

Svitlana Ivanova *
Inessa Shapovalova **
Liudmyla Rybalko ***
Ryszard Królik ****

Стратегия поиска проектной идеи

Вещи, знакомые людям как свои пять пальцев, как правило, оказываются совершенно не тем, чем кажутся

Эдвин Говард Армстронг, изобретатель ЧМ-приемника

Приемлемые идеи уже не эффективны, а эффективные идеи еще не приемлемы

Стаффорд Бир

* Dr PhD Svitlana Ivanova, Candidate of philological sciences, Associate Professor of the department of advertisement and public relations, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine.

Кандидат филологических наук, Светлана Иванова, доцент, кафедра рекламы и связей с общественностью, Днепровский национальный университет им. Олеса Гончара, г.Днепро, Украина.

** Inessa Shapovalova, assistant of department of marketing, management and public administration Donetsk National University of Economic and Trade named after Mikhailo Tugan-Baranovsky, Kriviy Rig, Ukraine.

Инесса Шаповалова, ассистент, кафедра маркетинга, менеджмента и публичного администрирования, Донецкий национальный университет экономики и торговли им. Туган-Барановского, г. Кривой Рог, Украина.

*** Dr Liudmyla Rybalko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management and Public Administration, Kryvyi Rih Economic Institute of Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Kriviy Rig, Ukraine.

Кандидат экономических наук, Людмила Рыбалко, доцент, кафедра менеджмента и публичного администрирования, Криворожский экономический институт Киевского национального экономического университета им.Вадима Гетьмана, г. Кривой Рог, Украина.

**** Dr inż. Ryszard Królik, adiunkt, Kierownik Zakładu Organizacji i Zarządzania, Politechnika Częstochowska.

Введение

Придумать что-то, изобрести что-то – это обозначает изменить качество в уже существующей системе. Сотворить нечто новое – значит создать уникальную систему, ранее не существовавшую. Современное предпринимательство располагается в области своеобразной инновационности (См. Альтшулер 2008), в области разработки новых концептов и идей, то есть в процессе постоянного преобразования и видоизменения окружающего мира и поведения людей. Нами не рассматривается случаи вариативного повтора бизнес-идей: основной акцент делается на специфике поиска чего-то по-настоящему нового для среды.

Современная эпоха – это эпоха быстротечных перемен, эпоха эмерджентности и непредсказуемости. Выживание и развитие в такой среде предполагает умение быстро адаптироваться и спонтанно реагировать на новые требования среды. Сегодня выражение «быть стабильным» проживает тотальную метаморфозу и начинает обозначать диаметрально противоположное явление, а именно: «быть мобильным», то есть уметь быстро видоизменяться, подстраиваться под трансформацию мира. Но замечать изменения, а тем более подстраиваться под них, дело достаточно сложное, связанное, прежде всего, с особенностями человеческого восприятия мира, которое упорно не желает замечать возможность существования «черного лебедя».

Собственно, специфика восприятия человека лежит в области сформированных ментальных ограничений, психологических фильтров, так называемых, парадигм мышления. Поиск новой проектной идеи может быть осуществлен при условии выхода за пределы этих ограничений. И соответственно предполагает определенную стратегию организации это изменения, что предполагает наличие новой методологии для организации системных организационных действий.

Стратегия поиска проектной идеи

Под стратегией, мы подразумеваем своеобразное интеллектуальное использование отдельных бизнес-событий для развития продолжительной кампании, которая не ограничена ни временем, ни пространством, по своей сути является реконфигурацией изменений. При таком подходе стратегу необходимо научиться мыслить в терминах нескончаемой кампании (*non-finito*) с учетом локального понимания и уникальной «географии» проекта. Также стратегу важно осознать, что усилия, направленные на то, чтобы стать одним единственным победителем могут лишь подвергнуть опасности собственные шансы на участие в следующем раунде событийного движения.

Природа стратегии заключается в ее неопределенности (причём, не как внешней неприятности, а как внутренней необходимости). Стратегия не является точной наукой. Надежность инструмента может зиждиться лишь на его при-

менимости к некоторому классу устойчивых феноменов прошлого. Во времена стабильности все, что следует делать, это доверять традиционным инструментам управления. Во времена быстрых изменений такое доверие ничего не гарантирует, зато налагает обязательства более вдумчивого подхода к стратегии поиска новых проектов через преодоление ментальных ограничений парадигм.

Ментальные парадигмы подвергались исследованию в рамках разработки научных методологий (Кун 2003; Бунге 2010; А. Корсибский, 1998) как некой сложной всеобъемлющей категории познания. В настоящее время под *парадигмой*¹ все чаще понимается некий набор норм и правил, функцией которых является: размещение границы и задавание вектора действия в рамках означенных ограничений (Баркер 2007: 32).

М. Бунге дал целесообразное описание общих компонентов парадигмы (Цит. по Розов 2001: 24–25), совпадающих, впрочем, с инструментарием, который можно смело использовать не только при научном осмыслении задачи, но и для бизнес-проектирования. Так, по мнению М. Бунге, парадигма может быть описана нижеследующей формулой (заметим, весьма продуктивной и для среды инновационных поисков!)

$$P = \langle B, H, P, A, M \rangle,$$

где P (парадигма) складывается из: B (*body*) – тела, основы фонового знания, включающего в себя философские принципы, научные концепции, исходные данные; из H (*hypothes*) – множество гипотез; из P (*problematics*) – проблематики; из A (*aim*) – познавательной цели; и, наконец, из M (*methodies*) – совокупность релевантных процедур. Таким образом, *парадигма* является одновременно совокупностью как теоретических предложений, так и их методологических следствий.

Доминирующие парадигмы (то есть те, которые опираются на общедоступные фоновые знания), как правило, не формулируются в явном виде. Они просто априорно существуют как нечто данное и не подлежащие критике. Парадигмы передаются через культуру, способ действий, опыт. Парадигмы позволяют объяснить мир в некоем более простом виде и спрогнозировать его «поведение». Человек, находящийся внутри парадигмы с трудом может вообразить себе иную от принятой трактовку событий. Например, уже во времена Аристотеля рабовладение рассматривалось как естественный и единственно верный способ развития общества. Исходя из последующих этапов развития человеческой цивилизации, другие сценарии были также вполне допустимы.

Эффект парадигмы не позволяет воспринять каких-то данных по-новому, и, по своей сути, препятствует отступлению от принятых взглядов на жизнь, на нормы, на правила.

¹ Напомним, что существуют десятки определений слова «парадигма», хотя в целом, все они в той или иной мере сводятся к тому, что речь идёт о некоем способе познания, выстраиваемом структурой мышления и пропущенном через призму внутренних фильтров (в том числе психологических).

Следует знать, что ментальные парадигмы, которыми пользуется человек, всегда тесно связаны с культурой и традициями социума. Причем ни сами парадигмы, ни их связи с культурной традицией обычно человеком не фиксируются и не осознаются², а просто воспринимаются как нечто должное. Можно утверждать, что происходит подмена «реальности» на «суждения о реальности», на некие абстрактные мнения о том, что есть что³. Человек как бы перестает смотреть, видеть, подмечать, так как все время активно «вспоминает»⁴, то есть сравнивает с тем, что уже есть в его памяти. Подобного рода воспоминания (и, соответственно, ментальные поиски) отличаются своим своеобразным избирательным характером и указывают на повышенную субъективность восприятия каждого человека. Древнегреческий философ Парменид с необыкновенной тонкостью обобщил природу данного явления: «У большинства смертных нет ничего в их заблуждающемся уме, кроме того, что попало туда через их заблуждающиеся органы чувств»⁵.

Подобное состояние заблуждения в заблуждениях «отягощается» и пребыванием человека в социуме. Оно способствует появлению устойчивых ожиданий и веры в закономерности, то есть, в, так называемый, здравый смысл (или в какую-либо надёжную интеллектуальную модель), причём именно здравый смысл предопределяет индивидуума думать на предмет того, что будет так, а не иначе, потому что «так» уже случалось в прошлом (См.: Баркер 2007; Бернс 2009; Брабандер 2006; О'Коннор 2006). По сути человек опирается на «здравый смысл», который перестал быть здоровым, а стал своеобразной «темницей

² Происходит, по сути, полное отождествление человека с некими наборами мнений о реальности и самом себе.

³ Красиво и интересно об этом написано в сказке Андерсена «Голый король»: вера и заблуждения мешают человеку увидеть очевидные вещи, а коллективная поддержка иллюзий формируют устойчивые ложные образы и массовые подмены. Можно также вспомнить и о знаменитой картине бельгийского художника-сюрреалиста Магритта «Это не трубка», которой Магритт напоминает зрителю о том, что образ предмета не является самим предметом. Наружная реклама сети французских пиццерий Tablapizza (март-апрель 2012 г.) явно содержала своеобразную, но очевидную аллюзию на магриттовскую трубку. Взору зрителя были представлены полуфабрикаты для приготовления пиццы (сыр, лук, картофель и т. д.), расположенные рядками на лопате для посадки в печь пиццы, а слоганом, набранным шрифтом, удивительно напоминающим магриттовский, сообщалось, что «Это пицца»...

⁴ При помощи основного интеллектуального инструментария обработки информации (обобщение, искажение, конструирование, вычеркивание).

⁵ Последние исследования, сделанные в области нейробиологии, экспериментально подтверждают парменидовское суждение, так как в сознании, действительно, первым появляется зрительный образ, созданный воображением (Бернс 2009: 15) и он отнюдь не является отражением объективной реальности. Мозг, таким образом, воспринимает как бы «наилучшую догадку» об объекте, а не сам объект. Известно, что более или менее знакомые объекты проходят когнитивную обработку, сопряжённую с наименьшими затратами энергии, то есть следуя по кратчайшему когнитивному пути, по пути воспроизведения уже знакомых образов, то есть перевоссоздавая то, что есть уже в собственном опыте, а не то, что видит глаз, при повторном разглядывании объекта.

заблуждений», и именно «здравый смысл» (лужайка сцепленных парадигм, подкрепленных опытом) вынуждает человека думать, что будет так, а не иначе, потому что «так» уже случилось в прошлом. Собственно еще Ф.Бекон писал, что людям свойственно *верить в то, что они хотят считать правдой*. Хотя все чаще становится заметно, что «ход истории беспорядочен, причины непостижимы, а итоги проследить невозможно» (Фернандес-Арместо 2009: 14). Формальные теории уже не дают алгоритма обработки информации, упираясь в различные ограничения неполноты (Теорема Геделя), неразрешимости (Теорема Черча), невозможности выразить истину (Теорема Тарского) и прочая подобная.

И история развития человеческого общества демонстрирует, что в какие-то определённые моменты, наработанные модели, парадигмы мышления перестают работать, а с ними уходит и «здравый смысл», уступая место театру абсурда. Люди же пытаются упорно идти вперёд, используя при этом все те же выверенные временем дедовские рецепты, а в результате им приходится проживать состояние сродни «сказочному» варианту, согласно которому «не идет у Данилы-мастера каменный цветок». Разрозненную информацию о преодолении ментальных барьеров и выходе за рамки привычных убеждений можно найти и в мифах, и в философских трудах⁶, и в религиозных посланиях⁷, и в светских книгах⁸, и в учебниках по бизнесу⁹.

Человек существует как бы в двух мирах одновременно. Один – это мир реальности, где события разворачиваются в пространстве и времени. Второй – это мир восприятия, в котором сдвиги происходят в виртуальности, на уровне мышления и психологических реакций. Таким образом, преобразования чисто событийного плана лежат в области двойного изменения: для того, чтобы каким-то человеком (ученым, предпринимателем) было сделано открытие, недостаточно изменить дизайн его кабинета, необходимо каким-то образом изменить ход его мыслей. По Бунге, сдвиг парадигмы происходит в случае радикальных изменений в гипотезах (*H*) и проблематике (*P*). Таким образом, если индивидум, имеющий не только широкий кругозор, но и развитую когнитивную способность сталкиваться одновременно с множеством познавательных проблем (*P*), сумеет сформулировать незаурядный исходный вопрос (*H*), то это может привести к появлению новой неожиданной идеи, порожденной сдвигом парадигмы. Конечно, на практике все это выглядит значительно сложнее, и, перефразируя Маккиавели, можно было бы констатировать, что нет ничего труднее, чем изменить существующий порядок вещей, который обусловлен нашим восприятием этих самых вещей. При этом, возникают закономерные вопросы откуда взять новую идею (гипотезу), если мыслительный процесс находится

⁶ Дзен-философия, учение Эннеграммы, учение Тантры и пр.

⁷ Славяно-Арийские Веды, Библия и пр.

⁸ См. романы Б. Вербера, Ю. Гордера, М. Капарроса, книги К. Кастанеды и пр.

⁹ См. труды Питера Сенге, Отто Шармера, Люка де Брабендера, Стивена Каммингса, Дона Бека, Криса Кована, Джозла Баркера и многие другие.

в ограничениях, наложенных парадигмами?! Как выявить новую проблематику, если на восприятие действительности влияют воспоминания и человек по большей мере вспоминает окружающий мир, а не смотрит на него?! Как во время увидеть «черного лебедя» в калейдоскопе изменений и найти решение, которое позволит с выгодой использовать факт его существования?

Стоит уточнить, что одним из традиционных подходов постижения нового в социуме считается обучение (школа, университет, мастер-классы, тренинги, система непрерывного образования и пр.). Но с точки зрения изменения парадигмы это малоперспективный подход, так как влияет в основном на *B (body)*, на фоновое знание, количество которого растет с катастрофической скоростью. **На практике**, как утверждают авторы, наиболее действенным способом изменения парадигмы является подход изменения совокупности релевантных процедур *M (methodies)* деятельности. Такой своеобразный уход на первом этапе от вопроса «**ЧТО делаем**», в сторону вопроса «**КАК делаем**».

Возможные сценарии выхода за рамки парадигм через изменения метода:

- *M изменения* → *B актуализация* → *P новые ракурсы* → *H новые идеи* → *A новые цели (изменение стратегии деятельности)*;
- *M изменения* → *P новые ракурсы* → *H новые идеи* → *B актуализация* → *A новые цели (изменение стратегии и системы деятельности)*;
- *M изменения* → *A новые цели* → *P новые возможности* → *H новое понимание* → *B новое знание (кардинальные изменения в деятельности)*.

Стоит понимать, что в основе «*M изменений*» лежит **изменение культуры и внутренней мотивации человека избегать ошибочных ранних суждений и искажений**. Тут надо понимать, что «*M изменения*», то есть методологические изменения подразумевают, например, развитие культуры дивергентного мышления, при котором человек в голове держит два и более различных сценария развития ситуационного процесса и прекрасно себя ощущает, оценивая преимущества и недостатки той и другой модели. Или подходы ТРИЗ, которые позволяют фокусироваться на наиболее значимых структурных элементах и их взаимосвязях в системе, а не на куче разрозненных фактов и т.д. То есть это иное состояние информационного наполнения изучаемого вопроса, это постановка выверенных вопросов, это понимание контекста с целью адекватного поиска новой идеи. Таким образом, нужна новая методология (*methodies*) организации деятельности, оценки процессов деятельности и оценки результатов деятельности.

В качестве практикума целесообразно предложить нижеследующую схему 1, в которой нами описывается предмет экономики, опираясь на значения слов, входящих в состав определения предмета экономики как «поведение людей в среде с ограниченными ресурсами»¹⁰:

¹⁰ Мы живем в мире экономики и естественно закономерности существования экономических субъектов будут влиять на успех или неуспех новой проектной идеи.



Схема 1. Экспликация предмета «экономика», преп. к.ф.н. Иванова С.А. [2014: 29]

При внимательном изучении этой схемы, можно без труда прийти к выводу, что на поведение человека будут влиять ресурсные особенности и ограничения, специфика среды и коллективов; но и поведение человека будет также оказывать влияние на потребление ресурсов и, соответственно, на создание ограничений, на изменение среды и атмосферы в коллективе. Иными словами, всё в мире зависит от всего¹¹, случайностей не бывает. В этих взаимосвязях и лежат новые идеи, которые важны для понимания характеристик новых проектов, с помощью которых можно реализовать новые продукты и услуги. В этой связи вспоминаются слова Лао-Цзы: «Когда человек разъял мир на части, он перестал понимать действие законов не только божеских, но и человеческих».

Если пропустить проектную информацию через призму вышеприведенной схемы, то можно заметить системное взаимодействие факторов, которые позволяют создать, при наличии гармоничного влияния одних факторов на другие, так называемую, «саморазвивающуюся» систему. В таком случае можно говорить, о том, что системный подход в рамках осмысления проекта с соблюдением особой методологии работы с информацией можно рассматривать как синтез интуитивного и аналитического методов.

¹¹ В этой короткой фразе можно также отметить наличие предлога «в», первого среди десяти самых употребительных слов русского языка. Анализируя этот предлог Михаил Эпштейн выводит присущее ему свойство «вмещённости»: «Русский язык берёт мир в кольцо, в блокаду, представляя его как систему оболочек, в которой всё является облечённым и облакаемым. «Всё во всём» – этот древний закон, выведенный Анаксагором, в русском языке выступает как синтаксическая привычка, как суммарная воля и мысль всех говорящих, их коллективное языковое бессознательное. Главное не «это», а «в» [...]» (Эпштейн 2004: 239).

Утопично думать о возможном создании «саморазвивающейся на все времена системы» проекта. Во всяком случае, при существующем уровне сознания можно говорить только о длительном «саморазвитии» системы и то в качестве идеального гипотетического варианта. Любой проект встраивается в социально-экономическую систему и должен иметь возможность быть реализованным как на уровне поведенческой парадигмы, так и на уровнях ресурсных ограничений и трендовых изменений среды.

Подстановка характеристик проекта в категорийный ряд схемы №1 может позволить не только осуществить блиц-анализ проекта, но и также улучшить его характеристики и получить прогнозируемое видение реализации проекта, в том числе через оценку рисков (ресурсных, экологических, социальных и пр.). И естественно может дать идеи о точках влияния на проект с целью его совершенствования.

Поиск проектной идеи всегда будет учитывать особые, специфические знания проектанта. В таком случае будет значительно проще создать по-настоящему уникальный проект. Такой подход к членам команды проекта подчеркивает важность и не взаимозаменяемость человека в проектной среде. Поиск проектных обоснований стоит представлять в виде ментальных схем, которые доступны для понимания всех участников проектного процесса.

Ментальная карта проекта строится на способности описать путь, который показывает, каким образом проект может из идеи превратиться в реальность, и из настоящего попасть в будущее. По мнению С. Каммингс одним из главных преимуществ изображения проектного (организационного) процесса подобным образом является та легкость, с которой можно связать нарисованное с этапами проекта и с ее специфической траекторией реализации (Каммингс 2010; 474, 480). Рисунок легче «достроить», чтобы иметь возможность понять и передать последовательность, слаженность и изменения в реализации проекта. Кажущиеся, с первого взгляда, своеобразными «каракулями», не только связывают проектные линии, но и фрагментарно отмечают границы будущего проекта. Фрагменты будущего проекта затем можно произвольно размещать в различные сценарии реализации первоначальной идеи.

Выводы

Современный мир требует постоянного развития человека, предприятия, организационной среды. Способность человека воспринимать новое достаточно ограниченная. Работу этой ограниченной способности описывают, как правило, через психологические фильтры – парадигмы. Выход за рамки парадигм позволяет взглянуть на мир иначе. Наиболее адекватным способом осуществления этого выхода является изменение релевантных процедур работы по организации и процессному управлению проектом, процессом, деятельностью. Выход за рамки парадигм открывает огромные перспективы для поиска новых идей.

Литература

- Altshuler G. (2008), *Najiti ideju: Vvedenie v TRIZ – teoriju reshenija izobretatelskikh zadach*, M.: Alpina Biznes Buks.
- Barker Dzh. (2007), *Paradigmy myshlenija: Kak uvidet novoe i preuspet v menja-jushhemsja mire*, M.: Alpina Biznes Buks.
- Berns G. (2009), *Razrushiteli stereotipov: Kogda i kak možno narushat obshheprin-jatye pravila i vykhodit pobeditelem*, M.: Alpina Biznes Buks.
- Brabander L. (2006), *Zabytaja storona peremen: Kak tvorcheskij podkhod izmenjaet realnost*, M.: Pretekst.
- Bunge M. (2010), *Prichinnost: mesto principa prichinnosti v sovremennoj nauke*, Per s angl. M.: Editorial URSS.
- Ehpshtejn M. (2004), *Predlog „V” kak ponjatie. CHastotnyj slovar i filosofskaja kartina mira /Znak probela*, M.: Novoe literaturnoe obozrenie.
- Fernandes-Armesto F. (2009), *Civilizacija*, M.: AST.
- Ivanova S.A. (2014, 24–32), *Poisk i formirovanie proektnoj idei//SHkola molodikh vchenikh – lidera u nauci. II kurs „Shkola proektnogo menedzhmentu v osvitno-naukovijj sfere”*: Metodichnij posibnik/I. Degtjarova, S. Vlasov, S. Ivanova, I. Gordecva, Dnipropetrovsk: TOV „LizunovPres”.
- Kammings S. (2010), *Rekonstrukcija strategii*, KH.: Gumanitarnyj Centr.
- Korzybski A. (1998) *Une carte n'est pas le territoire*, P.: Editions de l'Eclat.
- Kun T. (2003), *Struktura nauchnykh revoljucijj*, M.: AST.
- O'Konnor Dzh. (2006), *Iskusstvo sistemnogo myshlenija: Neobkhodimye znaniya o sistemakh i tvorcheskom podkhode k resheniju problemy*, M.: Alpina Biznes Buks.
- Rozov N.S. (red.) (2001), *Razrabotka i aprobacija metoda teoreticheskoj istorii*, Novosibirsk: Nauka.

Summary

Strategy of search for a project idea

The modern world shows an increasing stream of changes. Every change introduces new uncertainty to managerial decision-making. A manager should not only make decisions in such an unclear context but also generate a strategy for the development of new projects, products, services. One possible management tool is to work with paradigms. This involves mental exercises aimed at understanding the processes of perception and developing skills to account for perceptual biases when forming a strategy. Opportunities to go beyond paradigms are opened by changing the method of working with information and people. The emphasis shifts from the question “what to do” to the question “how to do”, which requires looking differently at

the usual data, situations, processes. This article substantiates the thesis that the modern world requires a new methodology for organising systemic activities, and for evaluating the processes and results of these activities. In fact, there is a need for a new tool that provides a new vision of the situation, a tool for managing paradigms.

Keywords: manager, project, idea, strategy, business thinking, paradigm

Słowa kluczowe: kierownik, projekt, pomysł, strategia, myślenie biznesowe, paradygmat

Ключевые слова: управленец, проект, идея, стратегия, бизнес-мышление, парадигма