

О. МАТВЕЕВА, доцент

Для информационного общества характерна тенденция технологизировать все социальные процессы. Сегодня мы сталкиваемся с педагогическими, политическими, рекламными, коммуникативными и огромным количеством прочих «гуманитарных» технологий. На наших глазах возникает новое явление: человеческая жизнь как «сумма технологий». Под технологией здесь понимается кратчайший путь к достижению цели – цели, которая начинается с мечты, обращенной в будущее [1].

Моделирование образовательных систем требует знания рынка трудовых ресурсов, которые будут востребованы не только сегодня, а, что значительно важнее, в будущем. Основная стратегическая задача сегодняшних выпускников вузов – выиграть в конкурентной борьбе, добиться успеха в социальной реальности, но проблема в том, что информационное общество чрезвычайно изменчиво, и научиться адаптировать свои знания к новым условиям – непростая задача, которую приходится решать каждому [2].

Необходимо отметить, что в настоящее время происходят глобальные изменения структуры занятости в экономиках развитых стран. На наших глазах идет процесс образования нового общественного слоя – «креативного класса» (creative class), который формируют представители творческих профессий. Например, в США его доля составляет сейчас около 30%, причем за последние сто лет она увеличилась в три раза, а доля рабочего класса сократилась на 25%. Образовательным системам следует учитывать тот факт, что капитал, а вслед за ним технологии и компании сегодня устремляются в пространства с большей концентрацией талантливых и креативных профессионалов, в связи с чем региональные власти оказываются в условиях реальной

Управление знаниями как технология достижения цели

конкуренции за людей, определяющих будущее. По утверждению Р. Флориды, в России сейчас насчитывается порядка 13 млн. представителей креативного класса, что ставит нас на второе место в мире по абсолютному числу работников, занятых в интеллектуальных профессиях [3]. «Креативная экономика», таким образом, стала реальностью, которая определяет все социальные процессы.

В данной статье ставится задача выяснить роль социально-экономических тенденций, обуславливающих изменения в требованиях, предъявляемых к «продукту» образовательных систем. Модификации этих требований, в свою очередь, диктуют трансформации целей образования, что следует учитывать при моделировании образовательных систем [4]. Одна из ведущих тенденций, определяющих социальную структуру общества будущего, связана со становлением технологии управления знаниями в интеллектуальных средах, своеобразных «альфа-кастах» (О. Хаксли) нашего времени. Управление знаниями – одна из новых технологий управления интеллектуальными ресурсами. При этом необходимо осознавать, что интеллектуальные и креативные работники требуют достаточно аккуратного подхода при использовании их знаний. Основным приоритетом деятельности любой современной корпорации как высшей формы организационной структуры является создание условий для адаптации и максимально эффективной работы человека. Очевидно, что управление высокоинтеллектуальными людьми – это «головная боль» руководителей всех времен и народов. Но если в прошлом существовал вопрос, условно говоря, «царя и поэта», то в информационном обществе формируется многочисленный класс креативных людей, от которых зависит достижение целей,

но к которым неприменимы традиционные методики и технологии управления [5].

Итак, развитие социальной структуры информационного общества привело к появлению принципиально нового социального класса – класса интеллектуалов. Знания и информация превращаются здесь в важнейший ресурс производства, поэтому основой для властного доминирования является контроль над этим ресурсом и возможность распоряжаться им. В научной литературе появилось обобщающее понятие этой группы людей – *оверстрата*, высший слой. Аналоги оверстраты можно найти и в глубокой древности. В диалогах Платона и трудах Цицерона встречаются упоминания об особой общности людей, которые достойны получения знаний, тогда как другие довольствуются «хлебом и зрелищами». Беседы Конфуция репрезентируют культуру «благородного мужа» как особенного человека, наделенного сокровенными знаниями в соответствии с ритуальными контекстами восточной культуры.

В XX в. социальный анализ данной страты одним из первых предпринял английский социолог Майкл Янг в антиутопии «Возвышение меритократии: 1870–2033», создав образ интеллектуала, противопоставляющего себя остальной части общества. Основатель теории меритократии считал, что социальный прогресс зависит от меры сочетания власти и интеллекта. В будущем власть будет принадлежать наиболее одаренным, талантливым, квалифицированным специалистам. Социальный статус человека общества будущего, по мнению ученого, будет определяться его IQ. В 1962 г. Ф. Махлуп ввел в научный оборот понятие «работник интеллектуального труда» (*knowledge-worker*). В этом понятии соединились различные характеристики работника нового типа: его ориентированность на оперирование информацией и знаниями; фактическая независимость от собственности на средства и условия производства; высокая мобильность; стремление к деятельности, откры-

вающей широкое поле для самореализации и самовыражения, хотя бы и в ущерб сиюминутной материальной выгоде.

Предельно широкое определение новой социальной страты дал Дж. К. Гэлбрейт. С его точки зрения, она включает в себя тех, кто привносит специальные знания, талант и опыт в процесс группового принятия решений. Подобной позиции придерживался и теоретик постиндустриализма Д. Белл, отмечавший, что «если в течение последних ста лет главными фигурами были предприниматель, бизнесмен, руководитель промышленного предприятия, то сегодня «новыми людьми» являются ученые, математики, экономисты и представители новой интеллектуальной технологии» [6]. Дэниел Белл считает, что меритократия позволит устранить бюрократию и изменить социальную структуру общества в целом. В теории современного менеджмента также распространены подобные идеи: «Со снижением роли традиционных форм собственности власть в экономически развитых странах уходит от представителей капиталистического класса; класс интеллектуалов, а не капиталисты, обладают властью и влиянием. В современном обществе лучшие корпорации – ярко выраженные убежденные меритократии. Такие компании неустанно побуждают своих сотрудников решать более сложные интеллектуальные задачи клиентов, работать с реальными операционными системами и высокодифференцированными внешними средами и культурными различиями. Посредственные организации этим не занимаются» [7].

В работах вышеуказанных ученых данная социальная общность рассматривается в первую очередь с позиции концепции социальной стратификации. Происходит смена оснований разделения общества на социальные слои; в постиндустриальном обществе таким основанием становится образование, которое определяет способность к использованию знаний и информации. «С начала 1960-х число ежегодно получающих диплом МВА только в США выросло на

1500%. Плюс ко всему затраты на обучение руководителей растут с космической скоростью, поскольку обучение стало процессом длиной в жизнь» [8, с. 44]. Фактически идет отождествление «класса интеллектуалов» с верхушкой современного общества: из миллиона наиболее состоятельных американцев более 40% составляют люди творческих профессий, врачи, ученые и адвокаты, остальные 60% – наемные менеджеры крупных компаний, две трети из которых являются бакалаврами или докторами наук. Эти цифры подтверждают объективные изменения в структуре трудовых ресурсов, прежде всего в ведущих странах мира.

В 1970-е гг. система управления знаниями рассматривалась как сфера, имеющая отношение лишь к тем отраслям и производствам, для которых характерны высокие технологии, где происходит изготовление новых образцов продукции непосредственно на базе конкретных научных исследований и технологических новаций. Именно поэтому системный подход к менеджменту знаний впервые возник в таких корпорациях, как IBM, HP, Xerox, Microsoft. В дальнейшем, в процессе развития этого направления, выяснилось, что управленческие проблемы возникали как из-за отсутствия, так и от избытка информации. Необходимо было сосредоточиться на самом ценном – на той информации, которая обеспечивает успешное развитие компании.

Существуют десятки определений категории «знание». В системах менеджмента знания это фундаментальный ресурс, базирующийся на практическом опыте специалистов и на данных, существующих на конкретном предприятии. Практика показывает, что не может быть отраслей, производств и компаний, которые не используют интеллектуальный капитал в изготовлении продукции, оказании услуг и в самом управлении.

Попытаемся систематизировать основные особенности, с которыми сталкивается любая организация в процессе управления

знаниями. Затраты организации на интеллектуальные ресурсы носят характер долгосрочных инвестиций с достаточно неопределенным сроком отдачи. Формирование интеллектуального капитала происходит благодаря росту знаний, отсюда главное – это преобразование интеллектуального капитала личности в ресурс предприятия.

В этой ситуации крайне важен обмен информацией, потому что ценность интеллектуальных активов, в отличие от материальных, возрастает при их использовании. В условиях должного стимулирования знание и интеллект благодаря обмену увеличиваются в геометрической прогрессии. Одно из положений теории коммуникации говорит о том, что потенциальные выгоды коммуникационной сети возрастают прямо пропорционально росту числа узлов, которые данная сеть может успешно соединить. Когда компания приобретает конкурентное преимущество на основе знаний, ей проще сохранять свое лидерство, а конкурентам труднее догнать ее. Однако у профессионалов, по мнению Дж. Куинна, специалиста в области стратегического планирования, обмен самым главным активом – знаниями – часто наталкивается на взаимное сопротивление и связан с рядом серьезных проблем. Конкуренция среди специалистов постоянно затрудняет диалог. Они обычно не спешат сотрудничать на равных и обмениваться информацией, стараясь завершить собственные разработки. Их профессиональная гордость бывает уязвлена от того, что при совместной работе трудно выделить заслуги лиц, которые действительно внесли интеллектуальный вклад в то или иное дело [9]. Поэтому для налаживания информационного обмена необходимы сильные побудительные мотивы. Если цель корпорации вызывает у людей интерес и азарт, то их мотивация повышается. В настоящее время не существует единственно правильной технологии управления знаниями. Часто в одной компании успешно сосуществуют различные системы управления. Если они используются должным образом, то

помогают компании привлечь, сохранить, поддержать и применить интеллект для разных целей. Следовательно, для любой организационной формы управления знаниями необходим тщательно подготовленный набор норм корпоративной культуры, поддерживаемых программным обеспечением и системами оценки эффективности и вознаграждения, приспособленными к конкретным целям организации. В связи с этим следует отметить концепцию управления целями – аттрактивный менеджмент [10].

Таким образом, можно заключить, что максимально эффективное использование интеллектуальных и творческих ресурсов, а значит, и достижение цели организации во многом зависит от эффективного управления знаниями. Главным преимуществом этой технологии является взаимовыгодное развитие как корпорации в целом, так и ее сотрудников. Несмотря на то, что технология управления знаниями переживает начальный этап своего становления, за ней будущее информационного общества. В настоящее время среди российских руководителей существует понимание необходимости построения эффективной системы управления знаниями, поэтому основной вклад в становление нового общества должны внести образовательные системы, учитывающие специфику социальной структуры будущего.

М. ГОРБУЛЕВА, аспирант
Л. ШАБАНОВ, доцент

Основной задачей образования является социализация человека, адаптация его к сложившейся системе ценностей, стереотипам поведения и структуре отношений. Появление в социуме молодежных маргинальных групп есть свидетельство «срыва» адаптации, симптом нерешенных проблем в образовательном пространстве.

Литература

1. См.: Мелик-Гайказян И.В., Лукьянова Н.А., Матвеева О.Ю. Миф, мечта, реальность: Постнеклассические измерения пространства культуры. – М., 2005.
2. См.: Matveeva O.Y. Lifelong Learning as a Technology of Information Society // Lifelong Learning in the City-Region: Proceeding of International Conference/ – Pecs, Hungary, 23–25 Sept. 2007. – Pecs: PUP, 2007.
3. Флорида Р. Креативный класс: Люди, которые меняют будущее. – М., 2005.
4. См.: Мелик-Гайказян И.В., Мелик-Гайказян М.В., Роготнева Е.Н. Информационные условия достижения мечты // Высшее образование в России. – 2006. – № 5.
5. См.: Мелик-Гайказян И.В. Методология моделирования структур элитного образования // Высшее образование в России. – 2006. – № 11.
6. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М., 1999.
7. Друкер П. Посткапиталистическое общество. За фасадом информационной революции // Новая постиндустриальная волна на Западе. – М., 1990.
8. Риддерстрале Й., Нордстрем К. Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. – СПб., 2004.
9. См.: Куинн Дж. Управление профессиональным интеллектом. – <http://www.elitarium.ru>
10. См.: Мелик-Гайказян И.В., Мелик-Гайказян М.В. Аттрактивный менеджмент: методологические проблемы теории управления и философское обоснование понятия // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2007. – № 11.

Маргинальность как симптом срыва социальной адаптации

Маргинальные группы представляют собой неформальные и неконформистские объединения, установление четких границ которых затруднительно внутри исторически очерченного периода существования молодежной субкультуры. Затруднения вызваны тем, что такой сложный социальный объект, обозначаемый как «моло-