

# Насолоджуватися новизною

## Небезпека та сподівання

На ранніх етапах існування телебачення транслювалась передача під назвою *Зона сутінок*, у якій був цікавий сюжет: нібито на Землю висадились канамніти — триметрові прибульці. Вони розмовляли незрозумілою мовою, але телепатично проінформували Організацію Об'єднаних Націй, що єдиною метою їхнього прибуття є допомога людству, і передали книгу. Криптографи незабаром змогли розшифрувати назву: «*Служити людству*», але саму книгу їм перекласти не вдалось.

Завдяки технологіям канамнітів пустелі згодом перетворились на родючі зелені поля, а бідність і голод зникли. Декому пощастило отримати дозвіл на подорож до планети канамнітів, яку вони описували, як справжній рай. Але одна з криптографів таки розшифрувала текст. Вона прочитала книгу й побігла до інопланетного корабля, східцями якого вже піднімався її бос Майкл Чемберс, готовий рушити до планети прибульців. «Не заходь! — гукнула Чемберс. — Це книга з кулінарії!» Так, то була книга з кулінарії, і люди в ній фігурували як головний інгредієнт усіх страв.

Криптограф зрозуміла, що допомога прибульців людству схожа на турботу фермера про індичку напередодні Дня подяки. Швидше

за все, глузуючи, залишили вони книгу з рецептами, якими збиралися скористатись. Чемберс хотів повернутись, але один із триметрових прибульців не дозволив йому втекти, бо не хотів позбутися смачного інгредієнта «людського» рагу.

Мораль цієї історії очевидна: не буває безкоштовних обідів, хіба що ви самі є стравою. Але йдеться і про те, що сподіватися на новизну та зміни небезпечно. Перехід тварини на іншу територію може спричинити два наслідки: або вона відкриє нові джерела харчування, або сама стане їжею для когось. Індивід у пошуках новизни може зазнати травм, мандруючи невідомими територіями, чи зустрітися з хижакком. Водночас тому, хто будь-якою ціною уникає невідомого, може забракнути їжі, тож він голодуватиме.

Знайшовши комфортне місце, індивід не має вагомих причин його змінювати. Але таким чином він втрачає можливість навчатися. Умови навколишнього середовища змінюються, і тварини, які вже зібрали інформацію про нові джерела харчування, шляхи відступу, укриття тощо, матимуть значно більше шансів на виживання. Дослідники помітили, що різні біологічні види демонструють щодо цього різну поведінку. Наприклад, собакам подобається розвідувати нові території, бо їхні предки, наймовірно сміливі вовки, шукали їжу довкола поселень первісних кочівників; птахи, які мешкають у складних умовах мінливого середовища, скажімо, на узліссях, значно більше цікавляться розвідкою нових територій, ніж ті, що живуть комфортніше.

Нині саме ми, люди, є тим видом, який мусить адаптуватись, бо фізичне, соціальне та інтелектуальне середовище нашого існування змінюється безпрецедентно швидко. Наприклад, обсяг наукових знань зростає експоненціально, тобто кількість наукових публікацій зростає так само, як інвестиції за фіксованою ставкою — подвоюється приблизно за дев'ять років. Така тенденція зберігається досить довго, але раніше тримати цю планку було значно легше, бо початкових знань було не так багато, а тому їх подвоєння не настільки вражало. Однак нинішній обсяг знань величезний, тому його подвоєння кожні дев'ять років загрожує таким високим темпом, витримати який жодній людині не під силу. Наприклад, у 2017 р. було опубліковано понад

три мільйони нових наукових статей. Вчені-практики з будь-якої сфери наукової діяльності просто не в змозі систематизувати таку кількість матеріалу; більше того, навіть наукові журнали неспроможні вмістити стільки публікацій. Через це протягом десятиліття, з 2004-го по 2014 р., видавництва були змушені створити понад п'ять тисяч нових наукових журналів лише для того, щоб якось зарадити перенавантаженню.

Аналогічна ситуація і у професійній сфері: чимало галузей промисловості вимагають від своїх працівників такої кількості експертних навичок, яку жодна людина нізащо не зможе опанувати. З'являються сотні книг різної тематики — від електричних трансформаторів до хімічного складу косметики, не враховуючи знання з категорії комерційних таємниць, якими володіють бізнес-корпорації. Така незрозуміла тема, як *fuzzy logic optimization of injection molding of liquid silicone rubber\**, навряд чи вас зацікавить, але, певно, вона достатньо важлива, бо інакше Фірмін З. Сілло не присвятив би їй у 2005 р. книгу на 190 сторінок.

Ринок соціальних мереж та Інтернету зростає ще стрімкіше: кількість веб-сайтів подвоюється кожні два-три роки. Соціальна позиція теж швидко змінюється: порівняйте хоча б темпи розвитку руху за громадянські права зі швидкістю, з якою рух за права геїв завдяки молоді охопив усі розвинені країни світу.

Щоразу, коли ви розмірковуєте, прийняти нове чи ні, йдеться про безпеку та надію. Проте нещодавно темпи змін дуже прискорились, а тому принцип оцінки можливих переваг від введення нового теж суттєво змінився. Сучасне суспільство високо винагороджує людей, які комфортно почуваються в умовах мінливості, і так само карає тих, кому така риса не притаманна. Те, що раніше вважалося безпечною стабільністю, зараз часто розглядається як небезпечне заміноване поле стагнації.

Згадаймо історію створення телефону. Нині ми кажемо «набрати номер», бо не так давно телефонний номер слід було саме наби-

\* Приблизний переклад: «оптимізація лиття під тиском рідкої силіконової гуми за допомогою нечіткої логіки».

рати, повертаючи диск. У 1963 р. компанія *Bell Telephone* запропонувала нову технологію введення номеру натисканням кнопок. Такий варіант виявився зручнішим, ніж попередній циферблатний, до того ж з'явилася можливість робити вибір у голосовому меню, відповідаючи на команди автоматичних телефонних систем. Проте спершу ця технологія не набула популярності, бо люди тоді були занадто «повільними» й не готовими позбутися старих звичок. Навіть через двадцять років після появи кнопочкових телефонів більшість користувачів віддавали перевагу телефонам із поворотними дисками. Так тривало аж до 1990-х — лише через три десятиліття після появи нового типу телефонів старий дисковий апарат нарешті почав вважатись раритетом.

А тепер порівняйте це з представленим *Apple* у 2007 р. першим зручним мобільним телефоном із сенсорним екраном, який мав замінити телефони з клавіатурою або стилусним управлінням. Апарати *Apple iPhone* миттєво завоювали серця користувачів, і вже за кілька років альтернативні технології практично вимерли. На відміну від минулого століття, у 2007 р. люди були не просто готові, а навіть прагнули змінити свої звички, і в подальшому радо купували кожен нову версію телефону.

В середині ХХ століття людям знадобилося кількадесят років для зміни звички використовувати телефон із циферблатом, тоді як у ХХІ столітті вони миттєво замінили традиційний телефон цілою комп'ютерною системою. Компанію, яка не спроможна швидко адаптуватись до нових умов, чекатиме крах, як це трапилось із *BlackBerry*. А зараз необхідність адаптуватися торкнулась і нас з вами; вона стала неодмінною умовою зростання в усіх значеннях цього слова.

Сюжет про канамнітів вийшов в ефір лише за рік до появи кнопочкового телефона. В кінці сюжету Чемберс, уже на кораблі, повертається обличчям до камери й питає глядачів: «А як щодо вас? Ви залишились на Землі чи перебуваєте на кораблі поряд зі мною?» Він мав на увазі, що новизна може бути смертельною. Нині ж, коли у вашому соціальному чи професійному світі з'являються нові ідеї, краще ризикнути й піти на борт корабля, аби випробувати свою вдачу.

## Міф про недовіру до новизни

А ви ступили б на борт корабля канамнітів? Існує доволі поширений міф, нібито люди не бажають нічого змінювати, і ніщо нове їх не цікавить. Саме про новизну часто йдеться на роботі; є що про неї розповісти й академічній бізнес-літературі. «Працівники інстинктивно протистоять змінам», — стверджувалось в одній зі статей *Harvard Business Review*. «Чому зміни викликають стільки проблем?» — запитується в іншій статті. Але чи справді зміни є такими проблемними? Якщо люди не довіряють новому, то, мабуть, психологи недопрацюють — адже, переглянувши літературу з психології, ви не знайдете жодної згадки про негативну реакцію на нього.

Новизна сприймається по-різному, бо для керівництва це — зміни під красивими гаслами *реструктуризації* чи *оптимізації* і *вірний стратегічний крок*, а для працівників — імовірна загроза звільнення. Коли зміни означають ризик втратити роботу, коли нововведення збільшує робоче навантаження, то чи варто дивуватися негативній реакції? Проте в цьому немає нічого спільного з недовірою до новизни; це швидше побоювання безробіття або негативних наслідків.

Працівнику не сподобається, якщо його викличуть до кабінету начальника і скажуть: «Корпорація прагне бути більш ефективною, тому просимо вас виконувати на 10 % більше роботи за ту саму зарплатню». Але цей працівник неймовірно зрадіє, почувши: «Корпорація прагне бути менш ефективною, тому просимо вас виконувати на 10 % менше роботи за ту саму зарплатню». Йдеться про дві кардинально протилежні реакції на однакову міру змін. Останній приклад, ясна річ, нереальний, проте, якби таке сталося, то у статтях *Harvard Business Review* стверджувалося б: «Працівники інстинктивно обожають зміни» і запитувалося б: «Чому зміни — це так просто?»

Бажання уникати змін через можливі негативні наслідки, такі як збільшення обсягу роботи чи ще щось неприємніше, — цілком раціональна і логічна реакція. Проте, за відсутності негативних наслідків, наш природний інстинкт є абсолютно іншим: людей переважно *приваблюють* зміни та новизна. Це називається неофілією, про неї

детальніше можна прочитати в академічній літературі з психології. І справді, неофілія вважається однією з чотирьох основних компонентів людського темпераменту — поряд із наполегливістю, бажанням отримувати користь і уникати шкоди.

Загальне ставлення особи до нового та змін формують як природа, так і виховання — наші гени та довкілля. Вплив середовища найкраще можна прослідити на прикладі еволюції людського ставлення до новизни. Кілька століть тому життя переважної більшості людей характеризувалося циклічним повторенням одних і тих самих дій і самотністю без жодного натяку на будь-які стимули. Новизна та зміни були рідкістю, і люди ставились до них з підозрою, адже їх цілком влаштовував наявний стан речей, який ми нині назвали б неймовірно нудним.

Але монотонне життя вважалось нормою, і таке поняття, як «нудний», навіть саме це слово, не вживалось до початку індустріальної революції кінця XVIII століття. Відтоді почали з'являтися стимули, і вони досить ефективно спрацювали, особливо у XX столітті: електрифікація, радіо, кінематограф, телебачення та нові види транспорту. Вони змінили спосіб життя людей, бо зі зростанням мобільності ми почали більше спілкуватись і частіше відвідувати нові місця. Завдяки засобам масової інформації та подорожуванню ми отримали можливість вийти за межі своїх міст чи сіл і побачити цілий світ.

Хоча у XX столітті ми значно комфортніше почувались, поступово приймаючи зміни, але тодішня еволюція нашої поведінки — ніщо порівняно з трансформаціями останніх двадцяти років, що були спричинені Інтернетом, електронною поштою, текстовими повідомленнями, соціальними мережами та постійно зростаючим темпом розвитку технологій.

Еволюція наших поглядів — це звичайна адаптація, завдяки якій ми не стоїмо на місці, адже завжди маємо величезний потенціал для самовдосконалення. Ця людська властивість міститься в генах, про що ви дізнаєтесь далі. І вона є ключовою. Індивідуальних відмінностей ми торкнемось трохи згодом, так само, як і залежності від генетики, досвіду та віку, але нехай ті бізнесмени, які скаржаться на

небажання працівників сприймати зміни, подякують, що їм не доводиться переконувати котів працювати понаднормово чи змушувати єнотів змінювати усталений спосіб пошуку їжі. Людям, на відміну від решти біологічних видів, *подобаються* новизна та зміни. «Ми [люди] перестрибуємо кордони. Ми просуваємось до нових територій, навіть якщо у нас і без того вдосталь ресурсів. Інші ссавці так не поведуться», — сказав Сванте Паабо, директор інституту еволюційної антропології ім. Макса Планка.

Сьогодні ставить перед нами серйозні виклики, але для нас це не новина; потрібно лише активізувати ті риси, що були притаманні нам завжди, риси, що роблять нас людьми. Наша спроможність та бажання адаптуватись, вивчати та генерувати нові ідеї фактично і є предметом цієї книги.

### Наш дослідницький драйв

Наші пращури не були неофілами. Двісті тисяч років тому наші африканські предки не мали бажання відкривати нові простори. Екіпаж із телесеріалу «Зоряний шлях» виконував місію «з дослідження дивовижних світів, пошуку нових форм життя та нових цивілізацій, сміливо вирушивши туди, де ще не ступала нога людини», але екіпаж з рисами, характерними для давніх людей, швидше здійснював би місію «з сидіння на колоді та уникнення будь-яких контактів з новою територією».

Найімовірніше, нашу психіку змінила катастрофа, яка близько 135 000 років тому ледве не винищила людський рід. Вся популяція підвидів, яку ми називаємо людством, скоротилась тоді до шестисот осіб. Зараз її неодмінно занесли б до червоної книги зникаючих видів. Але масове вимирання, яке, безсумнівно, було трагедією для наших предків, для тих, що вижили, стало благословенням.

Нині чимало вчених переконані, що навколишнє середовище було генетичним фільтром: знищуючи в популяції наших предків недостатньо авантюрих, розчищало простір тим, хто прагнув відкриттів.

Кажучи простіше, компанія друзів, яка ходить до одного й того самого ресторану, де щоразу замовляє стейк і картоплю, швидше за все, загинула б, а шукачі пригод, які не бояться скуштувати щось нове, наприклад, в'ялену акулку чи смажені свинячі вуха, мали б значно більше шансів на виживання.

Вчені дійшли такого висновку, бо сотні тисяч років люди не покидали Африки. Однак нащадки тих, хто пережив цю катастрофу, «раптом» почали подорожувати по всьому світу: в Ізраїлі та Китаї виявлено скам'янілі рештки людей, які жили всього через кілька тисяч років після періоду вимирання.

У 2015 р. це відкриття було підкріплене порівняльним аналізом генетичних матеріалів давніх людей та сучасної популяції. Наявні факти дозволяють стверджувати, що 50 000 років тому люди поширились по всій Європі, а 12 000 років тому були присутніми в кожному куточку світу. Швидкі темпи колонізації могли бути спричинені хіба що фундаментальними змінами в характері нашого виду. Варто також згадати й неандертальців, які існували сотні тисяч років, але так і не розширили ареал свого проживання за межі Європи та Центральної й Західної Азії.

Якщо згадана катастрофічна подія змінила нас, а суворе ера існування відібрала серед людей лише схильних до ризику та відкриттів, то, швидше за все, ставлення до змін має відобразитися в генетичному коді. Нині наш вид найімовірніше містить ген (або набір генів), який змушує нас бути незадоволеними статус-кво, спонукає шукати нове та нерозвідане. Цей самий ген вчені знайшли у 1996 р. Він називається DRD<sub>4</sub>, тобто «дофаміновий рецептор D<sub>4</sub>», оскільки впливає на реакцію мозку на дофамін.

Дофамін — це нейромедіатор, одна з кількох білкових молекул, яку нейрони використовують для комунікації між собою. Він відіграє особливо важливу роль у системі заохочень для мозку, про яку я розповім у третьому розділі. Зараз обмежусь інформацією, що система заохочень ініціює відчуття задоволення, а дофамін відповідає за передачу цього сигналу. За відсутності системи заохочень ви почуватиметесь, як поліцейський, коли каже: «Цього разу я обмежусь щодо вас



попередженням», або як репортер *CNN*, що розповідає: «Вчені нещодавно відкрили екзопланету номер 4000».

Ген  $DRD_4$  існує в кількох варіаціях:  $DRD_{4-2}R$ ,  $DRD_{4-3}R$  тощо. Кожен має одну з форм цього гена, який так само індивідуалізує нас, як зріст чи колір очей. Саме форма цього гена визначає рівень нашої зацікавленості у новизні. Деякі його версії, такі як варіант  $DRD_{4-7}R$ , наділяють людей особливо високою схильністю до відкриттів. Так відбувається через слабку реакцію носіїв цього варіанта гена на дофамін у системі заохочень. Через це вони потребують більшої кількості дофаміну для задоволення повсякденним життям, ніж носії інших версій. Інакше кажучи, аби досягти відчутного рівня задоволення, їм слід шукати сильнішу стимуляцію.

Відкриття ролі  $DRD_4$  дало змогу відповісти на деякі запитання, але постали інші. Наприклад, якщо цей ген і справді відповідає за нашу схильність шукати новизну, то чи дійсно в популяції, яка далеко перемістилась від своєї африканської батьківщини, ген  $DRD_{4-7}R$  зустрічався частіше, ніж у тих, хто жив осіло?

Це припущення підтвердилося. Географічна прив'язка була здійснена у 1999 р., а згодом, у 2011 р., з'явилась фундаментальна праця з гучною назвою *Novelty-Seeking  $DRD_4$  Polymorphisms Are Associated with Human Migration Distance Out-of-Africa After Controlling for Neutral Population Gene Structure*<sup>\*</sup>. Ці документи стверджують, що чим далі наші предки мігрували від своєї батьківщини в Африці, тим частіше у них зустрічався варіант  $DRD_{4-7}R$ . Наприклад, у євреїв, які мігрували до Риму та Германії, тобто далеко від своєї батьківщини, цей ген зустрічався у більшій кількості, ніж у тих, які мігрували на значно коротшу відстань — на південь до Ефіопії та Ємену.

Все це, звісно, подано дуже спрощено; насправді неможливо пояснити такі складні речі, як характер особистості, наявність одного певного гена. Очевидно, що вплив на схильність до розвідки та відкриття чогось нового асоціюється з великою кількістю генів. Ба більше,

<sup>\*</sup> Приблизний переклад: «схильні до новизни поліморфізми  $DRD_4$  асоціюються з відстанню міграції людини від Африки, у порівнянні з генною структурою контрольної групи нейтральної популяції».

генетика є лише однією зі змінних цього рівняння, яке обов'язково містить біографію особистості та конкретні навколишні умови. Проте генетичний внесок все ж таки прослідковується, а тому зараз учені намагаються знайти й інші гени, функції яких можуть визначати згадані риси поведінки людини, аби таким чином доповнити загальну картину.

Втішає те, що при зіткненні з постійно зростаючою кількістю новизни та швидкими змінами в суспільстві, навіть якщо ці зміни є руйнівними, більшість людей адаптується, бо генетичний спадок наділив нас хорошою порцією неофілії. Ця риса врятувала нам життя 135 000 років тому, вона ж допомагає нам і сьогодні.

Ще краще те, що не лише гени допомагають нам відповідати вимогам сучасного суспільства, а й суспільство може допомогти їх удосконалити. На відміну від попередніх переконань, передові дослідження у геноміці довели, що характер нашої поведінки диктується не однією лише ДНК, а залежить і від «епігенетики» — від того, як наші клітини модифікують геномну ДНК і тісно пов'язані з нею протеїни, тобто вмикають або вимикають певні гени відповідно до впливу зовнішнього середовища. Ми тільки почали розуміти, як це працює, але епігенетичні зміни можуть відбуватися внаслідок впливу нашої поведінки чи звичок, а можуть бути і спадковими. Якщо викладена інформація виявиться дійсною, то зміни в суспільстві, які заохочують більшу схильність до новизни, можуть спричинити адаптивні зміни і в нашого біологічного виду.

### **Персональний НДДКР та рівень неофілії**

Можливо, ви пам'ятаєте, що кілька десятиліть тому Тімоті Тредвелл вважався медіасенсацією та улюбленцем Голлівуду. Як тоді повідомлялось, до його кампанії зі збирання коштів долучилися Леонардо Ді Капріо, Пірс Броснан, а також корпорації на кшталт *Patagonia*. Тредвелл був захисником і відомим дослідником гризлі. Він жив серед ведмедів.

У психологів є спеціальний термін для позначення людей, які перебувають на дальньому кінці спектру прихильників новизни. Їх називають «шукачі гострих відчуттів». Таким був і Тредвелл. Перш ніж потрапити на Аляску, він жив на Лонг-Біч у Каліфорнії, де експериментував із такими наркотиками, як спідбол, тобто сумішню героїну та кокаїну, що його ледь не вбило. Однієї ночі, перебуваючи під кайфом від ЛСД, він вистрибнув з балкона на третьому поверсі й приземлився прямо на голову — на щастя, у м'яку багнюку. Але після відкриття для себе Аляски з ведмедями гризлі він проміняв свої наркотичні квести на пригоди в краю ведмедів національного парку Катмай, де проводив кожне літо.

Маючи півтонну вагу, ведмеді «можуть бігти зі швидкістю п'ятдесят п'ять кілометрів на годину» і «стрибати на більш як три метри», — з захопленням розповідав Тредвелл. Вони можуть практично безшумно переслідувати свою здобич, а також «вбити вас одним лише поштовхом». Тредвелл стримано, хоч і сміливо, досліджував поведінку ведмедів, але обережним був лише доти, доки не повірив, що знайшов секрет, який дозволяв роззброїти гризлі: він співав їм пісні й запевняв, що їх любить. «Тварини могутні, але Тімоті їх переміг, — вихвалявся він. — Ходи сюди і спробуй повторити те, що роблю я, — ти тут і помреш, [але] я знайшов спосіб вижити серед них». У 2003 р., незабаром після того, як Тредвелл це сказав, його разом із подругою звірі з'їли живцем.

Декому подобається «покласти» стрілку спідометра на своєму *харлеї* десь на замиському шосе; інші надають перевагу спокійному вечору, читаючи *A History of the Metal Lawn Chair*<sup>\*</sup>. Попри те, що екстремальна схильність до пригодницького стилю життя людям, схожим на Тредвелла, загрожує вкороченням віку, шанси на виживання для всієї популяції зростають, і дякувати за це слід саме «піонерам», бо решта може скористатися їхніми надбаннями. Тож можна дійти висновку, що наш біологічний вид містить спектр особистостей від тих, хто боїться ризикувати, до схожих на Тредвелла, які практично не відчувають страху.

<sup>\*</sup> Приблизний переклад: «історія одного металевого стільця для газону».

У дикій природі люди зі схильністю до пригод знаходили або нові території, або, як Тредвелл, — тварин, що живуть на цих територіях. На сучасних людей, здатних генерувати незвичні та оригінальні ідеї в науці, мистецтві чи бізнесі, впливає той самий драйв, який мотивував первісних людей шукати нові території; винагорода за успіх завжди була високою, такою вона залишається і нині.

Ми експериментуємо і у власному житті, ризикуючи інвестувати час і кошти у справи, які можуть як окупитись, так і виявитись безперспективними. До цього спонукає наша персональна версія корпоративного НДДКР\*. Знайомлячись із новими людьми, ви відкриваєте для себе перспективу нових відносин. Розвиваючи після роботи нові здібності, виходите на нові простори. Періодично відвідуючи співбесіди у нових роботодавців, навіть якщо маєте роботу, отримуєте перспективу кар'єрного росту. Розпочинаючи власний бізнес, входите у нову для себе сферу комерції. Відвідуючи веб-сайт *Match.com*, знайомитесь зі світом романтики.

Так само, як у світі тварин, обсяг ваших інвестицій у персональний НДДКР залежить від кількох факторів, зокрема, від рівня вашого задоволення навколишнім середовищем і власним життям, а також від рівня природної схильності до пошуку новизни. Психологи розробили кілька варіантів оцінки особистої схильності до відкриттів. Нижче наведено тест із восьми тверджень, за допомогою якого ви можете оцінити свою схильність до пошуку чогось нового в житті. Оцініть кожне твердження за шкалою від 1 до 5 балів і підрахуйте отриманий результат (див. наведену далі таблицю).

- 1 — категорично не погоджуюсь
- 2 — не погоджуюсь
- 3 — важко відповісти
- 4 — погоджуюсь
- 5 — повністю погоджуюсь

---

\* НДДКР — науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи.

А ось і самі твердження:

1. \_\_\_ Я люблю відвідувати дивні місця.
2. \_\_\_ Я люблю розпочинати мандрівку без заздалегідь складеного маршруту чи розкладу.
3. \_\_\_ Я почуваюся роздратованим, якщо провожу надто багато часу вдома.
4. \_\_\_ Я надаю перевагу непередбачуваним друзям.
5. \_\_\_ Я люблю робити щось жахливе.
6. \_\_\_ Я хотів би спробувати банджі-джампінг.
7. \_\_\_ Я люблю шалені вечірки.
8. \_\_\_ Я обожнюю робити щось нове й захопливе, навіть якщо це незаконно.

Разом: \_\_\_

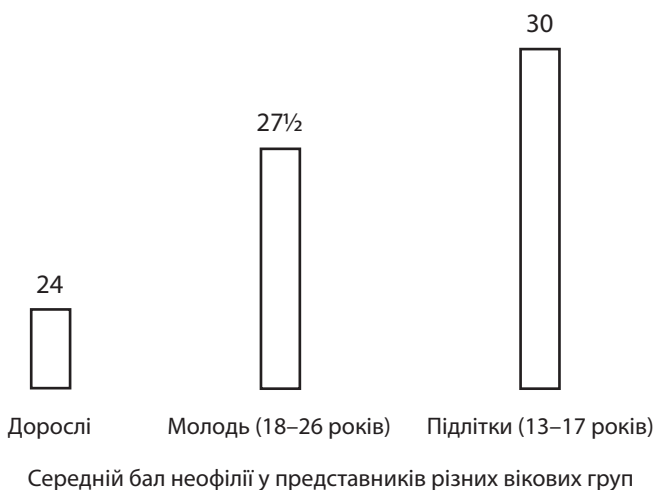
Як видно з таблиці, якщо ви набрали в сумі 24 бали, то за шкалою неофілії у людей ви перебуваєте десь посередині. Близько двох третин відповідають приблизно так само, з різницею у 5 балів, тобто набирають від 19 до 29 балів. Я набрав 37 балів, і моя мати анітрохи не здивувалась, додавши, що, коли мені було дванадцять, я стрибнув зі шкільного даху тільки для того, щоб отримати нові відчуття. (І що ж я відчув? Через кілька тижнів я почувався вже значно краще — тоді принаймні знову зміг ходити.)

Припадає 16 %		Припадає 68 %		Припадає 16 %	
•	-----	-----	-----	-----	•
0	10	19	24	29	40
Низький рівень неофілії		Середній		Високий	

Таблиця балів до тесту на неофілію

Якби я пройшов тест на неофілію у дванадцять років, я б, напевне, отримав ще більше балів. З наступного графіка видно, що рівень нашої схильності до новизни з часом змінюється: молодь віком від вісімнадцяти до двадцяти шести років набирає на кілька балів більше, ніж дорослі люди: 27,5 бала, а підлітки віком від тринадцяти до сімнадцяти років — 30, тобто лише на один бал менше від дорослих, серед яких відзначається екстремальне захоплення новизною.

Безперечно, молодь є значно більш неофільною, що частково пояснюється стрімким розвитком навколишнього світу, в якому діти зростають, і тим, що пошук новизни зазвичай пов'язаний із певним ризиком, а раціональна поведінка притаманна людям, старшим за 25 років. Про це ми поговоримо дещо пізніше.



Ступінь неофілії, звісно, важливий індикатор спроможності ефективно реагувати на новизну та зміни, але саме ваш когнітивний стиль, тобто манера доходити висновків, ухвалювати рішення та розв'язувати проблеми, визначає, як ви відповісте на той чи інший виклик. Ваш когнітивний стиль, швидше за все, не є винятково аналітичним чи абсолютно гнучким, а містить як одні риси, так і інші. Яка саме з пере-

лічених рис візьме гору в конкретний момент, залежить від ситуації, вашого настрою та ще багатьох додаткових факторів. Але важливо, що необхідний стиль мислення можна розвинути. І насамперед треба зрозуміти, що означає поняття «мислити», чим гнучке мислення відрізняється від аналітичного міркування та програмного обчислення, що керує процесом мислення, як наш розум обробляє інформацію. Саме на цих темах ми й зосередимось у другому розділі.