

УДК 1.5; 1.6; 001.8:5; 001.8:6

Г.И. Петрова, Ю.М. Стаховская

КОГНИТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ИННОВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ТЕОРИЙ УПРАВЛЕНИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Обосновывается тезис о том, что когнитивный менеджмент является общей стратегической установкой современных теорий управления. В качестве аргументов высказывается, во-первых, положение о том, что в информационном обществе знание, трансформировавшись в информацию и оказываясь основным источником и ресурсом развития общества, приобретает не только эпистемологическое, но и социокультурное значение, и, следовательно, управление знаниями (когнито) становится ведущим направлением управленческой деятельности в области социальных процессов в целом. Во-вторых, вывод относительно когнитивного менеджмента как основной стратегии современного управления базируется на её (стратегии) интенции на управление инновацией, которая, тоже являясь прерогативой только информационного общества, принимает на себя функцию механизма его развития.

Ключевые слова: информационное общество, общество знания, когнитивный менеджмент.

1. Когнитивный менеджмент – ответ информационному обществу в области управления

Понятие «когнитивный менеджмент» появилось сравнительно недавно – на рубеже XX–XXI вв. Оно связано с рефлексией философской мысли относительно необходимости и возможности приведения в соответствие теории управления с практикой социальной жизни, претерпевшей к этому времени серьёзные трансформации. Поиск методологических принципов построения системы когнитивного менеджмента осуществляется до сих пор, и одной из фундаментальных предпосылок в этом отношении явилось обнаружение связи этой стратегии управления с разработкой теории информационного общества или общества знания. Трансформации в управлении социальными процессами вызваны специфическими характеристиками информационного общества, свидетелями которого мы сегодня являемся.

В свою очередь наступление информационного общества инициировано фактором, зафиксированным в известном теперь уже тезисе о превращении знаний в информацию. Чтобы понять специфику когнитивного менеджмента как управления, адекватного новому – информационному – состоянию общества, необходимо поэтому увидеть специфические характеристики информации как современной формы знания. Вопрос встаёт следующим образом: чем отличаются и где определяются общие характеристики традиционного понимаемого знания и знания как информации?

Традиционно за понятием «знание» закрепляется определённый набор фактов, эмпирических данных и теоретических обобщений, найденных на чувственной основе или в результате рациональных открытий при помощи

тех или иных физических приборов. Оно фиксируется в письменных текстах, которые всегда несут на себе печать субъектности. В текстах всегда присутствует как субъект, создавший знание, вложивший в него многообразие своих связей, ценностных ориентиров, мировоззренческих принципов, так и субъект, его познающий и усваивающий. В силу субъектности содержания знание требует организации специального рода работы по раскрытию его значения, дешифровке и извлечения из него заложенных либо вновь создаваемых и интерпретируемых в конкретных ситуациях смыслов. Тексты материальны, воспроизводимы в своём содержании, тиражируемы. Знание может активно использоваться в профессиональной или в образовательной деятельности, но может находиться и в пассивной форме – как сумма объективированной информации, сохраняющейся в библиотечных книжных фондах или в любой другой текстуальной форме.

Информационное общество существенно изменило традиционное представление о знании. Специфика знания как информации связана с возникновением новой формы познавательной деятельности – эпистемологии как информационного процесса. Новизна этой формы обуславливается внесением в процесс познания кодирования, когда живая и субъектная форма знания переводится в бессубъектные знаки и сигналы – в информацию. Знание-информация отчуждается от субъекта и существует как автономный, рядоположенный с субъектом и не зависящий от него феномен бытия. С возникновением информационной или компьютерной эпистемологии возникает новая – виртуальная – форма знания, которая воздействует на современного человека и на которую человек по-новому реагирует. Информационность как характеристика современного общества означает насыщение его знанием, которое из своей овеществленной и оплотнённой (в *плоти*, например, книг) формы трансформировалось в виртуальность, а естественная и объективная реальность, в которой человек располагался и мог на неё односторонне воздействовать, превратилась в реальность искусственную и отчуждённую. Современная социальная реальность – это реальность отчуждённого знания – знания как информации. Компьютерные интеллектуальные системы и искусственный интеллект свидетельствуют об информации как об основном конструкторе современной реальности, способном создать искусственный мир – мир интеллектуальных технологий, где знание представлено абстрактной формой кодов, символов, знаков. В этой форме знание может использоваться в различных культурных сферах независимо от их специфики.

Таким образом, если всю историю человечества познание связывалось либо с отражением в человеческом сознании окружающей реальности, либо с её конструированием человеческим разумом, то сегодня эти метафоры заменяются метафорой «компьютерной конструкции». Соответственно, знание в этой конструкции становится информацией, принадлежащей теперь человеку лишь опосредованно – через компьютер. Традиционное представление о знании необходимо связывает его с субъектом, открывающим его или его использующим. Вместе с субъектом оно изменяется, приобретает новые смыслы и значения, по-новому используется в разных контекстах. Субъектное знание является творческим и живым. Напротив, в автономном от субъек-

екта существовании оно теряет заботу о характере его использования, становясь чрезвычайно прагматичным, но одновременно приобретая прагматику сиюминутного употребления без внимания к возможному богатству его смыслового содержания и различным аспектам действия. Использованное, оно отбрасывается в общую суммарную, отдельно от человека существующую «информационную корзину».

Знание, отделённое от человека, – это информация. «Различие между знанием и информацией, – пишет Б.К. Турчевская, – можно представить в виде своеобразной формулы: информация – это знание минус субъект или знание – это информация плюс субъект» [2. С. 28]. Бессубъектное существование информации означает, что знанию удалось в полной мере освободиться от контроля человека. Оно существует в отчуждённой форме. Особое внимание в этих трансформациях следует обратить на то, что уже само понятие *ин-форма-ции*, имея корень «форма», несет в себе возможность формальности знания, его безличности и отвлеченности от человеческих, гуманитарных аспектов. Знание и раньше вырывалось из-под человеческого контроля (нравственных регулятивов, например), сегодня же опасность такой неконтролируемости возрастает. Но в этом и состоит отличие знания от его превращённой формы – информации. В этом смысле различие между знанием и информацией подмечал ещё в начале становления информационного общества Л. Бриллюэн, когда писал: «Информация есть сырой материал и состоит из простого собрания данных, тогда как знание предполагает некоторые размышления или рассуждения, организующие данные путём их сравнения и классификации» [3].

Каковы, однако, социокультурные последствия факта превращения знания в информацию? И как конкретно это повлияло на возникновение новой стратегии управления социальными процессами – когнитивного менеджмента?

Трансформации знания означали, что оно в форме информации вошло во все структуры социальности и стало обеспечивать эффекты их развития. В знании был увиден новый интеллектуальный инструмент решения социальных проблем в различных сферах жизнедеятельности. Информация – это современная форма знания, которое свою традиционную функцию обслуживания различных социальных сфер трансформировало в механизм и основное средство общественного развития в целом. Информация обеспечила возникновение общества, развитие которого оказалось обусловленным и полностью зависимым от развития знания. Когда знание-информация и информационные технологии – «интеллектуальные компьютеры» – стали не только обуславливать основные линии социокультурного развития общества, но и приобрели функцию обеспечения прироста новых знаний, они стали играть ведущую роль в развитии общества, революционизировали все социокультурные сферы и специфицировали все его характеристики.

Впервые, может быть, Д. Белл засвидетельствовал в этом значении факт превращения знаний в информацию. Он использует термин «информационное общество» не в смысле обозначения фазы после постиндустриального общества, а в смысле акцента на социокультурной доминанте – на информации [4. С. 55]. Говоря о новой информационной эре, он заметил, что она ос-

новывается «не на механической технике, а на «интеллектуальной технологии», и этот факт дал основание констатировать «появление нового принципа общественной организации и социальных перемен» [5. С. 21].

Следствием трансформации знания в информацию, таким образом, явилась смена традиционно доминирующих экономических факторов развития общества, в качестве которых выступали ранее, исторически следуя друг за другом, сельское хозяйство и промышленное производство. Эти главные доиндустриальные и индустриальные экономические факторы, как и факторы капитала и труда, уступили место информации. Это и было квалифицировано как наступление информационного общества. Знание-информация стало играть ведущую роль во всей социокультурной системе. В интеллектуальных технологиях оно приобретает способность быть чрезвычайно практическим. В нём органически срастаются теория и практика, и благодаря этому оно превращается в основной источник и ресурс развития общества. Оно объединяет науку, технику, экономику и все другие сферы социума, на нём они держатся, организуясь в системное единство.

Для управления таким системным единством важно найти скрепляющее звено. И если таковым является информация, то управление ею и есть управление знанием в той его форме, в которой оно сегодня существует как социальный конструктор и организатор. Когнитивный менеджмент подмечает эту основную трансформацию и вызывается ею, чтобы создать адекватную систему управления. Адекватность достигается тем, что основная стратегическая линия когнитивного менеджмента направляется на главный фактор (источник, ресурс) развития общества – на информацию или на знание в форме информации. Как управление знаниями (knowledge management) в форме информации, которая присутствует теперь во всех структурах социальности, когнитивный менеджмент на самом деле являет собой управление обществом в целом – не только его когнитивной структурой, ибо на основе когито, работы мысли информационное общество существует. Поэтому когнитивный менеджмент приобретает более широкое значение, чем только управление знаниями. Если знание превратилось в информацию, а информация стала репрезентировать характер работы всех социокультурных структур, то когнитивный менеджмент – это управление этими структурами через организацию движения знания-информации. В такой специфике когнитивный менеджмент не есть некая отдельная управленческая сфера, распространяющаяся на какую-то конкретную область социальной действительности и располагающаяся рядом. Это скорее управленческая стратегия, присущая управлению в целом как специфической форме деятельности, имеющая целью воздействовать на знание как на ту «скрепу», которая держит социальную систему в единстве.

Выбирая информацию в качестве вектора собственного управленческого воздействия, когнитивный менеджмент делает это в силу того, что в этой форме знание расширило свой объём и функциональное назначение. Обусловив эффекты развития всех социальных структур, оно (как информация) дополнило свою традиционно гносеологическую роль ролью социокультурного характера.

Впервые американский экономист Ф. Махлуп увидел знание в его не только эпистемологическом, но и социокультурном значении. Имея в виду, что в форме информации оно из обособленного специфического занятия учёных, академических и научно-образовательных коллективов превратилось в фактор, обуславливающий работу всех сфер социальности, Ф. Махлуп в работе «Производство и распространение знаний в США» [6] вводит и сам термин «информационное общество». Автора интересовал, прежде всего, конечно, информационный сектор экономики, но он замечает, что информация захватывает и прочие сферы социальной реальности – политическую, культурную, стратификационную. На этом основании он приходит к выводу, что знание, трансформировавшееся в информацию, существенным образом изменило общество, и в такой форме констатирует его новое – информационное – состояние.

Японский ученый Е. Масуда в работе «Информационное общество как постиндустриальное общество» [7] также выстраивает грядущее (он работал в плане футурологии) общество на факторе знания, принявшем форму информации. В этом качестве, считает Е. Масуда, оно создаёт компьютерную технологию, замещающую (усиливающую) умственный труд, и становится основой нового общества. Результатом данного процесса оказывается выход интеллектуальной деятельности – познания – на рынок, а ведущая тогда сфера экономики сама оказывается зависимой в своем значении от знания и приобретает характер интеллектуального производства.

Тот же вывод делает Д. Белл [5], обращаясь к интуициям К. Маркса относительно производительной роли науки. Он развивает это учение с позиций XX в.: если индустриальные общества характеризуются машинным производством вещей, то постиндустриальные или информационные – производством теоретического знания. Теперь уже не материальное производство является основой развития общества, на это место заступает знание-информация в разных формах своей институционализации.

Исследования в области информационного общества на рубеже XX–XXI вв. привели к открытию его особого культурного состояния – «общества знания» («knowledge-based society»). Д. Белл, объясняя специфику этого общества, говорит о его новом источнике развития – научных исследованиях [5. С. 288].

Концепция «общества знания» сегодня рассматривается как вариант «информационного общества», является наиболее представительной для его понимания и разрабатывается, главным образом, французской школой исследователей, которые обратились к интерпретации проблем культуры в постиндустриальном обществе (Л. Альтюссер [8], Ж. Бодрийяр [9], Ж.-Ф. Лиотар [10], М. Фуко [11] и др.). Эти авторы отмечают, что на этапе общества знания, благодаря технологизации (пантехнологизации) интеллектуальной деятельности, осуществляющейся под влиянием превращения информационных систем в основу всех современных технологий, изменяются роль и статус социокультурной структуры в целом. Информационные технологии теперь обеспечивают доступность любой информации, решение любой личной или социально значимой задачи, способствуют развитию общественных систем и

политических режимов, воздействуют на изменение классовой структуры, заменяя понятие класса социально недифференцированными «информационными сообществами» (Е. Масуда) [12] или «малыми» экономическими формами (О.Тоффлер) [13]. Иначе говоря, знание как информация «вмещается» в развитие всей социальной структуры, обуславливает характер любых социальных процессов. В новых условиях теория управления социальными процессами не могла не отреагировать.

Итак, когнитивный менеджмент как стратегия управления знаниями вызывается их (знаний) новым состоянием – превращением их в информацию, что обеспечило им в таком качестве место ведущей, доминантной структуры в социальной системе.

2. Когнитивный менеджмент – управление инновацией как механизмом развития информационного общества

Чтобы найти другой объяснительный принцип в раскрытии специфики когнитивного менеджмента, обратим внимание на то, что под влиянием фактора информации появились беспрецедентные характеристики социального развития и возник новый тип социальной организации. Знание, интеллект, когито, приняв форму информации и явив себя в качестве главных доминант социального развития в целом и отдельной организации как конкретного социального института в том числе, радикально изменили тип и характер социального развития. В прошлом всегда устойчивое общество, приняв доминанту информации – постоянно меняющуюся, непрерывно предлагающую всё новые и новые организационные конфигурации социальности, впервые в истории встретилось с невозможностью собственного оформления в какой-либо о-предел-ённости. Информация в бесконечности своих потоков не может задать социальные пределы, рамки, границы. Они постоянно изменяются, и вместе с информационным движением и изменением меняется, потеряв стабильность, и общество. Теперь оно репрезентируется процессуальностью, движением и изменением.

Следует поэтому констатировать, что на этапе информационности общество принципиально изменило механизм собственного развития. Роль подобного механизма в прошлом (в индустриальных и традиционных обществах) всегда выполняла традиция, назначение которой состояло в обеспечении социального наследования и стабильности. Культурные формы традировались (переносились из одного социального этапа развития в другой). В традировании сохранялись исторические закономерности, нравственные нормы, эстетические каноны и пр. При таком характере развития общество сохраняло устойчивость.

Когнитивный менеджмент – это ответ не только на конкретные социальные превращения (типа тех, что названы в первой части статьи), но и на принципиальную трансформацию общего характера развития социальной системы, когда она под воздействием постоянно обновляемого знания потеряла традиционную стабильность и пришла в состояние инновационной динамичной неустойчивости. Специфика современной социальной динамики состоит в том, что она провоцируется информационными потоками, которые

в своём непрерывном изменении захлёстывают реальность и не дают ей возможности организоваться вокруг какой-либо доминанты [14] или традиции. Вернее, как уже говорилось, доминантой социального развития стало знание, когито, принявшее форму информации. Но в таком виде доминанта оказалась беспрецедентно специфичной: сама постоянно изменяясь, она вносит движение и в социальную реальность, вымывает всяческие традиции, устраняет былую социальную упорядоченность, устойчивость, логическую прозрачность, возможность проектирования и прогнозирования.

Информация как культурная доминанта выстраивается на бесконечном обновлении социальной структуры – на инновации. На место традиции как механизма социального развития пришла инновация, и управление социальными процессами ответило на данное изменение стратегией когнитивного менеджмента. Эта стратегия базируется на исследовании нового механизма развития – инновации. Когнитивный менеджмент подобно тому, как он сам имеет не только эпистемологическое значение, но видится в социокультурном ракурсе, такой же план видения выстраивает и для инновации. Определение инновации не ограничивается её эпистемологическими характеристиками, основные акценты ставятся на её социокультурном значении. Это и даёт основание в качестве механизма социального развития в целом (а не только развития научного знания) в ситуации информационного общества рассматривать инновацию, заменившую в этом статусе в прошлых обществах традицию.

Инновация, считается, принципиальным образом изменила характер социальной динамики. Общество перестало держаться какой-либо устойчивой центральной структурой, оно держится постоянно меняющейся информационной взаимосвязанностью всех структур, «базируется» на неустойчивости и текучести информации. Оно оказывается тем более устойчивым, чем более «неустойчивой» и обновляющейся является его «база» – информация. Поскольку специфика информации состоит в её постоянном изменении, то в это же состояние неустойчивости и непрерывного движения она подвергает все социальные структуры. Информационные потоки вымывают всякое устойчивое ядро. В непрерывной социальной динамике никакая доминанта не успевает складываться. Ничто больше не может держать «порядок», ибо постоянные информационные нововведения призваны не традировать, но обновлять социальную структуру (общество в целом или отдельный социальный институт, производственную организацию – всё равно). Современным «порядком» стал «хаос» – бесконечный и непреходящий, устранивший доминантное единообразие, допустивший разнообразие и одновременное существование многих векторов развития – вариативных или даже альтернативных. В хаотическом многообразии, в сцеплениях и переплетениях структур, форм и путей развития социальность в любой форме своей институционализации предстала постоянством «движения». Непрерывное движение к новизне устраняет на-стоя-щее как то, на чём можно было бы прочно стоять. Оно (настоящее) захлёстнуто непрерывностью движения, бегом в новое состояние, необходимостью спешить, успевая за новизной в профессиональной деятельности, в культуре, в социальных ориентациях, невозможностью

выживания без у-спех-а. Может ли социальная система сохранить себя как действительно система, если она отказалась от системообразующего – доминантного – отношения? Не произойдёт ли её «разнесения» и «распыления» в центробежных векторах движения? Положительная перспектива в этом отношении видится в создании механизма, который бы взял на себя функцию адаптации и стабилизации системы.

Когнитивный менеджмент есть одна из попыток позитивного ответа на поставленные вопросы. Ответ находится в переосмыслении стратегической установки различных теорий управления социальными процессами. Какое бы множество теорий управления сегодня ни существовало, все они, чтобы быть адекватными информационному обществу, принимают единую стратегию – управление знаниями как информацией. Если знание является хоть и специфичной, но доминантой развития информационного общества, то управление доминантой, её настрой может способствовать адаптации социальности к хаосу движения. Когнитивный менеджмент – это управление знаниями как непрерывное встраивание социальной системы (отдельной организации) в общее информационное «беспорядочное» движение с целью её адаптации и поиска возможностей «новой стабилизации». Управление знаниями сегодня приобретает характер управления «хаотичным движением».

Управление информационным хаосом и потребовало изменения механизма социального развития. В качестве такового традиция больше не работает. Когнитивный менеджмент нашёл механизм новый, адекватный специфике информационного состояния общества. Им и явилась инновация [15–16]. Обращение к инновации имеет значение в том отношении, что в ней, кажется, найден тот механизм развития социальной системы, который способен обеспечить её адаптивность.

Попробуем это объяснить. Трудность управления социальными процессами в организации заключается в том, что она, как в целом и любая социальная система, не может не быть инерционной: она имеет память и, помня о своей истории, не теряет способности к стереотипному поведению. В условиях нестабильности социальной системы для преодоления её стереотипности и инерционности требуется особый механизм адаптации.

Заслугой когнитивного менеджмента, работающего со знанием и имеющего задачей управлять его развитием, явились поиски этого механизма. Результат поисков – открытие именно в когнитивной сфере, в области усвоения знания как постоянно меняющейся информации – механизма нововведения. Таковым явилась инновация. Эпистемологическая, сугубо когнитивная специфика инновации была перенесена на всю социокультурную реальность на том основании, что знание стало основным источником развития общества. В данном случае когнитивный менеджмент совершает своего рода аналогизирующий перенос: от эпистемологии – в область социального развития. Его суть состоит в следующем. Известно, что открытие нового знания всегда беспокоит научную систему в целом, нарушает её стабильность в пределах уже устоявшейся парадигмы развития. Новизна ставит под вопрос существование старой парадигмы, но одновременно заставляет адаптироваться, искать новые парадигмальные возможности [17]. В конце концов, поиски

приводят науку вновь к устойчивому состоянию. Подобным образом когнитивный менеджмент предлагает посмотреть на социальную инновацию. Её действие беспокоит организацию, поскольку открывает разнонаправленность и равновозможность дальнейшего движения, заставляет принимать решения в ситуации неопределённости и ставит перед проблемой выбора, который всегда оказывается риском.

Преимущество когнитивного менеджмента состоит в том, что выстраивание управления на использовании инновации в качестве механизма развития общества в целом и отдельной конкретной организации или социального института в том числе, не отвергает ни одно направление социальной трансформации, и, встраивая их в общий процесс развития, адаптирует к конкретной ситуации. Всё новое сохранить и адаптировать – такова задача управления знаниями. В этом смысле когнитивный менеджмент проявляет себя как чрезвычайно толерантная стратегия управления. В ситуации неопределённости, нестабильности и непрогнозируемости, когда открывается сразу много возможных путей развития, толерантность когнитивного менеджмента является адекватным принципом работы. Разнообразие, вариативность и альтернативность путей как результат неопределённости развития социальной системы не допускает авторитарного или тоталитарного отбора, чтобы отдать каким-то траекториям преимущество. Когнитивный менеджмент, позволяя работать в широком спектре разнообразных траекторий, обеспечивает выживание и одновременно обновление социума.

Менеджер, работающий по принципам когнитивного менеджмента, соблюдая стратегию сохранения разного, не выбирает в качестве стратегического одно единственно верное решение, но приобретает своеобразное зрение «изнутри» и, видя динамику «хаоса», рассчитывает вероятностные и возможные тактические шаги. Он не сверху и не со стороны смотрит на состояние организации, откуда можно авторитарно выстроить управление, базируя его на однолинейной логике, выверить строго рациональный путь в поиске того самого единственно верного решения и редуцировать все прочие. Принятие подобного рода пути и решения – прерогатива бюрократических систем и принципов управления, которые были разработаны для закрытых и устойчивых социальных систем, где все управленческие ходы можно было предусмотреть и тиражировать в сходных ситуациях. Они потому и являлись эффективными, что в стабильных системах это тиражирование можно было осуществлять. Каста бюрократов подобно самой системе являлась тоже закрытой, устойчиво себя воспроизводящей, владеющей особыми, только ей доступными знаниями. Знания могут кумулятивно суммироваться и накапливаться, но очень редко (или никогда, если система устойчива) меняться. В однолинейных, стабильных системах ценится опыт управленческой работы, понимаемый в смысле усвоения алгоритма поведения, когда важным оказывается не умение выбора решения из их раскрывшегося вее-ра, но заученное и усвоенное знание того, как следует поступить в данной ситуации, умение именно его вспомнить и применить. От этого зависит безошибочность решения как единственного.

Но в ситуации, когда социальная система утратила однолинейность развития и приобрела качество «хаосной» самоорганизации, невозможна позиция «сверху». Ибо одной рациональной логикой не выверить запутанности самоорганизационного движения и не найти алгоритмического решения. В динамике, в постоянстве изменений алгоритм в принципе невозможен. Менеджеру в принятии решения становится недостаточно строго рационально мыслить, ему необходимо социальную динамику чувствовать, воспринимать, ощущать во всём её разнообразии и множественности. Чтобы всё это стало реальностью, он отказывается от управленческой позиции «сверху» и приобретает позицию «изнутри». Эта позиция развивает «фасетное» зрение, менеджер смотрит одновременно во все стороны и видит их все вместе, замечает те самые «сцепления», «переплетения», «перепутья» – те общие места, где сходятся все направления сразу, прозревает их возможные эффекты. Он не «выбирает одного верного решения» как решения стратегического, но принимает вероятностные тактики поведения – тактики, которые дают ситуативные результаты. Долгосрочные стратегии в динамичных условиях не результативны и не адекватны, ибо подавляют появляющиеся новые и в своих потенциалах, возможно, тоже эффективные направления развития. Такие стратегии не позволяют системе мгновенно меняться, выживать, «пульсировать» и «мерцать», самоорганизовываться. «Фасетность» зрения даёт возможность организации адаптироваться к каждому новому моменту её жизни, обновляться, сохраняя себя, что способствует выживанию, когда нахлынувшие нововведения могли бы и утопить её.

Поэтому для когнитивного менеджмента важной является методологическая проблема – методология принятия решения. Базовым началом этой методологии является определение категории «риск», видение принимаемого решения в его рискогенной природе. В литературе по поводу определения риска есть разные позиции. Его сопрягают с понятием опасности (вреда) и вычислением последствий принятого решения [18. С. 51]. Напротив, другие исследователи говорят о риске как о том «предприятии, которое затевают с надеждой на успех, пусть результатом может быть и неудача» [19. С. 71; 20. С. 3]. В риске видится взвешенная линейная комбинация изменений и распределения всех возможных последствий. В определении риска важно подчеркнуть, что оно акцентирует внимание не на жестко научно-рациональных основаниях, но допускает вероятность последствий социального действия. Поскольку полностью измерить риск невозможно, то в когнитивном менеджменте риск используется как действие, принятое на основе вероятностного, а не претендующего на абсолютную истинность рационального решения. Как рискогенное, оно расширяет область рационального видения и определяет социальное действие как готовность и способность к выбору. Вероятностное восприятие реальности, свойственное когнитивному менеджменту, приводит к тому, что риск в этой управленческой стратегии превращается в фундаментальную категорию. Для управления это означает, что менеджеру необходимо постоянно разрабатывать разнообразные и всё время новые механизмы приемлемого принятия решения в риске. Поэтому в когнитивном менеджменте реальное значение приобретают методология и прак-

тика принятия решений, которые были бы связаны с механизмами снижения организационной неопределенности и оптимизацией рискогенного действия. Риск в принятии управленческих решений – это норма. Э. Гидденс считает, что в условиях организационной неопределённости и в целях недопущения возможности не выбрать правильного решения «мыслить в понятиях риска стало... постоянным занятием, отчасти даже незаметным» [21. С. 119].

Таким образом, когнитивный менеджмент нашёл в инновации механизм социальной стабильности и подметил своеобразный парадокс современной социальной действительности: чем более она оказывается подверженной действию инновации, т.е. чем интенсивнее меняется, тем более она становится устойчивой. На этом парадоксе выстраивается стратегия когнитивного менеджмента – управлять инновациями как в их когитарно-эпистемологическом качестве, так и в плане их социокультурного значения.

В реальности социума инновация была замечена в силу её специфического действия – она является своеобразной «охранной системой» общества, встраивая его в процесс движения, следя за его «порядком» и постоянно работая с «хаосом», который оказывается следствием провокационного влияния бесконечно становящейся всё в новом и новом содержании информации. Незаканчиваемость новизны разрушает всяческую социальную упорядоченность. Инновация приходит на помощь. Как механизм социального развития, заменивший традицию, она обеспечивает устойчивость в ситуации постоянной неустойчивости. Она действует на опережение, пробует и выбирает возможные шаги в будущее. Социальное движение в этом случае в каждый конкретный момент обеспечивается высоким уровнем устойчивости по отношению к разрушительному действию хаоса. Инновация, будучи внутренним порождением социальной системы и базируясь на поисково-прогностической функции, «самотворит» социальность в каждый новый момент её движения. В этом – залог и потенциал своевременного и успешного управления в ситуации неустойчивости и неопределённости развития.

Каково социальное содержание инновации, и отвечает ли оно тем надеждам, которые на него возлагает когнитивный менеджмент? Инновацию следует понимать не как новую идею, процесс её реализации или как новый конкретный результат. Инновация, скорее, являет собой одновременно и то, и другое, и третье, она – качество постоянного движения, механизм развития системы, получающей свою устойчивость и не разваливающейся только потому, что в неустойчивости приобретает свойство адаптивности к новым и новым условиям. Идея инновации в её социальном плане активно разрабатывается с 60-х годов XX в. П. Друкер [22] и Д. Санто [23], исследующие глобализационные проблемы, может быть, одними из первых определили инновацию как нововведение, трансформирующее все социокультурные сферы и направленное на предотвращение и разрешение глобальных кризисов. Они исследовали действие инновации как социального механизма развития, показав, что её содержательное осуществление объективно включает в себя элементы, способствующие адаптации системы, живущей в режиме движения. Исследование этих авторов можно, в свою очередь, адаптировать

применительно к когнитивному менеджменту на уровне отдельной организации.

Инновация – механизм чрезвычайно чувствительный и на своём уже начальном этапе содержит интуицию перемен и импульсивную готовность к ним. Интуиция и импульс – итог внимательного отношения и усвоения информации, получаемой в результате изучения самой системы и того, что происходит за её границами. Готовность к переменам приходит как осознание нежизнеспособности существующей внутрисистемной организации. Однако в управлении возникает противоречивая ситуация. С одной стороны, понятно, что без совершения инновационного действия нельзя преодолеть проблем, которые привели к системной нежизнеспособности. Но с другой – перед инновационным действием возникает страх, связанный с тем, что оно всегда означает нарушение устойчивости. Несмотря на возможные сопротивления инновационному действию, управленец обязан его преодолеть. Когнитивный менеджмент позволяет это сделать, поскольку управленческое действие в самом начале содержит острую потребность провести инновацию и направляется с первых своих шагов на исследование имеющихся в организации возможностей для этого проведения. Когда инновация принимается как должное, задача управленца состоит в том, чтобы приобщить персонал к её осуществлению во всех сферах организационной деятельности. Распространение инновационного хода и результатов осуществляется как регенерация, изменение свойств организации, касающихся как профессиональных персональных качеств, так и общей атмосферы взаимоотношений: корпоративной культуры, доверия, репутации организации, имиджа руководителя, топ-менеджера, всех членов управленческой структуры. В итоге такого регенерирования первоначальных свойств создаётся их новый вариант.

Содержание инновации складывается, таким образом, из разных форм интеллектуальной деятельности, которые оформляются в различного рода организационные институты. Совокупность таких институтов, их совместное функционирование и являют общую инновационную сферу организации. Сегодня эта сфера представлена бизнес-инкубаторами, научно-производственными лабораториями, технополисами, технологическими парками и т.п. Вся эта структура встроена в общее социокультурное, научно-техническое и производственно-экономическое развитие и являет собой единство фундаментально-теоретической и практико-прикладной сфер социальной жизни. Единство обеспечивается тем, что названная инновационная сфера выполняет функцию обслуживания, сообщает обществу сервисный характер [24–25]. Современная инновация, таким образом, не связывает себя только с фундаментальными научными открытиями, она даже не предполагает и материального бескорыстия учёных. Напротив, инновационная сфера становится наиболее прагматичной, формирует общественный спрос на товары, задаёт стратегии развития новых отраслей науки, которые одновременно оказываются и отраслями технологического производства. Примером такого единства являются отрасли нанотехнологий, Hi-Tech, Hi-Hume, информатики, биотехнологии, робототехники и др. Вся эта казалось бы научно-теоретическая сфера приобретает практическое значение, сплетая в нераз-

рывное единство сферы теории и практики, фундаментальной науки и прикладной технологии. И наоборот, такая практическая сфера, как организационное, законодательское, правовое, политическое и т.п. консультирование обосновывается и выстраивается на высокой теории. Научное знание в подобном единстве реализует себя как сфера инновационных услуг – сервиса [22–23].

Итак, инновация – пожалуй, главное понятие, с которым работает когнитивный менеджмент. Она обеспечивает рост адаптационных возможностей организации, поскольку имеет способность стать перманентной, и тогда на её основе осуществляется стратегия непрерывного обновления. Инновационность организации означает разработку краткосрочных стратегий поведения, которые, встраивая её в процесс движения, способствуют быстрой и гибкой реакции в ситуации динамики. Это повышает организационные шансы на выживание.

3. «Социальный капитал», «интеллектуальная технология» и «learning organization» как основания когнитивного менеджмента

Настрой когнитивного менеджмента на инновацию диктует управленческой деятельности необходимость исходить из понимания того, что в качестве новых направлений развития сегодня выступило обеспечение широкого доступа людей к накопленным знаниям, произошло снятие организационных и технологических ограничений в процессе циркуляции информации. Современное продвижение организации поэтому оказалось тесно связанным с развитием социального интеллекта [13] и с непрерывностью обучения. Д. Белл обратил внимание, что основу новой социальной эры определяет «не механическая техника», а «интеллектуальная технология» [5. С. 21], которая «приобрела столь же важное значение для постиндустриального общества, какое для общества индустриального имела машинная технология» [5. С. 233]. Интеллектуальная технология построена на математической или логической технике в работе с «организованной сложностью», использует для решения сложных задач новую методологию.

В таком обществе успешность работы любой организации, в первую очередь, определяется, конечно, квалификацией сотрудников. Интеллектуальный капитал стал главной ценностью организации и решающим фактором в конкурентной борьбе. Поэтому основной характеристикой организации в «knowledge society» становится способность к непрерывному обучению, а исходным основанием для возникновения новой отрасли управленческой стратегии – когнитивного менеджмента – появление нового типа организации – «learning organization» – «обучающейся организации». Поскольку способность к усвоению и использованию нового знания обеспечивает степень адаптивности и гибкости организации, то когнитивный менеджмент является своего рода механизмом, обеспечивающим её (организации) непрерывное обучение.

Будучи комбинацией отдельных аспектов управления персоналом, инновационного менеджмента, а также использования новых информационных технологий в управлении организацией, когнитивный менеджмент имеет

своей целью на основе овладения новым знанием и стимулирования его прироста создать новые и более мощные конкурентные преимущества организации. Новая управленческая стратегия предполагает отбор и аккумуляцию значимого знания из внешних по отношению к данной организации источников, его сохранение, классификацию, трансформацию и обеспечение доступности. Когнитивный менеджмент связывает себя с дальнейшим пространством и обменом знаниями в рамках организации и за её пределами, использованием новых знаний в деятельности организации, принятием решений, включением знания в продукты, услуги, документы и базы данных.

В заключение ещё раз акцентируем внимание на том, что когнитивный менеджмент – это не автономная, не самостоятельная теоретическая или практическая активность, а неотъемлемая часть менеджмента любой организации. Не являясь отдельной теорией управления, он имеет претензию объединить их все в поисках общей управленческой стратегии и рождается как одно из их (поисков) направлений.

Управление на основах когнитивного менеджмента перестает быть привилегией каких-то отдельных групп, элит, только правительственного аппарата, перестает быть закрытой, автономной системой и базируется как единая управленческая структура не на централизованном администрировании, но на развитой менеджериальной структуре. Для его успешного осуществления необходимы хорошая технологическая база, позволяющая эффективно переносить и распространять знания, высокая организационная культура, способствующая переносу знаний от одного работника и подразделения к другим, и непрерывное квалифицированное обучение персонала. Объединяя три ключевых организационных ресурса – людей, процессы и технологии, когнитивный менеджмент являет собой, с одной стороны, совокупность инструментов или технологическую схему, пригодную для любых теорий управления и позволяющую сохранить, отфильтровать, проанализировать и эффективно использовать знания на практике. С другой – эта управленческая стратегия представляет собой организационную схему для практической реализации идеи выявления, структурирования, сохранения знаний в компании и обмена ими. В первую очередь, когнитивный менеджмент связан с организационным знанием, которое представляет собой постоянно меняющееся сочетание структурированного опыта, ценностей, контекстуальных сведений и озарений и служит основой для оценки и усвоения инновационного опыта и информации.

Но, может быть, главным достоинством когнитивного менеджмента как стратегии управления в информационном обществе является его антропологическая ориентация. Настрой на инновацию, на развитие социального капитала и жизнь в «learning organization» принципиально меняют личностное ощущение жизни и отношение к ней. Ибо в качестве адекватных инновационному движению личностных характеристик эта стратегия управления считает способность к адаптации, умение ориентироваться в меняющемся мире и потоке информации, познавательную активность в освоении новых методов познания и деятельности, готовность и способность менять профессию в ситуации, когда происходит размывание профессиональных границ, быст-

рую смену культурных и жизненных, деятельностных и профессиональных ориентиров, инициативность в выборе, самостоятельность в определении себя, когда нет готовых решений и их алгоритм как спускаемых сверху больше не действует.

Литература

1. *Поппер К.* Открытое общество и его враги. М., 1992. Т. 1.
2. *Турчевская Б.К.* Знание и информация: от тождества к различию // Актуальные проблемы современной философии. Томск: Изд-во ТПУ, 2006. Вып. 4. С. 26–29.
3. *Бриллюэн Л.* Наука и теория информации. М.: Физматгиз, 1960. 392 с.
4. *Белл Д.* Социальные рамки информационного общества. М., 1988.
5. *Белл Д.* Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: Academia, 1999. 956 с.
6. *Махлун Ф.* Производство и распространение знаний в США. М., 1996.
7. *Масуда Е.* Информационное общество как индустриальное общество. М., 1999.
8. *Альтюссер Л.* За Маркса. М.: Праксис, 2006. 392 с.
9. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, 2000. 387 с.
10. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 1998. 159 с.
11. *Фуко М.* Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью. Ч. 2. М.: Праксис, 2005. 320 с.
12. *Масуда Е.* Компьютия. М., 1998.
13. *Тоффлер О.* Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века. М., 2003.
14. *Университет* как центр культурпорождающего образования. Изменение форм коммуникации в учебном процессе / М.А. Гусаковский, Л.А. Ященко, С.В. Костюкевич и др.; под ред. М.А. Гусаковского. Минск: БГУ, 2004. 279 с. [Электронный ресурс]. Сайт Центра проблем развития образования Белорусского государственного университета. Режим доступа: www.charcko/nagrod/ru, свободный.
15. *Петрова Г.И.* Коммуникативная онтология инноваций в образовании // Вестник Алтайской академии экономики и права. № 10. Барнаул: Изд-во Алтайской академии экономики и права, 2006. С. 21–26.
16. *Никитина Ю.А.* Инновационная активность социальных систем как эффективный механизм адаптации в условиях нарастающей нестабильности внешней среды // Известия ТПУ. Т. 310. Томск: Изд-во ТПУ, 2007. № 3. С. 142–146.
17. *Кун Т.* Структура научных революций. М.: Прогресс, 1975.
18. *Яницкий О.Н.* Социология риска: ключевые идеи. М.: Мысль, 1998.
19. *Зубков В.И.* Введение в теорию риска (социологический аспект). М.: ИНИОН РАН, 1998.
20. *Зубков В.И.* Проблемное поле социологической теории риска. М., 2001.
21. *Гидденс Э.* Судьба, риск и безопасность // Thesis. 1994. № 5.
22. *Друкер П.* Посткапиталистическое общество // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В.Л. Иноземцева. М., 1999.
23. *Санто Д.* Инновация как средство экономического развития. М.: Прогресс, 1990. 296 с.
24. *Ярыгин Г., Антипин А.* Рынок инновационных услуг (о технопарковых структурах) // Проблемы теории и практики управления. 1993. № 5. С. 39–43.
25. *Том Н.* Роль профессионального организатора в инновациях // Проблемы теории и практики управления. 1993. № 5. С. 57–61.
26. *Пряников Б.* США: рискокапитал в новой модели инновационного процесса // Проблемы теории и практики управления. 1993. № 5. С. 45–49.
27. *Хотяшева О.* Организационные формы управления инновационной деятельностью американских компаний // Проблемы теории и практики управления. 1997. № 6. С. 58–63.