

## Потенциал когнитивного менеджмента и ценностно-коммуникативная природа университетского образования

**Беляев Дмитрий Анатольевич** – канд. экон. наук, доцент, врио ректора. E-mail: dbelyaev@ugtu.net

**Волкова Ольга Александровна** – аспирант, педагог-психолог управления по учебно-воспитательной работе и социальным вопросам. E-mail: olvolkova@ugtu.net

**Шеболкина Евгения Петровна** – канд. филол. наук, доцент, проректор по учебной работе. E-mail: eshebolkina@ugtu.net

Ухтинский государственный технический университет, Ухта, Россия

Адрес: 169300, Республика Коми, г. Ухта, ул. Первомайская, 13

*Аннотация.* В статье дан обзор зарубежных и отечественных исследований о возможностях использования принципов когнитивного менеджмента в образовательной среде высшего учебного заведения в контексте соотнесения его задач с целями образовательного процесса. Авторы дают описание подходов к управлению знаниями в образовательной организации, рассматривают общеметодологический, экономический и функциональный аспекты когнитивного менеджмента в вузе. Обосновывается тезис, что именно ценностно-коммуникативная сущность университетского образования позволяет управлять знаниевым базисом вуза. На примере Ухтинского государственного технического университета рассматриваются возможности проектной деятельности и проектного самоуправления студенчества, во-первых, в приращении и интенсификации ценностно-коммуникативного потока знаний внутри вуза и в его взаимодействии с внешней средой, во-вторых, в освоении студентом роли когнитивного менеджера и, в-третьих, в развитии метаспособностей обучающихся как результативного выражения одной из основных задач когнитивного менеджмента в образовательной организации.

*Ключевые слова:* когнитивный менеджмент, образовательный процесс, образовательная среда вуза, метаспособности, студент как когнитивный менеджер

*Для цитирования:* Беляев Д.А., Волкова О.А., Шеболкина Е.П. Потенциал когнитивного менеджмента и ценностно-коммуникативная природа университетского образования // Высшее образование в России. 2019. Т. 28. № 2. С. 105-116.

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-2-105-116>

### Когнитивный менеджмент в обществе знания

В настоящее время феномен когнитивного менеджмента из оксюморона, метафоры превратился в повседневную реальность, проявляющуюся в определённой управленческой практике. Одной из причин этого, как замечает Ф. Янсен в своём труде «Век инноваций» [1], может быть тот факт, что в XXI в. резко увеличивается

*скорость потребления знаний.* Соответственно, в выигрышной позиции будут те, кто способен знание качественно, быстро, доступно продуцировать, систематически обновлять и актуализировать. Поскольку субъект-объектная составляющая когнитивного менеджмента имеет сложнейшую социально-гуманитарную природу, само это понятие носит комбинаторный, многоаспектный и междисциплинарный харак-

тер, сопряжённый с понятием «знание», также имеющим обширные границы.

Заметим, что в филогенезе человечества информация в форме знания всегда была неизменным фактором как экономического, так и социального развития, а со временем её роль становилась всё более значительной. Учёные отмечают, что важнейшей особенностью знания является его общественная природа: оно создаётся, существует и аккумулируется в коллективе в процессе коммуникации, в связи с чем в науке появился термин «коннективное знание» [2] – «присоединительное», «сетевое», отличающееся автономностью, открытостью и интерактивностью, а также внутренним разнообразием. Мы не ставим задачей анализ разновидностей существующего знания, однако подчёркиваем, что с развитием общества оно также эволюционирует, уверенно становясь его онтологическим базисом.

Авторитетный философ Дэниел Белл, исследуя феномен информационного общества, описывает специфику данного общества как нуждающегося прежде всего в научных исследованиях и их продуктах. Можно признать, что сейчас знание действительно стало социокультурной доминантой, базовой потребностью современного человека; о степени адаптированности человека к социуму ныне можно судить по глубине его погружённости в информационное поле и степени владения им информационно-коммуникативными технологиями. Знание в современном обществе становится эффективным инструментом решения социальных проблем. Имеются в виду прежде всего знания, извлекаемые из сложных коммуникативных процессов, неявные по своей природе. Чаще всего их невозможно симитировать. Более того, их нельзя, скажем, приобрести в готовом виде у «производителя», так как они сопряжены с определённым опытом и импровизацией, без которых могут выглядеть непостижимыми или попросту неэффек-

тивными вне соответствующего контекста, что подтверждают кросс-культурные исследования [3–5]. В вышеобозначенном, как нам видится, и заключается основная трудность непосредственного применения когнитивного менеджмента, то есть управления знаниями. Для пояснения приведём пример: невозможно прочитать книгу «25 шагов к уверенности» и достичь уверенности, выполнив эти 25 «шагов», не делая поправку на конкретные обстоятельства и особенности личности субъекта, поставившего данную цель. То есть то, что эффективно для управления знаниями в одном случае, вероятно, не будет эффективным в *аналогичном* случае, зачастую в силу того, что контекст меняет само знание (его содержание, цель, смысл).

В силу этого неверно понимать когнитивный менеджмент как науку, обслуживающую определённую область действительности, или как конкретную сферу администрирования. Более точным будет сказать, что это управленческая стратегия, воздействующая на знание как на системообъединяющий фактор какой-либо социальной группы, коллектива, организации. В таком ключе исследователи выдвигают основные принципы когнитивного менеджмента: а) поскольку знание имеет «совместную» природу, его также совместное использование предполагает доверие; б) использование и приумножение знаний должно быть непрерывным, поэтому субъектам, вовлечённым в этот процесс, следует оказывать постоянную поддержку, предоставлять дополнительные ресурсы, вознаграждать за результативность и инициативность; в) знание – это продукт творческого процесса, поэтому необходимо поощрять его развитие в самых разнообразных направлениях [6].

Если рассмотреть области применения когнитивного менеджмента, станет очевидным, что из всех типов организаций наиболее широкие возможности (в том числе в плане результативности генериро-

емого продукта) имеют образовательные организации, особенно высшего образования, ведь их целью, помимо обучения и воспитания, является создание научного знания и его трансляция в социум. Конечно, вузы существуют в некоторой степени автономно и оперируют в том числе формальным знанием, то есть им присуща определённая ригидность (это можно утверждать, по крайней мере, в отношении российской действительности), тем не менее любой вуз не только постоянно воспроизводит себя в продуцируемом знании и в коммуникациях по его передаче, но и несёт для общества ценностный смысл, предстаёт творцом такого знания, которое постоянно покидает пределы его образовательной среды и транслируется в профессиональную, культурную, экономическую, социальную среду.

**Аспекты когнитивного менеджмента  
в образовательной организации  
как «производителе» знания**

Рассмотрим методологический, экономический и функциональный аспекты

когнитивного менеджмента в образовательной организации, а также некоторые практические моменты его внедрения в отдельном вузе на примере Ухтинского государственного технического университета.

Методологический аспект когнитивного менеджмента в системе образования заключается в отладке механизма постоянной аккумуляции знаний, социального опыта, организационного самообучения. Решение этой задачи предполагает формирование компетенций, позволяющих достигать лучших результатов деятельности, и подразумевает непрерывное обучение, что прекрасно согласуется с общепринятой парадигмой современной педагогики – концепцией непрерывного образования. Кроме того, управление знаниями в образовательной среде – это способ освоения субъектами образовательного процесса приёмов эффективной работы со знанием (генерирование, накопление, распространение, обмен), обеспечивающий становление специалиста, отвечающего требованиям современного рынка труда. Можно сказать, что когнитивный менеджмент



систематизирует все возможные ресурсы вуза (технологии, коммуникативные процессы, людей), позволяя ему оптимально работать с информацией: отбирать и накапливать внешние знания, научные и методические новинки, классифицировать и трансформировать имеющиеся знания с точки зрения их доступности для потребителей образовательного процесса, осуществлять дальнейшую трансляцию и обмен знаниями в рамках вуза и за его пределами (прежде всего – в другие образовательные организации, а также научные и профессиональные сообщества).

Когнитивный менеджмент как деятельность предполагает ряд основных действий со знанием [7]. Первый шаг – это создание личного знания, которое происходит на уровне субъектов образования посредством их обучения, саморефлексии, производства образовательного продукта; важно помнить, что для должной эффективности все участники образовательного процесса должны быть одинаково вовлечены в этот процесс. Второй шаг – систематизация знания в контексте образовательной среды, которая, собственно, существует как совокупность личных знаниевых вкладов её субъектов. Таким образом формируется коллективное знание, выражаемое в научных школах, просветительской и общественной позиции вуза, ценностно-коммуникативных потоках. Наконец, третий, заключительный шаг – это применение знания, деятельность по его воплощению в реальность, который запускает следующий цикл действий со знанием, поскольку в процессе деятельности формируется новый запрос на формирование личного знания. Этот цикл невозможно запустить без института *управления знаниями* – создания условий для коммуникации, что является базовым процессом когнитивного менеджмента.

В современном мире главным условием эффективной и всеобъемлющей коммуникации является полноценное владение

информационно-коммуникативными технологиями (ИКТ). Соответственно, одна из основополагающих задач когнитивного менеджмента в вузе – это обеспечение условий для формирования и свободного применения всеми участниками образовательного процесса ИКТ-компетенций [8] – навыков сбора информации, её хранения, использования и передачи.

Таким образом, с точки зрения методологии когнитивный менеджмент в образовании – это, во-первых, технологическая схема или инфраструктура, обеспечивающая обработку, сохранение и практическое применение знаний. Это могут быть компьютерные базы данных, информационные сети (внутривузовские сайты и форумы; группы и паблики в социальных сетях), электронный документооборот, программы, позволяющие эффективно работать с постоянно пополняющимся контентом (например, мобильные приложения). Во-вторых, когнитивный менеджмент в образовании – это некая организационная система, которая задаёт технологической схеме активность и, собственно, наполняет её содержимым. В организационной системе можно управлять знанием, отладив постоянную формализацию генерируемого контента и помещение его в базу данных. В вузе это воплощается в необходимости периодического обновления рабочих программ дисциплин, методического обеспечения обучения, программ практик и, разумеется, технической, лабораторной базы (к сожалению, это крайне ресурсозатратно и в отечественных реалиях зачастую замедляет инновационные процессы в образовании). Другой подход к управлению знанием в организационной системе предполагает управление ценностно-коммуникативным потоком и подразумевает гораздо больший набор форм реализации. Это могут быть научно-практические конференции, форумы, разнообразные формы самообследования, внутривузовские проекты, форсайт-сессии для функцио-

нальных подразделений, создание рабочих групп для решения актуальных вузовских задач (например, по внедрению эффективного контракта, развитию организационной культуры и т.д.). Заметим, что такой подход к управлению знанием, как правило, не требует больших материальных вложений и прочих ресурсов.

Важность экономического аспекта когнитивного менеджмента в образовательном учреждении обусловлена тем обстоятельством, что информационное общество функционирует на основе инновационной экономики, базисом которой является наука, научный продукт. К счастью, в России ценность высшего образования по-прежнему является актуальной, молодёжь очевидно стремится к обучению в вузе. Учёные-экономисты отмечают, что производство знаний в мире чётко локализовано, а вот их потребление распределено равномерно, по крайней мере, в развитых странах [9, с. 92–93]. Однако если говорить о российской науке, то у нас остро стоит проблема отсутствия системы внедрения новаций, производственного применения научных разработок, другими словами, наука нуждается в коммерциализации своего продукта. Далее, информационное общество требует знаний, повышающих индивидуальную конкурентоспособность и персональную производительность. И действительно, в настоящих условиях отечественные университеты оперативно переориентируются на производство «полезного» (или даже «локального») знания, востребованного предприятиями-работодателями.

«Инновация» – фундаментальное понятие, с которым работает когнитивный менеджмент в образовательной среде [10; 11]. Содержание инноваций в высшем образовании представлено разнообразными формами интеллектуальной деятельности, осуществляемой определёнными структурами. Совокупность таких структур и их налаженное взаимодействие и составля-

ют общую инновационную сферу вуза. Её могут представлять бизнес-инкубаторы, научно-производственные лаборатории, технопарки, инновационные площадки. При этом инновационная сфера вуза не может существовать лишь за счёт замкнутой внутренней вузовской среды, она, как правило, ресурсно интегрирована во внешнее социокультурное, научно-техническое и экономическое пространство. Вообще, ресурсная интеграция вузов с внешней средой, или так называемое социальное партнёрство, – важнейшее условие для инновационного развития как науки, так и образования. Ранее мы подробно рассматривали практические аспекты ресурсной интеграции предприятий региона и Ухтинского государственного технического университета как университетского комплекса, стратегически формируемого в качестве ведущего отраслевого вуза [12]. Целями такой интеграции являются не только «ближние» проблемы рационализации имеющихся в распоряжении вуза управленческих и собственно образовательных ресурсов, но и перспективы распространения образовательной среды университета по принципу системности и отлаженного сетевого взаимодействия с прочими образовательными организациями, предприятиями-работодателями и муниципальными учреждениями. Подчеркнём, что в настоящее время в России идут активные процессы отладки взаимодействия рынка образовательных услуг, рынка труда и профессионального сообщества в русле роста спроса на компетенции, востребованные практикой. Вуз обязан играть роль инициатора подобной активности, задавая вектор интеллектуальных и научно-технических инноваций. По сути, это условие не только выживания, но и расцвета российского высшего образования.

Наконец, рассмотрим функциональный аспект внедрения когнитивного менеджмента в образовательную организацию. Основатель Института когнитивного ме-

неджмента (IBM Institute for Knowledge Management) Ларри Прусак справедливо замечает, что управлять знанием как таковым невозможно, но можно управлять средой, где оно создаётся и применяется [6]. Поэтому когнитивный менеджмент в вузе с функциональной точки зрения – это создание условий для интеллектуальной и образовательной деятельности субъектов образовательного процесса, поддержание механизмов функционирования благоприятной когнитивной среды, настройка коммуникативных каналов в образовательной среде. А когнитивный менеджер в сфере образования и науки – это тот, кто ориентирован на поиск и использование специфического ресурса для получения определённого типа знания и, соответственно, «знающих» [13]. На этом пути можно обеспечить выполнение наиболее актуальных задач вуза, а именно: а) разнообразие и рост качества образовательных услуг; б) расширение компетентностной сферы специалиста (от узкопрофильного до обладающего набором универсальных компетенций); в) приращение научных достижений; г) расширение функций университета. Отметим, что в зарубежной практике на текущий момент функциональная концепция управления знаниями в высших учебных заведениях широко представлена в виде систематизации формальных знаний, имеющихся реальных практик и инструментов, соединяющих в образовательном пространстве студентов, преподавателей, учёных, сотрудников управления вузом, внешних участников процесса обучения через стратегическое планирование, создание и поддержание культуры сотрудничества, обмена и открытия знаний [14].

Образовательная среда вуза, которой предлагают управлять теоретики когнитивного менеджмента, есть не что иное, как его организационная культура (ОК), имеющая сложную структуру, набор универсальных и уникальных черт, существующая с момента её возникновения [15].

Организационная культура в качестве системы управления вузом является инструментом эффективной ресурсной интеграции, поскольку имеет возможность моделировать ОК любой другой организации в учебно-воспитательном процессе (имеются в виду в первую очередь профессиональные организации), тем самым способствуя формированию определённых общих и ключевых компетенций будущих специалистов-профессионалов [16]. Считается, что если организационная культура высокоразвитая, то она способствует переносу знаний от одного работника и подразделения к другим. Действительно, в любой модели ОК присутствует описание ценностно-коммуникативных уровней организации. Как нам видится, когнитивный менеджмент в образовательной среде вуза, собственно, и является инструментом, улучшающим его организационную культуру, ведь он очевидно ориентирован на эффективные коммуникации, а кроме того, «его неотъемлемая задача – продуцирование ценностей» [17], что, надо заметить, отражено и в зарубежных исследованиях вузовских образовательных сред [18]. Знание, не имеющее ценностной составляющей, не сможет стать желанным продуктом. Фактически именно ценностно-коммуникативная сущность университетского образования позволяет управлять знанием базисом вуза.

### **Когнитивный менеджмент**

#### **и студенческая проектная деятельность**

Итак, когнитивный менеджмент ставит важнейшей задачей организационной среды вуза формирование механизма обучения студентов способности к управлению знанием, ориентированию в информационных потоках, выработке нового знания в процессе формализации приобретённого ими неявного знания (таким образом не только удерживая очевидно талантливых обучающихся, но и раскрывая, активизируя способности и таланты тех, кто ранее

не осознавал своего личного потенциала). Здесь мы говорим о культуре распространения знаний и обмена ими между студентами, преподавателями, сторонними экспертами, представителями работодателей, ведь вуз – традиционное место для информационного обмена. При этом важно стремиться реализовывать весь потенциал организационной культуры вуза, привлекая максимум субъектов образовательного процесса на роль *когнитивного менеджера*. Опыт отечественных исследований [19; 20] подтверждает, что во многих университетах преподаватели и сотрудники различных подразделений объединяются для обмена информацией с целью усилить свою «полезность» для студентов и повысить эффективность работы; при этом создаются неформальные объединения преподавателей и студентов с целью реализации различных проектов. Понятно, что чем больше количество всевозможных формальных и неформальных объединений, групп и проектов, в кото-

рых задействован когнитивный менеджер образования, тем больше разнообразных компетенций он приобретает.

Исходя из вышесказанного, для высшего образования становится очевидной необходимость формирования у обучающихся *метаспособностей* («надспособностей») [21], которые адаптируют личность прежде всего к постоянным изменениям и неопределённости, принятию того, что в информационном обществе вероятность конфликтов интересов и мнений неизбежна. В их основе лежит личностная готовность к интеллектуальной и эмоциональной рефлексии и поведенческая готовность непрерывно самоизменяться и самосовершенствоваться. *Метаспособности* – результативное выражение одной из основных задач когнитивного менеджмента в образовательной организации, а поскольку студенты составляют самую многочисленную часть вузовского коллектива как источника организационной культуры, то они должны быть активными ког-



Таблица 1

Результаты контент-анализа студенческих проектов УГТУ

Table 1

The results of the content analysis of the projects of USTU students

		Направленность проекта	Количество проектов
1		Внутривузовский	29
		Ориентированный на внешнюю среду в целом	13
		Работа со школьниками	6
		Взаимодействие с предприятиями-работодателями и партнёрами	4
		Тип проекта (реализуемая ценность)	Количество проектов
2		Проект, направленный на развитие компетенций и самоактуализацию	16
		Бизнес-проект	12
		Волонтёрский (социальный) проект	9
		Информационно-коммуникативный проект	6
		Проект, связанный с развитием и контролем качества образования	5
		ЗОЖ-проект	4
Год	Количество заявленных проектов	Процент последующей реализации проектов	
2018	47	38%	
2017	45	20%	
2016	42	12%	

нитивными менеджерами. Для достижения данной цели в Ухтинском государственном техническом университете поставлена *задача развития студенческой проектной деятельности и проектного самоуправления*. В процессе её практической реализации становится очевидным развитие у студентов, вовлечённых в данную деятельность, метаспособностей, кроме того, наблюдается значительная интенсификация ценностно-коммуникативного потока знаний во внутривузовской образовательной среде и в её взаимодействии со средой внешней. Проектная деятельность и проектное самоуправление полностью отражают принципы когнитивного менеджмента, приведённые в начале статьи. То есть они позволяют обеспечить эмпирическое выполнение наиболее актуальных задач вуза. Наконец, проектная деятельность в её деятельностном, сетевом с точки зрения технологии проявлении, как подмечают современные исследователи [22], отражает реалии современного социума.

*Способность к познанию* – как умение выделять значимое в межличностном общении, интерпретировать происходящее, принимать во внимание ракурсы реальности и объединять их стратегическим видением – приобретает студентами при создании идей проектов; *способность к самопознанию*, видению себя «со стороны», осознанному ценностному целеполаганию и мотивации, умение отделять свои интересы от интересов окружающих формируются в процессе подготовки и осуществления самопрезентаций на форумах, защитах проектов, конкурсах, конференциях; *эмоциональная устойчивость*, описываемая как самоконтроль, дисциплинированность, власть над эмоциями, напористость и драйв, решительность, желание брать на себя ответственность и риск развиваются у студентов в процессе публичных выступлений перед экспертами, на очных защитах и конкурсах проектов.

Для иллюстрации интенсивности ценностно-коммуникативного потока знаний



приведём результаты контент-анализа студенческих проектов, созданных в рамках проводимого ежегодно конкурса на премию «Студент года УГТУ» и ежегодного мероприятия «Школа студенческого актива “Вышка”» за 2018 год, а также динамику практической реализации проектов, заявленных на премию «Студент года УГТУ» за три последних года.

Из *таблицы 1* следует, что тип проектов, отражающих ценностную сферу студенчества, демонстрирует преимущественное значение нематериальных ценностей (77% проектов), ориентация на внешнюю по отношению к вузу среду составляет 44% проекта, а показатель реализуемости проектов, то есть самый важный фактор управления знанием в организации, прорастает с усилением – фактически потому, что чем больше опыта успешной реализации значимых и ценных для себя проектов имеют студенты, тем больше вероятность появления новых проектов в студенческой среде и, соответственно, тем большее число обучающихся будет вовлечено в систему когнитивного менеджмента. Поясним также, что именно подобного рода образовательно-воспитательные мероприятия выступают фасилитаторами студенческой проектной активности, в том числе способствуя динамике деятельности постоянно функционирующих студенческих объединений (студенческого совета, волонтерских, медиа, творческих объединений, научных секций и т.д.).

Разумеется, полноценное практическое внедрение когнитивного менеджмента, использование всего его мощного потенциала в системе высшего образования в России – вопрос открытый, и работа в данном направлении только начинается. Тем важнее интенсивный диалог и обмен опытом между отечественными и зарубежными вузами по эффективным практикам управления знанием, возможностям образовательных сред в интенсификации ценностно-коммуникативного потока, пе-

дагогическим методам вовлечения обучающихся в роль когнитивного менеджера и множеству других направлений работы.

### Литература

1. *Janszen F.* The age of Innovation: Making Business Creativity a Competence, Not a Coincidence. London, Prentice Hall, 2012. 232 p.
2. *Downes S.* Connectivism and Connective Knowledge Essays on meaning and learning networks. National Research Council Canada, 2012. 616 p.
3. *Holden N.J.* Cross-Cultural Management: A knowledge management perspective. Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2002. 238 p.
4. *Nonaka I., Takeuchi H.* The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press, New York, 1995.
5. *Edvinsson L.* Corporate Longitude: Discover Your True Position in the Knowledge Economy. New York: Financial Times Prentice Hall, 2002.
6. *Davenport T., Prusak L.* Working knowledge: How organizations manage what they know. Boston, MA: Harvard Business School Press, 2000. 199 p.
7. *Стаховская Ю.М.* Теоретические принципы построения системы когнитивного менеджмента // Вестн. гос. ун-та. 2009. № 327. С. 59–61.
8. *Ермашкевич Н.И., Феценко В.В., Щеликова Н.Ю.* Когнитивный менеджмент как основа инновационной стратегии // Вестник Брянского государственного университета. 2015. № 3 (26). С. 290–291.
9. *Блинов А.О.* Роль государства в организации когнитивного менеджмента // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2012. № 1. С. 87–94.
10. *Петрова Г.И., Стаховская Ю.М.* Когнитивный менеджмент – инновационная стратегия теорий управления в информационном обществе // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2010. № 2 (10). С. 101–115.
11. *Joseph M.F.* Key Issues in Knowledge Management – Knowledge and Innovation // Journal of the Knowledge Management Consortium International. 2001. № 1(3). P. 8–38.
12. *Сотникова О.А., Волжова О.А.* Ресурсная интеграция в социальном партнёрстве университета и предприятий региона // Высшее образование в России. 2016. № 12 (207). С. 117–123.

13. Сыров В.Н., Агафонова Е.В. Когнитивный менеджмент в структуре образования и науки: философско-методологические аспекты // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 370. С. 46–51.
14. Pinto M. Knowledge Management in Higher Education Institutions: A framework to improve collaboration // Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI, 2014. 10.1109/CISTI.2014.6876876.
15. Безгодов Д.Н. Концептуальные основы организационной культуры вуза // Высшее образование в России. 2008. № 7. С. 125–130.
16. Безгодов Д.Н. Профильный адаптационный модуль организационной культуры университета // Высшее образование в России. 2015. № 12. С. 118–124.
17. Петров А.В. Знание о знании как фактор когнитивного менеджмента // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 2 (22). С. 84–88.
18. Chong C.W., Holden T., Wilhelmi P., Schmidt R.A. Where does knowledge management add value? // Journal of Intellectual Capital. 2000. № 1(4). P. 366–380.
19. Стаховская Ю.М. Роль когнитивного менеджмента в формировании метаспособностей при междисциплинарном подходе // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2008. № 3 (4). С. 40–46.
20. Чешев Д.В. Студент как когнитивный менеджер // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 2 (22). С. 122–125.
21. Butcher D., Harvey P. Meta-ability development: a new concept for career management // Career Development International. 1998. Vol. 3. Issue 2. P. 75–78.
22. Тульчинский Г.А. Когнитивный менеджмент и проектно-сетевой социум // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 2 (22). С. 113–116.

Статья поступила в редакцию 30.12.18

Принята к публикации 22.01.19

### Potential of Cognitive Management and Value-communicative Nature of University Education

*Dmitry A. Belyaev* – Acting rector, Cand. Sci. (Economics), Assoc. Prof., e-mail: dbelyaev@ugtu.net

*Olga A. Volkova* – Educational psychologist of the Department of educational work and social affairs, e-mail: olvolkova@ugtu.net

*Evgenia P. Shebolkina* – Vice-rector for Academic Affairs, Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., e-mail: eshebolkina@ugtu.net

Ukhta State Technical University, Ukhta, Russia

Address: 13, Pervomaiskaya str., Ukhta, Komi Republic, 169300, Russian Federation

**Abstract.** The article provides an overview of foreign and national research on the possibilities of using cognitive management in the educational environment of higher education institution. The authors emphasize the potential of cognitive management principles application in the educational organization, the direct correlation between cognitive management tasks and the general purposes of educational process. The possible approaches to knowledge management in educational organization are described. The authors dwell on the general methodological, economic and functional aspects of cognitive management at the university, argue that the value-communicative essence of university education enables to manage the knowledge base of the university. On the example of Ukhta State Technical University the article considers the possibilities of students' project activity and project self-government. Firstly, it ensures the increment and intensification of the value-communicative flow of knowledge within the University and in its interaction with the external environment. Secondly, it fosters students to master the role of a cognitive manager.

Thirdly, it encourages students to develop their meta-abilities which can be viewed as a form of cognitive management outcomes in higher educational institution.

**Keywords:** cognitive management, educational organization, educational process, educational environment, meta-abilities, student as a cognitive manager

**Cite as:** Belyaev, D.A., Volkova, O.A., Shebolkina, E.P. (2019). [Potential of Cognitive Management and Value-communicative Nature of University Education]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. Vol. 28. No. 2, pp. 105-116. (In Russ., abstract in Eng.)

DOI: <https://doi.org/10.31992/0869-3617-2019-28-2-105-116>

### References

1. Janszen, F. (2012). *The Age of Innovation: Making Business Creativity a Competence, Not a Coincidence*. London, Prentice Hall. 232 p.
2. Downes, S. (2012). *Connectivism and Connective Knowledge Essays on Meaning and Learning Networks*. National Research Council Canada. 616 p.
3. Holden, N.J. (2002). *Cross-Cultural Management: A Knowledge Management Perspective*. Harlow: Financial Times Prentice Hall. 238 p.
4. Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Oxford University Press, New York.
5. Edvinsson, L. (2000). *Corporate Longitude: Discover Your True Position in the Knowledge Economy*. New York: Financial Times Prentice Hall.
6. Davenport, T., Prusak, L. (2000). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Boston, MA: Harvard Business School Press. 199 p.
7. Stakhovskaya, J.M. (2009). [The Theoretical Principles of the System of Cognitive Management]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta = Tomsk State University Journal*. No. 327, pp. 59-61. (In Russ.)
8. Yermashkevich, N.I., Feschenko, V.V., Schelikova, N.Y. (2015). [Cognitive Management as the Innovative Strategy]. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta = The Bryansk State University Herald*. No. 3, pp. 290-291. (In Russ., abstract in Eng.)
9. Blinov A.O. (2012). [The Role of Government in the Organization of Cognitive Management]. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa = Universities for Tourism and Service Association Bulletin*. No. 1, pp. 87-94. (In Russ., abstract in Eng.)
10. Petrova, G.I., Stakhovskaya, J.M. (2010). [Cognitive Management – Innovative Strategy of Management in the Information Society]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 2 (10), pp. 101-115. (In Russ., abstract in Eng.)
11. Joseph, M.F. (2001). Key Issues in Knowledge Management – Knowledge and Innovation. *Journal of the Knowledge Management Consortium International*. No. 1(3), pp. 8-38.
12. Sotnikova, O.A., Volkova, O.A. (2016). [Practical Aspects of Resource Integration of University and Regional Enterprises]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 12 (207), pp. 117-123. (In Russ., abstract in Eng.)
13. Syrov, V.N., Agafonova, E.V. (2013). [Cognitive Management in the Structure of Education and Science: Philosophical and Methodological Aspects]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta = Tomsk State University Journal*. No. 370, pp. 46-51. (In Russ.)
14. Pinto, M. (2014). Knowledge Management in Higher Education Institutions: A Framework to Improve Collaboration. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI*. 10.1109/CISTI.2014.6876876.

15. Bezgodov, D.N. (2008). [Conceptual Foundations of Organizational Culture of the University]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 7, pp. 125-130. (In Russ.)
16. Bezgodov, D.N. (2015). [Profile Adaptive Module of University Organizational Culture]. *Vysshee obrazovanie v Rossii = Higher Education in Russia*. No. 12, pp. 118-124. (In Russ., abstract in Eng.)
17. Petrov, A.V. (2013). [Knowledge of Knowledge as a Factor of Cognitive Management]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 2(22), pp. 84-88. (In Russ., abstract in Eng.)
18. Chong, C.W., Holden, T., Wilhelmij, P., Schmidt, R. A. (2000). Where Does Knowledge Management Add Value? *Journal of Intellectual Capital*. No. 1(4), pp. 366-380.
19. Stakhovskaya, J.M. (2008). [The Role of Cognitive Management in the Formation of Meta-abilities in the Interdisciplinary Approach]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 3(4), pp. 40-46. (In Russ.)
20. Cheshev, D.V. (2013). [Student as a Cognitive Manager]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 2 (22), pp. 122-125. (In Russ., abstract in Eng.)
21. Butcher, D., Harvey, P. (1998). Meta-Ability Development: A New Concept for Career Management. *Career Development International*. Vol. 3. Issue 2, pp. 75-78.
22. Tulchinsky, G.L. (2013). [Cognitive Management and Project-Network Society]. *Vestnik Tomskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya = Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. No. 2(22), pp. 113-116. (In Russ., abstract in Eng.)

*The paper was submitted 30.12.18  
Accepted for publication 22.01.19*

