите и действията ни. Когато тези условия са налице, *уменията* се развиват и повечето интуитивните избори, които правим, ще са правилни. Така ще се справяме бързо с огромни количества информация (Канеман, 2012, с.347).

Когато човек придобие умения за изпълняването на дадена задача, енергията необходима за нейното изпълнение намалява, като в мозъка се включват по-малко зони. Развитието на интелигентността при изпълняването на дадена задача изисква по-малко усилия. За когнитивното и физическото напрежение важи "законът за най-малкото усилие", според който, ако има няколко начина за изпълнение на някаква задача, се избира най-лесният. "Мързелът е дълбоко вкоренен в нашата природа" (Канеман, 2012, с. 46)

Грешките на колективното и експертното мислене

Хората рядко работят самостоятелно, повечето са в колективи, като въпреки предимствата, които предоставя, груповото мислене на колектива често допуска много грешки. Фирма, която управлявала инвестициите на много богати хора предоставя за анализ на Даниел Канеман резултатите от двадесет и пет годишната си дейност. След направения анализ Канеман прави извода, че няма връзка между уменията на различните консултанти на фирмата и получените резултати, били в резултат на случайност. Според Канеман съществува цяла индустрия, изградена върху илюзията за умения. Като резултатите от уменията на инвеститорите на фирмата приличат повече на състезание по хвърляне на зар, отколкото на игра изискваща умения. Шефовете на фирмата възнаграждавали късмета, така сякаш е умение, при което давали на консултантите големи бонуси. Направеният анализ с нищо не променил политиката на фирмата, и ако не бил отхвърлен, то не и постигнал нищо (Канеман 2012, с. 279).

Познанията на членовете на една група се разпределят, като едни хора са специалисти в една област, други експерти в друга. Информацията, която постъпва в групата, дава възможност да се вземат най-добрите решения. За груповото мислене важи правилото – знаем всичко, което ни е нужно. Този начин на мислене допуска групови грешки. За да се избегнат те, е необходимо: да се поемат разумни рискове, които се основават на широка база данни, тъй като груповите решения са градят върху малко данни; об-

ратна връзка с хората, към които имате уважение и доверие; избягване на предубедена информация; широк кръг от познати от различен диапазон от пол, възраст, етнос, които могат да предложат свеж поглед върху нещата (Гоулман, 2016, с.87).

Според Даниел Канеман илюзията, че разбираме миналото, подхранва увереността ни че можем да предсказваме бъдещето. Тази илюзия се експлоатира от експерти в бизнеса и политиката. Медиите имат на свое разположение експерти, работата на които е да коментират случилите се събития и да правят прогнози за бъдещето. Зрителите и читателите имат усещането, че получават информация и задълбочени анализи, а самите експерти също вярват, че предлагат такава информация. Филип Тетлок психолог в Пенсилванския университет прави изследване, в което интервюира 284 експерта от различни области на икономиката и политиката, като събира повече от 80 000 прогнози. Резултатите показват, че експертите се справят по-зле от хората, които са лаици в тези области, а експертите с най-много знания правят най-лошите прогнози. Колкото по-известен е предсказващият експерт, толкова е по-самоуверен и прави по-претенциозни прогнози. Проучването показва, че няма разлика между резултатите на експертите с докторска и бакалавърска степен, а професори с многобройни публикации нямат предимство пред журналисти (Tetlock, 2005).

Според Тетлок експертите отказват да признаят че грешат, а когато са принудени да го направят разполагат с много извинения. Насим Талеб анализира изследването на Тетлок, като твърди че когато експертите са прави те отдават това на задълбочените си знания, а когато грешат те отказват да го признаят – " аз бях почти прав". Според Талеб причината е в асиметричното човешкото възприемане на случайните събития- приписваме успехите си на уменията си, а провалите на случайността. Пример за това е че 90 % от шофьорите да се смятат за по-добри шофьори от тези със средни умения (Талеб, 2011, с. 235).

Тетлок различава два типа прогностици - таралеж и лисица. Таралежите са вкопчени в това което знаят- "едно голямо нещо", като събития, върху които изграждат анализите си може никога повече да не се случат. Те имат собствена теория за света, като обясняват събитията в свързана рамка, което го прави самоуверени в предсказанията си. Те са упорити и ясни, като продуцентите на телевизионни предавания смятат, че за зрителите е добро шоу сблъсък на два таралежа с различни позиции по един проблем (Канеман, 2012, с. 285). Лисиците са по-гъвкави и приспособимия, те са комплексни мислители и вярват, че големите събития са двигател на историята. Те разбират, че реалността възниква от взаимодействието на множество събития и хора, а често случайността има непредвидими резултати. В изследването на Тетлок техните резултати са по-добри от тези на таралежите.

Важна методологична особеност на креативното поведение е разделението на интелектуалните и креативните способности. Тази психологическа особеност на индивидите зависи от особеностите на доминиращото мислене. Само десет процента от хората на земята използват балансирано двете полукълба на своя главен мозък. Останалите игнорират творческия потенциал на дясното полукълбо с не логично и нестандартно мислене и развиват само лявото полукълбо, което се характеризира с логичност и праволинейност. Лявото полукълбо води до осъзнаване анализ и изводи, докато на дясното до интуиция, синтез и прозрение. В креативния процес се използват и двете полукълба, които организират творчеството, като процес на събиране на информация, анализ и синтез. Креативното поведение, интуицията, социалните умения и емоционална интелигентност се развиват на подсъзнателно ниво. Трябва да се избягнат грешките на груповото и мислене и погрешните интуиции на автоматичната система на разсъждение, като се създаде креативна стратегия на мислене, която е различна от системния начин на мислене.

Нестандартно мислене и креативност

Креативността е стил на мислене, който е склонен към въпроси и не се задоволява от получените отговори. Тя атакува не само общопризнатите проблеми, но и това, че всички хора това ги устройва. Креативните хора и организации постоянно се стремят да преоценят процедурите и принципите и затова постоянно оперират с бъдещето, като разглеждат възможните открития, изобретения и техните последици. Търсят общи черти в това, което изглежда несъвместимо, създават неочаквани комбинации, които решават различни проблеми. Особеност на креативното мислене е ирационалността и липсата на логика. Иновациите не се появяват след логични размишления и целенасочено и задълбочено мислене, а след спонтанно и необмислено действие. Иновациите, креативността, вземането решения са свързани с мозъчната ни дейност. След обособяването на поведенската икономика и невроикономиката изследванията на това как работи мозъка ни и как творим се задълбочават.

Откритията и творчеството са нещо различно от натрупаните стереотипи на мислене в обществото. Според великия учен Алберт Айнщайн "здравият смисъл са събраните предразсъдъци, придобити до осемнадесет годишна възраст. Много малко хора са способни невъзмутимо да изразяват мнения, които се различават от общоприетите предубеждения на тяхното социално обкръжение. Повечето хора дори не са способни дори да си представят такива мнения" (Торп, 2010, с. 11). През 1905 г. революционните идеи на Айнщайн (когато той е само на 26 години) не са приети от научната общност и

изминават 16 години до присъждането му на Нобелова награда по физика през 1921 г.

Шансът обича подготвения ум", е казвал Луи Пастър. За да бъде един човек иновативен предприемач, добър мениджър и успешен маркетинголог, той трябва да поддържа своя ум в творческа настройка. Това се прави с ежедневни усилия и достатъчна релаксация, за да може да преодоляват многото бариери, които се изправят пред креативността. Джейн Томас е една от многото, които описват тези бариери пред креативността:

- провал да се задават въпроси;
- незаписване на идеи;
- неревизиране на идеи;
- неизразяване на идеи;
- липса на мислене по нов начин;
- нежелание за повече;
- провал в опита за креативно мислене;
- отказ да продължаваш да опитваш;
- нетолериране на креативно поведение (Magapodi).

Луис Басат е един от най известните съвременни рекламисти. Той е начело на екипа, ръководил церемониите за Олимпийските игри в Барселона през 1992 г., основател на Института за творческо развитие "Басат Огилви", носител на над 400 отличия в областта на рекламата в Кан, Ню Йорк, Лондон и Латинска Америка, и номиниран за най-влиятелен рекламист на 20 век. Луис Баста е потомък на българи емигрирали в Испания в началото на миналия век. През 2016 г. участва в събития в България, които са част от проекта "Луис Басат и креативността". Басат обобщава основните спирачки пред креативността: конформизмът, апатията, невежеството, страхът да не сбъркаш, улесненията, които ни предоставя модерният начина на живот, при които получаваме много неща веднага. Той също дава съвети за стимулиране на креативното мислене, ето някои от тях:

- *ако ти кажат, че ще откриеш отговора сутринта няма да го откриеш, но ако ти дадат месец време, е много вероятно да го откриеш на сутринта;*
- *много работи, после много се забавлявай;*
- *големите идеи идват, когато си отпочинал;*
- *не се насилвай да постигнеш нещо по задължение;*
- *прави всичко с въображение, така и най-трудните проблеми ще се превърнат в забавни игри;*
- *постарай се, но не се насилвай и стресирай, нито позволявай да те заставят, креативността винаги идва с полъхът на свободата;*
- *да създаваш е не да се съсредоточаваш в една точка, а да умножаваш точките;*

- *дългият обходен път е най-краткият за сътворяването* (Басат, 2016, с. 58).

Според Луис Басат да имаш креативно поведение не е лесно, по-лесно е да се съгласяваш, следвайки инерцията, но е по-вдъхновяващо да живееш да мислиш и действаш креативно. Това е начин на живот, който е достъпен за всеки. Креативното поведение предполага добро образование и широк мироглед, като всеки може да подобри ежеднезната си дейност като мисли. Пример за това е изобретяването на кламера – обикновено парче тел, което някой се е сетил да сгъне за да задържа няколко листа хартия (Басат, 2016, 67). Друг такъв пример е колелцата за куфарите и багажът, които преди малко повече от десет години се носеха само на ръце /според есеистът Насим Талейб това е много значимо и практично изобретение/.

Според Стивън Смит, професор по когнитивна психология в Тексаския университет A&M, творческите идеи често идват от необичайни комбинации. *"Най-доброто решение е да не бъдеш това, което всички мислят. То е да бъдеш нещо необичайно"*, казва той. Тези "необичайни комбинации", наричани "далечни асоциации" са свързани идеи, които на пръв поглед могат да изглеждат невъзможна комбинация. Те са истинската същност на креативното мислене. За да развие човек творчески ум, той трябва да увеличи възможностите си да прави неочаквани асоциации. Тук следват няколко стратегии, които могат да се използват в тази насока, описани в сайта на американското сп. Entrepreneur.

Търсете идеи извън работния си график. За да разширите креативните си хоризонти, създайте си широк набор от перспективи, опити и лични изживявания. Разнообразното работно място може да бъде от помощ, но не е достатъчно. Извън работата, винаги търсете разнообразие в онова, с което се храните, в местата, където излизате, типове изкуство, които наблюдавате, там, където пътувате, книгите, които четете.

Изградете широка мрежа за обратна връзка. Често дискутираме важни идеи с членовете на един и същи вътрешен кръг. Правейки това обаче може да изпуснем важни отговори. Някой, който не е чак такъв експерт в дадена област, може да забележи особености на труда ни, невидими за останалите. Затова потърсете интелигентни хора с малко познание за бизнеса ви и разговаряйте с тях за проектите, над които работите. Ще се изненадате колко продуктивни може да бъдат предложените от тях решения.

Освободете се от твърдите правила. Също както кралицата в "Алиса в страната на чудесата", която мисли за невъзможни неща по половин час дневно, тренирайте ума си да бъде по-открит. Практиката да пускаш ума си да се скита ще ви помогне в хрумването на интересни идеи, колкото и абсурдно да изглежда. Хуморът и говоренето на глупости също помагат. Дори

да се сетите за 99 невъзможни и абсурдни идеи и за една, която ще проработи, това ще е достатъчно, обяснява професор Смит.

Наблюдавайте света. *"Когато окупирайте собствената си глава с мисли, креативните идеи може да минат незабелязано покрай вас"*, обяснява професорът. Най-идейните хора винаги търсят интересни неща около себе си, дори тези неща да не отговарят на това, по което работят в момента. Съхранявайте в тетрадка или компютърен файл всички свои идеи, статии, снимки, които ви правят впечатление, дори абсурдните си мисли. Те може да ви бъдат от помощ в неочаквани моменти (<http://www.manager.bg>).

Нестандартното мислене в бизнеса е изследвано от Даниел Голман. Според него компания, която е преуспяла с прекарването на технологичен обрат на пазара, може да започне да изостава от новите технологични вълни, ако е вътрешно фокусирана върху направената иновация и пропуска външните промени. Необходимата бизнес стратегията, за да се постигне успех, включва съчетаването на два подхода – експлоатация и изследване. Компаниите, които са в състояние едновременно да експлоатират и изследват, Голман нарича "двуръки". Изследването позволява откъсване от настоящият фокус, търсене на нови възможности, гъвкавост, откривателство и творчество. Експлоатацията е фокус върху това, което вече се прави, за да се подобри производителността и резултатите. Изследването е свързано с повече рискове, но успехът може да е много голям, докато експлоатацията е безопасен начин за получаването на печалба.

Различното мислене изисква превключване от експлоатацията към изследването. Свързано е с противоположност в нагласите, което на нивото на мозъка включва изцяло различни умствени функции и невронни механизми. Мозъците на 63 опитни бизнес ръководители са били сканирани докато прилагали експлоататорска, изследователска или превключваща между двете стратегия. Експлоатацията е свързана с мозъчни механизми за лекота в позната практика, рентабилност и получаване на възнаграждение. Изследването мобилизира центрове в мозъка за контрол на вниманието за преодоляване на съществуващите практики, които невронауката нарича "когнитивно усилие". Мисловното претоварване и стресът изтощават мозъчните механизми за подобно усилие и задържат мислите на бизнес ръководителите, които са на отговорни постове, поради което повечето от тях следват стратегията на експлоатация (Голман, 2016, с. 243-245).

Един от най-изтъкнатите съвременни мислители и световен авторитет в областта на творческото мислене и иновациите е Едуард де Боно. Той е изобретател, предприемач, автор и консултант. Докато хиляди хора разработват компютърен софтуер, Де Боно е пионер в създаването на софтуер за човешкия мозък. От разбирането, че човешкият мозък, работи като самоорганизираща се информационна система, Де Боно извежда съществените методи

на *латерално /нестандартно/ мислене*. Написал е множество книги, сред които изключително популярната *"Шестте мислещи шапки"*. Неговите техники за творческо мислене намират широко приложение в много области, като особено широко и успешно се прилагат в бизнеса. Методите на обучение в мисленето на Де Боно се прилагат от световни корпорации като IBM, Microsoft, Nokia, Siemens и др.

Едуард де Боно показва, че творческото мислене не е привилегия на малцина избрани, а може да се прилага от всеки, винаги когато е необходимо, като се използват специално разработените от него техники. За това не се изисква много висок коефициент на интелигентност, нито голямо познание, а са необходими творчество, въображение и съпричастност – умения, които според Де Боно всеки може да усвои.

Латерално (нестандартно) мислене е метод за творческо мислене стъпка-по-стъпка, с разработени практически техники, които могат да се използват съзнателно. Според създателя на тази концепция Едуард де Боно, интелигентността е потенциал, а мисленето е умение за използване на този потенциал. Докато информацията ни залива, имаме нужда от подходящи техники за мислене, които да не ни позволят да потънем от прекомерна информация. Точно както уменията на водача определят как се използва един автомобил, мисленето определя начина, по който се използва интелигентността. Човек може да бъде добър мислител, без да е интелигентен и обратното. Терминът вече е широко разпространен, като способите му включват провокация, извличане на идея, случайно встъпление. Всички те се градят на разбирането за поведението на самоорганизиращи се системи, при които информацията се подрежда сама в определени модели. Провокацията представлява изявление, за което знаем, че е грешно, но го използваме за да провокираме появата на нови идеи. Според Де Боно творческото мислене е умение, практикуването на което се превръща в навик. Дори без креативно умение създаването на нова идея, ще осигури начало за нов разговор и нова идея (Де Боно, 2009, с. 48)

Латералното (нестандартно) мислене е основано на разбирането за мозъка като за самоорганизираща се информационна система, която функционира, като позволява на информацията да се подрежда сама в категории. То позволява на мислителя да пренарежда различните модели и категории, за да развива нови идеи. Промяната в начина на мислене според Де Боно може да се извърши като осъзнаем че:

- Информацията и логиката не са достатъчни. Трябва да обръщаме внимание на възприятието, креативното и дизайнерското мислене.
- Да се открие истината не е достатъчно. Трябва да се мисли как да се добави стойност към нея.

- Процеси като латералното мислене могат да бъдат изучени и овладени чрез упражнения и използвани като умение.

Според Едуард де Боно съществува мит, че творческото мислене е вид мистичен талант, който някои хора притежават, а останалите им завиждат. Всъщност човешкият мозък е така устроен, че се стреми входящата информация да се обособи в установените вече модели на възприятие. Ако мозъкът не е устроен така, животът щеше да е прекалено сложен и бавен. Затова в определена ситуация, просто прилагаме установения модел, което е противоположно на творческото мислене. Затова вместо да се чака творческо вдъхновение, трябва да се прилагат различни методи на приложение на творческо мислене, което противоречи на съществуващите модели (Де Боно, 2009, с. 48).

Де Боно е известен с метода на шестте мислещи шапки, който той създава през 1985 г. Представява колективно вземане на решения и решаване на проблеми, при което различните участници в дискусията мислят по различен, начин в зависимост от това каква мисловна шапка са сложили. Когато въпросът се обсъжда в група, всички мислят едновременно (паралелно) с една и съща настройка на ума – т.е. във всеки отделен момент "носят" едни и същи шапки. Този метод предлага алтернатива на спора, при който всяка страна формира своя гледна точка, която се стреми да защитава, доказвайки че чуждата гледна точка е грешна. Според Де Боно спорът се основава на агресивна позиция, като изследването на обекта е на ниско ниво, докато при метода на шапките от всеки участник се изисква да изследва темата, а не просто да си създаде позиция, която да защитава. Шапките предлагат бърз начин за превключване на мисленето, осигуряват среда за търсене на специфичен тип мислене, заместват агресията на спора с изследване на темата и извличане на най-доброто от хората (Де Боно, 2009, 98).

Таблица 3. Шест мислещи шапки

Цвят шапка	Характеристики на начинът на мислене.	Въпроси които се задават от носещия шапката
1	2	3
 Бяла мисловна шапка	Бялата шапка символизира хартиените и електронни носители на данни. Тя се фокусира върху информацията. Това включва наличните факти и данни или необходимата но липсваща информация.	Какви са фактите? Каква информация имаме? От каква информация се нуждаем? Къде да получим липсващата информация?

Продължение

1	2	3
 Червена мисловна шапка	Предчувствия, основен инстинкт, интуиция, чувства. Червената шапка позволява на мислещия да използва интуицията си. Обикновено чувствата са истински, а логиката неправилна.	Приятна ли е идеята? Боя ли се да рискувам да го направя? Доволен ли съм, че изразявам мнението си? Ядосвам ли се, когато се срещам разбиране?
 Черна мисловна шапка	Оценяване на риска. Потенциални проблеми, опасности, трудности. Това е шапката на преценката и предпазливостта. Те е логична, показва защо едно предложение не отговаря на фактите, натрупания опит или политиката, която се провежда.	Зачитаме ли мнението на другите хора? Това решение подходящо ли е за нашия проблем? Имаме ли миналия опит с подобни решения?
 Жълта мисловна шапка	Ползи с обосновка. Оптимизъм. Жълтата шапка символизира оптимизма. Бъдещи предложения или оценка на извършеното.	Какви са положителните резултати? Как се изпълнява предложението?
 Зелена мисловна шапка	Това е шапката на творческа способност, идеите, алтернативите, решения и възможностите, провокациите и промените. Те средство за генериране на идеи и творческо мислене.	Защо не следваме алтернативен план? Защо не обсъдим колективно въпроса?
 Синя мисловна шапка	Цялостно контролиране на процеса. Управление на мисленето. Тя не разглежда обекта, а мисленето за него.	Какво следва? Как да разпределим времето си? Кой носи отговорността?

Източник: Six Thinking Hats, Summered by Silvie Labelle, <http://members.optusnet.com.au/charles57/Creative/Techniques/sixhats.htm> accessed 18 February 2017.

Креативното поведение и нестандартното мислене е решаващо за предприемачеството. Креативното предприемачество е изследвано от проф. Кирил Тодоров, който синтезира профила с поведенческите умения на креативния предприемач:

- гъвкавост;
- смяна на начина на мислене според изискванията на конкретната бизнес ситуация;
- възможности за импровизация.

Според автора креативното предприемачество в Източна Европа и България, въпреки някои ярки изяви на отделни предприемачи, все още не е осмислено като системна необходимост. Преподаването на дисциплината "Креативно предприемачество" от катедра "Предприемачество" в УНСС допринася за по-добрата подготовка на студентите в тази нова област (Тодоров, 2015, с. 145).

Фланирането-креативната разходка

Творческите предизвикателства не са във формата на добре формулирани задачи. Класическия модел на творчеството описва три режима на фокуса на внимание: ориентиране, при което търсим информация; селективно внимание към някаква конкретна творческа задача; и отворено съзнание, при което правим свободни асоциации. Установено е, че мозъчните системи, които участват в блуждаенето на ума, при отвореното съзнание са активни, точно преди човека да направи творческо прозрение, като са особено активни при хората с дефицит на вниманието. Хора, които имат творчески достижения били тествани, като се установило че техният ум блуждаел по-често от този на останалите. В състоянието на блуждаене преди откритието, мозъкът е в отворен фокус, при който се съхраняват различните видове информация, в раздалечените мозъчни системи, като се увеличава вероятността от щастливи случайни асоциации и комбинации (Гоулман, 2016, с.54).

Архимед прави своето откритие във ваната, а не в научна лаборатория. Исак Нютон разработва идеята си гравитацията по време на разхода, при която вижда падането на ябълка. Еврика е гръцка дума означаваща "намерих, открих". Нейната употреба се приписва на Архимед, на когото цар Гирон възлага да установи от какъв материал е изготвена царската корона – чисто злато или злато и сребро. След месеци на размисъл и без резултат, Архимед прави откритието си потапяйки се във ваната, като забелязва че тяло потопено във вода измества вода, колкото е неговото тегло. Коренът на думата е основа за използване на понятието от поведенческата икономика евристика.

Творческите идеи могат да се родят докато се разхождаме, гледайки хоризонта, природата, морето или пътуваме. Тогава нашето мислене превключва от ежедневните задачи към задълбочени въпроси и проблеми. Мисленето коренно се променя в природна среда. Създаваме нови идеи, когато спрем да се опитваме за това в среда, която не е работна. Според британският футурист Ричард Уотсън местата за задълбочено мислене в различните професии са различни. Хората с оригинално мислене като художници, дизайнери, музиканти, учени, изобретатели и др., които Ричард Флорида нарича **бохеми**, мислят задълбочено на открити пространства, в планина, морски бряг и други изолирани места. Докато мениджърите и хората на отговорни позиции – в затворени пространства, в градска среда, където могат да се срещат с други хора (Watson, 2010, p. 89, 96).

Разходката, по времето на която се създават идеи и се подобрява мисленето, е известна още от Древна Гърция. Школата на Аристотел е наречена перипатетична на навикът му да преподава и размишлява докато се разхожда. Историята на иновациите изобилства от открития, които са направени от хора, които се разхождат. Разходката откъсва вниманието от ежедневните задачи и поставя хората в асоциативно състояние, като умът намира стари връзки, които е подминавал. Пример е френският математик Анри Поанкаре /Жул Анри Поанкаре (1854-1912) – френски математик и философ. Съществува твърдение, че Поанкаре е открил относителността преди Айнщайн. Според Никълас Талеб е един от най-забележителните учени в епохата, когато се налага прогнозирането и се пренебрегва неопределеността. Понкаре допуска съществуването на неопределеност и ограничеността на математическите модели. В икономическата наука през този период се налага методологията на механиката с моделите на икономическо равновесие, които предопределят нейното развитие за продължителен период от време, като едва през втората половина на XX век се допуска неопределеността и несъвършенството на информацията/. Когато сядал на бюрото да работи идеите го напускали, но излизал ли на разходка, те го затрупвали като се "надигали на пълчища". Есеистът Насим Талеб /Насим Талеб (1960). - ливанско-американски есеист, икономист, брокер, който изследва случайността и анализира риска от непредвидени събития. Книгата му Черният лебед става бестселър, и според най-продавания британски вестник, *Sunday Times* е една от дванайсетте най-влиятелни книги след Втората световна война. Насим Талеб е един от най-продаваните съвременни автори, почетен професор в New York Tandon School of Engineering и преподавател в няколко университета / споделя, че пише книгата си "Черният лебед" (която става бестселър) през един перипатетичен период, като се освобождава от бизнес задължения, ежедневни проблеми и стрес. Ежедневни разходки по време на които разговаря с интересни хора. През периода на привидна почивка

се включва подсъзнателното мислене, като се създават нови комбинации от съществуващите идеи./

Разходката има значение и за нобеловия лауреат по икономика Даниел Канеман. Упражняването на физическо усилие, изгарянето на калории и леката физическа възбуда водят до по-голяма умствена будност. Може да се мисли и работи когато човек се разхожда, като не всяко бавно и задълбочено мислене изисква пълна концентрация и липса на физическо усилие. Най-добрите мисли на Канеман се раждат по време на разходките му с Амос Тверски. Увеличаването на скоростта на разходката, променя усещането и влошава мисленето. Вниманието се насочва към скоростта и поддържане на бързия темп, като при най-високия темп на разхождане, не може да се мисли за друго, тъй като съзнателното мислене изисква самоконтрол, който в този момент е фокусиран върху физическите усилия. Запазването на свързан ход на мисълта изисква дисциплина (Канеман, 2012, с. 52).

Фланирането е свободна разходка, при която човек не бърза за работа, а просто се разхожда. Свързано е със социалния тип на аристократа от 19 век, който не е зает с нищо. Дори да прави нещо то е маскирано като хоби. Френската дума фланьор *flaneur* означава разхождам се скитам се безцелно. Терминът придобива популярност през XIX век, като се свързва с писателя Шарл Бодлер. Фланьорът, за разлика от туриста, наблюдава и открива. Концепцията за фланьора не се ограничава до градската разходка в стила на Бодлер, а в есетата на Насим Таблеб се разгръща до цялостен философски мироглед, начин на живот, като средство за постигане на ерудиция. Според Талеб фланьорът следва отворен гъвкав план за разлика от плана на "туриста", който е методичен и цялостен.

Нашият ум съдържа безброй идеи и потенциални асоциации и връзки, които трябва да бъдат направени, но вероятността това да стане, когато сме претоварени, концентрирани в ежедневни задачи и разсеяни от различни фактори, е малка. В състояние на почивка, мозъкът не прави необходимите връзка, за да се направи творческо откритие, разходката е едно от средствата да достигнем до прозрението и да открием нещо ново.

Заклучение

Това че творчеството е основа на капитализма е потвърдено от известния икономист Йозеф Шумпетер, който признава творческата деструктивност на капитализма, която разрушава съществуващите стереотипи на мислене и поведение. Конкуренцията в капитализма се свежда до нова стока, нова технология, нова логистика, нов тип организация, конкуренция, която не се свежда единствено до равнището на печалбата и производителността на

съществуващите компании, а до основите на човешкото битие. Очевидни са промените на работата, работното време и начина на живот. Поведението на хората, динамиката на социални процеси стават все по непредвидими и съществуващите социални теории стават все по-неспособни да ги анализират. Творчеството, което в миналото е било продукт на една малка група от хора, които не са били заети с физически труд, с развитието на технологиите става възможно за все повече хора. Креативното поведение не означава непременно да произведеш или проектираш нещо ново, а да помислиш и да споделиш с професионалист, който е в състояние да го направи. Това, че човек не е дизайнер, архитект, инженер или конструктор, не означава, че трябва да спре да мисли. Всичко в нашия живот може да се усъвършенства. Обикновеният човек може да има креативно поведение, с което да променя света около себе си, достатъчно е да мисли. Поведенската икономика ни помага да разберем по-добре че най-добрите креативни идеи, се разбират несъзнателно. Творческите идеи винаги са по-убедителни, по-провокативни, по-ефективни. Чрез поведенската икономика можем да разберем защо големите идеи работят. Това е голямо предимство в конкуренцията, но е грешка да мислим, че можем да променим всичко което правим, по-вероятно е да бъдем по-ефективни в това, което вече правим.

Референции:

- Албрехт, К., (2006). Социалната интелигентност/ Новата наука за успеха, Изток – запад, София, (Albrecht, K, 2006, Socialnata inteligentnost, Sofia, Iztok-zapad).
- Басат Л., (2016). Креативността, ИК Колибри, 2016. (Basat, 2016, Creativnostta, IK Colibri).
- Гарднър, Х., (2014). Множеството интелигентности, нови хоризонти в теорията и практиката, Изток-запад, София. (Gardnar, H, 2014, Mnogestvoto inteligentnosti, Novi horizonti v teoriata i praktikata, Sofiaq Iztok zapad).
- Голман Д., (2016) Фокусът. Тайният двигател на изключителните постижения, Изток – запад, София. (Golman, D., 2016, Focusat tainia dvigatel na izkluchitelnite postigenia, Sofia, Iztok – zapad)
- Десев Л., Брик, С., Десев, Н., (2011). Психология на творчеството, Парадигма, София. (Desev L., Brik S., Desev N., 2011, Psihologia na tvorchestvoto, Sofia, Paradigma).
- Де Боно, Ед., (2009) Как да развием творческото мислене, Locus. (De Bono, Ed. Kak da razviem tvorcheskoto mislene, Locus).
- Джонсън, Ст., (2012), Как се раждат добрите идеи, естествена история на иновациите, Изток-запад, София. (Jhonson, St., 2012. Kak se ragdat dobrite idei, estestvena istoria na inovaciite, Sofia, Iztok zapad)

- Дьяченко, О., (2013). Деструктивная природа кретивной деятельности, Вестник Челябинского государственного университета. № 15 (306). Экономика. Вып. 41. С. 121–128. (Diachenko, O., 2013. Destruktivnaia priroda kreativnoi deyatelnosti, Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvenogo univeriteta, № 15 (306) Ekonomika Vip 41, s. 121-128)
- Маслоу, Ейб., (2010). Мотивация и личность, Кибеа. (Maslou, Aib., 2010, Motivacya i lichnost, Kibea, 2010)
- Ницше, Фр., (2009). Воля за власт, Захари Стоянов. (Nicshe Fr., 2009. Volia za vlast, Zahari Stoianov)
- Канеман, Д., (2012). Мисленето, Изток- запад. (Kaneman, D., 2012. Misleneto, Iztok- zapad)
- Пинк, Д., (2011). Изцяло ново мислене, Изток- запад, София. (Pink, D.,2011. Iztsyalo novo mislene)
- Тодоров, К., (2015). Бизнес предприемачество, т.І, ІІ. (Tododrov, K., 2015. Biznes predppriemachestvo)
- Талер, Р., Сънтейн, К., (2014). Побутване По-добрите решения за здраве, благосъстояние и щастие, Изток- запад. (Taler, R., Sustein, K., 2014, Pobutvane Po dobrite reshenia za zdrave blagosustoyanie I shtastie, Iztok- zapad)
- Талеб, Н., (2012). Черният лебед: въздействието на слабо вероятното в живота и на пазара, Инфо-ДАР. (Taleb, N., 2012. Cherniyat lebed: vazdeistviето na slabo veroyatnoto v zhivota i na pazara, Info-Dar)
- Тошкова, Св., Андреев, Р., (2016). Съвременни икономически теории, Издателски комплекс – УНСС. (Toshkova Sv., Andreev R., 2016. Suvremenni ikonomicheski teorii, Izdatelski kompleks - UNSS)
- Торп С., (2010) Учебник креативного мышления / Простой подход к нестандартным решениям, Минск, Поппури., (Torp S. Uchebnik kreativnogo myslenia / Prostoi podhod k nestandartnym resheniyam, Minskq Poppuri, 2010)
- Флорида Р., (2011). Кретивный класс: люди которые меняют будущее, Классика XXI, Москва. (Florida R., 2011. kreativnuyj klass: lyudi kotorjie meniaiyut budeshtee, Klassika XXI, Moskva)
- Boden, M. (1994) Dimensions of Creativity, Cambridge, Massachusetts: the MIT Press
- Geltzels J., Jackson Ph., 1962 Creativity and Intelligence: Explorations with Gifted Students, Oxford.
- Csikszentmihalyi M., (1998) Finding Flow: The Psychology of Engagement with Every Day Life, Basic Books
- Carter, R., (2013) Mapping the Mind, Weidenfeld and Nicolson
- Jung- Beema, M., Bouwden E., Haberman, J.q et al. Neural Activity When People Solve Verbal Problems with Insight, <http://journals.plos.org/plosbiology/article?id=10.1371/journal.pbio.0020097#pbio-0020097-Smith1> (accessed 20 October 2016).

Marrapodi J., Critical Thinking and Creativity An Overview and Comparison of Theories, <https://krurawan1234.files.wordpress.com/2013/03/critical-thinking-and-creativity.pdf>. (accessed 23 November 2016).

Mokyr, J., (1990) *The Lever of Riches: Technological Creativity and Economic Progress*. New York: Oxford University Press.

Tetlock, Ph., (2005) *Expert Political Judgment How Good is It? How Can We Know?*, Princeton University Press.

Watson, R., (2010) *Future Minds: How the Digital Age is Changing Our Minds, Why this Matters and What We Can Do About It*, Nicholas Brealey Publishing.