# Всё начинается с целей: три категории практического целеполагания

***Пpигoжин А.И.***

профессор, президент НИСК,

директор Школы консультантов по управлению

Академии народного хозяйства при Правительстве РФ.

Цель есть планируемый результат или опредмеченный мотив. Откуда цели берутся, по каким причинам эти результаты планируются? По источникам возникновения можно выделить три категории целеполагания. Мы распределили эти цели по нарастанию качества — от простейших до высших.

Вряд ли есть более волнующая и драматическая сфера человеческой деятельности, чем поиск и осуществление целей. Более того, можно утверждать, что основные источники неблагополучия людей (от личности до человечества) лежат как раз в несовершенстве целеполагания. Лучше всего оно поставлено в коммерческих фирмах. Гораздо хуже дело обстоит на уровне государства.

Для начала вполне достаточно определить понятие «цель» простейшим образом: цель есть планируемый результат или опредмеченный мотив. Другое дело — откуда цели берутся, по каким причинам эти результаты планируются? По источникам возникновения можно выделить следующие категории целеполагания.

**I. Заданное (пассивное) целеполагание**

Это встраивание целей в деятельность человека, организации, социума объективно или извне. К нему относятся:

* **целеполагание от заданий.** Простейший уровень целеполагания, продолжение чьих-то внешних целей, формируемый директивно. Другое дело, что цели-задания неизбежно проходят через личные и групповые интересы исполнителей, преобразуясь в цели-ориентации, т. е. в понимание ими полученных заданий или способов их выполнения. Различия между целями-заданиями и целями-ориентациями могут быть как несущественными, так и блокирующими;
* **целеполагание от потребностей (витальных и психологических).** Тут мы имеем дело с так называемой *телеономией* — целями, органически и неизбежно формируемыми на уровне человека, организации, социума, государства, человечества. Например, потребность в *выживании* задает разработку систем производства питания и жилища, здравоохранения и проч. Строго говоря, такие цели не являются предметом субъективного выбора. Скажем, прибыль для коммерческого предприятия не выбирается предпринимателем, она является условием существования фирмы на рынке: если прибыли нет — фирма исчезает. Это как дыхание для животного или человека;
* **целеполагание от угроз.** Такой уровень целеполагания возникает в ответ на вопросы: *чего избежать, чему противостоять*? Здесь уже про является некоторая субъектность, поскольку угрозы надо обнаружить в отличие от потребностей, которые проявляются сами по себе. Разработка систем безопасности как защитного, так и упреждающего типа — массовая практика человечества во все времена;
* **целеполагание от проблем.** Оно возникает из-за случившихся или ожидаемых неудач в осуществлении каких-то планов (препятствия, нехватки, сбои). Проблема есть трудности по преодолению трудностей. Иначе говоря, это не сами препятствия, а то, почему эти препятствия не удается преодолевать. Допустим: глава местной администрации утверждает, что главная проблема — весенние паводки. В действительности проблема в том, почему администрация и население не могут противостоять этим паводкам? Типичные вопросы для такого типа целеполагания: *что предпринять, где искать решение*?

**II. Конкурентное (состязательное) целеполагание**

Эти цели возникают от более свободного, но сфокусированного на конкретных задачах выбора. По этим задачам целеполагание делится на:

* **целеполагание от борьбы интересов.** Осознание отличий интересов личных, своей группы, организации, страны от таковых у других субъектов. Когда мы обнаруживаем эти различия, то пытаемся отстоять свои интересы либо через согласование их с другими, либо через преобладание, подчинение других. Ключевой вопрос:*как победить, выиграть*?
* **целеполагание от взаимного сравнения:** быть как он; не отстать от того, обойти другого. В таком случае некоторые целевые образцы уже имеются и появляется мотивация достижения, направленная на успех в сопоставлении с другими людьми, организациями, государствами. Конечно, *взаимное сравнение* — сильный мотиватор человеческого поведения, и каждый из нас хорошо знает это по себе еще с детства. Необходимо только найти целевой вариант и двигаться к нему или превзойти его. Так, для многих государств ориентиром для целеполагания стали страны «золотого миллиарда» или некоторые конкретные из них. Архаически ориентированное целеполагание, напротив, пытается воспроизвести ушедшие когда-то формы теократии (в исламском мире).

**III. Ценностное целеполагание**

Оно становится результатом социального творчества и происходит из следующих источников:

* **целеполагание от видения.** Это образ желаемого будущего для себя, своей организации, города, региона, страны. Именно *образ*, а не проект или план, поскольку так проявляются амбиции или мечты. Основные вопросы в таком целеполагании: *каким я хочу стать, к какому состоянию хочу привести организацию или страну, когда это будет достигну то, какие стадии для этого надо пройти*?
* **целеполагание от идеалов и идеологем.** Социальные ценности можно разделить на идеалы и идеологемы. Первые есть ценности абсолютные, ценности сами по себе, по отношению к которым невозможно ответить на вопрос «зачем?», — здоровье, счастье, справедливость, любовь и т. п. Вторые суть прикладные ценности практического назначения: качество, законность, конкурентность, демократия. Целеполагание этого типа отвечает на вопросы: *что в жизни главное, для чего стоит жить, к чему надо стремиться*?
* **целеполагание от миссии.** Редко, но оно проявляется на уровне личности, организации, государства, озабоченных своим предназначением, стремящихся сделать какой-то важный вклад в развитие города, региона, отрасли, страны, человечества. Миссионеры отталкиваются от вопроса: *в чем мое, наше предназначение, что мы должны осуществить, что и зачем изменить вокруг себя*?

Мы распределили эти цели по нарастанию качества — от простейших до высших.

Все эти определения сугубо условны, между ними нет строгих граней, они пересекаются и сочетаются, но образуют некоторый понятийный аппарат, который годится для применения к практике государственного и организационного целеполагания.

*Таблица 1. Типология целей.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Заданное (пассивное)**  **целеполагание** | | **Конкурентное (состязательное)**  **целеполагание** | | **Ценностное**  **целеполагание** | |
| I | | II | | III | |
| От проблем | а | От взаимного сравнения | а | От миссии | а |
| От угроз | б | От идеалов, идеологем | б |
| От потребностей | в | От борьбы интересов | б |
| От заданий | г | От видения | в |

Мы видим, что **цели типа I** не есть предмет выбора, они встроены в природу любого социума. Это *телеономия*, самопроизвольно возникающие цели. Их можно только конкретизировать. Как прибыль для фирмы: если не зарабатываем — уходим с рынка. Не цели, а условия существования. В общем, чистые синкретики — уцелеть бы.

В **колонке II** целеполагание более субъектное — от борьбы и сравнения можно уклоняться. Но подлинное самоопределение социума происходит при обращении его лидеров к высшим целям (колонка III).

На таблице есть *незримая диагональ*, ведущая от I в, г — к III а, б. Да, синкретические цели — базовые, но многие страны как раз на синергиках из колонки III смогли успешно решить цели типа I. Скажем, еще недавно сугубо провинциальные и бедные Финляндия и Южная Корея создали сильные мировые и местные бренды, приведшие их к процветанию. Словом, самое перспективное направление поиска целей страны — справа.

Возьмите эту таблицу, покажите ее мэру, владельцу фирмы, губернатору, президенту и спросите: откуда идут их цели? Увидите: если это коммерческая организация, то набор источников целеполагания охватит едва ли не все три колонки. Если же государственная или муниципальная — то там будут цели типа I б, в, г плюс II б, но в большинстве случаев даже самые честные из них влачат жалкое телеономическое существование.

В основном цели нашего государства обнаруживаются на уровне заданных, т.е. в пассивном слое целеполагания, идут от витальных потребностей прежде всего. Они не могут не входить в цели любого государства, им вынуждены следовать даже диктаторы. Правда, их задает не столько творчество лидеров, сколько тотальный закон возрастания потребностей. Возникает некоторый набор государственных целей, идущих от угроз.

Что же касается целей, идущих от проблем, то проблемный анализ во всей системе целеполагания проявлен очень скудно. Преобладают жалобы и возмущения. Никто всерьез не занимается структуризацией проблемного поля, т. е. грамотной постановкой проблем, выявлением взаимосвязей между ними с выходом на корневые проблемы, с решения которых и следует начинать преодоление тех сбоев, которые не дают реализоваться реформам.

Обратимся к активному целеполаганию. Вроде бы есть немалый опыт взаимного сравнения, оно просто напрашивается и постоянно будоражит личное и массовое сознание граждан. Чем чаще они посещают другие страны хоть на Западе, хоть на Востоке, тем больше обостряется это сравнение.

Но вот где действительно пустота предложения и огромный спрос одновременно, так это в третьей группе целей. Слабость социального творчества в формулировании ведущих ценностей для страны создает не только тягостную неопределенность в жизненных приоритетах, но и риски перехвата инициативы утопиями и иллюзиями.

*Источник: http://www.elitarium.ru/*

**---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------**

[Р](http://rpio.ru/)[оссийский портал информатизации образования](http://portalsga.ru/) [содержит: законодательные и нормативные правовые акты государственного регулирования информатизации образования, федеральные и региональные программы информатизации сферы образования, понятийный аппарат информатизации образования, библиографию по проблемам информатизации образования, по учебникам дисциплин цикла Информатика, научно-популярные, документальные видео материалы и фильмы, периодические издания по информатизации образования и многое другое.](http://portalsga.ru)