

«СЕМИОТИЧЕСКИЙ АТТРАКТОР»: КОНЦЕПТ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ДИЛЕММЫ ИННОВАЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Две задачи инновационного менеджмента требуют методологических решений. Этими задачами являются эффективный выбор асимптотической цели и управление генерацией беспрецедентных новаций. Методологические стратегии решения этих задач выражены в виде дилеммы. Конструктивное решение дилеммы предложено на основе концепта «семиотический аттрактор». Этот концепт стал синтезом философии процесса, результатов методологических исследований феномена информации как процесса, результатов фундаментальных исследований нелинейной динамики и семиотики. Концепт выражает условия организации тех состояний, которые отвечают природе аттракторов управляемой системы. Предложенный способ организации условий для возникновения подобных событий является релевантным решением задач управления инновациями.

Ключевые слова: «семиотический аттрактор», «революция в символизме», нелинейная динамика, событие, характеристики информации, модель семиотической динамики.

- Все, загаданное Вами, уже сбылось.
- Но я загадывал не это.
- А сбылось это.

Из современной рекламы

В классических теориях менеджмента и в концепциях менеджмента «нового поколения» есть инвариантная компонента – разработка оптимальных способов перевода объекта управления в новое состояние, являющегося запланированной *целью* организационных усилий. Проблему составляет понимание *финальной*, асимптотически удаленной, *цели*, поскольку все методологическое, теоретическое и конкретно-практическое разнообразие менеджмента восходит к тем или иным философским традициям, в которых моральное обоснование получают отнюдь не все социальные устремления¹. Игнорирование соответствий между финальными целями, на философском уровне доказанными или отвергнутыми в качестве благих целей, и целями управленческих усилий многократно приводили к столь явным ситуациям пирровой победы, что лучше бы вообще никаких усилий не предпринималось. Острую актуальность приобретает исследование механизмов действия цели для выработки методологических решений инновационного управления, так как для этого направления менеджмента чрезвычайно мала и тяжело оплачиваема возможность «учиться на ошибках».

В самом широком смысле инновационное управление состоит во внедрении новизны – новых идей, новых способов действий, новых технологий, новых образов будущего – в социальную реальность. Казалось бы, методологические аспекты управления генерацией и реализацией новаций

сводятся к поиску интеллектуальных ресурсов для эффективного менеджмента производства нового знания, создания оптимальных технологий его внедрения и надежных способов прогнозирования последствий инноваций. Перечисленные процессы имеют сложную структуру, поскольку состоят из несводимых друг к другу этапов, стадий и фаз, что подтверждает множественность различных менеджерских стратегий и тактик, разработанных к настоящему времени. Ретроспективный взгляд на всю историю делает самоочевидным большое разнообразие поворотов, совершенных на пути трансформаций политической, экономической, социальной, культурной действительности. Самоочевидность множественности трансформаций создает иллюзии, во-первых, накопленного опыта в способах управления инновациями, применимого в современной действительности, и, во-вторых, существующей возможности для внедрения практически любой новации при условии сопряженности появления нового знания, воли к его реализации и ясного предъявления образа хорошего будущего, достижимого на основе этих новых идей. Причин, по которым мы квалифицируем эту самоочевидность в качестве иллюзий, две. Первая из них выражена в эпиграфе, и ее суть составляет отсутствие полного совпадения поставленных целей управления и реальных его итогов. Вторая причина состоит в том, что собственно разнообразие способов управления в политических, экономических, социальных, культурных сферах убывает в порядке перечисления этих сфер и приводит только к четырем идеалам, воплощающим конечные цели инноваций, а именно: социальный альтруизм, самосовершенствование человека, максимальное счастье

¹ Исследования способов обнаружения эффективных асимптотических целей на основе применения методов нелинейной динамики ведутся при поддержке РФФИ (проект №14-06-00440); выяснение антропологических последствий инноваций при поддержке РГНФ (проект №15-23-01008); выработка методологических вариантов решения осуществлена в рамках выполняемого ТГПУ госзадания (базовая часть, тема № 155).

в индивидуальной жизни, максимальная общественная польза. Данные четыре идеи морали [1] являются тем, что привычно называют *вечными* ценностями. И тут возникает дилемма. Если методологию инновационного менеджмента основывать на трактовках блага, снижающих всевозможные риски от ошибок при выборе цели управления, то следует принять философскую традицию, подчиненную «детерминации вечности» [2, с. 250]. Если методологию инновационного менеджмента связывать с управлением беспрецедентными событиями (от событийной генерации знания до событийной генерации образа будущего), то потребуются некая «философия новизны» [2, с. 250]. Проще говоря, перед нами дилемма двух утверждений – «все возвращается на круги своя» и «все есть событие». Здесь мы имеем дело с дилеммой релевантных оснований для решений двух ключевых задач инновационного менеджмента, т. е. тех задач, которые порождают все его трудности и проблемы. Одна лемма в своем итоге заставляет данный менеджмент утрачивать свой инновационный характер, поскольку ограничивает саму сущность новизны и предлагает управление движением вперед «короткими шагами», что свойственно традиционным стилям управления. Вторая лемма приводит к безответственному увлечению предлагаемыми новациями, в котором любое новое принимается за лучшее, что заставляет управляемый объект терять устойчивость траектории своих трансформаций, так как происходит разрыв «связи времен», поскольку событие необратимо обрывает связи между ценностями прошлого и ценностями в предлагаемом будущем. Одновременное действие этих лемм превращает новации в «хорошо забытое старое», а инновационный менеджмент в инструмент деформации ценностных оснований всех субъектов управления.

Предлагаемое в статье рассуждение есть попытка обнаружения способа для превращения дизъюнкции методологической дилеммы инновационного менеджмента в конъюнкцию релевантного для него решения. Ясно, что для решения этой задачи будет нужен концепт, выражающий конвергенцию двух традиций в понимании причин любых трансформаций – детерминации происходящего прошлыми состояниями и детерминации происходящего будущими состояниями.

Принципы и методы решения поставленной задачи. Новизна, вносимая инновационным менеджментом в социокультурную действительность, должна вызывать прогрессивную динамику. Этот «прогресс» есть усложнение действительности. Маркерами усложнения являются: возникающие структурные уровни в организации систем; актуализация сценариев действий, бывших ранее

лишь потенциальными; расщепление траекторий динамики к будущим состояниям; обнаружение множественности вариантов этих будущих состояний. Итак, для инновационного менеджмента важна не любая новизна, а только новация, вызывающая перечисленные эффекты. То есть предназначение подобного менеджмента состоит в усложнении управляемой системы. Из этого следует, что сущность инновационного менеджмента можно переформулировать. Вместо указанной в начале статьи формулировки его сущности как способа перевода объекта управления в запланированное состояние мы предлагаем сформулировать сущность менеджмента как способ управления возможностями будущих состояний, т. е. *управления целью*. Это изменение формулировки играет здесь роль *первого* принципиального положения среди оснований, принимаемых в наших исследованиях [3, 4].

Второе принципиальное положение касается сущности способов, находящихся в распоряжении менеджмента. Кибернетическая парадигма утвердила информационную сущность управления и, как частный случай этой природы, коммуникативную сущность способов менеджмента. В рамках синергетической парадигмы удалось связать стадии информационного процесса и самоорганизации сложных систем [5, 6], что позволило выявить механизмы семиотической динамики [7] в инструментах менеджмента. Из этих вскрытых механизмов следует, что *способы менеджмента обладают семиотической сущностью*. Это имеет принципиальное значение для понимания механизмов инновационного управления, поскольку все его стадии основаны на перевоплощениях символики новизны.

Третье принципиальное положение связано с обязательным условием инновационного управления. Это условие продиктовано отношением к взаимосвязи прошлого, настоящего и будущего, а данное отношение обеспечивает временной горизонт, укорененный в каждой культуре и далеко не всегда одинаковый для разных культур [8]. Достаточно ясным можно считать то обстоятельство, что в контексте ценностной акцентуации будущего и в контексте почитания ценностей прошлого по-разному будут восприняты символы инноваций. Вместе с тем опыт пережитых инноваций, хранимый в памяти культуры, вызывает трансформации интеллектуальных традиций [9], что создает опыт предвосхищения последствий внедряемой новизны, точнее, дистанцию предвосхищения. Данная дистанция, свойственная ментальности конкретной культуры, определяет удаленность во времени того момента, когда инновация будет реализована, что позволит воспринимать предлагаемую новизну как, во-первых, безопасную и, во-вторых, желае-

мую. Для культур, сосредоточенных на прошлом, такими инновациями станут отнесенные в далекое будущее; для культур, поглощенных жизнью в настоящем, привлекательными станут новации в недалеком будущем; для культур, устремленных в будущее, безопасной и желаемой станет новизна, предлагаемая для реализации в настоящем. Казалось бы, мы пришли к явному парадоксу – инновационный менеджмент направлен на достижение асимптотических целей, а наибольшей привлекательностью эти максимально удаленные во времени цели обладают в системах, живущих прошлым, т. е. в традиционных культурах, которые в инновациях заинтересованы меньше всего. Но «тиграми» инновационных экономик стали именно страны, чьи культуры было принято считать традиционными. Итак, условием эффективности инновационного управления является механизм, связующий конъюнктуру предпочтений в объекте управления с предъявлением целей менеджмента в той последовательности переходов, которой любое управление обречено придерживаться: от конъюнктурных целей к прогностическим, от прогностических к асимптотическим. Сами предпочтения, как следует из изложенного здесь, обладают вариативностью, а последовательность целей управления детерминирована его характером, поэтому решение надлежит искать лишь в методах моделирования.

Подведем промежуточный итог рассуждений. Сущность инновационного менеджмента состоит в управлении целями, ведущими к усложнению системы, при соблюдении последовательной трансформации символизма исходной новации, в выражении этих целей. Модели, релевантные решению этой задачи, должны фиксировать удаленность во времени этапов, соответствующих достижению конъюнктурных, прогностических и асимптотических целей, а также учитывать три семиотических компоненты символизации – семантику, синтактику и прагматику. Первому условию отвечает модель эволюции ценности информации, разработанная Д. С. Чернавским [10], поскольку содержит в себе фиксацию трех этапов и раскрывает механизмы усложнения структуры системы, в среде которой разворачивается процесс трансформации цели. Визуализация пространства решений [11] уравнений, положенных в основу этой модели [10], провозглашает, с нашей точки зрения, раскрыть потенциалы для удовлетворения условия, связанного с учетом компонент символизации.

Результаты компьютерного моделирования визуализировали [11] три устойчивые фазы, которых неизбежно достигала система, в произвольно задаваемых условиях для начальной стадии. Назовем эти фазы 1, 2 и 3. Доминирование одного из трех типов носителей информации, под которыми мы

понимали фиксацию некоей цели, поддавалось прогнозу в переходах конфигураций от 1 к 2 и от 2 к 3. Компьютерный эксперимент с параметрами модели раскрывает оптимальность условий переходов от 1 к 2, но для этих условий не имеют существенного значения параметры состояния 3. Для оптимальных переходов от 2 к 3 были безразличны условия 1. При всем этом не поддавались прогнозу переходы от 1 к 3. Случайность данного перехода подтверждает его принципиальную необратимость во времени. То есть если взять набор значений параметров, при которых от состояния 1 всегда можно перейти к состоянию 3, то, пустив в компьютерном эксперименте этот переход в ретроспективе, мы никогда из определенного состояния 3 не сможем «попасть» в конкретность условий состояния 1. Из этих наблюдений мы делаем следующие выводы: а) переход от *начального* к *финальному* состоянию всегда требует предъявления промежуточных целей; б) ясность финальной цели недостаточна для того, чтобы «увлечь» за собой движение всех элементов системы; в) опыт перехода от 1 к 3 невозможно повторить в конкретности его шагов. Эти выводы служат для выяснения основных этапов в символизации целей для достижения состояния, беспрецедентного в своей новизне. Необходимо отметить, что класс моделей, к которым принадлежит рассмотренная модель [10–11], содержит модификации для большего числа состояний и конкурирующих элементов. Однако вариант «трехчастной» модели удобен для семиотической аппроксимации. В семиотической аппроксимации полученные результаты можно представить так: 1) на этапе 1 конструктивна цель, которая фиксирует семантику или указывает ответ на вопрос «*что?*»; 2) переход к этапу 2 обеспечивает цель, которая акцентирует синтактику или демонстрирует ответ на вопрос «*каким образом?*»; 3) переход к этапу 3 подчинен достижению цели, которая раскрывает прагматику новаций или отвечает на вопросы «*для чего?*», «*почему это надо было делать?*», «*зачем на самом деле это было нужно?*». Рискнем привести пример, иллюстрирующий наш вывод о ключевой роли промежуточного этапа в символизации цели. Девизом коренной реорганизации компании «Toyota» был не рекламный слоган «управляй мечтой», который выразил прагматику асимптотических устремлений и был предъявлен уже после взлета корпорации, а лозунг «точно в срок», что во всей определенности означило синтактику-прогностическую целей в следовании новому пониманию Дао компании [12]. Достижение состояния, соответствующего выражению «точно в срок», привело к тому, что вся компания стала работать как часы, как один механизм, в котором нужно не «больше», не «лучше», а так, как «все», и эти все должны

быть профессионалами высшей пробы и устремлены к общему процветанию. Солидаризация усилий, самосовершенствование каждого человека в компании, трансформация стиля организации и планирования всех этапов производства находились в полной согласованности с предпочтениями и ожиданиями, укорененными в данном культурном контексте.

«Семиотические аттракторы» в процессах управления инновациями. Идея о взаимосвязи проблем управления и проблемы понимания воздействий символизма была достаточно давно высказана А. Н. Уайтхедом: конечная мудрость любого управления состоит в умении организовывать «революции в символизме», потому управление должно сопровождать повышение степени символизации того, что символизируется [13, р. 61–63]. Эта «революция» есть и событие, и условие организации события. Это так, поскольку событие способно вызывать [14, р. 5] когерентную реакцию элементов системы и тем самым обеспечивать самоорганизацию [13, р. 76]. Понятия «когерентность», «самоорганизация», «становление» (становление цели как конечной причины [14, р. 317–320]) еще не были терминами нелинейной динамики. И концепт «все есть событие!», как «крик» [2, с. 17], раздался в интеллектуальной истории всего лишь в третий раз [2, с. 250]. Резонанс данный «крик» нашел в науке, где благодаря И. Р. Пригожину был совершен поворот от познания мира неизменного, или вечного, бытия к миру спонтанных событий [15]. Постигание процессов становления, движимого событиями, стало в XX в. делом и философии и науки. Результатом объединения двух стратегий познания стало понимание того, что в состояниях сильной неустойчивости – в определенных фазовых состояниях – система способна генерировать сценарии своей дальнейшей динамики, и эта генерация в случае восприятия этой же системой одного из возникших вариантов развития является событием. Событием, необратимо разделяющим прошлое и будущее системы, изменяющим темп ее динамики и направление развития. Возникшее новое будущее системы – одно или множественное – также обладает характеристиками события. Вот эти варианты целевых ситуаций, из будущего «притягивающие» движения к ним, называют «аттракторами». Из сказанного можно сделать вывод о совершении, по крайней мере, трех событий, или трех спонтанных переходов из потенциального состояния в актуальное состояние. Это событие генерации новых сценариев динамики; событие рецепции вариантов, фиксируемых по возникающей когерентности действий элементов системы; событие появления новых целей динамики. Когда нашли естественнонаучное обо-

снование представленные в философии А. Н. Уайтхеда «скачки из актуального в потенциальное», чередующие детерминированные процессы с телеологическими процессами, то разгорелась дискуссия об аттракторах [16]. Предметом разногласий была и остается до сих пор степень открытости будущего: у системы есть конечный набор вариантов будущего, что соответствует понятию «структуры-аттрактора» [16], или у системы может быть любое будущее, что отвечает понятию «странный аттрактор» [15]. Содержание этой дискуссии имеет прямое отношение к решению задач инновационного менеджмента, поскольку, по существу, касается обозначения границ для реализации инноваций и трансляций из одной системы в другую позитивного опыта управления новизной.

В данной статье мы склонны выбрать «серединный путь», который основан на вышеприведенных результатах моделирования. Рассмотренные выше состояния 1, 2 и 3 достигаются (по крайней мере, в самоорганизации социокультурных систем) в результате процессов генерации, рецепции и построения оператора для целенаправленных действий, а все эти процессы являются информационными, и каждый из них завершается созданием семиотической формы [3–9]. Состояние 2 аналогично «структуре-аттрактору», а состояния 3 – «странному аттрактору». Концептуальное понимание аттракторов ведет к утверждению власти будущего над настоящим, что требует подчинения прогностических целей, выраженных в «структурах-аттракторах», или асимптотическим целям, которые соответствуют состояниям «странных аттракторов». В социокультурных системах роль асимптотических целей, или «странных аттракторов», играли социальные мечты. Эти мечты обладают мощной притягательной силой, что находит подтверждение в устойчивости путей, пронизывающих историю человечества. Высоких мечтаний, устойчиво подчиняющих себе человеческие устремления, в интеллектуальной истории было создано, или угадано, не так уж много. В некоторых социокультурных системах пути следования к ним вычерчивают доминирующий тренд; в некоторых – подобны пунктирным линиям, обрывающимся и возникающим вновь; в некоторых – замыкаются в круговых траекториях, блуждания по которым выматывают и приводят к угасанию жизнеспособности культуры. Цели-мечты, нашедшие обоснование в моральной философии и вербализованные в ее концептуальном анализе, выполняют назначение «странных аттракторов». И пути, открытые к их достижению, не менее важны вероятности достижения этих целей. Если цель оборачивается утопией, т. е. целью, не совпадающей с аттрактором системы, то внимание к обрывам

или замкнутости вызываемых ею траекторий оставляет шанс превратить утопичную цель в реальную на основе изменения семиотической формы ее выражения. Казалось бы, сказанное нами является пересказом на синергетическом сленге сюжетов социокультурной истории. Несколько нюансов составляют оправдание для обращения к понятиям нелинейной динамики и социокультурным сюжетам при обсуждении проблем управления инновациями. Во-первых, совершение события рождения новизны отнюдь не предоставляет способов для ее реализации, а лишь создает условия для нового возможного будущего и для выбора пути к нему. Во-вторых, выбор пути есть выбор траектории динамики системы, а характер этих траекторий, согласно нелинейной динамике, не оставляет возможности произвольного «перепрыгивания» с одной из них на другую. Сделанный выбор – необратим во времени. Если окажется, что выбранный сценарий не является подходящим, то придется «вернуться» к тому состоянию хаоса, когда системе была дана возможность выбирать. Для управления инновациями эта ошибка фатальна, поскольку сама новация уже потеряет свое качество новизны. Поэтому конструктивно совершать выбор не между способами реализации новизны, а между финальными целями реализации, т. е. между аттракторами. В-третьих, сама природа аттракторов в социокультурных системах является семиотической, поскольку коллективную и когерентную реакцию, устремляющую к реализации новации, способна вызвать лишь символика новизны. Вместе с тем это символическое выражение само должно быть новацией. Но новые асимптотические цели, предъявленные «сегодня», обладают только силой утопии, поэтому «семиотическим аттрактором» способен стать символизм, который ясно выражает порядок действий на «послезавтра» и никогда не вербализирует цели «далекого будущего». Поэтому столь необходимыми являются промежуточные цели, находящиеся на границе прогностического горизонта и соответствующие «структурам-аттракторам». Выработка формулировок для фик-

сации этих целей и есть операторы реализации новизны. Итак, чтобы вызвать асимптотические устремления, обеспечивающие самоорганизацию управляемой системы, и не совершать возвратных движений необходимо соблюсти два условия. Совершить выбор между образцами «моральной чистоты», поскольку каждым из них фиксируется только один «странный аттрактор», и совпасть эти состояния не могут. Отметить путь к выбранному финальному состоянию промежуточными целями, которые выполняют назначение «структур-аттракторов», фиксируя их в семиотических формах, с нарастающей очевидностью и лаконичностью раскрывая прагматику асимптотической цели.

Таким образом, создание «семиотических аттракторов», составляющих условия для оптимального и эффективного управления инновациями, является процессом, не уступающим в своем творческом начале свершению событийного рождения новизны в науке и искусстве. Создание беспрецедентной новизны есть спонтанность. Для такой генерации можно создать условия, но запланировать ее свершение не представляется возможным. Другое дело представляет собой управление новизной, принципы организации которого мы представили в статье. Однако остается риск спонтанности, плохо согласующийся с процессом планирования, входящим в состав менеджмента. Из этого, казалось бы, следует, что мы предлагаем увеличить риски инновационного управления. Но именно организация «семиотических аттракторов» в принципиальной степени снижает риски и оптимизирует управление новизной. Наиболее простой аналогией данного утверждения является уподобление аттрактора направлению потока, «притягивающего» и ускоряющего движение всех, кто оказывается в этом мейнстриме пространства режимов системы. Подобная оптимизация усилий стоит того, чтобы прибегнуть к потенциалам «второй навигации», раскрывающей скрытую от очевидности силу асимптотических целей, на основе постнеклассических открытий во взаимосвязях спонтанности, информационных процессов и семиотической динамики.

Список литературы

1. Апресян Р. Г. Ценностные парадигмы воспитания // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2008. Вып. 1 (75). С. 89–94.
2. Делёз Ж. Лекции о Лейбнице. 1980. 1986/87. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 378 с.
3. Мелик-Гайказян И. В., Мелик-Гайказян М. В. Аттрактивный менеджмент: методологические проблемы теории управления и философское обоснование понятия // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2007. Вып. 11 (74). С. 36–40.
4. Мелик-Гайказян И. В. Измерение мечты по правилу Льюиса Кэрролла // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2011. Вып. 10 (112). С. 202–208.
5. Мелик-Гайказян И. В. Интеллектуальный салон, идея процесса и проблема измерения // Эпистемология и философия науки. 2009. Т. 20. № 2. С. 127–141.
6. Мелик-Гайказян И. В. Воздействие меняющегося мира как информационный процесс // Человек. 2007. № 3. С. 32–43.

7. Мелик-Гайказян И. В. Семиотическая диагностика: способ измерения эгоизма власти // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2013. Вып. 9 (137). С. 255–261
8. Матвеева О. Ю., Мелик-Гайказян И. В. Модель восприятия времени в социокультурных системах // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2008. Вып. 1 (75). С. 63–68.
9. Мелик-Гайказян И. В. Memory-turn: проявленная биоэтикой бренность интеллектуальных традиций // Идеи и идеалы. 2013. Т. 1. № 1. С. 49–63.
10. Чернавский Д. С. Синергетика и информация. М.: Знание, 1990.
11. Евдокимов К. Е., Мелик-Гайказян И. В. Моделирование динамики распространения и конкуренции различных типов информации // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2013. Вып. 11 (139). С. 193–198.
12. Лайкер Дж. Дао Toyota: 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005, 402 с.
13. Whitehead A. N. Symbolism, Its meaning and Effect. N. Y.: The Macmillan Company, 1927. 80 p.
14. Whitehead A. N. Process and Reality. N. Y.: The Macmillan Company, 1929. 546 p.
15. Prigogine I. From Being To Becoming. N. Y.: Freeman, 1980. 272 p.
16. Князева Е. Н., Курдюмов С. П. Синергетика как новое мировидение: диалог с И. Пригожиным // Вопр. философии. 1992. № 12. С. 3–20.

Мелик-Гайказян И. В., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.
E-mail: melik-irina@yandex.ru

Мелик-Гайказян М. В., кандидат экономических наук, доцент.
Национальный исследовательский Томский политехнический университет.
Пр. Ленина, 30, Томск, Россия, 634050.
E-mail: mvmelik@mail.ru

Материал поступил в редакцию 30.03.2015.

I. V. Melik-Gaykazyan, M. V. Melik-Gaykazyan

“SEMIOTIC ATTRACTOR”: CONCEPT FOR SOLVING DILEMMA OF INNOVATIVE MANAGEMENT

Two tasks of innovation management require its methodological solution. Those tasks are effective selection of asymptotical target and management of generation of unexampled innovations. Methodological strategies of solving these tasks can be put as dilemma. Constructive solution of this dilemma is based at “Semiotic Attractor” conception. The concept became a synthesis of the philosophy of process, results of methodological research related to information phenomenon as a process and results of fundamental research of non-linear dynamics and semiotics. The concept expresses conditions of organization of states meeting nature of managed system's attractors. This “Semiotic Attractor” is realized as an occasion – occasion of random selection and occasion of unexampled innovation's generation. Organization of conditions leading to occurrence of similar occasions is relevant to solution of innovations management tasks. Solution was obtained on basis of four interdependent conditions: 1) innovations management is management of targets; 2) phase states of targeted situations set by semiotic means exclusively; 3) information mechanisms of self-organization require intermediary situation to be formed which should be dependent on asymptotical target; 4) verbalization of asymptotical target should represent current intermediate situation. The latter does not mean concealment of final targets but meet requirement for future should be open for the future innovations. Selection of final target is a choice between aspirations of altruism, perfectionism, hedonism or utilitarianism.

Key words: “semiotic attractor”, “revolution in symbolism”, nonlinear dynamics, occasion, characteristics of information, model of semiotic dynamics.

References

1. Apresyan R. G. Tsennostnye paradigmy vospitaniya [Paradigms of value in education]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2008, no. 1 (75), pp. 89–94 (in Russian).
2. Deleuze G. Leibniz. 1980. 1986/87. Moscow, AdMarginem, 2015, 378 p. (Russ. ed.: Delez Zh. *Lektsii o Leybnitse. 1980. 1986/87. Moscow, AdMarginem Publ.*)
3. Melik-Gaykazyan I. V., Melik-Gaykazyan M. V. Attraktivnyy menedzhment: metodologicheskie problemy teorii upravleniya i filosofskoe obosnovanie ponyatiya [Attractive management: methodological problems of management theories and concepts of philosophical justification]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2007, no. 11 (74), pp. 36–40 (in Russian).
4. Melik-Gaykazyan I. V. Izmerenie mechty po pravilu L'yuisa Kerrolla [Measurement of a Dream to Lewis Carroll's Rule]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2011, no. 10 (112), pp. 202–208 (in Russian).

5. Melik-Gaykazyan I. V. Intellekтуал'nyy salon, ideya protsessа i problema izmereniya [Intelligent interior, the idea of the process and the measurement problem]. *Epistemologiya i filosofiya nauki – Epistemology & Philosophy of Science*, 2009, v. 20, no. 2, pp. 127–141 (in Russian).
6. Melik-Gaykazyan I. V. Vozdeystvie menyayushchegosya mira kak informatsionnyy protsess [Impact of a changing world as an information process]. *Chelovek – Human*, 2007, no. 3, pp. 32–43 (in Russian).
7. Melik-Gaykazyan I. V. Semioticheskaya diagnostika: sposob izmereniya egoizma vlasti [Semiotic diagnostics: Method of measuring the Selfishness of Power]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2013, no. 9 (137), pp. 255–261 (in Russian).
8. Matveeva O. Yu., Melik-Gaykazyan I. V. Model' vospriyatiya vremeni v sotsiokul'turnykh sistemakh [Model of time perception in sociocultural systems]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2008, no. 1 (75), pp. 63–68 (in Russian).
9. Melik-Gaykazyan I. V. Memori-turn: proyavlenaya bioetikoy brennost' intellektualnykh traditsiy [Memory-turn: manifested by bioethics the frailty of intellectual traditions]. *Idei i idealy – Ideas and Ideals*, 2013, vol. 1, no. 1, pp. 49–63 (in Russian).
10. Chernavski D. S. *Sinergetika i informatsiya* [Synergetics and Information]. Moscow, Znanie Publ., 1990 (in Russian).
11. Evdokimov K. E., Melik-Gaykazyan E. V. Modelirovanie dinamiki rasprostraneniya i konkurentsii razlichnykh tipov informatsii [Modeling of distribution and competition dynamics of different information types]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2013, no. 11 (139), pp. 193–198. (in Russian).
12. Liker J. K. *The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer*. N-Y, McGraw-Hill, 2004, 330 p. (Russ. ed.: Layker Dzh. K. *Dao Toyota: 14 printsipov menedzhmenta vedushchey kompanii mira*. Moscow, Al'pina Biznes Buks, 2005, 402 p.)
13. Whitehead A. N. *Symbolism, Its meaning and Effect*. N. Y.: The Macmillan Company, 1927. 80 p.
14. Whitehead A. N. *Process and Reality*. N. Y.: The Macmillan Company, 1929. 546 p.
15. Prigogine I. *From Being To Becoming*. N. Y.: Freeman, 1980. 272 p.
16. Knyazeva H. N., Kurdyumov S. P. Sinergetika kak novoe mirovidenie: dialog s I. Prigozhinym [Synergetics as a new vision of the world: a dialogue with I. Prigogine]. *Voprosy filosofii – Problems of Philosophy*, 1992, no. 12, pp. 3–20 (in Russian).

Melik-Gaykazyan I. V.
Tomsk State Pedagogical University.
Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.
E-mail: melik-irina@yandex.ru

Melik-Gaykazyan M. V.
National Research Tomsk Polytechnic University.
Pr. Lenina, 30, Tomsk, Russia, 634050.
E-mail: mvmelik@mail.ru