

приятия визуальной информации, что, несомненно, актуально для методической регламентации их применения в образовательной практике.

Литература

1. Кампанелла Т. Город Солнца // Утопический роман XVI–XVII веков. М.: Художественная литература, 1971. С. 141–192.
2. Мелик-Гайказян И.В., Роготнева Е.Н. Аксиология моделирования образовательных систем. Томск: Изд-во ТГПУ, 2008. 188 с.
3. Лейнер Х. Основы глубинно-психологической символики // Журнал практического психолога. 1996. № 3. С. 102–110.
4. Люшер М. Цветовой тест Люшера. СПб.: Сова; М.: Эксмо, 2003. 192 с.
5. Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. СПб.: Ювента; Наука, 1999. 603 с.
6. Юнг К.-Г. Человек и его символы. СПб.: Б.С.К., 1996. 454 с.
7. Роджерс К.Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М.: Прогресс, 1994. 480 с.

PERVUSHINA N. A. THE EFFECTIVENESS OF VISUAL LEARNING METHODS: THE DEFINITION OF BOUNDARIES

At the article it's posited the problem determining the boundaries of psychological approaches to the perception of visual information in the training. The possibility of combining different approaches in a single educational space is discussed on the methodological basis of information and synergetic conception of I.V. Melik-Gaykazyan. The article presents the results of the research project RFBR № 10-06-00313.

Key words: perception, visual perception, visual information, visualization of training material, memory-turn.

М.В. МЕЛИК-ГАЙКАЗЯН, доцент
Национальный исследовательский
Томский политехнический
университет

Манипуляция культурной памятью – результат управления социальными технологиями в обществе знаний

На основе исследований семиотических механизмов управления, проведенных в рамках информационно-синергетического подхода, и концепции *memory-turn* выяснен незапланированный результат современного менеджмента в сфере социальных технологий – манипуляция культурной памятью. Результат получен при поддержке РФФИ (проект № 10-06-00313).

Ключевые слова: манипуляция памятью, *memory-turn*, информационно-синергетический подход, проблемы управления модернизацией образования, образование как социальная технология.

Своеобразным подтверждением обоснованности той или иной диагностики состояния социума служит возникновение нового стиля менеджмента. Показательным примером является потребность в управлении «в стиле шоу», вызванная реальностью «общества спектакля» [1; 2]. Выводы экономистов и философов о действительности общества знаний [3; 4], о специ-

фике конкурирующих в нем целей управления акцентируют то обстоятельство, что менеджмент на основе новых технологий вызывает манипуляцию жизненными целями человека [5].

Вместе с тем с недостаточной четкостью обозначено, что скорость инноваций, внедряемых в настоящее время, создает условия для «забывания» в социокультурной

системе предшествующих состояний, то есть *манипуляции мечтой детерминированы манипуляциями памятью*. И если изменение целей и образов будущего входит в задачи управления инновациями, то деформации памяти и образов прошлого представляют собой «побочные продукты» менеджмента; последние возникают стихийно, поскольку в конкретных управленческих операциях специально не планируются. Ясным это утверждение делает следующий пример. Коренная трансформация производства всегда влечет за собой разработку новых способов менеджмента, поэтому тотальное внедрение высоких технологий заставило изменить способы управления созданием основного продукта – знания. Для того чтобы выдерживать темп его создания, обеспечивающего конкурентоспособность на «рынке идей», в качестве ресурса времени стали «использовать» вращение планеты, что изменило пространственное распределение в производстве креативных продуктов. Теперь его конфигурация подчинена размещению в различных часовых поясах, чтобы, когда в одном локусе рабочий день заканчивался, в другом он бы только 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, то легко представить меру культурной унификации, захватывающей самый верхний – элитный – уровень персонала. С меньшим темпом, но с большим охватом эта унификация происходит в процессе 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 *обратимости* или *необратимости* их прогнозируемых последствий. Необходимо отметить, что, во-первых, прогноз этих последствий осуществляется на основании многомерных моделей и, во-вторых, в разработку данных моделей значительный вклад вносят результаты фундаментальных исследований нелинейной динамики, изменивших представления о детерминации сценариев эволюции сложных систем начальными условиями. Весь методологический спектр этих моделей, учитывающих, например, вариативность сценариев эволюции и роль целей-аттракторов, неизбежность сопротивления инновациям, колебания в воздействующих факторах, конкуренцию целей, объединяет фиксация интервала времени, в пределах которого система «помнит» начальные условия и не утрачена возможность «возврата» к ним [6]. Однако увлеченность потенциалом телеологического подхода, специфически раскрытым в постнеклассической парадигме, захватила и экономико-математическое моделирование, переориентировав его основные тренды на формализацию условий достижения вариативно поставленных це-



лей, что нашло применение в менеджменте нового поколения. Разработка ряда мощных теорий менеджмента [7–11] демонстрирует реальную достижимость практически любых избранных целей. Эти новые управленческие технологии в формировании стоимости производимых товаров и услуг выдвинули на первый план такую компоненту, как их *притягательность* для потенциальных потребителей. Создание подобной аттрактивности стало самостоятельной задачей маркетинга. Всё это вместе определило ситуацию, специфика которой заключается 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 и синтактики всего того, что предлагает обществу рынок, переводит анализ механизмов менеджмента из предметной области экономико-математического знания в предметную область семиотики [12]. Таким образом, экспертиза современных технологий менеджмента основывается на решении вопроса о необратимости или обратимости вызываемых ими семиотических трансформаций.

Неоднозначность ответа на этот вопрос иллюстрируют простые примеры. Совокупность реформ, осуществляемых в нашей стране на рубеже 50-х и 60-х гг. XX в., была названа «оттепелью». Для большинства в те годы и сейчас это именование стало знаком его исключительной принадлежности именно к этому периоду. Между тем в первые «оттепелью» назывались в публицистике реформы Александра II (60-е гг. XIX в.). В социокультурной истории – в необратимости исторического времени – можно легко отыскать примеры того, как семиотические формы ушедших эпох воспринимаются в качестве совершенно новых и присущих только переживаемому времени. Следовательно, системы знаков и их

восприятие могут проявлять себя циклично, что указывает на обратимость семиотических процессов.

Примеры, иллюстрирующие как необратимость семиотических процессов, так и их полную обратимость, можно приводить бесконечно. Это указывает на важность обращения к механизмам динамики семиотических форм для экспертизы последствий новых технологий управления. Речь идет о выяснении 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.

Трактовка 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 рамках не рассматривались случайность генерации информации и вариативность реальных результатов каждой стадии информационного процесса. То есть пределы применимости кибернетического подхода объясняются его нацеленностью на получение запланированных результатов и неукоснительное воспроизведение всей последовательности операций. Для управления обратными связями в сложных технологических циклах данная задача была принципиальной, что и обеспечивало научно-технические прорывы в 50–70-х гг. XX в. Что же касается динамики самоорганизующихся систем, то здесь есть этапы, на которых детерминистические законы уступают место целевой причинности. Управление на подобных этапах динамики уже не укладывается в предмет кибернетики, что и стимулировало разработку синергетических

экономико-математических моделей [6]. Актуальность этого подхода становится очевидной при разработке менеджерских стратегий в инновационной экономике общества знаний, поскольку на первый план здесь выдвигается управление процессами генерации нового или генерации информации. Они и «запускают» всю необратимую последовательность дальнейших стадий информационного процесса. Именно синергетическое понимание феномена информации как необратимого во времени процесса делает информационно-синергетический подход релевантным задачам управления в инновационной экономике [12; 13]. В границах этого же подхода различные коммуникативные процессы можно рассматривать как частный случай информационного процесса, а из общих соображений ясно, что всякое управление есть управление коммуникациями между субъектами, компонентами и структурными уровнями сложных систем. Таким образом, постановка перед современным менеджментом специфических задач – управление инновациями и коммуникациями – проявила сущность процесса управления как *необратимого во времени информационного процесса*.

В статье И.В. Мелик-Гайказян, опубликованной в данном 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 на с. 107*) 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 [7; 9]. Кодом этой концепции стали слова *just-in-time*, или «точно в срок» (блок 2). Семантика кода отражала принципиальное видоизменение структуры производства, выра-

женное в том, что из нее были убраны все виды «складов», где 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 нужно было так синхронизировать все производственные операции, чтобы исчезла необходимость в любом складировании (блок 4). 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). В общем виде любая оригинальная концепция управления стремится достичь когерентности в преследовании трех типов 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 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 особом переживании всех моментов настоящего. 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 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, заполняющее все пространство этих систем, а этапы динамики этих же систем маркируют себя в формах знака. В связи с этим с позиции информационной природы динамики социокультурных систем, казалось бы, следует безоговорочно принять необратимость семиотических процессов. Но, с другой стороны, если какому-либо процессу присуща необратимость, то это еще не значит, что необратимость присуща и результатам действия этого процесса. Например, добыча золота необратимо истощает данный природный ресурс, но золото в предметном перевоплощении обладает обратимостью. Предмет, сделанный из золота, может переплавляться бесконечно, и так же бесконечно может совершаться обмен золотом как аналогом денег. Иными словами, золото как результат добычи природного ископаемого может представлять в обратимых формах. Действием, подобным переплавке золота, становится «перезагрузка» памяти, следующая за искусственным изменением кода. Изменение кода, как уже было ска-

зано выше, совершается для корректировки или смены асимптотической цели управления. Эти операции совершаются явно, а их последствия становятся поводом для опасений современного менеджера манипулировать социальными и антропологическими целями. Но неявным результатом является постоянное «переформатирование» 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 манипуляций 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 [14]. Казалось бы, в контексте обсуждения проблем менеджмента это разделение людей является уже банальным и восходит к экономической детерминации всех процессов в обществе, доказанной еще К. Марксом. Вместе с тем социологическая теория Р. Дарендорфа подтверждает высказываемую в данной статье информационную и выдвигаемую на ее основе семиотическую трактовку современного менеджмента. Подтверждением является всепроникающая власть семиотических форм, вскрытая Р. Дарендорфом. Тотальность этого проникновения в современных условиях зримо проступает при анализе их воздействия на все сферы социальной жизни, что становится следствием монополизации информационными технологиями тех «окон» (Windows), через которые люди сейчас воспринимают мир.

Развитие индустрии коммуникационных технологий делает все более значимы-

ми виртуальные пространства, куда перемещаются жизнь и бизнес. Эти пространства имеют семиотическую природу, поэтому становится актуальным выяснение способов управления в этой новой социальной реальности. Цель современного управления выражают знаменитые слова Б. Гейтса: «Мы готовы сказать людям все что угодно, лишь бы они поверили, что наш путь – это их путь». Прагматика высказанной направленности требует социальной реакции в форме гуманитарной экспертизы целей инновационных технологий, способных необратимо изменить выбор жизненного пути людей. Вскрытые нами семиотические механизмы менеджмента могут стать основой для разработки методов подобной экспертизы.

Многочисленные проблемы, связанные с реконструкцией прошлого, утрачиваемого как в силу естественной брэнности носителей информации, так и в связи с намеренными фальсификациями истории, хорошо известны. Вместе с тем ситуация *стихийно* совершаемых манипуляций, вызванных беспрецедентным темпом инноваций, требует дальнейших исследований. Мы акцентируем стихийный характер данного эффекта, поскольку именно это его качество делает плодотворной идею о *memory-turn* [15], то есть об ориентации философской рефлексии на выяснение условий существования человека в современной социокультурной действительности, в которой трансформации тезауруса непредсказуемы, что обеспечивает утрату актуального прошлого и разрывает преемственность интеллектуальных традиций.

Следует заметить, что слова Б. Гейтса о цели современного бизнеса существенно оттеняют принадлежащие ему же десять правил для молодежи о том, 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 содер-

жания. Новые социальные технологии сделали манипуляцию своим основным инструментом, но хорошо известно, что всякая манипуляция утрачивает свое воздействие, если тому, на кого она направлена, ясен его характер. Эту ясность позволяет обрести только хорошее образование. Таким образом, границу между теми, кто следует предлагаемым образцам, и теми, кто критически относится к этим образцам и самостоятельно выбирает цель, проводит образование. Отмеченная граница, как и во времена западного средневековья, отделяет профанов от высокообразованных. Высказанное замечание есть еще один пример «возврата» в семиотических процессах, иллюзия необратимости которых искусственно создается современным менеджментом в управлении памятью и мечтой.

Литература

1. Дебор Г.-Э. Общество спектакля. М.: Логос, 2000. 224 с.
2. Шмит Б., Роджерс Д., Вроцос К. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений. М.: Вильямс, 2005. 400 с.
3. Макаров В.А. Становится ли человеческое общество стабильнее // Вопросы философии. 2010. № 8. С. 17–23.
4. Алексеева И.Ю. Что такое общество знания? М.: Когито-Центр, 2009. 49 с.
5. Лекторский В.А. Философия, общество знания и перспективы человека // Вопросы философии. 2010. № 8. С. 30–34.
6. Занг В.-Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории. М.: Мир, 1999. 335 с.
7. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
8. Нив Г. Р. Пространство доктора Деминга: принципы построения устойчивого бизнеса. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.
9. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства. М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2006.
10. Друкер П. Классические работы по менеджменту. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

11. *Ицковиц Г.* Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновации в действии. Томск: Изд-во ТУСУР, 2010. 238 с.
12. *Мелик-Гайказян М.В.* Границы аттракций в образовательном пространстве // Высшее образование в России. 2009. № 9. С. 102–106.
13. *Мелик-Гайказян М.В., Мелик-Гайказян И.В.* Аттрактивный менеджмент: методологические принципы управления символизмом целей. Томск: Изд-во ТГПУ, 2012. 160 с.
14. *Дарендорф Р.* Элементы теории социального конфликта // Социс. 1994. № 5. С. 142–147.
15. *Мелик-Гайказян И.В.* Диагностика memoгу-турн, или Биоэтическое измерение проблем профессионального образования // Вестник Томского гос. пед. ун-та. 2012. № 4. С. 244–247.

MELIK-GAYKAZYAN M. V. MANIPULATION WITH CULTURAL MEMORY AS AN UNPLANNED RESULT OF MANAGEMENT OF SOCIAL TECHNOLOGIES IN KNOWLEDGE SOCIETY

Basing on the studies of semiotic mechanisms of management conducted in the context of information-synergetic approach and basing on the conception of memory-turn the article clarifies the unplanned result of management in a sphere of social technologies – manipulation with cultural memory. The obtained result was supported by the RFBR (the project № 10-06-00313).

Key words: manipulation with memory, memory-turn, information-synergetic approach, problems of management in education modernization, education as a social technology.

**Т.В. МЕЩЕРЯКОВА, доцент
Сибирский государственный
медицинский университет**

**Формирование нарративной
компетентности
у будущего врача**

В статье обосновывается необходимость формирования у будущих врачей нарративной компетенции как одного из проявлений компенсаторной функции биоэтики в медицинской практике. Данный результат получен при решении задачи обоснования особенностей и функций медицинского нарратива в рамках выполнения гранта РГНФ № 12-03-00198 «Биоэтика как форма самосознания современной культуры», также представлены отдельные результаты выполнения проекта РФФИ № 10-06-00313.

Ключевые слова: биоэтика, memoгу турн, нарративная этика, нарративная компетентность врача.

Начиная с XIX столетия теория и практика медицины основываются на биомедицинской модели. Казалось бы, медицина наконец-то обрела тот статус научности, которого ей так недоставало в прошлом. Однако, с другой стороны, начиная с 60-х годов XX в. к биомедицине было предъявлено множество разнообразных претензий, среди которых наиболее существенные указывают на утерю медициной самой сути своего подхода к пациенту. Бернард Лоун, врач-кардиолог, лауреат Нобелевской пре-

мии, назвал это настоящим кризисом профессии: «Исцеление подменили лечением, уход – бесстрастным выполнением обязанностей, а умение слушать – технологическими процедурами. Врач больше не занимается личностью больного, а лишь “ремонтирует” отдельные, неправильно работающие части биологической системы. При этом душевное состояние пациента чаще всего не учитывается» [1, с. 11]. В своей книге «Утерянное искусство врачевания» он говорит о том, как важно врачу «понять