

УДК 101.1:316.774:005

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ОБЩЕСТВА ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ

Д.В. Чайковский

Томский политехнический университет

E-mail: dnvit@tpu.ru

Рассматривается специфика управления в условиях общества информации и коммуникации. Раскрывается понятие управления, проводится его демаркация от понятия власти. Показывается, что в условиях информационной открытости необходимо управлять генерацией и трансляцией информационного продукта. Ставится проблема замещения управления властным информационным манипулированием.

Ключевые слова:

Управление, кибернетика, власть, информация, коммуникация, информационное общество, информационный продукт, информационная логистика, манипуляция.

Key words:

Management, cybernetics, power, information, communication, information-oriented society, information product, information logistics, manipulation.

Контекст информации и коммуникации, в который погружен современный человек, вместо того, чтобы способствовать стабильности и упорядоченности его бытия, напротив, ввергает человеческое существование в хаос неопределенности. По меткому высказыванию Э. Гидденса, мир ускользает из рук. Реализация в этих условиях социального управления, как некоего гаранта порядка, сегодня ставит перед исследователями множество вопросов. В рамках данной статьи мы предпримем попытку обратить внимание читателя на некоторые нюансы, которые приобретает управление в обществе информации.

Управление, как общесистемное свойство, было исследовано в рамках кибернетики (работы Н. Винера, У.Р. Эшби, С. Бира и др.). Кибернетикой было дано предельно общее определение управлению как функции организованных систем, обеспечивающей сохранение их структурной целостности, поддержание стабильности или перевод в другие состояния в соответствии с объективными закономерностями, реализацией программы или сознательно поставленной целью. Благодаря кибернетике, категориальный аппарат науки управления обогатился многими новыми понятиями, среди которых понятия системы и причинной связи ее элементов, управляющей и управляемой подсистем, динамики системы, хранения, передачи и преобразования информации, обратной связи, наконец, понятия гомеостаза и устойчивости.

Задача управления в кибернетической интерпретации заключается в обеспечении целостности системы, сохранении ее качественной определенности, стабилизации ее основных характеристик при изменении условий внешней среды. Оно носит антиэнтропийный характер, то есть направлено на увеличение степени упорядоченности системы за счет уменьшения вероятности пребывания этой системы в том или ином состоянии. Иными словами, сущность управления состоит в поддержании достаточно высокой степени устойчивости систе-

мы. Как отмечает немецкий философ Г. Клаус, устойчивость системы является не чем иным, как тем, что придает системе ее меру, которая обуславливает присущее ей единство количественных и качественных характеристик, не позволяет ей переходить при своих количественных изменениях границ, ведущих к изменениям ее качества [1. С. 146].

Вышеописанные функции представляют лишь отдельный момент процесса управления, называемый регулированием. Всякое управление обязательно включает в себя контур регуляции. Регулирование всегда лежит в основе управления, является его первоначальным базисом. Но если регулирование направлено на сохранение постоянства, то управление связано не только с сохранением системы и ее разнообразия, но и с ее изменением.

С точки зрения социальных отношений, управление — это, прежде всего, специфическая форма человеческой деятельности. Собственно сам термин «управление» — это антропоморфное понятие, связанное своим происхождением с анализом деятельности человека [2. С. 208]. В своем социальном качестве управление реализуется человеком в его деятельности. Оно обладает теми же характеристиками, что и всякая сознательная деятельность, включено в общий контекст целенаправленной активности людей, в котором возникает и развивается. Но управление — это не просто сознательная деятельность, а та особая ее разновидность, которая надстраивается над всякой другой деятельностью, это деятельность над деятельностью по меткому высказыванию Г.П. Щедровицкого.

Подобно всякой сознательной деятельности, управленческая деятельность детерминирована потребностями и интересами ее субъекта. Но управление это всегда социальная деятельность, которая не может реализовываться вне коллективного существования людей. Ее интенция всегда отражает социальные цели. Потребности, побуждающие ее возникновение, — это социальные потребности.

Они являются суммарным воплощением осознанного чувства нужды, удовлетворение которого не возможно в процессе индивидуального существования.

Социальный характер управленческой деятельности проявляется в том, что ее мотив в равной мере присущ как ее субъекту, так и ее объекту. Субъект управления, являясь активным началом, воспроизводит в этой своей активности потребности объекта, а через них и свои собственные потребности, как участника совместной деятельности. Вспомним Платона: «кормчий, он же и управитель, будет иметь ввиду и предписывать не то, что пригодно кормчему, а то, что полезно гребцу, то есть тому, кто его слушает» [3. С. 112].

Итак, управление является интегратором, объединяющим разрозненные действия в общую картину, придавая, тем самым, совместной деятельности, в ее широком понимании, целостный системный характер. Интерес, который выражает управленческая деятельность, — это результат взаимодействия интересов управляющих и управляемых. В социальной природе управленческой деятельности заложено разрешение противоречий, возникающих в процессе совместного существования по поводу реализации разнородных интересов.

В этом заключается ключевое отличие понятия «управление» от понятия «власть». Собственно, по одной из версий, принадлежащей Пизани, этимология понятия управления в своей основе имеет понятие власти. По его мнению, значение корня «прав» восходит к лат. *Prōvincia* — первоначально «власть, полномочие» <*prōv-inquos «облеченный властью, имеющий право» (*prōvos). [4. С. 430]. Соответственно у/прав/ление может означать у власти, рядом с властью. Действительно управление и власть являются смежными, но не тождественными понятиями. Анализируя существующие концепции власти и управления, можно сделать вывод о существовании трех точек зрения на соотношение понятий власть и управление.

Первая и наиболее распространенная из них точка зрения предполагает, что власть стоит над управлением. Власть является предикатом управления. Она способствует самой возможности реализации управленческих функций, обуславливая конкретные проявления управления, способствуя достижению поставленных целей, решению намеченных задач. Исторически власть — феномен более ранний, чем сознательное управление. Первобытное общество конституировалось в своих социальных характеристиках посредством влияния субъекта власти, который признавался таковым соплеменниками в силу своих природных качеств, отличных от качеств иных соплеменников. Более того, по мнению некоторых исследователей, власть создает человека и определяет границы его человечности. В дальнейшем субъект власти был вынужден брать на себя функции управления. Таким образом, из социальной природы данных феноменов следует, что

власть есть право на управление, признаваемое участниками совместного существования.

Согласно второй точке зрения, власть есть средство достижения управленческих задач. Она — элемент управления, момент его возникновения, источник силы управления [5. С. 78]. Сторонники этого подхода отмечают, что управление более широкое родовое понятие по сравнению с понятием власть. Управление присуще целому ряду систем и не ограничивается своими социальными проявлениями. Власть же не может быть описана вне социального. Субъект и объект власти социальны по своей природе, в то время, как субъект и объект управления могут быть описаны техническими, биологическими и прочими характеристиками. Как следствие, власть есть не что иное, как функция и ресурс управления.

Власть направлена на поддержание стабильности и равновесия. В этом она «противопоставляется» управлению, ориентированному на целенаправленное развитие. Будучи общесистемной категорией, управление, прежде всего, ориентировано на развитие и изменение системы, что делает его семантически более глубокой категорией, чем власть. Власть же выполняет консервативную функцию. Поэтому с ней ассоциирован регулятивный контур процесса управления. Приоритетными целями власти выступают ее личные цели. Другими словами, она выступает для себя самоцелью и не может быть соотнесена с динамикой системного развития. Самовоспроизводство — одна из ключевых задач власти.

Третий подход предполагает диалектику власти и управления. Власть обуславливает управление, задает ему границы и пределы, а управление в свою очередь детерминирует диапазон и характер проявлений власти. Вопрос, что внутри, а что снаружи (или *над/под*) решается по ситуации [6]. В динамической перспективе институт управления имеет возможность изменить власть, лишив полномочий одних и наделив ими других. Но институт власти способен воспроизвести себя, замкнув передачу власти внутри круга своих субъектов. В этом случае он будет детерминантом продуцируемой им системы управления.

Таким образом, управление по своей сути есть диалог, в то время как природа власти монологична. Власть не спрашивает согласия на исполнения своих приказов и не допускает их обсуждения. Иное противоречит самой логике власти. Управление без диалога вырождается в самоуправство. Неотъемлемый атрибут управления — обратная связь, которая отражает диалогичный характер управленческого процесса. Диалектика власти и управления предполагает, что «современная власть должна обеспечивать воспроизводство свободы и условий для диалога, без которого (и связанной с ним проблематизации) она сама прекрасно обходится. В стратегической перспективе это ее основная функция» [6].

В современном мире различия управления и власти приобретают все большую дистанцию. В первую очередь, это связано со спецификой современного мира, которому проблематично даже присвоить адекватное наименование. Постиндустриальное (Д. Белл), постэкономическое (Г. Кан), виртуальное (А. Бюль), программируемое (А. Турен), сетевое (М. Кастельс), информационное (Й. Масуда), технотронное (З. Бжезинский), постмодернистское (Ф. Лиотар), посткапиталистическое (Р. Дарендорф), супериндустриальное (Э. Тоффлер), электронное (М. Маклюэн) — вот лишь незначительный перечень эпитетов, которыми награждается современная эпоха. Однако, независимо от номиналистских предпочтений, практически все исследователи характеризуют нынешнее состояние вещей, используя в качестве описательной доминанты понятие информации. «Информационная бомба, — пишет Э. Тоффлер, — взрывается в самой гуще людей, осыпая нас шрапнелью образов и в корне меняя и восприятие нашего мира, и наше поведение» [7. С. 263].

Сегодня информация по праву занимает место важнейшего ресурса, обеспечивающего функционирование общественной системы. Проникая во все сферы общественной жизни, информатизация в том виде, в котором мы ее наблюдаем сегодня, не имеет аналогов в природе. Информация превращается в «метосредство» всякой социальной деятельности, а потребность в ней в «метопотребность» в ряду прочих социальных потребностей [8. С. 5]. Будучи активным потребителем информации, современный человек сталкивается с проблемой ее переизбытка. «Сегодня мы нуждаемся не столько в информации, сколько в ее смысловом и контекстном наполнении. Этот всепоглощающий информационный поток не структурирован и не сортирован: если мы хотим, чтобы он стал источником знаний, а не заблуждений, его необходимо просеять, отсортировать и осмыслить в соответствии с современными представлениями о мире» [9].

Кроме обилия информации современный человек сталкивается с еще одной проблемой — постоянным ускорением процессов, событий, изменений. Скорости информационных обменов настоящего возросли многократно, что не может не оказывать влияние на современное общество. Э. Тоффлер так описывает современность: «Идеи, верования и отношения, как ракеты, врываются в наше сознание и внезапно исчезают в никуда. Повседневное опровергается и ниспровергается научные и психологические теории. Идеологии трещат по швам... Трудно отыскать смысл в этой бурлящей фантазмагии, понять, как происходит процесс производства образов...» [7. С. 266].

Другой социокультурной характеристикой современности выступает возрастание и усложнение коммуникаций. Современный человек включен во множество коммуникативных цепей. Его образ жизни — это непрерывное коммуникационное

взаимодействие с другими людьми. Используя метафору Д.В. Иванова, можно сказать, что современное общество — это не общество информации, а общество коммуникации. Сегодня «более информированный человек — это не тот, кто больше знает, а тот, кто участвует в большем числе коммуникаций» [10. С. 11].

Возрастающие возможности информационных технологий постоянно производят новые коммуникационные каналы. Генерация знаний, символическая коммуникация, непрерывный информационный обмен служат основным локомотивом в новом способе развития. Ресурсы глобальной сети постепенно трансформируют средства массовой информации в средства массовой коммуникации, когда тот или иной сюжет ленты новостей не просто транслируется неопределенному адресату, а немедленно подвергается живому обсуждению интернет-сообществом.

Сегодня уже недостаточно рассуждать о необходимости актуальной и достоверной информации для реализации управления. «Мы живем не в мире, о котором у нас есть какая-то информация. Напротив, мы обитаем в мире, созданном информацией» [11. С. 332]. Управление (особенно в своей политической составляющей) сегодня вынуждено реализовываться в условиях многоформатного информационно-коммуникативного пространства. Этот контекст подвергает его в условия всеобщей критической дискуссии по поводу самого управления, принятых решений и достигнутых результатов, по поводу легитимности власти, осуществляющей это управление. Власть сталкивается с массовым обсуждением и анализом, который возникает в средствах массовой информации и коммуникации практически моментально за возникновением политического события. Конкуренция мнений порождает у власти потребность в непрерывной информационной самопрезентации, приводящей к виртуализации власти, при которой об управлении узнают не на основе достигнутого результата, а через его представление СМИ, ретуширующими конфликт инерционности реальных дел их мгновенным освещением. Происходит отчуждение фактического управления от реальных лиц, наделенных полномочиями и статусом. Остается лишь образ власти, сконструированный СМИ, ее обретенная в симуляции гиперреальность (Ж. Бодрийар). Ставкой в битве за внимание аудитории является легитимность власти. Выиграть эту битву монополиями на информацию сегодня не представляется возможным, несмотря на стремление власти взять под свой контроль, максимально возможное, количество игроков информационного пространства.

Управление должно выступать в качестве управления информационными потоками. Но при этом оно не должно терять своей сущности — быть интегратором совместных интересов. Оно не должно терять свою ориентацию на диалог. Примеры таких форм управления, реализованных со стороны вла-

сти, есть. Так, в условиях информационной открытости власть вынуждена расширять свою роль источника информации для СМИ до производителя уникального информационного продукта — сообщения, востребованного другими акторами информационного пространства. Более того, политическая власть должна формировать потребность в своем продукте, инвестируя в общественное сознание ценности информированности, ориентированной на возникновение чувства сопричастности аудитории к реализации управления. Примером является блог президента РФ. По данным на 19 марта, на кремлевском сайте было активировано 67315 посетителей, из них 16511 оставили свои комментарии, сейчас в общей сложности 70990 сообщений. Пользователей, которые подписались на блог президента в «Живом журнале», на данный момент — 13303. По состоянию на 6 марта, число опубликованных комментариев составило 10444. Сообщество в «Живом журнале», которое функционирует с 21 апреля 2009 г., успели посетить 1508279 уникальных посетителей, а количество просмотров блога составило 3776826 [12]. Роль первоисточника, в данном случае, придает информационному продукту дополнительную ценность.

«Прямые» контакты в формате блога или ежегодных встреч с телеаудиторией иллюстрируют стремление власти минимизировать роль посредников, с целью обеспечения адекватного управления информацией, путем своевременного (актуального) и качественного (неискаженного) поступления сообщения к аудитории. Задача доставки информационного продукта потребителю решается также организацией новых каналов передачи информации и повышения пропускной способности существующих. Власть стремится максимально расширить диапазон своего информационного управления, используя технологии влияния и средства массовой информации. Эта практика не нова. Еще в 1936 г. для распространения своих идей немецкая пропаганда оснастила 70000 школ кинопроекторами и запустила в производство более 500 фильмов: 227 — для начальных и средних школ и 330 — для университетов [13]. Эксперимент был повторен в 1990-х гг. компанией Whittle Communications, оборудовавшей 12 тысяч американских школ видеотехникой для транслирования информационных выпусков с рекламными вставками (две минуты рекламы на десять минут новостей) [14]. Оба примера иллюстрируют стремление власти не только создать информационный продукт, но и управлять его доставкой до потребителя. Можно сказать, что современное управление в качестве одной из функций предполагает организацию и поддержку информационной логистики, в которой СМИ выступают посредниками в трансляции сообщения потребителю.

Однако информационное управление во все большей степени подменяется информационным манипулированием. Последнее получило свое кри-

тическое освещение в рамках постмодернистской философии (работы М. Фуко, Ж. Деррида, Ж. Делеза, Ф. Лиотара, Дж. Ваттимо и др.). Постмодернистски настроенные философы отмечают, что человек находится под непрерывной диктатурой информации, подавляющей его своим многообразием практически со всех сторон социальной жизни. В своем отношении к действительности он уже не является независимым субъектом, самостоятельно конструирующим свои представления о реальности. Скорее он является «жертвой» перманентного информационного манипулирования, которое воздействует на его мнение с экранов средств массовой информации. Человек уже не свободный потребитель, а «раб» рекламы и маркетинга. Выбор, осуществляемый им (политический, экономический и даже сексуальный), определяется господствующими стандартами или специальными технологиями. Сторонники постмодернистской философии говорят о тотальной власти информации в обществе видимой свободы и независимости.

В отличие от управления информационное манипулирование имеет цель не столько доведение нужной информации до потребителя, сколько ограничение потребления «вредной» информации. Регуляция информационного потребления осуществляется несколькими путями. Один из этих путей — техническое ограничение, которое может проявляться, например, в запрете вещания (лишение лицензии) для соответствующего информационного канала, шумовомглушении, в блокировании внешнего сегмента глобальной сети (как это, например, делается в Китае), в создании закрытых сетей и т. д. Другой путь — юридический, предполагающий принятие соответствующих нормативно-правовых актов, регламентирующих информационный обмен. Третий путь — умолчание. Как пишет Н. Хомский, «фундаментальный принцип, который очень редко нарушается, заключается в том, что те факты, которые противоречат интересам и привилегиям власти, не существуют» [Цит. по 15]. Примером четвертого пути является организация информационного потребления «внутри» каналов передачи. Информационные сообщения выдаются потребителю согласно конкретной последовательности и в конкретном количестве. Власть управляет структурой новостных выпусков прямо или косвенно, утверждая регламент трансляции. Речь не идет о банальной цензуре. Манипулирование носит более глубокий характер и нацелено на конструирование реальности через утверждение важности событий. «Над мнениями господствует тот, кто определяет структуру потока информации, кто отбирает «факты» и «проблемы», превращая их в сообщения. Кто задал тот вопрос, который якобы волнует общество? Действительно ли важен этот вопрос на фоне других вопросов? Почему он задан именно так, а не иначе? СМИ не оставляют места для диалога, их хозяин мог бы заявить, как следователь: «Вопросы здесь задаю я!»» [15].

Основная задача информационного манипулирования добиться, чтобы сообщение было «правильно» воспринято аудиторией, т. е. оно должно вызвать у адресата заранее предусмотренную реакцию: полученные сообщения должны являться предикатом последующего поведения адресата. Власть формирует заказ, предполагающий коррекцию сообщения для его «адекватного» восприятия. Заказ власти реализуют агенты ее влияния, прежде всего СМИ, использующие различные манипулятивные технологии воздействия на аудиторию. Целями такого воздействия является сознание человека, его мышление, эмоции. Как пишут Э. Аронсон и Э. Пратканис: «Ежедневно нас буквально бомбардируют непрерывные потоки убеждающих сообщений. Причем чаще всего на нас влияют не логическими аргументами, а манипуляцией символами и нашими наиболее глубокими человеческими эмоциями. На счастье или на беду, но наша эпоха — эпоха пропаганды» [14]. Применяя комбинированные средства влияния, сочетающие в себе зрительные, визуальные и иные эффекты, агенты власти «вкладывают» в сознание аудитории нужные смыслы. Транслируемое сообщение призвано не просто информировать слушателя о том или ином событии, оно воздействует на эмоции, воображение и внимание адресата, порождает опреде-

ленную совокупность образов, вызывает необходимые ассоциации, пробуждает стереотипы. Чтобы информационный продукт достиг максимального числа адресатов, СМИ, используя шаблонные конструкции, упрощают сообщение, подгоняют его под устойчивый стереотип. В результате сообщение вырабатывает у получателя потребность совершать некие действия, «оно не только побуждает человека, находящегося под таким воздействием, делать то, чего желают другие, оно заставляет его хотеть это сделать» [цит. по 15].

Итак, контекст общества информации и коммуникации создает для эффективного управления широкий перечень возможностей. Необходимо управлять созданием информационного продукта и его доставкой до потребителя, обеспечивая информационную логику. Необходимо интегрировать в эти процессы ресурсы прямой и обратной коммуникации, вовлекая население в обсуждение решений власти. Управление должно выступать интегратором, объединяющим разнородные интересы в направлении общих задач, а не манипулятором, конструирующем искусственную реальность ради достижения собственных целей.

Исследование выполнено в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Клаус Г. Кибернетика и философия. — М.: Изд-во иностранной лит-ры, 1963. — 530 с.
2. Новик И.Б. Кибернетика. Философские и социологические проблемы. — М.: Госполитиздат, 1963. — 208 с.
3. Платон. Сочинение в 3-х томах. — Т. 3. — Ч. 1. — М.: Мысль, 1972. — 678 с.
4. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. — Т. 3. — М.: Прогресс, 1986. — 830 с.
5. Краснов Б.И. Теория власти и властных отношений // Социально-политический журнал. — 1994. — № 3–6. — С. 76–85.
6. Рац М. Управление и власть: искусственное и естественное // Методология в России. Кентавр. 2010. URL: <http://www.circle-plus.ru/circle/kentavr/n/38/4> (дата обращения: 25.03.2010).
7. Тоффлер Э. Третья волна. — М.: ООО «Фирма «Издательство АСТ», 1999. — 784 с.
8. Коган В.З. Демон информации в современном мире (к методологии информологического подхода) // Научно-техническая информация. — 1998. — Сер. 1. — № 5. — С. 1–12.
9. Бард А., Зодерквист Я. Нетократия: Новая правящая элита и жизнь после капитализма // Библиотека «Полка букиниста». 2010. URL: http://polbu.ru/bard_netokratia (дата обращения: 25.03.2010).
10. Иванов Д.В. Виртуализация общества. — СПб.: Петербургское Востоковедение, 2000. — 96 с.
11. Уэбстер Ф. Теории информационного общества. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 400 с.
12. Самигуллина А., Бочарова С. Отпостились // Газета.ру. 2010. URL: http://www.gazeta.ru/politics/2010/03/22_a_3341418.shtml (дата обращения: 28.03.2010).
13. Ферро М. Как рассказывают историю детям в разных странах мира // Скепсис. Научно-просветительский журнал. 2010. URL: http://sceptis.ru/library/id_914.html (дата обращения: 25.03.2010).
14. Аронсон Э., Пратканис Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление // Электронная библиотека Гумер. 2010. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/EpohProp/index.php (дата обращения: 25.03.2010).
15. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием // Сергей Георгиевич Кара-Мурза о культуре, искусстве, экономике и политике в России. 2010. URL: <http://www.kara-murza.ru/manipul.htm> (дата обращения: 25.03.2010).

Поступила 29.03.2010 г.