

Белорусский национальный технический университет
Кафедра «Дизайн архитектурной среды»

Конспект лекций

**АРХИТЕКТУРНО-ГРАДОСТРОИТЕЛЬНАЯ
И АРХИТЕКТУРНО-ДИЗАЙНЕРСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК КРЕАТИВНЫЙ ПРОЦЕСС**

А.А. Литвинова, доцент архитектуры

А.В. Мазаник, канд. архитектуры, доцент

2014г.

УДК 711.01
ББК
Л

Литвинова А.А., Мазаник А.В.

Конспект лекций по дисциплине «Архитектурно-градостроительная и архитектурно-дизайнерская деятельность как креативный процесс»

Конспект лекций предназначен для магистрантов специальности 1 - 69 81 04 «Архитектурный дизайн». В конспекте лекций рассматриваются теоретико-методологические основы креативного процесса в архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности, особенности креативного проектирования в архитектуре и дизайне, инновационные принципы, методы и технологии креативного процесса в области архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности.

Рецензент:

Н.А. Лазовская, доцент кафедры «Архитектура жилых и общественных зданий» Белорусского национального технического университета, кандидат архитектуры, доцент.

Белорусский национальный технический университет
Пр-т Независимости, 65, г. Минск, Республика Беларусь
Тел. (017) 265-79-75
E-mail: das.af@bntu.by
<http://www.bntu.by/>
Регистрационный № БНТУ/АФ100-12.2014

Оглавление

Введение.....	4
Творческая направленность современной архитектуры и дизайна	5
Теоретико-методологические основы креативного процесса в архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности	23
Особенности креативного проектирования в архитектуре и дизайне	25
Инновационные принципы, методы и технологии креативного процесса в области архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности	31
ЛИТЕРАТУРА	39

Введение

Креативность (от англ. create - создавать, творить) — творческие способности индивида, характеризующиеся готовностью к принятию и созданию принципиально новых идей, отклоняющихся от традиционных или принятых схем мышления и входящие в структуру одарённости в качестве независимого фактора, а также способность решать проблемы, возникающие внутри статичных систем. Согласно американскому психологу Абрахаму Маслоу — это творческая направленность, врождённо свойственная всем, но теряемая большинством под воздействием сложившейся системы воспитания, образования и социальной практики.

На бытовом уровне креативность проявляется как смекалка — способность достигать цели, находить выход из кажущейся безвыходной ситуации, используя обстановку, предметы и обстоятельства необычным образом. В широком смысле — нетривиальное и остроумное решение проблемы. Причём, как правило, скудными и неспециализированными инструментами или ресурсами, если потребность материальна. И смелому, нестандартному, что называется не штампованному подходу к решению проблемы или удовлетворению потребности находящейся в нематериальной плоскости.

Роль дисциплины в формировании специалиста заключается в повышении его проектной культуры, развитии креативных способностей и освоении методологии архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности как креативного процесса в области архитектуры и дизайна.

Целью дисциплины «Архитектурно-градостроительная и архитектурно-дизайнерская деятельность как креативный процесс» является изучение архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности как креативного процесса для применения полученных знаний в проектной и исследовательской деятельности с целью повышения качества принимаемых решений, новизны подходов.

Дисциплина базируется на опыте архитектурно-дизайнерской деятельности и является подготовительной для ведения творческой деятельности в проектной работе и в области архитектурной науки.

Лекция 1. Творческая направленность современной архитектуры и дизайна [1,2,3,5,7,8,9, 10, 12]

Роль креативного процесса в современной архитектуре и дизайне. Креативность с точки зрения психологии.

По мнению Элиса Пола Торренса, креативность включает в себя повышенную чувствительность к проблемам, к дефициту или противоречивости знаний, действия по определению этих проблем, по поиску их решений на основе выдвижения гипотез, по проверке и изменению гипотез, по формулированию результата решения. Для оценки креативности используются различные тесты дивергентного мышления, личностные опросники, анализ результативности деятельности. С целью содействия развитию творческого мышления могут использоваться учебные ситуации, которые характеризуются незавершенностью или открытостью для интеграции новых элементов, при этом учащихся поощряют к формулировке множества вопросов.

Экспертные и экспериментальные оценки способности человека к производству знаний показывают, что креативные способности человека не очень велики. Путем вовлечения всех работников в непрерывное совершенствование организации (метод Кайдзена) креативность организации резко возрастает.

Существуют психологические инструменты измерения творческого (креативного) мышления; самый известный в мировой психологической практике — Тест Пола Торренса. Этот тест позволяет оценить:

- вербальную креативность;
- образную креативность;
- отдельные креативные способности:
 - беглость — этот количественный показатель, в тестах чаще всего это количество выполненных заданий;
 - гибкость — этот показатель оценивает разнообразие идей и стратегий, способность переходить от одного аспекта к другому;
 - оригинальность — этот показатель характеризует способность выдвигать идеи, отличающиеся от очевидных, общеизвестных, общепринятых, банальных или твердо установленных;
 - способность видеть суть проблемы;
 - способность сопротивляться стереотипам. [36]

Современное постиндустриальное общество выдвигает на первый план «человеческий фактор» - повышение качества жизни человека с его индивидуальными особенностями, запросами и мироощущениями; производство нематериальных форм богатства и услуг; экологизацию социально-экономического развития и новый тип взаимоотношений человека с природой. В определенной мере существующую ситуацию по размаху и гуманитарной направленности можно сравнить с эпохой Возрождения. Но возрождение в условиях динамики научно-технического прогресса

постиндустриального общества происходит на качественно новом техническом и технологическом уровне, включая информационные и нанотехнологии, биогенную инженерию и др. революционные области современной цивилизации. Кардинальные изменения во многом коснутся предметного и пространственного окружения человека, отражающего его новые потребности и представления о комфорте и синтезе архитектурных искусств и прикладных наук о человеке и его окружении. [41]

Креативный акт есть создание *нового*. Новое есть *впервые мыслимое или делаемое данным субъектом, ранее неизвестное ему* (фиксируемое таковым с разрешающей способностью индивидуального восприятия и на основании накопленного содержимого индивидуальной памяти со всеми ее текущими несовершенствами). Иными словами, креативный акт квалифицируется как таковой по критериям новизны самого субъекта. Максимально креативен ребенок – он все делает впервые. Непрерывно совершающееся познание мира неумолимо сужает поле креативности растущего человека. Одновременно увеличиваются возможности для вторичной, "комбинаторной" креативности. Под вторичной креативностью понимают порождение *относительной* новизны: культурный перенос идей, понятий, структур из одной области мира в другую [17].

Продукт первичной или вторичной креативности используется породившей их личностью, а также подвергается экспертизе соответствующих институтов и либо отвергается (как "деревянный велосипед") либо принимается к использованию в масштабах более или менее широкой человеческой общности.

Существование первичной креативности доказывается хотя бы изобретением колеса, поскольку аналогов последнего в природе не обнаружено. Вероятно, в связи со *степенью* креативности мы подразделяем людей на тех, кто "пробивает стены", и тех, кто "подбирает осколки".

Условием, благоприятствующим упомянутому культурному переносу, является миграция. [17] Однако, сама по себе миграция может ничего и не дать.

Между двумя указанными формами креативности существует зависимость обратной пропорциональности. Расходование ресурса незнания выливается в приращение поля возможных комбинаторных сопоставлений. "По достижении определенного уровня интеллект представляется имеющим незначительную корреляцию с креативностью, т.е. обладающее высоким интеллектуальным уровнем лицо может и не иметь высокого творческого потенциала" [19].

"Джин креативности" способен вырваться из бутылки и потрясти основы цивилизации. Поэтому общество небезразлично к креативному потенциалу своих членов. Ребенка ожидает школьная система, подавляющая его первичный креативный потенциал, снижающая общий креативный фон до уровня, безопасного для существования и функционирования социума. Превышение критического уровня креативности взрывает социум (ср. с

пассионарностью [15]. Если *обучение* есть подавление первичной креативности, то *образование* есть оспособление креативностью вторичной ("протезирование"). Как известно, школа решает не только (и, может быть, не столько) проблему развития личности, сколько проблему *сохранения* социума. Ведь чрезмерно креативная общность людей неуправляема, следовательно, асоциальна. Избыточно креативные личности выявлялись и подвергались нейтрализации во все времена.

Однако, после того, как проблема *сохранения* успешно решена, оказывается, что перед социумом стоит также и проблема *развития*, причем, развития не только в заданных известных направлениях и рамках, но и развития как поиска и реализации новых направлений движения социума. Ведь в наше время копирование чего бы то ни было уже придуманного перестало представлять неразрешимую сложность. Возрождение затоптанной первичной креативности и стимуляция вторичной, управляемой, "комбинаторной" креативности [11, 18] переходит в разряд актуальных проблем. "У высокоорганизованных организмов существует основополагающее постоянное противоречие между установлением и поддержанием постоянства окружающей среды и нарушением достигнутого равновесия ради новых возможностей и новых ощущений." [19]

Любой футурологический прогноз становится ярким примером недалекого мышления, иногда задолго до даты, на которую он сфокусирован. Предсказывать плоды креативности есть занятие неблагодарное. Встает проблема "разумных" ее пределов. Без общества человек невозможен. Но общество есть ограничение свободы. Креативность есть высшая свобода. Проблема в том, каким образом человек может доверить (делегировать) себе подавление собственной свободы.

Креативность, информация, эксперимент. Исследователь не может предсказать конкретных действий исследуемого, практикующего креативность. Но он может выяснить некоторые закономерности, характеристики креативности.

В целях обеспечения измерительной базы предстоящих полевых исследований креативности целесообразно в дополнение к существующим подходам к определению понятия "количество информации" [18] построить *субъективно-содержательное* понятие *информации*, связанное с продуцированием нового отдельным субъектом, а также с феноменом его обучения. Возможно, продвижения в этом направлении будут связаны с изучением эстетического восприятия [24].

Механизм креативности в рационалистической парадигме формируется на растяжке внешнего и внутреннего миров человека. Предложим следующую модель механизма креативности, основанную на идее взаимных отражений содержания внутреннего и внешнего мира. Объекты внешнего мира и содержание подсознания, отражаясь в сознании, могут образовывать случайные цепочки ассоциаций. Эти цепочки, в свою очередь, могут воплощаться во внешнем мире в виде действий человека, устанавливаемых им социальных институтов и т.п., либо в подсознании - в виде скрытых от

сознания процессов, взаимодействующих с архетипами, системами конденсированного опыта [14] и другими объектами и процессами подсознания. Объекты внешнего мира также отражаются в подсознании. Взаимные отражения происходят непрерывно.

Креативность проявляется в том, что сознание отбирает из этого потока те ассоциации, которых нет вовне и в памяти (во всяком случае, в когнитивном горизонте данной личности) и утилизирует их соответствующими культурным установкам субъекта способами.

Креативизм (рассмотрение обсуждаемого феномена в искусственном зале, включающее действия по его выстраиванию, конструированию, "выращиванию" и/или использованию) требует методик интенсификации и "прицеливания" спонтанного потока ассоциаций.

Таким образом, осуществляется как спонтанный так и избирательный *перенос* между внутренним и внешним мирами личности, отличный от культурного переноса между различными областями внешнего мира [17]. В частности, перенос между внутренним и внешним мирами может осуществиться запомнившимся или не запомнившимся сновидением.

Результат креативного акта несет отпечаток личности творца. Известен (паранормальный) феномен восстановления облика поэта по текстам его стихотворений (даже в переводах).

Художественное творчество есть спонтанная креативность, закономерности которой обычно не удается проследить.

К настоящему времени человечеством наработан некоторый арсенал интериоризованных средств, обслуживающих феномен креативности. Важное место в нем занимает "*карта*" как инструмент познания окружающего мира, а также - самопознания и самосовершенствования. Однако, в современной науке ей отводится вспомогательная роль по отношению к тексту [17]. Видимо, это связано со вкусами авторов, которым почему-то удобнее обсуждать левополушарное мышление, чем правополушарное. Поскольку ведущая роль левого полушария головного мозга в механизме креативности не очевидна (а учитывая ретроспективу, скорее можно предположить обратное), подойдем к обсуждению креативизма с точки зрения пространственных категорий.

Планшетом мы будем называть основу (заготовку) карты, задающую масштаб дальнейших действий субъекта.

Картой будем называть знаковую форму, отражающую взаимное положение и/или иные отношения двух или нескольких элементов в какой-либо действительности (например, в транспортном хозяйстве существуют так называемые анаморфные карты, на которых расстояния между пунктами отражают не действительные расстояния на местности, а время переезда из одного пункта в другой на условном транспорте). Конечно, карта может существовать в виде текстового описания (Вспомним, что в математике области покрытия геометрического и алгебраического языков, в основном, совпадают).

Типология карт (тоже карта) может быть построена, например, по логико-функциональному принципу:

1. Карты типа пространственных, "географических", отвечают на вопросы: Где? Куда? Откуда?

2. Карты "технологические", отвечают на вопросы: Что? Как? Когда?

3. Карты "гадательные", отвечают на вопрос "что со мною (с ним) будет?"

Планом будем называть карту, содержащую отметку - где в какой-либо действительности данная личность (субъект) помещает себя.

Что же возникает в результате креативного акта - планшет, карта, план? В разных случаях - либо то, либо другое, либо третье. Порождается соответственно креативная установка, креативный объект, креативное действие.

Планшет, план и карта являются *единицами образного мышления*.

Картой является, например, часовой циферблат. На нем отмечены угловые расстояния между "пунктами", скажем, Один Час и Два Часа. Беглый взгляд человека на циферблат со стрелками превращает его в *план*: этим взглядом на карту наносится точка отсчета "сейчас". Как известно, существуют также часы с цифровой индикацией. Они не имеют карты-циферблата, но высвечивают набор знаков (цифр), обозначающих текущее время. Таким образом, в часах с цифровой индикацией *план* описывается последовательностью знаков ("текстом"), а *карта* вообще отсутствует.

Для описания более сложных разветвленных пространственно-временных соответствий в современной культуре (точнее, в computer science) изобретен гипертекст. С информационной точки зрения он может быть эквивалентен карте (плану) или набору карт (планов). Однако, скорости восприятия (обработки) человеком карты и гипертекста существенно различны. Карту мы читаем быстрее.

Креативность и самоактуализация. Важная роль в исследовании креативности принадлежит видному американскому психологу А.Г. Маслоу, задавшему прагматический критерий успешности для оценки степени самоактуализации как внешнего проявления креативных процессов. По-видимому, теория самоактуализации [28] могла бы стать обобщением теории деятельности, интерес к которой в философских кругах сегодня вспыхнул с новой силой.

В работе А.Г. Маслоу «Дальние пределы человеческой психики» [23] ведущиеся в течение нескольких десятилетий исследования креативности обсуждаются в рамках холистического подхода к изучению творчества. "Проблема креативности - это проблема креативной личности (а не продуктов креативной деятельности, не креативного поведения и т.п.). Креативная личность это особая, даже особенная разновидность человека, а не просто человек, приобретший некое новое умение, вроде умения кататься на коньках, и не человек, делающий какие-то вещи, на которые он "способен", но которые не являются его сущностью, не заложены в его природе. Стоит посмотреть на личность, на креативную личность как на

существо проблемы, и тут же перед нами встанут проблемы трансформации человеческой природы, трансформации характера, полного раскрытия всего человеческого в человеке, которые в свою очередь со всей неизбежностью подводят нас к необходимости искать и найти ответы на вопросы о мировоззрении, о жизненной философии, о жизненном пути, о моральном кодексе, об общественных ценностях и т.д. Такой подход...противоположен...атомистической концепции изучения креативности, концепции исследования и тренинга: "Какую главную, основную вещь мы можем сделать, чтобы сделать человека креативным?". Автор сообщает, что при полевых исследованиях ему не удавалось выявить решающий фактор, обуславливающий возникновение креативности, который превалировал бы над остальными принимаемыми во внимание факторами. Тогда он пошел по пути сбора возможно более глубоких жизнеописаний знакомых ему человеческих экземпляров, достигших, по его (и их собственному) мнению, самоактуализации. Креативность он полагает важной чертой самоактуализированных людей - реализовавших личные, присущие именно этому конкретному человеку потенциалы и не утративших при этом идентичности, не пожертвовавших своими ценностями. "Такие люди живут в той данности, которая им предложена, и реализуют себя в ней". Креативный человек способен на "бескрайнее разнообразие в поведении".

Вообще говоря, на пути самоактуализации креативность и познание могут не противопоставляться, а дополнять друг друга.

Креативизм есть фактор структурирования индивидуального будущего.

Из креативного фона фильтрами сознания формируются подходы к решению проблем [27]. Креативные методы не имеют конкуренции в ряду нерегулярных методов решения некорректно поставленных проблем.

Идея и перспективы креативизма. Культивирование креативного акта есть *креативизм*. Идея креативизма губительна для сохранения (консервации) социума и спасительна с точки зрения развития последнего (и даже выживания, имея в виду углубляющееся интерактивное взаимодействие с природой).

Поскольку исходной базой креативного акта является "индивидуальная культурная лаборатория", где "субъект сам выбирает себе авторитеты и не подвержен сиюминутным групповым интересам", креативный акт трудно совместим с масштабностью [32].

С учетом феномена креативизма можно предположить, что в настоящее время агентами развития социума становится не класс, государство или общество, а небольшие частные корпорации. Малые корпорации заинтересованы не в стабильности, а в развитии, крупным же корпорациям важно сохранить status quo. Уровень возможностей малых корпораций непрерывно растет. Они способны предпринимать действия для развития креативизма внутри себя.

Стремление институционализировать феномен креативизма может привести к идее "привить" его на бурно развивающееся древо *корпоративного университета*. В настоящее время корпоративный

университет является высокотехнологизированной системой подготовки узких профессионалов в прикладных областях, а также воспроизводства корпоративной культуры. Треть учебных курсов обеспечивается, как правило, методами дистантного образования. Число таких университетов в мире за последние десять лет увеличилось с 400 до 1600. Если сложившаяся тенденция сохранится, то к 2010 году корпоративных университетов станет больше, чем обычных. Восприняв креативную ориентацию, этот общественный институт может явить собою качественно новый социокультурный потенциал. Именно здесь может возникнуть точка роста современного общества.

Образовательные программы обсуждаемых учебных заведений могут быть ориентированы сколь угодно нетрадиционно. "...метода решения конкретной задачи или класса однотипных задач может и не быть, но при этом могут быть методы того, как организовать свой ум, и даже волю, чтобы они нашли решение, опираясь на научные знания. Поэтому уместно говорить о субъективных методах и мыслительных средствах решения задач... Если же речь идет о крупномасштабных проблемах и их коллективном решении, здесь снова может помочь организация - но уже не только индивидуальной творческой деятельности, но и коллективной, то есть технология" [27]. Инструментами фокусировки мыслительных и деятельностных процессов могут выступать упоминавшиеся выше планшеты, карты, планы [31].

Конечно, многое будет зависеть от понимания упомянутыми частными корпорациями социальной ответственности (ведь речь идет не только о коммерческой креативности). В качестве примеров корпорации, способной на разворачивание корпоративного университета нового типа упомянем методологические группы последователей Московского Методологического кружка [33], в первую очередь - Школу Культурной Политики Петра Георгиевича Щедровицкого.

Особое место в институционализации креативизма занимают техники группового креативного акта типа мозгового штурма, оргдеятельностных игр (ОДИ) и других средств системомыследеятельностной (СМД) методологии. Формируя на какое-то время зону "когерентного" мышления и интеллектуальной избыточности, эти техники создают условия для интеллектуального прорыва в заданном направлении. Эффективность подхода, сочетающего ОДИ и методологическое программирование [26], подтверждена многочисленными разработками концепций, стратегий, отраслевых и региональных программ развития. Такая практика насчитывает сотни (если не тысячи) *отдельных* успешных реализаций. Однако, обсуждаемый подход не получил официального признания на сколько-нибудь высоком уровне и практикование его не стало нормой, *моделью развития*. Вероятно, дело в том, что он приводит к непредсказуемым вариантам решения проблем ("Если известно, к какому конкретному результату приведет ОДИ, то ее не стоит и проводить" - говорили СМД-методологи). Часто результаты ОДИ не внедрялись, но использовались как мощнейший рычаг перераспределения административного ресурса. Затем

"выигравший" и вознесшийся на вершину иерархической пирамиды притормаживал развитие своей структуры. Он не желал дальше рисковать (повторно проводить программирующую ОДИ). Стратегия методологического программирования сдавалась в архив. Таким образом, препятствием к распространению ОДИ как инструмента устойчивого развития оказалось не что иное, как их сокрушительная эффективность. Только в последние годы в нашем обществе появляется понимание того, что само решение некоторых проблем является большей ценностью, чем предсказуемость деталей такого решения.

Теория деятельности обладает потенциалом, чтобы быть идеологической, теоретической и инструментальной базой развития общества, однако, общество непрерывно сворачивает с пути разворачивания наиболее эффективной модели своего развития. Может быть, здесь действует некий закон сохранения неоптимальности? Разумеется, издержки "скоростного" развития не получили однозначной оценки. В частности, вероятно, существует опасность авторитарного креативизма. Недостаточно исследовано влияние на лиц, практикующих креативизм, интеллектуальных допингов, одним из которых, безусловно, является соревновательность.

Помимо методов *восстановления* креативности, должно быть обращено внимание на ее сохранение в детском возрасте. Необходим сбор и изучение существующих в настоящее время разрозненных методик раннего развития детей. На этой основе могут быть развернуты детские учреждения, свободные от подавления креативности.

Thinking management - управление мышлением (думанием) - к счастью, по-прежнему есть terra incognita. Все же здесь удастся проследить некоторые общие закономерности.

Например, *закон обратной пропорциональности управляемости и способности к развитию*. Чем более управляема система, тем менее она способна к развитию. Управляемое развитие бывает только догоняющим.

Заметим, что развитие включает, помимо создания планов, их *реализацию*.

В противоположность деятельностным играм, существуют креативные игры (В.С. Дудченко, С.Н. Железко), создающие условия для интенсивной индивидуальной интроспекции. Последняя чревата переоценкой собственных оснований и индивидуальными креативными результатами. Наиболее глубокая интроспекция достигается, видимо, в состоянии индивидуальной медитации, которая противостоит групповым креативным техникам.

Креативность и рефлексия. В монографии В.А. Лефевра «Конфликтующие структуры» [21] под *рефлексией* понимается "способность встать в позицию "наблюдателя", "исследователя" или "контролера" по отношению к своему телу, своим действиям, своим мыслям", а также "способность встать в позицию исследователя по отношению к другому "персонажу", его действиям и мыслям". На этом существенном дополнении и был в свое время сделан особый акцент.

В работе О.С. Анисимова «Методологическая культура рефлексивного управления в игромоделировании» *рефлексия* рассматривается в составе цепочки "норма - реализация - затруднение в реализации - рефлексия - ситуационное и включенное корректирование нормы - реализация изменения нормы". Здесь креативность может проявиться как *фаза рефлексии*, следующая за затруднением реализации и перебором известных способов выхода из подобных ситуаций, в которой *генерируется новый вариант ответа на возникшее затруднение, в отличие от известных субъекту и, может быть, ранее опробованных вариантов*. Примером такого процесса может служить шахматная игра. Перебор известных вариантов ответа, вообще говоря, не обязателен; множество известных вариантов может оказаться пустым.

В работе В.М. Розина «Понятие рефлексии в философии и современной методологии» приводится трактовка рассматриваемого феномена как *контекстной рефлексии* - в ее связи "с внешним контекстом - позицией и задачами исследователя, осуществляющего рефлексия, выбором средств рефлексивного описания, способами использования рефлексивных описаний и другими моментами". При этом рефлексия "перестает пониматься как автономная способность человека или механизм развития деятельности, независимый от жизненного контекста".

Эта последняя трактовка наглядно показывает, что *креативность* имеет возможность весьма разнообразных и многоплановых проявлений в процессе рефлексии.

Сегодня мы не знаем, насколько существенной частью процесса спонтанного художественного творчества является рефлексия.

Место рефлексии в феномене креативности остается достаточно неопределенным. Креативная фаза рефлексии в конкретном исследуемом случае может вообще не наступить. Если же она наступает, то, как правило, узнается субъективно по сопровождающему ее чувству удовлетворения, *положительной самооценки*. "Способность порождать ценностные суждения является качеством, уникальным для самосознания... Таким образом, мы оказываемся привязанными к одному и отвергаем другое, причем отрицание - это негативная форма привязанности... Наши привязанности связывают и вовлекают нас. Это - результат самосознания. Буддизм рассматривает самосознание как "незнание", "невежество", поскольку в процессе самосознания мы теряем реальность "таковости" и наш взгляд на вещи во вселенной ограничивается извне. Мы даже на себя смотрим со стороны, и

этот взгляд на себя извне и составляет фундаментальное незнание, присущее человеческому существованию" [42].

Если рефлексия может осуществляться отдельно применительно к внешнему и внутреннему пространству человека, то акт креативности в силу самого механизма его реализации (см. выше) вообще возможен лишь вследствие соположения (рядоположения) внешнего и внутреннего пространств человека и преодоления границы между ними.

Наиболее важным *следствием* этого различия представляется следующее. Если идентичности рефлектирующего ничто не угрожает, то идентичность личности, осуществляющей креативный акт, может измениться вследствие неконтролируемого элемента новизны, являющегося продуктом креативного акта. При рефлексии, включающей креативную фазу, меняться могут не только средства осуществляемой деятельности, но и цели, а также представление личности о себе. Скажем жестче. Нет никаких оснований предполагать идентичность креативной личности кроме инерции сознания.

К изменению своей идентичности (определяемому как следование по пути духовного развития) стремится, помимо верующих, некоторая часть участников духовных и оздоровительных (валеологических) движений.

Известен парадокс: хотя открыто не декларируется управление художественным творчеством, музеи полны высокими образцами идеологизированного искусства недавних времен.

Предложим следующее понимание этого явления. Попытка рефлексивного управления креативностью порождает псевдокреатив (жесткий отбор в условиях интеллектуальной избыточности). Таким образом, идеологическое управление креативностью требует большого расхода человеческих ресурсов и неэкономично. Рефлексивное управление креативной системой можно аллегорически сравнить с выворачиванием времени, поскольку предвидение направления креативной траектории с имеющимся на сегодня инструментарием не осуществимо, если только не выбрать точку обзора за временным горизонтом.

Из сказанного выше следует, что креативные структуры и рефлексивные структуры суть пересекающиеся множества. Следовательно, креативные структуры, подобно рефлексивным, могут быть конфликтующими, сотрудничающими или творческими.

Если рефлексивные структуры наделены механизмами эффективного конкурентирования и/или сотрудничества в существующем мире, то креативные структуры, кроме того, способны менять "правила игры", то есть, творить внешние и внутренние миры.

В области пересечения множеств рефлексивных и креативных структур между ними возможно описанное в [21] отношение "нарисованности друг на друге". Это значит, что элементы, из которых состоит структура одного типа, вовлечены также и в структуру второго типа и функционируют в обеих структурах по совместительству.

Ситуация тесного переплетения принципиально разнородных структур характерна для окружающей нас сегодня реальности.

С появлением цикла работ В.А. Лефевра началось ИЗУЧЕНИЕ проблем рефлексивного управления, тогда как эмпирически оно практиковалось издавна. В частности, коллективистские традиционные общества основывались не на прямом насилии, а именно на принятии их членами неких общих оснований, дающих несомненные преимущества относительно малочисленным группировкам, которые и можно характеризовать как носителей инструментария рефлексивного управления (веками существовавшего в виде сакрального знания). [42]

Поскольку проявление креативности зависит от многих трудно контролируемых условий, можно говорить о существовании систем смешанного типа, т.е. систем, проявляющих то рефлексивные, то креативные качества. Из их числа можно выделить рефлексивно-креативные и креативно-рефлексивные системы, помещая на первое место в титуле преобладающее в данной системе (в данное время) свойство. Колебания (циклы) креативности и рефлексивности в коллективах ждут своего исследователя.

Интернет есть в первую очередь и главным образом интерфейс между личностью и обществом. С одной стороны, это - инструмент личности в реализации своих творческих планов в обществе. С другой стороны Интернет есть инструмент влияния общества на личность. Интернет расширяет область практики, где можно обойтись без творчества. Обращение к Интернету для многих оказывается своеобразной альтернативой креативному акту. Интернет есть к тому же эффективный гомогенизатор социума.

Не нужно доказывать, что найденное в сети решение часто оказывается фиктивным, и уж, во всяком случае, никогда не новым. Как говорил Брна Црнчевич, "новых путей не стоит искать, их надо прокладывать".

Вероятно, со временем общество обзаведется иммунитетом к дешевым прелестям Интернета подобно тому, как сегодня многие творческие люди не замечают телевизора.

Какую роль играет креативность во взаимодействии личности с обществом посредством Интернета?

Для рассмотрения интересующих нас процессов условно разделим окружающую *реальность* на *перцептивную* и *информационную*. Перцептивная реальность воспринимается нашими органами чувств в данный момент без посредства каналов массовой информации и коммуникации (разумеется, эта реальность сформирована в прошлом с их участием). Информационная реальность воспринимается нашими органами чувств посредством указанных каналов. Каждую из выделенных реальностей мы аппроксимируем соответствующим пространством.

Таким образом, вербально введенная схема состоит из двух пространств: перцептивного и информационного. Они находятся в состоянии непрерывного взаимовлияния. Субъекты, объекты и процессы перцептивного пространства могут иметь проекции (отображения) в информационном пространстве и наоборот. *События* перцептивного пространства отображаются в виде "*контента*" сайтов информационного пространства.

Информационные проекции не имеют жесткой связи со своими перцептивными оригиналами. Они самопроизвольно возникают, распространяются, живут и взаимодействуют по иным законам, чем объекты и субъекты перцептивного мира. *Самопроизвольность* здесь надо понимать в том смысле, что информация о любом событии может просочиться в средства массовой информации без санкции и ведома ее участников. Так, во время визита северокорейского лидера в Москву журналисты увидели в стенке железнодорожного вагона высокого гостя пулевые отверстия и раздули из этого сенсацию.

Понимание законов информационного мира позволяет использовать их желаемым образом. В произвольные или в задаваемые определенными действиями моменты времени информационные проекции могут быть возвращены в перцептивное пространство. Там они неизбежно вступают во взаимодействие со своими перцептивными оригиналами, "окрашивают" их определенным образом (вносят приращения смыслов) и тем самым влияют на ситуации перцептивного мира. Иными словами, связь между событиями перцептивного пространства и соответствующим контентом информационного пространства двунаправлена, что позволяет посредством информационных потоков, в частности, *управлять значениями событий*.

Если изменившаяся ситуация имеет общественный интерес, она вновь получает отражение в Интернете. Цикл может повторяться. Операции в перцептивном и информационном пространствах могут выстраиваться в цепь, направленную на достижение единой цели. Процесс в некоторой степени зависит от внешней "энергетической" накачки со стороны заинтересованных лиц и затухает только если он теряет общественный интерес.

Креативность индивида влияет на формирование траектории обсуждаемого процесса при отображении объектов, субъектов и событий в информационном пространстве, при формировании, передаче и приеме информационных потоков, при экспертизе степени достоверности информации, полученной из Интернета, при оценке степени ее влияния на союзников и конкурентов. Непостоянство траекторий информационных потоков усугубляется тем, что связи в информационном пространстве являются "неголономными". В Интернете нельзя *заставить*, можно только *заинтересовать* и таким образом привлечь к сотрудничеству.

Электронная провокация может вызвать кардинальное изменение экономической и общественной ситуации (вплоть до кризиса). Достижение сопоставимого по значению результата средствами только перцептивной реальности требует гораздо больших ресурсов. Если раньше подобные действия (имеющие, как правило, политическую окраску) требовали мощностей, обеспечиваемых только достаточно крупными организациями, то с развитием Интернета порог их осуществления снизился до *одного-единственного индивида*. Интернет резко повысил актуальность интеллектуального и креативного ресурсов и стал для индивида социальным лифтом. Как в средние века изобретение пороха "сделало всех людей

высокими", так сегодня появление Интернета сделало всех нас без исключения потенциальными политиками.

Интернет несет в себе еще один тонкий эффект. Он является местом встречи человека с самим собой: с одной стороны - как набора персонифицированных функций (это Вы же, посылающий в сеть профессионально ограниченные запросы по конкретным темам, ложащимся в "сетку" классификатора поисковой системы; Вы, осмысливающий с профессиональных позиций блоки информации, получаемые в ответ), с другой стороны - как целостного носителя сознания (это Вы, находящийся в рефлексивной позиции). Осуществляется как бы "спектральный анализ" Вашей личности на сетке сетевого классификатора (выполняющей здесь роль диффракционной решетки). То есть, Вам предъявляется совокупность Ваших "спектральных" характеристик (характеристик Вас как "частичного" человека, специализированного члена общества).

Креативность Вашей личности есть динамический процесс ее изменения: в случайные моменты времени происходят креативные подвижки. Они приводят к несовпадению Вас прежнего с Вами теперешним - Вас, как запроотолированной совокупности профессиональных действий, и Вас, как целостного носителя сознания. Это несовпадение может быть отрефлектировано в форме вопросов типа: а тем ли я занимаюсь? На то ли трачу жизнь? Результатом может быть депрессия и/или коррекция жизненной траектории.

Уместен вопрос - в чем, собственно, разница предложенной ситуации с поисковой активностью, сопровождавшей профессиональную деятельность в докомпьютерную эпоху? Видимо, дело в том, что раньше поисковая деятельность, в связи с ее длительностью и трудоемкостью, переживалась "как самоцель, независимая от своей утилитарной полезности". Теперь же она все более сливается с ценностной функцией выбора. Кроме того, при посредстве современных компьютерных поисковых систем она осуществляется мгновенно, результат появляется на экране сразу. Создается впечатление, что звено поиска вообще выпадает из рабочего цикла. Геологи советуют не путать карту с территорией. Применительно к Интернету эти понятия оказываются склеенными.

Креативность и духовность. Механизм креативности в традиционной парадигме. "Посредством творческого воображения ограниченный разум человека имеет выход в Мировой Разум; воспринимает - и преобразует - все основные или новые идеи; входит в контакт с подсознанием других людей. Творческое воображение работает автоматически. Но для того, чтобы оно начало действовать, сознание должно войти в соответствующий ритм, возбудиться - хотя бы сильным желанием... Деньги ждут вас в неограниченном количестве, если вы точно знаете, сколько и на что вам их надо. И, конечно, если вам помогает воображение."

Мы далеки от видения креативности как еще одного "сравнительно честного способа заработать деньги". На нашей стороне глобуса креативность существует в ином контексте. В "смутные" времена, когда

личностные траектории во внешнем мире претерпевают слом, многие обращаются к своему внутреннему миру, что фиксируется общественным мнением, в частности, как всплески религиозности и оккультизма.

"Термин "духовность" мы будем употреблять для тех ситуаций, которые вовлекают индивидуальные переживания в некоторые измерения реальности, придающие жизни и существованию этого человека нуминозное, сакральное качество. Карл Юнг использовал слово "нуминозный" для описания переживаний, которые можно было бы назвать священными, находящимися за пределами ординарного. Духовность является чем-то таким, для чего характерно особое отношение индивида к Вселенной и что вовсе не обязательно должно иметь формальную структуру, коллективный ритуал или же посредничество священнослужителя.

Это значительно отличается от религии, той формы организованной групповой активности, которая может как способствовать, так и не способствовать достижению истинной духовности, в зависимости от той степени, в которой обеспечивается контекст для персонального открытия нуминозных измерений реальности. Хотя у истоков всех религий было непосредственное визионерское откровение основателей этих религий, пророков и святых, потом на протяжении времени религия все больше утрачивала связи с этой своей живой сущностью.

В качестве еще одного ориентира в нашем движении упомянем отмеченный Юнгом механизм синхроничности (совпадения не имеющих видимой причинной связи событий) [34], который может быть указанием на неизвестный механизм передачи информации, обеспечивающий, в частности, проявления креативности. В этом случае креативность оказывается *неосознанным познанием*. Она смыкается с познанием некоторых внешних по отношению к сознанию человека смыслов, обычно скрытых, но время от времени спонтанно проявляющихся. В этом случае можно сказать, что креативизм является путем такого познания, свобода человека не абсолютна и креативизм есть угадывание пути, определенного Космическим (Мировым) законом или коллективным бессознательным. Тогда имеет некоторый смысл склейка "креативной установки" и "познавательной установки".

Здесь многое зависит от внутренней позиции личности. Как отмечалось выше, с буддистской точки зрения вынесение оценок чему бы то ни было, в том числе, акту собственной креативности, означает шаг на пути к незнанию. В этом смысле прав Б. Пастернак, говорящий, что "...побед от поражений ты сам не должен отличать...". Христианство также считает самомнение грехом. Таким образом, во взгляде на креативность традиционный Запад согласен с традиционным Востоком, хотя в науке и существует мнения, что языки Христианства и Буддизма оказались "взаимно не переводимыми" [25].

Итак, с традиционной точки зрения благом является креативность как познание (угадывание) высшего закона. Причем, несмотря на "достижения" цивилизации, мы более чувствительны к угадыванию этого закона применительно к себе, чем к внешнему миру. И уже вторым шагом можем отстраивать свои внешние действия, так, чтобы оставаться в мире с собой.

Сегодня мы на самом деле на еще практическом уровне не можем более игнорировать наличие внутреннего мира человека и его взаимовлияния с внешним миром. Подобно тому, как изучение параллельных текстов на незнакомых языках дает шанс проникнуть в их смысл, сравнительное рассмотрение обозначенных выше рационалистической и традиционной версий механизма креативности может оказаться путеводной нитью к новым (то есть хорошо забытым старым) способам бытия человека в мире.

Проблемы принятия и создания принципиально новых идей в архитектурно-градостроительной и в архитектурно-дизайнерской деятельности.

В самом общем смысле градостроительство и дизайн являются элементами архитектуры. Если понятие «дизайна» относительно новое, то градостроительство во все времена синкретично и контрапунктно раскрывало суть архитектуры. Если же иметь в виду не понятия, а существо проявлений архитектуры во всех ипостасях, то можно обнаружить и в древнейших культурах аналоги того явления, которое нынче называют «дизайном». Понятие «дизайна» изначально эквивалентно «промышленной эстетике», но потребность в такого рода организации среды существовала и до индустриальной эпохи.

Решение подобных задач свойственно архитектуре как искусству организации среды во все времена.

Усложнение архитектурно-строительного производства и стоящих за ним сложнейших проявлений социокультурной системы, вообще, неизбежно вело к известному дисциплинарному обособлению не только градостроителей и дизайнеров, но и к дальнейшей дифференциации проектировщиков по типологическим признакам рассматриваемых ими объектов. Более того, в обособленные профессиональные цеха, фактически, выделились представители некогда единого архитектурно-строительного комплекса: инженеры, технологи, управленцы и экономисты. Совершенно независимо решаются вопросы организационной деятельности у исследователей, подрядчиков и эксплуатационников.

Внутри названных подразделений и «сегментов» дифференцированной системы в свою очередь выделяются различно соотносимые направления. В годы ученичества автора дизайн и градостроительство рассматривались по отношению к архитектуре в качестве своеобразных «микро-» и «макросистем».

И такое представление актуально до сих пор. Однако, в последние десятилетия явно обозначился целый проектный «жанр»: дизайн городской среды. Дизайн такого рода решает вопросы организации городских общественных центров.

Городская среда рассматривается дизайнерами как «интерьер» города, что не только правомерно, но и доказало свою продуктивность. Этот род деятельности заполнил «нишу», которая образовалась в реальном проектировании между планировкой и объемами. Дизайнерский подход к

городской среде представлен в библиографическом списке, в частности, текстом А.Бокова.

Особым образом взаимоотношения между архитектурой и дизайном складываются в практике проектирования последних лет, особенно в Москве.

Отмечается необычайно высокий уровень разработок и интерес к интерьерам зданий. В культурологическом плане ситуация в архитектуре напоминает времена господства рококо, отмеченные пристрастием именно к этой стороне прикладных искусств. По-видимому, налицо естественность реакции на известный аскетизм и лапидарность именно этого «сегмента» организации пространства в практике рутинного проектирования. Дизайнерская «доводка» проектов, «как бы», подразумевалась, но чаще всего оставалась неоглашенной и нереализованной «декларацией о намерениях». Дизайнерские премьеры реализуются чаще всего в постройках самых разных лет и стилистических направлений в рамках реконструктивных мероприятий. Гораздо реже интерьер в полной мере соответствует авторскому замыслу экстерьера, т.е. является элементом единого проекта.

Очевидны тенденции эклектизма в архитектурном проектировании и дизайне как основе интеграционного творческого метода. [41]

Проектность и креативность. Навигация в поле креативности. Планкарта. В работе О.И. Генисаретского и Г.П. Щедровицкого «Методологическая картина дизайна» [37] методология проектирования и дизайна. Предварительный этап этой деятельности видится авторам как *"построение предварительной планкарты"* проектируемого, хотя бы даже проектировалась сама наука о дизайне. Ввиду формального созвучия употребляемых нами терминов *план* и *карта* с термином *планкарта* остановимся на последнем подробнее.

Планкарта должна "содержать не только указания на характер и порядок работы, которую нужно выполнить, но также структурное представление той объективной области, которая будет исследоваться, и, кроме того, перечень тех отношений, в которые будут вступать исследователи по поводу этой объективной области. Структурные представления или модели объективной области будут затем раскладываться в планкарты, изображающие число и связь предметов исследования, которые должны быть построены. Каждый из этих предметов исследования предполагает свои особые средства и методы анализа. Лишь в очень немногих случаях здесь можно воспользоваться уже существующими средствами и методами, в частности социологии, логики, психологии, эстетики и инженерии. Значительно чаще и больше придется разрабатывать эти средства и методы заново, исходя из задач разработки теории дизайна."

Должно быть предусмотрено *все, что при разработке потребуется.*

"Детализация может продолжаться практически бесконечно и будет останавливаться на том уровне, какой задан целями исследования".

Приходит на память сказка о Змее Горыныче и Цыгане, которые вместе отправились путешествовать. Когда остановились на ночлег, Змей взялся разводиться огонь, а Цыган отправился за водой к колодцу. После долгого

ожидания Змей решил взглянуть, в чем причина задержки и увидел, что Цыган окапывает колодец, чтобы принести его целиком. Возражение с позиций креативности относится даже не к тому, что очерченный объем работ теряется за горизонтом и критерии его конкретизации не детализированы. Дело в том, что даже в процессе построения планкарты креативные подвижки то и дело открывают новые возможности. И чем дальше мы продвигаемся в построении планкарты, тем больше у нас оснований начать работу с самого начала, ибо подвержена изменениям сама топология исследовательских и проектировочных ходов. Когда мы несколько продвинемся в построении креативного формализма, не составит труда доказать теорему, что при заданном уровне креативности коллектива проектировщиков существует характерный объем планкарты, выше которого продвинуться невозможно. Работа «Методологическая картина дизайна» [37] выполнена в молчаливом предположении нулевой креативности.

Заметим, что практика проектирования, вылившаяся в систему Государственных и международных стандартов, устанавливает некоторую этапность процесса, отсекающую излишнюю для каждого этапа детализацию. Кроме того, процесс проектирования, как правило, ограничивается предметными (профессиональными) рамками, что, конечно, не дает простора для глобальной оптимизации, но зато делает процесс обозримым, реализуемым и конечным во времени.

В креативной парадигме проектировать и легче, и труднее, поскольку на каждом шаге может происходить (а иногда и реально происходит) акт креативности, открывающий новые горизонты и предлагающий новые направления исследований, часто более важные (заманчивые), чем ранее просматривавшиеся. Создавать планкарту, конечно, можно, но следовать ей сколько-нибудь долго не удастся. Соответственно, финансирование креативных исследований должно быть гибким, чем не креативных.

Креативность предполагает плавающее соотношение между рациональным и иррациональным. Каков может быть аналог планкарты в креативном поле? В простейшем случае это просто ориентир в аксиологическом слое, которому следует вектор самоактуализации. Ведь по мере продвижения проектной работы, вообще говоря, меняются и формулировка проблемы, и критерий самоактуализации. Креативность не отрицает проектности, но вносит в нее учет внутренней динамики личности. Плацдарм работы прирастает внутренним пространством проектировщика. Но планкарта исследования себя содержит те же ограничения. Самоидентификация есть динамический процесс. Конечно, трудно ожидать, что он в обозримое время будет включен в культуру проектирования. Скорее всего, связь внешних процессов с внутренними будет происходить через периодическое самоопределение проектировщика, по результатам которого либо будет модифицироваться проект, либо решаться вопрос о дальнейшем участии в нем данного сотрудника.

Поскольку данный параграф тесно связан с понятиями системомыследеятельностной (СМД) методологии, в заключение кратко

остановимся еще на нескольких соотношениях креативного и методологического инструментария.

Онтологическая и *оргдеятельностная* схемы в некотором отношении подобны введенным нами *карте* и *плану*: онтологическая схема не указывает положения позиционера (личности) в мире или избранном его фрагменте, а оргдеятельностная схема весьма конкретно указывает и это положение, и способ действий субъекта. Предваряющее карту разворачивание планшета родственно "полаганию фона" в СМД-методологических построениях[42]

Лекция 2. Теоретико-методологические основы креативного процесса в архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности [2,3,4,5,6,13,15,16,17]

Гипотезы происхождения креативности.

Имеются несколько гипотез по возникновению креативных способностей. Согласно первой считается, что творческие способности возникли у человека разумного постепенно, в течение длительного времени и явились следствием культурных и демографических изменений человечества, в частности, роста численности народонаселения, путём сложения способностей самых умных и одарённых особей в популяциях, с последующим закреплением данных свойств в потомстве.

По второй гипотезе, высказанной в 2002 году антропологом Ричардом Клайном из Стэнфордского университета, появление креативности носило скачкообразный характер. Она возникла вследствие внезапной генетической мутации около 50 тысяч лет назад [36].

Критерии креативности:

- беглость — количество идей, возникающих в единицу времени;
- оригинальность — способность производить необычные идеи, отличающиеся от общепринятых;
- гибкость — параметр, важность которого обуславливается двумя обстоятельствами: во-первых, данный параметр позволяет отличать индивидов, которые проявляют гибкость в процессе решения проблемы, от тех, кто проявляет ригидность в их решении, и во-вторых, позволяет отличать индивидов, которые оригинально решают проблемы, от тех, кто демонстрирует ложную оригинальность;
- восприимчивость — чувствительность к необычным деталям, противоречиям и неопределённости, готовность быстро переключаться с одной идеи на другую;
- метафоричность — готовность работать в совершенно необычном контексте, склонность к символическому, ассоциативному мышлению, умение увидеть в простом сложное, а в сложном — простое;
- удовлетворённость — итог проявления креативности. При негативном результате теряется смысл и дальнейшее развитие чувства.

По Торренсу:

- Беглость — способность продуцировать большое количество идей;
- Гибкость — способность применять разнообразные стратегии при решении проблем;
- Оригинальность — способность продуцировать необычные, нестандартные идеи;
- Разработанность — способность детально разрабатывать возникшие идеи.

• Соппротивление замыканию — это способность не следовать стереотипам и длительное время «оставаться открытым» для разнообразной поступающей информации при решении проблем.

Абстрактность названия — это понимание сути проблемы того, что действительно существенно. Процесс называния отражает способность к трансформации образной информации в словесную форму. [36].

Интеллектуальная проблема творчества.

Ключевые понятия. Положение в современном архитектурно-строительном комплексе и дизайне, когда перекрещиваются проблемы инновационной деятельности и здорового культурного консерватизма, когда «стыкуются» не только различные организационные и мотивационные модели поведения субъектов архитектурного творчества социумов, а многочисленные коллизии социокультурного плана – достаточно сложны. В этой связи актуальной является разработка общих подходов, критериев анализа ситуаций и системы ключевых понятий, соответствующих самым широким культурологическим дискурсам.

В логическом «древе» архитектурных знаний наиболее фундаментальным понятием следует признать жилище и весь комплекс идей и ценностей, сформированных на его основе.

Трудно переоценить значение жилища в антропогенезе, в исторической эволюции человеческого общества. Дом имеет приоритетный смысл в системе гуманистических ценностей. Он функционально и просто физически «занимает» большую часть повседневной жизни человека. Жилище составляет доминирующий элемент материальной среды городов и сел. Жилье своей физической и технико-экономической «массой» способно отодвинуть на второй план все остальные житейские вопросы.

Из жилища «развертывалась» вся номенклатура типологии зданий. Даже в архаическом жилище древних особое место принадлежало некоему семейному святилищу, где обитал дух предков. Диапазон «модификаций» был велик: от семейного очага до какого-нибудь «красного уголка» и тому подобного. Даже самый простой дом в средневековых городах имел специальное место для занятия ремеслом или лавку для торговли. В помещениях усадеб состоятельных помещиков и горожан располагались коллекции произведений искусств, книг, – прообразы будущих музеев, библиотек, камерных театров и клубов.

Место для исполнения сакральных функций со временем выделилось из жилища и трансформировалось в идею Храма, которой наряду с идеей Дома было суждено составить основу «архетипов архитектуры». Архетип Дома и архетип Храма сформировали целую систему знаков, которые фактически предопределили масштабность и образность пространства в широком диапазоне архитектурного и дизайнерского проектирования. [41]

Лекция 3. Особенности креативного проектирования в архитектуре и дизайне [5,8, 13,14,15,17,18,19]

Особенности креативности в архитектуре и дизайне, связанные со спецификой профессиональной деятельности. Креативность в пространстве, традиции и инновации.

Одной из перспективных областей постиндустриального дизайна сегодня является дизайн города (городской дизайн), призванный обеспечить масштабную, информационно насыщенную, функционально и психологически комфортную предметно-пространственную среду для человека. Как самостоятельный вид проектно-художественной деятельности дизайн городской среды сформировался во второй половине XX века как особый вид синтеза дизайна с архитектурой, градостроительством, монументально-декоративным искусством, став своего рода феноменом двадцатого столетия. Он имеет свой обособленный объект проектной деятельности и арсенал исследовательских и проектных методов.

При этом от архитектуры и градостроительства городской дизайн перенял такие признаки, особенности и черты, как ансамблевость, стремление к уникальности общего композиционного решения, образность и художественную выразительность, контекстуализм. Методология и философия индустриального дизайна проявляются в использовании высокотехнологичных методов в производстве формирующих градостроительный партер элементов, методов эргономического проектирования, метода «фирменных стилей» и использование в формообразовании элементов предметного наполнения городской среды актуальных художественно-стилевых течений индустриального и постиндустриального дизайна.

Одной из ярко выраженных форм синтеза дизайна (его графических форм), архитектуры и градостроительства стало появление с середины XX века в пространственной среде города такого уникального явления как «суперграфика». Визуально трансформируя объемную композицию архитектурной или предметной формы, суперграфика при этом, как правило, подчиняется общей композиционной и сюжетной линии градостроительного ансамбля, играя в его структуре роль пространственной и смысловой доминанты (акцента).

Синтез дизайна и градостроительства проявился в формировании с появлением высотной застройки городских центров градостроительного партера, достаточно автономного и независимого от общей архитектурно-планировочной композиции города пространства в уровне двух первых этажей застройки, оборудованного уличной мебелью и системой визуальных коммуникаций. В его организации преимущественно используются проектные методы дизайна, в частности, «эргономическое проектирование» и «метод фирменных стилей». Градостроительный партер стал своего рода буфером между высотной архитектурой городских центров и человеком,

функциональным, масштабно-пластическим, информативно-психологическим, художественно-семантическим, обеспечившим в XX веке масштабный рост и развитие города вне явного конфликта с человеком. [40]

Принципы создания креативного образовательного пространства для студентов, магистрантов, архитекторов-дизайнеров. Дизайн-код: культура креатива.

Проблема гармонизации отношений человека и промышленно-преобразованной природной среды, оптимизирующей условия его жизнедеятельности, в настоящее время требует не только расширения масштабов подготовки специалистов в области дизайна, но и принципиального реформирования их деятельности в связи с изменившейся экономической и культурно-ценностной ориентацией страны. Анализ специальной литературы и периодических изданий свидетельствует о значительном изменении научных интересов к различным аспектам художественного проектирования дизайнерских объектов городской среды. Кроме того, темпы обновления отечественной дизайнерской культуры должны учитывать особенности новых требований и соотносить их с практикой подготовки дизайнеров будущего поколения. Во-первых, социально-политические преобразования в стране в последнее десятилетие кардинально изменили подходы к учебной работе, что привело к возникновению ряда серьезных проблем в системе подготовки будущих дизайнеров, а, во-вторых, современная образовательная реформа ориентирует специалистов на европейские аспекты образования, в частности, через:

- преподавание и распространение языков государств - членов ЕС;
- поощрение мобильности студентов и преподавателей, в том числе, путем признания в научной среде дипломов и сроков обучения;
- содействие сотрудничеству между учебными заведениями;
- развитие обмена информацией и опытом по проблемам, общим для образовательных систем - членов ЕС;
- поощрения развития обмена молодежью и преподавателями в области общественных наук;
- поощрения развития заочного дистанционного образования.

Актуальной стала проблема преемственности профессионального дизайн-образования.

Применительно к обществу различают две стороны преемственности: первое - передачу социальных и культурных ценностей от поколения к поколению, от формации к формации и второе - усвоение этих ценностей каждым новым поколением, каждой новой социальной системой. Преемственность - особый механизм «памяти общества», который осуществляет накопление и хранение культурной информации прошлого, с учетом которой создаются новые ценности.

Новации, предпринимаемые в области реорганизации системы подготовки будущих дизайнеров, включают в себя как открытие

дизайнерских отделений в детских художественных и общеобразовательных школах, так и новые экспериментальные формы обучения. Происходит фундаментальное осмысление роли дизайна в целостном развитии культуры на основании гуманитарного знания. В связи с этим чрезвычайно актуальным становится обращение к проблемам социализации и активизации творческой деятельности всех детей, в том числе с частичным нарушением физических возможностей.

Усиление ответственности дизайна за создание средового пространства напрямую связано с воспитанием специалистов в этой сфере деятельности. Английский теоретик дизайна Дж. К. Джонс подчеркивает, что оно охватывает не только деятельность конструкторов, архитекторов и других специалистов в области проектирования, но и ученых, мастеров прикладных искусств, экономистов, маркетологов, социологов, экологов, специалистов сферы обслуживания и т.д. В подобных условиях перехода на двухступенчатую систему высшего образования и возможного упразднения среднего специального образования существенно повышается ответственность художественной школы за подготовку специалистов в области дизайн-проектирования.

К подобного рода проектной деятельности относится эколого- и культуурообусловленное проектирование, создающее научно-обоснованную базу для разнообразных дизайнерских решений, учитывающих многообразие предпочтений и ориентаций. Подобная работа дает студенту инструмент понимания гуманистических аспектов проектирования, которым свойственны развитое воображение и высокий интеллект, атмосфера творческого взаимодействия и профессиональной этики. Наличие естественно-природных и социально-культурных представлений позволяет создавать психологически благоприятное окружение, предполагающее индивидуальное отношение к окружающему миру, в равной мере учитывающее социальные, общественные, культурные и духовные особенности.

Здесь необходим нетрадиционный подход, осуществляющийся с помощью специально поставленных задач, а также разработка нестандартных приемов, способствующих поиску как индивидуальных, так и коллективных решений

Оценка результата совместной проектной деятельности тоже может быть как индивидуальной, так и коллективной, что зависит от личностных качеств студентов. В семантике художественного языка той или иной культуры складывается своеобразная система изобразительных принципов, образов, формотворческих приемов и т.д., аккумулирующих в себе культурно-значимую информацию. Они задают угол зрения и определенный сценарий проекту не только с точки зрения эстетических предпочтений и специфики понимания красоты, но и с позиции определенной морали, укоренившейся в том или ином регионе.

Методики креативности (методики творчества) — методы и техники, способствующие творческому процессу генерации оригинальных идей,

нахождения новых подходов к решению известных проблем и задач. Методики креативности помогают чётче формулировать задачи, ускорять процесс нахождения идей, а также увеличивать их количество, расширять взгляд на проблему и уничтожать ментальные блокады. Методики не являются алгоритмами, следуя которым обязательно будет найдено решение задачи, зато они дают направление и дисциплину хода мыслей и увеличивают вероятность получения хороших идей. Методики сокращают время поиска идей, организуя и делая более эффективным сам процесс поиска. Различные методики креативности рассчитаны на работу одного человека, двух или группы.

Задачи методик креативности:

- чётко сформулировать проблему;
- собрать исходные данные;
- выработать критерии для структурирования исходных данных;
- структурировать исходные данные;
- всесторонне изучить исходные данные;
- расширить отрасль проблематики;
- сформулировать несколько точек зрения на проблему;
- сформулировать максимальное число решений;
- выработать критерии отбора перспективных идей или решений;
- снимать ментальные блокады;
- ускорить процесс генерации идеи;
- отбирать действительно выгодные и оригинальные варианты решения

проблемы.

Известные методики:

Мозговой штурм — оперативный метод решения проблемы на основе стимулирования творческой активности, при котором участникам обсуждения предлагают высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбирают наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике. Является методом экспертного оценивания. Метод был изобретён одним из основателей рекламной компании BBDO Алексом Осборном и описан в его книге «Как придумать» (англ. *How to Think Up*) в 1942 году.

Теория решения изобретательских задач — основана изобретателем и писателем-фантастом Генрихом Альтшуллером в 1946 году. ТРИЗ является методологией, набором инструментов, базой знаний и технологией моделирования для генерации инновационных идей и решений проблем. ТРИЗ предоставляет инструменты и методы для формулирования проблемы, системного анализа, анализа отказов и паттернов эволюции (от «как есть» до «как должно быть»). В отличие от методики мозгового штурма (в котором неупорядоченно формулируются идеи и варианты решения проблемы), целью методики ТРИЗ является создание алгоритмического подхода к изобретению новой системы или улучшения старой.

Метод Дельфи — методика, позволяющая с помощью опросов, интервью, мозговых штурмов, добиться максимального консенсуса при определении правильного решения. Анализ с помощью дельфийского метода проводится в несколько этапов, результаты обрабатываются статистическими методами. Базовым принципом метода является то, что некоторое количество независимых экспертов (часто несвязанных и не знающих друг о друге) лучше оценивает и прогнозирует результат, чем структурированная группа (коллектив) личностей. Позволяет избежать открытых столкновений между носителями противоположенных позиций так как исключает непосредственный контакт экспертов между собой и, следовательно, групповое влияние, возникающее при совместной работе и состоящее в приспособлении к мнению большинства. Даёт возможность проводить опрос экстерриториально, не собирая экспертов в одном месте (например, посредством электронной почты).

Субъекты:

- группы исследователей, каждый из которых отвечает индивидуально в письменной форме
- организационная группа — сводит мнения экспертов воедино.

Латеральное мышление. Британский врач Эдвард де Боно предложил множество методик творчества и мышления. Он является автором понятия латеральное мышление, которое отличается от основанного на привычных паттернах вертикального мышления, тем, что ставит под вопрос исходные условия. Одним из примеров латерального мышления является техника шести шапок (белая — аналитическое мышление, красная — эмоциональное мышление, чёрная — критическое мышление, жёлтая — оптимистическое мышление, зелёная — творческое мышление, синяя — мышления в большой перспективе). В метафорическом понимании, надевая каждую из шапок человек может взглянуть на проблему с нескольких точек зрения.

Методика творчества под названием синектика была разработана Уильямом Гордоном в 1940-х гг. В методике участники пытаются «сделать известное странным, а странное — известным». Методика состоит из десяти шагов: анализ и определение проблемы, предложения спонтанных решений проблемы, новая формулировка проблемы, построение прямых аналогий, построение личных аналогий, построение символических аналогий, снова построение прямых аналогий, анализ прямых аналогий, перенос аналогий на проблему и разработка подходов к решению. Практическое применение. Методики стимуляции творческого мышления применяются во многих сферах жизни, которые требуют оригинальных идей, в том числе в дизайн-проектировании. Среди прочего, использование методик таких как теория решения изобретательских задач и морфологический анализ распространено среди инженеров и изобретателей. Методики латерального мышления применяются в сфере бизнеса и рекламы. Метод Уолта Диснея и мозговой штурм используются во время дискуссий по проблемным вопросам различных отраслей. Методика SCAMPER часто используется для разработки новых продуктов.

Часто для облегчения процесса решения проблем творческим путём используются графическое изображение идей в виде карты мыслей, диаграмм Исикавы и подобных приёмов.

Лекция 4. Инновационные принципы, методы и технологии креативного процесса в области архитектурно-градостроительной и архитектурно-дизайнерской деятельности [2, 3, 5, 7,10, 13, 18, 19]

Инновационный метод как средство творческого решения профессиональных задач в области архитектуры и дизайна. Инновационный семинар (инновационная технология).

При поиске оптимального решения в процессе творчества необходимо использовать системный подход, позволяющий оценить объект дизайна в целостности с учетом структуры -строения самого творческого процесса в его развитии, с оценкой уровня развития связей, регуляции и управления, а также по содержанию: задача, цель, смысл.

Само творчество лучше всего рассматривать и как системное явление, и как системный процесс.

В творчестве как системном явлении при нахождении оптимального решения необходимо выделять четырех участников сотворчества: дизайнера, заказчика, потребителя и зрителя, каждый из которых имеет свои задачи, цели, видит свой смысл в объекте дизайна, каждый из которых может видеть свой идеальный обобщенный образ дизайнерского решения, каждый из которых может иметь свои потребности, выдвигать свои требования, удовлетворить которые через оптимальное соотношение, компромисс должен именно дизайнер, как творческая личность, несущая ответственность за конечный результат - дизайнерский объект.

В творчестве как системном процессе при поиске оптимального решения следует выделять следующие этапы, помогающие в ориентировке на оптимальность - подготовку, созревание, озарение, проверку, которые с помощью предлагаемой компьютерной программы «Постановка творческих задач в дизайн-проектировании» обогащены, насыщены конкретным содержанием. Предлагаемая программа позволяет избежать грубых ошибок на всех четырех этапах самого творческого процесса, оптимизировать сам поиск оптимального решения за счет предварительной оценки заказа и условия заказчика, заданных условия в их сочетании, а также за счет дополнительного уточнения вопросов, входящих в программу и позволяющих устранить возможные недостатки и недочеты в процессе проектирования с выходом на оптимальное решение.

При поиске оптимального решения предлагается исходить как из общей парадигмы - человек является мерилем всего, где общечеловеческие ценности и гуманизация личности являются главными постулатами.

При поиске оптимального решения предлагается руководствоваться следующими постулатами: все аспекты рассмотрения - философский, философско-эстетический, эстетико-психологический, психолого-функциональный - должны работать на человеческий фактор, на комфортное

состояние человека, заключающееся в ощущении справедливости, защищенности, заботы о потребностях человека, и способствовать комфортному состоянию души и тела через физическое здоровье, психическое здоровье и социальное здоровье. Объект дизайна должен в оптимальном варианте работать на все это в целом как система, интегрируя частные условия в совокупное системное общее. [39]

Инновационный метод.

Под инновационным методом понимается самотрансформирующееся средство исследования и практического преобразования социальных систем за счёт организации опыта саморазвития в ходе творческого решения проблем. Под "социальными системами" при этом понимаются организации, регионы, города, человеческая деятельность, социальные процессы, социальные группы, отдельные люди. В инновационном методе органично соединяются **исследование** затруднений, **обучение** новым средствам и способам разрешения затруднений, а также практическое **действие**, направленное на снятие этих затруднений.

Инновационный метод может быть представлен в виде нескольких правил, последовательно выполняя которые можно разрешать проблемы любого класса сложности.

1. Занимайтесь *своими* затруднениями и проблемами.
2. Разрешайте свои затруднения *вместе с другими людьми*.
3. *Концентрируйтесь* на содержании затруднения.
4. Прорывайтесь к *действительному содержанию* затруднения.
5. Выработывайте *новое видение* себя, мира, новые идеи и решения.

Первое правило предписывает концентрировать внимание на своих затруднениях и проблемах, рассматривая их решение как способ решения любых проблем. Такие явления, как гибель в наше время миллионов людей от голода и войн, не становятся для нас "своей" проблемой или "своим" затруднением, а вот тесная обувь переживается как "своя" проблема. Затруднение или проблема будет "своей" в том случае, когда она действительно препятствует эффективной деятельности человека и процессу позитивных трансформаций его самого и объемлющих его систем. "Свои" проблемы локализованы в самом человеке. Идентификация "своей" проблемы включает мощный мотивационный и энергетический механизм работы с нею. Однако люди почему-то постоянно осуществляют интервенцию в дела других, дают им советы и пытаются решать их проблемы. Или принимают проблемы других за свои, что совершенно непродуктивно. Снимая "свои" затруднения человек освобождает себя для созидательной деятельности. Консультант, использующий инновационный метод, в первую очередь применяет его к собственным профессиональным и личностным затруднениям. Работая как профессионал с организациями и другими социальными системами, он оказывает им помощь, решая свои собственные проблемы. Например, впервые работая с командой крупного концерна, перед которой стояла проблема, аналога решения которой нет в

мире, автор идентифицировал "своё" затруднение как неспособность предложить такой методический ход, который бы привёл в этой ситуации высочайшего уровня сложности к рождению принципиально нового решения. Решая "свою" проблему консультант в данном случае решал и проблему заказчика.

Второе правило инновационного метода основано на положении о том, что позитивные изменения в ситуации, системе и человеке происходят благодаря усилиям социальной группы и в социальном пространстве этой группы. Человек связан с окружением тысячами нитей. Эти связи существуют постольку, поскольку данный человек таков, каков он есть, и окружающие предполагают его таковым. Чтобы человек как-то изменился, должны быть изменены социальные связи. Отсюда вытекает мысль о невозможности для человека каких бы то ни было изменений вне и в изоляции от ближайшего окружения, в частности, от тех групп, куда он входит. А если человек не изменится и не изменит свой способ действий, он будет делать то, что делал и до сих пор, получая в качестве результата те же самые проблемы. Инновационный метод содержит средства изучения процессов взаимодействия человека и группы в процессе изменений, обучения совместной работе по изучению и разрешению проблемных ситуаций, а также средства организации этой работы.

Третье правило предписывает предельную концентрацию посредством глубокого погружения в содержание затруднения. Великие открытия и крупные изобретения рождались именно в результате концентрации и погружения. Перебирая в этом состоянии сотни и тысячи аспектов проблемы и вариантов решения человек исчерпывает познание человечеством и выходит на идеи, которых никогда не было в культуре. Эти процессы становятся предметом изучения, осмысления и освоения. В центре внимания при этом оказываются способность участников к концентрации, её связь с пониманием, мотивацией, групповыми процессами, действие социальных стандартов и стереотипов, жизненных и культурных парадигм, пограничные состояния сознания, процессы инсайта и т.д. Организуется концентрация за счёт интенсивного погружения, множественной смены форм работы, рефлексивных и медитационных техник, а также техник сталкинга, релаксации и энергетизации.

Четвёртое правило метода фиксирует необходимость рассматривать затруднение или проблему как одну из возможных интерпретаций ситуации. Чтобы прорваться к действительному их содержанию, либо к осознанию того, что такого содержания нет, предлагается использовать техники работы с интерпретационными схемами как понятийными конфигураторами, задающими контекст и способ осмысления тех или иных фактов жизни. В нестандартных ситуациях, с которыми имеет дело инновационный метод, естественные интерпретационные схемы не срабатывают и появляется необходимость в интерпретационных схемах искусственных, либо в отказе от их использования вообще. Это правило предполагает изучение, освоение и практическое использование механизмов взаимодействия индивида, группы с

разными реальностями, задаваемыми разными интерпретационными схемами, порождения разных реальностей, возможности контроля за этими процессами, механизмов действия социокультурных кодов и способов преодоления предопределённости восприятия, мыслей и действий, способов выхода к действительному содержанию затруднений, которые всегда локализованы в человеке.

Пятое правило инновационного метода предписывает изучение, освоение и использование механизмов и способов нового понимания себя, других людей, мира в целом, возможностей порождения и реализации нового, в том числе приобретения нового опыта и создания новых образцов деятельности. Поскольку старые средства неспособны давать новый результат, считается, что в нестандартных ситуациях порождение новых средств деятельности, обучение им и их практическое использование – единственный путь продуктивного преобразования ситуации, снятия затруднений и решения проблем. Для порождения новых идей и решений предписывается использовать широкий спектр методов, процедур и техник: логико-математических и методологических, эвристических и медитационных, контекстуальных и опытно-практических, а также средств, специально ориентированных на работу с подсознанием. Метод предполагает не только способы генерирования новых идей, но и способы их практической реализации.

Инновационный семинар.

Инновационный семинар – это наиболее развитая и отработанная технология, реализующая инновационный метод. Инновационный семинар представляет собой особую форму организации совместной деятельности людей по решению сложных размытых проблем, препятствующих целенаправленному формированию желаемого будущего. Главный путь к решению проблем – всестороннее развитие участников.

Особенности технологии проведения:

1. Основным содержанием работы на инновационном семинаре является решение практических проблем и задач компании.

2. Важнейшей особенностью инновационного семинара является то, что работа над содержанием ведется неотчужденно на стыке личных задач участников с задачами организации (собственников, первого лица и т.д.). Тонкая атмосфера включенности порождает мотивацию и реальную ответственность участников к реализации принятых на семинаре решений.

3. Для работы над содержанием используется богатый арсенал методов и средств стратегического планирования, системного анализа, управления будущим, рефлексии и т.д. Активно используются различные средства модерации, фасилитации, организации групповой и межгрупповой работы.

4. Соединение содержательной работы с элементами тренинга обеспечивает профессиональный и личный рост участников для решения более сложных и масштабных задач.

5. Метод скользящего программирования. Работа на семинаре строится не формально по жесткой заранее определенной программе, а гибко, в зависимости от полученных на каждом этапе результатов.

6. Работа над основным содержанием ведется сразу на нескольких уровнях:

- интеллектуальном (анализ, идеи, схемы, методы и т.д.);
- эмоциональном (мотивы, переживания по поводу содержания, страхи, доверие, надежды, причастность, признание и т.д.);
- телесном. Об этом уровне забывают чаще всего. Консультанты помогут на уровне тела почувствовать различные барьеры и ограничения, возможности для взаимодействия, собственные скрытые ресурсы и т.д.

Программный подход к развитию социальных систем.

Один из наиболее продуктивных подходов, разработанных на основе и в контексте инновационной методологии, - программное инновирование социальных систем. На основе впечатляющих эффектов повторных семинаров в отдельных организациях была поставлена задача программного обслуживания организаций. Основная цель программного подхода заключается в трансформации компаний в инновационные саморазвивающиеся системы, способные успешно развиваться в ситуациях любого класса сложности. Решение этой задачи отвечало потребностям как консультантов, использующих инновационную методологию, так и представителей клиентских организаций, которые, осваивая эту методологию, становятся более успешными и "непотопляемыми".

Ниже приведены базовые принципы программного инновирования социальных систем.

Ориентация на сущностное обновление всей организации и её связей с непосредственной средой. Практика показывает, что локальные, пусть даже достаточно эффективные, изменения каких-то частей организации имеют тенденцию к замедлению и ослаблению в контексте "старой" неизменной системы, а также к появлению возможности причинения ущерба целому. На Западе это было отмечено более 20 лет назад. Так, Бекхард и Хэррис на большом аналитическом материале показали, что в определённый момент времени произошёл сдвиг в технологии планируемых изменений, - акцент сместился с локальной работы с группами, межгрупповыми отношениями к процессам планирования изменений для всей организации и её среды.

Принцип высокой планки или "предельной цели". Стратегические цели, в том числе "супер-цель" по методике "анализа разрывов", которые разрабатываются для данной организации её представителями, должны формулироваться на пределе возможного. В соответствии с практикой американских специалистов, близкий принцип принят в качестве ориентира для консультирования в области организационного развития. Так, по мнению американских консультантов, задачи следует устанавливать немного выше, чем возможный результат, а цели должны быть ни слишком лёгкими, ни

невыполнимыми, но такими, чтобы при их достижении возникало чувство победы.

Принцип пульсирующего инновирования. Программное инновирование социальной системы представляет собой серию инновационных семинаров или сессий как серии стратегически организованных шагов, в рамках которых происходит интенсивное взаимодействие консультантов и ключевых представителей организации, а также последних друг с другом по новым поводам и в новых оргформах. Временные промежутки между семинарами и другого рода актами взаимодействия могут быть по длительности самыми разными - от одной недели до полугода и более; они определяются стратегией работы, поставленными задачами, уровнем подготовки представителей организации, состоянием организации и сложившейся ситуации. Высокая продуктивность такого режима работы для осуществления существенных изменений организации была доказана практикой зарубежных консультантов, работающих в русле организационного развития. Исследования показали, что если новое вводится относительно быстро и с последующими периодами "отдыха", а не непрерывно и массированно, улучшения наступают быстрее (кривая улучшения показателей круче), они более значительны (кривая выше) и дольше сохраняются (кривая затухания более полого).

Принцип кумулятивной мотивации. Каждое действие консультантов, каждый метод и каждое событие этого процесса формируются и осуществляются таким образом, что у представителей организации возрастает мотивация к дальнейшим действиям, направленным на позитивные изменения. "Мотивационный вектор" методологических средств закладывается при их конструировании. Каждый новый семинар в общей системе программной работы начинается с анализа и оценки результатов предшествующей инновационной работы. Фиксация успехов даёт, с одной стороны, уверенность в собственных силах и возможностях, с другой стороны, неудовлетворённость намеченным, но не выполненным. А поскольку в инновационном семинаре предусмотрена специальная работа по переводу неудач в успешные действия, в конечном итоге объём успешных действий увеличивается, что влечёт за собой последующий рост уверенности и желания брать на себя новые обязательства.

Принцип итеративного программирования. "Итерация" - результат неоднократно повторяемого применения какой-либо операции, в нашем случае - шагов по корректировке концепции и стратегии. Концепция обновления социальной системы разрабатывается на первых этапах и задаёт стержень всего комплекса дальнейших действий. Концепция и стратегическая программа, в которую разворачивается эта концепция, на каждом последующем шаге работы корректируются с учётом актуального состояния всей социальной системы, включая результаты предыдущего инновирования. Таким образом, реальные концепция и стратегия формируются итеративно с учётом результатов каждого этапа работы и соотнесения их с концепцией обновления.

Принцип выращивания инновационного ядра. Инновирование социальной системы - сложный процесс, затрагивающий все её составляющие: экономическую, техническую, кадровую и другие. При этом базовой является человеческая составляющая. Изменить организацию - это изменить людей, входящих в её состав, - их менталитет, их способы действия, характер их отношений и т.п. Осуществить это возможно только посредством инициирования потребности в таком изменении. Люди, испытывающие острую неудовлетворенность ситуацией и желание её изменить, составляют инновационный ресурс организации. Одно из главных назначений программного инновирования социальной системы - увеличение этого ресурса и реализация его потенциала. В ходе программной работы "выращивается" инновационная команда организации: от создания ядра как носителя концепции обновления, до формирования стационарной инновационной структуры, пронизывающей всю социальную систему. Работники, входящие в ядро команды, через некоторое время могут работать как внутренние консультанты - носители инновационной методологии, способные самостоятельно реализовывать её на практике.

Методология онтосинтеза.

Под "онтологическим синтезом" или "онтосинтезом" понимается синтез реальности из материала мира, находящегося в процессе непрерывных изменений, при помощи образцов и программ, составляющих основное содержание сознания человека. То есть «онтосинтез» есть проецирование образцов сознания на материал мира. Таким образом то, что мы привыкли считать объективной реальностью, согласно концепции онтосинтеза, является лишь проекцией некоторых образцов, имеющих в нашем сознании.

Сущность методологии онтосинтеза можно выразить в трех постулатах:

Постулат 1. Реальность есть результат проецирования образцов сознания на материал мира.

Постулат 2. Для познания реальности необходимо прежде всего познать образцы сознания, проекция которых на материал мира породила эту реальность, а также способ их проецирования.

Постулат 3. Для преобразования реальности необходимо прежде всего преобразовать культурные образцы, породившие эту реальность, а также способы их проецирования на материал мира.

Методология онтосинтеза получила широкое применение в практике управленческого консультирования не случайно: она предлагает набор методов и средств для осознанного конструирования организационной реальности. В сущности, она отвечает на вопрос любого собственника и менеджера «как сделать так, чтобы бизнес достиг желаемого состояния и результатов». В ходе консультирования с применением методологии онтосинтеза осуществляется программирование команды компании за счет выбора ими новых образцов построения организации, кроме того,

организуется запуск механизмов проецирования этих образцов на «материал мира» конкретной организации.

Коллеги-бизнесмены, которые сами или при помощи консультантов освоили базовые принципы онтосинтеза и сумели применить их в деловой практике смогли достичь высоких практических результатов. Но кроме конкретных и измеримых результатов они сами и их команды освоили способность осуществлять перепрограммирование своей деятельности для реализации еще более амбициозных целей. Сегодня существует ряд успешно используемых технологий онтосинтеза:

- инновационные технологии;
- технологии визуализации;
- технологии выхода в другие реальности;
- технологии действительного онтосинтеза и др.

К примерам практического приложения методологии и технологий онтосинтеза можно отнести:

- синтез новой организационной реальности;
- синтез технологий и практик развития персонала;
- синтез новых событий и нового уклада жизни;
- синтез будущего и стратегий его достижения;
- синтез новой политической реальности и др.

Инновационная методология зародилась в полемике В.С.Дудченко с Г.П.Щедровицким. В 1980 г. в Ярославле на основе методологии системного анализа была разработана Технология группового решения проблем (ТГРП), которая легла в основу первой модели инновационной игры. Ключевыми особенностями метода были его человекоориентированность и направленность на практическое разрешение актуальных проблем, а не просто на развитие мышления.

В период с 1980 по 1995 г. автором метода было проведено несколько сотен инновационных игр с десятками предприятий различных отраслей экономики. В 1995 году инновационная игра расщепилась на инновационный метод и форму его использования – инновационный семинар. В 1996 году родилась концепция онтосинтеза. Всего в период с 1980 по 2007 гг. с различными командами консультантов В.С.Дудченко провел 360 инновационных игр и инновационных семинаров с управленческими командами деловых организаций, органов власти и политических структур. Более сотни провели его ученики. [38]

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература

1. Бархин Б.Г. Методика архитектурного проектирования: Учеб.-метод. пособие/ Б.Г. Бархин.– Москва: Стройиздат, 1993.- 47с.
2. Богоявленская Д.Б. Интеллектуальная проблема творчества./ Д.Б.Богоявленская. – Ростов-на-Дону, 1983.
3. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей/ Д.Б.Богоявленская. – М.: «Академия», 2002.
4. Дружинин В.Н. Проблемы общих способностей (интеллект, обучаемость, креативность)/ В.Н. Дружинин. – СПб.; Питер, 2007.
5. Дудченко В.С. Саморазвитие/В.С.Дудченко.-М.: "Кватро-Принт", 2007.-400 с.
6. Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. – СПб: Питер, 2012.
7. Штейнберг А.Л. Методы и инструменты архитектурного проектирования / А.Л.Штейнберг,– Москва: Стройиздат, 1990.- 72с.
8. Капустин П.В. Знак и символ в архитектурном проектировании: учеб. пособие для студ. архит. спец./ П.В.Капустин. – Воронеж: ВГАСУ, 2008. – 128 с.
9. Седлакова Р. Художественная критика в архитектуре / Р. Седлакова Пер. с чешск. В.К.Иванова. - М.: Стройиздат, 1991.- 240 с.
10. Mednich S.A. The associative basis of the creative process // Psychol. Review . 1969. № 2.

Дополнительная литература

11. Альтшуллер Г.С. Алгоритм изобретения. М.: Московский рабочий, 1973
12. Бабосов Е.М. Роль человеческого фактора в ускорении социально-экономического развития страны/ Е.М.Бабосов. — Мн: Лоранж, 1985. – 124с.
13. Градостроительное проектирование: Учебник для вузов спец. «Архитектура» / Л.Н. Авдотьин, И.Г. Лежава, И.М. Смоляр [и др.]; под.общ.ред. Л.Н. Авдотьин. – Москва, Стройиздат, 1989. – 198с.
14. Гроф С., Гроф К. Неистовый поиск себя. М.: Издательство Трансперсонального Института, 1996
15. Гумилев Л.Н. Этногенез и биосфера Земли. ВИНТИ, 1979, вып.1, 2, 3
16. Дудченко В.С. Абсолютный консультант или секреты успешного консультирования/ В.С. Дудченко. - М.: "Кватро-Принт", 2004. - 240 с.
17. Касавин И.Т. Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания. СПб: изд-во РХГИ, 1999.

18. Колмогоров А.Н. Три подхода к определению понятия "количество информации". Проблемы передачи информации. 1965, том 1, выпуск 1, с. 3-11
19. Краткая философская энциклопедия // [редколл. Губский Е.Ф. и др]. - М.: А/О "Издательская группа "ПРОГРЕСС", 1994
20. Куприянова, В. Креативность в психологии и генетике: состояние проблемы // Креативное пространство культуры: Материалы молодежной секции Третьего Российского культурологического конгресса с международным участием «Креативность в пространстве традиции и инновации» (Санкт-Петербург, 27–29 октября 2010 года) / Отв. редактор А.В. Ляшко. – СПб: Эйдос, 2012.
21. Лефевр В.А. Конфликтующие структуры. М.: Советское радио, 1973
22. Лола, Г.Н. Дизайн-код: культура креатива /Г.Н. Лола. – СПб: ЭЛМОР, 2011.
23. Маслоу А.Г. Дальние пределы человеческой психики. СПб: Евразия, 1997
24. Моль А. Теория информации и эстетическое восприятие. М.: Мир, 1966
25. Налимов В.В. Спонтанность сознания. М. Прометей, 1989
26. Наумов С. Представление о программах и программировании в контексте методологической работы. Кентавр, 1991, № 1, с.31-46
27. Прангишвили И.В., Абрамова Н.А., Спиридонов В.Ф. и др. Поиск подходов к решению проблем. М.: Синтег, 1999
28. Психология. Словарь // под ред. Петровского А.В., Ярошевского М.Г. – М.: Политиздат. – 1990
29. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии/ К.А. Торшина. –М. 1997.
30. Туник Е.Е. Диагностика креативности. Тест Торренса. Методическое руководство/ Е.Е. Туник. – СПб.: Иматон, 1998.
31. Реут Д.В. Креативизм в ряду подходов к решению сверхмассовой проблемы самоактуализации. Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций (CASC'2001). Труды 1-й международной конференции. Москва, 11-12 октября 2001 г. т.3. М.: Институт проблем управления РАН, С. 131-139
32. Фарсон Р. Менеджмент абсурда. Киев-Москва: София. 2001
33. Щедровицкий П.Г. Избранные труды. М.: Шк. Культ. Полит., 1995
34. Юнг К.Г. Дух и жизнь. М.: Практика, 1996
35. Torrance E. P. Guiding creative talent – Englewood Cliffs. NY: Prentice-Hall, 1964.

Перечень интернет ресурсов, компьютерных программ, технических средств обучения

36. Ru.m.wikipedia.org/wiki/
37. Генисаретский О.И., Щедровицкий Г.П. Методологическая картина дизайна. <http://www2.metod.ru/school/p3-1/html>
38. Дудченко В.С. Основы инновационного консультирования <http://www.delfy.biz/whatwedo/methods/dvs/>

39. Елинер, И.Г. Оптимизирующие факторы алгоритма поиска дизайнерского решения <http://www.dissercat.com/content/optimiziruyushchie-factory-algoritma-poiska-dizainerskogo-resheniya>
40. Михайлов С.М. Дизайн современного города: комплексная организация предметно-пространственной среды (теоретико-методологическая концепция) // Dissercat [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/dizain-sovremennogo-goroda-kompleksnaya-organizatsiya-predmetno-prostranstvennoi-sredy-teore>
41. Пак В.А. Введение в спецкурс по современной архитектуре и дизайну: Учебное пособие. - Великий Новгород: Изд-во НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2002. - 80 с. <http://window.edu.ru/resource/055/22055>
42. Реут Д.В. Сладкое проклятие креативности // Когнитивный анализ и управление развитием ситуаций (CASC'2001). Труды 1-й международной конференции. Москва, 11-12 октября 2001 г. т.3. М.: Институт проблем управления РАН, с. 91-123 <http://www.odn2.ru/index.php/biblioteka/26-kreativnost/71-sladkoe-proklyatie-kreativnosti>