

УДК 1:3; 001.8:3

Ю.М. Стаховская

РОЛЬ КОГНИТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ФОРМИРОВАНИИ МЕТАСПОСОБНОСТЕЙ ПРИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМ ПОДХОДЕ

Информационное общество, определяя знание как ведущий фактор развития, как основное средство обмена и потребления, предъявляет к личности требования, не сводящиеся лишь к обладанию определенным набором знаний, а акцентирует внимание главным образом на способности их приобретать. При этом само знание, меняя свой характер, требует новых методов работы с ним, новых способов «управления». В статье определен ряд причин, ведущих к изменениям в системе современного университетского образования, одной из которых является необходимость формирования у студентов метаспособностей. Анализируя пути решения задачи формирования такого рода способностей, автор рассматривает применение программы когнитивного менеджмента как необходимой для обеспечения оптимальных условий для создания, нахождения, фиксирования, обмена и совместного использования знаний, определяя ключевые составляющие такой программы, необходимые условия ее успешной реализации и пути практического применения.

Ключевые слова: образование, метаспособности, знание, когнитивный менеджмент.

Университет был и остается адаптивной социальной системой, в которой люди объединяются для достижения общих целей. Любая образовательная организация воссоздает себя в продуцируемом ею знании, в процессах его передачи, в сотрудничестве людей, стимулируемом ею. Как и другие коммерческие или некоммерческие организации, образовательные институты сталкиваются с проблемами, вызванными необходимостью обмена информацией и знаниями внутри организации. Особенно остро эта проблема стоит в современной ситуации, когда ценность знания неизменно растет.

До недавнего времени университеты навязывали обществу свои собственные определения знания посредством своей просветительской функции. Сейчас общество оспаривает эти определения, выражает недовольство ими и находится в поиске своих собственных, более практических и эффективных формулировок знания. При этом само общество принимает непосредственное участие в «бизнесе знаний» ('knowledge business') [1. Р. 30]. В условиях же, когда университет так или иначе становится частью глобального рынка, усваивая правила рыночных отношений, можно наблюдать так называемую «коммодификацию» информации, превращение ее в товар ('commodification of information') [2. Р. 78], а также «индустриализацию языка образования» ('industrialization of the language of education') [3. Р. 1]. Студенты теперь являются «покупателями» ('customers') или «потребителями» ('consumers'), примеряя на себя определения «исходного материала» ('input') и «конечного продукта» ('output') в зависимости от того, на какой стадии учебного процесса они находятся. Руководители университетских подразделений действуют как «линейные руководители» ('line managers'), а к руководителю высшего звена применяется термин «исполнительный директор» ('chief ex-

ecutive'). Продолжительность обучения становится «жизненным циклом товара» ('the product's life cycle'). Место понимания заняла «компетентность» ('competence'), знания – «информация», а образование само становится массовым продуктом, который продается и покупается на рынке.

Становясь товаром, знание формирует и новый образ университета. Появляются дополнительные возможности для развития, так как, ориентируясь на потребителя, обновляется содержание, разрабатываются новые средства, методы и формы передачи знаний. Возникает зависимость университета от потребителя. Как следствие, университет все более сосредоточивается на производстве «полезного знания», применимого и востребованного в современных экономических условиях. Причем именно общество формирует понимание того, что есть «полезное знание». Предполагается, что оно более не является «пассивным», обеспечивающим личное понимание и несущим истину. Напротив, общество нуждается в знании применимом, повышающем экономическую конкурентоспособность и улучшающем персональную производительность. Это – «локальное знание» ('local knowledge') [4. Р. 45]. В знаниеориентированном обществе, насыщенном разнообразными видами профессиональной деятельности, экономическими и организационными вызовами, возникают новые проблемы производства знания. Знание производится посредством деятельности; в решении организационных и технологических проблем; в формировании социальных новообразований [4. Р. 45]. Так, британские ученые Ф. Браун и Р. Скейз (Philipp Brown, Richard Scase) отмечают переход от «бюрократической карьеры» ('bureaucratic career') [5. Р. 86], когда работник продвигается по служебной лестнице, демонстрируя удовлетворяющую требованиям компетентность, к «харизматической занятости» ('charismatic employment') [5. Р. 89], когда от работников ожидается, что они будут членами команды, лидерами, активистами и инициаторами. Отношения между работником и работодателем, считается, строятся не на роде деятельности работника (employment), а на его «работоспособности» ('employability'). В результате работодатели хотят, чтобы выпускники обладали подходящим набором личностных качеств ('personality package') [6. Р. 126].

Рынок труда нуждается в компетентных людях, соответственно, образование должно стать компетентностно-ориентированным ('competency-based') [1. Р. 27]. Необходимо определить, что представляет собой компетентность в той или иной области. Главным вызовом современного мира является его непознаваемость, это «безудержный мир» ('runaway world') [1. Р. 40], и наши усилия расширить знание расширяют также наше невежество. Появление разнообразных продуктов знаний происходит со скоростью, превышающей наши способности их осмыслить и переработать, поэтому становится важным, будут ли у этих продуктов свои потребители. В таких условиях нельзя однозначно сказать, что есть компетентность и кого можно считать компетентным.

Для высшего образования становится очевидной необходимость формирования у студентов метаспособностей ('meta-abilities') [1. Р. 27]. Среди них называют: *способность к познанию (cognitive skills)* – как способность отмечать и интерпретировать происходящее в межличностном общении, принимать во внимание различные ракурсы и объединять их, обладать стратегиче-

ским видением; *способность к самопознанию (self-knowledge)* – предполагает способность видеть себя «со стороны», осознавать свои мотивы и ценности, отделять свои интересы от интересов других; *эмоциональная устойчивость (emotional resilience)* – как самоконтроль и дисциплина, способность управлять эмоциями, владеть своими чувствами; *напористость (personal drive)* – включает самомотивацию и решимость, желание принять на себя ответственность и риск [7]. Мета- или над-способности позволяют справляться с изменениями, конфликтами и неопределенностью. В их основе лежат, с одной стороны, рефлексивность, с другой – готовность самоизменяться и самосовершенствоваться на протяжении всей жизни.

Развитие метаспособностей – сложная, но необходимая задача современного университета, вовлеченного в конкурентную борьбу с другими учебными учреждениями за право называться ведущими центрами подготовки высококвалифицированных специалистов. Обозначающийся подход к подготовке выпускников не сводится только к формированию у них любознательности, гибкости и приспособляемости, он призван участвовать в формировании новой ментальности, для которой свойственны ироничность, интуитивность и «быстрота» [4. Р. 45]. В свете подобных выводов становится очевидной необходимость пересмотра методов обучения. Закономерен переход от приоритетной индивидуальной аккумуляции знаний к получению и накоплению знания в результате коллективного поиска, полидискурса, активного обмена интеллектуальными ресурсами. Именно поэтому, говоря об университетском образовании, все чаще затрагивают тему междисциплинарности и новых методов и технологии управления знаниями.

Об управлении знаниями в последнее время говорится достаточно часто. Для университета знания являются не только ресурсом, но и продуктом деятельности, носителем которого являются его выпускники. В таких условиях применение принципов когнитивного менеджмента (или менеджмента знаний) видится наиболее уместным.

Когнитивный менеджмент ('knowledge management') представляет собой набор «принципов управления, помогающих улучшить использование данных и информации и их обмен в процессе принятия решений» [8. Р. 4]. Еще одно определение когнитивного менеджмента: «подробно разработанная и систематически реализуемая программа управления необходимым ('vital') знанием и связанные с ней процессы создания, накопления, организации, распространения и использования знаний» [9]. Несмотря на то, что формулировки звучат достаточно туманно, можно, однако, сделать некоторое обобщение, позволяющее сказать, что когнитивный менеджмент – это комбинация отдельных аспектов управления персоналом, инновационного и коммуникационного менеджмента, а также использования новых информационных технологий в управлении.

«Когнитивный менеджмент» можно назвать оксюмороном, так как, по мнению К. Коллисона (Chris Collison) и Г. Парселля (Geoff Parcell), «никто на самом деле не может управлять активом, находящимся в головах сотрудников и передаваемым, в основном, посредством речевого общения» [10]. Слово «менеджмент» предполагает нечто, связанное с управлением, хотя имеется в виду, что каждый сотрудник должен быть вовлечен в процесс об-

мена знанием и его порождения. Все, что при этом можно сделать, это управлять условиями, в которых создаются, обнаруживаются, фиксируются, обмениваются, отбираются, подтверждаются, передаются, усваиваются, приспособливаются и применяются знания. Цель когнитивного менеджмента – сохранение, воспроизводство, наращивание, организация и использование знаний, или, иными словами, управление интеллектуальным капиталом – создание новых и более мощных конкурентных преимуществ организации или человека. Таким образом, предполагается создание нового знания и стимулирование прироста знаний.

Основу когнитивного менеджмента составляет человекоориентированный подход (*'human-centered approach'* [8. Р. 11]), при котором организация предстает как сложная система, возникающая из уникальной организационной среды. Менеджмент знаний в образовании представляется как подход, позволяющий людям внутри организации освоить набор практик по сбору и распространению своих знаний, оптимизировать работу и улучшить итоговый продукт – подготовить специалиста, отвечающего требованиям современного рынка труда. Когнитивный менеджмент объединяет вместе три ключевых организационных ресурса – людей, осуществляемые процессы и технологии – и позволяет организации повысить эффективность использования и распределения информации.

Безусловно, люди, а не системы, управляют знанием, однако организации могут содействовать формированию политики, облегчающей процесс обмена и управления знанием. Менеджмент знаний строится на организованном взаимодействии профессионалов за счет активного вовлечения их на различных организационных этапах в процесс обмена собственными имеющимися и приобретаемыми знаниями. Во многих университетах сотрудники и преподаватели различных подразделений, движимые общей целью, объединяются для обмена информацией, так как такой обмен делает их более «полезными» для учащихся, а их работу более эффективной. Такие группы способствуют развитию взаимоотношений, установлению доверительного отношения и накоплению потенциала; они формируют общий набор ресурсов и средств, способствующих дальнейшему научению. Неформальные группы существовали всегда, и сегодня именно они являются источниками происходящих изменений и инноваций. Задача когнитивного менеджмента – стимулировать формирование и оптимизировать «полезность» (*'utility'* [8. Р. 11]) таких «деятельных сообществ» (*'community of practice (CoP)'* [8. Р. 11]).

Что касается второго ключевого организационного ресурса – самого образовательного процесса, то сегодня он, полагая в своей содержательной части формальные и неформальные административные процедуры, разработку учебного плана, особенности распределения информационных потоков, информационные базы, способы материального поощрения, влияет на движение информации внутри организации. Эти процессы происходят независимо от людей. Оценка знаний, проверки, планы, включая планы развития, позволяют не только получать необходимую информацию, но и делиться ею. Менеджмент знаний в данном случае способствует активизации данных процессов, что приводит к более обоснованному принятию решений.

Третий ключевой момент организационного ресурса – технологические и информационные системы – полагает в качестве наиболее эффективных технологий в рамках когнитивного менеджмента те, которые доступны целевым группам потребителей, способны обмену необходимой информацией между подразделениями университета.

Итак, когнитивный менеджмент – это:

1) технологическая схема (совокупность инструментов, инфраструктура), позволяющая сохранить, отфильтровать, проанализировать и эффективно использовать знания на практике. Сюда входят средства автоматизации групповой (коллективной) работы ('groupware'), информационные сети внутри организации ('intranets'), управление документооборотом, поисковые программы, создание хранилищ данных ('data warehousing'), их онлайн-аналитическая обработка ('OLAP/ Online Analytical Processing') [11], метаданные, описывающие характеристики данных в хранилище и т.д.;

2) организационная схема для практической реализации идеи выявления, структурирования, сохранения знаний в компании и обмена ими. В этом блоке существуют два основных подхода к управлению знаниями – «кодификация» ('people-content-people'), которая предполагает обязательную формализацию тех знаний и информации, которые особенно важны для компании, сотрудники обязаны формализовывать часть своих знаний и помещать их в базы данных, для того, чтобы в будущем они сами и их коллеги могли воспользоваться ими, и «персонализация» ('people-to-people'), предполагающая непосредственное общение сотрудников на различных мероприятиях. Для второго подхода характерно большое разнообразие организационных форм, включающих форумы, дискуссии, конференции, создание временных групп для решения поставленных задач ('task forces'), наставничество ('coaching'), объединение сотрудников различных подразделений для периодического обмена знаниями ('core groups'), различные обучающие мероприятия и т.д.

При правильной организации когнитивный менеджмент может сформировать основу понимания того, где и как концентрировать усилия по улучшению результатов образовательного процесса. В случае его использования континуум «данные – информация – знания» ('data – information – knowledge continuum' [8. Р. 13]) предстает как повторяющийся цикл, основанный на постоянно осуществляемой обратной связи и фокусирующий внимание людей на результате деятельности. Причем данные выступают как не связанные контекстом факты и цифры. Информация – связный поток данных, представленный в контексте для дальнейшего использования. Знания – информация, используемая людьми в соответствии с их необходимостью согласно установленным правилам и процедурам с учетом их отношения к этой информации. Знания предстают как «одушевленная» информация. Тем не менее следует отметить, что в настоящее время благодаря активному развитию коммуникативных сетей различного характера знание все больше приобретает характер информации. Информация предстает как явная ('explicit') репрезентация знания, его «внешнее» представление [12]. Как следствие, обозначается необходимость говорить в рамках системы когнитивного ме-

менеджмента не только об управлении знаниями, но и об управлении информацией.

Перенося принципы когнитивного менеджмента в систему университетского образования, выделяем направления работы в рамках такого управления: 1. Определение и документирование интеллектуальных активов. 2. Оптимизация процессов формирования, передачи и контроля знаний. 3. Оперативное распространение информации среди сотрудников и студентов университета. 4. Концентрация знаний и информации, использование новейших средств их передачи для решения инновационных задач. 5. Мотивация сотрудников и студентов к генерированию новых знаний.

Безусловно, набор организационных форм будет соответствовать специфике деятельности не только университета в целом, но и входящих в его состав факультетов и подразделений. Тем не менее для успешной реализации программы когнитивного менеджмента должен выполняться ряд условий, среди которых можно назвать поддержку программы управления знаниями со стороны руководства, осознаваемые преимущества, систематичность процессов, культуру обмена информацией, постоянное обучение, эффективную информационную и коммуникационную инфраструктуру.

В университете, где работа со знанием является основополагающей, должно быть уделено особое внимание развитию форм управления его основным активом. «Безудержность» современного мира, его «непознаваемость» – основные стимулы для поиска каналов поступления новейшей информации, способов аккумуляции и обмена. Правильно выстроенная и реализуемая программа управления позволит не только вовлечь преподавательский состав и администрацию университета в процесс обмена знаниями, но и привлечет студентов к поиску и взаимодействию в рамках учебного процесса. Совместная деятельность по приобретению «полезного» знания, предполагаемая междисциплинарным подходом, послужит основой развития тех метаспособностей, которые позволят выпускнику участвовать в пожизненном становлении ('life-long becoming'), являющемся залогом соответствия личности требованиям своего времени.

Литература

1. *Barnett R.* Beyond competence // Repositioning higher education / edited by Frank Coffield and Bill Williamson. Buckingham: Open University Press, 1997. 137 p.
2. *Melody W.* Universities and public policy // The Postmodern university?: contested visions of higher education in society / Ed. by Anthony Smith and Frank Webster. Buckingham: Open University Press, 1997. 125 p.
3. *Coffield F., Williamson B.* The challenges facing higher education // Repositioning higher education / Edited by Frank Coffield and Bill Williamson. Buckingham: Open University Press, 1997. 137 p.
4. *Scott P.* The Postmodern University? // The Postmodern university?: contested visions of higher education in society / edited by Anthony Smith and Frank Webster. Buckingham: Open University Press, 1997. 125 p.
5. *Brown P., Scase R.* Universities and employers: rhetoric and reality // The Postmodern university?: contested visions of higher education in society / Ed. by Anthony Smith and Frank Webster. Buckingham: Open University Press, 1997. 125 p.
6. *Williamson B., Coffield F.* Repositioning higher education // Repositioning higher education / Ed. by Frank Coffield and Bill Williamson. Buckingham: Open University Press, 1997. 137 p.

7. Choudrie J., Selamat M.H. The consideration of meta-abilities in tacit knowledge externalization and organizational learning / <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/2006/2507/07/250770149a.pdf>

8. Petrides Lisa A., Nodine Thad R. Knowledge management in education. The institute for the study of knowledge management in education. 2003. 30 p.

9. Knowledge Management: making sense of an oxymoron / <http://www.skyrme.com/insights/22km.htm#momentum>

10. Learning, capturing, sharing and exploiting of knowledge, experience and good practices. Explanation of Knowledge Management of Collison and Parcell / http://www.12manage.com/methods_collison_knowledge_management.html

11. KM Basics / <http://www.skyrme.com/insights/22km.htm>

12. Keane Brian T., Mason Robert M. On the Nature of Knowledge. Rethinking Popular Assumptions / <http://www.skyrme.com/insights/22km.htm>