

УДК 1:316

DOI: 10.17223/1998863X/35/3

Ан.А. Корниенко

КОГНИТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Анализируется процесс оформления когнитивных стратегий управления в обществе знания, раскрыта специфика обозначенных стратегий, охарактеризован их потенциал. Раскрыто значение управления посредством использования знаниевых массивов как ресурса, обладающего способностью релевантного воздействия. Обозначен тезис о том, что проблема неизбежного старения знания может найти свое эффективное решение посредством обращения к механизмам инновационного развития. Доказано, что оценка роли инноваций, предлагаемая в проблемном поле когнитивного менеджмента, создает предпосылки для релевантной оценки знания как доминирующего фактора общественного развития, позволяет адекватно оценить статус знания в увеличении ценности интеллектуального потенциала личности.

Ключевые слова: знание, общество знания, цивилизация знания, инновационные стратегии управления, когнитивные стратегии управления, механизмы забывания, интеллектуальный капитал.

В современной теории управления активно используется термин «стратегия», что связано с необходимой для процесса управленческого действия способностью своевременного и адекватного воздействия, того воздействия, за которым может быть рассмотрена перспектива развития объекта. Сам же выбор стратегии управления (для того, чтобы управленческое воздействие было максимально эффективным) должен быть ресурсно обеспеченным. В обществе знания таким ресурсом является знание.

Трансформация статуса знания в цивилизации знания приводит к смене управленческих стратегий. Важно при этом исходить из той роли, которую играют в обществе знания инновации, внедряемые в организации, социальные институты и общности общества знания. По сути своей общества знания – «это обучающиеся, стремительно развивающиеся общества, основой которых является воспроизводство и распространение знаний. При этом происходит ускорение процесса появления новых знаний и в то же время рост интереса к новым знаниям со стороны общества, возрастает скорость потребления знаний. Основной проблемой становится высокая скорость морального устаревания знаний. Поэтому культура общества знания основывается не на принципах постоянства и воспроизводства, но на принципах творчества и обновления» [1. С. 144].

Проблема неизбежного старения знания может найти свое эффективное решение посредством обращения к механизмам инновационного развития. На рубеже XX–XXI вв. инновации являются тем, что создает для социальных систем возможность адаптации в ситуации, когда среду отличает высокий уровень динамики и комплексность рисков. В обществе знания идея инноватики проявляет себя во всех без исключения сферах социума. Поднимая во-

прос о специфике исследовательских стратегий изучения проблемы инноваций в контексте концепции общества знания, следует говорить о социокультурном эффекте феномена инновации. Смысл этого эффекта, проявляющего себя, на наш взгляд, только в обществе знания, заключен в той диффузии, которой подвержены новшества в цивилизации знания. Диффузия происходит как в пределах отдельных областей, так и касается сложных междисциплинарных взаимодействий, что вызывает синергию отраслей знания. И социокультурный эффект явления инновации заключен в способности инноваций инициировать трансформации в знаниях, вызывающих преобразования социальных структур и процессов. Всем проявлениям реальности свойственны не только появление нового и его распространение в среде, но и качественное обновление всей сферы действия инноваций.

Что представляет собой инновация как фактор развития общества? Первые попытки ответить на этот вопрос предприняли экономисты, обратившись к потенциалу теории циклов Н.Д. Кондратьева, позволившей развести представление о таких явлениях, как «новшество» и «нововведение»; Н.Д. Кондратьев охарактеризовал и роль масштабных изобретений как предпосылки промышленных революций; он также обосновал в работе «Основные проблемы экономической статики и динамики» тезис о социальном эффекте динамики экономического цикла, как обосновал и идею зависимости экономических циклов от динамики тех масштабных технических изобретений, на которые ориентировано производство. Й. Шумпетер, обратившись к вопросу об источниках экономических циклов, определил инновацию как средство, которое используется в период экономической депрессии, – используется с целью обновления производства, его изменения. Именно Й. Шумпетер в «Истории экономического анализа» впервые в экономической науке осуществил классификацию инноваций, представил теорию «инновационных пакетов». Й. Шумпетер увидел, что смена фаз экономического цикла в своей основе имеет трансформацию производства под влиянием кардинальных технических инноваций, при этом новые коммерческие организации, новые товары, процесс накопления денежной массы – всему этому также предшествуют технические инновации. Й. Шумпетером выявлены и проанализированы волнообразные циклы, в основе которых – обращение к возможностям паровой машины (1792–1842 гг.), железнодорожного транспорта (1843–1897 гг.), электричества и автомобильного транспорта (1898–1949 гг.). Инновационные процессы представлены Й. Шумпетером как потенциал, позволяющий преодолеть спад в экономике и осуществить переход к новому циклу развития, к новой фазе экономического подъема (подробно проблема исследовательских стратегий изучения проблемы инноваций в экономической науке рассмотрена Н.В. Басовым, В.Н. Костюком, В.Л. Романовым, Ю.В. Яковцом). Мы полагаем, что именно в 60-е гг. XX в. была предпринята попытка увидеть предпосылки экономического развития не только в прежнем темпе роста экономики и в скорости технологического прогресса (эту идею десятилетием ранее, исследуя циклы товарного обращения, обосновал М. Калецки), но и в использовании потенциала научного знания. Начало этой концепции было положено Р. Слоу в 1956 г., и уже в работе «Исследование различий в темпах экономического роста» Э. Денисон сумел обосновать тезис о том, что сово-

купное воздействие таких факторов, как образование и использование научного знания, определяет 40 % национального продукта. В 70-е гг. Г. Менш определил ряд «вершин» инновационной активности, назвав 1764, 1825, 1886 и 1935 гг. Г. Меншем также осуществлен прогноз, в соответствии с которым следующий всплеск инновационной активности приходился на 1995 г., когда заявили о себе успехи генной инженерии, когда были найдены до сих пор неизвестные энергетические ресурсы, наконец, – что очень важно для нас, поскольку мы попытаемся рассмотреть проблему инноваций в контексте становящегося общества знания, – Г. Менш связывает всплеск инновационной активности 1995 г. с успехом микропроцессорной техники. Чуть позднее, в 90-е гг. XX в., Б. Санто, выявляя характерные черты современной экономики и общие закономерности инновационного процесса, называет прогресс науки мощнейшим фактором экономического прогресса. Среди специфических черт инновационного процесса Б. Санто выделяет цикличность, расчлененность функциональных организационных единиц, системность и рост экономического и научно-технического потенциала (предпосылки технологического обновления производства).

Инновационная экономика, полагает Б. Санто, в качестве нового основания выбирает науку. Мы полагаем, что, хотя именно в традициях экономического подхода следует видеть базу для интерпретации инновации в качестве доминирующей ценности общества знания, экономический подход недостаточно широк для того, чтобы именно в контексте цивилизации знания интерпретировать весь диапазон проявлений и последствий инновационных процессов. Подобна нашей и позиция Н.В. Басова. Автор полагает, что «...в рамках экономических теорий рассматривается лишь макроуровень общественной реальности. В связи с этим (хотя такая необходимость уже осознана) почти не анализируется субъективная творческая роль человека как агента общественных преобразований, создающего новые идеи и внедряющего инновации, что особенно важно для интерпретации феномена инновации, формирующейся в русле концепции общества знания. Поэтому подход к осмыслению инновации с точки зрения экономического знания весьма ограничен в плане возможностей раскрыть специфику данного феномена» [2. С. 153].

В 80-е гг. XX в. попытка преодоления односторонности экономического подхода к инновациям была предпринята в проблемном поле менеджмента; практика управления инновационными процессами активно изучалась инновационным менеджментом, в проблемном поле концепции самообучающихся организаций, эволюционным менеджментом, наконец, менеджментом знаний. Нам представляется, что именно подход к инновациям, сформировавшийся в границах когнитивного менеджмента, позволяет адекватно оценить статус знания как доминирующего фактора общественного развития, базовой ценности общества знания, наконец, оценить роль знаний в увеличении ценности интеллектуального потенциала личности.

Какую роль играют инновации в обществе знания? Если понимать под инновациями новые и значимые для общества формы социальной практики (Е.Н. Князева), то управление в обществе знания должно соответствовать таким критериям, как креативность и инновационность. Как считает Е.Н. Князева, процесс онтологизации (становления идеи или проекта новой

социальной реальности) основан на определенных принципах управления процессом, внедрения социальных инноваций [3. С. 231–232]. И эти принципы – «фундаментальные регулятивы управленческой деятельности» – в современном обществе в достаточной мере и степени трансформированы. Социальное управление должно быть мировоззренчески ориентированным, рефлексивным («способным антиципировать будущее»), синергетическим («нелинейным и резонансным» – термины Е.Н. Князевой), конструктивистским, экологическим (что связано со способностью управления учитывать своевременность воздействия управленческого действия – Э. Морен); в его основе должны лежать навыки глобального мышления; наконец, управленческие действия и воздействия должны отличаться креативностью.

Синергетика как постнеклассическая парадигма научного знания позволяет взглянуть на субъект и объект управленческой деятельности как на находящиеся в отношении «нелинейной обратной связи».

Отношение субъекта и объекта управления. Как пишет Е.Н. Князева, в условиях постнеклассической науки – ядром этой науки является синергетика – изменяется понимание отношения субъекта и объекта управления: «Субъект управления встроен в ситуацию управления: он строит ситуацию, но и она строит его. Стратегии его деятельности с необходимостью претерпевают изменения и получают корректировки с изменением ситуации. Субъект управления созидает, со-переустройствает, творит ближайшую и более отдаленную социальную среду, но и среда творит его... Это новое представление об инактивации, «вдействовании» субъекта в среду, заимствованное из современной эпистемологии и переинтерпретированное в контексте современной теории управления» [3. С. 233].

Синергетикой открыты конструктивные принципы коэволюции сложных систем. С.П. Курдюмов ранее характеризовал эти принципы конструктивными, так как их можно использовать в управленческой деятельности; их эффективность С.П. Курдюмов рассмотрел в стратегическом видении будущего, в планировании на перспективу. Синергетические принципы коэволюции ориентированы на будущее [3].

Платформой социальных инноваций в обществе знания является креативная управленческая деятельность. Сегодня можно говорить о методах стимулирования креативного мышления. В числе этих методов, наряду с хаотизацией состояния сознания и мышления для преодоления стереотипов мышления, с тренировкой перцептивного мышления, Е.Н. Князевой предложен метод тренировки дивергентного мышления как метод креативного познания и действия. «В то время как конвергентное мышление, – пишет Е.Н. Князева, – идет от первоначально поставленной задачи через серию предписанных операций к единственно правильному решению, дивергентное мышление позволяет проводить исследование в разных направлениях от первоначально поставленной задачи, для того чтобы выдвинуть целый ряд возможных идей и их комбинаций, которые могли бы служить решениями проблемы и лечь в основу созидательного действия» [3. С. 246]. Автор пишет о необходимости для управленческих воздействий быть встроенными в среду, об интерактивных действиях как об условии эффективности управленческих воздействий. Эта встроенность в среду означает умение кон-

текстуализировать используемые в процессе управления знания: «Мыслить и действовать интерактивно и оказывать управляющие воздействия адекватно складывающейся ситуации означает, стало быть, понимать неоднозначность и относительную непредсказуемость получаемого отклика от среды, от организации, на которую осуществляется управляющее воздействие, отдавать себе отчет о сложности и нелинейности устанавливающихся обратных связей, допускать определенную долю хаоса, внутренней подвижности и гибкости в складывающейся системе интерактивных связей, а также уметь использовать правила резонансного встраивания в среду для образования единого устойчиво эволюционирующего целого» [3. С. 242].

Мы отмечали выше, что выбор стратегии управленческого воздействия способен обнаружить максимальную эффективность в том случае, если этот выбор окажется ресурсно обеспеченным. Таким ресурсом в обществе знания является знание, обретшее статус источника развития социальной и культурной сферы. Последнее обстоятельство объясняет возможность обращения в обществе знания к потенциалу стратегии когнитивного менеджмента.

Общество, в котором доминирующим ресурсом становится знание, формирует и инновационные стратегии управления. Такой стратегией является когнитивный менеджмент, выступающий в обществе знания новой теорией управления. Сам термин «управление знаниями» возник в конце XX в. – он был введен Карлом Вингом в 1986 г. Внимание к этой проблеме обусловлено тем, что сегодня глобализация, создание технологий, интенсификация конкуренции снижают роль материальных ресурсов. Безусловно, земля, труд и капитал по-прежнему имеют значимый статус. Однако в обеспечении конкурентоспособности на лидирующие позиции выходит знание: побеждает тот, кто лучше знает, как применить материальные ресурсы. Знание превращено в ресурс в экономическом плане и смысле. Знание – особый ресурс, имеющий специфическую динамику формирования и требующий особых управленческих действий. Авторы монографии «Управление знаниями» полагают, что управление знаниями – это междисциплинарный подход к достижению системы целей через наиболее эффективное использование знаний [4–11]. Управление знаниями позволяет отыскать необходимые знания, приобрести эти знания, применить их для реализации стратегии общества. Управление знаниями в обществе знания приобретает статус идеологии, она пронизывает все сферы деятельности общества. В науке появилось множество терминов, включивших в себя термин «knowledge» в атрибутивной позиции: knowledge assets, knowledge resources, knowledge economy, knowledge work, knowledge worker, knowledge-based theory of the firm, knowledge-intensive firm, knowledge sharing, explore/exploit knowledge. Активно обсуждается спиралевидная модель создания знания (И. Нонака), обсуждаются механизмы, обеспечивающие передачу знания (Л. Арготэй, П. Инграм), процесс создания научающихся структур (Д.А. Гарвин), роль знания в управлении забыванием (П. де Холан, Н. Филипс, Т. Лоренс), диагностика культурных барьеров в управлении знаниями (Д.У. Делонг, Л. Фейхи), модели, используемые для измерения интеллектуального капитала (Н. Бонтис), человеческий фактор в управлении знаниями (Дж. Барлинг), роль знания в динамике роста (П.-М. Ромер).

Проблемы когнитивного менеджмента требуют четкого различения таких понятий, как данные (data), информация (information), знания (knowledge). Проводя это различие, Д.У. Делонг и Л. Фейхи, решая проблему диагностики культурных барьеров в управлении знаниями, видят специфику этого различия в следующем. Данные, по мнению авторов, это необращенные или несокращенные описания прошлых, настоящих, будущих событий; информация интерпретируется как модели, обнаруживаемые в данных. Знание же интерпретируется как тот ресурс, который зависим от контекста и заключен в сложившейся практике. Воплощаясь в языке, знания играют роль фактора принятия решений и действий. При этом следует принимать во внимание различие знания явного (закодированного и отраженного в формальных правилах, инструментах, процессах) и знания неявного (это то, что мы знаем, но объяснить не можем) [4]. Неявное (tacit) знание, по мнению исследователей, – знание в высшей степени личностное; это знание неформализуемо и трудно передаваемо. Зачастую неявное знание представлено техническим мастерством. Последнее являет собой тип неформального трудно передаваемого и столь же трудно выразимого знания («ноу-хау»). Это знание по сути особого когнитивного измерения, оно основано на пронительности, интуиции, предчувствии и укоренено в идеалах, ценностях, эмоциях. Неявное знание имеет два среза – технический (неформализованные знания и умения, «ноу-хау») и когнитивный (представления, идеалы, ценности, ментальные модели) (См. об этом подробнее в работах И. Нонаки и Н. Конно [5–7]). И сам процесс создания знаний – расширение границ знания – взаимодействие явного и неявного знания, имеющее форму спирали. Авторы предлагают модель такого взаимодействия, названную SECI. SECI – производное от терминов социализация (socialization), экстернализация (externalization), комбинация (combination), интернализация (internalization). И. Нонака и Н. Конно описали четыре способа преобразования знания, четыре этапа процесса преобразования знания. Авторы считают модель SECI общей схемой процесса создания знания, полагая идею расширения границ знания абстрактной, хотя эта модель может найти воплощение на практике [5].

Д.У. Делонг и Л. Фейхи, говоря о роли знания в процессах управления знанием, выделяют такие типы знания, как:

- человеческое знание (human knowledge), это индивидуальное знание, проявляющееся в навыках и профессиональных компетенциях и сочетающее в себе явное и неявное знание;
- социальное знание (social knowledge), существующее во взаимоотношениях между индивидуумами или внутри групп. Социальное знание преимущественно неявное, оно принадлежит членам группы и развивается только в результате совместной работы. Этот тип знания определяет способность индивидов к эффективному сотрудничеству;
- структурированное знание (structured knowledge) воплощено в системах, процессах, инструментах и сложившихся практиках. Знание в этом случае является явным и основано на правилах. Основное отличие структурированного знания от первых двух типов знаний заключается в том, что оно считается существующим независимо от людей-носителей знаний. Этот тип знания представляет собой важнейший ресурс [4. С. 245–246).

Когнитивный менеджмент, являясь новой стратегией управления в обществе знания, имеет в своей основе два принципа: управление знаниевыми ресурсами и управление посредством знаниевых ресурсов. Когнитивный менеджмент как новая парадигма управления в обществе знания проявит свою эффективность в большей мере и степени, если будет разработана стратегия управления знанием и с помощью знания. Что же представляет собой стратегия? В 1971 г. вышла в свет книга К.Р. Andrews «Концепция корпоративной стратегии», в которой автор использует подход к стратегии (SWOT-анализ) как к искусству ведения руководства; в основе этого искусства лежит анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Проведение SWOT-анализа требует знания внутренних способностей объекта (к примеру, фирмы), его сильных и слабых сторон, возможностей и угроз конкурентной среды. Стратегия ориентирована на действия, которые способствуют обеспечению устойчивости объекта, избежанию угроз, использованию потенциала объекта. М. Зак предлагает рассматривать стратегию как балансирование между внешней средой (ее потенциалом и угрозами) и внутренним потенциалом управляемого объекта [8. С. 164].

Помимо SWOT-стратегии известна стратегическая модель «пяти сил» М. Портера, делающая акцент на том, что способствует появлению возможностей и угроз. А, кроме того, – ресурсная стратегия (В. Коугл, Н. Кулатилака). В этой стратегии объект стратегически позиционирован, и исходным пунктом этого позиционирования являются ресурсы. Эффективность же избранной стратегии определяется ресурсным основанием объекта.

Таким ресурсным основанием для общества знания является знание, называемое стратегическим ресурсом общества знания, в силу того, что этот интеллектуальный ресурс позволяет, аккумулируясь, поддерживать конкурентные преимущества. Что позволяет знанию обеспечивать устойчивость подобных преимуществ? М. Зак, к примеру, полагает: «Знания, в особенности зависящие от контекста, неявные знания, заключенные в сложных организационных процессах и полученные в результате опыта, как правило, уникальны – их сложно имитировать. В отличие от многих традиционных ресурсов, их невозможно приобрести на рынке в готовой к применению форме. Чтобы приобрести подобные знания, конкуренты должны приобрести тот же опыт. Однако приобретение знаний через опыт требует времени, и конкуренты не могут ускорить процесс научения, только лишь увеличив инвестиции» [8. С. 166].

Помимо этого, устойчивость основанных на знаниях конкурентных преимуществ связана со спецификой «научающейся организации» – «чем больше фирма знает, тем большему она может научиться». Огромную роль в обеспечении устойчивости играет возможность синергии знаний, организация знаний через синергетическую интеграцию, – такова, к примеру, способность полученных экспертным путем знаний о будущих рисках интегрироваться с уже существующими «метазнаниями», создавая эффект синергии знаний. Он заключен в явлении «возрастающей отдачи» (П. Ромер), смысл которого заключен в возрастающей отдаче знания по мере его использования, и это, по мнению П. Ромера, порождает самоусиливающийся цикл. При этом стратегически важные сферы знаний интегрируют присущий этим сферам когнитивный опыт в «критическую научающую массу», используя массивы знаний в ответах на стратегические вызовы времени [9].

В целом же знаниевая стратегия характеризует подход к приведению знаниевых ресурсов в соответствие с интеллектуальными требованиями стратегии. Знаниевую стратегию, считает М. Зак, можно описать различным образом. К примеру, указав на ту степень, в которой объект (к примеру, фирма) генерирует знания. Кроме того, оценив источник знаний (внутренний, внешний).

Применение термина «знаниевая стратегия» требует уточнения через отнесение этой категории с категорией «стратегия управления знаниями», – это разнопорядковые понятия. Знаниевая стратегия основана на знании, она является конкурентной стратегией, в ее основе – когнитивные ресурсы. М. Зак считает, что «знаниевая стратегия ориентируется на понимание, какие знания и почему являются стратегическими», в то же время стратегия управления знаниями «направляет и определяет процессы и инфраструктуру (организационную и технологическую) для управления знаниями» [10. С. 193]. Автор выделяет различные виды управления знаниями – к примеру, управление стратегическими знаниями, управление операционными знаниями (рутинные действия и процессы). И если в ходе управления стратегическими знаниями решается проблема обеспечения информацией для принятия стратегических решений, то в процессе управления операционными знаниями реализация стратегии осуществляется в полной мере.

Примечательно, что возможна такая модель знаниевой стратегии, которая включает в себя «положительный разрыв в знаниях». Это та ситуация, когда организация знает «больше» того, что нужно для реализации стратегий (есть патенты, но они не используются и не отдаются по лицензии). Возможна и противоположная ситуация. Однако в целом управление знаниями (термин возник в начале 90-х гг. XX в.) – комплекс процессов, ориентированных на развитие и эффективное управление знаниями. Говоря о процессе управления знаниями, следует принять во внимание, что этот процесс включает в себя и управление профессиональным интеллектом, это особенно важно в экономике постиндустриализма. Морфология профессионального интеллекта включает в себя такие блоки, как когнитивное знание (базовый уровень владения дисциплиной), продвинутые навыки («как», know-how), системное понимание («почему», know-why), самомотивированное творчество («зачем», care-why). И если три первых блока в морфологии профессионального интеллекта отражены в системах, базах данных и операционных технологиях, то последний блок такой важнейшей компоненты знания, как профессиональный интеллект, отражен, как считают Дж. Куинн, Ф. Андерсон, С. Финкельштейн [11. С. 226], в корпоративной культуре.

Выбор стратегии управленческого воздействия проявляет свою максимальную эффективность лишь в той ситуации, когда этот выбор ресурсно обеспечен. Таким ресурсом в цивилизации знания является знание. В обществе знания оно обрело статус источника развития социальной и культурной сферы, что формирует необходимость обращения к возможностям когнитивных стратегий управления, – последние по своей природе и механизмам являются стратегиями инновационными. Такой стратегией является когнитивный менеджмент. Автор пытался обосновать тезис о том, что знание, превращенное в ресурс, в экономическом смысле является специфическим ресурсом. Оно, имея особую динамику формирования, нуждается в специфических управленческих действиях и механизмах. Реализация же знаниевых

стратегий в управлении массивами знаний возможна лишь на платформе междисциплинарного подхода. Он позволяет добиться достижения системы целей посредством эффективного использования знаний. Само управление знаниями в обществе знания превращено в идеологию. Сформирован и особый категориальный аппарат, в котором термин «knowledge» применен в значении атрибута, – knowledge assets, knowledge worker, knowledge resources, knowledge sharing и т.д. Автор полагает, что анализ природы, специфики и потенциала когнитивных стратегий управления явится той теоретической платформой, на которой возможно осуществить анализ ряда важнейших проблем, связанных с управлением знаниями. Это анализ моделей создания знаний, создания научающихся структур, механизмов передачи знаний и механизмов забывания; это изучение культурных барьеров в управлении знаниями, исследование моделей оценки интеллектуального капитала, наконец, анализ роли знания в динамике роста, и все иное, связанное со знанием как важнейшим ресурсным фактором общества знания.

Литература

1. Janszen F. The Age of Innovation. London: Prentice Hall, 2012. 232 p.
2. Басов Н.В. Исследовательские стратегии изучения социальных инноваций в контексте концепции общества знания. В: Общество знания: от идеи к практике: Кол. монография: в 3 ч. Ч. 1: Основные контуры концепции общества знания / под ред. В.В. Васильковой, Л.А. Вербицкой. СПб.: Скифия-принт, 2008. С. 144–203.
3. Князева Е.Н., Курдюмов С.П. Основания синергетики. СПб.: Алетей, 2012. 414 с.
4. Делонг Д.У., Феихи Л. Диагностика культурных барьеров в управлении знаниями. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 243–274.
5. Нонака И., Конно Н. Концепция ба: организационный механизм создания знаний. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 275–292.
6. Нонака И. Компания – создатель знаний. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб. «Высшая школа менеджмента, 2010. С. 66–82.
7. Nonaka I., Takeuchi H. The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation. Oxford: Oxford University Press. 2008. 231 p.
8. Зак М.Х. Разработка знаниевой стратегии. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 162–188.
9. Ромер П.М. Экономика знаний. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 19–36.
10. Зак М.Х. Разработка знаниевой стратегии (эпилог). В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 189–204.
11. Куини Дж.Б., Андерсон Ф., Финкельштейн С. Управление профессиональным интеллектом. В: Управление знаниями: Хрестоматия. 2-е изд. / пер. с англ. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. С. 225–242

Kornienko Anna A., Tomsk polytechnic university (Tomsk, Russian Federation)

E-mail: anna_kornienko@mail.ru

DOI: 10.17223/1998863X/№35/№ 3

COGNITIVE MANAGEMENT AS AN INNOVATIVE MANAGEMENT STRATEGY IN A KNOWLEDGE SOCIETY: THE CONCEPTUAL ASPECT

Key words: knowledge, knowledge society, knowledge civilization, innovative management strategies, cognitive management strategies, mechanisms of forgetting, intellectual capital.

The article analyzes the process of formation of cognitive management strategies in knowledge society. The specific character of these strategies is identified, its potential is characterized. The article touches upon the issue of meaning of management through knowledge arrays as a relevant impact

resource. Transformation of knowledge status into knowledge civilization leads to a change in management strategies. It is affirmed that the role of innovations is very important in the knowledge society, introduced in enterprises, social institutions and communities of knowledge society. Bringing up an issue of strategy specifics of innovation problem investigation in the context of knowledge society concept, it is worth paying attention to socio-cultural effects of the phenomenon of innovation. The sense of this effect, which in our opinion is manifested in knowledge society, consists of the diffusion, to which innovations in knowledge civilization are exposed. Diffusion takes place within certain areas as well as it touches complex interdisciplinary interactions, which causes synergy of subject areas. Sociocultural effect is also consists of innovation ability to initiate transformations of knowledge, which cause reformations of social structures and processes. We outline the idea that the problem of inevitable knowledge obsolescence can find its effective solution through addressing to the mechanisms of innovative development. By virtue of the ability of innovation to generate in social systems the opportunity to adapt to a situation, where environment has high level of dynamics and risks complexity, in knowledge society the ideas of innovation manifest themselves in all social spheres. It is proved that evaluation of the role of innovation, proposed in the problem field of cognitive management creates preconditions for relevant assessment of knowledge as dominant factor of social development and dominant values of knowledge society, as well as gives an opportunity to evaluate adequately the status of knowledge in value increasing of individual intellectual potential. The analysis of nature, specifics and potential of cognitive management strategies is the theoretical platform on which it is possible to analyze a number of important issues related to knowledge management. This is analysis of models of knowledge creation, teaching structures creation, knowledge transfer mechanisms and mechanisms of forgetting. This is study of cultural barriers in knowledge management, the research of intellectual capital evaluation models, and finally, the analysis of knowledge role in growth dynamics and everything, associated with knowledge as the most important resource factor in knowledge society.

References

1. Janszen, F. (2012) *The Age of Innovation*. London: Prentice Hall.
2. Basov, N.V. (2008) Issledovatel'skie strategii izucheniya sotsial'nykh innovatsiy v kontekste kontseptsii obshchestva znaniya [Research strategies for the study of social innovation in terms of the concept of the knowledge society]. In: Vasilkova, V.V. & Verbitskaya, L.A. (eds) *Obshchestvo znaniya: ot idei k praktike* [Society of knowledge: From ideas to practice]. St. Petersburg: Skifiya-print. pp. 144–203.
3. Knyazeva, E.N. & Kurdyumov, S.P. (2012) *Osnovaniya sinergetiki* [The basis of synergy]. St. Petersburg: Aleteyya.
4. Delong, D.W. & Fahey, L. (2010) Diagnostika kul'turnykh bar'erov v upravlenii znaniyami [The diagnosis of cultural barriers in knowledge management]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 243–274.
5. Nonaka, I. & Konno, N. (2010) Kontseptsiya ba: organizatsionnyy mekhanizm sozdaniya znaniy [The concept of “ba”: Organizational mechanism of knowledge creation]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 275–292.
6. Nonaka, I. (2010) Kompaniya – sozdatel' znaniy [The knowledge-creating company]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 66–82.
7. Nonaka, I. & Takeuchi, H. (2008) *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford: Oxford University Press.
8. Zak, M.Kh. (2010) Razrabotka znanievoy strategii [Knowledge development strategy]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 162–188.
9. Romer, P.M. (2010) Ekonomika znaniy [The knowledge economy]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 19–36
10. Zak, M.Kh. (2010) Razrabotka znanievoy strategii (epilog) [Knowledge development strategy: An epilogue]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 189–204.
11. Quinn, J.B., Anderson, F. & Finkelstein, S. (2010) Upravlenie professional'nym intellektom [Professional intelligence management]. In: Andreev, T.E. & Gutnikov, T.Yu. (eds) *Upravlenie znaniyami* [Knowledge Management]. Translated from English. 2nd ed. St. Petersburg: Higher School of Management. pp. 225–242.