И.М. ГОРОДЕЦКАЯ

Кандидат психологических наук, доцент кафедры дизайна и программной инженерии Казанского национального исследовательского технологического университета
e-mail: innamgor@mail.ru

А.В. ПЕТРОВА

Доцент кафедры дизайна и программной инженерии Казанского национального исследовательского технологического университета
e-mail: annavekselman@mail.ru

В.В. ХАММАТОВА

Доктор технических наук, профессор, зав. кафедрой дизайна Казанского национального исследовательского технологического университета
e-mail: venerabb@mail.ru

I.M. GORODETSKAYA

Candidate of psychology, assistant professor of the Department of Design, Kazan National Research Technological University
e-mail: innamgor@mail.ru

A.V. PETROVA

Assistant professor of the Department of Design, Kazan National Research Technological University
e-mail: annavekselman@mail.ru

V.V. KHAMMATOVA

Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Department of Design, Kazan National Research Technological University
e-mail: venerabb@mail.ru

DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_2_195_202

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ МЫШЛЕНИЕ В БИЗНЕС-ПРОЕКТЕ: СИНТЕЗ ПАРАДИГМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

ARTISTIC THINKING IN BUSINESS PROJECT: SYNTHESIS OF PARADIGMS IN THE MODERN SOCIAL CONTEXT

В современном мире одной из ключевых компетенций сотрудников и целых компаний становится способность быстро и гибко реагировать на изменения внешней среды. Успешность деятельности компании во многом обусловлена умением сочетать в процессе принятия решений научное и бизнес-мышление с художественным типом мышления, отслеживать тренды и находить неочевидные способы решения проблем. В статье обсуждаются особенности художественного типа мышления в контексте решения социальных, коммерческих и производственных задач, варианты внедрения художественной парадигмы с бизнес-модели, а также представлен авторский курс развития креативных компетенций сотрудников современных компаний.

One of the core competences of personnel and companies in general in the contemporary world is the ability to respond rapidly and flexibly to the changes of social, cultural and economic environment. Business efficiency is to a great extent determined by the successful combination of scientific, pragmatic and artistic thinking in decision-making, which allows foreseeing trends and finding smarter non-obvious ways to meet the challenges. The article addresses artistic type of dealing with social, commercial and engineering tasks and variant of introducing artistic paradigm to business. It also presents original educational course for companies aimed at developing creativity of personnel.

Ключевые слова: художественный тип личности, креативность, инновации, синтез, бизнес-обучение, творчество, интуитивное мышление, искусство, обучающая программа, культурное просвещение.
Keywords: artistic type of personality, creativity, innovation, business-culture synthesis, business education, creative competences, intuitive thinking, art, educational course, culture.

Успешный бизнес функционирует по определенным законам и алгоритмам, которые создаются на основе систематизации и структури-

рования опыта предшественников, анализа прошлых ситуаций и кейсов. Именно такой подход лежит в основе любого бизнес-обучения, направленного на освоение стандартов ведения коммерческой деятельности. Однако как показал опыт 2020–2021 годов, когда ограничения, связанные с распространением COVID-19 спровоцировали глобальные социальные, экономические, культурные изменения и, соответственно, массовые психологические издержки, именно способность адекватно и креативно реагировать на изменявшиеся обстоятельства, умение чувствовать и даже предугадывать тренды стали важнейшим условием эффективной адаптации как на уровне личности, так и на уровне компании.

В данном контексте знания и опыт являются необходимым, но недостаточным условием реального успеха на рынке. Бизнес-алгоритмы важно знать и совершенствовать, но есть предел, за которым эти алгоритмы перестают быть эффективными.

Во-первых, это связанно с тем, что анализ прошлого опыта и основанные на нем паттерны являются стратегией подготовки «к прошедшей войне», а в ситуации стремительной смены эпох старые проверенные временем рецепты зачастую перестают работать, и реальные бизнес-ситуации требуют новых, нестандартных подходов и инновационных решений.

Во-вторых, в области схем и алгоритмов человек, даже высокообразованный и подготовленный, уступает искусственному интеллекту, способному гораздо быстрее и эффективнее обрабатывать большие массивы информации, просчитать варианты и найти оптимальное с точки зрения логики решение.

Однако по-настоящему инновационные решения, учитывающие не только опыт прошлого, но и тенденции развития, выходят за пределы традиционных подходов и лежат в области интуитивного мышления, на которое на данный момент искусственный интеллект не способен. Чтобы находиться в авангарде движения, персонал инновационных компаний должен обладать не только традиционными знаниями и аналитическими способностями, но и уникальными компетенциями, основанными на принципиально ином типе мышления. Это сфера ¬интуитивного познания, или способности к решению задачи вне ее логического и эмпирического доказательства. Данный способ познания мира лежит в сфере культуры и искусства.

Иными словами, искусство представляет собой дополнительный (не заменяющий традиционный, но обогащающий его) способ познания

и преобразования мира, дающий уникальное конкурентное преимущество на рынке инноваций в самых различных сферах. Именно искусство позволяет почувствовать «дух эпохи» и отследить эмоциональные и когнитивные диссонансы, открывающие путь к новым идеям и решениям. Как отмечал Л.С. Выготский в классической работе «Психология искусства», художественное творчество направлено, в первую очередь, на удовлетворение эстетических потребностей и является субъективным, пристрастным способом познания мира [2]. Другими словами, представители творческих профессий, реализующие себя в рамках художественной парадигмы, отличаются особенностями эмоциональной сферы, развитым наглядно-образным мышлением и гипотетичностью, что есть способностью мыслить вероятностями, допускать многовариантность решений.

Таким образом, компетенции в области культуры и искусства, «взгляд художника» могут помочь в решении конкретных бизнес-задач (не заменить, но дополнить и обогатить процесс принятия решений и выработки стратегий развития). Е.Л. Фейнберг, отмечает, что основной смысл искусства — в обосновании дейст¬венности интуитивного познания окружающего мира [9].

В отличие от строгого научного мышления, искусство познает мир пристрастно, субъективно, метафорично. Художественная деятельность нацелена на создание, в первую очередь, эмоционально воспринимаемой ценности, в то время как продукт научного творчества воспринимается логически, должен быть объяснен и обоснован, а технический продукт подчинен, в первую очередь, принципам функциональности. Образное мышление художника также отличается от обыденного, конкретного мышления, отражающего единичные, непосредственно воспринимаемые объекты и феномены. Художественное мышление метафорично, оно абстрагируется от конкретного объекта или явления и создает мета-образ. Именно эта его особенность позволяет чувствовать тенденции развития и предвосхищать тренды, что может существенно повысить эффективность процесса принятия стратегических решений.

Описывая творческий тип личности, разные исследователи использовали различные термины. Р. Стернберг отмечал такие личностные особенности творческого человека, как склонность противостоять мнению окружающих и способность рисковать и преодолевать препятствия [7].

Артистический тип личности (по Дж. Холланду) предполагает такие психологические характеристики, как оригинальность, независи-

мость от общественного мнения и необычный взгляд на жизнь. Согласно модели Холланда, наиболее совместимы с художественным типом личности, наряду с художественной, такие типы среды, как интеллектуальный и социальный, а наименее — конвенциональный, то есть, четко структурированный [5].

Следовательно, в бизнес-планировании и поиске ответов на вызовы современности должны быть синтезированы научный, прагматический и художественный подходы, что существенно расширит спектр инноваций, может открыть новые, неочевидные возможности для успешного развития.

Подобный синтез может осуществляться различными средствами. Первый способ — привлечение представителей творческих профессий для участия в решении задач компании, что обеспечит «взгляд со стороны». На данный момент существует множество примеров успешного участия профессионалов из области культуры и искусства в решении задач конкретных компании, организаций и учреждений. Так, в номере журнала «Искусство», посвященном современному искусству северных стран, описывается успешный кейс применения понятия дизайна к нематериальным явлениям, то есть к дизайну услуг и процессов. Команда дизайнеров оптимизировала работу Университетской больницы Осло. Приглашенные специалисты начали с расклейки стикеров о потребностях пациентов: мало времени на обед, неудобно расставленная мебель и др. В итоге была оптимизирована вся внутренняя логистика больницы, изменен график работы врачей и медсестер, что позволило персоналу больше отдыхать. Главным же результатом стало сокращение времени ожидания результатов обследований: теперь пациентки с подозрениями на рак груди получают ответ за 48 часов, тогда как раньше этот период составлял 12 недель. Как отмечается в материале, это лишь один из многих примеров участия представителей арт-сообщества в решении производственных и социальных проблем [8].

Второй стратегией синтеза подходов является развитие художественного стиля восприятия и мышления у сотрудников компании. Другими словами, речь идет о развитии креативности как важной бизнес-компетенции.

Ф. Баррон, осуществивший обзор многих исследований по креативности, делает следущие выводы.

1. Креативность — это способность адаптивно реагировать на

потребность в новых подходах. Это осмысленное включение в жизнь чего-то нового, хотя процесс может быть неосознаваемым или частично осознаваемым. Новая адаптация обычно способствует большей гибкости и повышенной возможности роста и выживания.

2. «Что-то новое» — это обычно продукт, являющийся результатом процесса, осуществляемого человеком. Креативность легче изучать в трех аспектах: продукт, процесс, человек.

3. Характеристиками этих новых продуктов, процессов, людей являются их новизна, оригинальность, умелость, валидность, способность удовлетворять потребности, адекватность.

4. Эти творческие продукты разнообразны.

5. Многие продукты являются процессами, а многие процессы являются продуктами. А человек — одновременно и продукт, и процесс. Создание нового продукта зависит от личности творца и силы его внутренней мотивации (Barron, 1988) [3].

Креативность является одной из универсальных способностей, а творчество может быть элементом любого вида деятельности.

Творчество можно рассматривать не только как процесс создания чего-то нового, но и как процесс, протекающий при взаимодействии личности (или внутреннего мира человека) и действительности. При этом изменения происходят не только в действительности, но и в личности. «Личность характеризуется активностью, стремлением субъекта расширять сферу своей деятельности, действовать за границами требований ситуации и ролевых предписаний; направленностью — устойчивой доминирующей системой мотивов — интересов, убеждений и т. д.…» [6]. Действия, выходящие за границы требований ситуации, и являются творческими действиями.

В наиболее острой форме связь личностного и творческого раскрывается у Н.А. Бердяева. Он пишет: «Личность есть не субстанция, а творческий акт» [1].

Развитие креативности и художественного типа мышления может осуществляться через культурное просвещение, приближение сотрудников к искусству. О подобном опыте рассказывает М.С. Казиник, который является автором уникальных бизнес-семинаров, где обсуждения бизнес-вопросов и занятия перемежаются с живым исполнением великих музыкальных произведений и обсуждением тем, связанных с ролью искусства в жизни, среди которых «Главные принципы успе-

ха в искусстве», «Музыкальные тайны для бизнес-мышления», «Бизнес-мышление как искусство» и другие.

Современный бизнес — это создание актуальных смыслов, взгляд из настоящего в будущее и предвосхищение трендов. Этот взгляд на реальность дает синтез психологических технологий и культурологических знаний, лежащих в основе разработанного авторами данной статьи курса, направленного на развитие креативных компетенций сотрудников современных компаний. Курс направлен на формирование инновационного мышления, развитие креативности, мотивации, интуиции, прогностических способностей персонала на основе психологических технологий взаимодействия с артефактами и «кодами культуры». В процессе достижения цели решаются следующие частные задачи.

1. Развитие креативности и инновационного мышления.

2. Культурное просвещение — развитие личности и ее компетенций.

3. Повышение мотивации сотрудников, предотвращение скуки и рутинизации деятельности.

4. Развитие корпоративной культуры за счет более глубокого понимания смыслов и ценностей.

5. Гармонизация содержания деятельности и эстетики конечного продукта.

6. Повышение чувствительности к когнитивным и эмоциональным диссонансам, понимание актуальных потребностей и тенденций рынка.

7. Повышение эмоциональной и коммуникативной компетентности сотрудников и др.

Подобный подход не только позволяет повысить креативность сотрудников, но и решает множество других важных задач: повышение мотивации, развитие корпоративной культуры и имиджа компании, улучшение эмоционального состояния сотрудников, гуманизация бизнеса, повышение значимости эстетической составляющей продукта и повышение чувствительности к гармонии и диссонансам, что важно для генерации нового знания в самых разных областях и создания инновационного продукта.

Как сказал доктор филологических наук, профессор факультета средневековых и современных языков Оксфордского университета и МВШСЭН Андрей Зорин в лектории бизнес-школы «Сколково», «искусство дает возможность, умение, привычку думать сложно» [4].

Примечания:

1. *Бердяев Н.А.* Опыт эсхатологической метафизики // Творчество и объективация / составители А.Г. Шиманский, Ю.О. Шиманская. — Минск: Экономпресс, 2000. — С. 20.

2. *Выготский Л.С.* Психология искусства. — М.: Азбука, 2021. — 448 с.

3. *Еремина Л.И.* Развитие креативности личности: психологический аспект // Общество: социология, психология, педагогика. — 2014. — № 1.

4. Зачем бизнесу гуманитарные знания? [Электронный ресурс] // EJ ежедневник. — URL: https://ej.by/news/blogs/2019/04/05/zachem-biznesu-gumanitarnye-znaniya.html (дата обращения: 05.04.2019).

5. *Маркова А.К.* Психология профессионализма. — М.: Знание, 1996. — 308 с.

6. *Свенцицкий А.Л.* Краткий психологический словарь. — М.: Проспект, 2021. — С. 165.

7. *Стернберг Р.* Психология: Биографический библиографический словарь / под редакцией Н. Шихи, Э.Дж. Чепмана, У.А. Конроя. — СПб.: Евразия, 1999.

8. *Стрельцова А.* Норвежская культурная политика // Искусство. — 2017. — № 2 (601).

9. *Фейнберг Е.Л.* Две культуры. Интуиция и логика в искусстве и науке. — М.: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1992. — 251 с.

Список литературы:

1. *Бердяев Н.А.* Опыт эсхатологической метафизики // Творчество и объективация / составители А.Г. Шиманский, Ю.О. Шиманская. — Минск: Экономпресс, 2000.

2. *Васерчук Ю.А.* Проектная культура командных стратегий // Дом Бурганова. Пространство культуры. — 2021. — № 2. — С. 138–150.

3. *Выготский Л.С.* Психология искусства. — Москва: Азбука, 2021. — 448 с.

4. *Еремина Л.И.* Развитие креативности личности: психологический аспект // Общество: социология, психология, педагогика. — 2014. — № 1.

5. *Маркова А.К.* Психология профессионализма. — Москва: Знание, 1996. — 308 с.

6. *Свенцицкий А.Л.* Краткий психологический словарь. — Москва: Проспект, 2021.

7. *Стернберг Р.* Психология: Биографический библиографический словарь / под редакцией Н. Шихи, Э.Дж. Чепмана, У.А. Конроя. — Санкт-Петербург: Евразия, 1999.

8. *Фейнберг Е.Л.* Две культуры. Интуиция и логика в искусстве и науке. — Москва: Наука. Главная редакция восточной литературы, 1992. — 251 с.