

благополучия и конституировать ее как раз и навсегда установленную данность.

Итак, лидерство в инновационном мире или инновационное лидерство — это лидерство, преобразующее действительность в соответствии с инновационной программой, предупреждающей или разрешающей кризисную ситуацию, выраженную в социальных вы-

зовах. Это лидерство, основанное на социальной креативности, имеющее гетерогенную, внутренне подвижную организацию. Это лидерство, базирующееся на мощной интеллектуальной платформе, нацеленное на продуцирование необходимых новаторских решений и имеющее устойчивый импульс развития в соответствии с динамикой социума.

The leadership in the light of the innovative paradigm of social development

E. Yu. Nemchinova, post-graduate student of the Philosophy chair of Lipetsk State Technical University

The article reveals the phenomenon of leadership in the light of the innovative social practice. It singles out the components of leadership and specifies their essence. The specific character of leadership in the context of the innovative paradigm of development is analyzed. The article specifies the vectors of the leadership's evolution for the successful realization of innovative objectives in society.

Keywords: *innovation, crisis, leadership, social organization, social ruling.*

Социальные детерминанты контринновационного поведения



В. М. Нурков

к. с. н., доцент, РГАИС, Москва
nourkov@mail.ru

В статье обсуждаются проблемы, связанные с противодействием инновациям в ходе осуществления в России процессов модернизации. Указывается на недостаточную представленность социологических данных о поведении разных типов субъектов инновационной деятельности, что снижает эффективность социального проектирования механизмов инновационного развития страны. Особое внимание уделяется контринновационному поведению, вызванному игнорированием специфики менталитета тех социальных групп, которые или проектируют, или потребляют инновации. При разработке адекватного социологического обеспечения инновационных процессов предлагается отказаться от понятия «национальный менталитет» как универсальной для россиян совокупности социально-психологических черт. Вводится представление о системе базовых менталитетов. Обосновывается вывод, что проектирование инновационной траектории развития России требует развернутых социологических исследований распространенности базовых менталитетов в различных социокультурных группах и средах.

Ключевые слова: *инновации, инновационное поведение, контринновационное поведение, менталитет, интеллектуальный потенциал, мотивация, интеллектуальная собственность.*

Инновационная действительность требует готовности стать инициатором и участником инновационных процессов, оперативно и позитивно реагировать на быстрый темп существенных изменений жизни (инновационная чувствительность

и адаптивность). К сожалению, приходится признать, что и во 2-м десятилетии XXI века в российской экономике доминирует экспортно-сырьевая модель развития, которая деформирует всю систему хозяйствования. Такое ощущение, что мы попали в соци-

ально-экономическую ловушку, которая консервирует традиционные условия и направления развития, а также блокирует поворот к инновационному развитию и росту качества жизни. Консервативный характер российских экономических практик и экономической политики в целом необходимо преодолеть, чтобы, наконец, обеспечить стратегический поворот к инновационной модели, базирующейся на все еще значительном интеллектуальном потенциале страны. Думается, что интеллектуальный ресурс должен быть определенным образом структурирован. Иными словами необходимо сформировать комплекс инновационных мотиваций и компетенций. Это относится к субъектам инновационной деятельности разного уровня — отдельной личности, организации, обществу в целом. Анализ соотношения инновационного и контринновационного поведения и причин, его вызывающих, является, несомненно, важной проблемой социологии инноватики, поскольку этим определяется эффективность осуществляющихся в обществе процессов создания (производства) и использования (внедрения, потребления) объектов интеллектуальной собственности, т. е. инноваций.

Отметим, что в настоящее время социологические данные о поведении субъектов инновационного пространства немногочисленны и интерпретируются весьма поверхностно. Отчасти это объясняется тем, что отсутствует запрос на получение достоверной социологической информации о процессах, происходящих в среде промышленных рабочих со стороны новых собственников предприятий. В поздний советский период с 1975 по 1983 годы (8 лет) вышло более 50-ти монографий и две с половиной тысячи статей, посвященных положению в промышленности, а за период 1990–2005 гг. (15 лет) — 80 статей и ни одной монографии. За десятилетия реформ численность рабочих в промышленности в РФ сократилась на 6 млн., по данным Института социологии РАН число работников в промышленности в целом менее 10 млн. Но реальной социологической информации об этом социальном слое, который должен реализовывать «инновационную революцию», неоправданно мало. Сорок лет спустя мы вынуждены повторить слова одного из генеральных секретарей коммунистической партии СССР Ю.В. Андропова, что мы почти ничего не знаем о нашем обществе.

В большинстве случаев контринновационное поведение возникает как реакция на игнорирование ментальной специфики тех социальных групп, которые или проектируют, или потребляют инновации. В том случае, когда инновации затрагивают интересы больших групп и даже этносов, уместно говорить о зависимости инновационной сензитивности от социального (национального) характера и ментальности народа. Ментальность — это система концептов, которые лежат в основе человеческих представлений о мире и о своем месте в этом мире и, следовательно, определяют поступки и поведение людей. По проблеме русской ментальности существует обширная клас-

сическая литература — от П.Я. Чаадаева до П.А. Сорокина. На Западе интерес к русской ментальности оформился после Второй мировой войны. Наиболее популярной была гипотеза британца Дж. Горера и американца Э. Эриксона — гипотеза «пеленочного детерминизма», как ее окрестил великий русский по происхождению социолог П.А. Сорокин. Авторы гипотезы известные психоаналитики заметили, что в России существует обычай тугого пеленания младенцев. Из чередования почти полной неподвижности младенца и его кратковременного освобождения для купания и двигательной активности выводилась национальная особенность русских — раскачивание между длительными периодами депрессии и самокопания и короткими периодами высочайшей социальной активности, между длительными периодами подчинения сильной внешней власти и короткими периодами интенсивной революционной деятельности. В 60-е годы XX века американцем К. Клакхоном с помощью личностных тестов на выборке этнических русских, проживающих в США, были выделены личностные характеристики, которые свойственны «модальной личности русских», т.е. указывался наиболее часто встречающийся у русских комплекс психологических черт: сердечность, человечность, зависимость от прочных социальных контактов, эмоциональная нестабильность, иррациональность, сила, недисциплинированность, потребность подчиняться власти.

Ментальность русского (российского) народа стала интересовать отечественную науку лишь в 90-е «лихие» годы, когда тема русского бунта стала вполне актуальной. В конце 1993 года журнал «Вопросы философии» провел заседание «круглого стола» по теме «Российская ментальность». Обсуждались проблемы природы и изменений российской ментальности. В качестве основных характеристик российской ментальности образца 1993 года указывались: «разрыв между настоящим и будущим, исключительная поглощенность будущим, отсутствие личностной рефлексии, а потому и ответственности за принятие решений в ситуациях риска и неопределенности, облачение русской идеи в мессианские одежды, открытость и всеотзывчивость». Пестрота, спутанность характеристик русского менталитета у разных исследователей затрудняет разработку качественных программ развертывания мобилизационного (инновационного) движения России. В последние годы становится популярной идея множественности менталитетов. Назовем следующие, базовые:

1. Православно-Российский.
2. Коллективистско-социалистический.
3. Индивидуалистско-капиталистический.
4. Криминально-мафиозный.
5. Гибридно-конформистский псевдоменталитет, представляющий собой конгломерат фрагментов 1–4 менталитетов.

Проектирование инновационной траектории развития России (особенно в сфере социальных ин-

новаций) требует учета распространенности этих типов менталитета. Инновации в рамках проекта «догоняющей модернизации» разрабатываются преимущественно носителями индивидуалистско-капиталистического менталитета и явно или имплицитно подразумевают, что инновационные процессы будут реализовываться субъектами аналогичного менталитета. При этом лица и группы, являющиеся носителями иных менталитетных форм, будут демонстрировать контринновационное поведение.

Общепризнано, что инновации требуют повышенного «напряжения» в деятельности, затрат сил, времени, финансовых средств, иногда за счет внутренних ресурсов. Особенно это относится к радикальным инновациям. По мере развития промышленности, технологии происходит накопление «прошлого труда», который овеществляется в технике и иных материальных формах, а также объективируется в организационных структурах и информационных потоках (знаниях и умениях участников). Этот процесс приводит к усложнению взаимозависимостей между разными компонентами всей социотехнической системы хозяйства. В связи с этим осуществление каждой инновации вызывает значительное количество вторичных, производных изменений, далеко идущих последствий. Уже сам объем вторичных изменений существенно увеличивает реальную трудоемкость, к тому же некоторые из вторичных, третичных изменений могут оказаться неприемлемыми для субъектов инновационной деятельности. Отсюда возрастание трудности осуществления нововведений, усиление рисков и ответственности, что выражается в разных формах уклонения от инноваций, контринновационном поведении. Иногда это концептуально выражается в следующем утверждении: «У нас так все взаимосвязано, что если что-то менять, то надо едва ли не все менять. Лучше ничего не менять».

Таким образом, различные периоды инновационной деятельности деформируют, травмируют определенные сферы жизни людей, организаций, общества в целом. Эта особенность инновационных процессов стимулировала научное направление в социологии инноватики, которое прогнозирует и предлагает технологии смягчения инновационных травм (П. Штомпка). Однако инновационные травмы в перспективе должны восполняться преимуществами, которые они в себе несут. Прежде, чем взяться за серьезное изменение (инновацию), необходимо представить в каких формах будет происходить сопротивление ему, какие формы контринновационного поведения будут реализовываться, и снабдить инновацию программой преодоления контринновационного поведения. Основные социальные детерминанты этого вида поведения конкретизируются при ответе на вопросы: «Чьи интересы совпадают с инновациями? Чьи противостоят? Как заинтересовать в успехе инноваций тех, кто опасается существенных потерь от реализации инноваций? Каким

образом нейтрализовать сопротивление тех, кого не удается мотивировать для участия в конкретной инновационной деятельности?».

Социальные детерминанты контринновационного поведения не сводимы к понятию «психологических барьеров». Собственно «психологические барьеры» — это прежде всего реакция, настроения, эмоции, которые испытывают люди в ситуации нововведений. Существуют различные варианты психологических причин, препятствующих нововведениям. К их числу относится неразвитая мотивация достижения, она во многом задана культурой. В православной культуре ориентация на достижение успеха слабее, чем ориентация на избегание неудач (безусловно, имеются значительные индивидуальные различия). Аналогичное соотношение мотиваций наблюдается в настоящее время и в культуре Китая. Следует выделить существенную социально-психологическую детерминанту — источник генезиса инновации. Новшество, разработанное в социальной группе, внедряется успешнее, чем привнесенное извне. Эта закономерность может провоцировать контринновационное поведение даже в том случае, если «внешнее» нововведение качественно лучше. В отечественной промышленности в связи с очевидной деиндустриализацией, а также укоренившейся привычкой СМИ ругать все отечественное сформировался предрассудок, смысл которого в том, что зарубежная продукция априори лучше. Этот предрассудок существенно ослабляет инновационный потенциал России.

Остановимся теперь на фундаментальных социальных причинах. В обществе сохраняются серьезные консервативные тенденции. Каким бы плохим не было положение, всегда есть социальные группы и влиятельные лица, которые заинтересованы в его сохранении. Даже в кризисе заинтересованы большие социальные группы, которые только в этих условиях могут достигать своих целей. 2009-й кризисный год еще раз продемонстрировал важную социальную детерминанту контринновационного поведения на всех уровнях социальной иерархии — отсутствие связи доходов с качеством труда. Казалось, что это — атрибут советской системы, однако опыт реформ показывает актуальность этой проблемы для любой формы собственности. В конечном итоге фундаментальной проблемой, как всегда парадоксально неожиданной, является социологическая необеспеченность перехода к инновационной экономике, отсутствие банка социальных технологий, позволяющих преодолеть серьезную инерционность экономики России.

Литература

1. Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. М., 2003.
2. Карпова Ю.А., Нурков В.М. Учебная программа и методические материалы по курсу «Социология инноватики». М., 2009.
3. Пригожин А.И. Методы развития организаций. М., 2003.
4. Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996.
5. Штомпка П. Социология. М., 2005.
6. Ядов В.А. Социальные трансформации в России: теории, практики, сравнительный анализ. М., 2005.

Social determination of counter-innovative behavior

V.M. Nurkov, PhD, Docent, Russian State Academy of Intellectual Property (RSAIP), Department of Innovation Management and Commercialization of Intellectual Property, Moscow

The paper deals with the problem of counteraction to innovations that are a part of modernization of contemporary Russia. It is specified that there is insufficient representation of sociological data concerning subject's innovative activity. Obviously, the problem mentioned above decreases efficiency of prospective projects in the field of innovative development of society. Special attention is paid to the specific type of behavior termed as «counter-innovative behavior», caused by ignoring mentality target groups that produce or consume innovations. Instead of universal and non-specific concept of «national mentality» we propose a model of interrelated system of «basic mentalities». The proposed model needs to be supported by intensive research of different social groups and social contexts.

Key words: *innovation, innovative behavior, counter-innovative behavior, mentality, motivation, intellectual potential, intellectual property.*

Способность к инновациям и стимулирование творческого климата в организации

М. С. Очковская

к. э. н., доцент кафедры «Маркетинг», Экономический факультет,
МГУ им. М.В. Ломоносова
marinn81@mail.ru



Автор рассматривает инновации и творчество как взаимосвязанные процессы. В статье представлены гипотезы, объясняющие происхождение инноваций, где творчество является неотъемлемым элементом. В работе даются рекомендации по созданию творческого климата в организации, рассмотрен опыт компаний, где инновации являются неотъемлемым результатом деятельности.

Ключевые слова: *инновации, творчество, творческий климат, инновационный процесс, мозговой штурм, созидание.*

Имея целью привлечение покупателей, компания выполняет две базовые функции: инновации и маркетинг. Маркетинг и инновации приносят доходы; все остальное можно отнести в расходы.
Питер Друкер

Инновации и творчество: сущность и взаимодействие

Инновации и творчество — взаимосвязанные процессы, но, тем не менее, эти понятия необходимо четко различать. Творчеством называют способность генерировать новые идеи, идти новым нестандартным путем. Алан Баркер в своей книге «Алхимия инноваций» говорил, что «творить — значит найти исключи-

тельный или необычный способ осмысления чего-то, вырваться из плена»¹. Инновации, в свою очередь, представляют собой результат творческого процесса, получившего практическое воплощение и внедрение в виде нового товара, услуги, технологии, формы организации, метода управления.

Существуют две гипотезы, объясняющие происхождение инноваций: «технологический толчок» и «вызов спроса». Г. Менш считал ведущими технологические факторы, а источником возникновения инноваций, по его мнению, выступают внутренние закономерности производства. Согласно гипотезе «вызова спроса», сторонником которой является К. Фримен, определяющим фактором в создании инноваций является спрос. В современном мире очень трудно

¹ Баркер Алан. Алхимия инноваций. М.: ООО «Вершина», 2004. С. 29.