Ю.А. ВАСЕРЧУК

Канд. иск., доц., зав. кафедрой графического дизайна АНО ВО «Институт современного искусства», Москва
e-mail: vasse@yandex.ru

Y.A. VASERCHUK

PhD in Art Criticism, associate professor, head of the Department of Graphic Design at Institute of Modern Art, Moscow
e-mail: vasse@yandex.ru

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ МЫШЛЕНИЯ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ ЭПОХИ ЦИФРОВОГО ПЕРЕХОДА

FUNCTIONAL THINKING MODELS IN STRATEGIC DESIGN ENGINEERING FOR THE DIGITAL TRANSITION

Статья посвящена исследованию значения стратегического дизайна в проектировании качественного перехода в эру цифровых технологий. Стратегический дизайн выявлен и проанализирован как междисциплинарная область, в которой создаются проектные методики при помощи инструментов бизнеса, технологий, медицины, дизайна. Особое внимание уделено командной работе, привлечению различных профессиональных компетенций и типов проектного дизайн-мышления, а также представителей поколения Миллениум к проектным процессам. Подробно рассматриваются стадии создания стратегии: План, Прием, Поведение, Позиция, Перспектива, а также когнитивные процессы, соответствующие каждой из этих пяти стадий. Анализ, проведенный в исследовании, показал, что командные звенья, объединяющие людей со схожими функциональными моделями мышления, эффективны благодаря совместной деятельности, базирующейся на глубинном взаимопонимании.

The article is about the study of the role of strategic design in conceptualizing of a qualitative transition in the digital age. Strategic design is identified and analyzed as an interdisciplinary field, in

which one creates design methods by means of implements of business, technology, medicine, and design. Special emphasis is placed on the teamwork, on involving different professional competencies and types of project design thinking, as well as people of the Millennium generation in project processes.
The stages of creation of strategy are dealt with in more detail: Plan, Ploy, Pattern, Position, Perspective, as well as the cognitive processes corresponding to each of these five stages. The analysis undertaken in the research demonstrated that team units that co-operate people with similar functional thinking patterns are effective because of joint activities based on deep mutual understanding.

Ключевые слова: цифровая трансформация, проектная культура дизайна, междисциплинарный подход, стратегия, командная работа, компетенции, типы проектного дизайн-мышления, функциональная модель мышления, креативное дизайн-мышление, художественное дизайн-мышление, проектное звено, стратегическая сессия, семинар.
Keywords: digital transformation, project culture of design, interdisciplinary approach, strategy, teamwork, competencies, types of project design-thinking, functional model of thinking, creative design-thinking, artistic design-thinking, project team unit, strategical session, workshop.

Введение

В начале своего становления цифровая трансформация была в значительной степени ориентирована на профессионалов в технических областях, большая часть ее аудитории состояла из IT-специалистов и консультантов [9]. Однако цифровизация изначально была направлена на человека, на исследование человеческих возможностей управлять изменениями, вызванными техническим прогрессом. По мере того как электронные системы захватывали все больше областей жизни, менялся и социальный статус людей, связанных с цифрой. Сегодня степень владения и управления электронными средствами становится маркером успешности и социальной состоятельности.

Возникает вопрос: кто управляет? Человек ли владеет и управляет технологиями и, соответственно, вызванной ими трансформацией в

социуме, политике, экономике и т.д.? Или электронные средства управляют нами, нашим социальным поведением? Является ли цифровая трансформация стихийным явлением, неподвластным человеку, или она есть средство управления технологическими и социальными преобразованиями? Захватывающая человечество цифровизация актуализирует наши опасения неконтролируемых, неуправляемых изменений, связанных с прогрессом. По мнению французского философа Ж.-Ф.Лиотара, «техническое развитие, по сути, никогда не определялось и не направлялось человеком. Напротив, именно человек должен был приспосабливаться к продуктам и результатам развития техники, изменяя способы познания, работы, жизни» [4, с. 44]. Роль человека-наблюдателя, пассивной жертвы цифровой трансформации — теневая сторона прогресса.

Самоизоляция, связанная с пандемией COVID-19, в значительной мере обнаружила весной 2020 года нашу готовность к миру онлайн-коммуникаций в самом широком смысле: от психологической готовности до трансформационной состоятельности и обучаемости цифровым форматам профессий. Самый крупный и всеобъемлющий интеграционный проект в мире, который когда-либо видело человечество, идет полным ходом.

Дизайн как одна из универсальных проектных методик современности имеет возможность корректировать и направлять преобразования, вызванные цифровой трансформацией. Стратегический дизайн — актуальный вектор развития для проектной культуры. Сам стратегический дизайн как область знаний также должен перестроиться: от решения проблем — к их постановке [7, с. 91]. Выявление проблемных областей интеграции цифры в современную среду обитания, социальные и визуальные коммуникации, в сферы идентификации персон (личностей и брендов) — тот неполный перечень задач, который стоит перед стратегическим дизайном в эру глобальной цифровизации. Перспективные исследования технологий и социальное проектирование, формирование картины будущего и места человека в нем позволят определить парадигму актуального дизайна, создать вектор его развития.

Стратегический дизайн, являясь междисциплинарной областью, проходит качественный скачок за счет интеграции спектра гуманитарных и технических дисциплин. Благодаря высокому креативному потенциалу и междисциплинарной открытости, дизайн уже стал драйвером успешных проектных решений в развитии бизнеса, брендов, отдельных

продуктов и услуг, а также в оптимизации и автоматизации различных коммуникационных процессов. Конкурентная борьба и достижение корпоративных целей — не единственно возможное поле реализации потенциала стратегического дизайна. Он способен через глобальное проектирование воздействовать на общество, экологию и прочие сферы жизни. Дизайн как стратегическая проектная методика способен выйти на глобальный проектный уровень и включиться в разработку качественных аспектов социальной, окружающей и бизнес-среды, стихийно возникающих в результате цифровой трансформации. «Культура стратегического проектирования привносит в компании саму методику постановки проблем, заставляет задуматься о видении мира, интерпретировать контексты и признавать чрезвычайные ситуации, вызывающие дисбаланс в обществе, культуре, экономике, политике. Исходя из этого, дизайн способен выявлять возможности для изменений различных систем» [7, с. 92].

Системные проекты, имеющие междисциплинарный контекст, сегодня востребованы и имеют серьезный трансформационный потенциал для профессии. В качестве примера можно привести проект АНО ВО «Институт современного искусства» — «Искусство для здоровья: Здоровье как искусство». В нем осуществляется интеграция дизайна и медицины для разработки и продвижения идеи здоровья человека в условиях цифровой трансформации через организацию здоровой среды обитания средствами дизайна, а также через раскрытие творческого потенциала при создании объектов дизайна, созвучных идеям здорового общества. Целью проекта Институт видит формирование политического, социально-экономического, научного, идеологического и кадрового ресурса, ориентированного на продвижение идей здоровья как нормы жизни в эпоху цифры.

Видение здорового общества будущего — место встречи для групп специалистов-проектировщиков из разных профессиональных сфер деятельности. В проектных сессиях, формирующих концептуальную и методическую платформы проекта, участвуют представители разных гуманитарных и технических областей, позволяющие заложить его философские, научно-практические, политические, технические, организационно-управленческие основы. Проект получил грант Президента РФ и уже несколько наград на международных конкурсах, занял призовые места во Всероссийском форуме молодых исследователей «Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры 21 века», проходившем 19–21 ноября 2019 года в РГУ им. А.Н.Косыгина (рисунки 1, 2).

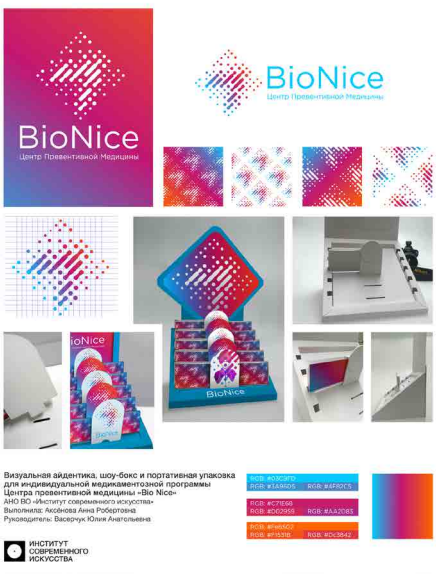




Рис. 1. Проект А.Р.Аксёновой (руководитель Ю.А.Васерчук): Визуальная айдентика, шоубокс и портативная упаковка для индивидуальной медикаментозной программы Центра превентивной медицины «Bio Nice» (Проект отмечен дипломом III степени на Всероссийском форуме молодых исследователей «Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры 21 века»)

Рис. 2. Проект Т.А.Серваткиной (руководитель В.Ж.Елизаров): Дизайн-концепция интерьера Центра превентивной медицины «FitoZen» (Проект отмечен дипломом III степени на Всероссийском форуме молодых исследователей «Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры 21 века»)

Современные проектные группы стратегического дизайна не только в России, но и за рубежом состоят, как правило, из ряда специалистов, обладающих разными компетенциями. «В профессиональной дизайнерской практике мы часто сталкиваемся с тем, что решение задач проектирования требует междисциплинарных групп с трансдисциплинарной направленностью. Пятьдесят лет тому назад практик с одним или парой помощников могли решить большинство задач дизайн-проектирования; сегодня нам нужны группы людей с компетенциями в нескольких дисциплинах и дополнительными навыками, которые позволяют профессионалам работать, слушать и учиться друг у друга при

совместном решении задач» [8, с. 11]. Навыки командной работы среди профессионалов разной направленности играют в наши дни определяющую роль для создания успешных стратегических проектов. При эффективной командной работе учитываются знания, навыки, способности и другие характеристики членов команды [6, с. 181]. Лишь при создании качественного проектного поля, при формировании единой интеллектуальной среды из разных компетенций и профессионального опыта, рождаются проекты и концепции, выходящие за рамки ординарных решений, стратегии, преодолевающие инерцию текущей действительности, а также качественное видение будущего как результата гуманистически ориентированной цифровой трансформации.

Работа по созданию комплексных проектных групп желательна при вовлечении молодежи, представителей поколения Миллениум. Это поколение выросло в эру цифры, для них виртуальное пространство представляется неотъемлемой частью реальности. Столь острого проживания неразрывных связей виртуального и реального нет у представителей других поколений. Цифровая реальность вплетена в культуру, мышление, мировосприятие миллениалов. Они составляют ядро процессов формирования новой культуры и нового дизайна, обусловленных экспрессивной цифровой средой. «Расширение областей..., формирующих виртуальные пространства, фактически создает поле для новой области дизайнерского проектирования — моделирования информационного пространства. Под информационным пространством мы можем представить себе совокупность информационных потоков культуры» [5, с. 14]. Под лавиной информационных потоков новой цифровой культуры современная молодежь осознает острую потребность самоидентификации и определения ценностей. Экспрессивная цифровая среда постепенно и целенаправленно отторгает материальные приоритеты в пользу нематериальных, интеллектуальных, информационных. Таким образом, стратегический дизайн можно понимать как процесс социального обучения через коллективное исследование, способное стимулировать изменения в цифровой культуре и организации общества будущего.

Подготовка специалистов, способных к эффективному взаимодействию в междисциплинарных проектных группах, — специальная задача, решаемая современным дизайн-образованием. В качестве примера можно привести опыт европейского образовательного центра — Института дизайна Хассо Платтнера (Hasso Plattner Institute of Design),

в котором практики управления и бизнеса, традиционное инженерное образование объединены с проектными дизайнерскими методиками [10]. Этот институт является ориентиром для создания методологий развития комплексного стратегического дизайн-мышления. АНО ВО «Институт современного искусства» также формирует мощный междисциплинарный контекст дизайн-образования, приглашая к преподаванию проектных дисциплин специалистов из областей поведенческой психологии, менеджмента и маркетинга, режиссуры и шоу-индустрии.

Методы и материалы исследования

Командные проектные сессии и семинары, нацеленные на разработку стратегий преобразования различных областей современности в эпоху цифровизации, позволяют развивать своим участникам комплексное проектное дизайн-мышление. «Семинар есть действие ради попытки начать создавать другие мысли, а вернее мыследеятельности. То есть это попытка организовать некие совместные усилия, чтобы случились новые мысли» [1]. Интенсивная когнитивная деятельность в группе не только позволяет обмениваться идеями и опытом, создавать новые мысли и проектные решения, но и выявить доступные способы мышления, идентифицировать свои особенности при формировании мыслительных процессов, учиться методам мышления у других участников.

Для дизайна, в том числе стратегического, можно выделить целый ряд типов проектного дизайн-мышления — функциональные модели мышления. К ним относятся, например, креативное (от эвристического — до комбинаторного), техническое (от конструкторского — до инженерного), организационное (от коммуникативно-информационного — до управленческого), образное (от метафорического — до коннотационного), творческое или художественное (от цвето-графического — до объемно-пространственного), футуристическое (от тактического — до стратегического), ресурсное (от пространственного — до контентного), организационное (от структурного — до управленческого) и т.д. «Дизайн мышление — это последовательность когнитивных и других операций, которая считается универсальным способом решать задачу» [3, с. 249]. Формирование проектных групп исходя из компетенций без учета функциональных моделей мышления и когнитивных проектных процессов значительно снижает творческий потенциал коллективной проектной деятельности. Интеграция достижений нейро-дисциплин и поведенче-

ской психологии в командные методики является условием успешности и эффективности коллективной проектной деятельности. Интеллект, мышление, специфические подходы, способы нахождения идей, зависящие от индивидуальной манеры мыслить, при грамотной фокусировке специалистов на соответствующей им проектной деятельности определяют успех творческих проектных процессов. «Проект — это место встречи и интеграции многочисленного опыта коллективного разума» [7, с. 92].

Рассматривая стратегию как объект интеллектуальной деятельности, представляется интересным выявить функциональные модели мышления, участвующих в создании стратегии. При этом ключевым фактором является сама методика конструирования стратегии. Теоретик стратегического маркетинга Генри Минцберг определяет разработку Стратегии через комбинацию пяти П: «1. План, 2. Прием или уловка, 3. Поведение или паттерн действий, 4. Положение или позиция, и, наконец, 5. Перспектива (Проекция в будущее)» [2]. При этом каждое из пяти П является условием комплексной, состоятельной стратегии. Ниже предлагается ранжирование типов дизайн-мышления в соответствии с проектной методикой пяти П Генри Минцберга.

Результат теоретического исследования методики «Пяти П» и содержание ее аспектов

Создание стратегии начинается с Плана как ее аспекта, который является сознательно намеченным курсом действий, указывающим, что делать и как. План или дорожная карта представляется траекторией последовательной смены действий. «Стратегия — это сценарии действий, которые могут обновляться в соответствии с информацией, полученной в ходе событий» [7, с. 92]. Стратегическое планирование предполагает активацию организационно-управленческих типов дизайн-мышления. Левополушарная логическая последовательность и линейные схемы мышления, столь подходящие для планирования, трудно активировать одновременно с правополушарными интеллектуальными системами в одном человеке. В формате командной работы дизайнеры способны распределить зоны ответственности. По принципу преобладающего у личности когнитивного типа происходит сегментация игроков команды. Люди, отвечающие за организацию, управление и время, создают внешнюю оболочку, форму проектной сессии, обеспечивая проектное ядро необходимой поддержкой и условиями.

Следующим разрабатываемым аспектом стратегии является Прием. Прием или уловка — это некий особенный элемент или способ, который на стратегическом уровне формирует уникальность. Уловка занимает центральное место для креативного вклада в стратегию, поскольку она стремится получить преимущество с помощью изобретений, инноваций и творческих идей. Эвристическое или креативное дизайн-мышление способно фокусируясь на решаемой задаче увидеть оригинальный подход к ее решению. Также важным представляется облечь пришедшую мысль, спонтанную идею в форму и представить ее команде доступными средствами выразительности. Креативное, эвристическое дизайн-мышления может быть присущим не только дизайнерам, но и людям, не причисляющих себя к творческим профессиям. Однако специалистам, обладающим творческими навыками, проще выразить идею, используя арсенал профессиональных выразительных средств.

Третьим аспектом стратегии является Поведение: паттерны процессов или методов, шаблоны, используемые в стратегии, которые выражаются через стиль. Являясь формальным выражением, стиль определяет категорию того, как происходят процессы и как они выражаются. Виды художественного дизайн-мышления способствуют формированию стилевой парадигмы и привнесению ее в разрабатываемую стратегию. Художественное мышление имеет не так много общего с креативным, как это может показаться на первый взгляд. Художник в меньшей степени озабочен вопросом что именно создавать. Он сфокусирован на разработке и интерпретации того как то или иное нечто может обрести материализацию, художественную форму, воплощение. То есть акцент смещен от того «что» в область того «как». Однако категория стиля не является только художественной. Стиль выступает как присущая объекту манера проявлять себя во внешней среде. При таком подходе областью проектной деятельности становится стиль в самом широком смысле, вплоть до разработки поведенческих паттернов и коммуникативных стандартов.

Позиция (четвертый аспект) в эру маркетинговых коммуникаций обрела устойчивые коннотации с областью, отвечающей за позиционирование товаров и услуг, за их потребительское восприятие. При широком взгляде, позиция — это положение или высказывание, которое имеет координаты в пространстве и времени, на которое влияют внутренние и внешние факторы среды, системы. Типы презентационного,

коммуникативного, процессуально-пространственного дизайн-мышления способствуют обрамлению и самоопределению стратегии, а также всех присущих ей установок.

Перспектива (пятый аспект) связана с мировоззрением, с целью существования стратегии, со взглядом в будущее. Основная цель или миссия стратегии является ключевой основой для перспективного видения. В данном случае возникает вопрос о том, чему, собственно, служит стратегическое проектирование в каждом конкретном случае и стратегический дизайн как проектная область в целом. Служит ли стратегический дизайн человеческому выживанию в джунглях цифровой среды или формированию новых качественных взаимосвязей между людьми, освободившихся в эру цифры от рутинных занятий и посвятивших себя реализации, творчеству и любви. «Что такое проектирование и сможет ли "человек проектирующий" (выделено Ю.В.) защитить специфически человеческие ценности, которые техника, не будучи в состоянии интегрировать, стремится уничтожить» [4, с. 43].

Анализ разработки стратегий по методологии «Пять П»

Проектирование стратегий по методологии Пять П при соответствующем каждому П подборе команд (проектных звеньев), создает условие качественной последовательной проработки проектных этапов. Командные звенья, объединяющие людей со схожими типами мышления, позволяют им комплексно понимать свои возможности, свое предназначение и роль в общем деле, а также осваивать материал и решать проблему соответственно природным когнитивным талантам. Состоящее из участников с близкими моделями мышления проектное звено становится уникальной единицей цепочки большой проектной сессии. Люди, принадлежащие к одной функциональной модели мышления, похожие по поведенческим паттернам, по принципам построения рабочих процессов, создают максимально эффективный результат благодаря опыту совместной деятельности, базирующемуся на глубинном взаимопонимании.

Обсуждение и выводы

В эпоху цифровой трансформации перед стратегически ориентированным дизайном стоят задачи, связанные с развитием проектной культуры, типов стратегического дизайн-мышления, навыков командной работы, междисциплинарных компетенций и т.п. При этом одной

из важных задач является удержание специфических человеческих ценностей от размытия и нивелирования в эру глобальной цифровизации. В связи с этим хочется особо подчеркнуть для дизайнеров-стратегов роль высокого уровня профессиональной ответственности за проектируемый мир будущего в интересах тех, кому предстоит жить в формируемой сегодня цифровой действительности.

Список литературы:

1. *Глазычев В.Л.* Методология проведения проектных семинаров / В.Л. Глазычев. — URL: http://www.glazychev.ru/projects/seminars/seminar_metodology.htm (дата обращения: 20.11.2020).

2. *Минцберг Г.* Стратегическое сафари: Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель; перевод с английского. — Москва: Альпина Паблишер, 2013. — 367 с.

3. *Ро О., Фотьянова Е.* Успевает ли эволюция высшей школы за революцией возможностей? // Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Российское креативное образование в области цифрового искусства в соответствии со стандартами ЕС» / под редакцией А.Н.Лаврентьева. — Москва: МГХПА им. С.Г.Строганова, 2016. — С. 243–256.

4. *Сидоренко В.Ф.* Идея проектной культуры // Проблемы дизайна-6: сборник статей / В.Р.Аронов, М.Т.Майстровская. — Москва: Артпроект, 2011. — С. 41–55.

5. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / под редакцией А.Н.Лаврентьева. — 2-е изд., исп. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 208 с. — (Серия: Авторский учебник): ил.

6. Bell S.T. Selecting and Composing Cohesive Teams/ Suzanne T.Bell, Brown G.Shanique // Research on Managing Groups and Teams. — 2015. — Volume 17. Team Cohesion: Advances in Psychological Theory, Methods and Practice. — P. 181–209.

7. *Freire K.* From strategic planning to the designing of strategies: A change in favor of strategic design // Strategic Design Research Journal, 10 (2) São Leopoldo, RS, Brasil: Publicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos — Unisinos, 2017. — P. 91–96.

8. *Redström J.* Making design theory / Johan Redström. Cambridge, MA: The Massachusetts Institute of Technoligy Press, 2017. — 170 p.

9. *Solis B.* X: The Experience When Business Meets Design / Brian Solis. New Jersey: Wiley (publisher), 2015. — 256 p.

10. Was ist Design Thinking. — URL: https://hpi.de/school-of-design-thinking/design-thinking/was-ist-design-thinking.html (дата обращения: 20.11.2020).