

ИЕРАРХИЯ ЦЕЛЕЙ В КОНЦЕПЦИИ АТТРАКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА¹

Представлены основания для корреспонденции между теориями управления и разделами нелинейной динамики. Обсуждена роль коллективной мечты в формировании асимптотической цели динамики организации. На основе модели генерации информации выявлена иерархия целей нелинейной динамики сложных открытых систем и предложен вариант упорядочения современных теорий менеджмента.

Ключевые слова: аттрактивный менеджмент, информационно-синергетический подход, модели информационных процессов, процессы коммуникации, нелинейная динамика, динамика форм знака, фазовое пространство, аттрактор, оператор, коллективная мечта, современные теории менеджмента.

В теории менеджмента выделены в жизни организаций фазы, на которых возникают кризисные ситуации. Виды кризисов являются функцией от двух параметров: времени жизни организации и достигаемого за это время размера организации. Преодоление каждого вида кризиса требует структурной реорганизации и смены стиля менеджмента. Долгое время непреодолимым считался так называемый кризис синергии. Эта фаза соответствует состоянию организации, при котором утрачивается административная и юридическая целостность компании, что требует управления не жестко определенными подразделениями, а проблемно ориентированными группами. Следовательно, становится необходимым нахождение способа управления, вызывающего самонастройку всех структурных элементов системы. Спасением для крупных и долго живущих организаций стала концепция самообучающихся организаций, предложенная П. Сенге [1]. Можно счесть красивым ходом, обоснованным П. Сенге, рассматривать коллективную мечту в роли спасительного круга. Свое обоснование он начинает с не менее изящного примера, связанного с фрагментом из классического фильма С. Кубрика «Спартак». После того как римскими легионами было разбито войско Спартака, командующий легионами Марк Красс обращается к уцелевшим мятежникам: «Вы были рабами. Вы будете рабами и впредь. Но по милости римского народа я могу избавить вас от законного наказания, от повешения на кресте. Для этого вы должны выдать мне Спартака, которого никто из нас не знает в лицо» [1, с. 207]. После долгого молчания Спартак, в исполнении актера К. Дугласа, встает и говорит: «Я – Спартак». Поднимается сидящий рядом с ним человек и повторяет: «Я – Спартак». Встают один за другим воины и повторяют эти же слова, тем самым выбирая смерть. В войске Спартака никогда не было согласия. Эти рабы хранили верность не Спартаку, а общей мечте, которую он в них зажег, – стремлению к свободе. Этим примером П. Сенге

иллюстрирует свое убеждение в том, что в обществе нет сил, сравнимых по своей мощности с силой коллективной мечты. Мечта, захватившая устремления большего числа людей, способна заставить следовать ей без иных способов принуждения или стимулирования. Таким образом, коллективная мечта сама становится мощным стимулом, направляющим разные действия разных людей к одной цели. Это воздействие коллективной мечты вызывает эффект самоорганизации и тем самым преодолевает кризис синергии, что открывает новый этап жизнеспособности в больших и долго существующих компаниях.

Исследования нелинейной динамики сложных систем различной природы [2] позволяют сделать вывод, что коллективная мечта становится аттрактором в пространстве социокультурных систем [3]. Под аттракторами в нелинейной динамике понимают те возможные будущие, в одно из которых «попадет» система через определенное время. Иными словами, в пространстве состояний системы есть локусы, в одном из которых «находится» будущее этой системы. В постнеклассической науке благодаря открытию странных аттракторов (в школе И. Р. Пригожина они выступают в качестве «притягивающего хаоса», а в школе А. А. Самарского – С. П. Курдюмова – «структур-аттракторов») получили новые основания телеологические представления вне допущения существования надприродных сил. Заметим, что у этой новой телеологии есть четкие границы применимости. Она допустима только на этапах сильной неустойчивости в динамике систем и принадлежит формализму фазового пространства. Вместе с тем в этих границах применимости можно найти возможности для определения аттрактивных состояний в динамике социокультурных систем. Постановка этой задачи обусловлена тем, что переход в аттрактивное состояние для системы естественно, т. е. не требует привлечения дополнительных ресурсов. На этом основании была выдвинута концепция аттрактивного

¹ Исследования ведутся в рамках проекта РФФИ № 10-06-00313 «Аттрактивный менеджмент: методологические принципы управления динамикой сложных систем».

менеджмента [4] как стратегия управления будущим, притягивающим настоящее. В нашей постановке задача состоит не в том, чтобы находить оптимальные переходы к желаемому будущему, на что, например, направлена управленческая технология «форсайт», а в том, чтобы научиться организовывать это желаемое будущее, создавая в настоящем аттрактор будущего, который и «притянет» настоящее. Эта принципиально новая постановка задачи потребовала и оригинальных способов ее решения.

Предваряя изложение этих способов решения, обратимся еще раз к примеру, которым П. Сенге иллюстрировал потенциалы коллективной мечты. Во-первых, в фильме С. Кубрика «Спартак» давалась интерпретация фактических обстоятельств античной истории с позиции ценностных ориентаций западной культуры XX в. Причем эти ценностные ориентации имеют выражение, принадлежащее феномену американской мечты. В прочтении С. Кубрика история прошлого акцентировала ценность личной свободы и право личности на эту свободу в такой форме, в которой индивидуальные цели очень разных людей фокусировались в общую для них идею свободы. Эта объединяющая их идея-мечта заставляла быть людей самоотверженными.

В принципе ценность индивидуальной свободы можно было зримо представить в фильме и о фактах современной истории. Обращение к истории, происходившей в I в. н. э., демонстрировало неизбежное присутствие идеи свободы и необходимости борьбы за нее на протяжении почти 20 веков. Если вспомнить, что сам фильм был создан в тот период, который находился между принятием в США Закона о гражданских правах, уравнивавших белое и цветное население в избирательных правах (1957 г.) и окончательным уравниванием в гражданских правах всего населения (1964 г.), то можно представить всю актуальность предложенной интерпретации истории восстания рабов в римской истории. Эта интерпретация была далека от исторического факта, но была важна для формирования общественного мнения, не приемлющего рабства в любом виде.

Итак, для создания коллективной мечты, определяющей образ будущего, использована интерпретация прошлого, в котором акцентирована ключевая ценность культуры – право человека на индивидуальную свободу. Обращение к столь далекому прошлому призвано было подчеркнуть необходимость прохождения долгого пути к обретению этой свободы и пониманию форм выражения индивидуальной свободы: от отрицания рабства до свободы человека в выборе политических, интеллектуальных и религиозных предпочтений. Таким образом, мы имеем основания для следующего выво-

да. Идея, питающая коллективную мечту, должна выражать семантические основания и принадлежать асимптотической устремленности конкретной социокультурной системы.

Во-вторых, искусство режиссера создает яркое визуальное воплощение ситуации, в которой сплавляются поступки побежденных рабов, образ самопожертвования во имя свободы и вербальное выражение того, против чего направлен этот символ – в фильме это слова Красса. Этот сплав действия, образа и смысла создает символическое выражение коллективной мечты о свободе. Достижение этого эффекта отнюдь не случайно. В науке о знаках – семиотике – данный эффект объясняется соединением прагматического, синтаксического и семантического выражений знака. Одновременность этих выражений создает то, что А. Н. Уайтхед называл «переворотом в символизме», придавая этому «перевороту» значение искусства управления [5, с. 45]. Информационный механизм совершения «переворотов в символизме» был раскрыт в парадигме постнеклассической науки [3, с. 77–95, 215–223]. Выявление этого механизма стало возможным на основании модели информационного процесса, в которой были обобщены две концептуальные модели: модель генерации информации как случайного события в динамике системы, преодолевающей состояние сильной неустойчивости, и модель детерминированной сгенерированной информацией последовательности стадий кодирования, трансляции, построения оператора и его реализации [2]. В обобщенной модели информационного процесса коммуникативные процессы были представлены изоморфными по своей структуре каналами трансляции (прагматическим, синтаксическим, семантическим), что позволило трактовать создание форм знаков в качестве результатов действия элементарных стадий информационного процесса в этих каналах [3]. Таким образом, механизмы управления получили семиотическое выражение.

В-третьих, эффект, достигнутый фрагментом фильма, предметно демонстрирует образ поступков и мыслей, которыми необходимо руководствоваться для достижения асимптотически удаленной цели. В принципе в этом и есть назначение семиотического воздействия. Данное воздействие есть наглядный вид того стереотипа, которым нужно руководствоваться при личных интерпретациях предлагаемой знаковой ситуации. Структура семиотического воздействия обладает достаточной сложностью, а эта сложность диктуется, в первую очередь, свойствами знака. К ним относятся специфические «тройки» свойств, раскрывающие условия существования знака в построениях Ч. С. Пирса, Ч. У. Морриса и Г. Фреге. Кроме того, есть

своеобразная тройственность и в восприятии коллективной мечты, и в самом ее создании. При исследовании роли мечты в социокультурной динамике [3] было установлено, что идея «прекрасного будущего» создается в последовательности: мечта – проект – план. Так, для войска Спартака освобождение от рабства было мечтой, для реализации которой в их современности не было никаких социальных возможностей. Для зрителей фильма «Спартак» идея социального устройства, в котором все были бы одинаково свободны, становилась уже проектом, а реальность его осуществления выражал обсуждаемый в то время Закон о гражданских правах. Пресловутый кодекс политкорректности в последующие 50 лет стал реализацией плана по устранению уже вербального выражения любой дискриминации. Итоги президентских выборов в США в 2009 г. продемонстрировали успешность того проекта, который еще 50 лет назад казался утопией. Вместе с тем в модели генерации информации, выражающей процессуально-событийную сущность этого начального этапа информационного процесса [2], представлена обратная перспектива восприятия любого решения, обладающего безусловной новизной. Система изначально воспринимает тот выбор, который удовлетворяет конъюнктурным, или сиюминутным, целям. Затем воспринимаются решения, которые приближают достижение прогностических целей (далекие, но одновременно с этим достижимые в период жизни всех элементов системы), и только потом получают распространение решения, которые обеспечивают достижение асимптотических целей, то есть целей, связанных с максимально удаленным будущим. Иными словами, люди, составляющие войско Спартака, восприняли мечту о свободе, «сбывшуюся» через 20 веков. Эта мечта обладала для них конъюнктурной значимостью и отвечала их прагматическим ожиданиям. Успех фильма «Спартак» в 60-е гг. XX в. был продиктован его соответствием прогностическим ожиданиям в обществе, а классическим для кинематографа его сделала семантическая составляющая, отвечающая асимптотическим целям западной культуры. Этот парадокс обратной перспективы по времени принятия и выработки коллективной мечты необходимо учитывать при создании того аттрактора, устремленность к которому должен вызвать самоорганизацию системы.

Таким образом, в пример, которым П. Сенге иллюстрирует действие коллективной мечты, и представленная интерпретация этого примера, основанная на опыте моделирования информационных механизмов самоорганизации сложных систем [2], позволяют сделать вывод о возможности организации аттрактора в нелинейной динамике социокультурных систем. Необходимо отметить, что сама ор-

ганизация такого аттрактора осуществляется семиотическими средствами, а основанием для этой организации являются три положения: процессы коммуникации есть частные выражения информационных процессов; формы знаков есть результаты, завершающие элементарные стадии процессов коммуникации; пространство для процессов управления задается «переворотом в символизме» как событием создания оператора для целенаправленных действий.

Следует заметить, что понятие «оператор» используется в том значении, в котором оно было введено в теорию информации В. И. Корогодиным [6]. В этом понятии В. И. Корогодина актуализировал трактовку, данную М. Эйгеном для феномена информации как алгоритма, или способа, совершения целенаправленных действий. Само же понятие «оператор» вводилось по аналогии с синонимичным понятием, принятым в формализме квантовой механики. В исследованиях феномена информации, проведенных И. В. Мелик-Гайказян, оператор трактовался в качестве одной из стадий информационного процесса [7, 8], которой в среде социокультурных систем соответствовало то, что А. Н. Уайтхедом выделялось как «переворот в символизме» [3, с. 215–223]. Таким образом, создание нового символа становилось оператором социального действия в системах культуры, а создание символа-оператора способно перекодировать действительность социокультурных систем, что потенциально изменяет аттракторы нелинейной динамики этих систем. Причем основания для формулировки сделанного вывода принадлежат только информационно-синергетическому подходу к описанию нелинейной динамики социокультурных систем [2]. На этих же основаниях укажем те условия, при которых появляются возможности для создания символа-оператора изменять содержание аттракторов системы, что открывает принципиально новые управленческие потенциалы.

Коренные перевороты в производственной сфере всегда требовали своего стиля менеджмента [2]. Сумма новых технологических средств актуализировала идею менеджмента, выраженную в том, что получило название «управление знаниями». Данный вид управления вбирает в себя организацию и непрерывного образования, и образования взрослых, и дополнительного образования. Перечисленные виды образовательной деятельности имеют содержательные пересечения. В основе этого пересечения лежит то обстоятельство, что образовательные структуры организуются для подготовки специалистов в новых и очень быстро складывающихся областях. Особенно ярко это проявилось в связи информационными технологиями, темп и динамика ареала которых создали новую социальную

действительность. Информационные технологии стали базовыми для высоких технологий (Hi-Tech) [9]. После быстрого распространения микроэлектроники и резкого удешевления аппаратных средств в 1970–1980-х гг. произошло проникновение вычислительной техники практически во все сферы общественной жизни.

В качестве наглядного примера масштабов использования информационных технологий в повседневной жизни людей можно привести кругооборот информации в коммуникационных сетях. При покупке товара его штрих-код автоматически считывается кассами. Полученная информация используется не только для печати чека, но и для заказа товара со склада. Система электронного перевода средств автоматически снимает необходимую сумму с банковского счета покупателя. В банке эти данные используются в различных вариантах систем безопасности. Одновременно с этим данные о продаже товара используются магазинами для разработки новых торговых стратегий, а производителями товаров данные о потребительских предпочтениях применяются для маркетинга товаров и услуг. В технологиях продвижения товаров создаются и определенные бренды, поэтому чаще всего покупается не товар, а разработанный образ, востребованный покупателем (не одежда, а элегантность; не техническое средство, а престиж и т. д.).

Объединение в конце 1980-х – начале 1990-х гг. XX в. локальных сетей в глобальную сеть обеспечило доступность больших массивов информации, в принципиальной степени расширило возможности коммуникаций людей, создало электронные средства массовой информации. Все это вместе привело к созданию новых институтов в экономике, политике, культуре и образовании. Социальная значимость успеха от применения информационных технологий стала результатом целенаправленных усилий. Эти усилия были выражены в докладах японских аналитиков бизнес-процессов, обозначивших цели так называемого информационного общества, а само продвижение и восприятие идеи информационного общества является ярким примером действенности утопического проекта. А это ставит вопрос, ответу на который подчинено содержание данной статьи. Важно заметить, что формулировка этого вопроса является нетривиальной. Итак, в какой мере мы можем управлять будущим и что будет выступать в качестве пространства этого управления?

Приведенные выше примеры указывают на то, что пространством управления становится коммуникативное пространство [10]. Необходимо подчеркнуть, что, по нашему убеждению, это пространство многомерно. Оно формируется, во-первых, тем, что мы назовем ареалом коммуникацион-

ных средств; во-вторых, тенденцией развития новых способов коммуникаций, или тенденцией трансляции информации; в-третьих, направленностью динамики форм знаков. Утверждаемая нами многомерность не является адекватной свойствам географического пространства. Сущности всех «осей» измерения указывают на то, что коммуникативное пространство есть фазовое пространство, т. е. пространство состояний. При этом принципиальным становится выявление того, что будет содержанием фазовых переходов.

Под фазовым переходом понимается процесс самоорганизации, например «хаос-порядок». При изменении внешних параметров системы переходят из одной фазы в другую. Новая фаза возникает либо в виде областей, граничащих со старой фазой (переход первого рода), либо сразу по всему объему, заменяя старую фазу (переход второго рода). Проблемами выступают: а) определение набора внешних параметров, б) выявление из них ведущего параметра (параметра порядка), в) выбор релевантных моделей описания фазовых переходов. В статье И. В. Мелик-Гайказян были обоснованы решения перечисленных проблем средствами информационно-синергетического подхода, позволившего связать современное состояние коммуникативности социокультурных систем с динамикой семиотических систем [11]. На этом основании был предложен критерий самоорганизации, в качестве которого выступает скорость (темп) образования формы знака в когерентном действии каналов при необратимой трансляции информации. Исследование стадий информационного процесса, позволившее установить корреспонденции между свойствами информации, механизмами элементарных процессов и функциями конкретных этапов нелинейной динамики, привело к обоснованию того, что «перевороты в символизме», или способы управления, есть событие создания финальной интерпретанты, преодолевающее хаос интерпретант [11].

Таким образом, формы знака рассматриваются нами как зародыши новой фазы при фазовых переходах первого рода. Это положение обеспечивает исследование параметров состояния коммуникативного пространства, при динамике которых: а) происходят фазовые переходы и расщепляются траектории трансляции знака; б) оптимизируются способы проектирования управленческих решений. Оптимизация связана с выявлением аттракций коммуникативного пространства, т. е. нахождением структур-аттракторов в фазовом пространстве [12]. Все теоретические обоснования странных аттракторов и структур-аттракторов открывают потенциальность управления фазовым пространством, в котором эти феномены существуют. Итак, у нас есть все основания утверждать, что

коммуникативное пространство есть фазовое пространство форм знака.

Перевод потенциальности управления в менеджерскую стратегию обретает актуальность в предложенной концепции аттрактивного менеджмента [4, 13].

Все современные теории менеджмента предлагают различные управленческие способы достижения целевой ситуации, которая понимается, в свою очередь, по-разному. Идея концепции аттрактивного менеджмента состоит в том, что эффективным может стать управление самой целевой ситуацией, для чего нужна разработка способов точного определения спектра возможных целей для конкретных классов социально-экономических систем на конкретных этапах их нелинейной динамики. Актуальность такой постановки задачи продиктована феноменом новых технологий, обуславливающим в настоящее время тенденции научно-технического развития и вызывающим новый стиль управления – *Hi-Hume*. Вместе с тем в фундаментальных науках получены результаты, меняющие классические и неклассические представления о целях динамики сложных систем. В первую очередь это результаты, касающиеся исследования аттрактивных состояний разных классов систем. В этой познавательной ситуации релевантной поставленной задаче становится постнеклассическая методология, в пределах которой разработаны концептуальные модели информационных процессов [2, 8], а сами информационные процессы понимаются как механизмы самоорганизации сложных систем различной природы. В данном подходе открываются возможности трактовки аттрактивных состояний в качестве цели информационных процессов, что позволяет методологически корректно применять достижения фундаментальных наук для исследования нелинейной динамики социокультурных систем. В центре современных теорий управлений находятся проблемы коммуникативного менеджмента. Понимание коммуникативных процессов как частных случаев информационных процессов позволяет встроить управление коммуникативным пространством в разрабатываемый аттрактивный менеджмент.

Различные типы систем обладают и отличными друг от друга аттрактивными состояниями: простые аттракторы, структуры-аттракторы, странные аттракторы, «притягивающий хаос» и др. Наряду с этим в динамической теории информации установлены виды целей, конструктивных на определенных этапах эволюции: конъюнктурные, прогностические и асимптотические. В первом приближении все современные теории менеджмента выдвигают свои способы перехода из исходной ситуации в желаемую ситуацию, в целевую ситуацию. С позиций нелинейной динамики требуется

проведение диагностики как исходных ситуаций, так и целевых ситуаций, поскольку аттрактивные состояния сложных систем есть определенные области в фазовом пространстве, и «старт» или «финиш» из различных локусов данных областей не означает «одно и то же». Поэтому требуется разработка формализованных критериев, по которым будет проводиться диагностика сходных состояний. Вместе с тем выделяют и отличающиеся друг от друга временные горизонты динамики систем. Поэтому ответ на вопрос, можем ли мы заставить будущее работать на нас, предполагает получение способов идентификации исходных и целевых ситуаций, определяемых теорией менеджмента, и этапов нелинейной динамики сложных открытых систем.

В классических представлениях это понятие аттрактора являлось синонимом устойчивости и воспроизводимости – выхода в конечном счете на «то же самое» при любых начальных условиях. В синергетическом описании были выявлены определенные условия, при которых полностью детерминированные динамические системы «попадали» в область хаотического поведения (в область «близкого, но не того же самого») [14, с. 80]. В результате начальные условия, сколь угодно близкие, но не совпадающие, порождают различные эволюции, различные траектории. В фазовом пространстве есть участки, «притягивающие» эти траектории, по которым происходят случайные блуждания. Таким образом, в синергетическом формализме находит выражение некое будущее самоорганизующейся системы в образе «привлекающего хаоса». Важно подчеркнуть одно различие в представлениях об аттракторах: «странные аттракторы», фазовый портрет которых представляет некоторую ограниченную область решений, и «структуры-аттракторы» как реальные структуры в открытых нелинейных средах, на которые выходят процессы эволюции в этих средах. Иными словами, речь идет о том, что либо будущее состояние системы может быть каким угодно (трактовка аттракторов И. Р. Пригожиным как «привлекающего хаоса»), либо будущее состояние системы может иметь строго определенное число разных вариантов, причем спектр этого «разного» определен свойствами самой нелинейной среды (трактовка аттракторов С. П. Курдюмовым как структур-аттракторов) [12]. Вышесказанное есть обоснование релевантности постнеклассической методологии для решения теоретических проблем «менеджмента нового поколения». Методологическую проблему «менеджмента нового поколения» составляет решение вопроса о роли субъекта управления, о том, в какой степени «выход на аттрактор» зависит от решений субъекта. Основой принятия решения становится

как субъективное понимание цели, так и семантика интерпретации наличного бытия. В современных условиях эти решения принимаются под воздействием знаковых форм действительности [11].

Таким образом, интеллектуальным ядром менеджмента нового поколения станут способы моделирования динамики форм знака в контексте коммуникативных процессов. Как следует из сформулированных авторами понятия «коммуникативное пространство» и существа управления целями (концепция аттрактивного менеджмента), данное моделирование становится, как говорится, делом техники. Во всем спектре направлений современного менеджмента разрабатываются оригинальные способы преодоления кризисных ситуаций (Г. Нив, Э. Петерс), изменения целей деятельности фирмы (Р. Йенсон, Дж. Лайкер, Т. Оно), трансформации стилей управления (К. Вроцос, К. Нордстрем, Й. Риддестралем, Д. Роджерс, Б. Шмит) и новые принципы управления (У. Беннис, П. Сенге, Р. То-

мас). При этом весь этот спектр непротиворечиво упорядочивается по одному из измерений коммуникативного пространства, а именно – по разделению каналов трансляции информации на прагматический, синтаксический и семантический [4]. Установленная корреспонденция этих каналов трансляции и конструктивных целей (конъюнктурной, прогностической, асимптотической) при генерации новых смыслов [11] позволяет сопоставить границы применимости перечисленных менеджерских стратегий для достижения каждой из целей в той иерархии, которая ведет к организации «переворота в символизме» или к созданию семантического ядра коллективной мечты.

Таким образом, корреспонденции между менеджерскими стратегиями и видами аттракций в коммуникативном пространстве позволяют упорядочить современные теории менеджмента с позиции иерархии целей нелинейной динамики сложных открытых систем.

Список литературы

1. Сенге П. Пятая дисциплина: искусство и практика самообучающейся организации; пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999. 408 с.
2. Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В., Тарасенко В. Ф. Методология моделирования нелинейной динамики сложных систем. М.: Физматлит, 2001. 272 с.
3. Миф, мечта, реальность: постнеклассические измерения пространства культуры / под ред. И. В. Мелик-Гайказян. М.: Научный мир, 2005. 256 с.
4. Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В. Аттрактивный менеджмент: методологические проблемы теории управления и философское обоснование понятия // Вестн. ТГПУ. 2007. № 11.
5. Уайтхед А. Н. Символизм, его смысл и воздействие / пер. с англ. С. Г. Сычевой. Томск: Водолей, 1999. 64 с.
6. Корогодин В. И. Информация и феномен жизни. Пуцзино: АН СССР, 1991. 200 с.
7. Мелик-Гайказян И. В. Информация и самоорганизация (методологический анализ). Томск: Изд-во ТПУ, 1995. 180 с.
8. Мелик-Гайказян И. В. Информационные процессы и реальность. М.: Наука; Физматлит, 1998. 192 с.
9. Жукова Е. А., Мелик-Гайказян И. В. Философские проблемы технологий и феномен Hi-Tech // Философия математики и технических наук: учеб. пособие для вузов / под ред. С. А. Лебедева. М.: Академический проект, 2006. С. 557–587.
10. Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В. Понятие «коммуникативное пространство» и проблема управления целями // Труды Института теории образования ТГПУ / под ред. В. И. Ревякиной. Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. Вып. 4. С. 101–106.
11. Мелик-Гайказян И. В. Бумеранг конструирования: траектории полета в коммуникативном пространстве // Конструирование человека: сб. науч. статей. Томск: Изд-во ТГПУ, 2008. С. 114–158.
12. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. СПб.: Алетейя, 2002. 414 с.
13. Мелик-Гайказян М. В. Аттрактивный менеджмент: моделирование целей динамики образовательных систем // Высшее образование в России. 2008. № 9. С. 102–106.
14. Пригожин И. Р., Стенгерс И. Время, хаос, квант: монография; пер. с англ. Ю. А. Данилова. М.: Прогресс, 1994. 272 с.

Мелик-Гайказян М. В., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры.

Томский политехнический университет.

Пр. Ленина, 30, г. Томск, Томская область, Россия, 634050.

E-mail: mvmelik@mail.ru

Материал поступил в редакцию 27.06.2010.

M. V. Melik-Gaikazyan

HIERARCHY OF GOALS IN THE CONCEPT OF ATTRACTIVE MANAGEMENT

The article presents the basis for correspondence between the theories of management and directions of nonlinear dynamics. The role of collective dreams in the formation of the asymptotic dynamics of the organization goals is discussed. On the basis of the model of generating information the hierarchy of goals of the nonlinear dynamics of complex open systems is revealed and the option of ordering modern theories of management is offered.

Key words: *attractive management, the information-synergetic approach, models of information process, communications processes, nonlinear dynamics, dynamic forms of sign, phase area, attractor; operator, collective dream, modern management theory.*

Tomsk Polytechnic University.

Pr. Lenin, 30, Tomsk, Tomsk oblast, Russia, 634050.

E-mail: mvmelik@mail.ru