

Моцартианское решение для командной работы над идеями: RealTimeBoard

Наталья Гарбер,

из проекта «Креативный глобальный консерватизм:
российский переход от «истребителей» к «навигаторам»», 2017

*Бизнес-Моцарту Андрею Хусиду, основателю и главе Интернет-площадки
для сотрудничества креативных команд RealTimeBoard, посвящается*

*А небо, а небо покоряется не всем,
Но верим, но верим мы в крылатую мечту.*

Зовут огни на взлетной полосе,

И снова – пилоты набирают высоту.

Из песни «А небо покоряется не всем»

Музыка: З. Дунаевский Слова: В. Петров

<https://www.youtube.com/watch?v=4aRHXSihNs>

Давайте я вам опишу российских инноваторов нового поколения, которое как раз нуждается в грамотной поддержке и способно к глобальному развитию бизнесов. Я это поколение наблюдаю с 1990-х, когда учила их программированию и системному мышлению, потом компьютерной графике и анимации, потом творческим решениям в бизнесе и инновационному лидерству, а также управлению изменениями и устойчивому развитию внутри и снаружи. Один из самых ярких примеров этого ланкастерского обучения случился у меня в начале 2010-х, когда я вела тренинги лидерства для инновационных предпринимателей в учебном центре Ris Ventures (www.risventures.com), который тогда занимался прицельно обучением высокотехнологичных стартапов.

Общий психологический портрет инноваторов новой волны таков: это такие молодые люди, которых можно без чемодана забросить в Антарктиду и через 2 месяца там будет эффективный и креативный бизнес. Не тривиальное выкачивание нефти или растопка льдов, а что-то такое, чего предыдущие поколения и придумать не могли. И все бизнес-процессы будут налажены, и бренд будет аховый, и клиенты-пингвины не будут понимать, как они жили без этих продуктов и услуг, как современный мир не понимает, как он жил до iPhone'a.

Эти инноваторы новой волны свободны от советских ограничений в мышлении и отношениях, они мыслят инновационными идеями, пригодными для монетизации, они видят точки входа в финансовые потоки и прототипы развития новых проектов, они классно коммуницируют и строят сети отношений. Они начинают в гараже, причем не американском (<http://emosurf.com/post/5542>), к которому приложена инфраструктура, поддерживающая инновации как основу экономики, а в российском, где они со своими инновациями никому не нужны, - и делают звездные проекты на региональных рынках, где привычное-то работает с трудом. Они англоязычны и отлично владеют технологиями поиска информации, контактов и других ресурсов. Такой парень приезжает из провинции в Москву осмотреться и через неделю летит от крутой компании в Китай налаживать инновационный проект сотрудничества. И говорит мне: «Я вообще не понимаю, как можно жить в Москве и быть бедным?» А другой, живя в провинции, в 25 лет инвестирует собственные капиталы в свой пятый инновационный бизнес.

Мой старший друг, полученный в наследство от отца, отличный джазмен, заслуженный артист России, и одновременно кандидат физмат наук, проработавший всю жизнь в Институте физики Земли, Виктор Фридман (http://media.wix.com/ugd/f94a49_00365a96fc604e0bb7e7b98f6d93f028.pdf), знаком с отцом Сергея Бриана, сооснователя Google. Витя рассказал мне дивную историю. В 1989 году папа говорил подростку-разгильдю Сергею Брину: смотри, вот сын наших знакомых,

твой ровесник, серьезно занимается математикой, будет профессором, а ты? Покладистый сын знакомых действительно стал профессором в американском университете. А Сергей вместе с Ларри Пэйджем с 1998 года начал корпеть в гараже Susan Wojcicki над созданием поискового алгоритма (<http://emosurf.com/post/5542>). И в результате сделал Google - многомиллиардную инновационную глобальную корпорацию с доминирующей долей мирового рынка. Когда Витя в очередной приезд говорил с отцом-Брином в 2003 году, Сережа уже стоил \$4 млрд. И кто был прав? Все. Кто что может, тот то и делает.

Так вот российские инноваторы, как и Сергей Брин, не мечтают получить опеку признанных интеллектуалов, государства или инвестора, они не хотят жить низкорисковыми проектами с опорой на прошлое, они не жаждут общества медиа-знаменитостей или быстрых больших денег, они не мечтают покорить столицу или эмигрировать в богатую страну. Они распираемы идеями, которые им надо скорее реализовать, потому что на подходе уже следующие идеи, а потом следующие, и конца этому нет. Да, они знают себе цену и амбициозны, и хотят самореализоваться и достичь успеха, но эти амбиции – результат распирающей их творческой энергии, а не жадности или страха перед жизнью, жажды признания или мечты о захвате чужих территорий, самолюбования или желания научить всех жизни. Это здоровые нравственные творческие силы в действии.

Они знают, какой продукт хотят сделать и как его сделать. Они видят, кто их клиент и как его поразить. Им только нужно, чтобы государство давало им возможность развернуться в новом формате, который порождается их идеями, то есть оперативно открывало двери стратегических глобальных возможностей и предлагало достойные их творческие задачи, в которых их инновационным дарованиям есть место. В общем, этим гениальным «детям» нужны - хорошая «мама» для душевного тепла и отзывчивости, и мощный «папа» для успешной глобальной социализации. Российское государство на сегодня не предоставляет ни одной из этих функций. Давайте посмотрим, что при этом происходит с настоящими глобальными инноваторами.

Самый яркий пример такого природного инноватора, который я видела - это Андрей Хусид (<https://www.hse.ru/gold/cm/alumni/2016/khusid>). Я его встретила, когда в третий или четвертый раз пришла тренировать молодых инноваторов про лидерство, и в общем, уже привыкла к бодрой креативной энергетике групп в Ris Ventures. Я обычно начинала тренинг со вводной по теме лидерства - и с вопроса о том, какие задачи участникам нужно решить, чтобы не просто рассказывать о своем, а по ходу сразу колоть задачи для клиентов. Участники накидали задач, и тут рыжий Хусид сказал: «а мне сложно договариваться с моим административным директором, он не успевает ловить мои идеи». Я подкинула ему какую-то идею насчет инновационного лидерства, он ее поймал и развил в паре фраз, и я, имеющая писательскую тему «внутренняя музыка человека», подумала: «О, Боже, это же Моцарт!» Ощущение было такое, что я учу музыке Моцарта. Я даже слегка растерялась: что я могу ему дать? Но дать Моцарту можно – любовь, понимание и «подрывающие» его интересные задачи, в моем случае – материнскую любовь и восхищение, благо Хусид мне годится в сыновья, - и задачи подходящего ему инновационного лидерства, ибо оно ему очевидно по плечу.

Задача Андрюшина была по сути запросом на решение дилеммы Пушкинских Моцарта и Сальери, и решать ее и вправду надо, отталкиваясь от осознанного служения биосфере гением Моцарта, а не от гораздо более сложной проработки ослепляющей зависти ориентированного на деньги и славу, а не собственно музыку Сальери (https://docs.wixstatic.com/ugd/f94a49_4c5325099ec241c1b35c16c670183bc5.pdf). И мы с Хусидом оторвались по полной, и нашли некое устроившее его решение по взаимодействию с партнером, который как не обладал такой же степенью гениальности в плане генерации идей, и потому затруднялся с адаптацией потока идей Андрея в бизнесе. Насколько я поняла, этот партнер был как раз с доминантой социального Сальери, но с талантом организатора и управленца регулярными процессами. Обычно такая пара со-

основателей в инновационном бизнесе наиболее эффективна. Но у Хусида и у самого отличные навыки коммуникации, так что запустить его «социализатора» на следующий уровень мне было несложно – клиент был готов. В общем, мы наши Андрюше устроившее его решение проблем с со-основателем, затем весело покололи более простые задачи остальных не столь гениальных инноваторов, и на этом тренинг закончился.

И на следующий день мы все, я и группа, включая Андрея, пошли в «Красный Октябрь» на какой-то инновационный форум. Там был, в частности, Степан Пачиков (<https://snob.ru/profile/6090>), известный visionary компьютерного рынка (http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B0:%D0%9F%D0%B0%D1%87%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2_%D0%A1%D1%82%D0%B5%D0%BF%D0%B0%D0%BD_%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87), давно и успешно ведущий в США свои бизнесы и инвестирующий в чужие. И вообще Степан был когда-то самой влиятельной персоной в российском софтверном бизнесе за 1994 год и вошел в число двадцати авторов USA Today, чья статья вошла в так называемый «номер тысячелетия», посвященный главным достижениям XX века. Когда-то я работала на компанию «Параграф», которую ведет его брат Георгий (http://media.wix.com/ugd/f94a49_a6434449b1fb4ee89380738fc57f88a1.pdf), поэтому я подошла к visionary и спросила, что его сейчас интересует. Потому что то, что интересует visionary – это тренд, о котором стоит подумать. И Степан ответил: «Ничего». Все уже приелось, все известно, и ничем его не удивить. Я смирилась, покивала и отошла.

После этого пресытившийся мировыми инновациями Степан Пачиков поднялся куда-то идти по своим делам и в этот момент к нему подлетел Андрей Хусид с планшетом, на котором была демо-версия его новой программы. Степан встал, снесенный энергией «бизнес-Моцарта», и позволил себе показать продукт в течение минут трех. В конце этих минут у Степана «поднялась Кундалини»: он сиял, тыкал руками в планшет и что-то кричал Хусиду, а тот радостно вопил ему в ответ. Потому что таланту все может наскучить, кроме другого таланта.

После этого эпизода я спросила: «Андрюша, когда ты едешь в Силиконовую долину?» «Где родился, там и сгодился», - сказал Андрюша и поехал с Форума назад в свою провинцию, где у него было несколько бизнесов и большие планы по развитию региона. То есть у него были уже связи и планы в Москве, но жить он собирался дома. За что я его очень заважала. Потому что музы действительно тусуются не там, где людно и дорого, а там, где им захочется. Поэтому творческому человеку надо находиться не в тесном инкубаторе, а в экосистеме, которая его питает. И включает природу и друзей, идеи и технологии, соратников и клиентов, Интернет и прочие средства связи, и много всего другого, что может понадобиться для реализации малопредсказуемых инновационных бизнес-идей. Однако, когда я стала искать Андрея в Сети при написании в 2017 году проекта по креативный глобально консервативный переход России от истребителей к навигаторам, то нашла его уже Сан-Франциско (<https://www.facebook.com/andrey.khusid>).

Россия упустила основателя сервиса для совместной работы над идеями RealtimeBoard, в котором зарегистрировано более 1 миллиона пользователей со всего мира, а среди клиентов есть команды из Google, eBay, Twitter, MagicLeap, Unity, PwC, Accenture, McKinsey, Deloitte, GE, HPE, IBM и Intel. Андрей - победитель International Young Design Entrepreneur Award 2011 и Creative Business Cup 2013, он вошел в список «звезд» 30 Under 30 международного мультимедийного проекта Russia Beyond the Headlines «Российской газеты», который активно развивается на 17 языках в 30 странах мира (https://ru.wikipedia.org/wiki/Russia_Beyond_the_Headlines). При этом Хусид - не эгоистичны гений, думающий только о себе: живя в родной Перми, Андрей с командой единомышленников создал Бизнес-инкубатор в НИУ ВШЭ-Пермь, где студенты и начинающие предприниматели получили возможность прорабатывать свои проекты

привлекая экспертизу лучших отраслевых специалистов, а сейчас предоставляет 10 000 университетов и школ мира пользоваться сервисом RealTimeBoard бесплатно.

И все это нравственное глобальное инновационное величие теперь принадлежит США. А это значит, что система поддержки инноваторов и инновационных проектов в России абсолютно не эффективна, потому что не дает возможности развиваться здесь даже самым гениальным, коммуникабельным и очевидно успешным, преданным стране и заинтересованным в сотрудничестве инноваторам. Проще говоря, Андрей Хусид – «российский Стив Джобс», и именно на его примере надо разрабатывать модель сопровождения инноваций и следующую из нее стратегическую концепцию развития инновационного центра «Сколково».

Вопрос в том, как это сделать правильно. Моя идея сопровождения инноваций состоит в том, что инноваторам нужна сердечная, быстрая и эффективная отзывчивость нового «Сколково» в отношении их желания реализовать свои идеи и изменить мир – и гибкое, техничное (онлайн и офлайн) «облако возможностей» для реализации их идей на базе сервиса для совместной работы над идеями RealTimeBoard. И настоящим инноваторам с мотивацией 5 уровня Маслоу совершенно не нужен тяжеловесный комплект «особых экономических условий» теперешнего «Сколково», включающий гигантскую фору в отношении конкурентной среды их проектов, растлевающий объем инвестиций, тотальную опеку дорогостоящих специалистов и постоянное совместное проживание в подмосковном гетто с 50 тысячами других генераторов идей, которые все вместе просто сойдут с ума от такой концентрации творческих личностей.

И вообще, как объясняли мне когда-то французские коллеги, вместе с которым мы вели творческий бизнес-тренинг по “Out of box thinking” под эгидой «Ведомостей», чистого креатива в компании должно быть 7%, а остальные 93% должны работать на то, чтобы этот креатив воплотить в жизнь. Это не значит, что в инновационных компаниях 7% творческих людей, а остальные рутинеры. Вовсе нет. Просто для того, чтобы бизнес процветал, надо, чтобы в команде были люди всех уровней пирамиды Маслоу, достигшие в своем развитии 5, а лучше 6 уровня мотивации. Так Уолт Дисней в своей предельно творческой компании давал премию даже уборщице, если она генерировала ценную идею для мультфильма. Уверена, у него были очень профессиональные и креативные уборщицы, которые делали свое дело 1 уровня Маслоу на все 100% духовной мотивации.

И Дисней был глубоко прав, включая в свою экосистему уборщиц. Дело в том, что гениям вовсе не полезно жить и работать исключительно с гениями, это приводит к коллапсу, в котором все производят свои идеи и никто не хочет делать все остальные дела, необходимые для развития жизни инновационных проектов. Поэтому гении более прочих нуждаются в инклюзивном образовании, развитии и сотворчестве с людьми других уровней мотивации по Маслоу, другого склада характера и интересов к другим сторонам жизни, дополняющим взрывной мир гениев до полноты возможностей Вселенной.

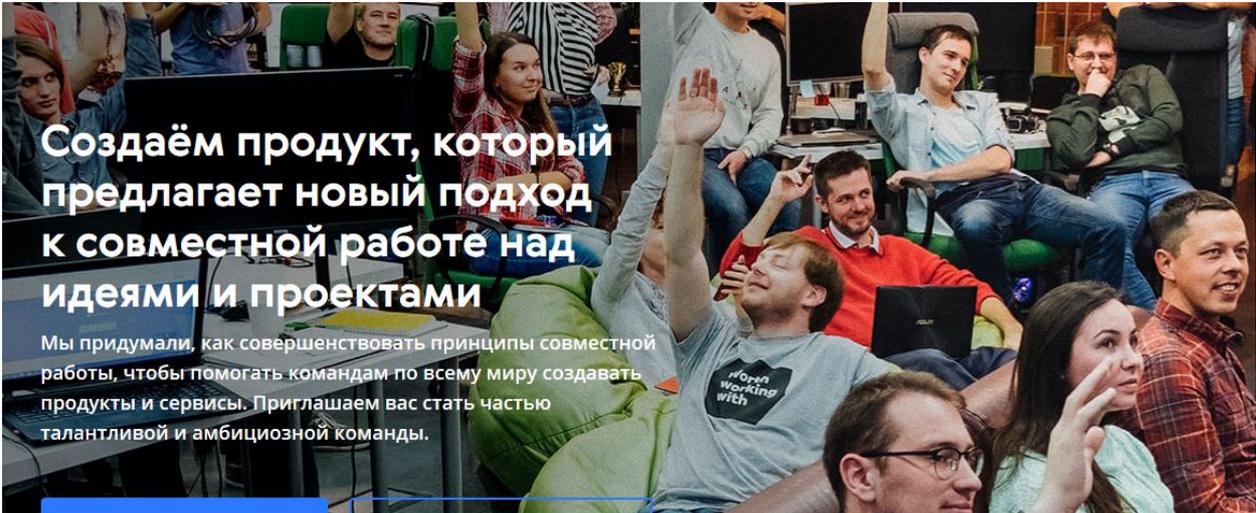
Я не гений, но я училась с гениями, в том числе с самыми сложными из них – с математическими - и знаю, что им надо вовсе не денег, руководства, связей, или тем более стратегических указаний, чем заняться. Они погружены в собственные креативные процессы, малодоступные остальным. И мы можем только с мудростью и любовью вникать в природу их таланта, чтобы правильно предоставлять им достойные задачи и инструменты социального развития. Тогда мы действительно поможем им в воплощении их гения в деловой и общественной реальности, как мудрые и любящие мать и отец заботятся о самореализации ребенка или как биосфера печется о человечестве (http://media.wix.com/ugd/f94a49_a686fe0498164bd7907782e99e3bd983.pdf).

На базе этого видения я думала о том, как позаботиться о совокупном национальном таланте на уровне всей России, с 2012 года, когда взяла интервью у гуру и автора идеи национальных брендов Саймона Анхольта (<https://snob.ru/selected/entry/56182>), который тогда консультировал свою 54 страну и сказал мне, что ядром бренда России должно стать решение ее самой большой проблемы,

а проблема эта в том, что мир считает нас коммунистической обузой Планеты. А значит, построение нового типа демократии и должно стать нашим главным подарком себе и другим странам. Звучало все это невероятно, но Анхольт говорил как практик нацбрендинга, и был так убедителен, и захотела, чтобы у моей страны эта задача получилась. Ниже приведены результаты моих усилий по построению инновационного бренда России по модели Саймона Анхольта, с добавлением «биосфероцентричной составляющей», на которой глубоко обоснованно настаивал Владимир Вернадский. Потому что, если не позаботиться о Планете, нам всем вообще не понадобятся никакие бренды. Нам просто негде, незачем и не с кем будет жить на Земле.

Но поскольку Россия так удачно породила «русского Стива Джобса» с сервисом для командной разработки идей RealtimeBoard, то мы можем одновременно и довести до ума модель нового российского бренда, и грамотно сформировать новую модель «Сколково». Вопрос только в том, как это правильно сделать. Мы с Андрюшей знаем, как.

Он – на уровне креативных команд, я – на уровне страны и Планеты ☺.



Создаём продукт, который предлагает новый подход к совместной работе над идеями и проектами

Мы придумали, как совершенствовать принципы совместной работы, чтобы помочь командам по всему миру создавать продукты и сервисы. Приглашаем вас стать частью талантливой и амбициозной команды.

Good Planet' Poem Planet calls you GoodPlanet' Leaders Create Your Poem! Natalia Garber Clients&Awards

for the benefit of all living beings and the biosphere

Good Planet' Leaders



To become a good planet' leader with a great story you needn't be a famous, rich or even globally traveling person. You just need to make your (personal, family, corporate, non-profit', city, country, etc.) life story a story of creating the good planet with wise loving kindness to all living beings and the biosphere. Wherever you live, whatever you do **you can do it just now.**