

Сергей Корнеев

Символическое управление

Настоящая статья посвящена, с одной стороны, очень известным и вполне понятным вещам: флагам, гербам, логотипам, униформе, атрибутике, гимнам и т.п., а в том числе, их появлению и отсутствию. С другой стороны, большинство коллег вряд ли серьезно задумывались над глубинным смыслом существования и удивительной выживаемостью данных явлений на протяжении всех эпох исторического развития человеческого общества. Ну а их связь и значение в современном бизнесе, экономике и политике, как «концентрированном выражении экономики», вообще, по-видимому, до сих пор остается «за кадром». Место таких сложно осязаемых сущностей как знаки, символы, мифы, выражаемые языками в современной практике управления и является предметом настоящего рассмотрения. Рассуждения на эту тему будут опираться на математическое определение интеллекта.

Настоящая статья не может рассматриваться как строго научная. С одной стороны, предмет рассмотрения является сложно определяемым. С другой стороны, попытка представить настоящее изложение в более строгой научной форме резко ограничивает потенциальную аудиторию до специалистов гуманитарного профиля, а автору хотелось, прежде всего, адресоваться к менеджерам, среди которых, как минимум, половина технических специалистов.

Генезис

Конец прошедшего века в области организации управления в основном прошел под знаком развития компьютерных систем информационного обеспечения как деятельности бизнеса, так и государственного управления.

В бизнесе это выразилось в развитии прежде всего прикладных систем классов: MRP (Material Requirement Planning – «Планирование потребности в материалах»), MRPII (Manufacturing Resource Planning – «Планирование ресурсов производства»), ERP & ERP II (Enterprise Resource Planning – «Планирование ресурсов предприятий»), SCM (Supply Chain Management – «Управление цепочками поставок»), CRM (Customer Relationship Management – «Управление взаимоотношениями с клиентами»), SRM (Suppliers Relationship Management – «Управление взаимоотношениями с поставщиками»), e-Commerce («Электронная коммерция»), PM (Project Management – «Управление проектами»), CAD (Computer Aided Design – «Системы автоматизированного проектирования»), BI & DSS (Business Intelligence & Decision Support Systems – «Системы бизнес интеллекта» и Системы поддержки принятия решений).

Данные информационные прикладные системы развивались преимущественно на основе стандартов APICS (изначально American Production and Inventory Control Society – «Американское общество управления производством и запасами», а сейчас - Association for Operations Management – «Ассоциация управления операциями», основано в 1957 году). В последние два десятилетия на развитие систем большое влияние оказали концепции: Balance Score Cards & Key Performance Indicators («Сбалансированные показатели деятельности» и «Ключевые индикаторы деятельности») и Business Process Re-engineering («Бизнес-процессная организация управления»).

В области государственного управления основной концепцией, положенной в основу информационных систем стало e-Government («Электронное правительство»).

«Гигантская волна» генерации концепций, создания и развертывания вышеперечисленных систем к началу новой декады нового века со всей очевидностью «выдохлась». Это, в частности, выразилось в том, что после десятков больших и малых поглощений на рынке осталось лишь три основных игрока, что характерно для зрелых рынков, бурное развитие которых уже позади. Среди этих основных игроков: SAP, ORACLE, Microsoft (в лице MBS).

Таким образом, рынок прикладных систем перешел в спокойную и респектабельную «среднюю» пору, всех наиболее привлекательных клиентов разобрали и надолго, идет борьба за «передовиков» среднего бизнеса. Ситуация напоминает рынок гражданской авиации – в «прайм-сегменте» два игрока: Boeing и AIRBUS.

В принципе, ничего удивительного в таком положении нет: на глобальном рынке во всех сегментах останется не более 2-3 основных игроков и те, наверное, «обменяются пакетами акций».

В смысле инновативности и железнодорожники, и пилоты, и космонавты когда-то были в центре общественного внимания, но сегодня «пальма первенства» явно перешла к генетикам.

На постсоветской территории к большим S, O и M можно добавить еще одну большую «1С». И это тоже надолго.

Так как технологическое развитие в большинстве отраслей, очевидно, замедлилось, то, условно говоря, в настоящее время компании производят в принципе одно и то же и одними и теми же способами. Стандартизация менеджмента, которая достигается внедрением «стандартных» прикладных систем с помощью «стандартных» консультантов по развитию бизнеса и программных приложений, нивелирует существовавшие прежде преимущества в области организации управления. Как представляется автору, с настоящего периода приоритет в развитии систем управления, имея в виду целостный «человеко-машинный комплекс», будет смещаться в область «субъективного», т.е. в сферу организации управления и подготовки кадров. Некоторым аспектам данной «субъективной» сферы и посвящена настоящая статья.

Речь далее пойдет о вещах, близких к понятиям «брендинг», «имидж-мейкинг», но более общих, т.е. речь пойдет о **знаках, символах и мифах** в современном бизнесе и политике.

Бренд и *Имидж* как экономические категории показали себя значительно более эффективными, чем собственно технологическое преимущество. Если нормальная компания в «нормальном» бизнесе имеет, например, чистый доход порядка 15% и это очень хорошо, то *бренд* и *имидж* могут дать ей дополнительно до 30%. Бренд и имидж, безусловно тоже чего-то стоят, но «сначала ты работаешь на зачетку, а потом зачетка работает на тебя».

Трудно переоценить слоган, например, компании IBM: „Еще никого не уволили за покупку компьютера IBM”. Когда IBM полностью прекратит производство компьютеров, а это время уже недалеко, то умение компании создавать гудвилл, по-видимому, не даст ей пропасть.

Говоря о брендинге, можно вспомнить о том, что слова «Coca Cola» «стоят» несколько миллиардов долларов.

Когда-то в присутствии автора вице-президенту компании VISA задали некоторый технический вопрос. На этот вопрос высокопоставленный гость ответил «по-одесски» другим вопросом. Он спросил: «А как Вы думаете, чем я занимаюсь и за что отвечаю?» - После риторической паузы он пояснил: «Вся моя ответственность лежит в продаже как можно дороже только четырех букв: «V», «I», «S» и «A». Технические вопросы адресуйте, пожалуйста, нашим инженерам.

Человек не робот. Данное утверждение сейчас уже может рассматриваться как спорное при масштабах манипуляции общественным мнением в современном мире. Но тем не менее, большинство людей склонны стремиться не только к удовлетворению материальных потребностей, но и к социальному признанию и моральному удовлетворению, что сохраняет большинство людей в относительно независимом самосознании. Люди хотят гордиться своим государством, своей компанией. Эти «гордости» являются, прежде всего, следствием того уровня материальной и социальной безопасности, которые государство и компания предоставляют человеку, а также уровнем социального признания в окружающем обществе и социальных группах. Позитивный

уровень данной гордости, как некоторую функцию, будем условно называть «Хорошо». «Хорошо» может быть больше или меньше, она может принимать негативные значения.

Постулаты «символического управления».

Введем несколько довольно сложных определений, хоть их формулировки и немногословны. Доказать их трудно, может быть невозможно, поэтому примем в данной статье приведенные утверждения в качестве постулатов. Если кто-то не сможет их принять, то все равно есть надежда, что дальнейшее изложение, по крайней мере, частично все равно будет представлять интерес в части анализа конкретных примеров.

Автор приводит ниже следующие постулаты в первой части статьи для того, чтобы они 1) «не потерялись» и 2) для тех, кто разделяет точку зрения автора или может допустить приведенный взгляд на вещи, изложение с самого начала рассматривалось с точки зрения представленных правил, которые автору представляются вполне доказательными.

Базовые информационные постулаты существования «живых» объектов:

1. Необходимые условия существования «живого» объекта («необходимые» – в математическом смысле):

- наличие осознанной (идентифицированной) границы;
- наличие на множестве внутри границы («организме») некоторой целевой функции, которая определяет состояние «хорошо».

Функция «хорошо» для живого организма – это как минимум гомеостаз. Но не только, учитывая, например, фактор «счастья», творческой удовлетворенности и т.п.

Достаточность существования «живого» объекта автор сформулировать не берется.

2. *Потребность «живого» объекта в потреблении информации определена на генетическом уровне наравне с потребностью в безопасности, пище и продолжении рода. Потребление информации развивает интеллект индивидуума.*

Некоторые следствия:

1) «Интеллект» и «инстинкт самосохранения» представляют тавтологию, т.е. на самом деле являются тождественными понятиями, но только в случае, если имеется в виду *индивидуальный интеллект*.

Дополнительно к *индивидуальному интеллекту* вводятся понятия: *интеллект социума* и *интеллект ноосферы*.

Под *интеллектом ноосферы* будем понимать *интеллект* или *инстинкт самосохранения* всего живого на Земле, ну а прежде всего и, в основном, конечно, рассмотрение будет касаться *человечества*.

Под *интеллектом социума* будем понимать интеллект *любой устойчивой группы людей*.

2) Человеческое общество частично занимается информационным «самоудовлетворением», т.е. довольно большая доля информации абсолютно неконструктивна и формируется ТОЛЬКО для удовлетворения потребности в самой информации. Это объясняет такие феномены, как: мода (ее постоянное изменение, что избыточно и бесполезно в материальном смысле), подарки (как социальный феномен – подарок неожиданен и поэтому информативен – это объясняет то, почему «хороший» подарок – это прежде всего неожиданный подарок!), компьютерные игры, «перестановка мебели», туризм, вандализм, и др.

Следует также отметить то, что без волевого усилия, определяемого наличием культуры, предпочтение отдается тем способам потребления информации, которые минимизируют расход энергии. Так в случае, например, парковой лавочки предпочтение минимизации затрат энергии приведет, скорее, к тому, что ее сломают, чем к тому, что ее

сделают – величина информации в обоих случаях одна и та же, но вандализм энергетически «дешевле» созидания. Созидание стимулируется или материальным поощрением или позитивным мировоззрением. По той же причине для большинства *телевидение* предпочтительнее *чтения* – информации больше, приведенные затраты энергии на *единицу информации* у телевидения намного меньше.

Компьютерные игры вообще практически идеальны по минимизации энергии, приведенной к количеству генерируемой информации. «Перехлестнет» компьютерные игры, наверное, только прямая генерация информации в мозгу, что собственно и делают наркотики.

Возможная новая утопия – это то, что через определенный отрезок времени 100-200 лет основной привилегией человека будет возможность передвижения. Причем не способность, а именно возможность. Причиной будет высокая стоимость энергии. А возможность оплаты энергетических ресурсов при их абсолютном перспективном дефиците – это не решение проблемы: деньги никак не нефть, и не руда. Большинство населения будет обездвижено, но не насильственным, а вполне добровольным и комфортным образом: будут играть в игры, конечно, намного более совершенные и, наверное, вполне виртуально реальные. Как в «Матрице», где сказанное очень талантливо проиллюстрировали, но только довольно однобоко.

Если кто-то не очень понял вышеизложенное, то автор советует ознакомиться с *математическим понятием информации*, как “plogp”, и *формальной логикой*. Можно просто проигнорировать приведенные «постулаты» и читать дальше. Дальше будет, если не проще, то понятнее.

Форма как знак и символ

Чтобы не потерять окончательно читателя, продолжим с другого, более эмоционально интригующего «конца».

Как вы думаете:

1) Офицеры КГБ СССР, кроме подразделений охраны объектов, не носили военную форму только по причине секретности принадлежности в службе? (Данный порядок ношения штатской одежды присущ всем политическим разведкам).

2) Почему в отличие от офицеров политических разведок офицеры военных разведок в большинстве носят военную форму, но разных родов войск (также общий порядок).

3) Почему армии всегда в униформе?

Понять сложившийся порядок «одевания» военных и специальных служб можно на основе первого информационного постулата «о границе» - униформа создает «границу» социального объекта «Армия». Но не только. Отсутствие внешних отличий, а также унификация поведения ведет к значительному ограничению объема информации, потребляемой в армии в мирное время. Это ограничение дает большой положительный стимул тогда, когда военный попадает в зону боевых действий – поток информации сразу становится огромным: «информационный голод» сменяется «информационным избытком». Становится «Хорошо»!

Ограничение информации в армии в мирное время приводит к угнетению *индивидуального интеллекта* и соответственно *инстинкта самосохранения*. Вообще человек с высоким интеллектом, безусловно, сделает все, чтобы находиться как можно дальше от того места, «где есть место подвигу».

Одновременно со снижением *индивидуального интеллекта*, – ну кто же тогда пойдет в атаку?! - армия делает все возможное, чтобы стимулировать *социальный интеллект* подразделений: отделения, взвода, роты, полка, дивизии, армии, фронта. Важно, чтобы подразделение вело себя как *единый организм*. Почему основная задача специального подразделения заключается не в высоких результатах по индивидуальной стрельбе или «пяткой по затылку»? Самое главное для специального подразделения – это

собраться после выброски. Спецгруппа в 11 человек является самостоятельным организмом и потеря любого «органа» до начала выполнения операции – это уже угроза провала задания. Армейская группа должна вести себя как единый организм и бороться за свое выживание как группы, жертвуя при необходимости некоторыми «органами». Но при этом надо, чтобы «органы», если и не следовали по пути самоуничтожения, то, по крайней мере, активно не сопротивлялись самопожертвованию в необходимых ситуациях. А последнего можно достигнуть только снижая *индивидуальный интеллект = инстинкт самосохранения*, а следовательно унифицировать *форму* и *поведение*, понизить объем информации, потребляемой в мирное время, и создать «информационный голод», чтобы повысить интерес выезжать в «горячие точки», где информации намного больше и этот «голод» можно удовлетворить сполна. Конечно, к этому надо добавить *воинскую честь*, о которой в основном много говорят те, кто, как правило, собственной не имеет.

Что же происходит в политических спецслужбах? – Требования к индивидуальному интеллекту там высоки. Поэтому униформа недопустима. Ее носит только охрана. Остальные *в штатском и как угодно*. *Поведение* также не может быть унифицировано - *информация* должна свободно генерироваться и потребляться. Также поэтому поставляется повышенный объем информации для обучения, изучения и анализа – этот объем значительно превышает собственно «служебные» потребности - информационного голода не должно быть. Как и никакого другого голода. Но как же тогда с «границей»? Граница социальной группы «спецслужба» должна быть обозначена. А границу составляют: удостоверение, значок, и китель, который иногда есть, хотя и постоянно висит в шкафу. Но не только, но и не это главное. Границу составляет не ЗНАК, СИМВОЛ службы. А *символ* «в головах», поэтому всегда при себе!

Дополнительные определения (по Лосеву А.Ф. «Знак, символ, миф», Труды по языкознанию, Издательство Московского университета 1982):

Аксиома символа. Всякий *знак* может иметь бесконечное количество значений, т. е. быть *символом*.

Аксиом *знаков* при строгом подходе более 20, поэтому, чтобы не перегружать изложение будем ориентироваться на интуитивное понимание *знаков*, которые могут представляться далеко не только языковыми или словесными конструкциями, в общем случае знаком может быть и мелодия, и световой эффект и т.п. Но не каждая мелодия, называемая *гимном* превратится в *символ*.

Высокий *индивидуальный интеллект* и соответственно *инстинкт самосохранения* даже при высоком внешнем контроле деятельности и постоянных проверках приводит к тому, что запустить «программу на самоуничтожение» или на предельный риск у сотрудников политических спецслужб очень трудно. Поэтому много невозвращенцев. поэтому многие стали миллионерами ..., и даже «турецко-подданными» ..., и даже выжили ... Хотя дело, безусловно, не только в *форме*, но и в *отборе*, не только в *отборе*, но в *обучении*, не только в *обучении*, но и в ... *форме*.

Ношение штатской одежды, кстати, в очень малой степени отвечает требованию сохранения секретности принадлежности к службе. И военная форма сама по себе ничего в этом смысле не раскрывает. Пример – военная разведка, где все сотрудники центрального аппарата носят военную форму. Дело в том, что сфотографировать скрытым образом сотрудников, выходящих из зданий спецслужб можно как в штатской, так и в военной форме. Поэтому штатская форма политических спецслужб – это условие не ограничивать информацию вокруг сотрудника и не унифицировать его поведение, стимулируя его *индивидуальный интеллект*. Соответствующее возрастание при этом *инстинкта самосохранения* в основном является позитивным явлением – например,

желательно, чтобы нелегал выживал – хотя бы потому, что он достаточно дорог, если посчитать все затраты: обучение, внедрение и т.д.

Военная разведка занимает промежуточное положение: и *интеллект* нужен немалый, но и не предельно высокий, т.к. обстоятельства деятельности военного разведчика в большей степени предполагают самопожертвование, т.е. должен быть высокий *социальный интеллект*. Поэтому *граница* должна быть более четко обозначена – поэтому военная разведка носит военную униформу. Но и *индивидуальный интеллект* нужен – поэтому форма может быть любого рода войск, порядок деятельности и поведения практически не унифицирован, поставляется большой объем информации для ознакомления и анализа и т.п.

Похожий порядок и в милиции, которая в зависимости от рода подразделения тяготеет по правилам униформы и поведения либо к армии (в случае с охраной и ГАИ), либо к политическим спецслужбам (в случае уголовного розыска – там *индивидуальный интеллект* нужен, поэтому можно и нужно ходить в штатском по собственному выбору).

Почему мы уделили столько внимания *униформе* и отношению к ней различных силовых служб. Прежде всего, потому, что в силовых структурах проявление представленных нами информационных постулатов наиболее явно используется и прослеживается.

Представляется, что теперь «перекинуть мостик» от «армий» к современному бизнесу даже неискушенному в кибернетике читателю уже нетрудно.

Например, «МакДональдс»:

- на нижнем уровне - полная унификация *формы и поведения*;
- на среднем – унификация *формы*, но не всего *поведения* – все-таки немного, но надо думать, поэтому надо стимулировать *индивидуальный интеллект*;
- на верхнем уровне управления предприятиями «МакДональдса» - унификация минимальна, да и бизнес этот на уровне торговых предприятий независимый и частный - на основе покупки франшиз у собственно компании «МакДональдс».

Банки:

- на нижнем уровне - полная или частичная унификация формы и поведения, особенно в «серьезных» банках;
- на среднем уровне – частичные ограничения формы и поведения;
- на высшем уровне - достаточная свобода формы, при некоторых ограничениях на поведение (в виде рабочего графика и обязательного документооборота и субординации).

Любая телекоммуникационная транснациональная компания, например, имеет униформу только для сотрудников нижнего звена – как правило, в нее одет ремонтный эксплуатационный персонал – с кепками-бейсболками, эмблемами, значками и т.п. Также на этом уровне достаточно унифицировано поведение. Чем выше должность, тем меньше ограничения на форму, но тут тоже явное деление. Например, что такое программист в смысле внешнего вида? – По форме программист - это «что-то» в длинном растянутом свитере, сомнительные в смысле формы брюки, не знавшие никогда утюга, кроссовки, рюкзак, иногда «косичка» и т.п.. Причем одеть программиста в черный костюм и белую рубашку с галстуком, – это получить немедленно чиновника-функционера, который может разве что, копировать на компьютере программы по инструкции - инновативность такого типажа будет равна нулю. Поэтому программисты вынужденно, по необходимости везде одинаковы и по форме и по поведению: что в подвале «компьютерной фирмы», что в транснациональной корпорации.

То же с экспертами. Раз эксперт – значит свитер и рюкзак с кроссовками. Если менеджер, то костюм, рубашка и если не галстук, то часы. Если от работника требуется точное исполнение, значит жесткий регламент, контроль временной точности появления на работе, униформа любого рода или *dress-code*. Если от работника ожидают творчества, то ему надо предоставить свободу в одежде, времени, состоянии рабочего места, но

должны действовать ограничения в виде потребляемой информации – если ее поставляют компьютерные игры или интернет сомнительного свойства, то потребность в созидании с большими энергетическими затратами резко понизится. Заставить творить по приказу, конечно, невозможно. То же, например, с дизайнерами: представьте себе дизайнера в глаженных брюках! Он сможет рисовать разве что «прямую» и то по линейке! Или представьте себе стол дизайнера, организованный по типу стола банковского служащего нижнего звена, например, операциониста.

Какие из этого можно сделать выводы? – Зоны «творчества» и операционного исполнения должны быть территориально разделены и внешне организованы совершенно по-разному. Например, даже в программных подразделениях *отдел тестирования* не может выглядеть внешне так же, как *отдел программистов-разработчиков*. Это небольшое, но очень важное положение отслеживается только в «серьезных» организациях. А его полезно взять на вооружение и среднему бизнесу.

Если говорить о подразделении тестирования, то и женщин в нем, конечно, должно быть значительно больше. Но это уже из несколько другой категории.

Введем по случаю такой новый *информационный постулат 3: мужчины нуждаются в потреблении информации в большей степени, чем женщины.*

И это несмотря на типичную б'ольшую говорливость женщин и их страсть к моде во всех проявлениях (*моде* в смысле *информационного феномена*). Например, как говорит моя супруга, что она ходит в магазины, в основном, не для того, чтобы делать покупки! В магазинах, в журналах, друг у друга женщины питаются *информацией*. *Информация* для женщин должна быть ближе к жизни и, в принципе, прагматичнее.

Но мужчинам при их повышенной потребности в информации жизненных потребностей мало – круг информационной тематики должен быть намного шире – от созвездия Лебеда до сил взаимодействия элементарных частиц.

В недавнем прошлом кроме «горячих точек» мужчин удовлетворяла оборонная промышленность и наука. Вот где был масштаб задач, не ограниченный никакой прагматикой и здравым смыслом!

В наше время нет армии – ну в десять раз сократилась. Есть правда милиция, но там контактный контингент ... Нет оборонной промышленности и военной науки, да и вообще приборостроения и машиностроения нет, да и вообще науки на нашей и сопредельных территориях нет. Это серьезнейшим образом деморализовало мужчин, причем настоящих мужчин, без всяких скидок – ну скучно и неинтересно заниматься жизненными проблемами – мало информации! Многие деморализовались и поспивались, многие потеряли интерес к деятельности, кто-то приспособился. При этом все больше и больше становится женщин в руководстве: предприятий, политических партий и парламентских фракций, подразделений – это следствие того, что женщина намного менее нуждается в потреблении информации – она даже может часами вязать!

Целевая функция

Несколько слов о целевой функции «хорошо» в индивидуальном интеллекте. Автор сформировал гипотезу о границе, когда в него появился первый сын. На втором сыне гипотеза проверялась. По наблюдению автора ребенок становится интеллектуальным где-то месяца в два-два с половиной. К этому времени ребенок «достает» до пальцев ног и определяет то, что дальше ничего нет, т.е. завершает формирование границы. Начинается же формирование «границы» с момента рождения. В первые недели после рождения мы в целях безопасности пеленаем ребенку руки, чтобы он не выколол себе глаза и имеем на это основания – ребенок после рождения не знает то, что глаза принадлежат ему. Он тянется руками к переносице и постепенно его исследование себя ощупыванием уходят от лица далее и ниже и руки можно уже не пеленать. Когда ребенок доходит до пальцев ног и дальше осязает только пустоту – все он уже практически интеллектуален. С этого момента для ребенка важно, чтобы внутри

границы все было «хорошо», а за пределами границы ему все безразлично. Если в качестве анекдота и без обид – это как хохол в своем огороде: «в своем огороде важно все, а за забором – хоть трава не расти!» У русских наоборот: «огород подождет – как там в «чили»?!» Хотя у русских так было далеко не всегда и окончательно индивидуальный интеллект выбили где-то к концу 60-х годов «после хрущева в раннем брежневце». В «каждой шутке есть доля шутки» - мы еще вернемся к тому, что в Украине низок интеллект социальный и соответственно низок социальный инстинкт самосохранения – поэтому Украиной кто только не заправляет и, в общем, кто только не мешает Украине осознать свою «границу». Кстати граница Украины в государственном смысле, например, с Россией до сих пор не делимитирована.

В России же целенаправленно очень развит социальный интеллект, т.к. в СССР практически всю его историю так собирались осуществлять мировую революцию с помощью «красных штыков». Но «подъем» социального интеллекта, в том числе через лишение индивидуального хозяйства и нарушение преемственности оседлости, неизбежно привел к развалу индивидуального интеллекта в массе и, вследствие этого, к развалу деревни, пьянству, социальным проблемам.

Целевая же функция «хорошо» в индивидуальном интеллекте реализовывается в точном соответствии с тостами, которые, например, произносят имениннику на день рождения: здоровья! (это, конечно, прежде всего). Денег мешок! (если именинник постарше). Чтобы девушки любили! (Если именинник помоложе, то этот тост пойдет до денег). За друзей! (Этот может быть вторым в очереди), и т.д. Целевая функция также реализуется наградами, премиями, в том числе ленинскими и государственными, положительными отзывами на публикации, аплодисментами, да и если по голове погладят – то это тоже приятно.

Интеллект социальный

Рассмотрим теперь аспекты социального или группового интеллекта. К настоящему времени уже сформировались количественные оценки возникновения группового интеллекта. Так посчитано, например, с какого количества при уменьшении рой пчел перестает быть роем, т.е. сложно организованной группой, и погибает. То же анализировали с муравьями, термитами. Для одного вида насекомых данное «интеллектуальное количество» очень устойчиво.

Все, наверное, наблюдали когда-нибудь за стаями ворон осенью, когда вороны, достаточно индивидуалистические птицы, собираются в стаи, насчитывающие тысячи, а иногда и десятки тысяч особей. Стая не имеет вожака – она слишком велика для доступного воронам способа коммуникации, - но ее поведение очень напоминает действия целостного организма: она имеет явно выраженную границу, она куда-то летит, где-то координировано садится, в какой-то момент взлетает.

Люди в большой толпе также часто ведут себя так, как никогда бы не повели, находясь в одиночестве или в малой группе. Самая отработанная манипуляция людьми – это проведение политических митингов: цель может быть разной, но митинги, которые считаются эффективными, как две капли воды похожи друг на друга вне зависимости от темы и основных действующих лиц.

Граница в социальном интеллекте задается прежде всего *унифицированным поведением и формой*. Целевая функция – это для социального интеллекта разнообразные «победы»: «аустерлиц», «майdan» и т.п., а также состояние безопасности в данной социальной группе.

Если индивидуальный интеллект выше при увеличении свободы в выборе формы и поведения, то социальный интеллект выше при росте количества членов социальной группы при условии, конечно, что она имеет идентифицированную границу. Например, совершенно очевиден в последнее время процесс укрупнения крупнейших корпораций. И

это при том, что также совершенно очевидно: с ростом объема бизнеса приведенные к одному работнику экономические показатели эффективности работы падают. Эффективное управление сверхбольшими корпорациями стало возможным благодаря современным информационным технологиям. Но возможно существует и дополнительный синергетический эффект от роста «стаи», который в настоящее время недооценивался.

Социальный интеллект требует унифицированного поведения участников – это и создает границу. Если, например, в МакДональдс работники и менеджеры среднего звена управления начнут изобретать, то франшизе и бизнесу придет конец. В автомобильной промышленности, да и любой другой, «изобретают» от силы несколько процентов от занятых и вовлеченных. Остальные должны следовать жесткому регламенту поведения. Эта «реалистичность» присуща уже и такой, казалось недавно, творческой области как сбыт и маркетинг. Данная сфера деятельности эффективна сегодня только тогда, когда довольно большая группа людей осуществляет регулярные повторяющиеся действия по маркетингу и сбыту. Алгоритм этих действий разработан умными и профессиональными людьми – эдакими «яйцеголовыми» в свитерах и кроссовках. Но те, кто эти действия осуществляет редко до конца понимают целостный механизм и должны быть одеты в униформу, например в виде черного костюма, белой рубашки и галстука или каких-то вариаций. Но граница данной социальной группы должна быть четко обозначена. Их действия должны быть запрограммированы. А в смысле программы для такого «функционера» достижение каждого индивидуального результата эмоционально не важно – надо идти, надо «просеивать» клиентов. Именно просеивать, а не убеждать.

Яркий пример таких «групп по продаже и продвижению» – «сетевой маркетинг». К этой же сфере можно отнести деятельность американских религиозных волонтеров – молодых людей, которые «вербуют» паству в различные нетрадиционные религиозные течения, например, мормонов: форма, беспристрастность по поводу конкретного результата, поддержание постоянного движения, повторяющиеся акты контактов с потенциальными клиентами (тьфу, чуть не написал с «жертвами»!).

Индивидуальный интеллект также имеет некоторое социальное продолжение в виде круга наших близких и знакомых. Как писал Ганс Селье в своей знаменитой работе «Стресс и дистресс»: «Увеличивайте количество любви вокруг себя». Суть предложения – отодвигайте «собственную социальную границу» как можно дальше – это «отодвинет» от вас рубеж возможных конфликтов и повысит «запас прочности» при их возникновении.

Политика.

Политика – это «концентрированное выражение экономики». Аполитичность – тоже политика, как правило, навязанная. Поговорим немного о том, как выглядит Украина с предложенной точки зрения.

В Украине существует как минимум три территориально представленных общественных «кластера»: «Левобережье-Центр-Восток-Юг» (без Крыма); «Правобережье-Запад», Крым.

Крымская общность сформирована в большой мере искусственно вследствие выселения с полуострова в конце войны 250 тыс. татар. Городское, а значит активное население – русские и татары. В сельской местности ранее преобладали украинцы, сейчас растет доля татар. «Обозначить» границу данной общности с помощью государственной символики Украины невозможно, т.к. флаг, гимн, герб Украины на этой территории в большинстве не поддерживаются. Переоценивать поддержку центральной власти в Украине татарами не стоит, т.к. это только их заинтересованность в поддержке в борьбе с бюрократически-криминальными группировками в Крыму за землю. Украинская общность малочисленна и разрозненна. То же и с религиозными предпочтениями – как в Украине в целом, так и в Крыму церковь не является фактором объединения, она также фрагментарна, как и социальные группы.

Исходя из этого, представляется очевидным, что единственный знак, который мог бы претендовать на роль символа «объединения» Крыма в социальную общность «Украинский народ» есть «Акт собственности на землю». Присутствие на Акте малого герба Украины соответственно поднимет статус этого знака в Крыму и увеличит его позиции в приобретении права на символ на этой территории.

Наличие Актов собственности на землю определяет такое понятие как «сосед». А от *soceda* на Луну не улетишь. А «худой мир лучше доброй ссоры», и т.п. А драться и воевать можно только с «чужими» - с которыми «детей не крестить». А «чужие» - это те, кто рядом с тобой жить не будут – это те, у кого Актов нет!

Общность «Правобережье-Запад». Тоже неоднородное образование. На самом западе венгры, поляки, румыны. Прикарпатье с памятью *сечевых стрельцов* и славой «Героев Украины», которые не признаются в массе в центральных и восточных регионах. Церковь на этот регион также не объединительная сила – храмы продолжают «делиться». В данном регионе знаком является *украинский язык*, т.к. на нем на данной территории говорит явное большинство, а знают все. Консолидация данной общности – это работа над приданием статуса символа знаку «украинский язык», на фоне очень бережного отношения ко всем языкам, обеспечения их развития и отдания приоритета символу «язык» вообще, как одному из основополагающих символов человечества. В данном регионе надо организовывать языковые праздники и фестивали, причем желательно международные и многоязычные – украинский язык сам там проявится по статистическому признаку присутствия.

Позже мы более детально поговорим о *казачестве* как *знаке* и *символе*, но сейчас в связи с обсуждением вопроса о социальной общности «Правобережье-Запад» выскажем мнение о том, что на данной территории понятия «казачество», «украинское казачество» не «работают».

Что такое исторически «украинское казачество» не знает никто. «Украинское казачество» возникло только в последние годы в основном в виде туристического сервиса на о. Хортица и в более ли менее представительском виде в Киеве и ряде центральных областных центров.

На большей части территории «Правобережье-Запад» казаки ассоциировались с грабителями, именно не захватчиками, а грабителями, т.к. ничего никогда серьезно удерживать не пытались – *набег* был основным понятием того, что происходило в средние века в военной сфере, связанной с казаками, размещенными на Днепре. Часто набег казаки проводили в союзе с татарами – тоже некоторый сомнительный, но, тем не менее, объединительный символ. Так что казачество для территории «Правобережье-Запад» и не поведение, и не униформа, а значит и не знак, и не «граница».

В связи с казачеством сразу можно сказать несколько слов по территории «Левобережье-Центр-Восток-Юг». Для этого региона казачество тоже не *знак* для формирования *границы* социальной общности. Почему не знак? Да потому, что знак должен дифференцировать, он должен выделять что-то на фоне чего-то. А так он объединяет, объединяет потому, что казачество это: Дон, Кубань, Терек и для Донецкой, Луганской и Ростовской областей соответствующие казацкие войска намного ближе и территориально и исторически во времени, чем Запорожская Сечь. Кстати казачьих войск в царской России было 14. И все из них находились на территории нынешней России после разгрома Сечи Екатериной и до передачи России Таганрога в «сделке по Крыму», которая должна была увести Крым от кредиторов. Наличие таких общих «казацких» мотивов с Россией, наверное, принципиально неплохо, но мы пока озабочены тем, как объединиться сначала самим. К ленинской паранойе типа «прежде, чем объединяться, надо жестко и решительно размежеваться» возвращаться как-то не хочется.

Казачья тема сегодня в основном эксплуатируется чиновниками и бизнесменами средней руки в Киеве. Киевское сообщество одно время даже было побратимами Запорожской Сечи. И отряд запорожских казаков даже однажды утопил бургомистра

Киева в р. Почайне по просьбе киевских побратимов, которых одолевали городскими непомерными поборами – то же вполне современный исторический опыт! Нам бы сейчас таких побратимов! Но «боевой» дух Киева после падения Киевской Руси уже никогда не был высоким и «киевские казаки» - это скорее батальное полотно: «Після обіду з шаблею на Липках!».

Вернемся к территории «Левобережье-Восток-Юг». Это основные промышленные районы. В общем «регионы». Промышленность в высокотехнологической части полностью развалена «шароварными» и «нешароварными» правительствами. Но что-то еще дышит. Данная территория ничего хорошего для себя от интеграции с Западом, что в смысле ЕС, что в смысле НАТО – не видит. НАТО свою военную технику на украинских заводах производить не будет, а будет продавать Украине свою. Так разве что запчасти подбросят, но ими не проживешь. А ЕС тем более не заинтересован ни в чем, кроме рынка реализации и сырья. Ну, может, разместит у нас что-то из опасной химии.

Так что данные районы понимают, что работа тех предприятий, которые еще не порезаны на металлолом, возможна только в кооперации с Россией и на российский преимущественно рынок. Что может быть знаком для обозначения границы для данной территориальной общности? Символика Украины – да, если правительство, президент и большинство в парламенте будет принадлежать «Регионам». Если нет – то нет. Так что *знак* для данной территории сегодня понятен – это сине-белый флаг Партии Регионов. Превратится ли он в *символ* покажет время.

Соотношение *знака* и *символа* в обеспечении границы – это: символ - более стабильный знак. Но до символов в виде флагов в Украине еще очень далеко. Государственный флаг как символ – и то пока «так сяк» и только благодаря выдающимся спортсменам.

Потенциальная сила общности «Левобережье-Восток-Юг» в наличии общих экономических и социальных интересов. Если общность «Правобережье-Запад» проголосовала бы за ЕС и за НАТО, за НАТО бы, конечно, проголосовали как за неизбежное зло – ну кому в Украине нравилось воевать за чужие интересы?! Мы что – Швейцария? Но в «Правобережье-Запад» проголосовали бы в основном в надежде на упрощение выезда и трудоустройства в странах ЕС. Запад Украины всю историю прошедших двух веков «шабшил»: в Польше, в Сибири, в Португалии. Конечно, надежда на промышленные инвестиции в регионе тоже бы присутствовала, но она реализуются точно не в одночасье.

С общностью «Левобережье-Центр-Восток-Юг» ситуация другая:

- 1) они хотят, чтобы работали их предприятия (ну пусть сейчас уже «не их», а «этих», но тем не менее);
- 2) не хотят никуда ехать.

Итак, *знаки* для территории «Левобережье-Центр-Восток-Юг» есть – это символика «Партии Регионов», но они пока имели мало успеха в территории «Правобережье-Запад». Но поживем – увидим. Если использовать *знак* «промышленность» и если в территории «Правобережье-Запад» появятся промышленные инвестиции, т.е. инвестиции с социальным резонансом из «Левобережье-Центр-Восток-Юг», а в туристическом секторе инвестиции с Востока Украины уже есть, то при использовании дополнительно иерархии знаков: «языки» (все) - «украинский язык» - «русский язык» - «все языки»/«языковая культура» - объединительная граница между данными территориями возникает. А учитывая, что у «Левобережье-Центр-Восток-Юг» с «Крымом» особых проблем нет, то нравится это кому-то или нет, но возможность наличия общей границы обозначенной общими знаками у этих общностей имеются.

Языковую проблему все равно придется решить тем или иным образом: или украинский государственный и унитарная Республика Украина, или два государственных языка (но куда тогда девать остальные, прежде всего татарский?) - и Украинская Федерация (возможно, тогда уже в составе ...). Хорошо, когда дети и взрослые, например,

в семье автора говорят на 3-4-х языках свободно – проблема отсутствует, как таковая, а когда даже некоторые доктора наук, депутаты и кандидаты в академики не могут выучить второй язык, то проблема, конечно, будет и большая. В Турции любой торговец говорит на 4-5 языках – это экономически выгодно. Если Восток и Запад Украины будут иметь общий экономический интерес – языковая проблема решится сама собой. «Языковая проблема» - это безусловно *знак* – знак, обозначающий границу общности людей, для которых изучение второго языка является непреодолимой проблемой.

Защита украинского языка и обеспечение приоритета его развития – это развитие экономики Украины и благосостояния ее граждан. Что реально сделано в данном направлении властью – это и есть реальное отношение к языку и украинской культуре. Кстати полное собрание сочинений Шевченко Т.Г. в независимой Украине ни разу не издавалось!

Один из возможных подходов к решению языковой проблемы – это вообще отказ от государственного языка в Украине. Почему-то такой подход до сих пор даже не обсуждался? А зря. В США нет государственного языка. Любой гражданин может обратиться в государственные органы на ЛЮБОМ ЯЗЫКЕ. Конечно, если он хочет быть понятным, то вряд ли он будет писать на санскрите. Но китайский, фарси и уж тем более испанский вполне приемлемы.

Так что же может быть универсальным *знаком* для идентификации общности *украинский народ*? Автор пока не нашел ничего более подходящего, чем **«ДЕРЖАВНИЙ АКТ НА ПРАВО ПРИВАТНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЗЕМЛЮ»**.

По мнению автора, способствование увеличению числа граждан Украины, имеющих данный документ, есть деятельность по консолидации общности «украинский народ» и повышению ее социального интеллекта. Деятельность же, направленная на продажу земли нескольким сотням человек и/или иностранцам – это толчок к очередной потере Украиной своей самостоятельности и в конечном итоге независимости. Лишение большей части населения собственности и, прежде всего, на землю создает среду не связанную ничем, которая всегда была «порохом» для социальных взрывов. Такой среде нужен только ситуативный лидер и «большевики» возникнут из ничего, как это когда-то и произошло.

Знаки, которые упоминались выше, относятся к позитивному типу - это знаки, которые непосредственно обозначают *границы*. Возможны и негативные знаки, которые создают *границы* их неприятия. Например, немецко-фашистская свастика долгие годы вызывала стойкое неприятие на славянской территории – и своим отторжением, безусловно, способствовала славянской консолидации. Сегодня ее можно увидеть на многих заборах, т.е. ее консолидирующая роль сильно потеряна.

Также, например, «меньшему брату» может не нравиться пренебрежительное отношение к нему «старшего брата», тем более, что «меньший» когда-то был «старшим». Это неприятие знака «старший брат», конечно тоже консолидирует. Тем более, что с понятием *Малороссия* связан очевидный трюк российского самодержавия: где-то в XV в Византии, создавая историческую хронику, для описания происходящего в славянских землях использовали греческую традицию, что для Византии было вполне естественным. Эта традиция заключалась в том, что Малой Грецией обозначали полуостров Пелопоннес, а Большой или Великой Грецией (в смысле «большой»!) обозначали территорию, куда дошли воины Александра Македонского в процессе завоеваний. Улавливаете? – Да. В Византийских хрониках средневековья «Малая Россия» – это была территория Киевской Руси, а «Великая Россия» (в смысле «большая») – это результат экспансии славян на север и восток. Но с легкой руки, наверное, Екатерины II Малую Россию переименовали в *Малороссию*, что согласитесь в этимологии совсем не одно и то же!

А как со знаками у соседей, в России? – Там не долго колебались и не нашли ничего лучшего, кроме формирования странного «микса»: «коммунистическо-

самодержавной» или «самодержавно-коммунистической» имперской символики в виде: Петровского военного флага, Романовского герба (собственно 19 века) и гимна СССР.

Не очень там представлен капитализм? Но в геральдике и государственной символике вообще в мире капитализма вообще нет – они все есть феодальные детища. Капитализм же пытается не разъединять нации с помощью границ и знаков, а объединять всех в глобальный рынок. Что мы и наблюдаем, несмотря на все демонстрации «антиглобалистов» и кризисные тенденции к обособлению национальных рынков.

Александр Невский в качестве самого «великого русского» - тоже тот фрукт, - «сдавал» единоверцев направо и налево и исправно ставил их на место в союзе и под руководством татар из Золотой Орды. Но зато бурятам точно ничего плохого не делал. Так что как знак объединения подходит – никого, кроме русских не обижал. Да и, похоже, и немцев на Чудском озере на самом деле не обижал – такого места битвы там по летописным описаниям нет и не было. Это, видимо, благоприятно отразилось на современных отношениях Германии и России.

Вряд ли эти государственные символы близки бурятам, марийцам, мордве, чувашам и другим 80 народностям, проживающим в России, но их не спрашивали. «Русские» - единственная *нация* в России, называемая *прилагательным!* Лингвистический факт. У всех: француз, англичанин и т.д., а у нас – *русский!* Почему прилагательным? – Да потому, что буряты, марийцы, мордва, чуваша, татары и все остальные и не менее уважаемые – и есть *русские!* (Автор сам русский по всем направлениям и частично татарин в четвертом-пятом колене – это чтобы избежать возможных подозрений). Ну да ладно – не будем вмешиваться в чужие дела.

Бизнес, некоторые выводы

Что такое *граница* организации, предприятия, компании? Это может быть физическая граница территории или офиса. Однако, это представление более или менее адекватно только для промышленного предприятия, да еще и не входящего в какой-то промышленный концерн. В современном мире намного более существенным представлением *границы* является *информационное присутствие*. Относительно небольшое количество людей видели заводы компании «Даймлер-Крайслер» и вообще представляют себе где они находятся. Но информационный охват данной и подобных корпораций огромен.

В условиях, когда все производят в общем одно и то же, одними и теми же способами под управлением «стандартных» систем управления *информационная граница бизнеса* и *целевая функция* на ней приобретает ключевое значение. А эти атрибуты, как автор попытался представить выше есть *социальный интеллект*. Это было мотивом написания данной статьи. Некоторое отвлечение на политические вопросы естественно, т.к. политическая среда является естественной средой функционирования бизнеса и обсуждать вопросы организации управления крупным бизнесом вне контекста государственной политики и средним бизнесом вне контекста региональной политики невозможно.

Понятие *информационной границы* далее заменим на просто *границу*, т.к. речь все время идет об информационных границах, обозначаемых знаками, символами, мифами, которые являются информационными сущностями и явлениями. Так вот граница бизнеса, конечно, не сводится только к наружной и Интернет рекламе. Более близким понятием к *границе* является *имидж*. Что же можно отнести к границе бизнеса? Представляется, что это:

- сотрудники и частично члены их семей;
- клиенты, удовлетворенные сотрудничеством;
- поставщики;
- партнеры;
- акционеры.

Похоже частично на «5 конкурентных сил Портера», но нет товаров: «своих» и «заменителей», нет «конкурентов». Похоже на Сбалансированные показатели деятельности, но нет «бизнес-процессов», нет «развития». В общем, мостики с имеющимися концепциями есть и есть о чем еще подумать.

В связи со сказанным, представляется, что в современном мире будет возрастать роль франчайзинга, а также организация совместных и дочерних предприятий в области создания нового бизнеса в противоположность созданию бизнеса независимого – слишком велики инициальные затраты на оформление информационной границы, т.е. получения видимости и репутации бизнеса на рынке. Возникновение независимого среднего бизнеса с перспективой серьезного роста оценивается как все менее вероятное событие.

Все ниши плотно забиты. Ничего технологически серьезно инновационного не появляется. Причины – достигнутый за прежние годы высокий уровень, свертывание военных программ вследствие завершения холодной войны, возможно выкуп и отложенное хранение ключевых энергетических патентов нефтегазовыми корпорациями. Последнее, наверное, сильно преувеличено, т.к. если там было бы что-то действительно революционное, то оно бы прорвалось. Развиваются биотехнологии, хотя они сдерживаются законодательно, в основном, по этическим соображениям и на основе медицинских опасений. Эволюционирует электроника, но для нее нет массовых задач – большинство и сегодня удовлетворили бы компьютеры, появившиеся лет десять назад, если бы новые продажи были не нужны Биллу Гейтсу и Intel.

В данной ситуации «раздвижение границ бизнеса», «настройка социального интеллекта компании», мероприятия с этим связанные и их эффективность становятся, по мнению автора, ключевым фактором эффективности, а иногда и выживания.

Вместо заключения

Дописывая данную статью, вдруг на ум пришла мысль о том, что всем давно известно понятие – «ограниченный человек». Как правило, определяемый таким образом объект в том, в чем он «ограничен», оценивается как вполне профессиональный. Шерлок Холмс тоже не особо много значения придавал вращению Земли вокруг Солнца, по той причине, что этот факт ему в его профессии ничего особенно не давал. Т.е. «ограниченность» часто сродни профессиональности, а «неограниченность» часто бесплодна. Заменяем понятие «человек» в выше приведенной фразе на понятие «интеллект» - получим «ограниченный интеллект». Это сразу заставляет задуматься: а есть ли «неограниченный интеллект»? Или интеллект всегда ограничен, предполагая, что «плотность интеллекта» в «неограниченной границе» будет стремиться к нулю? Оставим эти вопросы открытыми. Ведь, как утверждали древние философы, развивают не ответы, а вопросы.

Сергей Корнеев

PMCG, директор,

<http://www.pmcgua.com>