

УДК 165.0

Ю.М. Стаховская

КОГНИТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ УНИВЕРСИТЕТСКИМ ЗНАНИЕМ В УСЛОВИЯХ КОММУНИКАТИВНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

В ситуации коммуникативной реальности современности, когда новая картина мира не может быть представлена знаниями, оторванными от познающих и действующих субъектов, от их субъективных реальностей, классические представления о сущности процессов познания, действующих в образовании, претерпевают ряд изменений. В связи с этим актуализируется вопрос поиска стратегии управления университетским знанием с позиции восприятия человека как коммуникативно-ориентированной личности, как сложной самоорганизующейся системы, не предполагающей навязывание знаний и путей развития. В качестве такой стратегии автор рассматривает когнитивный менеджмент.

Ключевые слова: коммуникативная реальность, университет, управление знаниями, когнитивный менеджмент.

«Завтра мы проснемся в мире, в котором нам всем придется признать, что мы обречены на свободу, свободу выбора», – говорят К. Нордстерем и Й. Риддерстрале в своей книге «Бизнес в стиле фанк» [1. С. 85], указывая на проблему формирования человека нового типа – человека, способного делать адекватный ситуации выбор на основании имеющихся знаний и умения анализировать. Данная проблема содержит в себе вызов современному университету, чья основная функция заключается в формировании оверстрата интеллектуалов, на которых делается основная ставка в информационном обществе.

Свойственным информационному этапу развития цивилизации становится представление о коммуникативной реальности как продукте человеческого общения. Такая реальность принципиально множественна – она имеет множество вариантов представленности, не отражая или воспроизводя какую-либо объективную реальность; в ней нет иерархии, горизонтальные отношения становятся важнее вертикальных; она есть сеть взаимосвязей, в которую включен человек, а сами связи находятся в непрерывном изменении и перекombинации; здесь исходной, элементарной единицей выступает не «вещь», а отношение, связь, коммуникация.

Таким образом, то, что сегодня именуется термином «реальность», зачастую возникает и существует в пространстве между коммуницирующими инстанциями. Если реальность интерпретируется как продукт коммуникативных самоорганизующихся процессов, то появляются основания говорить о многообразии реальностей, «построение или открытие которых уже не может осуществляться только посредством или на основе рационалистической интуиции» [2. С. 194].

Так, современный объект познания приобрел информационную структуру, которая в силу своей постоянной изменчивости не укладывается больше в категории ни истинности, ни ложности – все, принимаемое за действительность, на самом деле есть не что иное, как представление о ней, зависящее от точки зрения, которую выбирает наблюдатель. И здесь, в ситуации, когда богатство и разнообразие знания прямо пропорционально числу акторов, вступающих в обмен информацией, возникает проблема управления главным ресурсом современного этапа развития цивилизации – знанием – в его гетерогенном состоянии.

Будучи обозначенной изначально бизнес-структурами, проблема управления знаниями не могла не коснуться университетов, которые принято рассматривать в качестве субъектов процессов формирования, распространения и обмена знаниями. В условиях коммуникативной реальности именно эти процессы претерпевают наибольшие изменения. Сегодня в качестве наименее адекватного способа функционирования университета можно рассматривать простую передачу новым поколениям накопленных знаний прошлого. Пренебрежение же онтологическими основаниями знания в пользу сохранения структурно-функциональных категорий, присущих классическому университету, может стать причиной возможных трудностей для системы современного высшего образования.

Теория управления, составляющая основу управления объектами и процессами в классическом университете, реализовывалась в создании подсистем, которые работают по заданной центром логике, т.е. логике администрирования. Такой иерархической организации свойственны прямая зависимость ответственности от положения в иерархии и выполнение работы в соответствии с принятыми формальными процедурами. Именно этот подход, проявляясь в ярко выраженном логоцентризме, обеспечивал возможность контроля и максимальную предсказуемость и непротиворечивость образовательных результатов.

Однако на практике внутренняя непротиворечивость представлений сегодня возможна только в результате определенных редукций, результатом которых становится неполнота познаваемого. Коммуникативная же реальность создает условия, когда субъект познания входит в познаваемую им систему как составляющая этой системы, а коммуникативная картина мира образуется сетью частных субъектных картин мира и не имеет ограничений в своем развитии. Такая картина мира не может быть удержана традиционной линейной связью, свойственной бюрократическому управлению, она нуждается в развитых сетевых субъектных структурах. Компетенция здесь приобретает не за счет перенятия конечного знания, она формируется через взаимодействие с другими.

Ориентированность на межличностное взаимодействие привносит личностный компонент в содержание знания. Если в классической образовательной парадигме обращение к внутреннему опыту личности было минимизировано, то в современных условиях в этом возникает естественная потребность. Сегодня важной становится, прежде всего, не информация сама по себе как «относительная объективная сущность», как совокупность классифицированных данных, хотя, несомненно, и это очень важно, но гораздо важнее становится

«информация, усвоенная человеком и не существующая вне его сознания» [3. С. 5].

При этом в силу высокой изменчивости современного мира и текучести происходящих в нем процессов актуальным становится не фиксированное, а становящееся знание, именно оно приобретает особую ценность. В центре внимания оказывается когнитивная природа знания. Когнитивные практики меняют акцент с «индивидуального способа аккумуляции и выработки нового знания на коллективный и полидискурсный, предполагающий знание как результат обмена интеллектуальными ресурсами, как результат межличностной и междисциплинарной коммуникации» [4. С. 69–88].

Как следствие возникает необходимость нового подхода к управлению знаниями, отличающегося от «конвейерной» модели создания и распространения знаний, свойственной большинству современных университетов, подхода, использующего принципы сетевой логики. В качестве такой модели управления университетским знанием автор рассматривает когнитивный менеджмент, представляя его как менеджмент, исходящий из управления знаниями на основе современного знания о знании.

Предпосылкой формирования сферы когнитивного менеджмента стало принятие тезиса о том, что знания существуют и накапливаются главным образом в коллективе в результате коммуникации, а также то, что в контексте коммуникативной рациональности под управлением понимается не жесткая детерминация систем, а «мягкие формы управления» – создание условий для их развития. Когнитивный менеджер, в качестве которого может выступать, например, преподаватель, сегодня должен «не столько руководить сверху, сколько формировать соглашения о практике и методах повышения ценности знаний» [5. С. 65], что, в свою очередь, противоречит бюрократическому подходу к управлению. Человеку как сложной самоорганизующейся системе нельзя навязывать какие-либо пути развития, а следует способствовать их развитию в соответствии с собственными тенденциями, поэтому в качестве основы когнитивного менеджмента рассматривается развитие коммуникативных сетей, в результате чего становится возможным формирование так называемого «коннективного знания» (connective knowledge), основными характеристиками которого являются разнообразие, автономность, интерактивность и открытость. Если традиционно знание определялось экспертами и учителями, то при таком подходе появляется возможность организовывать знание так, как хочется его потребителю.

Таким образом, когнитивный менеджмент рассматривается в качестве стратегии управления, которая может определить особенности, ориентиры, условия и результаты образования в инновационной образовательной среде, предполагающей уважение к альтернативным картинам мира, возникающим в иных культурных и мировоззренческих традициях, отрицающей принцип жесткого детерминизма и обеспечивающей взаимообогащение различных познавательных позиций.

Литература

1. Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 279 с.

2. *Аришинов В.И., Лайтман М., Свирский Я.* Сфирот познания. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 248 с.
3. *Иноземцев В.Л.* Парадоксы постиндустриальной экономики // *Мировая экономика и международные отношения*. 2000. № 3. С. 3–11
4. *Василькова В.В.* Междисциплинарность как когнитивная практика (на примере становления коммуникативной теории) // *Коммуникация и образование: сб. ст. / под ред. С.И. Дудника*. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С. 69–88.
5. *Кулопулос Т., Фраппаоло К.* Управление знаниями – что это такое? М.: Capstone Smart Series, 2001. 120 с.