

УДК 101.1+316.37+005-027.21

М.В. Мелик-Гайказян

**MEMORY-TURN: МАНИПУЛЯЦИЯ КУЛЬТУРНОЙ ПАМЯТЬЮ
КАК УСЛОВИЕ ДЕЙСТВИЯ СЕМИОТИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ
СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА***

Манипуляция культурной памятью стала незапланированным результатом современного менеджмента. Концепция memory-turn устанавливает пределы применимости конкретных технологий менеджмента и позволяет проводить их гуманитарную экспертизу. Результат получен на основе исследований семиотических механизмов управления. Концепция memory-turn устанавливает пределы применимости конкретных технологий менеджмента и позволяет проводить их гуманитарную экспертизу. Ключевые слова: манипуляция памятью, memory-turn, информационно-синергетический подход, пределы применимости конкретных технологий менеджмента.

В философской рефлексии последствий социальных трансформаций, вызванных новыми технологиями управления, акцентирована манипуляция коллективной мечтой, что с неизбежностью вызывает манипуляцию жизненными целями человека [1–4]. Беспрецедентным данное воздействие, которое, в принципе, всегда сопровождало социальное управление, делают отсутствие прямолинейности в его направленности и резко возросший темп манипуляций, увеличивающий их силу. Вместе с тем с недостаточной четкостью обозначено, что скорость инноваций создает условия для «забывания» в социокультурной системе предшествующих состояний, т. е. манипуляции мечтой детерминированы манипуляциями памятью. И если изменение целей и образов будущего входит в задачи управления инновациями, то изменение памяти и образов прошлого является «побочными продуктами» менеджмента, которые возникают стихийно, поскольку специально не планируются в конкретных управленческих операциях. Ясным это утверждение делает следующий пример. Коренная трансформация производства всегда вызывает разработку новых способов менеджмента, поэтому тотальное внедрение высоких технологий заставило изменить способы управления созданием основного продукта – знания, а для того, чтобы выдерживать темп создания, обеспечивающего конкурентоспособность на «рынке идей», стали в качестве ресурса времени «использовать» вращение планеты, что изменило пространственное распределение в производстве креативных продуктов. Теперь эта конфигурация подчинена его размещению в различных трех часовых поясах, чтобы, когда в одном локусе рабочий день заканчивался, то в другом локусе он бы начинался. Нематериальность разрабатываемого продукта позволяет транслировать его из локуса в локус, делая конвейер производства виртуальным. Поскольку на планете трудно найти три тождественных по своим ментальным основаниям локуса культуры, отделенных друг от друга восемью часовыми поясами,

* Исследование выполнено при поддержке гранта РФФИ (проект № 10-06-00313).

то легко представить меру культурной унификации, захватывающей самый верхний – элитный – уровень персонала. С меньшим темпом, но с большим количественным охватом эта унификация происходит при трансляции однотипных технологий менеджмента при тиражировании производств, объединенных в те или иные сети. Другими словами, происходит «штамповка» образа мысли и моделей поведения, что стихийно деформирует границы в конфигурациях ареалов культурной памяти.

Любая экспертиза инноваций исходит из выяснения не глубины вызываемых трансформаций, а из выяснения *обратимости* или *необратимости* их прогнозируемых последствий. Необходимо отметить, что, во-первых, прогноз последствий осуществляется на основании многомерных моделей, и, во-вторых, в разработку этих моделей значительный вклад внесли результаты фундаментальных исследований нелинейной динамики, изменивших представления о детерминации сценариев эволюции сложных систем начальными условиями. Весь методологический спектр этих моделей – например, учитывающих вариативность сценариев эволюции и роль целей-аттракторов [5, 6], неизбежность сопротивления инновациям [7], колебания в воздействующих факторах [8], конкуренцию целей [9] – объединяет фиксация интервала времени, в пределах которого система «помнит» начальные условия и не утрачена возможность «возврата» к ним. Но увлеченность потенциалами телеологического подхода, специфически раскрытыми в постнеклассической парадигме, захватила экономико-математическое моделирование и переориентировала основные его тренды на формализацию условий достижения вариативно поставленных целей, что нашло применение в менеджменте нового поколения. Разработка ряда мощных теорий менеджмента [10–15] демонстрирует реальную достижимость практически любых избранных целей. Эти новые управленческие технологии выдвинули на первый план в формировании стоимости производимых товаров и услуг такую компоненту, как их *притягательность* для потенциальных потребителей. Создание подобной аттрактивности стало самостоятельной задачей маркетинга. Всё это вместе определило ситуацию, специфика которой в действии обратных связей между результатами процессов формирования социальных целей, результатами реализации управленческих технологий и результатами генерации новых привлекательных образов потребления. Данная взаимозависимость (семантики цели, прагматики управления, синтактики всего того, что предлагает обществу рынок) переводит анализ механизмов менеджмента из предметной области экономико-математического знания в предметную область семиотики [16, 17]. Таким образом, экспертиза современных технологий менеджмента основывается на решении вопроса о необратимости или обратимости семиотических трансформаций, вызываемых ими.

Неоднозначность ответа на этот вопрос иллюстрируют простые примеры. Совокупность реформ, осуществляемых в нашей стране на рубеже 50–60-х годов XX века, была названа «оттепелью». Это стало знаком, воспринимаемым большинством в те годы и сейчас, в его исключительной принадлежности именно к этому периоду. Однако впервые «оттепелью» назвали в публицистике 60-х годов XIX века реформы Александра II. В социокультурной истории – в необратимости исторического времени – можно с легкостью

отыскать примеры того, как семиотические формы ушедших эпох воспринимаются в качестве абсолютно новых и присущих только переживаемому времени. Следовательно, системы знаков и их восприятие могут проявлять себя циклично, что указывает на обратимость семиотических процессов. Но смена стилей исторических эпох, воплощением которых становится семиотика культуры, необратимо «отбивает» время в социальных системах. Примеры, иллюстрирующие как необратимость семиотических процессов, так и их полную обратимость, можно приводить бесконечно. Это указывает на необходимость обращения к механизмам динамики семиотических форм для экспертизы последствий новых технологий управления, а точнее – на выяснение места и условий сохранения тезауруса конкретной социокультурной системы, на основе которого в ней распознаются деформации культурной памяти, различаются «свои» и «чужие» культурные коды. Постановка задачи в обозначенном ракурсе делает актуальным нахождение общего основания для интерпретации процессов управления, семиотических процессов и процессов социокультурной динамики.

Понимание управления как информационного феномена было средоточием всей кибернетической парадигмы. Ограничением применения этой парадигмы к моделированию процессов управления в самоорганизующихся системах было то, что в ее пределах не рассматривались случайность генерации информации и вариативность реальных результатов каждой стадии информационного процесса. Объяснение этой ограниченности рациональных средств находится в самой нацеленности кибернетики на получение запланированных результатов и неукоснительного воспроизведения всей последовательности операций. Для управления обратными связями в сложных технологических циклах данная нацеленность была принципиальной, что обеспечило научно-технические прорывы в 50–70-х годах XX века. Но в этапах динамики самоорганизующихся систем есть те, на которых диктат детерминистических законов уступает действию целевой причинности. Управление на подобных этапах динамики уже не укладывается в рамки кибернетики, что и стимулировало разработку синергетических экономико-математических моделей [6, 8, 9]. Актуальность этого подхода становится очевидной при разработке менеджерских стратегий в инновационной экономике общества знаний, поскольку на первый план выдвигаются управление процессами генерации нового или генерации информации. Вместе с тем результат генерации информации «запускает» всю необратимую последовательность дальнейших стадий информационного процесса. А необратимость времени входит в концептуальные основания синергетической парадигмы и противоречит кибернетической настроенности на управление бесконечно воспроизводимыми процессами. Именно синергетическое понимание феномена информации как необратимого во времени процесса делает информационно-синергетический подход релевантным задачам управления в инновационной экономике [18]. В границах этого же подхода удастся видеть различные коммуникативные процессы как частные случаи информационного процесса, а из общих соображений ясно, что всякое управление есть управление коммуникациями между всеми субъектами, компонентами и структурными уровнями сложных систем [16, 17]. Таким образом, постановка перед современным менеджментом специфици-

ческих задач – управление инновациями и коммуникациями – проявила сущность процесса управления как *необратимого во времени информационного процесса*.

В статье И.В. Мелик-Гайказян, опубликованной в этом номере журнала, представлена модель социокультурной динамики, связывающая необратимую последовательность стадий информационного процесса и результатов этих стадий, становящихся семиотическими формами культуры. В схематизме этой модели (рис. 1 в указанной статье) хранение культурной памяти представлено отдельным блоком, следующим за созданием кода, фиксирующего нововведение. Разъяснением действия модели может стать пример с концепцией управления, воплотившей *Дао* компании Toyota [11, 13]. Кодом этой концепции стали слова just-in-time или «точно в срок» (блок 2 на рис.1). Семантика кода отражала принципиальное видоизменение структуры производства, выраженное в том, что из этой структуры были убраны все виды «складов», на которых на машиностроительных предприятиях хранятся комплектующие продукции и сама продукция (блок 3 на рис. 1). Синтактика кода была воспроизведена в особой конструкции конвейера, позволяющего одновременно собирать все модели машин, для чего и нужно было так синхронизировать все производственные операции, чтобы исчезла необходимость в любом складировании (блок 4 на рис. 1). Прагматика кода выразила себя в парадоксальной, на первый взгляд, трансформации «интеллектуальной модели» всех субъектов производства – в отказе от стереотипа «чем больше, тем лучше», что и обеспечило эффективность всей системы (блок 5 на рис. 1). В общем виде любая оригинальная концепция управления стремится достичь когерентности в преследовании трех целей: целей, диктуемых конъюнктурой рынка; целей, определяемых горизонтом прогнозирования; асимптотических целей, измеряемых предполагаемым сроком жизни, управляемой организации. Если первые две цели направлены на выбор структуры организации и отбор основных алгоритмов управления, то третья цель становится миссией организации, подчиняющей себе корпоративную культуру, что определяет для всех субъектов этой организации «разрешенный» формат умонастроений и желаний. В приведенном примере код корпоративной культуры отвечает коду японской культуры, в ментальных основаниях которой заложена сосредоточенность на взаимосвязи прошлое-настоящее и особого переживания всех моментов настоящего. Но трансляция этого кода в контексты других культур при тиражировании производств Toyota неизбежно вызывает разветвление воздействий «родной» культуры и фрагментарно привносимой «чужой» культуры. Отметим, что именно эта фрагментарность становится источником деформации культурной памяти, поскольку это не увеличивает множественность контекстов восприятия, а разрушает целостность каждого из них и приводит к эклектике тезаурусов.

В ситуациях, когда асимптотические цели управления перестают быть эффективными, происходит «перезагрузка» кода, что позволяет забыть прошлое и совершить «возврат» для исправления допущенных просчетов. Это умение забывать прошлое является одним из ресурсов управления. Частным случаем этих действий является ребрендинг. Например, компания British Petroleum сократила свое официальное имя до написания двумя буквами bp, чем

фиксировала изменение миссии компании, поскольку расшифровкой *bp* стало «*beyond petroleum*» – «больше чем нефть». Искусственная амнезия, вызываемая «перезагрузкой» кода, делает обратимыми семиотические процессы и становится ресурсом управления коллективной памятью. Итак, с одной стороны, информационные процессы в социокультурных системах имеют семиотическое выражение, наполняющее все пространство этих систем, а этапы динамики этих же систем маркируют себя в формах знака. В связи с этим, казалось бы, если принять информационную природу динамики социокультурных систем, то следует и безоговорочно принять необратимость семиотических процессов. Но, с другой стороны, если какому-либо процессу присуща необратимость, то это еще не значит, что необратимость присуща результатам действия этого процесса. Например, добыча золота необратимо истощает данный природный ресурс, но золото в предметном перевоплощении обладает обратимостью. Бесконечно может переплавляться предмет, сделанный из золота, и бесконечно может совершаться обмен золотом как аналогом денег. Иными словами, золото как результат добычи природного ископаемого может представать в обратимых формах. Действием, подобным переплавке золота, становится «перезагрузка» памяти, следующая за искусственным изменением кода. Изменение кода, как уже было сказано выше, совершается для корректировки или смены асимптотической цели управления. Эти операции совершаются явно, а их последствия становятся поводом для опасений перед возможностями современного менеджмента манипулировать социальными и антропологическими целями. Но неявным результатом реализации этих возможностей является постоянное совершение «переформатирования» памяти, при бесконечном повторении которого сохраняются уже не напластования интеллектуальных традиций культуры, а следы их деформаций. Скорость накопления деформаций инициирует «исчезновение» тезауруса культурной идентичности, что и становится воплощением манипуляции памятью.

Семиотические механизмы современного менеджмента обнаруживают себя в символизации целей и в деформации тезауруса. Эта развилка семиотических воздействий соответствует выводам теории конфликта Р. Дарендорфа, в которой разделение людей на управляющих и управляемых проводится по стилю их интерпретации символики, знаменующей потенциалы влияния. Казалось бы, в контексте обсуждения проблем менеджмента это разделение людей является уже банальным и восходит к экономической детерминации всех процессов в обществе, доказанной К. Марксом. Вместе с тем социологическая теория Р. Дарендорфа подтверждает высказываемую в данной статье информационную и на ее основе выдвигаемую семиотическую трактовку современного менеджмента. Подтверждение находится во всепроникающей власти семиотических форм, вскрытой Р. Дарендорфом. Тотальность этого проникновения в современных условиях зримо проступает при анализе воздействий на все сферы социальной жизни, что становится следствием монополизации информационными технологиями тех «окон» (Windows), через которые сейчас люди воспринимают мир.

Развитие индустрии коммуникационных технологий делает все более значимыми виртуальные пространства, в которые перемещаются жизнь и бизнес. Эти пространства имеют семиотическую сущность, поэтому стано-

вится актуальным выяснение способов управления в новой социальной реальности. Цель этого управления выражают знаменитые слова Б. Гейтса: «Мы готовы сказать людям все, что угодно, лишь бы они поверили, что наш путь – это их путь» [цит. по: 19. С. 161]. Прагматика высказанной направленности требует социальной реакции в форме гуманитарной экспертизы целей инновационных технологий, способных необратимо изменять выбор жизненного пути людей. Вскрытые нами семиотические механизмы менеджмента способны стать основой для разработки методов подобной экспертизы. Следует заметить, что однозначность цели современного бизнеса, высказанной Б. Гейтсом, существенно оттеняют ему же принадлежащие десять правил для молодежи, суть которых сводится к тому, как не поддаваться на тиражируемые в массовой коммуникации жизненные ориентиры. Эти правила для тех, кто хочет учиться, кто хочет самостоятельно выбирать цель и самостоятельно определять конкретность ее содержания. Новые социальные технологии сделали манипуляцию своим основным инструментом, но хорошо известно, что всякая манипуляция утрачивает действие, если тому, на кого она направлена, ясен характер данного воздействия, а эту ясность позволяет обрести только хорошее образование. Но данное условие прояснения касается распознавания манипуляции целями в предлагаемых «путях» в будущее. Распознавание же манипуляций памятью предполагает ясное представление о траектории «пути» из прошлого, которое создает не столько знание далекой истории, сколько удержание в памяти того, что происходило в актуальном «вчера», преподносимом нам не учебниками, а повседневностью.

Многочисленные проблемы, связанные с реконструкцией прошлого, утрачиваемого как в силу естественной бренности носителей информации, так и в связи с намеренными фальсификациями истории, хорошо известны. Но ситуация *стихийно* совершаемых манипуляций памятью, вызванных беспрецедентным темпом выдвигаемых инноваций, требует адекватных исследований. Мы акцентируем стихийный характер представленного эффекта, поскольку именно это его качество делает плодотворной идею о memory-turn [20], то есть об ориентации философской рефлексии на выяснение условий существования человека в современной социокультурной действительности, в которой непредсказуемы трансформации тезауруса, что обеспечивает утрату актуального прошлого и разрывает преемственность интеллектуальных традиций. Назначения тезауруса ассоциируются со словами о трех силах души человека, сказанными шесть веков назад Раймондо Луллием: «Первая помнит то, что вторая понимает, а третья желает. Вторая понимает то, что помнит первая и чего желает третья. Третья желает того, что помнит первая и понимает вторая» [цит. по: 21. С. 203]. Деформация тезауруса, составляющая суть манипуляции памятью, заставляет человека проявлять волю к изменению будущего, интерпретировать действительность и понимать настоящее в состоянии стихийного беспамятства.

Литература

1. Миронов В.В. Глобальное коммуникационное пространство как фактор трансформации культуры // Вопросы философии. 2006. № 2. С. 27–43.

2. Юдин Б.Г. Чтоб сказку сделать былью? (Конструирование человека) // Бюллетень сибирской медицины. 2006. Т. 5, № 5.
3. Гусейнов А.А. Философия как утопия для культуры // Вопросы философии. 2009. № 1. С. 11–16.
4. Лекторский В.А. Философия, общество знания и перспективы человека // Вопросы философии. 2010. № 8. С. 30–34.
5. Николис Г., Пригожин И. Познание сложного. Введение / Пер. с англ. М.: Мир, 1990.
6. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Законы эволюции и самоорганизация сложных систем. М.: Наука, 1994.
7. Арнольд В.И. Теория катастроф. М.: Изд-во МГУ, 1990.
8. Самарский А.А., Михайлов А.П. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры. М.: Наука. Физматлит, 1997.
9. Макаров В.Л. Социальный кластеризм. Российский вызов. М.: Бизнес Атлас, 2010.
10. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации / Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003.
11. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
12. Нив Генри Р. Пространство доктора Деминга: принципы построения устойчивого бизнеса / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
13. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Пер. с англ. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006.
14. Друкер П. Классические работы по менеджменту. Classic Druker / Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
15. Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии / Пер. с англ. Томск: Изд-во ТУСУР, 2010.
16. Мелик-Гайказян М.В., Мелик-Гайказян И.В. Аттрактивный менеджмент: методологические проблемы теории управления и философское обоснование понятия // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2007. № 3.
17. Мелик-Гайказян М.В. Иерархия целей в концепции аттрактивного менеджмента // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2010. № 5. С. 59–66.
18. Мелик-Гайказян И.В., Мелик-Гайказян М.В., Тарасенко В.Ф. Методология моделирования нелинейной динамики сложных систем. М.: Физматлит, 2001.
19. Вишневский Я.Л., Домагалик М. 188 дней и ночей. СПб.: Издательская Группа «Азбука-классика», 2010.
20. Мелик-Гайказян И.В. Диагностика memory-turn, или Биоэтическое измерение проблем профессионального образования // Вестник Том. гос. пед. ун-та. 2012. № 4. С. 244–247.
21. Пичот А., Агер М., Пуч Ж. Театр-музей Дали в Фигерасе. Barcelona: «TRIANGLE POSTALS».