

ИСТОРИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Лепешко Б. М., д-р ист. наук, проф., г. Брест

Сегодня все больше начинают говорить о новой функции истории — управлении большими массами людей. Иначе — историческом менеджменте. Действительно, аргументов в пользу этого утверждения предостаточно. Скажем, регулярное «переписывание» истории осуществляется именно с этой целью. Конечно же, публично оно проводится с самыми благими, а точнее, объективными целями, для того, чтобы в очередной раз «углубить», «развить», «расширить» предмет знания, но суть дела от этого не меняется. Историки в определенном смысле становятся менеджерами от своей собственной науки, иногда не давая себе в этом отчет.

Но эта констатация мало что нам дает. По большому счету именно об этом уже «говорила» хоть и спорная, но уже апробированная два последних века иная функция исторической науки — идеологическая. Однако при всей внешней общности ситуация ныне приобретает новые качественные черты. Разница здесь в том, что речь сегодня не идет о выражении историей интересов какого-то конкретного класса, какой-то определенной социальной группы. На первый план выдвигаются геополитические интересы, и здесь традиционная, в духе Маркса и Ленина, «классовость» выглядит устаревшим феноменом. Точнее вторичным по отношению к категории «управление».

Говоря иными словами, на кону интересы не классовой или узкой социальной «корпорации», а всего мира, человечества в целом. Глобализация наконец-то затронула своим крылом историческое прошлое. Именно поэтому можно утверждать появление новой функции исторической науки. Но и этого понимания мало. Мы утверждаем, что речь идет именно об управлении, т. е. сознательной деятельности со вполне определенными целями.

Если принять эту гипотезу, многие вещи станут более понятными. Та или иная историческая интервенция, например, время от времени набирающая силу, становится не просто «выражением воли» пролетариата или прочих империалистов, а целенаправленной политикой, причем не отдельных личностей и институтов, а целых государств и государственных союзов.

Скажем, что плохого в прагматизме и креативности, этих столпах американского миропонимания? Очевидно, ничего. Это инструменты, позволяющие реализовать те цели и задачи, которые для американского общества являются приоритетными. Но как будет «чувствовать» себя креативность в родимых болотах? Как поведут себя прагматики на дискуссиях о сущности национальной идеи? Можно ли вообще осмыслить конкретные события национальной истории с позиций приоритета как креативности, так и прагматизма? Как минимум, перед нами предмет для дискуссии.

Но, очевидно, речь не только о такого рода академических вещах, поскольку исторический менеджмент предполагает достижение вполне конкретных целей. Управление большими массами людей осуществляется вовсе не для блага абстрактной истины, собственно исторической науки. На первый план выходит борьба за ресурсы, географические и geopolитические пространства, достижение вполне осозаемых целей. История в этом случае, надо признать, вновь напоминает представительницу одной из древнейших профессий, и в этом нет для нее ничего оскорбительного.

История ныне становится инструментом не просто манипулирования массами. Массы, повинуясь истории, ведут себя соответствующим образом. Более того, процесс поведения в этом случае носит управляемый характер, что создает качественно иные трудности не только для лиц, имеющих прямое отношение к профессии, но и управленицев иного, в том числе государственного уровня.

В связи со сказанным возникает и такой вопрос: характер исторической коммуникации меняется или остается прежним? Здесь, правда, надо сразу же оговориться, что понимать под исторической коммуникацией. Очевидно, перед нами несколько уровней общения и сооб-

щения. Назовем их так: академический или научный, политический или управляемый, психологический или ментальный. В данном случае нет возможности подробно раскрыть их содержание, но понятно: академизм часто противоречит заданности политико-идеологических установок и психологической потребности масс в той или иной интерпретации фактов. Здесь возникает очень сложное переплетение причин и следствий, причем оказывается, что функция исторического менеджмента становится преобладающей, в том числе и в рамках сопоставления с функцией эвристической, познавательной. Знание может оказаться не ко времени — вот одна из загадок (условных) современной исторической коммуникации.

Отвечая же на поставленный вопрос, мы должны учитывать, какой из «этажей» коммуникации является в данной ситуации (на данном этапе) приоритетным. Это решает все. Скажем, если сверхзадача заключается в навязывании обществу той или иной системы исторических знаний, препарированных определенным образом, то будет один результат. Если же общество испытывает потребность в том, что мы несколько условно называем «исторической правдой», то результат будет принципиально иным.

Необходимо учитывать и фактор «сознательной слепоты» в рамках исторической коммуникации. Это значит, что система предпочтений выстраивается таким образом, когда то или иное знание сознательно замалчивается, а на первый план выдвигаются мысли, идеи, как минимум спорные. Здесь, кстати, базисной могут быть не только целевая фальсификация, но и гносеологические издержки, вполне понятные в рамках научного поиска.

И еще: историческую коммуникацию вряд ли можно понимать исключительно в категориях «диалог», «монолог», «общение» и т. д. Здесь перед нами движение мысли от настоящего к прошлому, причем характер реконструкции во многом зависит от заданных методологических параметров. Таким образом, в историческую коммуникацию «включаются» такие фундаментальные категории исторической науки, которые связаны с важнейшими парадигмами развития исторического знания (позитивизм, марксизм, неокантианство, постмодернизм и др.).

Таким образом, исторический менеджмент включает в себя целый ряд важнейших положений исторической науки, апробированных как в прошлом, так и в настоящем. За историческим менеджментом несомненно будущее, если человечество согласится управлять и быть управляемым.