

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ КОГНИТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Затрагивается проблема формирования системы когнитивного менеджмента, рассматриваются задачи и функции новой управленческой практики. Обосновывается использование системы когнитивного менеджмента для формирования обучающегося типа организации. В качестве теоретического основания построения системы когнитивного менеджмента рассматривается концепция Ю. Хабермаса о коммуникативной реальности и когнитивных интересах.

Ключевые слова: общество знания; обучающаяся организация; когнитивный менеджмент; коммуникация.

Высокие темпы развития информационных технологий и их глубокая «интеллектуализация» позволяют сегодня говорить о «знаниюориентированном» развитии общества. Успешность организаций, причем не только производственных или коммерческих, в первую очередь определяется квалификацией сотрудников. Знание становится ведущим фактором производства, а интеллектуальный капитал – основной ценностью организации и решающим фактором в конкурентной борьбе. Главной характеристикой организации, осуществляющей свою деятельность в так называемом knowledge society, становится способность к непрерывному обучению, понимаемому не как простое накопление знаний, а как эффективное их использование. Именно способность к обучению определяет степень адаптивности и гибкости организации, в связи с чем в языке современного управления все чаще используется термин «обучающаяся организация» («learning organization»).

С возникновением нового типа организации связано появление новой отрасли управленческой практики – управления знаниями или когнитивного менеджмента, представляющего собой организацию процесса систематической идентификации, использования и передачи информации и знаний, которые люди могут создавать, совершенствовать и использовать.

Хотя это относительно молодая область управленческой практики, сформировавшаяся лишь в 90-е гг. прошлого столетия, сам термин «когнитивный менеджмент» («knowledge management»), или управление знаниями, в последнее время стал широко использоваться в научной литературе и в практике многих организаций. Будучи комбинацией отдельных аспектов управления персоналом, инновационного и коммуникационного менеджмента, а также использования новых информационных технологий в управлении организациями, когнитивный менеджмент имеет своей целью создание новых и более мощных конкурентных преимуществ организации, предполагая создание нового знания и стимулирование прироста знаний. Это отбор и аккумуляция значимого знания из внешних по отношению к данной организации источников. Это сохранение, классификация, трансформация, обеспечение доступности знаний. Когнитивный менеджмент предполагает дальнейшее распространение и обмен знаниями в рамках организации и за ее пределами, использование знаний в деятельности организации, принятие решений, включение знаний в продукты, услуги, документы и базы данных.

Когнитивный менеджмент – это не автономная, не самостоятельная активность, а неотъемлемая часть менеджмента любой организации. Для успешного осуще-

ствления когнитивного менеджмента необходимы: хорошая технологическая инфраструктура, позволяющая с помощью коммуникаций эффективно переносить и распространять знания, высокая организационная культура, способствующая переносу знаний от одного работника и подразделения к другим и непрерывное и квалифицированное обучение персонала. Объединяя вместе три ключевых организационных ресурса: людей, осуществляемые процессы и технологии, когнитивный менеджмент представлен, с одной стороны, совокупностью инструментов или технологической схемой, позволяющей сохранить, отфильтровать, проанализировать и эффективно использовать знания на практике, а с другой – организационной схемой для практической реализации идеи выявления, структурирования, сохранения знаний в компании и обмена ими. При этом когнитивный менеджмент связан, в первую очередь, с организационным знанием (organizational knowledge), которое представляет собой постоянно меняющееся сочетание структурированного опыта, ценностей, контекстуальных сведений и озарений и служит основой для оценки и усвоения нового опыта и информации. Оно порождается и используется своими носителями.

Вместе с тем поиск методологических принципов построения системы когнитивного менеджмента как механизма, обеспечивающего непрерывное обучение организации, идет до сих пор. Нужно отметить, что предпосылками формирования сферы когнитивного менеджмента стала разработка идеи информационного общества или общества знаний, а также исследование социального аспекта поведения человека, показавшего, что знания существуют и накапливаются главным образом в коллективе. Решающим моментом стало изменение рациональной организации общественных отношений, где на место классической рациональности встает коммуникативная, открытая рациональность, предполагающая уважение к альтернативным картинам мира, возникающим в иных культурных и мировоззренческих традициях, отрицающая принцип жесткого детерминизма, обеспечивающая взаимообогащение различных познавательных позиций.

Идею коммуникативного типа рациональности разработывал Ю. Хабермас в своей «Теории коммуникативного действия». Он описал три мира знаний и связанные с ними типы рациональности, которые, в свою очередь, лежат в основе предложенной им системы познания природы. Во-первых, существует техническая (technical reality), или объективная реальность, представляющая собой сферу взаимодействия человека и природы. Техническая реальность, по Ю. Хабермасу,

представляет собой результат намеренного вмешательства человека и ассоциируется с *инструментальной рациональностью* (instrumental rationality).

Во-вторых, существует межличностная (интерсубъективная) реальность, представляющая социальный мир людей. Данная социальная реальность является предметом интерпретации значения и связана с успешным выполнением социальным субъектом своего рабочего задания и со *стратегической рациональностью* (strategic rationality). Стратегическое поведение ориентировано на достижение цели, предполагающее асимметричную субъект-объектную процедуру и прагматическое использование другого в качестве объекта или средства [1].

В-третьих, существует субъективная реальность, представленная личным миром людей. Эта личная реальность является предметом саморефлексии и ассоциируется с коммуникативной рациональностью (communicative rationality). Коммуникативная рациональность соответствует «жизненному миру», представляющему собой символически опосредованное производство и воспроизводство общества действующими индивидами. Коммуникативное поведение принципиально субъект-субъектно и, предполагая принятие другого в качестве самодостаточной ценности, исключает какие бы то ни было цели, помимо самого акта своего осуществления. Сюда относятся такие «интеракции, в которых их участники согласуют и координируют планы своих действий; при этом достигнутое в том или ином случае согласие измеряется интерсубъективным признанием притязаний на значимость» [2. С. 91]. Такие притязания представляют собой воплощенные в высказываниях знания.

В работе «Познание и интерес» (Knowledge and Human Interests) Ю. Хабермас, развивая учение о типах рациональности, конструирует теорию естественно-исторических знаниеобразующих интересов, которые представляют собой не «частные «партикулярные интенции» познающего субъекта, а фундаментальные условия познания» [3. С. 98]. Описываемые интересы «исходят одновременно как из природы, так и из культурного разрыва с природой» [3. С. 95], каждый из них необходимо связан с определенным видом человеческой деятельности. Среди них он называет, во-первых, технический когнитивный интерес, связанный с зависимостью человека от своей способности управлять природой для удовлетворения своих интересов. Этот интерес связан с технической реальностью и характеризует «труд» человека, который включает любые взаимодействия человека с миром вещей. Он связан с объективистской верой в то, что реальность структурирована по определенным законам, независимо от человека.

Во-вторых, Ю. Хабермас говорит о практическом когнитивном интересе, который обусловлен зависимостью людей от совместных действий и, соответственно, от коммуникативного взаимодействия, а также необходимостью взаимного понимания людей. Этот тип интереса вызван вопросами языковой интерпретации и межличностной коммуникации и связан с интерсубъектной реальностью и с конструктивистской верой в значение, которое принимает реальность в конструкциях субъектов коммуникации.

В-третьих, эмансипационный когнитивный комплекс, по Ю. Хабермасу, связан с рефлексивной деятельностью

сознания. Он заключается в освобождении от условий, вызванных искажением коммуникации, относится к субъективной реальности, представляет собой единство технического и практического подходов.

Ю. Хабермас использует когнитивные интересы для разработки топологии действий. Когнитивный менеджмент как деятельность предполагает ряд основных действий со знанием. Создание знания начинается на уровне отдельных субъектов, когда как члены организации они приобретают их посредством индивидуального обучения, через личный опыт, путем саморефлексии. С одной стороны, каждый человек живет и воспитывается в определенном социальном окружении, которое формирует у него конкретную систему ценностей и влияет на его познавательные способности. С другой стороны, человек находится в непосредственном контакте с «техническим миром» (Ю. Хабермас) материальных вещей. Постоянный разрыв между действительным состоянием технического мира и желаемым состоянием помогает сформировать у каждого человека представление о собственных знаниях. Такие двунаправленные взаимодействия личностного (субъективного) и организационного, а также и личностного и технического уровней составляют этап создания личного знания [1].

Следующим этапом в работе со знанием является его систематизация: отдельный индивид помещается в организационный контекст с тем, чтобы его межличностные взаимодействия влияли на организационное знание. Так как социальная реальность организации образована всеми входящими в нее сотрудниками, личностное знание каждого из них определяет и видоизменяет коллективное знание организации. Коллективное знание представляет собой коллективную «способность выбора рационального действия для определенной цели» [4] посредством «ценностно-нагруженного» объединения знаний всех сотрудников организации. Таким образом, формирование и передача коллективного знания организации основывается на систематизации личного знания в соответствии с ценностями самой организации.

В качестве заключительного этапа можно назвать применение знания. Как и в случае с созданием и систематизацией, применение организационного знания в техническом мире представляет собой двунаправленное взаимодействие. С одной стороны, применение знания влечет к изменениям в техническом мире, с другой стороны, сохраняющийся разрыв между действительным состоянием технического мира и ожидаемым состоянием влияет как на ценностную ориентацию организационного знания, так и на решения, принимаемые внутри организации.

Рассмотренные выше теоретические моменты можно представить в следующей взаимосвязи (рис. 1).

Слово «менеджмент» хотя и предполагает нечто, связанное с управлением, в рассматриваемом контексте означает, что каждый сотрудник должен быть вовлечен в процесс обмена знанием и его порождения. В первую очередь, когнитивный менеджмент имеет дело с чрезвычайно важным неявным знанием, знанием, которое не формализуется и может существовать лишь вместе с его обладателем – конкретным человеком или группой лиц. Современный характер знания делает очевидным тот факт, что знание в его индивидуальных чертах не существует без своего носителя.

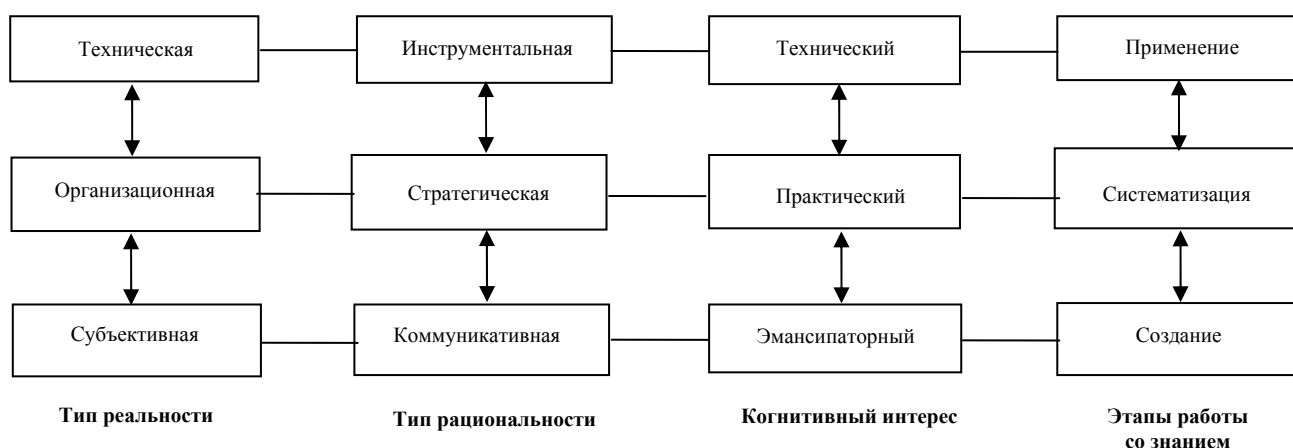


Рис. 1

Знания есть результат рефлексивной переработки и индивидуального понимания отдельным человеком окружающей его действительности. Каждое из таких знаний претендует на истину, при этом образуется ситуация полиистины. С одной стороны, отсутствие единственно истинного знания может привести к затруднениям в процессе принятия решения, с другой стороны, такой формат знания хранит в себе творческий потенциал, именно тот, который необходим сегодня любой организации для сохранения своих конкурентных преимуществ. Иными словами, организации должны приобретать, порождать и сохранять, в первую очередь, знание, содержащееся в умах сотрудников (неявное знание) и включенное в общий организационный контекст их работы. Если новое знание появилось, его необходимо разрабатывать как ресурс организации. Однако такое знание непросто приобрести, зафиксировать, систематизировать, оценить его пригодность и потенциальную ценность. Все, что можно сделать в

таких условиях, – это управлять условиями, в которых можно создавать, обнаруживать, фиксировать, обменивать, отбирать, подтверждать, передавать, усваивать, приспосабливать и применять знания, т.е. создавать условия для коммуникации. Построение системы когнитивного менеджмента осуществляется, в первую очередь, путем налаживания коммуникативных связей внутри и между организационными структурами, обеспечивающими обмен знаниями за счет постоянной циркуляции знаний и информации в организации в соответствии с определенными целями и процедурами, с использованием инструментов обмена знаниями. Таким образом, коммуникация является метапроцессом в модели когнитивного менеджмента, а представленная выше схема отражает двустороннюю взаимосвязь элементов системы когнитивного менеджмента, служащую установлению «взаимопонимания» между составляющими ее элементами посредством обнаружения и раскрытия систем их «ценностей».

ЛИТЕРАТУРА

1. Zining G., Sheffield J. Habermasian Inquiring System: Toward a general framework for knowledge management research. URL: <http://www2.computer.org/portal/web/csdl/doi/10.1109/HICSS.2006.201>
2. Хайбермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2006. 379 с.
3. Хайбермас Ю. Познание и интерес // Философские науки. 1990. № 1.
4. Habermas J. Stanford encyclopedia of philosophy. Режим доступа: <http://plato.stanford.edu/entries/habermas/>

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 16 марта 2009 г.