

Милош А. И.

**Законы логики и общество манипуляций сквозь призму
экономических реалий**

Научный руководитель Булыго Е. К.

Сегодня только ленивый не пытается критиковать современное общество, тогда как основной задачей должно быть стремление преодолеть недостатки и разрешить противоречия. «Общество масс-культуры», «общество потребления», «общество знания» – эти и многие другие варианты строятся вокруг одной идеи: поскольку людей стало очень много и их потребности в связи с научно-техническим развитием, изменением качества жизни, социальными трансформациями растут, то это создает условия для формирования мощных рычагов воздействия на большие группы людей. Возникает вопрос – каким образом можно противостоять негативному влиянию различных специальных сил, как можно, сохраняя гражданскую ответственность, законопослушность, выработать иммунитет против разного рода манипуляций.

Своеобразным подтверждением обоснованности той или иной диагностики состояния социума служит возникновение нового стиля манипуляции. 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 специфике конкурирующих в нем целей управления акцентируют то обстоятельство, что манипуляция 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 путем разного рода логических ловушек, софизмов и паралогизмов представляют собой «побочные продукты» управления; последние возникают стихийно, поскольку в конкретных управленче-

ских операциях специально не планируются. Ясным это утверждение делает следующий пример. Коренная трансформация производства всегда влечет за собой разработку новых способов менеджмента, поэтому масштабное 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 [1, с. 34]. И те, кто заинтересованы в «штамповке», владеют искусством косвенного внушения на социальное сознание, заставляя работать логику в выгодном направлении, не изменяя законы последней. 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 сопро-

тивления 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, с. 12]. Увлеченность потенциалом телеологического подхода, специфически раскрытым в постнеклассической парадигме, захватила и экономико-математическое моделирование, переориентировав его основные тренды на формализацию условий достижения вариативно поставленных целей, что нашло применение в манипуляции нового поколения.

В необратимости исторического времени можно легко отыскать примеры того, как знаки и символы прошлого, наполняясь новым значением, 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 [3, с. 23].

В ситуациях, когда асимптотические цели манипулирования 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, что не позволяет воздействию манипуляции сквозь призму логических законов долго существовать. Но, с другой стороны, если какому-либо процессу присуща необратимость, то это еще не значит, что необратимость присуща и результатам действия этого процесса [2].

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.

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 содержания [4]. Новое понимание и применение логических законов 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, в том числе логическое.

Знание и понимание закона тождества Аристотеля, закона достаточного основания Лейбница, основных правил деления и определения имен, сущность аргументации и доказательства могут позволить противостоять тем манипуляционным практикам, что вводят в заблуждение, вызывают искажение ценностно-смыслового поля человека, деформацию его ориентиров. 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 личностей «голу-

бых кровей». Высказанное замечание есть еще один пример «возврата» в семиотических процессах, иллюзия необратимости которых искусственно создается современным в манипуляции памятью и мечтой.

Литературы

1. Дебор, Г. Э. Общество спектакля / Г. Э. Дебор: перевод с фр. С. Офергаса и М. Якубович. – М.: Логос, 2000. – 224 с.
2. Шмит, Б., Роджерс, Д., Вроцос К. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений / Б. Шмит, Д. Роджерс, К. Вроцос. – М.: Вильямс, 2005. – 260 с.
3. Макаров, В. Л. Становится ли человеческое общество стабильнее / В. Л. Макаров // Вопросы философии. – 2010. – №8. – С. 17-23.
4. Алексеева, И. Ю. Что такое общество знания? – М.: Когито-Центр, 2009. – 96 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 / В. Б. Занг. – М.: Мир, 1999. – 335 с.

Вашкевич Ю.Д.

Место логической культуры в развитии коммуникативных навыков

Научный руководитель БулыгоЕ. К.

Содержание и эффективность коммуникации можно рассматривать с разных сторон. Однако обращение к анализу коммуникации с точки зрения определения её логического смысла позволяет избежать субъективной предвзятости и неопределенности. В таком аспекте коммуникативный акт интересен прежде всего тем, как происходит влияние на отношение двух взаимодействующих субъектов (Я и Ты), когда за изменением одного (или в одном) следует обусловленное изменение другого (или в другом). Более того, эти расширение информационного поля можно увидеть даже в процессе