(cc) BY 4.0

УДК 159.98
https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-1-121-129

HOMO CREATORS: ДЕКОНСТРУКЦИЯ ДИВЕРГЕНТНОГО МЫШЛЕНИЯ

Н.В. Чумичева
Южный институт менеджмента, Краснодар, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается творческий активный мозг как аналог самоорганизующейся инфо-системы нейронных ансамблей, способных находить дивергентные пути мышления для генерирования нестандартных метафор, сценариев, слоганов в рекламной и пиар-сферах. Структура латерального мышления, на которой акцентируется особое внимание, обладает мощной ресурсностью для формирования новых нетривиальных ассоциативных связей. Описаны сложности фиксации момента "эврика" и инсайтов, работы интуиции и комбинирования идея.

В статье предложен перечень первоочередных задач, стоящих перед творческой личностью, занимающейся тренировкой дивергентных нейронных путей, максимизирующих эффективность традиционного формата группового "мозгового штурма". Предпринята попытка описания ассиметричных схем, упорядочивающих генерацию новых идей. Объясняются вариации тренировки творческих навыков на примерах рекламных кампаний, факторы торможения генерации идей на разных этапах. Хрестоматийные случаи инсайтов выстраиваются в обратную стратегию для структурирования комбинации алгоритмов поиска гипотез, вероятностей, смещений ассоциаций. Игровые варианты мозгового штурма с детализацией нейронных синапсов в самых различных вариантах креативной деятельности.

Продуцирование новых идей как "софт" для человеческого мозга, как пошаговый алгоритм инновационной деятельности для рекомбинаций смысловых паттернов в новые сюжеты, образы, необычные системы связей между нерелевантными элементами значений. Смена предикатов и представлений, стилей вербальных и невербальных представлений, межполушарная ассиметрия мозга, гибкость и абстрагирование, альтернативы аналогиям, опосредованная активизация пассивного воображения и другие техники работы с полифункциональностью уникального психического явления креатива.

Ключевые слова: нейронные ансамбли, креативный процесс, внезапный инсайт, креативный подход, нейрофизиология творческого процесса, креативные ресурсы, дивергентное мышление

Для цитирования: Чумичева Н.В. Homo creators: деконструкция дивергентного мышления // Научный вестник Южного института менеджмента. 2019. №1. С. 121-129. https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-1-121-129

Конфликт интересов отсутствует

HOMO CREATORS: DECONSTRUCTION OF THE DIVERGING WAY OF THINKING

Nelly V. Chumicheva
Southern Institute of Management, Krasnodar, Russian Federation

Abstract. The problem with generating advertising ideas, metaphors, narrative strands for video commercials, podcasts, and nontrivial script languages are on the copywriter's agenda almost every day. The mass-produced creative approach is quite difficult, as far as "the Muse is mute" being an unachievable goal. The proposed article attempts to analyze the stages of creative impulse from the point of view of the psychological structure of associative thinking intuitive notion impulsive insights, and its correlation with the structure of consciousness.

The article analyzes the convergent, and divergent pathways of the neural ensembles of the brain at all modeled spontaneous, or planned stages of the Muse's first indications ('AHA! 'moment or sudden creative insight). The structure of non-trivial advertising images and original ideas in catching psycho-triggers; principles of brain's

working performance in an inspired moment; the whole creative process in challenging situations – the author tries to answer these and other question, to draw some conclusions against the present neuropsychological background.

Keywords: neural ensembles of the brain, creative process, sudden creative insight, creative approach, neurophysiology of the creative process, creative resources, diverging way of thinking

For citation: Chumicheva N.V. Homo creators: deconstruction of the diverging way of thinking. Scientific bulletin of the Southern Institute of Management. 2019; (1): 121-129. (In Russ.) https://doi.org/10.31775/2305-3100-2019-1-121-129

There is no conflict of interests

Рекламные образы – яркие, сильные и самобытные, или вялые и «проходные», – в любом случае, неотступным жизненным фоном сопровождают жителя современной цивилизации. Выступая простым потребителем рекламной продукции или даже порой составляя рекламный бриф (техническое задание) для агентства в качестве клиента, реципиент рекламной информации оставляет за гранью разумного суть креативного процесса– ситуацию зарождения инновации из ничего, творческую компоненту, "креатиFF". Каким образом из хаоса сухих пожеланий клиента как-то, к примеру, "отразить мощь двигателя, подчеркнуть новую ценовую политику доступности автобренда, акцентировать внимание на обтекаемом дизайнерском решении кузова, не забыв о новогоднем супер-предложении в салонах города…" появляется сложная и высокоорганизованная система гармоничного образа в видео-метафоре, достойной призовых мест на "Каннских Львах"? Обыватель не разбивает звук на частотные характеристики, колористическое решение дизайна – на спектральные составляюшие, и совершенно не должен подозревать, в чем тайна нокаутирующей силы рекламного сообщения. Креолизованная мощь текста и визуального ряда, звука, которая проходит не по касательной оперативной памяти, а насквозь, запоминается долговременной, в конце концов – продает искомый продукт, а все, что было между чистым листом бумаги (новым документом Фотошопа, Макромедиа Флэш…) – непонятно, необьяснимо, а значит, мистично. Квантовый скачок сознания креатора и копирайтера, превращающий неприглядное пиво провинциального завода в священный пенный рокот Ниагары, устаревшую модель трактора в бесстрашный Лунный внедорожник, а мороженое с обиходно-"изношенным" названием "Первый снег" в допинг вечной молодости, не принято разглядывать в лупу, дабы не спугнуть привередливую Музу.

Наибольшее число потребителей рекламы привлекает сильный образ, необычный и нетривиальный, позволяющий увидеть все этапы зарождения нового. Описание работающего психотриггера, как правило, располагается вне действия схем какой-то из двух сигнальных систем. Активно воздействующий психотриггер меняет угол восприятия линейной действительности. Тайна мистифицированного творческого процесса превращается в мифологему, самые известные креативные гуру в сфере рекламы традиционно опираются на интуитивные инсайты.

Каким образом возможно мониторить процесс решения творческих задач посредством использования физиологических прикладных методик? Как ведет себя подкорка личности в стадии решения изобретательских задач и можно ли инициировать запуск творческой активности искусственно, приказав нейронам создать что-нибудь небанальное и нетривиальное? Каким образом существует связь невербализованной иррациональной идеи с рекламным понятием и метафорой, как происходит переформатирование подсознательных процессов в инновационный концепт, как "поймать" невербализованные пока еще мысли из воздуха и вызвать Музу форсировано и вне плана? Учат ли креативу по определенному паттерну и схеме, лишив идею креативности налета мистификации инсайта? Креаторы и копирайтеры генерируют метафорические идеи "на потоке", ежедневно, в должностных инструкциях сотрудника агентства не прописано ожидание инсайтов. Как поймать за крыло призрачную Музу? Конституция личности креатора достаточно индивидуальна, поэтому сложно заранее программировать однозначные этапы инсайта. Все это достаточно уникально для каждого индивидуального случая и не всегда сводимо к единому знаменателю. Вполне возможно интегрировать в повседневные креатехники систематичность исходных предпосылок возникновения инсайта на стадиях переработки данных рекламного брифа. Естество синергичности креативной деятельности, осознанно управляя стихией инсайта, определяет оппозиции, существующие между порядком и хаосом, а также формирует нелинейные имиджи, выстраивая схему и логику необычных ассоциаций в вербализованную мысль.

Каков перечень первоочередных задач, стоящих перед творческой личностью, занимающей-

ся тренировкой дивергентных нейронных путей, максимизирующих эффективность традиционного формата группового "мозгового штурма". Как описать ассиметричные схемы, упорядочивающие генерацию новых идей? Как объяснить вариации тренировки творческих навыков на примерах рекламных кампаний, факторы торможения генерации идей на разных этапах. Хрестоматийные случаи инсайтов выстраиваются в обратную стратегию для структурирования комбинации алгоритмов поиска гипотез, вероятностей, смещений ассоциаций. Игровые варианты мозгового штурма с детализацией нейронных синапсов в самых различных вариантах креативной деятельности.

Продуцирование новых идей можно рассматривать как "софт" для человеческого мозга, как пошаговый алгоритм инновационной деятельности для рекомбинаций смысловых паттернов в новые сюжеты, образы, необычные системы связей между нерелевантными элементами значений. Смена предикатов и представлений, стилей вербальных и невербальных представлений, межполушарная ассиметрия мозга, гибкость и абстрагирование, альтернативы аналогиям, опосредованная активизация пассивного воображения.

Неуправляемое фонтанирование идеями само по себе – искусство ради искусства, самовыражение homo creators. Креатив обязан быть активным инструментом продаж, а значит, психологические триггеры как кодировщики подсознания могут стать отправной точкой для рекламных креатехник.

Мощный рекламный мэссидж, с хорошим потенциалом запоминаемости, воистину, полифоничен, то есть сравним и с матрешками, вложенными в матрешки разных размеров, и со сложным рецептом многослойного торта, где ядром может быть архетип сути послания бренда, метроритм слогана поддерживается метафорой семантического ряда, каждая буква неслучайно звукосимволична, а фоновый мелодико-гармонический контекст не лишен сублимальных «ингредиентов» (подпорогового воздействия). Базируя креатехники на психотриггерах, креатор замешивает свое «адское кодирующее рекламное тесто». Структура латерального мышления обладает мощной ресурсностью для формирования новых нетривиальных ассоциативных связей.

В один момент творческого застоя или персонального профессионального тупика, профессионального выгорания, любой креатор замечает за собою то, что он зависим от явной ограничивающего лимита конкретики слов и их коннотативных значений. Возможно, даже начинает жаловаться на предел возможностей слов. Невербализованная иррациональность как бы словно "парит" над сотрудниками реклманого агентства, они словно способны ощутить присутствие неуловимой Музы, и выполняются наброски и наметки в некоем предвкушении генерации новой идеи. В тот самый миг, когда мистификация иррациональности обретает конкретику формы морфемы слова, креатор разочаровывается и удручается: форма и семантическое очертание слов уничтожают или нивелируют нечто прекрасное, что ранее было растревожено тенью бессознательного. Инструментарий слов значительно мельче и гораздо примитивнее любой бессознательной идеи. И они не могут выразить всю глубину мысли по существу (плохому танцору?) И в данном случае присутствует научная подоплека: и счастье наше, и злой фатум – присущая лишь сапиенсу вторая сигнальная система (система условно-рефлекторных связей).

Работа второй сигнальной системы формируется и адаптируется цивилизацией людей. Наши встроенные биологические часы работают слабо и рассогласованно, мы не определяем местоположение нашего тела по магнитным полюсам планеты, не способны по едва уловимым тектоническим движениям пород предсказывать серьезные катаклизмы и катастрофы. Цивизизация, подкинувшая нам гаджеты и карты, затачивает нашу первую сигнальную систему под условия среды в стиле hi tech, мы все дальше от креативной коммуникации в рамках этологии и биологии, все сложнее в аспекте использования ресурсов второй сигнальной семиотической системы координат.

Все наши понятия и образы, представления в рамках семиотических когниций… Образ для людей неосмыслен, если он в свою очередь не вербализован, не интерпретирован через морфему, коннотацию. В процессе креативного исследования новых смыслов человек использует большой потенциал скрытых интуитивных пластов, если новую креативную идею не вывести на уровень сознания, не опосредовать ее вербаликой, она остается недоступной и бесполезной для использования в цивилизации. Еще одной важной этапной частью работы человеческого мозга является ассиметрия мозга человека. Полушарие правое регулирует восприятие действительности во всем многообразии и сложности, способно додумывать несуществующие звенья реальности, то есть интерпретировать мир в рамках сильной нехватки когнитивных данных. Еще оно может воссоздавать целое из отдельных сепарированных частей. Левое полушарие мозга отвечает за все наше лингвистическое богатство, инструменты языка и речи, детализацию и абстракцию, выстраивание силлогизмов. Именно левое полушарие

отличается оперативной последовательностью, создает логистические цепочки, последовательные алгоритмы, может оперировать символами и знаками. Во время творческого мышления происходит схождение или конвергенция корковых связей, центрирование в области отвечающих за конкретную обработку участков, в которых происходит сравнение и синтез данных, приходящих по нейронным связям, что и выступает основой выявления креативного решения (*Эврика*). Так мы можем охарактеризовать синергичность процесса в точке схождения активных осей прохождения мыслительных синапсов, то есть передачи информации: «когнитивной» и «сверхсознания». В ходе креатива мозг сводит воедино данные, поставляемые и подсознанием, и сознанием, которые имеют свои когнитивные рецепторы и свою взаимосвязь с внутренней и внешней средой. Кроме того, генерация нестандарных нейро-ансамблей требует больших энергозатрат. Может даже наблюдаться увеличение скорости капиллярного мозгового кровотока в местах, вовлекаемых в непосредственный креативный процесс. Происходит систематическое перераспределение кровоснабжения, что приводит к нехватке кислорода в незадействованных в творчестве участков мозга.

Копирайтер с большим опытом работы способен к интроспекции (самонаблюдению), делает в фоновом режиме необходимые выводы, наблюдая собственный активно обрабатывающий различные процессы мозг словно под увеличительным стеклом. Тренировать нестандарные способы мышления взрослому человеку сложнее чем ребенку, придется прикладывать волевые усилия, ибо мышление взрослого человека лениво и регидно. Приходится насильственно форсировать и модифицировать угол зрения, ибо доминирующая репрезентативная система будет сворачивать все попытки к обыденным мыслительным стандартам. Молчаливому дизайнеру почти невозможно перевести на расширенную вербалику эклектику этикетки творожного сырка, он плохо представляет себе и аудио-аспект молочных и сырных изделий. В эфирной монтажной ТВ сырки движутся и сливаясь друг с другом, строят творожные города, молоко течет кипящими белыми реками, и каждая его волна синхронна биту мажорной мелодии по замыслу звукорежиссер. Журналист в заказной статье для продуктового "глянца" четыре листа формата А-4 воспевает качество тающих во рту изюма и сгущенки, под его чутким пером творожный сырок приобретает гендер, мудрость и человеческие характеристики вроде привычки к роскоши и желания "отдаться" только самому искушенному гурману и только в компании аналогичных, качественных, а значит, гордых и уважающих себя продуктов… И это общая закономерность для изыскания креа-возможностей: одна и таже проблема с разных точек зрения, больше разносторонних интересов (что мешает футбольному фанату разбираться в антикварной посуде и опере?), долой логику в прагматиках, да здравствует принудительная смена репрезентативных систем (спортсмен, кинестетик и визуал, может хоть на сутки превратиться в аудиала, да так, чтобы все окружающие шумы и призвуки зажили своей индивидуальной креативной жизнью?). Изменяем подчеркнутые ударения, встаем с левой ноги, формируем непредсказуемые нейронные ансамбли. И вопреки привычным силлогизмам происходит оптимизация работы сразу левого и правого полушарий, открывается дверь к шансам сознания, которые сокрыты в нашем подсознании. Мобильный креативный мозг нуждается в поддержании "спортивной формы" и дальнейших тренировках, а это значит, что мозг не нуждается в жалости и пассивном отдыхе по аналогии с мышцами натруженных ног или слипающихся от недосыпа глаз. на рациональном маркетинговом расчете в надежде на мгновенный эмоциональный отклик. Художественное качество рекламного продукта, лишенное скрытых психологических рычагов, не гарантирует экономической отдачи рекламодателю-заказчику. При минимальном рекламном бюджете, когда нет возможности для тотальной бомбардировки рекламой услуг или продуктов посредством многократной повторяемости акций, "наружки", СМИ, работать целенаправленно и "точечно" будут неосознаваемые слои рекламного "тортика", просачиваясь сквозь чувственные формы познания потребителя. Именно симбиоз креатива и вложенных психологических "якорей" стал лейтмотивом статьи.

Неоднородное строение человеческой психики позволяет целенаправленно воздействовать на изолированные системы восприятия. Эмоциональная напряженность программируется на нужном креатору и рекламодателю канале: так, метроритмическая "подстройка" аудио/видеоряда в рекламе стимулирует автоматизацию восприятия, упорядочивает подсознательное запоминание информации долговременной памятью, обеспечивает предвосхищение очередных фрагментов (что загодя фиксирует произвольное внимание); статичная картинка на фоне движения интерпретируется быстрее, целостно и стихийно, если же это слоган, имеющий, к тому же и встроенный фоносемантический смысл (звукобуква-цветовые ассоциации– ассоциации с запахом-ассоциации с тембром и т.д.), палитра целостного восприятия

максимизирует эффект рекламного психологического "электрошокера", которое на бытовом языке обывателя озвучивается примерно так: "Вау! Здорово! Класс! Вот это тема (вещь, ролик, постер и т. д.)…", а затем пересказывается из уст в уста, перебрасывается *mms* с мобильного на мобильный, загружается в аккаунты социальных сетей и блогов с тысячами просмотров и комментариев. *Так это работает.* Так это работает, даже если никто не понимает, почему и как, и какими такими тропами набрел на эту Эврику некий новый самородок. Самобытная рекламная идея кажется апогеем креатива в чистом своем, первозданном виде и имеет подчас резонанс более широкий и быстрый, нежели некоторые массивные и долгоиграющие проекты вроде легендарных киноэпопей с привлечением Больших денег, Больших Звезд и иной "тяжелой пиар-артиллерии".

Партизански, шаг за шагом пробираясь меж полушариями человеческого мозга, возможно найти пульт управления "креативными полетами", манипулятивные кнопки подсознания потребителя рекламного креатива. Туман мистического непознаваемого флера заветного кератиFFa будет рассеиваться, а генерировать нетривиальные идеи можно будет конвейерным способом.

Нейроны представляю собой сложные клетки организма, которые не могут воспроизводиться вновь на протяжении жизни. Они отвечают за генетику и все познавательные приобретения индивида, который способен разумно мыслить и обучаться. Количество, имеющихся нейронов в человеческом мозге, и их функциональные различия соперничают между собой по уровню сложности и умению создавать звенья только с необьятной, постоянно расширяющейся Вселенной. Биомеханизм согласованной работы нейросетей, химической структуры молекул, исследование психо-поведенческих явлений – есть область изучения ряда научных отраслей, детализированное углубление в кои не есть наш нынешний предмет. Особо любознательный всегда найдет факультативную информацию для более тщательной рефлексии. Сотруднику рекламного агентства необходим только сам нейропроцесс создания нового, когда имеющий информационный контакт между нейронами (синапс) неожиданно отклоняется от ранее проложенной тропинки, а синаптическая передача изначально приводит к явной инновации.

Мозаичная структура очагов контактов нейронов мозга (синапсов) посылает электроимпульсы с напряжением ориентировочно в 12 Вт, можно сказать, что напряженно думающий мозг "светится" не слабее лампочки из новогодних гирлянд. В такую историческую минуту любой креатор и копирайтер, отвлеченный непредвиденными внешними перцептивными стимулами: вопросами близких, ожившим телефоном, звуками улицы и т. д. способен почти в буквальном смысле слова "ударить током" помеху, выраженную в непонятной окружающим агрессии. Новый перцептивный стимул (звук, свет, физический дискомфорт) потребуют переработки соответствующим репрезентативным каналом восприятия, а значит, приостановят работу "свежего", еще не оформившегося нейронного ансамбля.

Под привычным неосознаваемым мышлением понимается синаптическая передача данных по выстроенным нейронным сетям (рис.1). Апробированный активный нейронный "костяк" можно сравнить в с асфальтированным автобаном или хайвеем, которые зафиксированы картографами и известны всем резидентам государства.

При формировании обновленной сети нейронов (к примеру, в процессе решения генерирования инновационных решений, которые требуют нестандартного (дивергентного) мышления) мы имеем дело как бы с узкой "деревенской гравийкой", весьма некомфортной для городского авто.

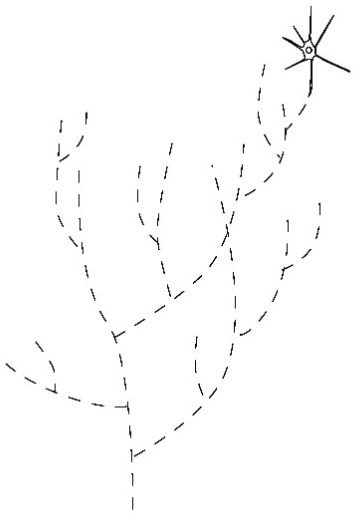


Рисунок 1. Синаптическая передача информации

Формирование новой нейронной сети и ее освоение может быть в любой момент прервано и забыто. Только при повторении синапса до моторики и доведения до автоматизма формируются устойчивые сети.

Нейроны, а также еще нечеткие неустойчивые коннекты, могут так и не завершить построение новой авто-синаптической трассы. Даже с учетом функциональной гибкости и готовности к путям переформатирования основных групп нейронов, новые ансамбли могут достаточно устойчиво удерживать систему ответных реакций на дублирую-

щиеся условные раздражения. За счет дублирования и имитации формируется большое количество динамических стереотипов, начиная от авто актов движения и заканчивая сложными психологическими поступками. Формирование устойчивого стереотипа происходит порой случайно и стихийно, если цепляется только единственное нейронное звено выстроенной цепи. Четкие и множество раз вновь синаптически пройденные нейронные связи, при инициировании любой входящей в состав цепи ассоциации, способствуют «пробуждению» нейроцикла синапса по цепи. Например, наблюдая за трепетанием на ветру дерева и веток, человек может явственно увидеть четкое отображение событий, где кадр с гнущимся на ветру деревом играл важную событийную роль в его или ее биографии и энграммах памяти.

Задействованные долговременные следы памяти, энграммы, градуированно и поэтапно выстраивают всю картину ивентов. Устойчивый динамический стереотип может считаться ключевым ресурсом, который мониторит функционал всего человеческого организма, совершенной структурой приспособления и адаптации человека, поскольку позволяет выполнять различные виды деятельности практически не вовлекая в это нервную систему. Редко возобновляемые стереотипы могут нивелироваться и теряться за неиспользованием с целью высвобождения потенциала создания новых нейронных ансамблей. Забываются проторенные нейронные связи забрасываются как деревенские грунтовки, связи между нейронами при отсутствии повторения становятся менее устойчивы, угнетаются, некоторые нейроны постепенно самоустраняются из сети (включаясь в сотни других или погибая). Гиперактивная жизнедеятельность нейронов имеет место быть в состоянии бодрствования или сна (у нейронов не бывает перерыва, спящий мозг, не генерирующий минимального электроимпульса – это мертвый мозг неорганики). Полушариям мозга абсолютно индифферентно, пишет ли художник натюрморт, или ему этот только снится. Нейронные сети формируются в обычном режиме. Электроактивность мозга не останавливается на паузы и не уходит на каникулы в случаях, когда владельцу "нейронно-глиистой серо-белой овсянки" под черепом думающая часть тела особливо и не нужна. Самоотверженные ученые, спецы различных творческих сфер (живопись, поэзия и литература, музыка) пытались использовать во благо известный феномен сенсорной депривации: оказываясь в барокамере, в темноте, невесомости, тишине и полной изоляции, лишаясь всех внешних снимулов, дезориентированный мозг (коему не дают ощутить даже положение тела в пространстве, понять – где верх, где низ и т. д.) находит себе занятие. Человеку начинают мерещиться довольно явственные галлюцинации, реальнее любой реальности (с запахами, звуками, иллюзиями изменений положения тела, физически ощущаемой болью). В состоянии сенсорной депривации полет фантазии над разумом контролировать невозможно, ибо человек лишен естественного фундамента реальности для сравнения. Теоретически, подобное "Ванильное небо" замещения жизни нейронным кино должно приводить к генерации фантасмогоричных новых комбинаций и рекомбинаций смысло-образов, слов и сюжетов. На практике экстримальные сенсорные опыты над собой могут приводить к стойким изменениям психики и невозможности креатора вернуться к нормальной логике мышления и к обычной жизни.

Динамический стереотип или стандартный образ мысли– это паттерн удобного мышления на автопилоте, но с другой стороны, и четкая граница сознания, логический шлагбаум, лимитирующий наши возможности. Процесс генерирования нового – это создание оригинальной нейронной сети связей, который может противоречить логике уже апробированных связей. Готовые проторенные синаптические пути могут повторяться легко на автопилоте до бесконечности, они не встречают блоков сопротивления мозговой активности. Созданные нейронные ансамбли по мере взросления искусственно затормаживают некоторые продуктивные зоны коры мозга, в результате чего он утрачивает свободную вариабельность синаптических путей. Мозг становится регидным и «правильным». Существует еще одно препятствие для креатора – так называемая ретикулярная формация мозга, которая позволяет нам обрабатывать единомоментно определенный когнитивный обьем сигналов. Это биологически оправдано, ибо иначе мы бы не смогли существовать в нормальном скоростном умственно-физическом режиме: обьем ежесекундной когнитивной информации забирал бы 99% оперативной памяти для любого вида человеческой деятельности. Взрослый сапиенс начнет экспериментировать с блоками мозга, он будет пытаться обхитрить ретикулярную формацию, он будет убивать в себе законы логики и ломать сложившиеся паттерны синаптических путей… Взрослый сапиенс будет тестировать на себе амфетамины и алголокиды, пытаясь десинхронизовать межнейронных связи, пропустить сквозь сито разума нонсенс, бред, абсурд, запрещая адекватную регулировку входящей/исходящей информации…Вечный вопрос поиска стимуляторов, существующий ровно столько, сколько существуют

театр, живопись, музыка. Мозг большого пьяного сапиенса сродни мозгу младенца, и приходящую интоксикационную олигофрению взрослый сапиенс публично именует то нирваной, то эврикой. Бесконтрольный алконаркоз "теряет" человека во времени, пространстве и собственной личности, homo creators ждет искомый самообман.) Доза алкоголя склеивает капилляры мозга, и есть важный нюанс, неизвестный экспериментаторам с псевдо-допингами креатива, – склейка мелких сосудов в большинстве случаев необратима. В погоне за "раскрепощением" свободных ассоциативных связей, пьющий творец безвозвратно теряет уже готовые синаптические пути и нейронные ансамбли. Эти объясняются потери энграмм памяти, элементарной моторики, языковых силлогизмов… ошибочное снятие блоков логики ведет лишь к сумбуру, хаосу, бредовым состояниям, а отнюдь не к креативным решениям на фоне якобы простимулированного спиртом мозга. Опасны эксперименты с БАДами с высокой дозой ноотропов, поскольку лишенный осмысленности ускоренный синапс тоже не приводит к передаче именно искомой креативной необычной информации. Чаще всего – это только "нагонка" бесконтрольной скорости, как и в случаях с энергетическими напитками с кофеином и тиамином. Креатор ожидает Музу, но получает тахикардию и общие нарушения сердечной деятельности. Для полноценного креатива важно здоровое функционирование всех систем организма, сон, витаминизированное питание, полноценный отдых: фаза выхода на инсайт обязательно предвещается фазами аккумулирования информации по узкому вопросу, отпускания ситуации в фоновый режим. Энергетическая прокачка и ускорение синаптических процессов биологическими стимуляторами не приводила в инсайтам и гениальным решениям даже в редких и единичных случаях.

Однажды с любым творческим человеком случается ситуация, когда он или она замечают то, что зависимость от ограниченности определенных слов и их коннотативных значений накладывает лимиты на процесс генерации нового. Что-то иррациональное и явно «на разрыв шаблона» над работниками рекламного агентства "парят" в воздухе, они словно ощущают запах и вкус неуловимой Музы, ими предвкушаются, и реализуются наброски и наметки чего-то нетривиального. Но как только неосознаваемая идея вербализуется через конкретику слов, человек разочаровывается и впадает в уныние: форма и семантическое содержание слов «приземляют» флер иррациональности, всего того, что ранее было растревожено невербальностью бессознательного. Стандарный набор слов мельче и проще любой бессознательной идеи. И все слова не способны передать глубину иррациональной креативной идеи/метафоры. Здесь есть научное обоснование: и счастье наше, и привередливый злой рок – присущая лишь человеку разумному вторая сигнальная система (система условно-рефлекторных связей).

Важно упомянуть и межполушарную ассиметрию. Общепринятые концепции о доминанте правого полушария в креапроцессах немного ошибочно. Правое полушарие незаменимо в тех случаях, когда информация когнитивного спектра обработки неполная, и требуется додумать детали. Левое полушарие более логично. Оно функционирует последовательно, создавая цепочки, различные алгоритмы, оперирует символами и знаками. Для конкретизации, вербализации и наделения бессознательную идею физической формой, правое полушарие мозга обращается к левому. Логика одного полушария мозга без активной жизни второго, по мнению специалистов, может оказаться бессмысленной. В случаях, когда правое полушарие мозга занято эмпирическим и метафорическим мышлением, им создаются ассоциации на базе наглядно-чувственных представлений о том или ином предмете, левым полушарием обеспечивается его полет теоретической базой. Таким образом, взаимодействие между полушариями выступает фундаментом высших психических функций.

В процессе креативного мышления наблюдается конвергенция корковых связей к конкретным центрам, в которых происходит сравнение и синтез данных, приходящих по нейронным связям, – это и есть предтеча свеже-сгенерированых новых нейросвязей. Слияние «когнитивной» оси и пути «сверхсознания». В творческом мышлении интегрируются данные, поставляемые и подсознанием, и сознанием, которые имеют свои каналы взаимосвязи с внутренней и внешней средой. Если мы посмотрим на ЭЭГ показатели людей, считающихся примером или эталоном интенсивного креатива, мы можем зафиксировать эпицентры повышенной синхронизации согласования потенциала в двух полушариях. У людей со слабой креативной активностью, левое полушарие "проседает" в плане согласования с правым. Если говорить об идеальных лабораторных условиях творческой активности, то в ней может наблюдаться четкая конкретная пропорция лево– и правополушарных согласованных действий. В этом случае, можно резюмировать следующее: базисная задача творческого индивидуума – есть нахождение креативной «золотой пропорции» в синхронизации потенциалов сразу обоих полушарий мозга. Нельзя на сто процентов спланировать креативный процесс с за-

ранее определенными свойствами. Креатор лишь может создать наиболее оптимальные условия для его актуализации и совершенствования, для развития в себе творческой личности.

Создание новых нейронных связей – процесс энергоемкий. При этом наблюдается увеличение скорости локального мозгового кровотока в местах, которые вовлечены в творческую деятельность. Можно сказать, что происходит даже перераспределение кровоснабжения, что приводит к обкрадыванию незадействованных в креапроцессе участков мозга.

Вам требуется краткое резюме или как опытный бесстрашный креатор, способный к интроспекции (самонаблюдению), Вы уже сделали необходимые выводы, наблюдая собственный бушующий мозг под микроскопом? Ок.

Мозг взрослого сапиенса ленив и регидент, чтобы тренировать нестандарные способы мышления, придется прикладывать волевые усилия. Менять ракурс взгляда потребуется даже из-под палки, ибо доминирующая репрезентативная система будет сворачивать все попытки к привычным маршрутам мышления. Молчаливому дизайнеру почти невозможно перевести на расширенную вербалику эклектику этикетки творожного сырка, он плохо представляет себе и аудиоаспект молочных и сырных изделий. В эфирной монтажной ТВ сырки движутся и сливаясь друг с другом, строят творожные города, молоко течет кипящими белыми реками, и каждая его волна синхронна биту мажорной мелодии по замыслу звукорежиссер. Журналист в заказной статье для продуктового "глянца" четыре листа формата А-4 воспевает качество тающих во рту изюма и сгущенки, под его чутким пером творожный сырок приобретает гендер, мудрость и человеческие характеристики вроде привычки к роскоши и желания "отдаться" только самому искушенному гурману и только в компании аналогичных, качественных, а значит, гордых и уважающих себя продуктов. И это общая закономерность для изыскания креавозможностей: одна и таже проблема с разных точек зрения, больше разносторонних интересов (что мешает футбольному фанату разбираться в антикварной посуде и опере?), долой логику в прагматиках, да здравствует принудительная смена репрезентативных систем (спортсмен, кинестетик и визуал, может хоть на сутки превратиться в аудиала, да так, чтобы все окружающие шумы и призвуки зажили своей индивидуальной креативной жизнью?). Смещаем акценты, встаем с непривычной ноги, генерируем нетривиальные группы нейронов. Таким образом, не только запускается максимально эффективная работа мозга, но и инициируется выход к небанальным ассоциативным связям, которыми неявственно обладает наше подсознание. Креативный потенциал подкорки вовсе не коррелирует с весом или объемом "серого вещества" и глиистых соединений. Для улучшения работы сознаний нужен темп в оптимальном качестве выстраивания необычных нейронных соединений. Как мы видим, чем оперативнее будет происходить формирование необычных синаптических связей, тем креативнее будет мыслить рекламщик. Мобильный креамозг нуждается в поддержании "спортивной формы" и дальнейших тренировках, а это значит, что мозг не нуждается в жалости и пассивном отдыхе по аналогии с мышцами натруженных ног или слипающихся от недосыпа глаз. Любой новый трудный мыслительный шанс должен быть использован: от доказательства алгебраического тождества до поиска адекватного перевода русскоязычного слогана на иностранный язык. Польза визуализации очевидна ввиду наличия зеркальных нейронов – необходимость ежедневного детального анализа и синтеза, мыслеобразной проработки ситуаций самоочевидна, ибо парные нейроны-дублеры имитируют синапсы своих прототипов с абсолютной точностью: поведение нейронных ансамблей одинаково в случаях, когда, например, балерина заучивает реальные движения из номера спектакля, или ей все это только видится во сне (галлюцинациях, учебной визуализации). Любознательный человек найдет и возможность восполнить запасы глюкозы и кислорода в крови, углубившись в соответствующую литературу (у нас не книга кулинарных рецептов и советов по здоровому образу жизни). И если *гомо* действительно *сапиенс*, значит, креатора можно разбудить в каждом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Астахов А.И. Воспитание творчеством. М.: Олма-Пресс Гранд, 2003. 580 с.
2. Боявленская Д.Б. Психология творческих способностей. М.: Издательский центр «Академия», 2002. 320 с.
3. Де Боно Э. Серьезное творческое мышление. Мн.: ООО «Попурри», 2005. 416 с.: ил.
4. Пинкер С. Как работает мозг. М.: Кучково поле, 2017. 672 с.
5. Haken H. Principles of Brain Functioning. A synergetic Approach to Brain activity, behavior, cognition. NYC, USA, Springer Publishing Company, Incorporated, 2012. 362 p.

REFERENCES

1. Astakhov A.I. Education creativity. Moskow, Olma-Press Grand, 2003. 580 p. (In Russ.)
2. Boyavlenskaya D.B. Psychology of creative abilities. Moskow, Publishing Center «Academy», 2002. 320 p. (In Russ.)

3. De Bono E. Serious creative thinking. Minsk, LLC «Potpourri», 2005. 416 p. (In Russ.)
4. Pinker S. How the brain works. Moskow, Kuchkovo field, 2017. 672 p. (In Russ.)
5. Haken H. Principles of Brain Functioning. A synergetic Approach to Brain activity, behavior, cognition. NYC, USA, Springer Publishing Company, Incorporated, 2012. 362 p.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Чумичева Нелли Викторовна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры лингвистики и перевода Южного института менеджмента, г. Краснодар, Россия. Тел.: (918) 444 14 01, e-mail: plagin@list.ru

ABOUT THE AUTHORS

Chumicheva Nelli Viktorovna,

Candidate of Philological Sciences, associate professor of Linguistics and Interpretation Department of the Southern Institute of Management, Krasnodar, Russia. Ph.: (918) 444 14 01, e-mail: plagin@list.ru